Os profissionais do futuro
Humberto Mendes

“No dia 4 de outubro nosso propmark publicou um brilhante artigo de Júlio Ribeiro sobre as agências do futuro e, então, fiquei com vontade de escrever sobre o que espero dos profissionais que vão ‘tocar’ as nossas agências no futuro: vivo conversando com os estudantes de propaganda em universidades por esses brasís afora, sobre os mais variados temas, e estou entregando cópias deste artigo do Júlio, para que a ‘estudantada’ entenda que as agências de propaganda precisam continuar existindo, ou não teremos comunicação de qualidade amanhã.

Como um velho contador de histórias, procuro lhes mostrar como a nossa atividade foi construída com base na ética, no compromisso de respeito ao ofício e na prática do profissionalismo em tempo integral por grandes nomes como Renato Castelo Branco, Caio Domingues, Gerard Wilda, Otto Scherb, Rodolfo Lima Martensen, Armando D’Almeida, Italo Ebole, Emil Farah, Antonio Nogueira, Italo Bianchi e tantos outros, para citar apenas alguns que já não estão entre nós.

Falo também sobre os grandes profissionais vivos e só não cito os seus nomes aqui neste texto, porque, conhecendo sua grandeza e humildade, sei que certamente dispensariam a citação.

Nossos jovens querem saber muitas coisas sobre os quatro congressos de propaganda já realizados até aqui e tudo o que esses grandes eventos nos legaram, e aí é uma grande oportunidade para falar de Conar, IVC, códigos, compromissos, acordos, leis e dispositivos legais que muito contribuíram para transformar a propaganda brasileira numa das melhores do mundo.

Procuro mostrar-lhes que na propaganda do futuro não haverá lugar para amadores, porque, neste terceiro milênio, é preciso optar por um profissionalismo que anda na velocidade de um avião a jato, enquanto os que escolherem o amadorismo, com todos os seus malefícios, vão andar lentamente, (e ainda bem) a passo de tartaruga e, como geralmente os mais novos conhecem os dois, avião e tartaruga, fica fácil demonstrar e explicar-lhes as diferenças.

Os jovens estudantes de comunicação questionam, cobram posturas éticas na profissão e teve um deles, num dia desses, que me disse: a razão tem que ser precedida da ética. Eles se interessam muito, assimilam e interagem sempre com boas colaborações e perguntas inteligentes e pertinentes.

É claro que perguntas tolas, chatas e quase infantis sempre aparecem, mas felizmente são poucas e até normais na sua idade, mas todas acabam sendo esclarecidas com mais ternura do que dureza, para que não se repitam amanhã.

Tem também um assunto que está muito em moda atualmente, que é a preocupação com o meio ambiente a sustentabilidade socioambiental e não é para menos.

Sem querer ser alarmista, percebe-se que a cada dia piora a qualidade de vida, não só nas grandes cidades, mas também no interior, em razão do efeito estufa, do desmatamento desbragado, das queimadas sem planejamento, da ocupação desenfreada dos mananciais e, principalmente, da falta de consciência do ser humano, que, na sua maioria, não tem um mínimo de respeito pelo meio ambiente onde vive e, a consequência disso, é que dentro de pouco tempo não mais teremos ar para respirar e água para as mais comezinhas necessidades, enfim, corremos o sério risco de não ter mais nada daquilo que precisamos para sobreviver num mundo pouco habitável, principalmente para as futuras gerações das quais eles, os nossos jovens, têm consciência de que são parte integrante.

Esse tema tem sido bastante trabalhado nessas nossas conversas nas faculdades, com enfoque específico: “Vocês que serão os profissionais de propaganda de amanhã, vocês que

Transcrição de artigo e exclusivamente para fins educacionais

vão criar e trabalhar a informação, e as ideias, têm que assumir, desde já, um sério compromisso com a sobrevivência do planeta e do ser humano...".

Normalmente encerramos esses encontros deixando com os jovens esta proposta para reflexão: "Plante uma árvore ainda que você não vá andar na sua sombra".

Eles entendem e se preocupam tanto com o tema, que em algumas dessas reuniões continuamos a discutir o assunto por horas, até a exaustão. O interesse de nossos jovens é tão grande que me leva a acreditar, sinceramente, que no futuro teremos não só bons profissionais, mas, principalmente, seres humanos de qualidade.

E o que a propaganda tem a ver com isso? Temos tanto a ver com isso que faço um apelo a você que está lendo este meu humilde textinho: nunca deixe de emprestar um pouco de seu know-how para os nossos futuros profissionais, nas faculdades, nos estágios e onde mais for necessário, através daquelas palestras que eles sempre nos solicitam, mas que 'nunca temos tempo para atender'.

Afinal são eles que vão tocar o negócio da propaganda e a vida no futuro."

Fonte: Propmark, São Paulo, 15 nov. 2010, p. 12.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais