

## Academia e mercado devem se aproximar

Keila Guimarães

*"O futuro da profissão" sugeriu banco de talentos e estágio obrigatório*



*Armando Ferrentini, Luiz Lara (Abap) e Luiz Fernando Garcia*

Profissionais reunidos para o painel "O futuro da profissão", presidido por Armando Ferrentini, diretor-presidente da Editora Referência, acreditam que é necessário maior aproximação entre mercado e academia para a formação adequada dos futuros profissionais da indústria. Após extenso debate durante o V Congresso Brasileiro da Indústria da Comunicação na tarde desta segunda-feira (28), a mesa chegou a uma série de recomendações, entre elas a criação do estágio obrigatório para profissionais da indústria, a atuação junto ao MEC (Ministério da Educação) para dar autonomia às universidades para flexibilizarem sua grade curricular e a reformulação do currículo das escolas para enfatizar a formação mercadológica, além da criação de um banco de talentos para facilitar a aproximação entre profissionais e mercado e o fortalecimento do setor de recursos humanos das agências para diminuir o turnover das empresas.

"Quando o turnover de nosso segmento chegar ao índice de 10% a 12%, alcançaremos o nível de uma indústria madura, com cultura empresarial, condizente com o tamanho do nosso negócio", defendeu Marcio Santoro, sócio e copresidente da Africa, um dos debatedores da comissão. "O RH deveria ser tão importante para as agências quanto o setor de mídia, de criação. É ele quem irá cuidar do mais importante para a organização, que são as pessoas que trabalham nela", complementou.

Pesquisa inédita conduzida pela ESPM com oito universidades internacionais e apresentada para a plenária trouxe insights sobre o perfil do futuro profissional e o papel da academia para a sua formação. As oito instituições ouvidas foram Alfred University, Award School, Berghs School of Communication, Michigan State University, VCU Brandcenter, Miami Ad School, Berlin School of Creative Leadership e a própria ESPM. "A pesquisa pode ser resumida nos vetores 'beta' e 'bravura'. O primeiro significa o papel da academia de voltar a pautar o

mercado. O segundo, ter coragem e atitude para dialogar”, apontou Luiz Fernando Garcia, diretor de graduação da ESPM.

O levantamento encontrou 10 drivers para a educação profissional hoje, entre eles a necessidade das faculdades realizarem uma curadoria de conteúdo, a importância da formação de repertório dos estudantes, desenvolver o comportamento empreendedor, fortalecer o diálogo com o mercado e aperfeiçoar a postura crítica dos estudantes.

### **Aproximação**

Hugo Rodrigues, cco e coo da Publicis Brasil, argumentou que “a aproximação entre novos profissionais e agências é simples”. “Vejo como acomodação o estudante não buscar as pessoas que estão no comando das agências. Hoje respondemos todos os emails que chegam à Publicis”, contou. “É descomplicado buscar as pessoas que interessam em nosso mercado. Os traços de bravura e de empreendedorismo passam por essa coragem”, complementou Fernanda Romano, sócia e diretora de criação da Naked Brasil, citando a pesquisa da ESPM.

No entanto, Paulo Zoega, sócio-presidente da QG Comunicação, defendeu que o movimento de aproximação não deve ser feito individualmente pelas agências e destacou o papel que as entidades, como a APP (Associação dos Profissionais de Propaganda), podem desempenhar para aproximar os novos talentos das empresas de comunicação. “O mercado tem instrumentos que podem ser utilizados para fomentar esse encontro e auxiliar também profissionais de outros estados a aproximarem-se das agências”, indicou.

### **Deliberações**

Ao final do painel, as propostas foram submetidas ao plenário, que aprovou as medidas. “Viemos fazendo reuniões semanais há três meses e sabíamos que não haveria uma tese ao fim, mas uma série de propostas, que servirá para a comissão elaborar um manifesto que será útil para o desenvolvimento posterior de nossa indústria”, destacou Ferrentini. O material com as propostas será publicado na quarta-feira (30), dia de encerramento do V Congresso. Um grupo de estudo será formado no Facebook, onde também será disponibilizado o conteúdo da pesquisa desenvolvida pela ESPM.

**Fonte: Propmark. [Portal]. Disponível em:**

**<<http://propmark.uol.com.br/mercado/40667:academia-e-mercado-devem-se-aproximar>>. Acesso em: 29 maio 2012.**