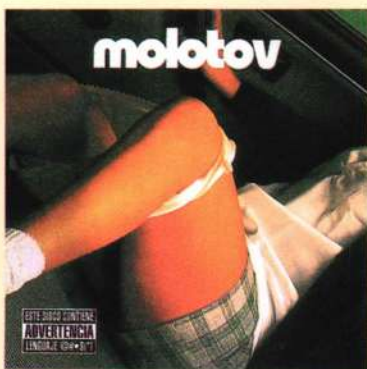


InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

■ **Aliança.** Como em um intrincado quebra-cabeça, o mapa da disputa pelo setor da comunicação na América Latina apresenta lances empresariais e acordos estratégicos de grande complexidade. Esse cenário vê a aproximação de pesos pesados internacionais, mas a maior parte das cartas ainda está sob o domínio de conhecidos tubarões latino-americanos. Recentemente, desde Cancún, o jovem Emílio Azcárraga Jean, berdeiro do trono de todo-poderoso do império Televisa, anunciou

aliança entre 18 empresas de TV da América Latina. O objetivo é a formação do Sistema Latino-Americano de Notícias, que terá como plataforma o canal internacional de notícias ECO, produzido pela própria Televisa. Firmaram o acordo: Grupo C.E.I. (Argentina), ATD Red Nacional (Bolívia), SBT (Brasil), Megavisión (Chile), RCN (Colômbia), Teletica (Costa Rica), Gamavisión Televisión del Pacífico (Equador), Telecorporación Salvadoreña de TV, (El Salvador), Televisiete (Guatemala), Compañía Televisora Hondureña (Honduras), Televisión (Nicarágua), Telemetro (Panamá), Telefuturo (Paraguai), América TV (Peru), Telemicro (República Dominicana), Montecarlo TV (Uruguai), Grupo Televisa (México) e Venevisión (Venezuela).



■ **Pós-Memudo.** Enquanto no Brasil o rock'n'roll parece ter sido soterrado pela avalanche de brasilidade musical — no ritmo de Carla Perez, pagode e profusão de nádegas —, na Argentina, no Chile e México a história é bem diferente. O cenário do rock nesses países é expressivo, como forma de comunicação de suas juventudes urbanas. Redescobrem no espírito underground e no rock-protesto um canal hábil para participar das profundas trocas por que passam suas culturas. Entre as bandas mais conhecidas do continente estão as argentinas Soda Stereo, Ratonés Paranoicos, Iliá Kuriak y los Valderamas, Los Pericos, os chilenos Los Tres e os mexicanos Café Tacuba, Control Machete, Aleks Syntek y la Gente Normal e Molotov, que acaba de ganhar um disco de ouro na Argentina com seu primeiro trabalho *Dónde jugarán las niñas?*.

■ **Autóctona.** Quem já viu comercial de McDonald's em guarani? Pois, aí vai. Trata-se de anúncio da paraguaia Publicitaria Nasta para a grande rede de fast food norte-americana. O espanhol é língua oficial no Paraguai, mas o guarani é um dos últimos idiomas autóctones vivos da América Latina e tem seu uso cada vez mais assimilado pela linguagem da publicidade local.



■ **Festivais.** De 5 a 7 de agosto, o World Trade Center, da Cidade do México, será palco do Cuarto Festival de la Publicidad México '98. Serão 350 expositores, em mais de 600 estandes de veículos, serviços publicitários, artes gráficas, brindes e afins. São esperados quase 30 mil visitantes. Para profissionais, haverá um ciclo de palestras e discussões sobre temas atuais do negócio publicitário. Informações pela Internet: <http://www.iwm.com.mx/servicios/gausa>.

■ **Greencard.** Com a franca expansão dos negócios internacionais na América Latina, aumenta, tam-



bém, o leque de side-products disponíveis. É o caso da LatPro, Latin America's Professional Network (<http://www.latpro.com>), site sobre administração de carreiras, especializado em profissionais bilingües ou trilingües (inglês, espanhol e português). De acordo com seu presidente, Eric Shannon, recebem cerca de 10 mil hits por mês e já contam com cerca de 8 mil assinantes de seus serviços pagos ou gratuitos. "Estamos crescendo por mês mais de 30%", completa. Além de classificados online, a LatPro oferece notícias, dicas e artigos sobre oportunidades de trabalho no continente. Vale a pena visitar.

