

Memories

J. Roberto Whitaker Penteadó

Let the memory live again.. Cats

Foram festejados apenas com um pequeno intervalo entre eles os aniversários das duas principais revistas brasileiras sobre marketing e propaganda. Batizadas com títulos pouco originais, porém objetivos Marketing e Propaganda, ambas são publicadas, hoje, pela Editora Referência.

Em parte por coincidência, em parte por teimosia, vejo-me na posição relativamente incômoda de ser o mais antigo jornalista colaborador de ambas.

Esta Marketing, por ser um pouco mais jovem, conheci-a no nascimento. Foi lançada pela ADVB então a Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil substituindo a revista Vendas, que a associação mantivera nos 8 anos anteriores. A profissão já vivia a esquizofrenia de não saber bem onde terminavam ou começavam as vendas e onde terminava ou começava o marketing. Creio que não sabemos até hoje; só que ninguém mais se importa.

Embora oficialmente o editor fosse o artista plástico e curador da Cinemateca paulista, Sergio Lima, os artífices das primeiras edições foram Roberto Simões e Laerte Ferraz. Simões, já falecido, foi um pioneiro do nosso marketing; montou, com Bruno Guerreiro, o primeiro curso de marketing do país nessa mesma ADVB e fazia um pouco de tudo, na associação. A ele entreguei a minha primeira colaboração, ao número 4 da revista, sobre Gerência de Produtos; e também a segunda, sobre Previsões de Vendas, para o número 6. Minha antiguidade é assegurada pelo fato de que nenhum dos colaboradores dos três primeiros números está vivo, com exceção do Roberto Duailibi (seu artigo Criatividade em Marketing saiu no número 3), que contudo optou pela profissão de publicitário.

Laerte Ferraz assumiu a editoria, em seguida, e imprimiu bom dinamismo à revista. Juntos criamos, nos anos 70, uma seção de crítica de propaganda Propaganda em Close-up que nos deu, a ambos e à diretoria da ADVB muita dor de cabeça. Ela foi herdeira da memorável Copiclínica do Dr. LaFonte, da PN dos anos 50, e predecessora de Ponderações, que ainda assino na revista-irmã Propaganda.

Armando Ferrentini a quem a ADVB vendera o título da publicação convidou-me a voltar a escrever em 1979. O cobiçado espaço da última página não estava sendo usado e reinvidiquei-o para mim. Em abril, nascia este Ponto Final, título tão pouco original quanto o da revista, porém definitivo.

Talvez isso interesse a pouca gente além dos meus possíveis biógrafos e pesquisadores bibliográficos mas três dos livros que escrevi nasceram aqui. Previsão de Vendas, de julho de 68, foi editado como texto acadêmico, pela Atlas, em 1971. Marketing no Brasil não é Fácil, publicado neste Ponto Final em junho de 1979, tornou-se livro da LTC, reeditado algumas vezes entre 1982 e 1991. E, finalmente, Os Filhos de Lobato, uma especulação intelectual inspirada pelo centenário do nascimento do escritor, em artigo de maio de 1982, tornou-se projeto de pesquisas para tese de doutorado e virou o livro de mesmo título, publicado em 1998 pela Qualitymark-Dunya.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=165&ID=357>>.
Acesso em: 4 ago. 2009