

A MÍDIA E OS CONTOS DE FADAS.

Antonio Brás Constante (Escritor maluco)

A MÍDIA E OS CONTOS DE FADAS.

(Autor: Antonio Brás Constante)

Você certamente já ouviu falar da história do rei Midas, que ficou famoso por conseguir transformar qualquer coisa em ouro com um simples toque. Mas nem mesmo o próprio Midas, se existisse, poderia acreditar que seu toque não seria nada se comparado ao toque da mídia.

Não é à-toa que a mídia é considerada por muitos como o quinto poder, atuando diretamente na mente, nos desejos, transformando inocentes telespectadores em vorazes consumidores. É de se esperar que mesmo os contos infantis entrassem nesta valsa visual, adestrando pessoas já na tenra infância, para torna-las compulsivos compradores.

Mergulhando nesta onda “criativa”, fico imaginando como poderiam ser adaptados alguns contos de fadas e até frases conhecidas para uso do pessoal do marketing. Por exemplo, a propaganda de algum artigo bucal, utilizando-se da história da chapeuzinho vermelho, que ao chegar perto da cama onde o lobo está deitado e disfarçado de vovozinha, diz ao lobo: “Nossa, que boca grande a senhora tem... Cheia de cáries... E com este bafo de quem comeu coisa velha, não dá nem para chegar muito perto... acho que esta na hora de experimentar um novo e revolucionário produto bucal..”

A historinha de João e Maria poderia ser um ótimo pano de fundo para a linha de produtos naturais: “Natural Life Food” (nomes em inglês dão um ar mais confiável aos produtos,

parecendo que eles são importados, mesmo que tenham sido feitos ali no depósito da esquina). O slogan poderia ser: “deixe de se perder comendo porcarias, experimente toda linha Natural Life Food, saborosa como uma casa de pão de mel, saudável como viver em um bosque encantado”.

Até mesmo a frase: “o cão chupando manga”, poderia ser adaptada ao mundo do marketing para algo como: “o cão chupando sorvete de manga... Hummm... Um produto bom pra cachorro”. Ou “muito melhor do que um pássaro na mão ou dois voando é também poder voar através da companhia aérea Pênalti” (não é gol mas também é boa) .

E assim vamos vivendo, bombardeados por inúmeros tipos de propagandas, deste a hora em que acordamos e damos de cara com a marca de algum fabricante (gravada em nosso despertador), passando por dezenas de outdoors rumo ao serviço, ouvindo comerciais tanto na televisão quanto no rádio, etc. Tudo muito natural. Afinal, cada vez mais chegamos a conclusão que nascemos para consumir até que sejamos totalmente consumidos pelo tempo.

Enfim, a essência do marketing consiste em se pegar uma coisa qualquer e apresenta-la de tal forma a deixar o consumidor predisposto a fazer qualquer coisa para consegui-la.

A propósito: Sobre o homem que foi encontrado após estar três dias perdido no esgoto, podemos supor que ele estava esgotado?

E-mail: abrasc@terra.com.br

Site: www.recantodasletras.com.br/autores/abrasc

NOTA DO AUTOR: Divulgue este texto para seus amigos. (Caso não tenha gostado do texto, divulgue-o então para seus inimigos).

NOVA NOTA DO AUTOR (agora com muito mais conteúdo na nota): Caso queira receber os textos do escritor Antonio Brás Constante via e-mail, basta enviar uma

mensagem para: abrasc@terra.com.br pedindo para incluí-lo na lista do autor. Caso você já os receba e não queira mais recebe-los, basta enviar uma mensagem pedindo sua retirada da lista. E por último, caso você receba os textos e queira continuar recebendo, só posso lhe dizer: "Também amo você! Valeu pela preferência".

ULTIMA NOVA NOTA DO AUTOR: Agora disponho também de ORKUT, basta procurar por "Antonio Brás Constante".

Obra original disponível em:

<http://www.overmundo.com.br/banco/a-midia-e-os-contos-de-fadas>