

Dezembro - dia 15

MICHAEL PAGE	PROXIMA	15/12/2011	"EU NÃO NASCI DIGITAL"	COMPORTAMENTO/62 A 65
--------------	---------	------------	------------------------	-----------------------

COMPORTAMENTO

"EU NÃO NASCI DIGITAL"

Profissionais experientes do mercado contam como superaram a fronteira do off-line e se integraram também ao ambiente digital

Por Vanessa Domingues



ilustração: Shutterstock

á no passado, quase que integralmente o ano analógico de 1998, a canção "Pela internet", de Gilberto Gil, dava a dica do que era o máximo (no sentido literal e metafórico) da modernice: criar um website ou, se preferir, fazer uma homepage. Os brasileiros descobriam, aos trancos e solavancos, um "admirável mundo novo". Nos anos 2000, a possibilidade da navegação como estilo de vida gerou um tsunami sem precedentes, e fato é que essa tal

"infomaré" ainda não baixou – nem nunca o fará... Quem nasceu depois da tempestade digital – a popular geração Y – não teve com o que se preocupar: já veio com o software de surfista instalado e livre de vírus. Mas e quanto aos baby-boomers e veteranos da geração X, que viram a chave geral na posição "off"? Pois de duas uma: quem não se digitalizou já se afogou (ou procura desesperadamente por uma plataforma de salvação); quem nadou a favor da correteza hoje anda dando aula de como se equilibrar na prancha.

Intimidade ou necessidade

"Entre no mundo digital por volta de 1995, quando a web não era nem 1.0; era no máximo 0.1", brinca Bob Wollheim, sócio-fundador da Sixpix e CEO da Appies. "Numa visita aos Estados Unidos, vi a internet. Foi uma oportunidade que passou na minha frente e eu mergulhei de cabeça. Fechei a empresa anterior e comecei a trabalhar com isso. A melhor coisa que fiz na vida! Foi paixão, mais que isso, amor ao primeiro clique", conta Wollheim, hoje com 49 anos.

Afinidade com a web também motivou Leonardo Oliveira, 33 anos, diretor de produção digital da Africa, a aderir ao universo "on". Em 1996, quando deu início à graduação em Publicidade e Propaganda, direcionou toda sua pesquisa e produção acadêmica para assuntos relacionados à internet, e não mexeu mais no leme. "No meu primeiro estágio, vi que o site da agência estava abandonado. Propus ao diretor de criação, e dono, que investisse na minha capacitação, com cursos de programação HTML e produção de websites. Em retorno, eu ficaria responsável pela gestão e atualização do site da empresa", diz. Sim, o chefe topou e deu no que deu. "Nem hou-

ve adaptação; o aprendizado é constante e ininterrupto", adiciona.

Com Sandro Rosa, 36 anos, diretor de criação digital da Almap, as necessidades no "off", mais especificamente nos pontos de venda, levaram à conexão. "Há sete anos, ainda na DM9, eu me aproximei da área digital para aprender sobre tecnologia, softwares e, assim, tornar os pontos de venda novamente empolgantes para clientes e consumidores. A partir daí, passamos a produzir outdoors com movimento, painéis digitais e muito mais", recorda Rosa. E completa: "Quando há interesse no que se faz, a adaptação acontece naturalmente. É como andar de bicicleta: no início é difícil, mas basta pegar confiança para nem notar a ausência das rodinhas".

"Não tive tempo de adaptação. O aprendizado é constante e ininterrupto"

Foto: Divulgação



Leonardo Oliveira, diretor de produção digital da Africa

PROXIMA Dezembro 2011 63

COMPORTAMENTO

Um mundo que não é deles. Será?

Por opção ou falta dela, aos profissionais da comunicação só resta assumir seu novo estado civil: online. "Ou a pessoa entende do digital ou morre", fala, em tom descontrado, Fernanda Flandoli, 42 anos, vice-presidente de estratégia da Rede106. Amiga do peito da tecnologia desde sempre, Fernanda viu as cartas que a internet deixou à mostra e fez as jogadas sem blefe. "A vida fica uma delícia com as plataformas digitais. Quem dera no passado eu tivesse tido acesso a tudo o que meus três filhos desfrutam hoje. Havia, na época, seis, sete canais abertos. Durante muito tempo, trabalhávamos restritos a isso. Agora é bem diferente. As possibilidades são infinitas", comenta. Mas o digital não revolucionou apenas sua carreira... "Foi nesse meio

"Ou a pessoa entenda do digital ou morre. As possibilidades agora são infinitas"

relacionar com as pessoas. O Facebook trouxe de volta muitos que, um dia, passaram pela minha vida. Restabelecer esses contatos me fez retomar o passado e os acontecimentos que me definiram. Essas pontes de relacionamento estão me permitindo ampliar a manei-



Foto: Divulgação

que conheci meu marido e ganhei meus três filhos: a mais velha tem 11 anos e os gêmeos, 10”, revela.

Leonardo Oliveira, da Africa, também não hesita em destacar as transformações profissional e pessoal advindas com a web. “A revolução digital mudou o modo como lançamos e consumimos produtos, serviços e informações. E acredito que estamos só no começo. Sou um entusiasta do digital e de tudo o que ele nos proporciona. Alterei meus hábitos de comprar, de ler, de ouvir música e até de me

ra como vejo as novas perspectivas e oportunidades”, afirma.

Seguindo a linha de raciocínio de Oliveira, Bob Wollheim também acredita que o online mudou tudo. “Eu me encontrei no caos do digital, na liberdade oferecida e nas enormes janelas que se abrem. Acho fascinante fazer parte dessa incrível era de transformação da civilização. Fui longe, mas penso mesmo que os impactos do digital serão muito maiores do que imaginamos – e para melhor”, como ressalta o CEO da Appies.



