

# Fenapro reelege diretoria para novo mandato

A Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro) confirmou a eleição da sua nova diretoria para o próximo triênio (2010 a 2013) em pleito realizado na quinta-feira 17, em São Paulo. A chapa única enca-

becada pelos atuais presidente Ricardo Nabhan (ZIN Marketing) e vice-presidente Saint'Clair de Vasconcelos (Contexto Propaganda) foi eleita por aclamação pelos delegados dos sindicatos estaduais de agências de propaganda (Sinapros).

Durante o evento foi realizada a primeira reunião da nova diretoria, na qual começaram a ser definidas as prioridades do próximo mandato, que começa a partir de 10 de julho. Além do presidente e do vice, a nova diretoria conta com Antonio Lino Pinto (diretor-secretário), César Paim (diretor de assuntos éticos), Fernando Brettas

(diretor de relações governamentais), Alexandre Oliveira (diretor de relações interessadas), Aíás Lopes (diretor-tesoureiro) e Bruno Gonzalez (diretor de planejamento).

“O mercado quer dar continuidade ao trabalho que vem sendo feito. Temos mostrado que a regionalização não é uma utopia, mas sim uma realidade. Aproximamo-nos de entidades como Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap), e realizamos mais de 200 workshops nos últimos três anos. Queremos ampliar essas ações”, destaca Nabhan. Dentre as metas da nova gestão estão reforçar o posicionamento como entidade nacional representativa da atividade pública brasileira, consolidar sua atuação regional e fortalecer e valorizar a atividade.

Já dentre os desafios, o presidente da Fenapro cita, por exemplo, a atuação para assegurar o cumprimento da Lei nº 12.232/10, que nor-

matiza os processos licitatórios para a contratação de serviços de publicidade nas esferas federal, estadual e municipal. “O fato de a lei ter sido

aprovada é o primeiro passo, mas é preciso que as entidades do setor acompanhem em cada município o cumprimento da lei, ajudando a esclarecer dúvidas e a demonstrar o caminho de aplicação da legislação”, aponta Nabhan.

O plano de ação da gestão 2010-2013 inclui ainda levantamento de informações relevantes sobre o setor; realização de



**Nabhan (esq.) e Vasconcelos: meta é consolidar atuação regional**

curso técnicos para capacitar a equipe de back office e auxiliar na formação de pessoal para as agências de propaganda e anunciantes; e atuação com foco na área social, por meio da criação de campanhas em favor de causas socioambientais e ações para mostrar o que a indústria já realiza nesse sentido. No balanço do primeiro mandato, Nabhan e Vascon-

celos destacam a atuação da entidade em ações como a aprovação da Lei nº 12.232/10; a realização da declaração conjunta com a Abap de princípios e objetivos em defesa da propaganda durante o 7º Encontro Brasileiro das Agências de Publicidade (Ebap); a coordenação do pai-

nel Realidades dos Mercados Regionais durante o IV Congresso Brasileiro de Publicidade; a realização do evento Fórum Mercados Brasileiros, em conjunto com a ABA; e a participação nos outros grandes eventos do setor, como o Encontro Nacional de Anunciantes (ENNA) e o Fórum Permanente da Indústria da Comunicação (ForCom).

**FERNANDO MURAO**