

A Semana chegou

Armando Ferrentini

1. Tem início nesta segunda (9) no Teatro Raul Cortez (Fecomércio), em S. Paulo, a 24ª Semana Internacional da Criação Publicitária, tradicional evento promovido pela Editora Referência Ltda. e que ano após ano tem reunido grande número de profissionais (mais de 500 na atual versão) que hoje não pertencem somente à área de criação das agências, no sentido estrito do termo.

Com o desenvolvimento da atividade e a expansão do conceito criativo para não só os demais setores de uma agência de publicidade, como também passando a ser aplicado nos meios, nas produtoras e fornecedores do mercado, além – eureka! – da sua adesão pelos próprios anunciantes, a Semana da Criação passou a reunir em seu grande público espectador e igualmente dentre os seus palestrantes, representantes dos mais variados segmentos que integram a comunicação do marketing.

Estimulados por uma campanha publicitária criada pela BorghiErh/Lowe, os mais de 500 profissionais inscritos, que lotarão o Teatro Raul Cortez, terão a oportunidade de ver e ouvir sobre novidades que dizem respeito ao seu trabalho e que não param de chegar ao mercado, aquecido aqui no Brasil em virtude da conjunção de muitos fatores positivos e altamente estimulantes para o seletivo grupo de criativos e de fazedores que, um dia, também em nosso País, já foram chamados de profissionais da prosperidade.

Nesse grupo, que no Brasil soma entre 50 e 60 mil profissionais, incluem-se como já vimos e prosseguimos vendo, homens e mulheres das mais diversas especialidades necessárias ao produto final bem elaborado, que compõe o conteúdo comercial da mídia, hoje com ocupação de espaço e tempo em fuga dos modelos tradicionais que forjaram o glamour da atividade publicitária nas décadas de 70 e 80 em todo o planeta.

Para eles se dirigirão, a partir desta noite e até a próxima sexta-feira, com encerramento do festejado Washington Olivetto, outros profissionais vencedores, cada qual com extenso portfólio e densa história de sucesso e liderança onde atuam.

2. A presença de Emma Cookson, chairwoman do escritório nova-iorquino da rede BBH (Bartle Bogle Hegarty), convidada da Neogama/BBH, merece importância especial por se tratar da única mulher palestrante da Semana, remetendo-nos a uma reflexão: por que a indústria da propaganda brasileira da atualidade, vivendo seus melhores momentos e registrando records sucessivos de faturamento, além de continuar ganhando prêmios no exterior, tem pouquíssimas representantes no seu comando?

Curiosamente, as agências, em sua grande maioria, têm mais mulheres do que homens nos seus quadros, mas o comando é em geral masculino.

O tema é polêmico, mas necessário para provocar uma análise do próprio meio, a partir da qual as mudanças começam a ocorrer e ganhar corpo.

Se em outros segmentos da atividade econômica, a mulher tem avançado na sua conquista pelo número 1, por que entre nós o fato é exceção?

Trata-se de uma discussão em aberto. Aceitamos opiniões dos leitores (só para provocar: e leitoras), para uma possível análise mais adiante, caso o material que venha a chegar justifique o enfoque.

3. Era para sair em Frases, nesta página, mas o sofrimento é tão intenso e continuado que preferimos registrar neste outro lado da página, uma das sínteses de torcedores palmeirenses, verdadeira pérola matadora: "O Palmeiras voltou a ter a cara do Mustafá".

Se é que nos entendem os leitores não palmeirenses, trata-se do homem que graças a uma resistência física incalculável, ronda a alta direção do clube desde os anos 60, ocupando importantes cargos e chegando à presidência do Campeoníssimo.

Autor da frase e da prática do discutível bom e barato, Mustafá Contursi tem sido apontado por muitos como a maior causa das tragédias esportivas que vitimam seu clube.

Afirmam que poderia escrever um livro intitulado "Vim para confundir, não para esclarecer", mas o saudoso Chacrinha apropriou-se da expressão no passado, embora em tom de pilhéria.

Mustafá Contursi tem – segundo os mais aficionados palmeirenses – a incrível capacidade de conturbar tanto na oposição como na situação.

Fonte: Propmark, São Paulo, 9 maio 2011, p. 2.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais