

Setor publicitário mostra apreensão quanto ao pacote

Presidente da Abap diz que já há campanhas sendo canceladas

• O mercado publicitário está preocupado com os efeitos das últimas medidas econômicas do Governo no setor. Nas últimas semanas, algumas campanhas foram canceladas e o cenário para 1998 não é dos melhores. O vice-presidente da Associação Brasileira das Agências de Propaganda (Abap), Celso Japiassu, não vê sinais de recuperação.

— Campanhas estão sendo canceladas. Num ambiente recessivo, o anunciante fica mais cauteloso e acaba não investindo em propaganda — disse Japiassu, que completa com uma pergunta:

— Será que a sociedade tem que pagar um preço alto para segurar a inflação?

Governo deverá cortar gastos com publicidade

Poucas agências apostam num crescimento como deste ano, previsto para pouco mais de 12%. A maioria acredita que o desempenho do setor em 1998 não será de apenas um dígito. Uma das perdas será das contas do Governo Federal, o maior anunciante do país. Este ano, a previsão é gastar R\$ 475 milhões em publicidade.

— O Governo promoveu cortes em quase todos setores. É quase certo que o Governo deverá reduzir seus gastos com publicidade — disse Jonas Suassuna, presidente da Abap-Rio.

Suassuna, porém, está otimista. Ele reconhece que houve uma retração nos dias que antecederam o anúncio do pacote, mas a tendência é melhorar.

— Os anunciantes ficaram na expectativa, mas o ritmo começa a ficar normal. Na crise, a publicidade é uma questão de vida ou de morte — disse. ■