

Como Tudo Começou...

J. Roberto Whitaker Penteadó

Cada autor descreve Marketing conforme o seu próprio entendimento- Daniel Portillo Serrano (Portal do Marketing)

Existe algo extremamente peculiar no uso da palavra Marketing na língua portuguesa, que teve algumas conseqüências simplesmente devastadoras em relação a esta atividade, no Brasil.

Em inglês, é comum o uso do gerúndio para designar atividades ou ações. Ele caracteriza-se pelo sufixo -ing. Outras expressões foram traduzidas e/ou adaptadas ao nosso idioma, sem que isso causasse tanto problema. Haveria centenas de exemplos; para citar apenas alguns: publishing, banking, timing, training, advertising – podem ser todos entendidos através de aproximações como edição ou publicação, atividades ou operações bancária, medição (ou comportamento) do tempo, treinamento e propaganda/publicidade. Esta última palavra tem seu aspecto curioso, pois, literalmente, significa “a ação de advertir” – no sentido de comunicar de forma persuasiva – e poderia, na sua aurora semântica, ter sido traduzida como “advertência”.

Mas voltemos ao nosso marketing. Sem qualquer preocupação com a possibilidade de que a palavra seria, um dia, traduzida para os idiomas latinos – como português, espanhol, italiano ou francês – os ingleses do século 13 iam à feira (market ou marketplace) e diziam que estavam fazendo o seu marketing. Se duvida – e tiver o tempo disponível - pode checar na literatura da, ou sobre a época, por exemplo, no livro *As Brumas de Avalon*, de autoria de Marion Zimmer Bradley, que transcorre na Inglaterra daquela época.

Originalmente, portanto, em Avalon, as famílias de Guinevere, Morgana e Lancelot iam fazer o seu marketing quando iam às compras, no mercado (ainda não denominado “super”) – da mesma forma que, do outro lado dos tabuleiros, os plebeus que vendiam suas chicórias, pepinos e alcachofras, também estavam fazendo o seu marketing. Historicamente, seriam “marketeiros” (aargh) tanto os vendedores quanto os compradores. Não é difícil de entender, embora seja – admito – confuso.

Muito bem. Um belo dia, cinco séculos depois, nasceu – também na Inglaterra - a ciência econômica. E seus fundadores, Smith, Ricardo, Bentham e outros resolveram usar a mesma palavra mercado para denominar uma abstração: o conjunto de todas as trocas de bens e serviços.

A esta altura, já deve estar ficando claro o porquê da grande confusão que veio a estabelecer-se. Para as empresas americanas (ou inglesas) que atuavam na primeira metade do século 20 – inclusive a Procter & Gamble -, denominar de marketing o conjunto das atividades que desenvolviam para vender os seus produtos era apenas a coisa mais natural do mundo. Mas não aqui. No nosso mercado incipiente, as poucas empresas que possuíam equipes treinadas e/ou capacitadas de alguma outra maneira, para ir à luta e vender – já estavam bem à frente das outras. E ficaram perplexas, quando chegaram as americanas – com pesquisa, planejamento, venda, distribuição e promoção eficazes.

Claro que precisavam dar um nome à coisa. Escolheram marketing. Foi (mais ou menos) assim que tudo começou...

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=30&ID=493>>.
Acesso em: 23 jul. 2009.