



Há pouco mais de 4 anos, Leandro Thot de Carvalho entrou no curso de Publicidade e Propaganda da USP. Este ano ele se forma na USP, já efetivado em uma das maiores agências de publicidade do Brasil, na área de planejamento, atendendo Ford e Nestlé. Aqui, sua história e os planos que tem, que incluem continuar os estudos em nova área.

► Leandro Thot de Carvalho

“É importante pensar em outras coisas além da sua área de atuação.”

JC – Quando você escolheu Publicidade como carreira?

Leandro – Eu entrei no Etapa para prestar Medicina. O tempo foi passando e fui me vendo cada vez mais desinteressado em Medicina. Procurei outra carreira para prestar, decidi que seria em Humanas. Cogitei Administração, Publicidade e também Arquitetura. Depois de ler sobre cada área, no segundo semestre do 3º ano escolhi Publicidade.

Além da Fuvest, você prestou outros vestibulares?

Não. Tinha a USP como meta.

Para o vestibular, você manteve seu método de estudo no 3º ano?

Meu 3º ano foi bem diferente dos dois anos iniciais. No 1º ano era tudo muito novo, porque o esquema do Etapa de prova todo dia pega de calça curta quem não está acostumado. No geral foi um ano de adaptação. O 3º ano foi o ano em que realmente eu mergulhei nos estudos. O nível de estudos, além das aulas, foi bem maior.

O que mudou na sua rotina?

Fiz o 1º e o 2º ano à tarde no Etapa. Acordava mais tarde, dava para estudar antes das provas. Se as provas eram mais difíceis eu acordava mais cedo para estudar. No 3º ano,

quando mudei para o período da manhã, eu continuava à tarde na Sala de Estudos.

E como foi sua adaptação ao 1º ano da faculdade?

Supertranquila. Não é uma adaptação difícil e é até prazerosa. A experiência numa universidade vai muito além da sala de aula. O contato com os veteranos é muito bom, qualquer um que já está na universidade tem histórias para contar. E você que acabou de entrar quer ouvir histórias de todo mundo.



Nesta Edição

entrevista	●
Carreira – Publicidade	1
conto	●
Entre santos – Machado de Assis	4
artigo	●
O tráfico negreiro	6
Genoma do câncer de mama	8
entre parêntesis	●
Do baile	7
sobre as palavras	●
Ficar a ver navios	7
mas, más, mais	●
É proibido, é necessário, é bom, é preciso, etc.	8

O que você estudou em cada ano do curso de Publicidade?

Nos dois primeiros anos são matérias mais de Humanas – Sociologia, algumas coisas de Filosofia, Semiótica, matérias que priorizam construir uma base de conhecimento. Algumas matérias são misturadas com o pessoal de Relações Públicas, de Turismo. Os dois últimos anos são muito mais práticos, com aulas mais específicas, só com alunos de Publicidade mesmo. Tem aula de Produção Gráfica, Fotografia, Mídia, Pesquisa, Marketing, Criação, Planejamento, Atendimento.

Como você descreve cada ano do curso?

O 1º ano é o ano da empolgação. O 2º ano é o mais pé no chão, querendo fazer dar certo. O 3º é um ano em que surge a preocupação de entrar no mercado, achar um estágio. O 4º ano é o da saideira, quando muita coisa está dando certo fora da escola e a faculdade, querendo ou não, deixa de ser uma prioridade.

Além das aulas, você participou de alguma outra atividade durante o curso?

Eu fiz parte da ECA Júnior logo que entrei. A Júnior tem pessoas de diversos cursos. Dentro da área de Publicidade existem duas áreas, uma é de Criação e outra é de Planejamento e Atendimento. Eu entrei como Diretor de Planejamento e Atendimento.

Ficou quanto tempo?

14 meses. Uma gestão inteira.

O que você fazia no dia a dia?

A Júnior tem como característica ser um bom negócio para pequenos clientes, porque os custos são baixos. A maioria dos projetos é para pequenas empresas, mas em nossa gestão talvez tenha sido um pouco diferente. Conseguimos também projetos com grandes empresas. Eu fiz um projeto com a Gerdau e um projeto com uma grande construtora chamada F. A. Oliva, que tem empreendimentos de alto padrão no interior de São Paulo. Trabalhei com algumas ONGs e com clientes internos na própria USP, como o Cepê e o Instituto de Física. Foram 14 meses bem cheios de projetos.

Sempre com a supervisão de um professor?

Existe uma independência grande, mas, por outro lado, há professores dispostos a ajudar. A gente conta também com ajuda de pessoas que já saíram da própria Júnior.

Você está terminando o curso em quatro anos e meio. Por que meio ano a mais?

Comecei a trabalhar no fim do 2º ano, em uma pequena agência que tinha clientes bacanas, como algumas rádios. Fiquei dois meses lá e paralelamente participei de um processo para entrar na Thompson [JWT], uma das maiores agências de publicidade do país. É a primeira agência de fora que veio para o Brasil. No início do meu 3º ano ela me aceitou como estagiário de planejamento. No 4º ano da faculdade já era funcionário efetivado. Esse foi um ano muito corrido, priorizei as matérias, os créditos e o Projex. O TCC deixei para fazer depois.

O que é o Projex?

Na ECA existem dois projetos de fim de curso, um é o TCC, um trabalho individual, mais acadêmico, e outro é o Projex, um trabalho em grupo que dura seis meses, com orientação dos professores. Você tem de achar um cliente de verdade e definir uma estratégia de comunicação para ele. Você faz de tudo, desde conversar com o cliente, saber o que ele precisa, até chegar às peças publicitárias propriamente ditas.

Com qual empresa o seu grupo trabalhou para o Projex?

Com a Contact, empresa de papel adesivo que pertence à Vulcan.

De qual época do curso você mais gostou?

Do tempo na empresa júnior, com certeza. Foi uma grande escola. As pessoas que eu conheci lá são fantásticas.

Você ainda tem contato com o pessoal da Júnior?

Muito contato. Sou muito amigo do pessoal da minha sala e sou amigo do pessoal da Júnior, pessoas de cursos diferentes, de anos diferentes. Eu entrei no 1º ano da faculdade, mas a maioria na minha gestão na Júnior era do 2º para o 3º ano, pessoas mais velhas. Eu passava a manhã na aula, almoçava na faculdade, ia para a empresa júnior e trabalhava das 15 às 19 horas. Isso quando não ficava à noite.

O estágio é obrigatório na Publicidade?

Não.

Mas qual é a importância do estágio na formação profissional?

É fundamental. Acho que é a coisa mais importante, porque é onde você consegue aplicar o que está aprendendo e realmente adquire certeza de que é o que você quer para sua vida.

O que você faz no seu dia a dia na JWT?

Sou planejador júnior e hoje trabalho com Ford e Nestlé. Trabalho direto com um diretor e um gerente. Minha função como planejador de comunicação, estrategista, é entender quais são as necessidades da marca, qual é o problema que a comunicação precisa resolver – por exemplo, o que as pessoas precisam entender sobre um determinado carro.

O trabalho para a Ford é com um carro específico ou com a marca?

Ambos. Às vezes a gente trabalha a comunicação de um carro que vai ser lançado, às vezes trabalhamos o varejo, que é manutenção de marca. É função do planejamento definir certinho qual é o objetivo e transmitir à criação, para transformar isso numa campanha, numa peça criativa. Nossa função no planejamento é entender muito bem a necessidade do cliente e inspirar o pessoal da criação. A gente mexe com um triângulo: a necessidade da marca, o entendimento do *target* e a criação.

A realidade fora da faculdade é muito diferente da que se estuda?

A USP é bastante teórica, mas eu não acho isso ruim. →

Talvez seja a maior qualidade dela, porque a prática você vai aprender naturalmente. Você começa a trabalhar e aprende. A faculdade dá a teoria que, se você conseguir entender e levar a sério, vai dar a você um *background* interessante, que vai ser seu diferencial na prática.

É difícil entrar no mercado das agências?

Existe um mito muito grande de que para entrar numa agência você tem de conhecer pessoas. Não é a realidade. Existem processos seletivos exatamente para isso. Vagas são abertas e divulgadas na internet. Vai de você correr atrás e, lógico, mostrar competência. O grande problema é que se você pensar em agências muito grandes, elas são poucas no Brasil. Mas existe uma variedade de agências especializadas em ações promocionais, eventos, logística. Na área digital faltam profissionais capacitados, não é qualquer um que entende muito. É mais fácil para pessoas mais novas, que cresceram no mundo conectado, digital, entender tudo, do que pessoas que não viveram isso se adaptarem. Por isso você vê gente cada vez mais nova em cargos altos dentro dessas empresas.

Quais são outras áreas de atuação do profissional de publicidade?

Na ECA, muitas pessoas acabam indo para a área de *marketing*. É carreira mais empresarial. Você pode trabalhar com pesquisa de mercado em empresas especializadas. A gente as chama de *bureau* de pesquisa. Elas fazem pesquisa diferenciada de público, diagnóstico de marca e acabam atuando como consultoria. Existem as consultorias de comunicação, mas não são muitas.

Em uma entrevista de emprego, o que destaca um candidato sobre outro?

Além da faculdade, que é um dos diferenciais principais, é importante você saber falar sobre outros assuntos. Não adianta ser da USP e conseguir falar só sobre um assunto. Eles querem saber se você sabe pensar além da publicidade. Isso é importante para o dia a dia.

Qual perfil uma pessoa precisa ter para se dar bem na Publicidade?

Independente do seu perfil, a publicidade vai ter uma área para você. Se você é uma pessoa de bom relacionamento, existe a possibilidade de trabalhar com atendimento. Se é uma pessoa boa com números, existem áreas específicas para mostrar como a comunicação hoje dá resultado para o cliente. Isso envolve capacidade analítica. Se você tem capacidade estratégica, capacidade de entender variáveis, mexer com cenários mais amplos, você é bom para planejamento, que é um profissional que tem de juntar muitas peças e lhes dar um sentido. Existem áreas para muitos tipos de profissionais.

Você pretende continuar estudando?

Eu gostaria muito de fazer outra graduação. Tenho um pouco de clareza de que seria na área de Economia, mas teria de ser na USP. Isso vai exigir um tempo de estudo novamente

para entrar na FEA, que não é a coisa mais fácil do mundo, e não sei se vou ter esse tempo para fazer o cursinho e dedicar algumas horas do meu dia. Talvez eu tente. Com certeza, vou continuar trabalhando com publicidade. Mas é importante pensar em outras coisas além da sua área de atuação. Expandir o leque de conhecimento é tão importante quanto afunilar.

Você está satisfeito com sua escolha?

Bem satisfeito. Foi uma escolha difícil, uma escolha que dá alguma insegurança. Mas hoje em dia estou bem na minha área. Acho até que dei um pouco de sorte.

Como você se vê daqui a uns 10 anos?

Eu me vejo trabalhando em agência de publicidade ainda. E tenho vontade de dar aula, não como profissão principal. Gosto de fazer isso, mercado existe. Estou com 21 anos, daqui a 10 anos talvez eu já tenha um mestrado.

O que, no Etapa, mais o ajudou na faculdade e continua a ajudar no seu dia a dia?

O Etapa foi o lugar onde aprendi a reger a minha vida, a entender que cada coisa tem seu momento, cada coisa tem sua hora. Não dá para fazer tudo ao mesmo tempo. Existem momentos em que você tem de abdicar de coisas que são mais interessantes por outras que não são tão imediatas. Aprendi a pensar a longo prazo. Foi o lugar onde acredito ter amadurecido como homem, ser humano.

Você ainda tem amigos da época do colégio?

Meus melhores amigos ainda são os do Etapa.

Quando você pensa na época do colégio, o que vem à sua mente?

Vem um monte de coisas gostosas. Embora seja uma rotina sacrificante para um moleque de 15, 16 anos, não deixa de ter muitas coisas gostosas, como a hora de almoço, aquele tempo que tinha antes da aula para falar umas besteiras, dar risadas. Naquela época meus fins de semana também eram ligados ao Etapa, porque eu estava com meus amigos do colégio. E tinha aulas muito boas e professores que eu lembro com muito carinho. Me ajudaram muito quando eu precisei.

Jornal do Colégio ETAPA

Jornal do Colégio ETAPA

Editado por Etapa Ensino e Cultura
Redação: Rua Vergueiro, 1 987
CEP 04101-000
Paraíso – São Paulo, SP

Jornalista Responsável
Egle M. Gallian – M.T. – 15343
