

Ofensiva publicitária

103

TIAGO PARIZ

DA EQUIPE DO CORREIO

O governo lançará em duas semanas uma ofensiva publicitária para manter acelerado o mercado interno, vendido como o principal ponto de sustentação do crescimento econômico diante do cenário internacional de turbulência financeira.

Com peças formatadas para rádio, televisão, jornal e internet, a campanha terá o mote "o mundo aprendeu a respeitar o Brasil e o Brasil confia nos brasileiros". O objetivo é fazer a população crer na estabilidade da economia diante da crise e não parar de consumir. De maneira didática, demonstrará como a atividade é dinâmica. Ou seja, que se houver uma queda no consumo, por exemplo, poderá haver efeitos nas indústrias.

"A campanha vai mostrar para o cidadão que se ele ficar temeroso a economia vai se retrair. Vai mostrar que quando ele compra uma geladeira, um fogão, a loja faz uma nova encomenda para a fábrica, que produz mais, mantém os trabalhadores e assim por diante", disse o ministro da Secretaria de Comunicação Social (Secom), Franklin Martins.

O ministro, no entanto, afirmou que o principal tema da campanha não é o consumo,

mas transmitir uma mensagem de confiança à população diante da crise econômica. Apesar disso, o governo tem sustentado que graças a um mercado interno aquecido os efeitos da turbulência serão mais brandos no Brasil do que em outros países emergentes e desenvolvidos.

Segundo o ministro da Secom, a idéia do governo é começar a circulação da nova peça publicitária a partir de 10 de dezembro. Franklin Martins reforçou que a campanha foi construída para passar à população que a situação não é de pânico. "A economia funciona na confiança de todos os agentes, quando tem uma crise evidentemente ela balança a confiança. Por isso preciso estimular", disse.

A campanha não terá participação do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, nem de ministros, para não personalizá-la. Ela virá recheada dos números da reserva financeira internacional, do crescimento do consumo interno, mostrando que o esforço do governo de estabilizar a economia deu ao Brasil posição mais confortável do que no mundo desenvolvido. A importância da inserção publicitária é mostrar também que graças à crise o país consolidou o papel de protagonista nas discussões sobre os novos rumos da economia.