

# Mercosul

Por Cid Torquato

E-mail: torquato@dialdata.com.br

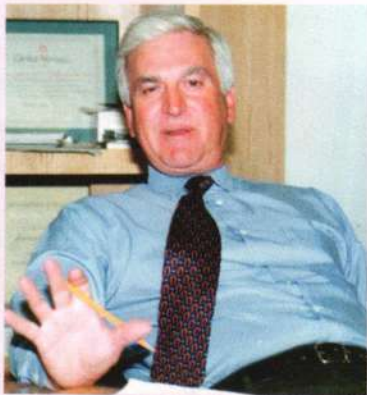
● **RECESSÃO.** O famoso modelo econômico chileno, que pautou a revolução neo-liberal na América Latina nesta década, também começa a mostrar sinais de debilidade. Para o mercado publicitário, isso representou em 1998 uma queda nos investimentos de 2,7%, segundo estudos da Megatime, empresa local de pesquisas. Essa queda significa, na verdade, um alívio para as agências de publicidade que, a princípio, acreditavam em crescimento negativo da ordem de 10%.

● **GAY.** Estreou na Argentina, no último dia 2, o primeiro programa dirigido ao público homossexual na América Latina. Trata-se de *\*.Gay*, exibido pelo Canal Ideas, da operadora Cablevisión. Conduzido por Luis Almeida, o programa semanal traz reportagens, humor, programação para o fim de semana, além de jogos e especiais sobre temas como a Marcha do Orgulho Gay de Nova York, entre outras atrações.

● **CRESCIMENTO.** Com apenas dois anos de atividades a agência argentina Vega-Olmos Ponce, dos criativos Fernando Vega-Olmos e Hernán Ponce (foto), chegou a US\$ 30 milhões de faturamento, com clientes



● **DESEMPENHO.** A McCann-Erickson México, sob o comando do espanhol Carlos Herranz (foto), foi



escolhida a agência do ano pela McCann-Erickson Worldwide por seu desempenho em 1998. Cresceu 12% em relação ao ano anterior, faturando US\$ 190 milhões.

● **LEÃO COLOMBIANO.** O mercado publicitário na Colômbia anda apreensivo. Além das dificuldades econômicas anunciadas para 1999, vive dias de incerteza provocados pela lei que prevê a cobrança de um novo imposto sobre a atividade. Com a incidência do IVA (Imposto ao Valor Agregado), de 10%, as agências de publicidade devem perder um valor proporcional em faturamento, pois a tendência no planejamento dos clientes tem sido de não aumentar as verbas, subtraindo o novo tributo dos valores já programados.

● **PRODUÇÃO.** A produtora internacional No Guns anuncia sua associação, na Argentina, com o produtor local Julián Vella. O primeiro cliente da nova estrutura argentina é a cerveja Andes, do Grupo Quilmes, em comercial criado pela Young & Rubicam local. Vella atuava como produtor executivo independente, prestando serviços para produtoras de várias partes do mundo, inclusive para as brasileiras O2 e Conspiração.

● **RRPP.** No segundo semestre do ano 2000, ainda em data não definida, será realizado em Buenos Aires o 23º Congresso Interamericano de Relações Públicas, organizado pela Confederação Interamericana de Relações Públicas (Confiarp). Segundo seus organizadores, o evento quer marcar o novo papel das relações públicas no cenário das comunicações, atraindo profissionais de toda a América Latina. No segundo semestre deste ano serão iniciados os trabalhos de divulgação do evento, a cargo da agência argentina Dell'Oro Trigo Comunicación.

● **LANÇAMENTO.** Em 1999, a Bates América Latina, com sede em Miami, começa a trabalhar para seu cliente Mercedes-Benz, conquistado em dezembro passado em concorrência com outras 12 redes regionais de agências. A primeira campanha a ser realizada será para o compacto A-Class e será dirigida à América Latina e ao mercado hispânico norte-americano.

## PROSPECTANDO

Fundada em Chicago, em 1952, a Edelman Public Relations Worldwide é hoje uma das maiores empresas de relações públicas do mundo. Com clientes como UPS, Fuji, Sara Lee, Disney, KFC, Kraft, Bayer, 3M, Merck, IBM, Samsung, Texas Instruments, AT&T, Reuters, Wells Fargo, BankBoston, BearSteams, Microsoft, Quaker e os governos do Chile, de Israel e Portugal, entre muitos outros, a empresa atua em 34 escritórios espalhados pelo planeta, com faturamento global superior a US\$ 120 milhões em 1998. Além de serviços de relações públicas, oferece marketing nas áreas médica e farmacêutica, comunicação para empresas de



tecnologia, business-to-business, comunicação especializada para empresas financeiras, relações institucionais, administração de crises, soluções interativas, marketing esportivo e de eventos. Entrevistamos Richard Edelman, presidente e CEO do grupo, em Nova York.

**InterCâmbio: Quais são os planos para a América Latina?**

**Richard Edelman:** Estamos empenhados em construir uma operação forte no Brasil, onde há mais oportunidades que em qualquer outro país latino-americano. Nossa operação em São Paulo triplicou no ano passado e devemos abrir um escritório no Rio de Janeiro em um futuro próximo. Acredito que, com a excelente equipe que temos, nosso escritório de São Paulo será, em breve, o quinto mais importante do mundo, atrás apenas dos de Nova York, Washington, Chicago e Londres.

**InterCâmbio: E a América Latina?**

**Edelman:** Já estamos no México na Argentina. Por meio de associados, também atuamos em outros países. Com as questões de instabilidade econômica externa e interna, estamos adiando nossos planos de abrir escritórios próprios em países como Chile, Colômbia e Venezuela.

**InterCâmbio: Há clientes pan-regionais?**

**Edelman:** Trabalhamos em oito países latino-americanos para a Erickson. Para a StarMedia, oferecemos serviços em seis países. Estamos buscando novos clientes para ações pan-regionais, que interam à nossa empresa e, em geral, servem aos objetivos de comunicação das grandes corporações.

de peso como Eco de los Andes, Adidas, CTI Móvil, Molinos, Osram, Discovery Networks, Allied Domecq, Arcor, Audi, BBV Banco Francés, Kimberly Clark, C&A, La Nación, Liberty, Samsung e Virulana. Além do êxito comercial, a agência começa a destacar-se também por sua criatividade, posicionando-se como a segunda mais premiada nos festivais nacionais e entre as três primeiras em festivais internacionais. Já no começo deste ano sagrou-se como a agência argentina com mais medalhas no The New York Festivals, com duas de Ouro, uma de Prata e uma de Bronze.

● **NOVA DIRETORIA.** Yuri Alvarado é o novo presidente do Círculo Creativo de México, no ano em que completa uma década de existência. Seus planos são de uma gestão voltada às novas gerações da publicidade, visando garantir a evolução criativa iniciada na metade dos anos 90. Sua diretoria é formada por Juan Curi, secretário; Alberto Bross, tesoureiro; Carl Jones e Manuel Ruiz, porta-vozes; Tony Hidalgo, suplente; Norman Christianson, secretário suplente; Pedro Torres, tesoureiro suplente; Miguel Moreno e Fernando Torres, porta-vozes suplentes; Enrique Staines, diretor de comunicação; Carlos San Román, diretor de relações públicas; Edgar Hernández, diretor de assuntos acadêmicos.