

100ª Edição: A Jornada do Boletim MarkEsalq

Jeniffer de Souza França

1. Introdução

Desde sua criação, o Boletim MarkEsalq tem buscado transformar o conhecimento técnico em uma linguagem acessível e dinâmica, aproximando temas de marketing a públicos diversos, sejam eles profissionais do setor, acadêmicos ou interessados no assunto. Ao atingir a marca das 100 edições, o Boletim MarkEsalq celebra uma trajetória de contribuição relevante para o campo do marketing em seus diversos segmentos.

Mais do que um boletim voltado ao marketing, o periódico abrange diversas áreas, explorando tendências, inovações e estratégias aplicadas em contextos variados. Assim, o Boletim MarkEsalq desempenha um papel fundamental na democratização do conhecimento, tornando acessíveis conteúdos que, muitas vezes, ficam restritos a públicos específicos, conectando teoria e prática para diferentes perfis.

Em sua centésima edição, observa-se que cada publicação trouxe reflexões e informações práticas sobre marketing aplicado a produtos e serviços, ampliando o impacto do boletim para além do setor agroalimentar. Essa conquista representa o esforço contínuo de muitos membros do MarkEsalq e colaboradores que, ao longo dos anos, contribuíram para fortalecer o papel desse recurso como fonte confiável e acessível de conhecimento.

2. Desenvolvimento

O Boletim MarkEsalq surgiu em 2013, como uma iniciativa pioneira do grupo MarkEsalq para preencher uma lacuna: a falta de um canal acessível que discutisse de forma prática e dinâmica o marketing aplicado a diversas áreas, especialmente em setores como o agronegócio. O projeto começou com publicações simples, focadas em temas específicos, mas logo ganhou corpo e se transformou em um canal confiável e bem estruturado, reconhecido por sua abordagem direta e fundamentada.

Desde então, o Boletim evoluiu de maneira expressiva, incorporando novos temas, formatos e ampliando seu alcance. Ao longo dos anos, ele passou a abordar uma variedade de produtos e serviços, trazendo ideias sobre marketing de alimentos, commodities, branding, inovação, e até temas voltados ao comportamento do consumidor. Em cada edição, houve a expansão das fronteiras do conhecimento, mostrando que o marketing vai além de produtos e tem relevância em inúmeros contextos.



Figura 1: Segunda edição do MarkClass

Fonte: Elaborado pela autora



Figura 2: Mesa redonda na terceira edição do MarkClass

Fonte: Elaborado pela autora

Assim, ele explora questões práticas e conceitos que podem ser aplicados diretamente, como o estudo sobre a valorização da marca de produtos locais, que trouxe informações úteis para pequenos e médios produtores; ou a análise de tendências de consumo, que pode ajudar empresários e gestores a repensarem suas estratégias em tempos de mudanças no mercado.

Além disso, o Boletim tem sido um espaço de aprendizado e de expressão para estudantes que, em sua maioria, têm a oportunidade de participar como autores, pesquisadores e colaboradores. Esses alunos não apenas compartilham suas pesquisas, mas também desenvolvem suas habilidades de comunicação, escrita e análise crítica, preparando-se para atuar em um mercado dinâmico.

O impacto do Boletim MarkEsalq vai além da disseminação de conhecimento, ele fortalece a comunidade e cria uma rede de indivíduos e instituições engajados em compartilhar, aprender e aplicar o marketing em diferentes contextos. Com isso, o Boletim se torna um canal de troca de ideias, contribuindo para um mercado mais consciente e conectado com as necessidades e tendências do mundo atual.

A seguir, alguns colaboradores compartilharam seus depoimentos sobre o Boletim MarkEsalq, destacando suas experiências e a importância dessa iniciativa ao longo dos anos.

"A iniciativa de criar um canal de informação oficial e contínuo do MarkEsalq nasce juntamente com a sua missão de gerar e disseminar conhecimentos sobre marketing e gestão. Em parceria com uma TV de Piracicaba começamos a gravar vídeos curtos de um minuto falando sobre o marketing de commodities e alimentos como laranja, café, carne, soja, entre outros. Com os vídeos surgiu a ideia de materializar o conteúdo no formato de um texto enxuto, objetivo e em uma linguagem acessível e interessante para todos. A primeira coordenação foi da Isabella e contou desde o seu início com a diagramação e design do Emílio Moretti, parceiro e incentivador de todas as atividades realizadas pelo grupo, e da revisão atenta do também coordenador e idealizador da iniciativa, o prof. Hermes Moretti. Outro princípio que norteou o seu início e permanece até hoje é o protagonismo e o foco no aluno. Além de convidados externos, os boletins são propostos e escritos por alunos, sempre com o intuito de oferecer uma oportunidade para que ele desenvolva habilidades criativas e de escrita, deixando registrado sua atividade para que seja posteriormente valorizada e compartilhada de forma pessoal e profissional. Deixo aqui os meus agradecimentos a todos que puderam contribuir de alguma forma com o nosso querido Boletim MarkEsalq: coordenadores, autores, leitores, incentivadores e divulgadores da iniciativa. Vida longa para ele! Até o boletim 200!" **(Professor Doutor Eduardo Eugênio Spers, idealizador e editor)**

