

Uma Fábula do Cotidiano

Walter Longo

Aquela pequena saliência em suas costas, que notou pela primeira vez quando se ensaboava durante o banho, não chegava a incomodar. Às vezes inchava um pouco e ficava dolorida, algumas outras vezes coçava, mas ele foi aprendendo a conviver com isso, como se fosse natural e fizesse parte dele.

Quando no escritório ou na casa de amigos ele se recostava na cadeira sentia aquela bolinha nas suas costas e podia perceber que, mês após mês, ela estava um pouco maior. Mas a briga pela lida diária e as demais preocupações cotidianas estavam sempre à frente, muito à frente quando comparada à atenção dedicada àquele pequeno incômodo atrás.

Quando ele ia à praia com a turma, os amigos já podiam perceber aquela saliência a olho nu e comentavam sobre o estranho ponto inchado de sua espalda.

Os mais otimistas diziam: - Não é nada não. Trata-se apenas de um pequeno sebinho que acaba sendo absorvido pelo organismo.

Outros mais preocupados comentavam: - Você vai ter que operar para tirar essa bolinha daí.

Alguns usavam termos técnicos, outros chamavam simplesmente de lobinho, cisto, quisto ou qualquer coisa parecida. E ele passou, então, a se acostumar não somente com o fato, mas também com os comentários. Afinal, o que era aquele pequeno incômodo perante as contas para pagar no fim do mês, o vestibular do filho e a compra do carro novo.

Um dia, a região em torno da bolinha amanheceu avermelhada e entumecida, como se tivesse infeccionado. Ele olhou no espelho, ficou preocupado por uns instantes, mas sempre com uma visão positiva e otimista pensou: Devo ter batido de alguma forma sem perceber e, por isso está um pouco inchado. Amanhã vai estar melhor.

No dia seguinte estava pior. Mostrou para a esposa que, após examinar de perto disse:

- É bom você olhar isso.

Mas a agenda, com tudo que tinha de fazer, não permitia abrir um espaço para ir até o médico. Os dias foram passando, e o negócio aumentando. Mas, sabe de uma coisa, qual o problema de ter um negócio nas costas quando se tem tantos negócios potenciais à sua frente?

Seus colegas de escritório já podiam perceber o inchaço através da camisa e evitavam comentar para não aborrecê-lo. Depois de algum tempo, aquela pequena bolinha já era grande. E começou a sangrar.

- Eu já disse que vou ao médico. Só que para isso, tenho que ter tempo. Até parece que você não sabe como tem sido minha vida! Não dá hoje, nem amanhã. Mas dou um jeito de ir na semana que vem.

Essa era a resposta padrão que ele dava quando sua mulher, ou alguém próximo, insistia numa visita ao especialista.

E dá-lhe gaze e esparadrapo para não manchar a camisa social.

Um dia ele não agüentou mais. A insistência da esposa, os comentários velados dos amigos, o trabalho diário de colocar uma bandagem e acabou marcando, finalmente, uma ida ao médico. Era câncer. Já em processo de metástase.

Algo que poderia ter sido evitado se ele tivesse tomado alguma atitude a tempo. Mais uma vítima do critério. Alguém que não prestou atenção num problema grave que quando começou parecia irrelevante.

Essa é apenas uma pequena fábula que demonstra ilustradamente o que pode estar acontecendo com o negócio da propaganda e seus principais personagens. Não se trata aqui de ser pessimista, alarmista ou carbonário. Trata-se, isto sim, de perceber que

pequenos indícios podem ser fundamentais para nortear nossa visão e nossas ações de correção de rumo.

E assim como em nossa pequena fábula, amigos, esposas e colegas de trabalho passaram a dizer, depois da notícia:

- Eu sabia disso. Bem que eu avisei! Eu percebia que havia algo estranho.

Assim também na propaganda todo mundo vai dizer a mesma coisa, com a sensação que não tinham nada a ver com isso.

A propaganda carrega hoje, nas suas costas, um potencial tumor. Algo que está ganhando corpo de maneira discreta, mas continua. A desatenção crescente dos consumidores, a crise de relação entre agências e anunciantes, o endividamento preocupante dos veículos de comunicação, a redução sempre negada mas jamais evitada da remuneração, o risco cada vez mais presente dos *media brokers*, tudo isso significa não apenas um, mas vários tumores que crescem de maneira discreta e podem estar começando a comprometer a saúde do corpo como um todo.

De nada adianta o próprio organismo tentar impor leis ou baixar portarias que evitem a progressão do processo. Não há campanha, decreto ou reza brava que resolva o problema. Trata-se de uma questão de saúde e não jurídica. Pode ser até que nos iludamos por um tempo, entre reuniões e conversas, mas eles vão continuar crescendo. A única solução para resolver o problema é olha-lo de frente, lanceta-lo, extirpa-lo, ou então criar anticorpos suficientes para derrotá-lo. Só assim teremos vida longa.

Nossas entidades que representam o setor de propaganda no país deveriam assumir o papel de uma junta médica de especialistas modernos e atuantes, sempre preocupados e comprometidos com o futuro, e não se transformar em conselho de sábios aposentados dormindo sobre as glórias do passado.

Só assim vamos ter um lugar reservado na comunicação do futuro. Ou, então, seremos apenas otimistas desavisados que se transformarão, em breve, em mais um grupo de vítimas do critério.