



# Profissão aberta

Fora do eixo Rio-São Paulo está se esboçando um movimento estudantil na área de Comunicação Social em busca da regulamentação da profissão.

Não seria preocupante se algumas escolas do setor, seus diretores e mestres resolvessem não surfar na onda. Lamentavelmente, porém, não é o que se vê.

As escolas e seus diretores, por interesses bem localizados, e os mestres, por amizades e até vocação

de fazer média com os alunos, fogem da defesa da profissão, optando por defender a reserva de mercado para os futuros profissionais que têm em mãos, deixando de refletir sobre o empobrecimento que a regulamentação trará ao mercado publicitário brasileiro.

Considerando-se que, em linhas gerais, a regulamentação possibilitará somente aos formados pelas faculdades de Comunicação Social o trabalho como publicitário,

fácil concluir sobre o estreitamento do funil para o surgimento de novos grandes talentos no futuro.

Desde a instituição dos cursos de graduação em Comunicação Social em nosso País, nos anos 70, os maiores nomes do setor surgiram do lado de fora das escolas especializadas.

A propósito, o editorial do propmark de 25/02, cujo título perguntava "Regulamentar para quê?" aconselhava não nos esquecermos de que "a propaganda brasileira deve seus melhores momentos a psicólogos, sociólogos, jornalistas, filósofos, antropólogos, bacharéis em letras, artistas plásticos e outros especialistas em ciências

humanas e, por que não, a muitos engenheiros, advogados e médicos!'

Esse registro histórico lembrado pelo jornal era concluído categoricamente: "Gente, portanto, com bagagem cultural suficiente para dar substância retórica a uma atividade que vive, essencialmente, de convencer pessoas."

Mais adiante, o editorial do jornal opinava de forma definitiva: "A recorrente e sempre frustrada tentativa de regulamentar a profissão não leva em conta que a publicidade, mais do que uma profissão, é uma comunhão de saberes diversos. Essa é a sua natureza"

Fico imaginando profissionais como Marcello Serpa, Washington Olivetto, Nizan Guanaes, Alexandre Gama, Fábio Fernandes e tantos outros que têm feito o Brasil brilhar dentro e fora das suas fronteiras, galgando rotineiramente o pódio das melhores premiações do mercado, ao se defrontarem lá em cima com um fiscal do Ministério do Trabalho exigindo seus diplomas profissionais.

Imagine por sua vez o leitor, Bill Bernbach regulamentado para criar o célebre "Think small" da Volks...

As escolas de Comunicação devem ser prestigiadas e consideradas como um bem para todo o mercado. Trata-se aqui do aprimoramento necessário que o futuro profissional necessita. Mas nada de reserva de mercado, que só leva à rebaixa de qualidade, pela formação de uma casta de trabalhadores sem grande motivação competitiva.

O Brasil cartorial cansou de demonstrar ao longo de muitas décadas sua gritante incompetência.

O novo milênio exige mais esforço e talento em todas as áreas de atividades e isso não se adquire na perseguição ao diploma universitário. As escolas servem para lapidar essas qualidades, porém sem exclusividade.

“  
A publicidade,  
mais do que uma  
profissão, é uma  
comunhão de  
saberes diversos  
”