ESPM discute desafios da comunicação

Palestrantes reunidos na Convenção Regional de Professores 2010 da ESPM Excelência Acadêmica, realizada no último dia 6 em São Paulo, comentaram sobre os planos de expansão da escola, os desafios da educação e da comunicação no País e especificamente sobre o papel da ESPM em formar profissionais atualizados para o mercado. Na ocasião, também foi traçado um panora ma sobre o futuro da mídia.

José Roberto Whitaker Penteado, presidente da ESPM, falou sobre os esforços da escola em sempre se relacionar com o mercado, desde a sua origem, há quase 6o anos. Penteado também destacou a importância da relação entre agências, anunciantes e veículos de comunicação.

Alexandre Gracioso, diretor nacional de graduação e diretor geral da Unidade Porto Alegre, ressaltou em sua palestra as oportunidades do setor educacional no Brasil e em outros países.

Especificamente sobre a ESPM, ele comentou a respeito da série de encontros que vem sendo feita desde 2007 entre diretores, professores e consultores de RH para verificar o perfil dos formandos da escola.

"Em competências técnicas, estamos bem classificados. Em comportamentos humanos, o rendimento já cai um pouco. E em comportamento dos alunos, a avaliação é ruim. Eles acham que os alunos são muito imediatistas", comentou Gracioso.

O profissional também ressaltou que neste ano a ESPM lança o curso de graduação em jornalismo e tem objetivo de oferecer outros cursos diferenciados, como forma de continuar mantendo a excelência acadêmica. Outros novos cursos são RI e Design.

FUTURO

Os palestrantes também lembraram que em 2011, a ESPM fará 6o anos. Armando Ferrentini, presidente do Conselho Consultivo da ESPM e da Editora Referência, falou sobre o futuro da propaganda e do marketing. Ele apresentou, em vídeo, depoimentos de Anco Saraiva (Rede Globo), Roberto Justus (Grupo Newcomm), Antônio Jacinto Matias (Banco Itaú) e Francisco Madia (Academia Brasileira de Marketing).

Cada um dos profissionais se posicionou a respeito do futuro e das perspectivas para o Brasil. Saraiva, por exemplo, destacou que a TV continuará sendo a maior mídia de massa por muito tempo. "Quem vai liderar a mídia do futuro é o produtor de conteúdo e a TV está na frente. A TV aberta tem força destacada no Brasil em relação a outros países. O desafio é criar um mercado de mídia cada vez mais forte para justificar o crescimento do investimento publicitário, que vai acompanhar a expansão da economia", ressaltou o diretor nacional de marketing da Rede Globo.

Entre outros presentes estavam Hiran Castelo Branco, vice-presidente da ESPM, e Ismael Rocha Jr., diretor de extensão e operações, responsável pela apresentação da convenção, que reuniu cerca de 300 pessoas.

Fonte: Propmark, São Paulo, 22 fev. 2010, p. 18.

A utilização do artigo é exclusiva para fins educacionais