

Que injustiça!

(09/02/96)

07/06/87

Nair Lacerda

Colaboradora

Há uma coia que hoje faz parte bastante importante do nosso cotidiano: a propaganda, ou publicidade. Como saberíamos que margarina comprar, que desinfetante usar em nossa casa, que tintura melhor assentaria em nosso cabelo, que televisor nos daria melhor imagem, que *som* feria a felicidade de um juvenzinho, se não fosse a amável cooperação da propaganda?

Por que ficaríamos todos, horas e hoas, diante de um televisor, juntando os retalhinhos das novelas e dos filmes, se não fosse pelo encatamento das interrupções em que os anunciantes, que muito pouco chegam a confiar em nossa memória, vêem dizer-nos, uma vez, dez, cem vezes a mesma coisa, até que nos impregnemos dela e saíamos por aí cantando *jingles* e dispostos a comprar tudo, tudo que eles tentam vender?

Pensando bem, o melhor é não

comprar nada do que anunciam. Assim, serão obrigados a continuar anunciando, e nós não eremos privados daquela coisa adorável e repousante, que é a abençoada propaganda pela televisão.

Só um reparo temos a fazer. Os anunciantes são contra o casamento, o que é imoral, ou era, até anteontem. Prestem atenção, Quando se trata de coisas românticas, como perfumes, carros belíssimos, jóis estupendas, bebidas de alto estilo, lá surgem os juvenzinhos em pleno período de namoro, noivado, ou coia que se parece. São eles os focalizados, a eles é que se prometem todas as vantagens de uma vida cor-de-rosa. Elas são lindas, eles são bonitões, e passeiam essa boniteza toda pelos mais belos cenários que o mundo da propaganda estabelece.

As pobres casas, entretanto, só aparecem em anúncios de sabão, de panelas de pressão, de cozinhas-modelo, de fraldas descartáveis, de pias entupidas, e até de outras coisas alheis aos per-

fums que as juvenzinhas anunciam.

Os casais só aparecem matando mosquito, tomando sopa de envelope, ou a pobre dona olhando melancolicamente para a televisão, enquanto o marido ressona a seu lado, cena, aliás, de surpreendente realismo.

Afinal de contas, senhores anunciantes, porque essa discriminação? Por que dar ao casamento apenas o aspecto burocrático, se é possível usar essa palavra para o caso? A vida a dois mataria tanto assim o romance? Não há mais maridos gentis que de vez em quando levem a esposa a jantar fora, metida num bonito vestido, e tentando esquecer que terá de fazer o almoço do dia seguinte, e de todos os dias que se seguiram, até o novo convite? E não saberão encomendar, em dias especiais, champanha só para dois, num tim-tim muito terno, digno de ser focalizado pelas câmaras de televisão?

Que as pobres senhoras terão de ver às voltas com as panelas

de pressão, com os sabonetes, com os detergentes, e outros primores da indústria, é coisa sabida, e mais certa do que os impostos. Mas porq eu não focalizá-las em momentos outros, por que não lhes dar a impressão de que aquele marido dorminhoco, que se queda apagado durante os serões, pode encontrar, de vez em quando, alguns momentos para rever na esposa a noiva, e tratá-la de acordo com esse reviver?

A propaganda poderia bem ser uma coadjuvante estupenda para garantia da felicidade conjugal, e, consequentemente para a diminuição dos tristes divórcios se estão fazendo rotina, por assim dizer. Sob a sugestão da tele mágica até que os casais talvez fizessem para usar a palavra da moda a reciclagem do casamento, o que ficaria muitobem, para a televisão, para os anunciantes e para os casais.

Fora de brincadeira, aguentar a propaganda já é duro, mas aguentar a injustiça que se faz às pobres casadas, é demais.