

100 Anos de Marketing

J. Roberto Whitaker Penteado

O mercado não foi inventado pelo capitalismo, mas pela civilização. - Mikhail Gorbachev

O “conceito” de Marketing (como dizem os eruditos) completou 100 anos em 2005 – e ninguém comemorou. Embora marquetólogos e marqueteiros, atualmente, prefiram manter um low profile - acho que foi menos por embaraço do que por distração.

Estava pesquisando um livro de história [*], para descobrir quando é que o marketing deixou de ser uma simples forma verbal do idioma inglês, para virar uma ciência, ou mesmo simples técnica/prática, e descobri que “Marketing” estabeleceu-se como disciplina independente – ou idéia, entre 1900 e 1910. Segundo o autor, Robert Bartels, foi nesta fase que o tema passou a fazer parte dos currículos universitários. Ele registra os primeiros cursos de marketing sendo ministrados nas universidades de Pensilvânia (como Products Marketing) (1905), Pittsburgh (1909) e Wisconsin (1910). Entre 1920 e 1930, apareciam os primeiros livros sobre temas específicos de marketing: propaganda e vendas.

Pessoalmente, acho que o marketing moderno nasceu no ano de 1931, quando um executivo da Procter & Gamble, de 27 anos, Neil McEnroy, escreveu um memorando propondo a reorganização do setor de vendas e propaganda em unidades de produtos, ou marcas, criando o que chamamos – no Brasil – de gerências de produto. (Mc Enroy tornar-se-ia, mais tarde, presidente da empresa e, em 1957, secretário de defesa do presidente Eisenhower).

Mas, se o marketing nasceu, nos EUA, como disciplina, em 1905, quando terá nascido no Brasil?

Não há consenso entre os poucos estudiosos. Há duas datas concretas: em 1955, a revista PN (Publicidade & Negócios) publicava um Dicionário de Propaganda, no qual constava o verbete marketing com a significado de comercialização. Em 1956, nos cursos pioneiros de administração de negócios da Escola Superior de Administração e Negócios (ESAN) e da EAESP, da FGV, já existem as disciplinas de marketing. Há quem defenda que o marketing nasceu no Brasil com a montagem do Departamento de Propaganda da GM – que deu origem à nossa primeira geração de grandes publicitários – em 1926. Outra tese interessante é a de que o marketing nasce com a primeira verdadeira pesquisa de mercado, feita para avaliar os hábitos de consumo de café, no Brasil, pela agência Ayer – dirigida por Charles Dulley – para o seu cliente IBC, em 1934. É de se supor que, na década de 30, quando se instalaram aqui as grandes agências – JWT, McCann, Lintas – a palavra marketing já devia ser usada com alguma frequência.

Em 1963, a ADVB de São Paulo realizava o seu primeiro Seminário de Técnica Mercadológica. No ano de 1967, dois eventos importantes: a mesma ADVB cria o seu Curso Superior de Marketing, possivelmente o primeiro do Brasil – e surge a revista Marketing.

Se coubesse a mim definir as datas a celebrar: teria festejado o centenário mundial do marketing em 2005; e, no Brasil, estaria fazendo mais pesquisas, para ver se não dá para descolar, pelo menos, um cinquentenáriozinho para o ano que vem.

[*] Robert Bartels – THE HISTORY OF MARKETING THOUGHT. Columbus, Ohio: Publishing Horizons, 1988

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=30&ID=499>>. Acesso em: 23 jul. 2009.