

## **Dá para confiar na propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão?**

*José Roberto Whitaker Penteado*

**José Roberto Whitaker Penteado**, diretor do Instituto Cultural **ESPM** (Escola Superior de Propaganda e Marketing), jornalista e especialista em marketing e comunicação:

"Inicialmente, há que considerar o grau de confiança que as pessoas têm, em geral, na propaganda de qualquer tipo. A publicidade faz parte das nossas referências sociais desde que surgiu a imprensa. Há gerações que os anúncios de rádio e TV fazem parte da programação.

Portanto, as pessoas sabem - quando vêem um anúncio ou um comercial na TV - que aquilo é 'propaganda' e, portanto, quer nos persuadir a comprar ou fazer alguma coisa. (Observe que, neste sentido, ela é uma forma de comunicação até bastante honesta, porque não se disfarça de outra coisa...). Dito isso, o grau de 'confiança' que as pessoas possam ter na propaganda eleitoral (supostamente) gratuita, vai depender da competência e do talento dos profissionais que criaram a mensagem publicitária - e em que medida os argumentos usados vão 'bater' com as opiniões e impressões prévias que as pessoas tenham sobre um determinado candidato (sempre lembrando que as pessoas não são bobas, por mais que os críticos da propaganda insistam em achar o contrário)".

**Fonte: Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 25 ago. 2008. Primeiro Caderno, p. A7.**