

¿El fin de una era?



Este año el mercado brasileño parece más preocupado con su futuro que con sus últimos premios en el FIAP o con su performance en los próximos festivales internacionales. En verdad, la publicidad brasileña, conocida y reconocida mundialmente por su alto índice creativo, excelentes producciones y sueldos extratrasféricos, aguarda en suspenso las actuales discusiones sobre la desregulación del mercado y el fin de la famosa Ley 4.680, que fija en un 20% la comisión de agencia sobre inversiones en medios y un 15% sobre producción.

Brasil es el único país en el mundo que reglamentó la actividad estipulando un piso para la remuneración de las agencias, anacronismo que parece aún más fuera de lugar en el Brasil pos-Real y su cartilla neoliberal. ¿Hasta cuándo esa ley proteccionista sobrevivirá formalmente, ya que en la práctica su desuso es regla de mercado?. ¿Cuánto tiempo las agencias resistirán a la presión de las empresas y, más recientemente, de los sectores gubernamentales?. ¿Qué será del *wonderland* de la publicidad tras el fin de esa descabida reserva de mercado?.

Por un lado, los clientes reunidos en la Asociación Brasileña de Anunciantes (ABA), piden la libre negociación y afirman que el mercado tiene madurez y profesionalismo para adaptarse a las nuevas realidades sin el paternalismo de legislaciones proteccionistas. El sector público, a su vez, obligado a cumplir la ley y a pagar los índices legales, comienza a exigir cambios e igual tratamiento al ofrecido a la iniciativa privada, donde las comisiones ya vienen sufriendo crecientes descuentos. En la defensiva, las agencias, reunidas alrededor de la Asociación Brasileña de Agencias de Propaganda (ABAP) y de la Federación Nacional de Agencias de Propaganda (FENAPRO), aisladas bajo las presiones de los anunciantes, que, en el fondo,

son los dueños del dinero, intentan resistir a la total desregulación de sus remuneraciones y ensaya un *sprit-de-corps* que no se veía hace años.

Sin embargo, la tarea de defender los privilegios ahora cuestionados tiene dos serios obstáculos de difícil transposición: la fragilidad de los argumentos contra la desregulación del negocio y la ausencia de nuevos liderazgos en la publicidad de hoy. La competitividad y el profesionalismo, en la visión de algunos; el canibalismo comercial y la ausencia de ética, en la visión de otros, son los principales factores de la desunión y de la incapacidad de llegar, por parte de las agencias, a un consenso sobre el tema. Protegiéndose de la total desregulación, la propuesta de auto-reglamentación gradual elaborada conjuntamente por ABAP y FENAPRO, sugiriendo tablas decrecientes de comisiones,

conforme el tamaño del aporte de cada cliente (ver cuadros), tendrá que enfrentar una dura negociación en la comisión formada por ABA, Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y TV (ABERT), Asociación Nacional de Editores de Revistas (ANER), Asociación Nacional de Jornales (ANJ) y Central de Outdoor. De esa comisión debe salir un acuerdo inter-asociaciones, que, encaminando al gobierno, señalará el camino para acabar con el intervencionismo de la Ley 4.680. El caso es serio y puede alterar el perfil de la publicidad brasileña como hoy la conocemos. Al final, ese nicho elitista de *glamour*, que inventó sueldos envidiados internacionalmente y publicitarios que se volvieron íconos de la modernidad brasileña, intenta entender que esos inexorables cambios pueden afectar su trabajo y la vida de los que él ocupa. Puede ser el fin de una era...

PROPUESTA DE AUTO-REGLAMENTACION GRADUAL DE ABAP Y FENAPRO

COMISIONES '97/'98

Aporte Anual	Comisión (%)	Descuento s/comisión (en millones de U\$S)
Hasta 1,5	20,00	—
1,5 a 5,0	19,00	5,00
5,0 a 10,0	18,50	7,50
10,0 a 15,0	18,25	8,75
15,0 a 20,0	18,00	10,00
20,0 a 25,0	17,50	12,50
Más de 25,0	17,00	15,00

COMISIONES '99/2000

Aporte Anual	Comisión (%)	Descuento s/comisión (en millones de U\$S)
Hasta 1,5	20,00	—
1,5 a 5,0	18,50	7,50
5,0 a 10,0	8,00	10,00
10,0 a 15,0	17,50	12,50
15,0 a 20,0	17,00	15,00
20,0 a 25,0	16,00	20,00
Más de 25,0	16,00	25,00

