

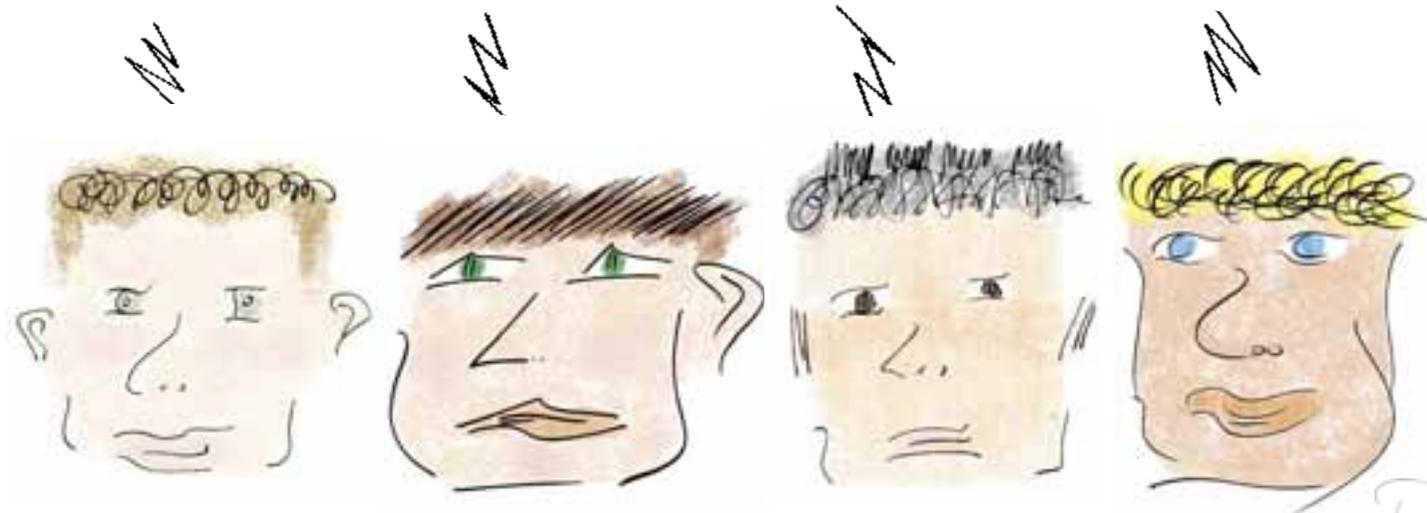


A CULTURA, OS
EVENTOS, O
MARKETING E
A PROPAGANDA
CONVERGIRAM.

JUNTOS ELES FORMAM
UM CONJUNTO DE
PROVIDÊNCIAS, DECISÕES
E ATITUDES CHAMADOS
COMUNICAÇÃO

UM FENÔMENO
CAUSADO PELO
ACELERADO DESEN-
VOLVIMENTO
TECNOLÓGICO.

NESSA SELVA DE COMUNI-
CAÇÃO, IMAGENS E TRANS-
FORMAÇÕES, A ÚNICA
ESPERANÇA CONSISTE EM
SER SELETIVO.



FOCO Nas últimas três décadas estive envolvida com as áreas de comunicação, cultura e eventos. Nos dez primeiros anos produzi filmes, teatro, música e planejei seus lançamentos. Nos últimos vinte, dediquei-me ao marketing, à comunicação e à propaganda. São trinta anos escrevendo projetos, planejando, construindo identidade e consolidando marcas na vida cultural e no mundo empresarial. Em todo esse tempo, minha maior preocupação foi manter o foco. Preservar a rota. Inovar, sem cair na tentação delirante.

CONVERGÊNCIA Hoje, a cultura, os eventos, o marketing e a propaganda convergiram. Juntos eles formam um conjunto de providências, decisões e atitudes chamados comunicação. Um fenômeno causado pelo acelerado desenvolvimento tecnológico que, segundo o filósofo Dominique Wolton "(...) trouxe à comunicação uma outra dimensão, ligada à liberdade de informação, às lutas pela democracia e por uma sociedade aberta, fazendo do ideal da comunicação um dos grandes valores de nossas sociedades".

VELOCIDADE Contudo, a tecnização da comunicação mudou radicalmente seu estatuto e a introduziu na era do capital e do lucro. Em menos de cem anos foram inventados e democratizados o telefone, o rádio, a imprensa de grande público, o cinema, a televisão, o computador, as redes, transformando definitivamente as condições de troca e de relações. Acreditamos que estas conquistas trariam, enfim, um pouco de paz e compreensão mútua. Mas a intolerância e o desejo de poder crescem à sombra dos satélites e das redes. Além disso, a tecnologia acelerou o tempo, fazendo com que a escrita, o som, a imagem e os dados se tornassem onipresentes, dando volta ao mundo em menos de um segundo.

ATUALIZAÇÃO Já em 1960 tudo se tornava temporário. As pessoas se mudavam com mais frequência, o ritmo de vida se acelerava, os ciclos de produção e de vendas se encurtavam. Agora, dependemos que os negócios operem com uma

velocidade maior e sem interrupção, durante 24 horas, sete dias por semana. Outra questão importante do nosso tempo é obsolescência do conhecimento num ritmo muito veloz. Isto exige uma constante atualização que, muitas vezes, pode levar a perda de foco

SATURADO Abro o Meio e Mensagem e leio recente pesquisa sobre os cursos de comunicação no Brasil. Dados do Ministério da Educação apontam que em 1995 havia oito cursos de comunicação reconhecidos. Hoje, o número saltou para 181. As vagas cresceram de 1.360 para 27.513 no mesmo período. Vivemos uma era saturada de comunicação. E o bom profissional tem de ter uma visão ampla e saber atuar nas áreas de eventos e produção cultural. Deve entender a comunicação como uma atividade multidisciplinar e saber dirigir processos de comunicação integrados. As palavras de ordem do momento são inovação, evolução, atualização, conexão. Tudo muito intenso e, de preferência, sensacional e espetacular.

ESPETÁCULO o pensador Guy Debord nos ensina que a raiz do espetáculo está no terreno da economia que se tornou abundante. Uma abundância que afetou as relações sociais. Para Debord "(...) da arte à economia, da vida cotidiana à política, a sociedade contemporânea se organiza em torno da falsificação geral da vida comum, que vem sendo medida por imagens".

SIMPLIFICAÇÃO Nesse cenário volátil e veloz surgem muitas perguntas: como nos posicionar num mercado em constante transformação? Como captar os anseios de consumidores inconstantes? Como nos diferenciarmos diante da concorrência? Nessa selva de comunicação, imagens e transformações, a única esperança consiste em ser seletivo, concentrar verbas em objetivos bem-definidos, manter o foco, simplificar para poder comunicar e interagir com um mercado ávido por respostas rápidas, facilidades e principalmente, confiança.