

Um sonho - aos 55 anos

J. Roberto Whitaker Penteado

O desprendimento e a coesão dos publicitários transformaram uma simples escola num autêntico centro de cultura. Rodolfo Lima Martensen

Ao longo das quase quatro décadas em que tenho estado ligado à Escola Superior de Propaganda e Marketing, muitas vezes ouvi a pergunta: A quem pertence a ESPM? E nunca tive dificuldades com a resposta: A ninguém em particular; ela pertence à classe publicitária brasileira.

Esta instituição que completa 55 anos neste dia 27 de outubro é, de fato, sui-generis e talvez seja um dos maiores exemplos mundiais do sucesso de uma iniciativa particular e comunitária, que progrediu e gerou frutos sem que estivesse a serviço da produção de lucros para uma família, dividendos para acionistas ou que fosse tutelada pelo Estado, com recursos dos contribuintes.

Como isso aconteceu? A história é conhecida e faz parte do imaginário da profissão: uma exposição realizada no MASP, em 1950, gerou a idéia de um curso de propaganda, que Rodolfo Lima Martensen, presidente da Lintas, transformou num projeto de Escola, aprovado por Assis Chateaubriand em 27 de outubro de 1951. No ano seguinte, começavam as aulas para a primeira turma de alunos; os professores eram os mesmos profissionais, que se reuniram para fundar a Escola, e outros mais, convidados a compartilhar sua experiência, dando aulas depois do expediente. Aquela "Escola Superior de Propaganda de S. Paulo" foi registrada, em 1951, como uma associação sem fins lucrativos, dirigida por um conselho de voluntários, formado inicialmente - por publicitários paulistas.

Martensen permaneceu à frente da ESPM durante 20 anos, sendo substituído por Otto Scherb, em 1971. Otto foi o primeiro presidente de tempo integral, expandindo o conselho para incluir representantes da mídia e dos anunciantes. Coube a Francisco Gracioso, presidente da Diretoria Executiva a partir de 1981, transformar o antigo Conselho em uma Assembléia de 30 conselheiros associados - de acordo com as exigências do novo Código Civil - tendo-se mantido, contudo, o critério da sua composição por profissionais de agências de propaganda (e promoção), veículos de comunicação e grandes anunciantes. Alguns desses conselheiros estão nos seus cargos há mais de três décadas, e todos desempenham seu trabalho como voluntários. Cabe à Assembléia renovar seus membros e eleger a Diretoria, composta por profissionais contratados.

Com essa organização simples e eficaz, a ESPM tem assegurado uma gestão profissional e bem-sucedida, em que as receitas da instituição são integralmente aplicadas na remuneração dos seus colaboradores, na manutenção e expansão das suas instalações e equipamentos assim como na aquisição dos imóveis para o seu funcionamento.

Indo além da simples tarefa de ensinar, a história da ESPM bem demonstra, como escreveu Armando Ferrentini, presidente do Conselho Deliberativo, no seu editorial da semana passada: "até onde pode chegar um sonho, quando muitos se dispõem a sonhá-lo juntos".

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=165&ID=362>>. Acesso em: 4 ago. 2009.