

InterCâmbio

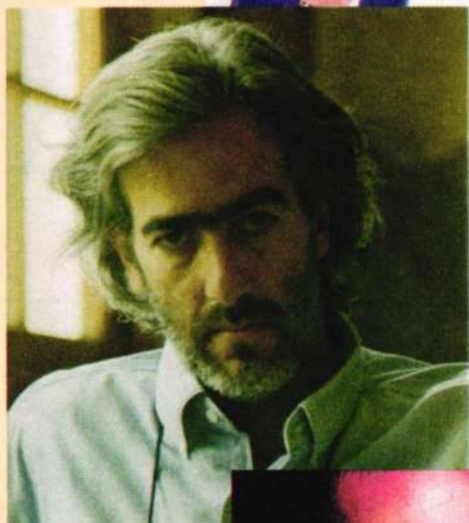
MERCOSUL POR CID TORQUATO

Reflexos

Bastante animado este final de ano para a publicidade e negócios latino-americanos. Eventos locais ganham força regional e aumenta a importância daqueles que nasceram regionais, apostando no potencial latente deste rico continente de primos distantes. De outubro para cá, tivemos a Cúpula Ibero-Americana no Chile; El Desabate em Punta; Congresso de Marketing e Negócios em Florianópolis; Expo 1996 em Foz do Iguaçu; VI Encuentro Internacional de la Publicidad (Asociación Mexicana de Agencias); a promessa de investimentos espanhóis com a Expotécnica em São Paulo; os festivais chilenos Max-Effie, El Mercurio e Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (Achap); o nosso Caboré desta semana e mais festas, eventos e comemorações natalinas. Para janeiro e fevereiro, cresce a movimentação nos mercados do Caribe, América Central e hispânico dos Estados Unidos, enquanto nossas experiências sulistas apostam que as coisas devem dar uma acalmada "até depois do Carnaval". Teremos, logo no começo do ano, a convenção anual da Asociación Hispana de Agencias de Publicidad dos Estados Unidos, The Miami Showbiz Summit "Entertainment in the Americas", organizado pela revista Variety, e o primeiro Eco Globe Awards, em Caracas, Venezuela, que tem o sugestivo slogan "Hello Iberoamérica". E atenção! Para quem o Mercosul e a integração regional são "softwares" ainda não instalados, vai aí uma dica: instale-os. Espera-se um tremendo boom da publicidade, das agências de publicidade e das produções para o mercado hispânico dos Estados Unidos. Os reflexos e benefícios para a América Latina são óbvios.

Festivais chilenos

Max-Effie (26 de novembro), El Mercurio (27 de novembro) e Achap (5 de dezembro), juntamente com o festival de rádio, já realizado, são os principais eventos



premiados. Mostramos, hoje, algumas figuras da publicidade daquele país. Pilar Gimenez (El Mercurio) e o jornalista Filipe Rouger; o diretor de cine Patricio "Pato" Bustamante; e Jorge Leiva, diretor de criação da Zeggors DDB Needham.

do marketing, de publicidade em gráfica e TV, respectivamente, do Chile. Nas próximas edições estaremos publicando resultados e alguns dos melhores trabalhos



Estréia

Miguel Jaramillo (30 anos e ex-diretor de RTV da Centrum Ogilvy & Mather Bogotá) e Henry Vargas (47 anos, diretor de fotografia por mais de 30 anos e 3 mil comerciais e longas-metragens, principalmente nos EUA) estão lançando, em Miami, a produtora Concept Films. Vão atacar o mercado norte-americano em geral e aproveitar os contatos com a América Latina, mas a idéia é oferecer serviços para todo o mundo, inclusive para a Austrália. Em Sidney, será representada pela brasileira Patrícia Russo (ex-Barriga Verde, Argumento e Adrenalina).

Grandes

Agora da Espanha. Segue lista com os 15 principais anunciantes do mercado espanhol, quanto investem (em pesetas) e porcentagem sobre o total de investimentos:

Anunciante	Em pesetas	%
El corte Inglés	4.196.467	7,81
Domecq	3.450.213	6,42
Once	3.316.895	6,17
Feyje	2.216.728	4,12
Dirección de Tráfico	2.000.264	2,78
Telefonica de España	1.494.865	2,78
Lotería	1.459.411	2,71
Seat	967.307	1,80
BilbaoVizcaya	892.101	1,66
Tabacalera	845.540	1,57
Renault	841.502	1,57
Peugeot	824.421	1,53
Leche Pascual	797.934	1,48
El País	736.012	1,37
Coca-Cola	677.675	1,26

Câmbio rápido

■ **Chiquérrimo.** O Patio Bullrich, da tradicional família Maccarone, em Buenos Aires, firmou um contrato pioneiro com a Amex, que agora dá bônus aos seus membros que pagarem as contas com o exclusivo cartão. É o primeiro shopping center do mundo a operar em associação com seu "Membership Rewards".

■ **Sial DÓr 1996.** Este é o nome do prêmio que o leite ultrapasteurizado e fortificado com ferro La Serenísima ganhou este ano na França. Trata-se do principal prêmio internacional da indústria alimentícia. Enquanto isso, no Brasil, a conta de publicidade da indústria láctea está na WG/Stalimír.

■ **Fuga.** Se o programa é passar o verão em algum balneário latino e fugir daquelas promoções de cremes, chocolates, cervejas, preservativos, celulares etc., aí vão algumas dicas camaradas: 1) no Uruguai, evite as aglomerações de Punta del Este. José Ignacio e, mais longe, Pedreras, são as opções de praias. À noite, na Barra, o restaurante Maria y el Lobo atrai os montevidéanos, inclusive publicitários; 2) no Chile, Zapallar e La Serena são boas pedidas.