

COMO A PROPAGANDA COMERCIAL MODERNA VIOLA A LEI DE DEUS?

JOAHANNES GEERHARDUS VOS

A propaganda comercial moderna é tão permeada de desonestidade que ficamos imaginando como é que um crente em Cristo pode participar de algumas de suas formas mais comuns. Assistimos a uma transmissão de rádio ou televisão e uma voz ou rosto conhecidos anunciando as razões por que uma certa marca de café, macarrão ou aspirina é a melhor da praça e superior às outras, caracterizando-a com vantagens “extra” e aspectos “especiais”, etc., tudo pelo nosso dinheiro, para alguns instantes depois a mesma voz e rosto falar-nos de todas as razões por que uma outra marca de café, macarrão ou aspirina é a do tipo que devemos comprar e usar confiantemente. É claro que o personagem só está lendo um roteiro preparado para ele pelos anunciantes, mas o processo como um todo é tão obviamente recheado de exageros, insinceridade e meias-verdades que o ouvinte ou telespectador fica tão calejado com esse tipo de coisa que não leva nada disso em conta pelas aparências. O mesmo tipo extravagante de declarações exageradas prevalece nos anúncios de revistas e jornais. Quase nunca algo é oferecido ao público como “bom” ou de “preço justo”, mas tem de ser denominado de “super”, “colossal”, “magnífico”, “maravilhoso”, etc.

É claro que há anúncios deslavadamente falsos; o mais comum, no entanto, não é a fraude descarada, mas o exagero, a meia-verdade e as afirmações sutilmente enganadoras. Toda publicidade calculada para produzir na mente do público outra impressão qualquer diferente da verdade estrita e objetiva sobre as qualidades e o valor daquilo que é anunciado é desonesta e, portanto, pecado. Quando uma marca comum de aspirina é anunciada pela afirmação, repetida interminavelmente, de que “nenhuma outra marca de aspirina é mais pura e dá alívio com mais rapidez” cria-se a impressão de que essa marca é mais pura ou mais eficaz que as outras, quando a verdade é que aspirina é aspirina, controlada pelo Ministério da Saúde, e que entre as marcas de aspirina legalmente vendidas uma aspirina é tão pura e tão eficaz quanto a outra. Não resta dúvida que muitos crentes em Cristo estão associados de um modo ou de outro com essas práticas desonestas de propaganda; eles têm o dever de ponderar seriamente se as suas ocupações envolvem a violação da lei de Deus.

Há, é claro, um campo legítimo para a publicidade. A publicidade lícita **(a)** dirá a pura verdade sobre aquilo que é oferecido à venda, evitando o exagero e a decepção; **(b)** não tentará criar a impressão de que um produto é melhor do que o oferecido pelos concorrentes, a não ser que seja demonstrado por testes realizados honestamente; **(c)** não apresentará alegações imaginárias que tirem proveito da credulidade do público, como a daquela marca de pasta dental que é melhor do que as outras porque contém um ingrediente “especial” (de nome pomposo e bem-sonante mas que é desconhecido da ciência químico-farmacêutica), ou de que o sabor de uma marca de café é potencializado por um processo secreto “especial”, conhecido somente pela empresa que o oferece à venda. A propaganda comercial é hoje um negócio tremendo, mas é assustador que os seus padrões éticos estão demasiadamente longe dos da Bíblia. A julgar pela publicidade de nossos dias devemos ser um país de enganadores e enganados, ou menos educadamente, de mentirosos e “otários”. Devemos pensar seriamente sobre a relação dessa fase da vida contemporânea com a lei de Deus.

Tradução: Marcos Vasconcelos. Recife - PE, 2006.

Fonte: *Comentário ao Catecismo Maior de Westminster*, p.142,3.