

Mapa do mercado

IBGE lança primeiro estudo oficial sobre a indústria da comunicação

POR RITA ELISA DURIGAN
FOTO ALEXANDRE DE OLIVEIRA

Limitado desde sempre a trabalhar apenas com estimativas, o mercado publicitário brasileiro finalmente passa a ter números oficiais sobre a indústria da comunicação. Porém esse primeiro levantamento, feito pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas), chega defasado: os dados se referem aos anos de 2003 a 2005. Mesmo assim, o presidente da Abap (Associação Brasileira de Agências de Propaganda), Dalton Pastore, considera o estudo um avanço para o setor: "É a primeira vez que a indústria da comunicação tem dados absolutamente reais e profundos."

O trabalho do IBGE mostra que a indústria da comunicação - formada pelas agências de várias disciplinas, como publicidade, eventos, marketing direto e promoção, pelos meios de comunicação e pelos fornecedores de serviços especializados - tem um impacto na economia de R\$ 57 bilhões em receitas totais e de mais de R\$ 6 bilhões em impostos e taxas. "Claro que se considerarmos fatores como o crescimento da internet, por exemplo, de 2005 para 2008, esses números serão maiores", diz Pastore. Um dado que surpreendeu a Abap detalha que, das 14 mil agências de publicidade brasileiras, apenas 301 têm mais de 15 funcionários. Os profissionais autônomos não foram considerados na pesquisa.

O informe será distribuído ao mercado. "Com a metodologia utilizada será possível repetir todo ano esse estudo, considerando os dados globais e não essa amostragem aprofundada", diz o consultor da Abap, Marcelo Diniz. "O mais importante é termos consciência de que somos uma indústria e sabermos quem somos, quantos somos, quanto movimentamos na economia, onde estamos, que tipo de trabalho fazemos, como nos remuneramos e quanto recolhemos de impostos", ressalta Pastore.