Fernanda Flandoli, vice-presidente da Rede106



Moacyr Netto, diretor de criação da DM9

Digitaliza já!

Não é segredo que os jovens, aqueles da geração Y, têm mais intimidade com a internet e seus derivados (até porque não viveram no tempo em que trabalhos escolares eram feitos com informações colhidas nas enciclopédias ou mensagens de amor e amizade chegavam via correio não eletrônico), mas só fica analógico quem quer, na opinião de Moacyr Netto, 34 anos, diretor de criação e integração da DM9. “É preciso enxergar o digital como parte da vida. A melhor maneira de aprender as possibilidades do Foursquare, por exemplo, não é estudando a teoria, mas fazendo os check-ins. É como uma relação a dois: a intimidade vem da convivência. O complicado é forçar uma aproximação sem conhecer de verdade o outro lado”, sustenta.

“Conheço diversas pessoas experientes que curtem e entendem mais o mundo geek que vários meninos por aí. Não é só uma questão de gadgets, mas sim de mindset”, adiciona.

Fernanda Flandoli, da Rede106, concorda que os mais velhos podem, digamos, correr atrás do prejuízo, mas faz um desabafo que soa como alerta: “A impressão que tenho é de que eles não estão a fim. Existe um apego ao que é conhecido, familiar.” “Dentre as gerações passadas, fica a sensação de que se conectam apenas aqueles que gostam muito do meio digital ou se interessam realmente por ele”, complementa Sandro Rosa, da Almap. “De qualquer maneira, costumo dizer que não se trata de hardware, mas de software!”, sintetiza Bob Wollheim.



Navega com moderação

Ossos do ofício ou puro lazer, Leonardo Oliveira, diretor de produção digital da Africa, admite: carrega para cima e para baixo todos os devices aos quais tem direito, ou seja, fica 24 horas por dia online: “Eu durmo, mas minha presença digital está lá, sempre disponível” Contexto esse que apoquentá Moacyr Netto. “Eu ainda tenho dificuldade de gestão do tempo. O digital é uma areia movediça de possibilidades: quanto mais você mexe, mais se aprofunda e mergulha nele. São muitos blogs, redes, matérias, vídeos, artigos... Se você não se polícia, acaba passando muito tempo por lá, e esquecendo a vida lá fora, que é tão real quanto a digital”, pondera o diretor de criação e integração na DM9.

As redes. Como já citou Netto, elas são especializadas em furto de minutos ou horas... Quando compromissos profissionais e pessoais entram em choque com a urgência de tomar conhecimento do que se passa nas mídias sociais e ainda interagir com seus agentes, o amarelo piscante deve acender no painel de bordo, argumenta Wollheim.

A internet caiu

Num contexto em que notícias ou posts ou tweets nascem com data de validade a expirar em cerca de cinco horas, parece inviável, ou até impossível, ficar “off” – ainda mais para quem lida diretamente com o mundo digital. Pablo Ramo, 31 anos, sócio-diretor da underDOGS é categórico: “É praticamente impossível ficar desconectado por um dia inteiro. Só tem um momento em que consigo me desligar: quando estou pescando”, diverte-se. Oliveira diz que conseguiria vencer o desafio, mas complementa: “Obviamente, isso precisaria ser planejado: todas as demandas teriam de ser predefinidas e as tarefas delegadas”.

Moacyr Netto confessa: “Puxa, eu ficaria me coçando para saber o que está acontecendo no mundo – no meu mundo! Só nas férias, quem sabe, e com sol, porque se cho-ver...”, diz aos risos. “Um dia, ouvi o telefone tocar, mas, ao ‘atender’, estava mudo. Olhei o aparelho e percebi que segurava o

“O fundamental é entender que ninguém sabe tudo: nem o estagiário, nem o diretor”



Marcelo Cuellar, headhunter da Michael Page

Várias gerações, uma só realidade

Como analisa Leonardo Oliveira, a classificação das gerações X, Y, Z e outras tantas que estão por vir “mais atende a propósitos comerciais do que antropológicos ou acadêmicos”. “Os mais novos se adaptam à revolução tecnológica com facilidade, pois não conheceram nada anterior. Porém, os mais velhos, com a postura e dedicação corretas, continuam fazendo parte do jogo e podem ser produtivos nesse novo contexto de negócios.”

Segundo Marcelo Cuellar, headhunter da Michael Page, empresa especializada em recrutamento, há espaço para todos os profissionais,



Foto: Divulgação

controle remoto da minha TV. Foi hilário! Esse episódio representa um pouco o quanto o celular está presente em nossas vidas”, compartilha o criativo da DM9.

Outra história interessante conta Fernanda, da Rede106. Em Londres, teve seu BlackBerry furtado, mas diz que sobreviveu sem ele por uma semana. E como ela fazia para checar seus e-mails? “Ei, espere aí: falei do BlackBerry, não do iPhone, do iPad...”, responde, bem-humorada.

e por uma simples razão: complementaridade. “Cada um tem seus pontos fortes e pontos fracos. O fundamental é levar a máxima de que ninguém sabe de tudo: nem o estagiário, nem o diretor. Além disso, conteúdo será sempre mais importante que o meio. Não importa se a informação veio pelo papel ou pelo iPad; importa como chegou e quem transmitiu”, sustenta o executivo. Como filósofa Moacyr Netto, “estamos terminando uma fase de transição, em que a vida digital passará a se chamar apenas vida”. ■



Sandro Rosa, diretor de criação digital da Almap