

# cemgrauscelsius

o blog que dá crise renal em quem não tem crise de consciência. comunicação, marketing, publicidade, jornalismo, política. crítica de cultura e idéias. assuntos quentes tratados sem assopro. bem vindo, mas cuidado para não se queimar. em último caso, bom humor é sempre melhor do que pomada de cacau.

quinta-feira, fevereiro 19, 2009

## os "publicitários torradeiras"



*parábola, analogia, apólogo?*

*"torrando a paciência", do sílvio lefèvre, ao tratar sobre o four-fait das modernas torradeiras, acaba servindo para ilustrar bem a postura e o desempenho da maioria dos publicitários de hoje e que será desdobrada na série swamp advertising.*

*aliás, que tipo de torradeira, ou melhor publicitário você é? daquele no ponto? que passa do ponto? ou que nem chega ao ponto? encontre sua definição e depois encane ou desencane na sua voltagem.*

*p.s. há quem diga(entre outras coisas, abonáveis às avessas?) que torro a paciência de muita gente. deve ser porque ainda não queimei a minha resistência.*

*mas vamos ao sílvio:*

" .... Os eletrodomésticos, hoje em dia, são altamente sofisticados, realizando as funções mais complexas ao simples toque de um botão, certo? Errado. A era digital começou em casa com os fornos de microondas, chegou aos telefones, talvez tenha chegado em parte às geladeiras e máquinas de lavar, mas certamente não chegou às torradeiras.

Estou falando daqueles aparelhos que existem desde a década de 50, em que a gente bota dois pães de forma para fazer torrada... e que hoje continuam a funcionar tão mal como os primeiros modelos de que tenho lembranças da minha infância naquela década...

Os problemas continuam sendo exatamente os mesmos: 1) no primeiro uso matinal da torradeira, o primeiro "casal" de pães tende a não torrar nada ou a queimar, nunca obedecendo à regulagem que fazemos; 2) na segunda tentativa, com a torradeira mais quente, também não obedecem à regulagem, quase sempre queimando os pães; 3) a cada nova tentativa é preciso adivinhar qual regulagem de tempo colocar, pois dependendo de quanto tempo se tenha deixado a torradeira desligada no intervalo, a temperatura dela já mudou e o tempo necessário para que a torrada fique no ponto desejado já não é o mesmo; 4) as torradas sempre torram mais de um lado que de outro, e mais em cima ou mais embaixo... jamais por igual; 5) por mais que os fabricantes prometam que é fácil retirar delas a torrada, eu me queimo a cada vez que tento tirar com a mão a torrada feita com aquele pão de forma sem casca, que tem tamanho menor... uso então do perigoso expediente de tirar a torrada com uma faca pontuda, arriscando-me a levar um choque elétrico e ter uma parada cardíaca...

Nos últimos tempos adquiri duas marcas de torradeiras nacionais, diferentes das várias que eu já conhecia, na esperança de que, finalmente, tivesse havido alguma evolução tecnológica neste departamento. Uma delas (Eletrolux) era tão ruim que



Quem sou eu



**celso muniz**

jornalista e publicitário. um batendo no rim do outro. de resto, sujeitinho abusado, do tipo que acha que uma boa ideia ou uma ideia justa não devem ficar de cócoras.

[Ver meu perfil completo](#)

- [paspatur](#)
- [cobranding](#)
- [celso muniz](#)
- [tô ficando arretado](#)
- [misterwalk](#)
- [toco musica de ouvido](#)
- [the othe rsongs](#)
- [ovo do bom](#)
- [biconvexo](#)
- [vou de jeg](#)
- [sente a pua](#)

[Seguir @misterwalk](#)

ps://cemgrauscelsius.blogspot.com/2009/02/os-publicitarios-torradeiras.html

21/11/2023, 18:51

cemgrauscelsius: os "publicitários torradeiras"

simplesmente não torrava nada e a troquei na loja por uma Arno, que mais parece um brinquedo de criança, feito para fingir que torra, pois cada tentativa é uma verdadeira loteria. Até agora, cinco breakfasts depois desta última compra, não consegui comer uma torrada decente. Vou desligar os fios e dá-la para minha netinha brincar de cozinha.

Vou falar com meu amigo de infância, o cineasta Jorge Bodanzky, para ver se ele ainda tem em algum baú (ou museu) um exemplar de uma velha torradeira Faet dos anos 50, que era distribuída então por seu padrao Ludi.

Nós dávamos risada da precariedade e da feiura daquela torradeira em que os pães ficavam presos em duas grades laterais e a gente via tudo que acontecia dentro... Mas era um espetáculo verdadeiramente cinematográfico: as resistências ficando avermelhadas, os pães escurecendo e, de repente, quando a gente via que já estava razoavelmente torrado do lado de fora e o cheirinho estava bom, desligava correndo da tomada, porque nem interruptor ela tinha. As resistências queimavam a toda hora e a gente trocava fácil, porque eram as mesmas dos chuveiros...

