

50 anos de vida e propaganda

J. Roberto Whitaker Penteado

No dia 27 de outubro de 1951, Assis Chateaubriand aprovava o projeto de Rodolfo Lima Martensen para a instalação de uma escola de propaganda nas dependências do MASP Museu de Arte de S. Paulo que ficava no grande prédio-sede dos Diários Associados, à rua Sete de Abril.

Por desejo do próprio Rodolfo, essa data foi oficializada como a da fundação da hoje Escola Superior de Propaganda e Marketing e, por essa razão, o seu cinquentenário celebrado no último 27 de outubro.

Sem que os protagonistas tivessem tido consciência do fato, os primeiros 50 anos de existência da Escola definiriam um meio-século extremamente significativo, tanto do ponto de vista de calendário como para a própria propaganda a brasileira, como a mundial. O ano de 1951 foi o primeiro da segunda metade do Século 20 e o de 2001 está sendo-o, simultaneamente, do Século 21 e do Terceiro Milênio.

Para marcar esse evento, Francisco Gracioso, o presidente da ESPM, e eu, redigimos o texto e coordenamos os trabalhos de pesquisa e formatação do livro que acaba de ser publicado, com as assinaturas da Mauro Ivan Marketing Editorial e Editora Referência: Cinquenta Anos de Vida e Propaganda Brasileiras.

Sem pretensões de rigor metodológico que demandaria muito tempo e grandes recursos o livro faz um relato sincrônico dos principais fatos, pessoas, movimentos, modismos, anúncios, comerciais e campanhas que se destacaram nessas cinco décadas. O objetivo é o de mostrar o que vários cientistas sociais já confirmaram: que a propaganda é um fidedigno espelho da sociedade sua contemporânea.

Os capítulos iniciais, contudo, foram reservados para três homens com nomes bastante ligados, não só à Escola como à história da propaganda brasileira: Ricardo Ramos, que foi profissional de criação e professor, descreve a trajetória da propaganda brasileira nos quatro séculos e meio anteriores a 1951 (na verdade a partir de 1808, data do surgimento da Gazeta do Rio de Janeiro, com o primeiro anúncio classificado). Renato Castelo Branco, primeiro presidente brasileiro da J. Walter Thompson, fundador da CBBA e também professor das primeiras turmas, assina um capítulo sobre a contribuição da propaganda para a economia brasileira assunto sobre o qual existem poucos trabalhos (esse fez parte de uma coletânea sobre a história da Propaganda brasileira, anteriormente publicada pelo Ibraco). Finalmente, o citado Lima Martensen comparece com um dos capítulos de seu livro de memórias O Desafio de Quatro Santos: Uma Escola de Devoção ainda o mais completo relato sobre os eventos que resultaram na fundação da ESPM.

O texto das 258 páginas do livro dificilmente poderia ser resumido no espaço dessa matéria. Mas a nostalgia dos anos 50 hoje grandemente romantizados nas lembranças dos sobreviventes transparece nos anúncios impressos de Cafiaspirina, leite Moça, sabonete Gessy, fermento Royal, chapéus Prada e Ramenzoni, perfumes Atkinson e canetas Parker 51. A voz do rádio, embora não se possa ver, é lembrada nas campanhas do talco Ross, do sabonete Eucalol, das lâminas Gillette, do "Trio Maravilhoso Regina" e dos produtos Pond's... Os anos 60 e 70 parecem confirmar a tese, defendida por alguns dos nossos melhores criadores, como Washington Olivetto, de que essa foi a verdadeira época de ouro da nossa propaganda e também o início da era da TV e da TV Globo.

Quatro fotos fecham o registro: publicitários dos anos 50, representados pelos professores da então Escola de Propaganda do MASP, todos de terno e gravata; a diretoria de 1970, do Clube de Criação de S. Paulo, ainda de terno e gravata, mas as camisas já não são brancas; a diretoria do CCSP de 1998, onde só há três paletós e uma gravata e os jovens criativos que foram a Cannes, no ano 2000, sem paletó nem gravata.

Coube-me escrever o capítulo sobre o que deverá ser a propaganda neste século e nele registrei o que tenho pensado há certo tempo: de que o século passado, quando lembrado pelos nossos netos, será como "o Século da propaganda" em especial a segunda metade. Porque o Século 20 caracterizou-se, em quase todo o mundo pelo nascimento e quase-hegemonia da Mídia de Massa, com seus encantamentos sobre os corações e mentes das pessoas. E nela se destacaram, de forma especialíssima, as belas mensagens da propaganda.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=435&ID=75>>. **Acesso em:** 28 jul. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais