

Liberdade de Expressão

J. Roberto Whitaker Penteado

Nessa semana, reúnem-se profissionais ligados ao CONAR - o nosso Conselho de AutoRegulamentação da Propaganda - e igualmente nossa ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing para dar início à montagem de uma biblioteca especializada no tema Liberdade de Expressão.

A idéia nasceu no CONAR e foi recebida com entusiasmo pela ESPM.

Tratam-se de duas instituições que, além de procurar atingir aos objetivos que se propõem - regulamentar os erros e os excessos da atividade, de um lado, e ensiná-la, do outro - têm também a missão indireta de tentar, pelo menos, combater e/ou modificar algumas das opiniões e atitudes que tem a sociedade em geral a respeito da função da propaganda - e também do marketing, seu elemento motivador.

Vem-me a lembrança a figura de Caio Domingues, um grande publicitário que, significativamente, tipifica um pouco das contradições do nosso ramo. Caio era um verdadeiro gentleman. Vestia-se com apuro, falava diversos idiomas com correção, gostava de música clássica e era capaz de falar de improviso sobre quase todos os assuntos. Defensor da ética, foi um dos principais inspiradores do CONAR, assim como da própria ESPM. No entanto, fazia questão de defender publicamente o direito das agências criarem campanhas para cigarros e bebidas alcoólicas - o que lhe valeu não poucas censuras de amigos e parentes.

Seus argumentos servem ainda hoje - para a propaganda, como para o jornalismo. Se um fato ocorreu - e se um produto ou serviço forem legalmente comercializados - a sociedade não deve criar barreiras à sua divulgação.

Alguns jornalistas não gostam muito dessa aproximação entre a liberdade de divulgar e a liberdade de anunciar. Entretanto, ao simpatizar com as restrições à propaganda - e não me refiro às mentiras ou distorções, pois essas são punidas pelo Código e pela lei comum - esquecem de uma das funções maiores da atividade publicitária para a democracia: que é a de produzir receitas financeiras aos veículos de comunicação que possibilitam a sua independência e autonomia diante dos detentores do poder, geralmente encastelados nos governos.

Sob certos aspectos, a defesa da liberdade de expressão na propaganda é até mais importante do que em outros setores. Como ela é muito visível e - admito - sujeita aos exagêros e hipérboles de quem tem a venda como objetivo maior - muitas vezes sua censura ou proibição é recebida com simpatia por cidadãos e cidadãs respeitadores da lei ou por entidades profissionais ou religiosas. Nisso reside o perigo.

Consta do referencial semi-lendário a respeito de Adolf Hitler, que respondeu, uma vez, ao lhe perguntarem como conquistava a obediência das pessoas: - É fácil. Eu simplesmente ordeno que façam aquilo que eles já querem fazer.

Ao estimular o uso da censura - ou da força - contra uma instituição que já é estigmatizada ou antipatizada pela maioria, ou mesmo boa parte, da população - no caso, a propaganda - a sociedade se desguarnece diante de outros ataques futuros a valores tão arduamente conquistados como a liberdade de expressão. Daí a importância do CONAR não só para a propaganda, mas para toda a sociedade brasileira.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Liberdade de Expressão. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, ago. 2004. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=300&ID=220>>. Acesso em: 15 set. 2009.