

Publicidade Exterior muda face do Rio de Janeiro

A cidade do Rio de Janeiro continua linda. E, se depender das ações do Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior do Estado do Rio de Janeiro – SEPEX-RJ - deverá ficar ainda melhor. A entidade vem desenvolvendo um intenso trabalho de relacionamento que envolve vários setores da sociedade organizada, aproveitando o momento histórico que a o segmento de Publicidade Exterior vem vivendo. Segundo os últimos relatórios publicados pelo Projeto Inter-Meios, a atividade finalizou o ano de 2014 com um resultado invejável.

Apresentando um crescimento sustentável já há alguns anos, o segmento obteve um segundo lugar entre as mídias que mais “puxaram” investimentos em 2014, perdendo apenas para a TV por assinatura. A performance da atividade conquistou um resultado em investimentos de R\$ 2,24 bilhões (ou seja, 21,1% de crescimento no ano).

As razões para um crescimento tão expressivo, em tempos de uma economia que enfrenta dificuldades, são muitas. Um trabalho intenso vem sendo desenvolvido pela Federação Nacional da Publicidade Exterior, no sentido de aglutinar forças com outras entidades representativas do setor, além de estabelecer novos critérios e normas para reger a atividade, pode ser apontado como uma das razões.

Mas, particularmente, a cidade do Rio de Janeiro vem se beneficiando de um trabalho intenso, desenvolvido pelo Sindicato das Empresas de Publicidade desse Estado, conquistando um espaço importante para o segmento, sempre trabalhando em conjunto com o Poder Público.

Sob a batuta de Teresinha Moraes Abreu,

Ações do Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior do Estado do Rio de Janeiro – SEPEX-RJ estreitam laços com Poder Público, Anunciantes, Exibidores e Entidades Internacionais



o Sindicato iniciou uma intensa atividade que começou em 2014 com o lançamento, em parceria com o Comitê de Mídia da Associação Brasileira de Anunciantes do Rio de Janeiro (ABA Rio), o Grupo de Mídia do Rio de Janeiro e a Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM), do Guia de Conduta e Melhor Prática da Mídia Exterior. Ao evento, nessa ocasião, também compareceram Renato Annibal, Gerente de Mídia da Coca-Cola e Alexander Vieira da Costa, Secretário Municipal de Ordem Pública.

O projeto foi elaborado à partir de uma iniciativa entre o SEPEX-RJ com a ABA Rio com o objetivo de resgatar a importância da Publicidade Exterior no Município do Rio de Janeiro, dentro de novos critérios e significados. Na visão de Teresinha Moraes, “era esse o momento mais propício para adequar este meio de comunicação a uma nova ordem urbana através, não só de uma legislação moderna, mas também de mecanismos de gestão apropriados e eficientes”. Ainda para ela, “o maior desafio do SEPEX-RJ atualmente é deixar um legado para o Rio de Janeiro, que é de poder colaborar com o Poder Público para o reordenamento da Mídia Exterior, fazendo com que tenhamos uma nova legislação consolidada e de simples aplicabilidade”. Com esta iniciativa começou um novo ciclo de desenvolvimento para a atividade na cidade maravilhosa. Pouco tempo depois desse evento, o Sindicato trouxe dos Estados Unidos o especialista José Rafael Díaz para falar e mostrar como a Mídia Exterior funciona em várias cidades do mundo. Foi a primeira vez que este segmento de mercado trouxe ao Brasil um palestrante internacional para falar exclusivamente sobre a Publicidade Exterior.

Díaz apresentou exemplos bem sucedidos do funcionamento em várias cidades do mundo, tais como: Tóquio; Toronto; Santiago; Sidney; Londres; Nova York e Chicago, dentre várias outras. Em diversas cidades, áreas como a de Times Square em Nova York e Piccadilly Circus, em Londres,

foram recuperadas pela Publicidade Exterior. Para o mercado publicitário do Rio de Janeiro, a palestra de José Rafael Díaz veio corroborar com o trabalho de ordenamento da Publicidade Exterior, para que ela esteja inserida na paisagem, interagindo com as belezas da cidade do Rio de Janeiro, dentro de um projeto urbanístico que respeita o meio ambiente.

