

Mais do mesmo

Vira o disco e toca o mesmo. É sempre a mesma lenga-lenga. Estas são algumas das frases que estamos habituados a ouvir quando já nos habituámos à rotina e à redundância das pessoas e situações que nos rodeiam. Desde as promessas políticas até à frustração de não conseguir ver a sua equipa jogar bom futebol ano após ano, o bom português lá solta o seu desabafo, farto de tanta mediocridade.



Também na publicidade assistimos a muitos casos em que a criatividade parece ter sido esquecida e os recursos e ideias se repetem vez após vez.

Slogans repetidos, anúncios déjà vu e logótipos copiados são infelizmente o cartão de visita para muitas empresas que se dizem agências e cujo principal papel é dotar o cliente (anunciante) de uma comunicação original.

Deparei-me há uns tempos atrás a conduzir atrás de uma carrinha comercial cuja empresa tinha o nome do seu gerente. Até aqui tudo bem, no entanto, a sua assinatura (que muitos chamam de slogan, embora incorrectamente) era: "Um serviço ao seu serviço". Ainda me esforcei para tentar perceber qual era o serviço que eu tinha ao meu serviço, mas o esforço foi inglório. Nenhuma menção à actividade da empresa.

Esta frase ficou-me na cabeça por ser um péssimo exemplo de como o dinheiro dos anunciantes é jogado pela janela todos os dias.

O objectivo não é fazer um jogo de palavras engraçado. É de comunicar os atributos do produto ou serviço de uma forma simples e clara para o consumidor. "Um serviço ao seu serviço" pode ser aplicado desde a um sapateiro até a uma companhia de seguros.

Não podemos negligenciar a foma como comunicamos a nossa empresa, sob pena de sermos apenas mais um serviço ao serviço... de ninguém.

[^] *Designer*

Nelson Gago [^]

00:10 quarta-feira, 01 outubro 2008

 [Comentar esta notícia \[0 comentários\]](#)

 [Enviar a um amigo](#)

 [Imprimir esta notícia](#)

 [Criar alerta Flash-Mail](#)