

A valorização da pesquisa sobre propaganda regional

The importance of research on regional advertising

Adolpho Queiroz¹

Este dossiê constitui-se em mais uma alentadora possibilidade de difundir os conhecimentos sobre propaganda regional. A existência de centenas de cursos de graduação sobre publicidade e propaganda no país, a constituição da Rede Alfredo de Carvalho para recuperação da história da mídia no Brasil, e o constante interesse dos pesquisadores e de instituições como a Universidade de Taubaté, têm possibilitado a valorização e difusão das pesquisas sobre propaganda regional no Brasil.

Conseguimos reunir neste dossiê vários textos sobre a importância desse tema. Alguns, produzidos originalmente, outros incorporados a partir de eventos como os da Rede Alcar, mostram de que forma os olhares sobre a propaganda regional têm sido ampliados Brasil adentro.

Veio da profa. Berenice Machado, do Centro Universitário Feevale, Novo Hamburgo (RS), um balanço sobre as temáticas recorrentes das pesquisas sobre propaganda, difundidas nos sete congressos realizados pela Rede Alcar. Como coordenadora do GT de Publicidade – autora de três livros ao longo da sua existência –, ela consegue nos dar uma visão sobre temas, pesquisadores, instituições e interesses sobre a propaganda regional.

Noutro, assinado pela profa. Bruna Guimarães, em conjunto com o jornalista Ricardo Hiar, foi possível conhecer um pouco do desenvolvimento da atividade profissional da propaganda nas cidades litorâneas de Caraguatatuba e de Ilhabela, bem próxima da Universidade de Taubaté. Nesse levantamento pio-

¹ Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), ex-coordenador do GT de História da Propaganda da Rede Alcar e coordenador do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Anhangüera de Piracicaba (SP).

neiro, Guimarães e Hiar mostram as primeiras ações da publicidade numa cidade turística importante do Vale do Paraíba.

A outra contribuição veio sobre as origens da propaganda no rádio, em Blumenau (SC), de autoria do prof. Clóvis Reis, da Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB). Especialista em rádio, Reis tem conseguido produzir boa bibliografia sobre origens e significados da propaganda comercial no rádio catarinense.

E, por fim, há um texto que escrevi para esta edição, mostrando dois pioneiros, em localidades distintas, como São Paulo e Piracicaba. Foi conhecendo um pouco mais o perfil do pioneiro João Castaldi – fundador da Eclética, primeira agência de publicidade na cidade de São Paulo, em 1914 – e de Manoel de Oliveira, o Gaúcho, pioneiro na publicidade de rua – painéis, faixas, outdoors – em Piracicaba, nos anos 50, que concebi esse texto para a revista da Unitau.

Com essas percepções e contribuições, queremos agradecer o convite que nos foi feito por Francisco de Assis, editor e colaborador entusiasta dessa publicação e nosso aluno no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, para que assim procedêssemos.

Boa leitura a todos!