

## **Quem põe o coelho na cartola?**

*J. Roberto Whitaker Penteadó*

*O universo está cheio de coisas mágicas, esperando pacientemente que nossa inteligência aumente. - Eden Phillpotts (poeta e dramaturgo inglês)*

Nosso publisher, Armando Ferrentini, no seu editorial da semana passada, abordou um assunto antigo – o descrédito da atividade de Marketing, no Brasil – por um ângulo novo: sua atual (e, espera-se, passageira) desqualificação até por empresas que devem ao marketing, praticamente, a totalidade da sua evolução e do seu sucesso nos negócios.

Esta é uma constatação curiosa, que não se pode explicar através de uma análise racional e objetiva, mas apenas por via de considerações psicanalíticas, como às que me referi em artigo recente sobre a atitude de certos publicitários - diante das atuais investidas e invectivas contra a publicidade: sentem que os críticos, no fundo, têm razão, porque não entenderam completamente a função da sua atividade nas sociedades que praticam a economia de mercado.

Assim, também, com o Marketing. Através de um processo perverso de raciocínio – que chamaria de “circular” – e que vem caracterizando a reação dos governos ocidentais (quando imaginam que a solução da crise moral que feriu o sistema financeiro está em entregar a chave do cofre dos dinheiros públicos aos mesmos personagens que violentaram a credulidade dos investidores), tenho ouvido que o caminho para o retorno ao sucesso no mercado passa pela regra simplória do corte de custos e investimentos, mais redução de preços.

Espero que isso passe logo, como a gripe suína (que, ao que parece, não é gripe nem é suína). Mas leva-me a um convite que recebi, do Grupo de Marketing da Bahia, para falar a professores e estudantes de marketing – no Dia do Profissional de Marketing (8 de maio). Significativamente, o taxista que me levou do hotel ao local da palestra, conversando, referiu-se a um “golpe de marketing” de um conhecido dele – o que me fez as minhas unhas se esticarem como as de um gato.

Mas era de um coelho, a imagem com que iniciei o meu Power Point. Disse aos jovens e aos colegas que nós, publicitários e profissionais de marketing, éramos vistos como mágicos por quem não entende o que fazemos (quase todo o mundo).

E que ficassem tranquilos e orgulhosos, porque o Marketing – além de ser coisa séria – não era profissão para qualquer um, quando se leva em conta a extensa lista de conhecimentos e qualificações que deve ter um bom profissional do setor.

Como na citação de abertura, o Marketing é uma dessas mágicas modernas que espera – mais ou menos pacientemente – que as pessoas adquiram a percepção intelectual necessária para entender do que se trata. E – diferentemente do truque de tirar um coelho da cartola – para este, basta encontrar o bicho, e – depois – uma ou outra forma de colocá-lo dentro da peça de indumentária de onde será retirado pelo prestidigitador.

Em relação ao marketing é bem mais complicado. Mas a nós – que o praticamos e dele vivemos – não nos resta outra escolha senão tentar. Sempre.

**Disponível em:** <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?ID=523>>. **Acesso em:** 22 jul. 2009.