EM DEFESA DA CATEGORIA

Por meio de associações, setor das Comunicações, abriu canais para aprimorar-se, preservar conquistas e negociar novas

Ricardo Gandour, do jornal O Estado de S. Paulo, recebe o prêmio Aberje 'Especial Mídias do Ano'

POR HELDER HORIKAWA

Filiar-se ou não à entidade de classe, eis a questão! Não há dúvida de que as associações surgiram para cuidar dos interesses de seus sócios, promover e ampliar o intercâmbio de informações, valorizar e aperfeiçoar o profissional, defender os princípios e valores que unem a categoria, criar um canal de discussão e negociação com setores do governo. Críticas não faltam, mas há também muitos elogios. "Nossa entidade tem desempenhado um papel importante nos avanços tecnológicos do setor e foi fundamental na implantação do sistema digital adequado ao Brasil. Tem sido de suma importância na preservação do papel desempenhado pela radiodifusão brasileira de integração do país e fortalecimento da identidade nacional", enaltece Luis Erlanger, diretor da Central Globo de Comunicação, referindo-se à Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão (Abert), "O associado passa a ter mais representatividade e participa das movimentações para fortalecer o mercado em que atua", acrescenta Carlos Henrique de Carvalho, diretor-executivo da Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom), criada em 2002, em São Paulo, para congregar as empresas da área.

Há, no Brasil, milhares de entidades de classe, algo em torno de 38 mil registradas nos mais diversos setores. Na área da comunicação, dezenas estão espalhadas por todo o país. "Temos a missão de defender a liberdade de expressão em todas as suas formas, bem como os interesses das emissoras de radiodifusão, suas prerrogativas como executoras de serviços de interesse público, assim como seus direitos e

Crédito: Silvia Zamboni

garantias", argumenta Rodolfo Moura, diretor jurídico da Abert. A associação tem sua sede em Brasília, mas a maioria de seus filiados está estabelecida nas regiões Sul e Sudeste — cerca mil deles em São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. "A Abert já está absolutamente antenada com as preocupações da categoria, entre as quais poderíamos destacar bandeiras importantes ao país, como o respeito ao direito autoral, o controle dos veículos de comunicação social por brasileiros e a garantia da liberdade de expressão", afirma Erlanger, da Globo.

Também estabelecida na capital federal, a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) é uma entidade privada, sem fins lucrativos, e também custeada pela contribuição dos seus associados. Hoje, ela contabiliza 146 filiados, responsáveis por 90% da circulação diária média, de um total de 500 jornais diários no Brasil. "A ANJ não ambiciona ter em seus quadros todos os jornais. Praticamente todo mês recebemos pedidos de filiação, que são deliberados pela diretoria em suas reuniões periódicas. Os mais importantes jornais brasileiros fazem parte e temos muito critério na aceitação de novos filiados", avisa o diretor-executivo Ricardo Pedreira.

A exemplo da ANJ, a intenção da Abracom não é sair à caça de novos associados. "Acreditamos que a qualidade do trabalho da entidade é, em si, um pólo de atração. Entre as 100 maiores empresas do segmento, temos mais de 90 filiadas. Mas também muitos associados de pequeno porte, a base de nosso mercado. As agências devem entrar porque sentem a importância de participar e não por serem atraídas por promoções ou algo assim", argumenta Carvalho. "Entendemos que entidades de classe costumam, sim, contribuir para o desenvolvimento e normatização de boas práticas de um determinado nicho de mercado. Contudo, a assessoria de comunicação na MBPress Comunicações, representada pela Eleven Press Assessoria, é o mais novo dos núcleos da empresa, cujo foco ainda é a geração de conteúdo multimídia. Portanto, na nossa avaliação e dentro do nosso planejamento estratégico, necessitamos primeiramente consolidar nossa marca e serviços no mercado e nas empresas jornalísticas (redações), para, em um segundo momento, passarmos a integrar a entidade representativa do setor", admite Ricardo Mituti, diretor de Negócios da MBPress Comunicações e da Eleven Press Assessoria, que ainda não integra a ABRACOM.

