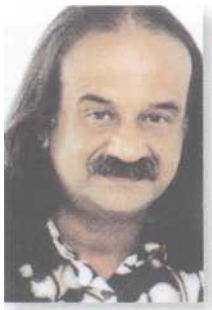

memória • Nelson Cadena
ncadena2006@gmail.com.br

O ranking de meio século

Fotos: arquivo pessoal

O que mudou na mídia brasileira nos últimos 50 anos? Para responder a essa pergunta fomos buscar o ranking de maiores anunciantes do país de 1959, publicado pelo Anuário de Publicidade da revista PN, no pressuposto de que os dados são mais ou menos compatíveis com os números de 1958, não disponíveis. A nossa referência atual é o ranking de anunciantes do Ibope Monitor relativo a 2007, cuja metodologia alguns questionam em relação aos valores de tabela adotados, critério que, para efeitos de uma análise comparativa, não tem maior importância, já que permite avaliar a freqüência de mídia.

É óbvio que a primeira grande constatação é que o varejo, hoje representado no ranking por Casas Bahia (1°), Ponto Frio (14°), Pão de Açúcar (15°) e Insinuante (18°), naquele tempo não era um grande anunciante. Em finais da década de 50 surgiam os primeiros supermercados, não existia a concentração de capitais em torno do negócio nem o conceito de rede. As lojas de departamentos então existentes (Sears, Mappin) vendiam eletrodomésticos numa escala menor do que moda e outros artigos para o lar. O acesso a esses itens de consumo era limitado e, fora todas essas variáveis, quem anunciava era a fábrica e não o ponto-de-venda.

No item de consumo de bebidas, Coca-Cola e Brahma já eram, nos anos 50, grandes investidores em mídia. Figuravam entre os 20 maiores anunciantes do país, como hoje, ainda assim considerando que a Brahma daquele tempo é hoje Brahma, Antarctica (seu maior concorrente na época) e outras marcas embaixo do guarda-chuva AmBev. A indústria automobilística, por sua vez, continua presente na mídia com a mesma força. No ranking de 1958 liderava os investimentos, por setor, com GM, Ford, Willys Overland, Firestone e Goodyear. No ranking atual, cinco marcas também figuram entre os 20 maiores anunciantes. Na era Juscelino o setor crescia em função da industrialização do país, e hoje, por conta da horizontalização da base da pirâmide social.

A novidade no ranking atual é o segmento financeiro, telefonia e estatais de serviços do governo federal. A convergência é a presença da Unilever - mas naquele tempo eram a Gessy e a Lever, então concorrentes - e a sua linha de produtos era exclusiva de higiene pessoal. A curiosidade é a presença no ranking histórico de Arno e Walita, o que nos permite a leitura de liqüidificador como um ideal de consumo daquela geração, como a TV de LCD nos dias de hoje.

Ranking de 1959/Anuário de Publicidade

Lever
Nestlé
Gessy
Sydney Ross
General Electric
GM
Real Aerovias
Ford
Willys Overland
Esso
Gillette
Goodyear
Coca-Cola
Arno
Johnson & Johnson
Walita
Brahma
Kolynos
Shell

Ranking de 2007/Ibope Monitor

Casas Bahia
Unilever
Caixa Econômica Federal
AmBev
Ford
Fiat
General Motors
Vivo
Claro
Colgate/Palmolive
Petrobras
Bradesco
Banco do Brasil
Ponto Frio
Pão de Açúcar
Volkswagen
Coca-Cola
Insinuante
Peugeot/Citroën
Itaú

> Nelson Varón Cadena, autor do livro "Brasil. 100 Anos de Propaganda" e do blog www.almanaquedacomunicacao.com.br/blog

CADENA, Nelson. O ranking de meio século. **Propaganda**, São Paulo, ano 53, n. 691, p. 12-13, out. 2008.