

# InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

## Colômbia

Apesar do aperto político enfrentado pelo presidente Ernesto Samper, pela alegada colaboração dos cartéis da coca à sua campanha, a Colômbia vem conseguindo manter a inflação em patamares baixos e ativar sua economia. Para a publicidade, a atual política de abertura econômica tem resultado em crescimento de investimentos por parte das multinacionais, que provocam a concorrência nacional a comunicar-se também. De 93 para 94, as dez maiores agências do país tiveram um crescimento médio de 48,4%, faturando por volta de 70% das verbas do mercado, que em 95 deve girar em US\$ 1,8 bilhão. As maiores agências são McCann (que fatura cerca de US\$ 100 milhões por ano), Toro DMB&B, Sancho Saatchi & Saatchi (considerada a mais criativa), Leo Burnett e Lintas. Procesos Creativos é a sexta no ranking e única agência nacional entre as top ten. E eles estão aprendendo rápido a fazer publicidade. Este ano ganharam nove prêmios no Fiap e um Bronze em Cannes, com um filme criado pela McCann e produzido em Miami pela produtora Ilumina Filmes. Segundo Hernán Ponce, diretor de criação da Young & Rubicam Argentina, no último encontro de todas as agências do grupo, em Miami, no começo do mês, Peru, Venezuela e Colômbia apresentaram um trabalho criativo surpreendente. Existem algumas produtoras de cinema publicitário no mercado colombiano, mas as principais produções são feitas principalmente no Chile ou em Miami.

### Lúdico

O hotel San Rafael em Punta del Este foi, de 16 a 18 de novembro, cenário do descontraído Festival El Desachate. O público eminentemente uruguaio assistiu a palestras dos convidados internacionais Fernando Fernandez (da FF, Argentina), Fabra Neto (da ADD, de São Paulo), Jorge Villena, da Bassat Ogilvy & Mather, de Barcelona, Mike Rogerson e Bob Scarpelli (das DDB Needham de Nova York e Chicago), que roubaram a cena com a apresentação de estratégias de marketing e dos impagáveis sapos, estrelas dos premiados comerciais criados para seu cliente Budweiser. Nas premiações não houve grandes surpresas. Viceversa Young & Rubicam repetiu performance dos



últimos anos e arrasou, ganhando dez dos 30 prêmios locais, em gráfica, rádio e TV. Punto Ogilvy & Mather ganhou quatro, MRM e Slogan DDB Needham ficaram com três cada. Metropolis foi a produtora mais premiada com metade dos dez prêmios para comerciais. O mesmo número de prêmios conquistou a produtora de música e som Pregones, do rock-star uruguaio Carlos Cotelo. Cláudio Invernizzi, diretor de criação da Viceversa e presidente do Circulo Uruguayo de Publicidad, espera internacionalizar mais o evento, atraindo publicitários principalmente da Argentina, Brasil, Chile e Paraguai, onde agências uruguaias vêem potencial de investimentos e bons negócios.

### Playas

Em janeiro próximo a MTV Latino mais uma vez produz e exhibe o programa de verão Playa MTV, visitando os balneários mais conhecidos da América Latina. No Chile, com a apresentação do VJ chileno Alfredo Lewin, a reportagem vai invadir as praias de Viña del Mar, La Serena e Coquimbo. Punta del Este e adjacências, no Uruguai, formam a região de veraneio mais nobre da América do Sul e palco de um sem-número de promoções e eventos. Arturo Hernández, apresentador do programa MTV Afuera, também estará viajando pelo continente, mostrando um pouco da "cultura" de praia de cada país.

### Mito

A partir de 18 de janeiro o diretor inglês Alan Parker começa a filmar em Buenos Aires a superprodução musical sobre a vida de Eva Duarte de Perón, ou Evita, figura arquetípica da mulher argentina. No elenco, Madonna, Antonio Banderas e Jonathan Price, como o caudilho Perón. Da equipe e elenco de 160 pessoas, 60 são argentinos, selecionados entre quase 2 mil candidatos. Parker não conta muito sobre o filme, principalmente para afastar especulações sobre o tratamento dado ao personagem principal. Esse assunto ainda dá muito pano para manga entre peronistas e dramáticos admiradores do mito.

### Criatividade



Este é o anúncio que ganhou o Gran Prix de gráfica do último Festival de Londres, criado pela agência Agulla y Baccetti. A dupla de criativos é sangue novo na publicidade argentina dos últimos tempos, passou por algumas das principais agências do país e há pouco mais de um ano abriu a sua própria. Com clientes como Alpargatas, Sanyo, Aiuwa, Pizza Hut, Mazda e Itaiú, a previsão de faturamento para o primeiro ano era de US\$ 15 milhões.

### Química

O2 e O3 (Ozono), produtoras de comerciais do Brasil e Argentina, que recentemente firmaram acordo operacional, implacaram a primeira co-produção para a agência argentina Nexus. Trata-se de um filme institucional para a linha de iogurte da marca La Sereñisima, do poderoso grupo Mastellone. Para se ter uma idéia, no mercado de laticínios as marcas do grupo detêm 73% do mercado, estão entre os maiores anunciantes da Argentina e já estão presentes no mercado brasileiro com produtos de alta qualidade. As empresas do grupo são responsáveis por mais de 80 comerciais por ano. O primeiro filme da química O2 e O3 será dirigido pelo brasileiro Nando Olival, na Argentina, no próximo fim de semana, com produção internacional de Ricardo Montanha.

### Penal

Recentemente aprovado, o Artigo 285 do novo Código Penal espanhol está causando polêmica no mercado publicitário. Contra tendência de tratar civilmente as questões relativas ao delito publicitário, o criticado artigo prevê multas e penas de até um ano de prisão. Anunciantes, agências e meios estão contra essa "perigosa arma de extorsão a empresas e marcas, sem, em contraponto, apresentar incremento algum à proteção dos consumidores", no discurso de Javier Pezonaga, presidente da Asociación Española de Anunciantes, que promete recorrer contra a criminalização da matéria.