"Os Boletins MarkEsalq contribuem para o desenvolvimento e a difusão de conhecimentos de Marketing aplicados ao Agronegócio e às organizações em geral. Alunos, professores, pesquisadores e profissionais experenciam produzir boletins alinhados a temas atuais e relevantes, com muita competência, rigor e propósito. Tem sido um privilégio poder contribuir como um dos Editores dos Boletins MarkEsalq, neste momento tão especial de alcance da nossa centésima publicação. Parabéns e sucesso!" **(Professor Doutor Hermes Moretti Ribeiro da Silva, idealizador e editor)**

"Há quinze anos a Moretti Design constituiu uma parceria estratégica com a Esalq/USP para introduzir o design como ferramenta transformadora. A Moretti Design é responsável pela identidade visual do Markesalq, COMA e Boletins Markesalq. Tais atividades permitiram expandir o design para outros projetos da Esalq, como o LASTROP, GELQ, GEPHAC, Grupo Florestal Monte Olimpo e NEW FOR entre outros. Realizamos palestras e workshops práticos para difusão do design como linguagem transformadora. **(Emílio Moretti, Moretti Design)**

"Ser coordenadora do Boletim MarkEsalq foi uma experiência extremamente gratificante e de constante aprendizado. A organização das postagens mensais, o lançamento do segundo volume do livro e a participação no primeiro evento dedicado ao Boletim, agora chamado MarkClass, marcaram minha trajetória de forma especial. Cada boletim, com suas contribuições de acadêmicos e profissionais, é uma peça importante desse legado, e me sinto orgulhosa por ter feito parte dessa história do MarkEsalq." **(Pryscilla Maria da Silva, ex-coordenadora)**

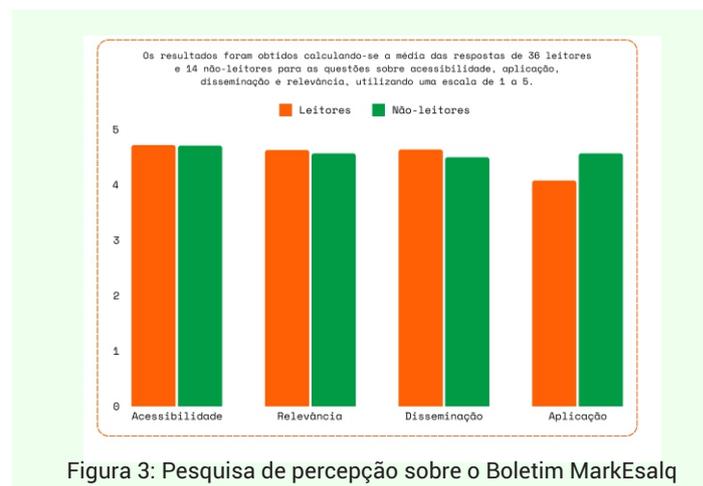


Figura 3: Pesquisa de percepção sobre o Boletim MarkEsalq

Fonte: Elaborado pela autora

3. Estudos de Caso

3.1. Caso: MarkClass

O MarkClass surgiu como uma extensão dos objetivos do Boletim MarkEsalq, fortalecendo seu propósito de democratizar o conhecimento em marketing por meio de um formato mais interativo e dinâmico. Ao invés de apenas divulgar os conteúdos das edições, o MarkClass transforma o conhecimento compartilhado em experiências vivas, onde estudantes, autores e especialistas se reúnem para discutir e expandir as ideias apresentadas nos boletins.

Em cada edição do evento, é escolhido um boletim cujo autor é convidado a apresentar seu tema. Além disso, um especialista da área, seja um acadêmico, profissional do mercado ou consultor, participa da mesa-redonda para enriquecer o debate com perspectivas e experiências. Essa dinâmica de troca traz profundidade ao conteúdo, permitindo que os participantes explorem o tema em um nível mais detalhado e interativo. Para o autor, a oportunidade de discutir seu artigo em público é valiosa para aprimorar suas habilidades de comunicação e obter feedback direto sobre sua pesquisa.

