

2007/2008

J. Roberto Whitaker Penteadó

Faça sempre grandes planos. Não perca tempo com os pequenos. - Daniel Burnham

Esta é a última edição deste Caderno, no ano de 2007, o que quase nos força a olhar para a frente, tentando adivinhar o que 2008 nos reserva, pelo menos nas áreas da nossa atividade profissional em propaganda e marketing.

No que se refere ao marketing (que, por aqui, não é tão bem delineado quanto a propaganda) as indicações são de que as empresas produtoras de bens e serviços deverão continuar vendendo bem os seus peixes e outros atendimentos aos desejos e necessidades dos consumidores brasileiros, cada vez mais numerosos – e exigentes, esperemos. Também espero que não evolua esta triste idéia de “regulamentar” a profissão de marqueteiro, marquetólogo ou seja lá o que for. O pessoal da Gazeta Mercantil veio-me entrevistar sobre isso, na semana passada (há um projeto tramitando em Brasília) e eu respondi, educadamente, que a atividade é demasiadamente diversa e complexa para ser delimitada. Mas a verdade é que, no fundo, essas regulamentações, no Brasil, com raríssimas exceções, só servem para criar reservas de mercado para os incompetentes e cargos burocráticos para apaniguados e pelegos.

Para a propaganda, a agenda será mais movimentada. No primeiro semestre – provavelmente em maio – será realizado o 4º Congresso Brasileiro de Propaganda, uns 30 anos depois do terceiro... Será uma ótima oportunidade para reflexões. Os mais cínicos observam que se deve correr com os preparativos, antes que a propaganda acabe. Mas, na verdade, acho que vamos ter surpresas – principalmente ao verificar que aquela atividade certinha, de criar-produzir-veicular anúncios e campanhas, dos “anos dourados” da segunda metade do século passado, evoluiu para uma miríade de atividades, que o companheiro de ESPM, Francisco Gracioso, tão bem conceituou como “as novas arenas da comunicação”. E que, em lugar de sumir, a nova propaganda vai ressurgir, renovada, para que os seus praticantes realizem muitos outros encontros e congressos.

Um outro aspecto otimista, para 2008, é que a propaganda deverá representar um papel importante nas várias comemorações que vão marcar o 2º centenário da chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro e conseqüente estréia do Brasil entre as nações do mundo moderno. Considero-me, em parte, responsável por isso, por ter chamado a atenção dos colegas – aqui mesmo, neste espaço – ao fato de que, com o surgimento da Imprensa Régia, no Brasil, publicou-se, na Gazeta do Rio de Janeiro de 19 de setembro de 1808, o primeiro anúncio pago: um classificado. Assim, a propaganda brasileira poderá festejar, juntamente com o seu 4º encontro profissional, o bicentenário.

E os jogos olímpicos deverão estimular os investimentos dos anunciantes, nacionais e internacionais, assim como ativar as vendas de receptores capazes de reproduzir a nova TV digital.

Estamos, portanto, todos prontos e dispostos para um bom Natal (na semana que vem) e um ano novo próspero e feliz – se o governo não atrapalhar.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=90&ID=437>>. **Acesso em:** 30 jul. 2009.