



PRESIDENTE DA ABAP VOLTA A DEFENDER A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E O MODELO BRASILEIRO DE AGÊNCIAS



“Não há democracia sem veículos fortes e não há imprensa forte sem publicidade”. A frase é de Orlando Marques, presidente nacional da Associação Nacional de Agências de Publicidade (ABAP), durante encontro com agências de Santa Catarina, realizado ontem (3/10) e organizado pelo presidente da entidade local, Daniel Araújo. Ele destacou ainda que as “agências são irmãs siamesas dos veículos e fazemos o mercado importante quando estamos todos juntos”.

Marques também defendeu o modelo brasileiro de agências, lembrando que na “Ásia o formato era bem parecido com o nosso, mas agora o mercado já se abriu para os birôs de mídia”. Ele destacou que estes birôs estão se “espalhando. É um negócio grande e não podemos abrir as portas para eles aqui no Brasil”.

O presidente nacional da ABAP ressaltou a importância do engajamento da classe e valores da entidade. “Somos concorrentes, mas não podemos deixar de debater as questões do nosso setor e nos unir para fortalecer a propaganda”.

Outro tema debatido no encontro foram as verbas de marketing. Algumas agências locais mostraram que, atualmente, as contratações pelas empresas são feitas pelas ‘áreas de compras’, que só levam

‘em conta a questão do preço’. Marques lembrou que “isso ocorre em todo o País e que o próprio setor precisa se valorizar”. Ele informou que pretende elaborar e debater propostas de como as agências podem “cobrar o devido preço por seu trabalho, pela ideia, pelo planejamento e pela criação”.

Os participantes do encontro também sugeriram reuniões bimestrais, ao que Marques respondeu que esses encontros prescindem de sua presença. Mas que, se convidado, fará todo o possível para estar presente. Ele enfatizou que a ABAP é uma entidade forte, tem uma estrutura muito boa e existe para atender às agências e, na medida das possibilidades, solucionar suas demandas.

Daniel Araujo também considerou o encontro importante, principalmente para conscientizar o mercado da necessidade da união da categoria às vésperas de 2014, ano da Copa do Mundo no Brasil. “Esperamos que o próximo ano seja ainda melhor para a indústria da propaganda em Santa Catarina que movimenta hoje aproximadamente R\$ 1,5 bilhão entre mídia, fornecedores e agências”.