

Viagem ao dicionário

J. Roberto Whitaker Penteadó

Jornal do Commercio 9.1.02

Recomendo a todos que instalem, em seus computadores, um Dicionário Aurélio Eletrônico. Refiro-me à versão eletrônica do ³Novo Dicionário Aurélio Século XXI², de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, publicado pela Editora Nova Fronteira. Existe mesmo uma versão para Mac, programado por Rainer Brockerhoff para a Lexikon Informática, que é a que eu utilizo.

Não pense que estou recebendo alguma coisa para fazer esse aparente ³merchandising². O jornalismo moderno é em primeiro lugar serviço aos leitores e venho descobrindo que a presença desse software no meu computador é imensamente útil, numa variedade de situações que não se restringem a verificar se ³atraso² se escreve com s ou com z ou como se soletra exatamente a palavra ³trás².

Por exemplo, no parágrafo anterior, utilizei acho que incorretamente a palavra merchandising. Será que ela está no Aurélio, para verificação? Sem dúvida. Lá está: Designação corrente da propaganda não declarada feita através da menção ou aparição de um produto, serviço ou marca durante um programa de televisão ou de rádio, filme, espetáculo teatral, etc. Mas isso é, como o próprio Aurélio admite, a ³designação corrente². E a designação correta? Pois ela lá está, também, em seguida: Conjunto de atividades direcionadas para colocação, em condições ideais, no mercado, de determinado produto ou serviço com relação a lugar, momento, quantidade e preço. E mesmo a mais-correta-de todas: Esforço promocional, feito nos pontos-de-venda, em que se utiliza displays, cartazes, amostras grátis, etc.

Encorajado por essa amostra de competência, decidi checar como é que esse nosso patrimônio cultural lida com a razão maior da minha vida profissional. Vamos espiar o que é marketing?

Marketing [Inglês] Substantivo masculino Conjunto de estratégias e ações que provêm o desenvolvimento, o lançamento e a sustentação de um produto ou serviço no mercado consumidor. [Ver: composto de marketing.] Isso está tão correto como em uma aula na ESPM, ou na FGV. Mas é oferecida mais uma definição, ³por extensão²: Conjunto de estratégias e ações que visam a aumentar a aceitação e fortalecer a imagem de pessoa, idéia, empresa, produto, serviço, etc., pelo público em geral, ou por determinado segmento desse público. Não está errado e é, de fato, usado no Brasil ³por extensão², embora algumas pessoas menos avisadas achem que marketing só lida com imagem o que não é correto.

O Aurélio continua, esclarecendo que, no Brasil, a palavra ³mercadologia² é a melhor correspondente em português a marketing, por uma questão de uso, não de precisão.

No verbete, há definições para marketing corporativo (é o marketing empresarial); cultural (recurso que consiste em patrocinar ou apoiar atividades culturais e artísticas bravo!); marketing direto (que procura atingir o mercado de forma segmentada e obter respostas diretas e mensuráveis; não utiliza a estrutura tradicional de pontos-de-venda para distribuição de produtos, e, sim, promove a venda através de mala-direta, anúncio com cartão-resposta, telemarketing, etc); marketing verde (marketing ecológico, que visa a atender à demanda e às exigências de um número crescente de consumidores que defendem a conservação do meio ambiente); marketing esportivo (recurso que consiste em patrocinar ou apoiar atletas ou atividades esportivas); marketing institucional (conjunto de estratégias e ações que visam ao fortalecimento da imagem de empresa, organismo, governo, cidade, etc); marketing interno ou endomarketing (Conjunto das atividades de marketing institucional, dirigidas para o público interno da empresa funcionários, fornecedores, acionistas, revendedores, etc.); marketing político (conjunto de técnicas de marketing adaptadas à esfera política, que visam à difusão, sob aspecto favorável, da imagem pública de candidato ou de partido político, esp. em época de campanha eleitoral); marketing share (participação da marca, ou de produto, no mercado em relação a seus concorrentes) e marketing social (o orientado para a promoção de mudanças de comportamento social, em especial nas áreas de saúde, educação, meio ambiente, desenvolvimento social, etc).

Gostei. Para mim, que já vivi tanta incompreensão social e semântica em relação ao marketing, essa viagem ao Aurélio Eletrônico foi um verdadeiro bálsamo. (Fig. Conforto, lenitivo).

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=435&ID=77>>. Acesso em: 28 jul. 2009.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais