

“Não podemos deixar de pensar em uma estratégia para sair dessa crise humanitária”

Eduardo Simon, CEO da DPZ&T, frisa que as pessoas precisam voltar a se enxergar como iguais, com características que se sobrepõem às diferenças e polarizações

Janaina Langsdorff

19 de março de 2021 | 11:00



Eduardo Simon, CEO da DPZ&T (Divulgação)

Como se sente como cidadão?

Como acontece com todos nós, enquanto lidamos com este período – o maior desafio que já enfrentamos nessa geração –, há uma estranha mistura de sensações que passa por preocupação, tristeza pelas muitas vidas perdidas, mas também esperança, força e resiliência. Ficar em casa é essencial, mas o ser humano não foi feito para ficar distante, isolado. Naturalmente sinto falta de interações reais, presenciais e da experiência da troca diária; não só no trabalho, porque temos uma percepção mais clara das relações e reações das pessoas quando estamos juntos num mesmo ambiente. Na DPZ&T decidimos agir rapidamente para proteger e preservar a saúde do time e de nossas famílias: com home office e muita transparência. E é um alento entender que o nosso time se adaptou, mesmo com todas as dificuldades, e nunca foi tão unido. O resultado tangível desse fator humano reside ainda no trabalho em parceria (mesmo longe), com cada cliente. Pessoalmente, compartilho da crença que a vivência deste período deixará em todos nós marcas de uma transformação que não retrocederá.

Como se sente como publicitário?

Me sinto ainda mais impelido a impactar pessoas por meio de uma propaganda que seja uma

ferramenta, tanto de conscientização para o público, como de impulsionamento para o negócio das marcas. A comunicação terá um papel fundamental quando iniciarmos uma retomada mais sólida e será uma importante aliada na estratégia de recuperação econômica do país. Mesmo que estejamos no momento mais triste e desolador da pandemia até aqui não podemos deixar de pensar em uma estratégia para sair dessa crise humanitária o mais breve possível.

O que pretende fazer para contribuir com o Brasil neste momento?

Continuo apostando na conscientização e na superação. Mais do que nunca precisamos apostar na reconstrução de um sentido de “ser brasileiro” em torno de valores e crenças que naturalmente ficam menos evidentes em um momento confuso como o que estamos vivendo. Se hoje olhamos a nossa volta e não conseguimos nos orgulhar de muito do que vemos, será preciso vencermos este momento e voltarmos a nos enxergar como um país de iguais, com características e adjetivos que se sobrepõe as diferenças e a atual polarização. E a comunicação pode ter um papel fundamental nisso.

<https://propmark.com.br/tres-respostas-para-a-covid-19/nao-podemos-deixar-de-pensar-em-uma-estrategia-para-sair-dessa-crise-humanitaria/>