

## **Defenda-se (2)**

*J. Roberto Whitaker Penteadado*

Semana passada, disse porque acho que os p ublicitários devem defender com mais con vicção a atividade da propaganda. Hoje gostaria de falar sobre o marketing.

Ainda mais vilipendiado do que a p ropaganda, o marketing sofre, no B rasil, a pena de ser um estrangeiro incompreendido.

Diga a um inglês ou americano que você é um "profissional de marketing" e ele certamente vai pensar que você é um vendedor. Nos países de língua inglesa, não há "marketi ng cultural" nem "marketing político" - tais expressões são incompreensíveis para quem usa o substantivo market e o verbo marketing desde pequeno, com naturalidade.

Em nosso país, contudo, de coisa incompreensível - nos anos 50 - falso sinônimo de vendas e de propaganda - marketing evoluiu (?), principalmente por obra da imprensa, para um tipo de mágica ou mutreta, coisa de "marqueteiros".

Isso mereceria um artigo à parte. O Globo vem publicando, nas últimas semanas, uma série de anúncios promovendo a nova no vela "Cel ebridade" com anúnci os que fi ngem ser col unas sociais, encimados pela descrição "Projeto de Marketing" - coisa que já criticamos quando foi feita para descrever as matérias pagas financiadas p elas empresas de ônibus do Rio de Janeiro.

Se há alguém que devia contribuir para esc larecer e não para conf undir o p ú blico sobre o verdadeiro papel do marketing é a mídia - e, muito especialmente, as organizações Globo.

Mas, como disse, isso é tema para outro artigo. O de h oje é para reforçar o q ue já d issemos sobre a propaganda: não é nenhuma vergonha trabalhar em marketing. Há, possivelmente, mais gente desonesta no direito e no judiciário, na medicina e até nas atividades religiosas.

O profissional que trabalha em marketing tem de cultivar competências complexas, informação e conhecimentos nas áreas da economia, da história, geografia, direito, psicologia, matemática - e, m uitas vezes, química, agronomia, ge ologia. A arte de aproximar produtores e consumidores, de li dar com os mercados é fundame ntal para o bom fun cionamento da economia e para a geração de riqueza de uma nação, o seu PIB.

O resto é falsa cultura e ressentimento. É m arxismo de botequim e festinha de apartamento, materialismo dialét ico pou co lido e mal- interpretado, "E scola de F rankfurt" über alle s e nenhum desejo de olhar para a realidade do mundo com juízo e equilíbrio.

No mundo inteiro, onde há bom marketing, há progresso.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Defenda-se (2). **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadado**, Rio de Janeiro, nov. 2003. Disponível em <http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=360&ID=180>. Acesso em: 10 mar. 2010.