Quem já faz parte da associação, que tem seu único escritório em São Paulo, sente os efeitos positivos. "Participamos de alguns cursos e eventos específicos para as empresas especializadas em comunicação organizacional, os quais nos auxiliaram a melhorar ainda mais a

> Calcula-se que existam cerca de 38 mil associações registradas em diversos setores no Brasil inteiro

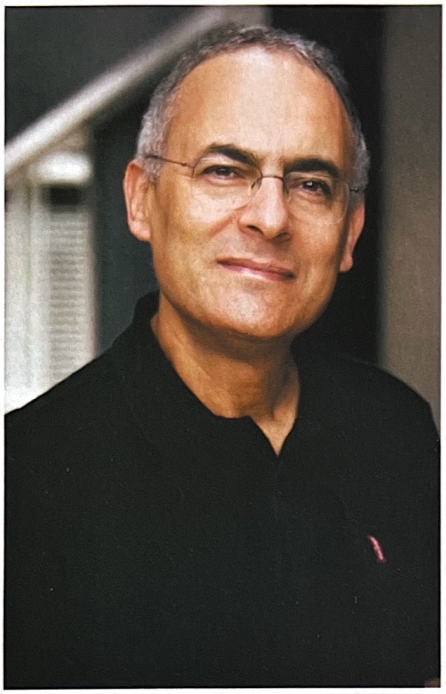
gestão, a administração e os processos empresariais. Para nós, a associação é um centro de informações e debates sobre questões que dizem respeito ao setor. Ser associado traz a possibilidade de estarmos permanentemente em contato e atualizados sobre as questões que afetam diretamente o dia-a-dia de uma agência", avalia Cícero Vieira, diretor-executivo da Versátil Comunicação Estratégica, de São Paulo, filiada à Abracom desde 2004 e hoje membro do Comitê de RP Digital da entidade.

"A filiação às entidades de classe traz uma série de benefícios, pois fortalece o setor, concentra os interesses comuns e promove a difusão de informações entre os associados. Sempre que apresento minha agência, destaco nossa filiação às principais entidades de classe do nosso setor, como forma de mostrar o nosso compromisso com o que se faz de

Divulgação/ANJ

Pedreira, da ANJ: objetivo é promover a liberdade de imprensa e defender os interesses do setor

Divulgação/Aberje



Nassar, da Aberje: entidade, atualmente, é considerada uma organização de classe mundial

Divulgação/Abert

Erlanger, da Globo: Abert tem papel importante para implementação da TV digital

Divulgação/Aner

Muylaert, da Aner: selo da Aner no expediente é um atestado de idoneidade

mais atual em termos de informação e ferramentas de comunicação", afirma Celso Calamita, diretor da Intermeio Comunicação Estratégica. "A Abracom tem um papel fundamental na coleta, conciliação e divulgação de informações entre as agências de comunicação como, por exemplo, seu recente estudo de cargos e salários", acrescenta.

Realizações

Sediada em São Paulo e com um escritório em Brasília, a Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner) tem atualmente 70 editoras filiadas, que representam 90% do mercado de revistas de consumo, principalmente em São Paulo. Sua conquista mais importante recentemente foi o intenso trabalho de defesa, junto aos parlamentares em Brasília, para que o meio de revista também fosse incluso no Programa de Cultura do Trabalhador (Vale Cultura). "A inclusão de revistas no Vale Cultura significa um grande incremento na receita no mercado editorial de revistas brasileiro. A previsão é que serão injetados mais de R$ 600 milhões no mercado", antecipa o presidente da Aner, Roberto Muylaert. Qualquer empresa nacional, constituída de acordo com as leis brasileiras, que edite pelo menos uma revista com circulação paga ou distribuída e auditada há pelo menos um ano, pode tornar-se uma associada. "É de interesse das empresas se filiarem à ANER. Nosso selo no expediente da revista é um atestado de idoneidade", afirma.

Com escritório central em São Paulo e 10 capítulos regionais, a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), fundada em 1967, busca articular a comunicação as organizações por meio de iniciativas em educação, gestão do conhecimento, reconhecimento e relacionamento, produzindo e compartilhando saber, disseminando as melhores práticas e fortalecendo o papel estratégico do comunicador. A Aberje, que promove anualmente o disputado Prêmio Aberje, congrega corporações, instituições, órgãos públicos, agências e escolas.Todos usufruem de uma série de benefícios, como mais de 40 eventos exclusivos, permissão de divulgação das suas ações no canal Notícias Gerais no site da entidade, que tem média de 7,5 milhões de pageviews e 80 mil usuários por mês, e acesso e participação nas pesquisas de comunicação feitas pelo Instituto de Pesquisa DatAberje.

> Entidades contribuem para o desenvolvimento e normatização das boas práticas

A entidade contabiliza importantes realizações nos últimos anos. "Apesar do freio da crise econômica mundial, a Aberje avançou em muitas frentes. No plano das boas práticas de governança, recebeu, em agosto de 2009, a certificação da Norma ISO 9001 — meta importante e desafiadora, proposta no ano de 2001", conta Paulo Nassar, diretor-geral e professor da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Nesse processo, marcado por muitos avanços e retrocessos, prossegue, a Aberje foi auditada e certificada pela DNV, organização de atuação internacional, que escrutinou e qualificou o sistema de planejamento estratégico e a gestão de processos e resultados (por meio da metodologia *Balance ScoreCard*). "Hoje, com muito orgulho, podemos afirmar que somos uma organização de classe mundial", diz.

