

Dez diretrizes para o profissional do futuro

Andrea Martins

Apresentado durante o V Congresso, estudo global comandado pela ESPM traça as novas demandas do mercado de comunicação



Profissionais participam da Comissão 1 do V Congresso Crédito: Eduardo Lopes/Divulgação

Para entender como as principais escolas de comunicação do planeta estão preparando seus alunos para o mercado da comunicação e definir as principais diretrizes dos profissionais nos próximos cinco anos, a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) comandou uma pesquisa global envolvendo professores e ex-alunos de oito escolas e universidades de comunicação de vários países. O trabalho foi apresentado durante a Comissão 1 do V Congresso da Indústria da Comunicação, que acontece até a próxima quarta-feira, 30, no WTC, em São Paulo.

Realizada pela empresa de pesquisa Limo, a Pesquisa “Beta e Bravura” levantou dez drivers importantes na formação dos profissionais que chegarão às agências de propaganda e empresas de comunicação nos próximos anos. Segundo o levantamento, os profissionais do futuro devem ter “Postura Crítica” e “Pensamento Complexo”. Por conta da grande oferta de informações, é necessário saber fazer a “Curadoria de Conteúdo”.

Investir em novas “Formas e Contextos”, ampliar a “Formação de Repertório” e aprender a “Lidar com a Frustração” também foram pontos destacados no estudo. A “Formação Beta”, que pede atualização contínua; o “Empreendedorismo”; a abertura de “Diálogo com o Mercado” e, por fim, a “Formação Individual” fecharam a lista de diretrizes para os profissionais que vão ingressar na profissão nos próximos anos. A pesquisa foi apresentada pelo diretor da ESPM, Luiz Fernando Garcia e entrevistou professores de escolas globais como a Miami Ad School, a Berlin School Creative Leadership, a Virginia Communications University e a própria ESPM.

Para debater os tópicos, a Comissão presidida por Armando Ferrentini, da Editora Referência, chamou à mesa publicitários de diversas agências, como Hugo Rodrigues (Publicis), Fernanda Romano (Naked), Paulo Zoéga (QG Comunicação), João Livi (Talent) e Márcio Santoro (Africa). Judith Brito, presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ) também participou da mesa.

“Nossa formação precisa ser contínua”, destacou Fernanda Romano, referindo-se aos profissionais que já atuam no mercado. Hugo Rodrigues falou sobre a necessidade de atualizar os métodos acadêmicos. “O mundo mudou e a formação não mudou”. Para Márcio Santoro, copresidente da Africa, a administração de talentos é um desafio para os próximos anos para evitar a rotatividade de profissionais. “O RH é tão importante quanto o diretor de mídia ou de criação. É onde vamos tratar nosso maior bem, as pessoas”.

Entre as sugestões recebidas pela internet, a Comissão abordou temas como estágio obrigatório para os estudantes, cota de professores-profissionais nas escolas e formação mais abrangente nas universidades. A partir de quarta-feira, 30, todo conteúdo da pesquisa estará disponível em um perfil do V Congresso no Facebook. Um resumo do estudo também será apresentado durante o Festival de Criatividade de Cannes, no mês de junho.

Fonte: Meio & Mensagem. [Portal]. Disponível em:

<<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2012/05/28/Dez-diretrizes-para-o-profissional-do-futuro.html>>. Acesso em: 29 maio 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.