

Terceiro setor impulsiona carreira do publicitário

da **Folha de S.Paulo**

Na Escola Superior de Propaganda e Marketing, um laboratório dedicado ao desenvolvimento de marketing através de projetos sociais -a ESPM Social- introduz os alunos numa área até então pouco explorada no país, e que deve demandar muitos profissionais no futuro.

Na avaliação do coordenador da ESPM Social, Ismael Rocha, além do crescimento do investimento das empresas em projetos sociais, as ONGs e o 3º setor estão cada vez mais profissionalizando seus processos de comunicação e recrutando gente da área. "É fundamental ajustar e adaptar conceitos da publicidade convencional para esse novo nicho", diz.

Até entrar na faculdade, Fábio Ciaccia, 21, aluno de último ano da ESPM e assistente de marketing da Apae (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) de São Paulo não tinha idéia de que podia conciliar seu envolvimento social com marketing e se surpreendeu quando viu que poderia trilhar carreira no chamado 3º setor. "Depois de entrar é difícil sair. Você se apaixona", diz.

O caso da publicitária Mariana Montoro, 25, é parecido. Após trabalhar como voluntária em comunidades carentes, ela decidiu buscar no mercado empresas que envolvessem causas sociais em seu plano de marketing. Hoje, formada há dois anos, ela é coordenadora da Full Jazz Comunidade, departamento da agência Full Jazz que presta assessoria para empresas privadas que buscam desenvolver seu marketing vinculados a projetos sociais.

Fovest - 27.set.2001