■ **Guerra nas estrelas.** No começo deste mês, o sistema direct-to-home Sky Latin America — consórcio formado pelas Organizações Globo, Grupo Televisa, The News Corporation Limited e Tele-Communications International, Inc. — ultrapassou, oficialmente, a marca de 400 mil assinantes, o dobro do fim de 1997. Assim, assume a liderança na América Latina, à frente da concorrente DirecTV, ainda que operando apenas no Brasil, México e na Colômbia. Vale lembrar que a participação do sistema DTH no setor das TVs por assinatura deve saltar de 5% em 1997 para 28% em 2007.



■ **Saludos.** Gabriel Dreyfus, da Argentina Dreyfus Comunicaciones manda notícias. Acaba de ganhar as contas de Supermercados La Anónima, maior rede do sul do país, e Diginet, transmissão de dados para Argentina e América Latina.

Rápidas

■ **Tentáculos.** É dado como certo que o Grupo Cisneros, da Venezuela, seja o novo proprietário de Wapa Canal 4, de Porto Rico, atualmente pertencente à empresa General Electric.

■ **Associação.** Ainda não foi confirmado, mas tudo leva a crer que as agências argentinas Verdino Bates e Fernando Fernández anunciarão, nos próximos dias, sua fusão.

■ **Tecnologia.** A Chilefilms, com estúdios em Santiago e Buenos Aires, acaba de inaugurar suas mais recentes aquisições: sistemas Inferno e Flame, da Discreet Logic, rodando sobre plataforma Silicon Graphics Onyx2 Infinite Reality e SGI Octane, respectivamente.

■ **Bifurcação.** O criativo Germán Rojas Molina abre sua própria agência em Bogotá, na Colômbia. Trata-se da Clio Publicidad, que já começa com contas interessantes, como Grupo Futura, Molino El Lobo, Industrias Trianon, Admiss International e Fedemol. Como sempre ocorre nesses casos, seus principais colaboradores são ex-colegas da Contexto Creativo, em que atuavam.

■ **Bramba.** A marca brasileira é uma das patrocinadoras oficiais do Campeonato Sul-americano de Superturismo nesta temporada. Também sob seu patrocínio, o piloto argentino Juan Manuel Fangio, sobrinho do famoso pentacampeão de Fórmula 1, que corre com um Peugeot 406.

■ **Multinacional.** Para vencer as concorrentes JWT, Leo Burnett e Elíaschev e abocanhar a desejada conta da Shell, a Ogilvy & Mather Venezuela convocou força-tarefa internacional. Além da equipe local, foram chamados Aloisio Pinto, do Brasil, e Juan Andrés Morandi, da Punto, Ogilvy & Mather, do Uruguai.

■ **Aniversário.** Como parte das comemorações do 25º aniversário da revista Media International, seus editores promoverão o primeiro Media International Global Advertising Awards, premiado de campanhas regionais, pan-

regionais e globais. Os prêmios serão entregues no dia 19 de outubro, no Park Lane Hotel, em Londres. O brasileiro José Eduardo Cazarin, presidente da Lowe & Partners Latin America, faz parte do corpo de jurados do evento.

■ **Femininismo.** Laura Blois, diretora de criação da agência ViceVersa Euro RSCG, é a primeira mulher a assumir a presidência do Círculo Uruguayo de la Publicidad, em seus 17 anos de existência. Sua principal tarefa neste ano será garantir que a décima edição do festival El Desachate, que ocorre em novembro, em Punta del Est.e, seja um êxito, atraindo participantes do Mercosul.

■ **Media International.** O prêmio será entregue no dia 19 de outubro, no Park Lane Hotel, em Londres. O brasileiro José Eduardo Cazarin, presidente da Lowe & Partners Latin America, faz parte do corpo de jurados do evento.

■ **Femininismo.** Laura Blois, diretora de criação da agência ViceVersa Euro RSCG, é a primeira mulher a assumir a presidência do Círculo Uruguayo de la Publicidad, em seus 17 anos de existência. Sua principal tarefa neste ano será garantir que a décima edição do festival El Desachate, que ocorre em novembro, em Punta del Est.e, seja um êxito, atraindo participantes do Mercosul.

