

Reinvenção

Medicina, engenharia, publicidade: atividades clássicas se adaptam às novas exigências do mercado p.6



Produção Aline Prado/Eduardo Knapp/Folha press

Como escolher a faculdade se você ainda não sabe o que quer ser quando crescer

Demanda por profissional multitarefa e morte anunciada de carreiras tradicionais fomenta surgimento de cursos generalistas, que abrem o leque de atuação e ajudam indecisos a ganhar tempo p.2

guia das profissões



A gerente de estratégia e insights da agência F.biz
Caroline Ferraz, 25

Inteligência artificial reinventa o trabalho dos publicitários

Mundo mutante leva profissional da área a desapegar do que sabe e a trabalhar em equipes multidisciplinares

Bruno Lee

SÃO PAULO A inteligência artificial tem mudado a dinâmica de trabalho no mundo da publicidade. “É preciso pensar na ideia já tendo em mente se a tecnologia pode entregá-la de uma maneira diferente”, diz Fernando Musa, presidente do Grupo Ogilvy Brasil. A evolução conduz a novas

maneiras de as marcas otimizarem a comunicação com clientes e cria novas exigências profissionais e acadêmicas.

Os alunos da optativa de criação do curso de publicidade e propaganda da ESPM vão começar a ter contato com um programa baseado em inteligência artificial, segundo o coordenador, Paulo Cunha.

Funciona assim: o criativo

Tecnologia cria novas maneiras de marcas se comunicarem com clientes e novas exigências profissionais e acadêmicas



Publicitário

O que faz

Responsável por elaborar a maneira com que as empresas vão se comunicar com seus clientes

Salário inicial

A partir de R\$ 3.600 para um analista de marketing, dependendo do tamanho da empresa

Onde estudar

ESPM, PUC-SP, Mackenzie, Faap e USP

Perfil procurado pelas empresas

Profissionais com grande repertório, capazes de se adequar a novas realidades e de trabalhar em equipes multidisciplinares

Onde há vagas

Agências (quem cria os anúncios) e empresas (anunciantes)

(responsável por elaborar slogans, entre outras coisas) inventa um conceito para uma campanha e alimenta o software com informações. A partir daí, a ferramenta adapta as mensagens seguindo parâmetros como perfil do público-alvo e tipo de mídia.

Em 2017, a Ogilvy, uma das maiores agências do mercado, inaugurou seu Cognitive Stu-

dio, baseado em computação cognitiva. A iniciativa resultou no projeto “A Voz da Arte”, que usou o supercomputador Watson, da IBM, como “guia” em visitas à Pinacoteca.

Contudo, não basta dominar ferramentas, ser um apertador de botões, diz Paulo Cunha. “A máquina precisa de alguém inteligente por trás.”

Ao mesmo tempo em que é protagonista, a tecnologia também é, de certa forma, antagonista no mundo da publicidade. A velocidade com que surgem ferramentas, mídias e aplicativos exige que o publicitário tenha “muito menos apego a definições”, diz Musa.

“Antes, havia dogmas e verdades que tinham uma longevidade maior. Hoje, a teoria e a prática se misturam todos os dias”, acrescenta o executivo.

Caroline Ferraz, 25, gerente de estratégia e insights da agência F.biz, diz que contar com um repertório parrudo ajuda a navegar nesses tempos. A área dela junta o estudo do consumidor com a ciência dos dados —o que envolve o uso de diferentes ferramentas, como as de manipulação de estatísticas.

Caroline fez um mestrado com foco nesses campos. Foi a maneira que encontrou para fazer a ponte entre o meio acadêmico e o dos negócios. “Estudos desenvolvidos na academia têm impacto direto no que a gente faz ou na realidade dos nossos clientes.”

A tarefa de compreender um mundo mutante também levou à criação de equipes multidisciplinares, como é o caso do grupo de Caroline. São cinco especialistas em áreas diferentes, de pesquisa de mídia a comportamento no meio digital.

De acordo com Roberto Grosman, diretor-executivo da F.biz, a agência procura atualmente profissionais que “tenham conhecimento amplo, mas que estejam dispostos a aprender coisas novas”.

“Atualmente, as pessoas precisam sair das faculdades com a capacidade de se atualizar, sabendo como aprender, e com o conhecimento de ferramentas”, acrescenta.