

Uma Garantia de Liberdade

J. Roberto Whitaker Penteado

A publicidade é a mentira legalizada. - H. G. Wells

Já fiz o teste, para escrever outros artigos: ir a um site de citações, na internet, e digitar "publicidade" – ou advertising, já que os melhores e mais completos são em inglês. Como a frase do ficcionista britânico – acima (que eu não conhecia até agora, quando fiz mais uma busca) – a maioria das definições que V. vai encontrar são negativas, deletérias, mesmo, em relação à atividade à qual muitos de nós dedicamos o nosso esforço profissional.

Mas faça o mesmo teste com as palavras chave: liberdade, liberdade de expressão ou de imprensa, e vai encontrar um considerável acervo de considerações apreciativas e encomiásticas.* Significa, basicamente, que a sabedoria popular atribui conotações positivas à liberdade de expressão - em especial quando praticada pela imprensa - e faz restrições mais ou menos sérias à publicidade.

E no entanto acredite: é muito possível que a primeira não fosse possível se não existisse a segunda. Gostaria de abrir um espaço, aqui, para dar a palavra a um especialista tanto em imprensa, como em publicidade: o editor Roberto Civita.

Civita escreveu, no prefácio a um livro editado pela Escola Superior de Propaganda e Marketing: A relação veículos-publicidade envolve uma das mais extraordinárias simbioses do mundo moderno. (...) a democracia e a liberdade dependem das informações e da fiscalização que só uma gama diversificada de veículos independentes pode assegurar. Por sua vez, os meios de comunicação de massa não existiriam sem a publicidade (...) que não teríamos sem um sistema de mercado livre, que depende – fechando esse círculo virtuoso admirável – da democracia e da liberdade para garanti-lo.

Na sua edição de 27 de fevereiro, a revista EXAME publicou uma matéria historicamente elucidativa, sob o título A Publicidade também chegou com D. João. Assinada por Daniel Teich, lembra que a vinda da família real, há 200 anos, lançou o Brasil no capitalismo, dando início "a um dos mais vibrantes mercados publicitários do planeta". Isto ocorreu, singelamente, com a publicação do primeiro anúncio classificado, na edição de 17 de setembro de 1808, do primeiro jornal – A Gazeta do Rio de Janeiro – em que uma certa Anna Joaquina da Silva oferecia "uma morada de casas de sobrado com frente para Santa Rita".

A ocorrência, este ano, do segundo centenário de uma viagem única na história, a transferência de um rei e de toda a sua corte da Europa para o novo mundo, além de ter divulgado diversos novos insights sobre a nossa ainda polêmica identidade, trouxe à lembrança o despertar um tanto tardio do jornalismo brasileiro (os primeiros jornais europeus são do século 17). Celebram-se, em 2008, portanto, os 200 anos da imprensa, no Brasil. E registra-se o fato de que, com ela, também surgem os anúncios e a publicidade - atividade que seria a sua garantia de liberdade.

* Uma exceção: quando preparava este artigo, encontrei a seguinte, atribuída a Thomas Jefferson: Os anúncios são a única coisa verdadeira que encontro nos jornais, tirada de uma carta enviada a um Nathaniel Macon, em 12.1.1819. Vale pesquisar.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=75&ID=448>>.
Acesso em: 30 jul. 2009.