

Bem-Intencionados?

J. Roberto Whitaker Penteadó

E quem é que vai me proteger dos meus protetores?- Juvenal

Consta que Sócrates já discutia essa questão com os seus discípulos; mas a posteridade registrou a frase como sendo de autoria do poeta romano Juvenal, que devia ser um exímio criador de citações, já que são dele, também, as expressões "pão e circo", "avis rara" e o "mens sana in corpore sano" dos jogos olímpicos.

Mas - sério -, não deve haver maior terror no mundo do que constatar que quem deveria proteger ataca ou agride. Infelizmente, há muitos casos, na história e no Brasil - geralmente em relação ao Estado.

Essas reflexões têm a ver com manifestações ocorridas na semana passada, de entidades aparentemente bem-intencionadas, em relação a uma decisão da Nestlé, de deixar de fazer publicidade dirigida a crianças de até 6 anos. Acharam pouco; e, na verdade, querem proibir toda e qualquer publicidade (e/ou ação de marketing) dirigida a crianças.

Sei que vou parecer desproporcionalmente exagerado ou cruel em relação a gente que deseja o bem das crianças, protegendo-as dos exageros da publicidade e do marketing. Mas é assim que as coisas começam (ou continuam, pois essa questão não é nova) - e geralmente terminam mal.

O que, aliás, remete a um outro problema difícil para quem deseja, como eu, defender sua atividade profissional: o de que certas posições são simples ou "fáceis" de defender e outras - opostas - requerem longa argumentação e poder de persuasão, por chocarem-se contra idéias pré-concebidas (que é o que são os preconceitos). Assim, é fácil defender a pena de morte, afirmando que bandido bom é bandido morto; enquanto dar a perceber as sutilezas catastróficas da sua vigência numa sociedade civilizada pode levar horas. Da mesma forma, quem pode ser contra defender as crianças dos malefícios da mídia? E, no entanto, as piores barbaridades contra as crianças costumam ser cometidas pelos próprios pais e pelas famílias, geralmente quando elas são indefesas, entre 0 e 6 anos de idade... Os especialistas do setor sabem disso.

Não que a mídia não deva ser controlada pela sociedade; ou o marketing, ou a publicidade. Mas eles já o são e há leis e normas a seguir. De fato, até mais do que o necessário. O importante - como em outros setores, no país - seria que houvesse controle e punição. Não a proibição pura e simples.

Afinal, o que é uma criança? Uma pessoa de 12 anos? De 4, 5 ou 17? O que são exatamente "hábitos de alimentação saudáveis"? A que "pesquisas" se referem as entidades quando falam do poder de persuasão da comunicação mercadológica (sic)? Será que sabem do que estão falando? Eu acho que não.

A História mostra, contudo, que - em diversas épocas, sobretudo nos momentos de crise social - foi mais fácil "matar o mensageiro" do que tentar compreender a mensagem que trazia. Com conseqüências geralmente péssimas.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=15&ID=504>>.
Acesso em: 23 jul. 2009.