

Mercosul

Por Cid Torquato

E-mail: torquato@dioldata.com.br

● **PAPAL.** Para a cobertura da visita do papa ao México, na semana passada, a Televisa mobilizou oito equipes, uma rede de 80 km de fibra óptica, 300 câmeras, dois helicópteros, quatro motocicletas e dois dirigíveis, bem como cerca de 2 mil pessoas.

● **EXPANSÃO.** A No Guns Pictures, com sede em Venice, Califórnia, mas cuja principal atração é o sócio e diretor uruguaio Fernando Vallejo, acaba de abrir escritório na Argentina, a cargo de José Luis Longinotti. A produtora já é representada em outros países do continente pelas locais Paradiso Films (Porto Rico), Story Films (Venezuela), Cuatro y Medio (México), Metrópolis (Uruguai) e Taxi Films (Costa Rica).

● **REDE.** Com a conquista de importantes contas regionais de clientes como Basf, Procter & Gamble e Delta Airlines, a Nazca Saatchi & Saatchi anuncia crescimento de 20% em 1998, chegando a um faturamento de US\$ 500 milhões na América Latina.

● **TELETUBBIES.** The Itsy Bitsy Entertainment Company, representante inglesa do programa infantil que está conquistando o mundo, deve mesmo processar a TV Azteca. O motivo é o lançamento, pela emissora mexicana, de uma série chamada TeleChobis, conceitualmente idêntica à original. Por trás dessa história está a ferrenha disputa com a líder Televisa, que tem programada a estreia dos Teletubbies para abril.

● **CONCESSÕES.** A Comissão Nacional de Televisão da Colômbia abrirá nova licitação

para a exploração de canais de TV por assinatura no país. Todos os detalhes serão conhecidos a partir de 14 de abril, com entrega de propostas em 19 de maio e divulgação dos vencedores no fim de junho.

● **HISPÂNICA.** A agência Cartel Creativo, de San Antonio, Texas, cuidará, pelo quarto ano consecutivo, da conta da rede de lojas JC Penny para o mercado hispânico. A conta de US\$ 8 milhões foi colocada em concorrência, da qual participaram, sem sucesso, as agências Bromley, Aguilar, também de San Antonio, e a Siboney USA, de Dallas.

● **PRESS-SITE.** A Columbia Tristar, do Grupo Sony, lança site de trabalho em espanhol (www.columbiatristar.com.br), criado pela brasileira Vista 3D, para se aproximar de seus clientes, emissoras de TV, operadoras de TV por assinatura e imprensa.

● **MODERNIZAÇÃO.** Depois de 104 anos de gritos de alegria e desespero, a Bolsa de Valores da Cidade do México implantou, no último dia 11, um sistema eletrônico de compra e venda de ações chamado Sentra. Analistas do mercado calculam que os reflexos dessa agilização e simplificação nas negociações devem representar crescimento de até 1,2% no mercado publicitário mexicano.

● **FIAP.** O Festival Ibero-Americano de Publicidade completa 30 anos. Para sua próxima edição, de 20 a 23 de abril, em Buenos Aires, já estão confirmadas palestra de Michael Conrad (Leo Burnett) e homenagem a Roberto Civita (Grupo Abril). O júri será presidido por Ramiro Agulla (Agulla & Baccetti) e formado por Rodrigo Figueroa Reyes (Pragma/FCB, Argentina), Agustín Medina (La Banda de Agustín Medina, Espanha), Manuel Valmorisco (Ammirati Puris Lintas, Espanha), Christina Carvalho Pinto (Full Jazz, Brasil), Paschoal Fabra Neto (NewcommBates, Brasil), Aldo Quevedo Muñoz (Dieste & Partners, Estados Unidos), Dominique Sarries (Ogilvy & Mather, Uruguai), José Ferreira de Campos (J.W. Thompson, Portugal) e Juan Carlos Ortiz (Leo Burnett, Colômbia).

● **AMAP.** Javier Salas (foto), presidente da agência Proeza y Asociados, é o novo presidente da Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad. Na mesa diretora, alguns dos principais nomes da publicidade local, como José Terán (Terán TBWA), Walter Möller (Harri Möller Publicidad), Leopoldo Garza (Nazca S&S) e Carlos Alazraki (Alazraki y Asociados), entre outros.

● **MARKETING PESSOAL.** Segundo a revista Noticias, importante semanário argentino, estas são as 15 pessoas mais poderosas e influentes do país. Entre elas, nove políticos, dois apresentadores de televisão, dois empresários, um jogador de futebol e apenas um jornalista:

1. Carlos Menem
2. Eduardo Duhalde
3. Fernando de la Rúa
4. Susana Gimenez
5. Graciela Mejjide
6. Francisco Macri
7. Carlos Corach
8. Diego Maradona
9. Domingo Cavallo
10. Amalia de Fortabat
11. Raúl Alfonsín
12. Cacho Álvarez
13. Ramón Ortega
14. Mariano Grandona
15. Marcelo Tinelli



PROSPECTANDO

Entrevistamos Fernando Espuelas, o uruguaio que começa a ser conhecido como o Bill Gates da América Latina. Seu grande feito foi, juntamente com o sócio Jack Chen, tertido a visão e o pioneirismo de lançar o primeiro grande portal de Internet para o con-



tinente latino-americano: StarMedia (www.starmedia.com). Tudo começou em setembro de 1996, com dinheiro emprestado de parentes e amigos. Em 1997, receberam aporte de US\$ 3,5 milhões de investidores. De lá para cá, a empresa não apenas cresceu surpreendentemente como recebeu capital de importantes instituições financeiras e grandes empresas de soft e hardware.



InterCâmbio: Qual o perfil dos usuários de StarMedia?

Fernando Espuelas: Cerca de 70% dos usuários têm entre 18 e 34 anos e vêm das classes média alta e alta. Mais de 75% são homens, índice que vem decrescendo, pois 50% dos novos usuários são mulheres.

InterCâmbio: Como é sua audiência?

Espuelas: No Brasil, temos 38% de nossos usuários, 25% no México e 11% na Colômbia. De acordo com nossas pesquisas, menos de 12% dos latino-americanos sentem-se confortáveis com sites em inglês.

InterCâmbio: Qual o tamanho do mercado latino-americano?

Espuelas: São 19 mercados viáveis, com a mesma área geográfica dos Estados Unidos e o dobro da da Europa. São cerca de 500 milhões de pessoas, das quais 77% têm menos de 40 anos. No entanto, apenas 6,7% das famílias têm micros. Mas, segundo pesquisa da Nazca Saatchi & Saatchi, desde 1995 o uso da Internet aumentou 788% e deve chegar a 34 milhões de usuários até o fim do próximo ano.

InterCâmbio: O que vocês oferecem?

Espuelas: Notícias, entretenimento online, e-mail grátis, chat rooms locais, panregionais e globais, sites personalizados e mecanismos de busca, como nosso StarMedia - Excite, primeiro na América Latina. Nossa maior novidade é Órbita, pelo qual qualquer pessoa pode desenhar e ter seu site, classificado por grupos de interesse.