

Negócios da democracia

Campanhas municipais são as que têm maior impacto no segmento e que distribuem melhor os ganhos por pequenas empresas de todo o País

por Francis França
francis@empreendedor.com.br

Para as eleições municipais de 2008 se candidataram nada menos do que 350.035 vereadores em todo o País. Cada um deles costuma encomendar algo em torno de 400 faixas e mandar imprimir cerca de 100 mil santinhos, segundo a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), isso sem contar o investimento em propagandas em rádio e televisão. Contando com os cargos de prefeito e vice, são mais 30 mil candidatos.

A cada dois anos renasce um mercado inteiro de fornecedores de produtos e serviços voltados para atender à demanda da campanha eleitoral. A temporada de candidaturas dura pouco mais do que três meses, mas é o suficiente para movimentar cifras superiores a R\$ 400 milhões. Dados do Departamento

de Estudos Econômicos da Abigraf mostram que as eleições municipais de 2008 são responsáveis por um crescimento de 30% no setor promocional, no segundo semestre - contra 1,41% no acumulado de janeiro a maio. O segmento promocional responde por 12% do total da indústria gráfica.

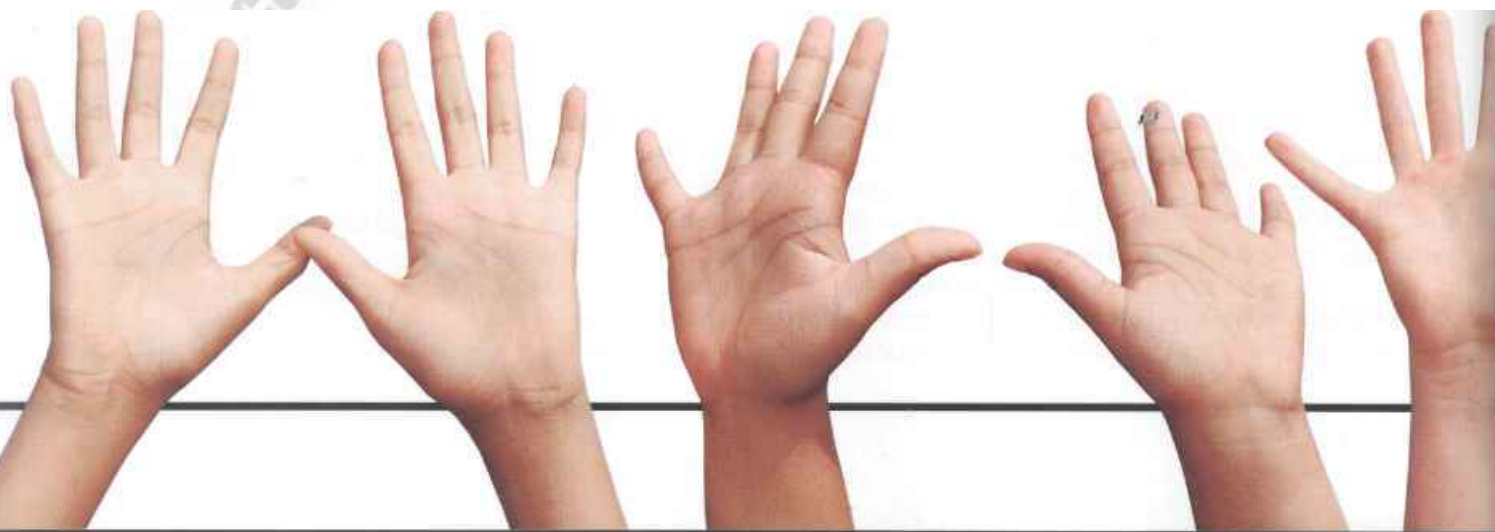
Segundo o presidente da Abigraf, Alfried Ploger, as campanhas de prefeitos e vereadores são as que têm maior impacto na indústria. "As eleições municipais são o ponto de partida na carreira política e costumam demandar proporcionalmente mais material gráfico do que as nacionais, que tendem para o uso da mídia eletrônica", diz. Outra peculiaridade é o fato de concentrarem o trabalho nas pequenas gráficas e distribuir melhor os ganhos.

