

# InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

## Fiap 96

*Começa a temporada 96 de caça aos prêmios com o Festival Ibero-Americano de Publicidade (Fiap). O Hotel Plaza, por décadas o mais elegante de Buenos Aires, será, novamente, palco do mais importante festival de publicidade na América Latina. Começa dia 16 de abril, uma terça-feira, terminando com jantar e entrega de prêmios no dia 19, sexta-feira. A programação é interessante. Luis Bassat, presidente da Bassat Ogilvy & Mather Espanha e figura mais conhecida da publicidade espanhola, será um dos conferencistas. O tema ainda não está definido, mas assunto não falta. Está em curso uma reaproximação econômica entre Espanha e suas ex-colônias, pelas privatizações, e o pessoal da publicidade começa a se dar conta disso também (diga-se que a entrada da Euro RSCG no Brasil se deu via Buenos Aires, que é subordinado ao escritório de Madri). A outra conferência fica a cargo de Ramiro Agulla e Carlos Baccetti, a dupla de criativos argentina que revolucionou o cenário porteño da publicidade não apenas com trabalhos eficazes e ganhadores de prêmios. Eles também deram aula de ganhar clientes e plata. No primeiro ano de funcionamento da Agulla & Baccetti o faturamento chegou perto dos US\$ 20 milhões. Para julgar as 3 mil peças esperadas para este ano serão convocados 13 jurados de nove países. Já confirmaram presença os brasileiros Alexandre Gama e Flávia Moraes, os argentinos Jorge Villegas (Graffiti DMB&B) e Pablo del Campo (Lautrec Nazca Saatchi & Saatchi), Judite Mota (Nova Publicidade de Lisboa), Stanley Bendelac (Delvico Bates) e Fernando Herrero (Tiempo/BBDO) da Espanha. Espera-se um aumento em inscrição de peças e presença de publicitários de países como Chile, Peru, Colômbia, Venezuela, Costa Rica e México, atraídos pelos encantos do intercâmbio regional. Por outro lado, os cortes e contenções de despesas aplicados em muitas agências, nesses tempos de neoliberalismo, podem afastar muitos interessados. Na verdade, falta informação, falta uma boa divulgação. É de se pensar também que, terminado o festival, ainda sobram dois dias, sábado e domingo, para desfrutar os encantos daquela fascinante cidade. Nos vemos no Fiap.*

## Visita

*Chega a São Paulo esta semana Joaquín Bascuñan, sócio e diretor de criação da Publiart, uma das cinco agências de publicidade chilenas com trabalho criativo mais premiado nos últimos tempos. Vem para conhecer algumas produtoras e fazer contato com duas ou três agências da cidade. Seu principal interesse, no momento, é ver como funciona e procurar entender melhor a publicidade brasileira, inclusive participando do lançamento do 20º Anuário do Clube de Criação de São Paulo, quinta-feira no Narciso.*



## Cabo?

*Na América Latina, a Argentina é o país com maior número de lares conectados a algum tipo de pay TV. São 4,5 milhões de assinantes, atingindo um público que representa metade da população do país. Porém, tanto potencial não tem sido suficiente para atrair a atenção de publicitários e empresas, que investiram menos de 1% de suas verbas nesse meio, algo próximo dos US\$ 100 milhões em 95.*

*Trata-se de puro marketing político-esportivo a ascensão de Maurício Macri à presidência do Boca Juniors, a mais famosa e popular equipe de futebol da Argentina. Filho do poderoso empresário Franco Macri, um dos cinco homens mais influentes do país, seu súbito interesse por esportes deve-se às suas pretensões políticas rumo ao poder: quer chegar à presidência. Tem muito dinheiro (Sevel, Manliba, Movicom, Philco, Autopistas), prestígio e bom layout. Como todo argentino que se preza, é casado com uma ex-modelo, o que lhe acrescenta ainda mais pontos no imaginário coletivo da nação. Já está promovendo contundentes transformações na administração, imagem e estratégia do Boca. Uma das primeiras medidas foi a contratação do respeitado técnico Carlos Bilardo. O único pedregulho no seu sapato é o irascível camisa 10 do time, Diego Armando Maradona, que além de polêmico como jogador também começa a alimentar pretensões políticas, assediado pelo próprio Menem.*

## Butique

*A agência W/Z Publicidad desde meados de 92 oferece altíssimo nível ao mercado publicitário chileno. Seus principais sócios, Daniel Walker e Gino Zecchetto, vêm da primeira geração de verdade da boa publicidade naquele país. Para ambos, o desenvolvimento e o desabrochar profissional se deram na Young & Rubicam/Chile, antes de sua associação com a Prolam. A partir daí, a bem-sucedida carreira-duo foi um passo. Hoje, seus clientes são Hyundai, Canon, Ministério de Agricultura e Banco del Desarrollo, entre outros, e seus planos próximos futuros não descartam um acordo regional ou uma boa relação com alguma grande rede internacional.*



## Post

*A ex-estatal de cinema Chilefilms, privatizada em 88, está hoje entre as cinco maiores e mais bem-equipadas empresas de pós-produção da América do Sul. Conta com estúdios e laboratórios no Chile e na Argentina. De Santiago, atende o mercado local e os países andinos. Em Buenos Aires, onde compraram o tradicional laboratório Cinecolor, superaram o faturamento de US\$ 12 milhões da matriz, trabalhando para um mercado que vem crescendo ano a ano. A Argentina, afirmam especialistas e entusiastas, caminha para se tornar um grande pólo de produção de cine e TV para todo o mercado hispânico. Tem bons diretores, fotógrafos, técnicos, locações e saudades da época de ouro do cinema argentino.*

## Boca