

PUBLICIDADE E CONSCIÊNCIA (NO CONSUMO)ⁱ

Emerson Wendt¹



Foto/Créditos: Oliviero Toscani

Na sociedade contemporânea o consumismo impera e o melhor e mais atual produto/bem, propagados através de campanhas publicitárias caras, corriqueiras e constantes, tende a estar nas mãos, nos corpos, nas ruas, na volta dos consumidores mais ansiosos e afoitos quanto às novidades, sejam elas tecnológicas ou não.

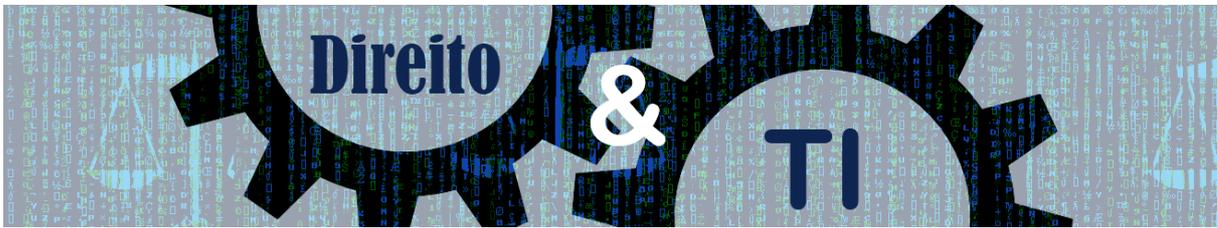
O exercício de uma publicidade consciente é algo raro, porquanto a indústria e comércio buscam o lucro. Portanto, quando ela existe acaba sendo notada por algum de seus aspectos, em especial se presente “algo” sobre o que deveria ser parâmetro em termos de *consciência social*. O exemplo de publicidade consciente é a campanha da grife italiana No-I-ita *No Anorexia*.

Na campanha, a modelo e atriz francesa Isabelle Caro, com anorexia desde seus 13 anos, aparece com seu corpo extremamente magro. A fotografia representa um alerta, principalmente às mulheres, quanto aos perigos de busca de um padrão de beleza baseado no corpo magro. A saúde é o foco da peça publicitária e um corpo magro não necessariamente representa um corpo saudável e uma mente sã.

Num mundo consumista, onde seguem-se a modelos de beleza e de ostentação, principalmente, a consciência da publicidade estartada pela No-I-ita parece expressar-se no sentido de que há um limite para as questões do comércio e do lucro e, no caso, é a saúde corporal e psicológica dos consumidores, que precisam estar atentos e não se deixar influenciar pelo plexo de complexidades consumistas da contemporaneidade.

Parece-nos, de outra parte, que há uma carência de *consciência social* nas campanhas

¹ Delegado de Polícia Civil do Rio Grande do Sul. Autor do livro *Inteligência Cibernética* (Delfos, São Paulo, 2011), coautor dos livros *Crimes Cibernéticos: Ameaças e Procedimentos de Investigação – 2ª ed.* e *Inteligência Digital* (Brasport, Rio de Janeiro, 2013). emersonwendt@gmail.com.



publicitárias, em especial no Brasil, porquanto incentivam, por exemplo, o consumo de bebidas alcoólicas enquanto temos uma taxa extremamente elevada de mortes no trânsito derivadas de acidente causados por motoristas embriagados. Poder-se-ia destacar vários outros exemplos, porém é fundamental que a própria sociedade reflita coletivamente sobre essas circunstâncias que acabam lhe trazendo mais dissabores e, no caso do custeio do Estado, mais gastos com a saúde pública.

ⁱ Provocação epistêmica proposta pelo Prof. Marcos Catalan no decorrer da cadeira O Direito e a Sociedade de Consumo no Mestrado em Direito e Sociedade do Unilasalle/Canoas.