O impacto do MarkClass pode ser medido além do conteúdo oferecido: ele fortalece a comunidade ao criar um espaço colaborativo onde alunos, pesquisadores e profissionais se encontram para debater ideias e trocar conhecimentos. Essa interação amplia a relevância dos temas abordados, ajudando a contextualizar o marketing em relação a novas tecnologias, práticas de mercado e transformações sociais. Ao promover uma troca rica e acessível, o MarkClass faz jus à missão do Boletim MarkEsalq, transformando conhecimento teórico em discussões aplicáveis, que contribuem para o desenvolvimento profissional e pessoal de todos os envolvidos.

3.2. Artigo Publicado sobre o Boletim MarkEsalq

O impacto do Boletim MarkEsalq no setor agroalimentar foi recentemente analisado em profundidade no artigo acadêmico "Democratização do Conhecimento em Marketing Agroalimentar: Impactos do Boletim MarkEsalq", escrito por Jeniffer de Souza França. Este trabalho foi apresentado no VII Congresso de Marketing em Alimentos e Agronegócios (COMA) e no 32º Simpósio Internacional de Iniciação Científica da USP (SIICUSP).

O estudo evidencia como o Boletim se consolidou, ao longo dos anos, como uma ferramenta confiável e acessível para a disseminação de conhecimento em marketing, com foco não apenas no setor agroalimentar, mas em diversos segmentos. A pesquisa analisou a percepção dos leitores, destacando como a clareza e a acessibilidade do conteúdo foram altamente reconhecidas, características que garantem o valor da publicação entre especialistas e iniciantes no setor.

Além disso, o artigo sugere um próximo passo para maximizar o impacto do Boletim: desenvolver estratégias que incentivem o uso prático das informações fornecidas. A proposta é que, além de informativa, a publicação se torne uma ferramenta ativa na aplicação de conhecimentos em projetos, estudos e práticas profissionais. O estudo ainda aponta a importância das novas tecnologias e plataformas digitais, que ampliam o alcance e promovem a inclusão de diferentes públicos no debate sobre práticas modernas, principalmente no contexto agroalimentar.

No gráfico a seguir, é possível analisar o resultado da pesquisa aplicada nos 50 respondentes, onde foi avaliado seu nível de percepção em relação à acessibilidade, relevância, disseminação e aplicabilidade.

4. Sumarizando

Ao alcançar sua 100ª edição, o Boletim MarkEsalq reafirma sua trajetória de sucesso como uma ferramenta valiosa na difusão de conhecimentos de marketing. Desde sua criação em 2013, ele vem abrindo espaço para discussões que vão desde o marketing agroalimentar até práticas de mercado e inovações em diversos setores. Refletindo o compromisso em abordar temas atuais de maneira acessível, permitindo que leitores de diferentes áreas possam se atualizar e aplicar esses conceitos em seus contextos profissionais.

Esse marco é um testemunho da dedicação coletiva ao longo dos anos: coordenadores, autores, revisores e apoiadores trabalharam para manter o Boletim relevante e fiel à sua missão. Os estudos de caso apresentados, como o evento MarkClass e os artigos acadêmicos desenvolvidos, destacam a capacidade do Boletim de transcender o papel de informativo e se tornar uma plataforma para o desenvolvimento acadêmico e profissional. A partir dessa base sólida, o Boletim MarkEsalq se projeta para um futuro de impacto crescente, continuando a inspirar, informar e conectar diferentes públicos ao universo do marketing.

Chegar à 100ª edição é um feito coletivo, resultado do trabalho árduo e do comprometimento de todos que, em algum momento, contribuíram para o Boletim MarkEsalq. Um agradecimento especial vai para os coordenadores, que lideraram cada edição com zelo e inovação; para os autores, cujas ideias deram vida e relevância ao conteúdo; e para os leitores, incentivadores e parceiros que ajudaram a expandir o alcance do Boletim.

Olhando para o futuro, as projeções são animadoras. O Boletim planeja expandir suas edições temáticas, aumentar o número de eventos como o MarkClass e continuar incentivando a criação de conteúdos inovadores e acessíveis. As próximas edições buscarão abraçar ainda mais áreas do marketing, sempre visando tornar o conhecimento relevante e aplicável para a sociedade. Que venham as próximas 100 edições, repletas de novos desafios, descobertas e, principalmente, de um impacto crescente no setor!

5. Referências Bibliográficas

BOLETIM MARKESALQ. Disponível em: <<https://www.markesalq.com.br/boletim-markesalq>>. Acesso em: 28 ago. 2024.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <<https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2024.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7237618/mod_resource/content/1/Marina%20Marconi%2C%20Eva%20Lakatos_Fundamentos%20de%20metodologia%20cient%3ADfca.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2024.