Trabalho intenso em 2015

O ano de 2015 começou com planos ambiciosos para o Sindicato do Rio de Janeiro. Logo em fevereiro, o mercado local foi surpreendido por um fato que com certeza ficará marcado na história da Publicidade Exterior daquela cidade: a Presidente da entidade, Teresinha Abreu, em nome da categoria, entregou à Prefeitura do Município uma Proposta de Projeto Urbanístico de Publicidade Exterior para a cidade.

Segundo a Presidente, “é uma colaboração do Sindicato ao Poder Público e a toda a sociedade. O projeto está, atualmente, sendo analisado pela Prefeitura para possíveis ajustes, mas foi muito elogiado pelos técnicos do governo pelos aspectos técnicos, urbanísticos e econômicos que abrangeu.” Ainda segundo a representante do Sindicato, à partir da incorporação de eventuais ajustes, o projeto seguirá os trâmites normais e legais até a possibilidade de ser implementado em uma das capitais mais importantes do país.

Teresinha Abreu afirmou que “a despeito da incredulidade e pessimismo em tantas cidades do Brasil, o Rio de Janeiro, sempre na vanguarda, faz um trabalho comparado às mais famosas cidades do mundo. Com esta ação esperamos que a Publicidade Exterior possa, em um prazo médio, equacionar todas as adversidades que enfrenta.”

Ainda no primeiro semestre de 2015, aproveitando o momento extraordinário vivido pela Publicidade Exterior, e com o objetivo de se integrar ao mundo, trocando experiências e trazendo novidades e inovações, o SEPEX RJ foi a primeira entidade regional da FENAPEX a se filiar a Outdoor Advertising

Association of America - OAAA (Associação de Publicidade Exterior da América), com sede em Washington DC.

“O SEPEX-RJ tem o compromisso de trazer para seus associados, e todo o mercado publicitário do Brasil, o que está acontecendo de mais inovador na Mídia Exterior. Fomos intuídos a esta parceria, uma vez que a Mídia Exterior é o segmento da publicidade que mais cresce nas grandes cidades do planeta, sua evolução e adequação ao Meio Ambiente são inevitáveis, com uso de novas tecnologias e informações”, explicou Teresinha Abreu.

Para ela, a atividade vive um momento ímpar, pois em 2016 serão realizadas as Olimpíadas na cidade do Rio de Janeiro, ocasião em que as empresas de Mídia Exterior terão o compromisso mundial de fazer a melhor inserção das peças publicitárias na cidade, devendo atentar ao que de mais importante está acontecendo em outros países. Esta ação está em consonância com o Projeto Urbanístico da Publicidade Exterior que o SEPEX-RJ, através de renomados técnicos, elaborou e entregou a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, como contribuição para a melhoria da cidade. E a Presidente promete mais ações para o setor ainda neste ano.

Em 2016 serão realizadas no Rio de Janeiro as Olimpíadas. Para esse evento, Teresinha Abreu tem certeza de que as empresas de Publicidade Exterior já estão empenhadas e se preparando para cobrir a cidade com as melhores peças de publicidade. “Queremos dar uma grande demonstração da grandeza, do poder e da força desta mídia para todo o mundo. O Rio de Janeiro, que não teve nos últimos três anos, nenhum registro negativo com a atividade, nos grandes eventos internacionais como Copa das Confederações e Copa do Mundo, agora quer mostrar ao mundo como é possível ter uma cidade com o melhor da Publicidade Exterior”, finaliza a presidente.

Com toda a certeza, com tantas ações em benefício da cidade, anunciantes, agências de publicidade e sociedade como um todo, a Publicidade Exterior está mudando a face do Rio de Janeiro.