

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

Prospectando

■ Mirando as grandes campanhas do continente (de automóveis, cervejas e refrigerantes, bem como de produtos e marcas internacionais), a 5.6 Produções, de Wellington Amaral, investe na América Latina para consolidar sua estratégia internacional. Aproveita os primeiros festivais do ano para prospectar no México, Miami, Colômbia e Venezuela.



El Comercio

■ É o nome do jornal diário mais antigo do Peru. Foi fundado em 1839 e está a cinco gerações nas mãos da tradicional família Miró Quesada, atualmente com apenas 20% do negócio. Segundo dados fornecidos pelo próprio jornal, sua tiragem ultrapassa os 250 mil exemplares, atingindo cerca de 700 mil pessoas. Parece um pouco exagerado. De qualquer maneira, o Grupo El Comercio é uma potência no país. Fatura US\$ 100 milhões ao ano e emprega mais de mil pessoas, 25% na área editorial.

Convocatória

■ Atenção: a organização do Fiap começa a promover sua versão 1997. Mais do que aumentar o número de peças inscritas, o grande desafio é atrair maior número de participantes internacionais. No ano passado, por exemplo, eram menos de dez brasileiros, quase todos da imprensa. Neste ano, pelo menos as principais produtoras brasileiras devem mandar representantes. Portanto, anotem: de 8 a 11 de abril, começa terça e termina sexta, com jantar e entrega de prêmios. Maiores informações com a APP, representante do evento em São Paulo.

Los Zetas

■ É o apelido que o mercado de comunicações do México deu à dupla Alejandro González Iñárritu e Raúl Olvera Ferrer devido ao êxito e ritmo de expansão de seus negócios. Eles são a grande novidade da apagada publicidade mexicana nos últimos tempos, primeiro com Zeta Film, depois com Zeta Audio e, agora, também com Zeta Publicidad. Bitul, Bacardi Limón e o líder Canal 5, da poderosa Televisa, estão entre os clientes que vêm optando pela fórmula Zeta de serviço completo. Seus trabalhos têm frescor, audácia e boa dose de irreverência.

■ Laura Pastorini (ex-projetos especiais da McCann-Erickson Uruguai) e Mario Basi, fotografados no festival El Desachate, em novembro passado. Eles são, respectivamente, produtora e diretor da



uruguia Salado Films, que negocia a chegada estratégica no mercado brasileiro a bordo de uma grande produtora de São Paulo, cujo nome não revelaram.

Bandeira

■ O neolatino Antonio Banderas corre o risco de virar o galã-propaganda mais manjado no universo hispano. Depois de estrelar comerciais nos Estados Unidos e Argentina (um de cigarros Parliament e outro, rodado em Milão, com a modelo Valeria Maza), agora é a vez do México. Desta vez, renova as esperanças do macho latino vendendo o brandy Viejo Vergel, de Bacardi.

Los Ricagni



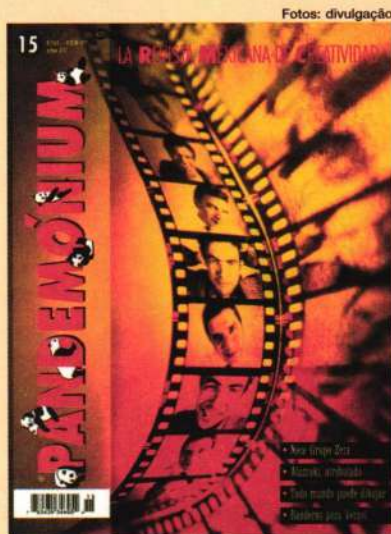
■ Leo e Sabina, diretor e produtora (Mojo Films), e o papai Carlos (presidente da McCann-Erickson) são membros da família mais atuante da publicidade uruguia: os Ricagni.

Prêmio

■ Stanley Bendelac, presidente da Delvico Bates, premiada agência de publicidade espanhola, passa a acumular, a partir deste começo de 1997, a presidência do Grupo Bates España, o comando das operações da Bates Europa e assento no conselho da Bates Worldwide. É o segundo homem na hierarquia do grupo na Europa, dividindo responsabilidades internacionais com o presidente Jean de Yurbe.

Câmbio

A nova diretoria do Círculo de Creativos Argentinos, para o biênio 1997/1998, reúne a nata do mercado: os criativos Ramiro Agulla, Carlos Baccetti, Hugo Campos, Juan Cravero, Pablo del Campo, Fernando Fernandez, Alvaro Fernandez Mendy, Federico Helman, Jorge Heymann, José Mollá, Ernesto Savaglio, Fernando Vega Olmos, Jorge Villegas e os diretores Pucho Mentasti e Lucho Bender, sob a presidência de Hernán Ponce (Y & R).



Pandemónium

■ É o nome da revista mexicana de criatividade, publicação bimestral da casa editorial La Cebra, que também edita a revista Adcebra, mais séria, sobre mercado, publicidade e comunicação. Ainda neste semestre, deve começar a receber versão mexicana desta coluna InterCâmbio, também publicada por Mercado & Publicidad (Chile) e Latin Spots (Argentina), mostra do crescimento do interesse estrangeiro pelos nossos mercados de publicidade, comunicações e entertainment.

Duplas

■ Cristina Margato e Catarina Nunes são as jornalistas responsáveis pela página sobre publicidade, marketing e comunicações do Diário Económico, principal jornal de negócios de Portugal.



■ Sergio Gamboa e Jaime González são dois dos diretores das quatro equipes criativas da Leo Burnett Chile, que está entre as cinco primeiras agências em criatividade e entre as sete no ranking de faturamento, com cerca de US\$ 40 milhões em 1996.