O resultado era bem melhor que o das torradeiras importadas que se tinha então, pois não havia outras no Brasil. E bem melhor do que essas torradeiras atuais, com seu design futurista, mas tecnologia do tempo das carroças.

Se alguma daquelas Faet tiver sobrevivido esses cinquenta anos ou mais, eu a recupero na hora. Sim, porque apesar de não ter testado todas as marcas que estão no mercado hoje, já cansei de jogar tempo e dinheiro fora.

Se outros fabricantes quiserem me mandar seus modelos em cortesia para teste, aceitarei de bom grado, mas com a condição de me darem liberdade ampla de crítica e bastante pão para eu queimar sem ter prejuízo. Aviso que não aceitarei subornos para testemunhar em falso sobre equipamentos de jeito moderno mas tecnologia obsoleta. E prometo que se tiver alguma torradeira que passe nos testes eu a compro na hora e divulgo seu bom resultado. Confesso, contudo, que estou muito cético.

Este fato me levou a rever uma convicção que tinha até recentemente, segundo a qual, com a evolução da tecnologia, os problemas dos marqueteiros estavam concentrados nos dois últimos "P" do marketing, ou seja, na promoção (propaganda) e no preço (concorrência acirrada). Achava eu, ingenuamente, que o primeiro P, ou seja, o produto, era um fato consumado, no sentido de que todos os produtos ou quase que se divulgam hoje com marketing sofisticado seriam igualmente avançados.

Este exemplo das torradeiras me revelou, ao contrário, que uma "vestimenta" de marketing sofisticada, através de um design modernoso e descrições fantasiosas da performance de um produto, podem ser apenas um disfarce para encobrir um produto ruim ou envelhecido.

Acham, com certeza, os seus marqueteiros, que caprichando no outro P (praça), o que significa fazer uma distribuição maciça, passa despercebida a péssima qualidade do produto. E, de fato, se o consumidor não tiver opções realmente boas para comparar, fica achando que os produtos são avançados e ele é que é um ignorante ou "analfabeto digital", que não domina a tecnologia.

De minha parte eu posso garantir que, desde os primeiros momentos da informática, sou um apaixonado pela tecnologia e domino muito bem os hardwares e softwares bastante avançados. Que não me venham então torrar a paciência e dizer que eu é que estou obsoleto. Providenciem uma torradeira, ao menos uma, que seja realmente avançada e me permita tomar um café da manhã sem surpresas e sem sustos – e eu pararei imediatamente de torrar as suas paciências com este tema tão prosaico mas ao mesmo tempo tão revelador dos nossos tempos.

Em tempo, acabo de verificar que a marca Faet ainda existe e embora tenha tirado de linha aquela cinquentenária torradeira "do Ludi", finalmente, depois de várias décadas sem oferta de torradeiras, acaba de lançar uma nova. Será que, com este tempo todo, os pioneiros evoluíram e conseguiram passar na frente dos concorrentes? Eu tenho minhas dúvidas, porque, pelo que vi no site, a nova Faet tem o mesmo jeito moderno, mas simplório, das outras que já testei e reprovei. E não vou pagar para testar mais essa. Prefiro comer pão amanhado."

Now playing: [Drive-By Truckers - The Three Great Alabama Icons](#) via [FoxyTunes](#)

Postado por [celso muniz](#) às 10:02 PM

Marcadores: [apologo](#), [pão](#), [publicitários](#), [torradeiras](#)

### Arquivo do blog

- ▶ [2018](#) (7)
- ▶ [2017](#) (45)
- ▶ [2016](#) (16)
- ▶ [2015](#) (58)
- ▶ [2014](#) (86)
- ▶ [2013](#) (36)
- ▶ [2012](#) (96)
- ▶ [2011](#) (34)
- ▶ [2010](#) (34)
- ▼ [2009](#) (43)
  - ▶ [novembro](#) (2)
  - ▶ [outubro](#) (5)
  - ▶ [setembro](#) (7)
  - ▶ [julho](#) (3)
  - ▶ [junho](#) (3)
  - ▶ [maio](#) (6)
  - ▶ [abril](#) (7)
  - ▶ [março](#) (6)
  - ▼ [fevereiro](#) (2)
    - os "publicitários torradeiras"
    - [antecedendo swamp advertising ou flexibilização é ...](#)
  - ▶ [janeiro](#) (2)
- ▶ [2008](#) (118)
- ▶ [2007](#) (218)
- ▶ [2006](#) (637)
- ▶ [2005](#) (960)