Objetivos para 2010

O fim da Lei de Imprensa, herdada do período militar, foi a grande conquista do ano passado. Foi uma decisão histórica do Supremo Tribunal Federal. Para o futuro, além de continuar nessa defesa

> Embora parte do setor critique suas associações, elas defendem seus interesses junto ao Governo

permanente da liberdade de imprensa, a ANJ concentrará seus esforços na busca de modelos de negócio sustentáveis para a indústria jornalística no novo mundo das mídias digitais. Para 2010, a ideia da Abracom é ampliar o relacionamento com o mercado, com mais ações institucionais junto a outros segmentos da economia. O objetivo é chegar aos CEOs das empresas e aos executivos de comunicação, mostrando que as agências são parceiras estratégicas das organizações em um momento no qual o Brasil dá um salto de qualidade no plano internacional.

A Aner vai concentrar forças para o calendário das principais atividades de 2010. Novamente destacam-se dois dos principais eventos que acontecerão durante o ano. Em setembro, a associação organizará o IV Fórum Aner de Revistas, o maior evento do mercado editorial de

Divulgação/Versátil

Vieira, da Versátil: contato com as questões do dia a dia das agências

revistas da América Latina e promoverá a World Magazine Marketplace, a maior feira de licenciamento, joint venture e syndication do mercado editorial. Já a Abert pretende continuar acompanhando as discussões em Brasília — na Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), no Ministério das Comunicações, no Congresso e na Câmara dos Deputados —, os projetos de lei e as matérias que afetam diretamente o setor.

Esse ano, a Aberje lançará o seu primeiro curso de pós-graduação *lato sensu* em comunicação organizacional. Dessa maneira, reunirá, na mesma instituição, todas as iniciativas de aperfeiçoamento profissional para seus associados e interessados, que recebe, há pelo menos dez anos, mais de 3 mil profissionais de comunicação a cada novo ciclo.

Por dentro das entidades

Com mensalidades que variam de acordo com o tamanho das empresas, a Abert foi criada para opor o setor aos vetos do presidente João Goulart no Código Brasileiro de Telecomunicações, em 1962. À ela, estão vinculadas outras 18 associações estaduais. Todas fazem um trabalho sinérgico em prol de rádios e emissoras de TV. Aos associados, são oferecidas boas vantagens. A maior delas, sem dúvida, são os convênios firmados com empresas fornecedoras de energia elétrica, o principal insumo das companhias do setor. Há, óbvio, outros benefícios, como assessoria jurídica e a possibilidade de intercâmbio com empresas do exterior.

Integrada por 13 comitês temáticos que trabalham na troca de informações, na promoção das melhores práticas e no debate sobre o futuro da indústria, os objetivos da ANJ são, basicamente, promover a liberdade de imprensa e também defender os interesses do setor. Podem se associar à ANJ jornais de circulação paga, ou gratuitos pertencentes a empresas já associadas. Há pagamento de mensalidades, que são definidas de acordo com o tamanho da circulação de cada jornal.

A entidade dá respaldo jurídico e político em questões relacionadas ao exercício da liberdade de expressão; representação dos jornais brasileiros

Divulgação/xDivulgação/Abracom

Carvalho, da Abracom: em 23 estados, um total de 330 empresas filiadas

junto aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário; e a assessoria jurídica e legal de caráter individualizado. Também participa ativamente dos trabalhos, encontros e congressos realizados pela Associação Mundial de Jornais (WAN-IFRA), Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP) e a Associação Internacional de Marketing Jornalístico (INMA). "Nesses fóruns, temos oportunidade de expor experiências e cases de sucesso, além de buscar os melhores exemplos de fora", diz Pedreira.

Com 330 empresas filiadas, espalhadas por 23 Estados, a Abracom busca fortalecer o mercado e promover o desenvolvimento do ambiente de negócios para as agências de comunicação corporativa. "Nossa principal meta é ampliar o conhecimento a respeito do nosso setor pelos demais segmentos da economia. Cremos que os empresários e executivos brasileiros ainda têm uma visão limitada do alcance estratégico de uma boa política de comunicação corporativa", esclarece o diretor Carvalho

Criada em 1986, a Aner tem como objetivos, entre outros, coordenar as empresas de revistas na defesa da democracia e da livre iniciativa e defender as editoras em suas prerrogativas como propugnadoras do interesse público, assim como o direito livre de exercício de suas atividades, suas garantias legais e princípios de responsabilidade. ■