

Negócios & Propaganda



Claudia Penteadó
negocios.propaganda@jb.com.br

Encontro em Fortaleza

A Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) reuniu na última sexta-feira 23 integrantes de sua diretoria nacional e o conselho diretor para avaliar e discutir os próximos passos do mercado publicitário, no Hotel Luzeiros, em Fortaleza. Do encontro saiu a "Carta de Fortaleza", que detalha os principais posicionamentos da entidade a respeito da publicidade voltada ao público infantil. No lugar onde tradicionalmente público uma entrevista, estão trechos importantes da Carta.

Nordeste: a bola da vez

Renato Tourinho, presidente da Abap BA, apresentou no encontro nacional o Projeto Nordeste 2011, que inclui o evento O Nordeste é a bola da vez, que se realizará na Bahia entre 31 de abril e 2 de maio.

11:21 com sobrenome

Para divulgar seu novo nome, 11:21 Simplicidade Criativa, a agência de Gustavo Bastos e Ronaldo Conde veicula uma campanha em mídia impressa, mídia exterior e internet e lança o blog simplicidadecriativa.com.br.

Casa cria para Casa

A Casa da Criação assina a campanha da Casa Ronald McDonald "Você ajuda um tiquinho a Casa cresce um tantão" para captar membros contribuintes, que já conseguiu atrair uma média de quatro novos membros por semana.

Projeto de 720h

A Asterisco Produções criou o Concurso de criação Projeto 720h, com apoio de empresas como Getty Images, entre outras. Vencedores ganharão estágios de 30 dias em agências, em janeiro de 2011. Informações: www.720h.com.br.

Poster Filmes cresce

A Poster Filmes, dos sócios Kiko Poggi, Paulo Henrique e Adriana Martel, comemora crescimento de 300% e a mudança para uma nova sede no centro do Rio. A equipe foi triplicada e foram adquiridos equipamentos de finalização.

Mídia criativa para Club Social no Rio



>> **NAS RUAS** – O biscoito Club Social entra em mobiliário urbano no Rio a partir de hoje. Nas peças, um tênis parece sair do vidro "estilhaçado". Criação da Giovanni+DraftFCB.

Mercado Audiovisual

O Programa Cinema do Brasil realizará no Rio, nos dias 15 e 16 de setembro, evento sobre tendências do mercado audiovisual globalizado e mídias digitais. Mais em: www.cinemado-brasil.org.br.

Destaque no Marketing

Abertas as inscrições para o Prêmio Destaque no Marketing, promovido pela Ass. Bras. de Marketing e Negócios (ABMN), com patrocínio da Rede Record. Mais em: www.premiodes-taquenomarketing.com.br.

Comunicação digital

O iDigo promove em 15 de setembro o curso Ações de Comunicação em Meio Digital - Como integrar a internet em sua estratégia de marketing, voltado para jornalistas. Informações: www.idigo.com.br.

Sobre a escrita

Acontece hoje, às 19h, no teatro Oi Casa Grande, palestra sobre o tema "O nascimento e o desenvolvimento da escrita", com a professora da UFF, Paula Sibília. Inscrições gratuitas: www.espm.br.

CARTA DE FORTALEZA

A ABAP, Associação Brasileira das Agências de Publicidade, diante da disseminação de conceitos, oriundos de setores pontuais, porém movidos por uma determinação afeita às organizações de vocação absolutista, e que buscam relacionar a imagem da atividade publicitária à ameaça à proteção criança, declara:

"Que a proteção da criança é um dever de todos, igualmente, e julga presunçosa, inconveniente e desalinhada dos propósitos de liberdade e democracia, toda e qual-

quer tentativa de fazê-la bandeira de propriedade exclusiva de determinados segmentos, entidades ou indivíduos.

"Que a proteção da criança é tarefa de grande responsabilidade e de alta complexidade e, portanto, deplora as opiniões simplistas que pregam a contextualização da publicidade, por definição, como vilã.

"Que a proteção da criança, no que se refere ao uso da mídia publicitária, está contemplada na constituição federal, no código de defesa do



Que a proteção da criança é tarefa de grande responsabilidade e de alta complexidade e, portanto, deplora as opiniões simplistas que pregam a contextualização da publicidade, por definição, como vilã.

consumidor e no código brasileiro de autorregulamentação publicitária.

"Que a proteção da criança deve ser, necessariamente, objeto de um debate global permanente e inspirador de propostas equilibradas, realistas

e embaçadas por uma percepção sócio-cultural alinhada com a contemporaneidade.

"Que a proteção da criança deve estar no foco de todos os profissionais de comunicação incumbidos de ela se dirigirem, recomen-

dando vigorosamente o uso responsável e criterioso dos recursos da publicidade e de seu inegável poder de sedução e influência.

"Que a proteção da criança, no que diz respeito à publicidade, deve incluir a resistência às propostas alienantes, que sugerem proibições incondicionais, censura pura e simples e outras iniciativas que tenham, como princípio, a negação da informação.

Esta coluna é uma realização da ABAP-Rio (Associação Brasileira de Agências de Publicidade - capítulo Rio - www.abap-rio.com.br)



ASASASAS – Ndasd asdasdssa

CANA

1639253sd sd sd

produção de cana não atender a demanda por etanol

A produção de cana-de-açúcar brasileira pode enfrentar dificuldades para atender a demanda crescente de etanol, na avaliação do presidente da União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica), Marcos Jank. A procura pelo produto no mercado interno, segundo ele, está em expansão porque a frota de veículos bicombustíveis aumenta em ritmo muito forte, com cerca de três milhões de novas unidades vendidas a cada ano. Além disso,

existe a possibilidade de um aumento significativo das exportações de etanol para os Estados Unidos, caso o país não renove as tarifas protecionistas do produto, que expiram no final deste ano.

"Todos os dados apontam para uma potencial alta da demanda", afirmou o presidente da Unica durante a divulgação dos dados da safra 2010/11. Ele ressaltou, no entanto, que não existe previsão de investimentos suficientes para acom-

panhar esse crescimento de mercado. "Não vejo nas empresas apetite para lançar novos projetos, até pelos elevadíssimos custos. As empresas sofreram muito com a crise do ano passado".

Como não há previsão de aumento significativo da área plantada de cana-de-açúcar, "se nada for feito, nós vamos ter dificuldades para exportar o etanol e abastecer os carros flex", alertou. Para Jank, o governo precisa ajudar, com a adoção de