



## Um mundo assim é óptimo?

A Optimus, conhecida operadora de telemóveis, colocou recentemente no mercado um novo anúncio muito ao seu género: o cenário evoca a criação de um mundo novo, a banda sonora é pacífica mas triunfalista, a cor discreta mas com personalidade... Já os tinha visto assim antes.

O que mais me espantou neste anúncio não foi, pois, o aparato. Aquilo que me chamou verdadeiramente a atenção foi o texto. Já reparou? Vou-lho transcrever:

“Em 1998, quando a Optimus chegou ao mercado, dois em cada dez portugueses tinham telemóvel. Hoje, passados três anos, oito em cada dez portugueses têm telemóvel. São mais de oito milhões! Um mundo assim é Optimus...”

Proponho-lhe uma análise deste texto. Vejamos:

É um enunciado simples, curto, de muito fácil apreensão. Tem uns quantos dados, poucos, objectivos, que se conseguem fixar sem grande esforço.

A mensagem que passa... Qual é? Quer pensar? Muito fácil: Nos últimos três anos, a Optimus vendeu seis telemóveis a cada dez portugueses!

O Departamento de Marketing da Optimus está de parabéns. Não pela pretensa venda de seis milhões de telemóveis em três anos, mas pela inteligência deste anúncio. Conseguiu construir um enunciado que, sem utilizar mentiras visíveis, veicula uma mensagem completamente enganosa, mascarando a realidade. Ao evidenciar a diferença entre os números de telemóveis de 1998 e os da actualidade e ao associar este período de tempo ao surgimento e implantação da empresa, tira vantagens evidentes sobre a imagem que passa do sucesso da Optimus, ignorando todo e qualquer papel das outras operadoras nesse crescimento. Um excelente exemplo de manipulação tendenciosa de informação.

Consultei o site da Optimus para procurar mais informação. Fiquei logo a saber, lendo apenas as gordas, que afinal a empresa está “A caminho dos dois milhões de subscritores!”. Vasculhando nas páginas mais escondidas, descobri ainda que no termo do 2º semestre de 2001, a empresa tinha 1 650 139 mil clientes. (É verdade que está a caminho dos dois milhões, mas ainda lhe falta um bocado...). Depois consultei um dos sites da concorrência, o da TMN. Não fiquei exactamente a saber quantos telemóveis venderam até final de 2001, mas consegui apurar que foram seguramente mais de 3 milhões. E não achei necessário continuar a pesquisa.

Numa altura em que cada vez mais nos preocupamos em desenvolver nos alunos competências para, entre outros, compreenderem a realidade que nos rodeia, a abordagem crítica de situações que emergem no quotidiano e com as quais nos vamos deparando parece-me fundamental. Este anúncio é um excelente exemplo. Além disso, aborda uma temática de uma enorme actualidade, de grande interesse dos alunos (estatísticas recentes revelam que o telemóvel é o objecto mais desejado da juventude portuguesa), e merecedora de discussão a diversos níveis (por exemplo: hábitos sociais, saúde pública, riscos de utilização, despesas de comunicação, ...)

A terminar, só mais uma observação: garanto-lhe que não escrevi isto por causa do meu telemóvel ser da concorrência... Pense nisto.

Ana Paula Canavarro  
Universidade de Évora