

## Entidades se unem para combater perdas e buscar soluções

*Associações tentam alternativas junto aos órgãos públicos para mitigar prejuízos pela pandemia e apontam relevância do setor na economia*

Por Marina Oliveira  
30 de março de 2020 | 11:52

Diante da brusca frenagem do mercado de comunicação por conta da Covid-19, as entidades do setor têm, individual e conjuntamente, se mobilizado para buscar, junto a agências, fornecedores, profissionais e órgãos públicos, alternativas para combater as perdas da área.

Um dos primeiros setores afetados pelo novo coronavírus é o de produtoras. Desde o último dia 17 não é possível realizar filmagens em locações públicas em São Paulo. Marianna Souza, presidente da Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro), aponta que, passado o susto dos cancelamentos e adiamentos de trabalhos que estavam em curso, as produtoras estão em um segundo momento.



*Marianna Souza: Apro está auxiliando RTVs e agência (Divulgação)*

“Passaram a sugerir outras soluções e formatos de entrega respeitando as restrições de isolamento. Desde o uso de bancos de imagem, até animações e reedição de filmes. É um momento difícil, mas também de oportunidades para os anunciantes reforçarem seus propósitos junto aos consumidores. Temos um mercado muito criativo, ótimos diretores e editores. Talentos que juntos encontrarão caminhos para continuar gerando conteúdo”, defende.

O setor, que já vinha operando no limite em função das condições de prazos de pagamentos estendidas, sofre agora com mais uma pausa. “A Apro continua se movimentando para criar mecanismos de apoio às empresas. Mantemos conversas com entidades representativas e órgãos do governo pensando em liberação de possíveis linhas de crédito para capital de giro a juros plausíveis”, diz Marianna.

A associação também está buscando instrumentalizar as produtoras com ferramentas para lidar com a nova realidade de trabalhos remotos. “Trouxemos um sistema de assinaturas virtuais de contratos. Conseguimos acordar a liberação de uso de 30 contratos gratuitos por produtora”. Marianna atenta ainda que a suspensão de filmagens não quer dizer paralisação do setor.

“Estamos estimulando as produtoras que continuem prospectando, buscando soluções criativas para que os trabalhos aconteçam. Todos estão em casa consumindo por meio de inúmeras telas. Estamos auxiliando os RTVs das agências em soluções criativas e dividindo com os anunciantes que é uma oportunidade única de posicionamento para as marcas”, diz.

### **Anunciantes**

Outro setor impactado de maneira frontal pela Covid-19 é o de live marketing. De acordo com Alexis Pagliarini, presidente da Associação de Marketing Promocional (Ampro), será “muito importante a oferta de crédito subsidiado e com carência para evitar perdas de empregos e encerramento de negócios.”



*Alexis Pagliarini: “A Ampro foi buscar ajuda no governo”*

A Ampro aderiu ao movimento capitaneado pelo ForEventos no sentido de reivindicar condições especiais nos campos de crédito trabalhista e fiscal. O documento já foi entregue ao Executivo e ao Congresso. Além dos pleitos junto ao governo, abriu um canal de comunicação com clientes, via ABA (Associação Brasileira de Anunciantes), para discussão de formas de minimizar o impacto financeiro decorrente de cancelamentos e adiamentos de projetos. Em conjunto com sua assessoria jurídica, vem gerando orientações trabalhistas, de contratos e fiscais, além da oferta de serviços gratuitos de assessoria de imprensa aos associados, oferecidos pela Be on Press.

A própria ABA demonstra a importância das marcas neste momento. “Precisamos, mais do que qualquer cálculo sobre impacto econômico, ouvir as autoridades, os consumidores e ajudar na disseminação de informações corretas sobre vírus e prevenção, e isso também é papel dos anunciantes”, aponta Nelcina Tropardi, presidente da ABA. “Temos diversas empresas com presença em diferentes mercados mapeando a situação global e trabalhando para mitigar os impactos. Muitas também fazem parte das discussões com autoridades e governos. Contamos com consultores monitorando os acontecimentos e repassando informações para os associados. Estamos preparados e disponíveis para representá-los em caso de interesse”, aponta Nelcina.



*Nelcina Tropardi, presidente da ABA: "Ajudar na disseminação de informações corretas também é papel do anunciante" (Alê Oliveira)*

Os anunciantes, diz, seguem servindo à população. "Além do cuidado com seus funcionários, estão oferecendo comunicação e educação ao público, garantindo abastecimento, revisitando processos, serviços e produtos, efetuando doações, acompanhando o que acontece aqui e no mundo, participando ativamente na construção de políticas públicas e entregando à sociedade tudo o que cada uma tem de melhor para oferecer."

### **Agências e profissionais**

Já a APP, por meio da Câmara Nacional de Arbitragem e Mediação na Comunicação (CNAMEC), disponibilizará seu quadro de árbitros para, gratuitamente, mediar a solução de conflitos que venham a ocorrer entre diferentes players. "Queremos fazer a mediação agora para que as partes se resolvam prontamente. Se não, vai acarretar uma série de discordâncias, de litígios e inadimplências, o que não é saudável para o mercado", diz Ênio Vergeiro, presidente da APP.



*Ênio Vergeiro: "A APP vai mediar conflitos pela CNAMEC" (Alê Oliveira)*

Para Mario D'Andrea, presidente nacional da Abap, publicidade e imprensa têm papel fundamental em comunicar e informar a população. "Numa hora difícil como essa, criar um vínculo forte com as pessoas será um asset valiosíssimo para qualquer marca. As pessoas continuam consumindo e a publicidade ajuda nisso."

A Abap tem disponibilizado informações por videoconferências com especialistas tributários, trabalhistas e produzido materiais informativos para auxiliar as agências nas tomadas de decisão. "Se nesse momento de confinamento a publicidade é um serviço essencial, na hora da retomada, nossa atividade será vital para a economia. Que, temos certeza, será em breve", diz.



*Mario D'Andrea: "criar vínculo será asset para a marca" (Divulgação)*

<https://propmark.com.br/novo-coronavirus/covid-19-entidades-combatem-prejuizos-e-buscam-alternativas/>