

Na expectativa do desafogo

Lívio Rangan, publicitário, superintendente da agência "Gang".

Num ano em que as verbas publicitárias sofreram reduções e/ou não aumento de seus números, dentro de uma expectativa de crescimento atualizado em relação à inflação, a Gang Publicidade cumprirá, em 81, a sua estimativa prevista. É uma característica dessa empresa a de aumentar espaços de trabalho com clientes já existentes, e disso decorreu que, se houve redução em alguns clientes, em outros ocorreu expressivo aumento de verbas.

Falando, portanto, de nossa experiência, é que pretendemos estabelecer uma previsão para o setor em 1982, dentro de uma expectativa realista.

Consideramos que a situação estabelecida em 1981 — recessão, não fujamos da palavra — deverá ter, no próximo ano, por parte da política econômica do governo federal, significativas medidas que darão novo alento à produção industrial e à comercialização de produtos. Me parece que as medidas mais duras dessa política foram postas em prática este ano, e é de se esperar um desafogo para 82.

Como empresa prestadora de serviços que somos, nossas expectativas refletem necessariamente as de nossos clientes. E é no convívio com eles, nas suas previsões de investimentos e resultados, que vamos buscar elementos para uma visão mais otimista em relação a 82. Acredito que a época em que a palavra "crise" provocava imediatos cortes de verbas publicitárias já está ultrapassada. Os empresários, de uma maneira geral, estão conscientizados de que não é esta a maneira mais objetiva de enfrentar momentos recessivos da Economia.

A "Declaração de Salvador", resultado do I Encontro Nacional de Propaganda que reuniu, em setembro deste ano, os mais significativos líderes do setor — anunciantes, agências e veículos de Comunicação — de-



finiu, com objetividade, que a "Publicidade, colaborando com a dinamização da economia, evita o desemprego, garante salários e gera novas oportunidades". Sem gongorismos e sem superestimar a atividade do publicitário, considero que este espírito de integrar a nossa

profissão em uma postura positiva de reestabilização dos negócios é um passo importante tendo em vista que, pela nossa própria atuação, convivemos e conversamos diariamente com empresários dos mais diversos ramos de atividades, podendo transmitir-lhes uma mensagem isenta de negativismos.

Da minha experiência de Brasil — cheguei ao País em 1951 e sou brasileiro naturalizado, por opção, portanto — não é de hoje que vejo o Brasil enfrentar ocasionais crises que, mudando o seu perfil, são enfrentadas cada vez mais com realismo. Entretanto, o período por que estamos passando, me parece, tem características diferentes que, se de um lado causam maior preocupação, de outro encontram o País com maior dinamismo para sair de um momento de recessão. Há um cliente nosso que, toda vez que se fala em crise, recomenda: saia pelo interior de São Paulo; dê um pulo até o novo Brasil — Rondônia, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul. É um banho de não crise".

Acho que esta vitalidade do País — com todos os problemas explícitos existentes: menor produção, desemprego, subemprego — deve levar a soluções, a próximo é médio prazos, que devolvam ao Brasil um clima de desenvolvimento, ainda que combatendo a inflação em moldes, a meu ver, mais atuais; que considere uma política de pleno emprego e crescimento industrial como estratégias objetivas de combate à inflação, como prega James Tobin, o Prêmio Nobel de Economia deste ano.