



RUMO A MARTE

Criada por Rudá Cabral, a produtora paulistana Planalto dialoga com a nova geração e segue o rumo que o futuro ditar, mesmo que a direção seja o espaço sideral

Em tempos de incertezas, mudança nas formas de consumo e transição do mercado, Rudá Cabral, um dos criadores da produtora Planalto, tem uma convicção: a de que o futuro da publicidade está na cultura. “Se você tentar ser publicitário no século 21, você está fora do mercado”, afirma o brasileiro de 34 anos. “Agora, se tentar produzir cultura, talvez você vire um bom publicitário.”

É esse o caminho que segue o selo de produção de conteúdo sediado em São Paulo. Seja criando videoclipes de bandas, filmes de moda, campanhas e até

mesmo vinhetas de canais de TV, o empreendimento chama a atenção por saber dialogar com a geração *millennial*, usando uma estética que pode variar entre o minimalismo de tons esmaecidos à la Sofia Coppola ao *over* de cores saturadas de um Pedro Almodóvar.

Tendo iniciado suas atividades há três anos, a Planalto só ganhou esse nome e tomou forma de empresa há um. Segundo Rudá, ela foi fundada de forma espontânea, como um ponto de encontro de ideias audiovisuais e de cultura contemporânea. Nessa fase embrioná-

ria, a *startup* ainda não trabalhava especificamente com vídeos, linguagem que a tornaria conhecida no mercado publicitário. “Acho que preferimos vídeo porque é fácil e pode ser usado como desculpa para fazer o que quiser”, explica.

O selo nem sequer se considera uma produtora, já que nenhum de seus colaboradores estudou cinema ou advém de outras casas do ramo. Sua equipe vem de um *background* mais próximo da moda e da cultura. “Não temos muito a ver com as demais produtoras, mas, de fato, fazemos trabalhos que elas poder-

riam estar fazendo.”

A indefinição faz parte do segredo do sucesso da empresa, que, segundo Rudá, encontra-se atualmente no ‘beta test de sua versão 4.3’. É que ele acredita que, assim como os novos softwares, que hoje em dia são alugados e não comprados, é necessária uma atualização automática constante. “Conseguimos mudar a forma que trabalhamos a qualquer momento. Às vezes, pode levar um ano; outras vezes, uma semana”, afirma.

Por isso, a Planalto está sempre de olho no futuro; e o futuro próximo, como avisa Rudá no início, é a total convergência entre cultura e publicidade. “As marcas estão virando veículos, as pessoas também. Tudo gira em torno do entretenimento e da não-propaganda”, declara. Já para o futuro distante, a ‘não produtora’ também tem planos: abrir uma filial em Marte até 2030. ◇