Apesar dos números positivos, as eleições deste ano demandaram menos material

em relação às anteriores em função de legislações restritivas para a propaganda política, que proíbe a distribuição de brindes, como agendas, camisetas e calendários. "Em algumas cidades são proibidos outdoors, banners, santinhos, colagens de cartaz, tudo. A propaganda migrou para o programa eleitoral gratuito. Só nos municípios onde a panfletagem é permitida, continuamos concorrendo como iguais", explica.

Quem ganha com as leis que combatem a poluição visual são as empresas que trabalham com mídias digitais. A SET Produções, especializada em vídeos promocionais, precisou triplicar o quadro de funcionários para atender à demanda sazonal. O faturamento também triplicou, e os ganhos são investidos em novos equipamentos para garantir a competitividade nos períodos seguintes. A empresa foi contratada para as campanhas de seis prefeituras. Ao todo, foram investidos R\$ 76 mil em equipamentos só para atender à demanda das eleições 2008.

O volume de trabalho, no entanto, diminuiu em relação às eleições passadas. "Hoje está mais fácil fazer campanha com as leis que proíbem atacar os adversários.





Plöger: eleições de 2008 são responsáveis por crescimento de 30% no setor promocional

Vizicato, da ARZ5: "Nos três meses de campanha produzimos mais de 100 jingles, enquanto que em períodos normais são 30, em média"

O TSE deixou nossa rotina menos desgastante, não precisamos ficar investigando adversários, hoje a propaganda é focada em propostas. Antes tínhamos uma equipe só para fazer denúncias dos adversários, tínhamos que trabalhar de madrugada, era bem puxado", conta Antônio Raiher, diretor da SET Produções. As novas normas também permitiram às produtoras reduzir custos com hora extra, veículos, segurança e outras despesas.

A SET Produções foi criada em 2002 para produzir comerciais e vídeos institucionais.

Na época de eleições, além dos programas para televisão, distribuí também 2 mil DVDs com propaganda sobre os candidatos nas casas dos eleitores. O faturamento, que normalmente é de R\$ 30 mil por mês, salta para R\$ 80 mil na temporada eleitoral.

O impacto é semelhante na produtora de áudio promocional ARZ5. Nessa época o faturamento triplica, e o volume de trabalho também. "Nos três meses que antecedem as eleições produzimos mais de 100 jingles (músicas de campanha), enquanto que em períodos normais são 30, em média", compara Luciano Vizicato, diretor da produtora. O aumento de trabalho surpreendeu e trouxe um acréscimo de 15% em relação a 2004.

Para atender à demanda, a empresa amplia a jornada de trabalho durante os meses de campanha. A ARZ5 conta com dois locutores, quatro cantores e um técnico, fora a equipe administrativa e de atendimento. Há

15 anos no mercado, a gravadora desenvolveu estrutura on-line para atender clientes em todo o País.

Depois dos três meses a serviço da democracia, as empresas de propaganda voltam à rotina com a estrutura renovada para atender os clientes tradicionais. O burburinho do mercado de campanhas eleitorais só volta daqui a dois anos para trabalhar cada fala, cartaz, panfleto ou programa de rádio e TV que chega ao eleitor.

LINHA DIRETA

Alfried Plöger (Abigraf): (11) 3874-0603

Antônio Raiher (SET Produções):

(18) 3908-1509

Luciano Vizicato (ARZ5):

(17) 3343-5252

CANDIDATOS PELO BRASIL	
Prefeitos	15.592
Vice-prefeitos	15.919
Vereadores	350.035

Fonte: TSE



empresário | outubro 2008