

Petrobras reduz a publicidade e assusta mercado

Cristiane Barbieri

Reunião de conselho da estatal nesta semana é aguardada com apreensão porque deve definir a dimensão dos cortes

Mercado publicitário espera corte próximo de 30%; companhia petrolífera já cogitou abandonar o patrocínio à Fórmula 1

A reunião do Conselho de Administração da Petrobras, que acontecerá na sexta, 19, é aguardada com certa apreensão pelo mercado publicitário.

A Petrobras já afirmou que pretende reduzir os gastos em propaganda no próximo ano. Se isso acontecer, a estatal será a primeira grande anunciante que assumirá cortes na área e poderá ser um indicador sobre como se comportará o setor no próximo ano.

O percentual da redução deve ser decidido na reunião do conselho. O mercado publicitário, no entanto, estima que o corte gire em torno de 30% em relação ao investido neste ano, quando a empresa gastou cerca de R\$ 280 milhões.

O simples anúncio do provável corte já movimentou as agências que prestam serviços à petroleira. Há duas semanas, a Quê Comunicação demitiu 11 profissionais das áreas de atendimento, criação e mídia.

Por meio de comunicado, a agência informou que os cortes foram causados em razão da perspectiva de retração dos clientes para o ano de 2009. A Quê Comunicação, do Rio de Janeiro, atende a área de esportes a motor patrocinados pela Petrobras, além de prestar serviços à BR Distribuidora.

A Petrobras já admitiu que cogita sair da F-1, depois que a Honda, sua parceira no próximo ano, anunciou que desistiu do Mundial da categoria.

A agência F/Nazca, que faz os anúncios ligados às áreas internacional e cultural da Petrobras, diz desconhecer os cortes.

Já a paranaense Heads, que responde pelos anúncios regionais, abriu um escritório no Rio de Janeiro no início do ano para atender exclusivamente a estatal. A agência não respondeu a pedido de entrevista.

Batizada de "Nova Era", a última campanha institucional da Petrobras foi lançada em agosto, com investimento de R\$ 35 milhões. Criada pelas três agências, falava principalmente da descoberta do pré-sal e foi veiculada em todo o país.

Além dos investimentos em publicidade, a Petrobras já havia decidido cortar consultorias, patrocínios e viagens. A estatal tem sofrido com a restrição no crédito e a queda no preço do barril de petróleo.

ENTRE OS GRANDES

Petrobras esteve entre os maiores anunciantes de 2007**

ANUNCIANTES EM 2007, EM R\$ MILHÕES

Casas Bahia				1.001
Unilever			616	
CEF	230			
AmBev	224			
Ford	188			
Fiat	170			
Petrobras	161			
Bradesco	157			
Vivo	151			
Banco do Brasil	148			

*com descontos

Fonte: Melo&Mensagem

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 14 dez. 2008, Dinheiro, p. B12.

A utilização deste artigo é exclusiva para publicações de natureza jornalística