

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

Especial

Este ano promete trazer uma explosão no intercâmbio entre o Brasil e a América Latina, com um grande salto, tanto quantitativo como qualitativo. Até o momento lenta e repleta de resistências, a abertura brasileira aos vizinhos hispânicos vai, a partir de agora, realmente acontecer. Assim o quer a nova ordem mundial e a necessidade das empresas em obter escala, regional ou globalmente. No universo da comunicação acontece o mesmo, e a tendência é de que, no Brasil, nosso mercado não mais consiga sustentar seu isolamento, seu protecionismo, sua estufa. Essa aproximação é inevitável e, quanto antes os empresários e profissionais brasileiros se derem conta disso, mais rápido poderão tirar proveito estratégico do seu, ainda, enorme potencial. Do contrário, no caso de se atrasarem muito a aceitar a inexorabilidade da situação, vão encontrar mercados, empresas e profissionais latino-americanos muito mais desenvolvidos e espertos, para os quais a hoje comprovada qualidade e sofisticação da comunicação brasileira já não será assim tão atraente. Não dá para esperar mais. É hora de, pelo menos, buscar informações qualificadas sobre esse complexo processo de regionalização e analisar quais são os cenários possíveis para cada negócio, para cada empresa. Do contrário, postergando-se esse processo, corre-se o risco, como comentou Cláudio Venâncio, da Fischer, Justus Comunicação Total, não de perder o bonde, mas de encontrá-lo lotado.



Fotos: divulgação

Trans

São do argentino Juan Carlos "Negro" Ledesman as fotos da última campanha da picape S10 4x4, criadas pela McCann-Erickson São Paulo. Seu estúdio, Milenium, em Buenos Aires, é bastante conhecido também por ser o primeiro a trabalhar com manipulação digital de fotografias e imagens para uso publicitário.

Negócios

Cresce o número de assessoria e consultoria a empresas estrangeiras entrando no Brasil, à medida que cresce o intercâmbio comercial principalmente entre os países da América Latina. É o caso da Peace - Planejamento Estratégico e Comunicações, de Ivani Nishi e André Charak, ambos egressos do universo *corporate* para a prestação de serviços. Nos últimos três anos, vêm atendendo clientes regionais de peso, como a empresa chilena de rações animais Doko Dokati, bem como as argentinas AGD - Aceitera General Dehesa e a gigante Arcor, que faturou US\$ 1 bilhão no ano passado, uma das maiores fabricantes de balas e chocolates do mundo.

Hecho en Argentina

Um dos poucos exemplos de empresa brasileira com atuação regional, a Sadia acaba de lançar, na Argentina, seu primeiro produto, dos 50 que comercializa no país, fabricado localmente. Trata-se de hambúrgueres de novilho, produzidos pela local Finexcor, com marketing, distribuição e vendas a cargo da empresa brasileira.



Promoção

No verão rio-platense, na costa atlântica da Argentina e nas areias da sofisticada Punta del Leste, o turista desavisado se surpreenderá com a enorme quantidade de promoções de todos os tipos e para todas as idades. Calcula-se em US\$ 50 milhões os investimentos totais das empresas que fazem de tudo para chamar a atenção e marcar presença. Sorteios, torneios, brindes e descontos, bem como belíssimas recepcionistas e promoters, fazem parte do leque de truques para seduzir e cativar o consumidor em veraneio. Veja, abaixo, o quadro das principais empresas em atuação e seus budgets para o verão:

Empresa	US\$
Coca-Cola	9 milhões
Quilmes	2,5 milhões
Nobleza Piccardo	1,5 milhões
YPF	1,2 milhões
Movicom	500 mil
Alto Palermo	500 mil
Dexter	300 mil
Visa	250 mil
Reef Brasil	250 mil
UFO	250 mil
Levi's	200 mil

Novidade

Suñer - Heidenreich é o nome da nova agência a despontar no mercado argentino de publicidade. Seus sócios têm experiências complementares: Pablo

suñer / heidenreich s.a.

Suñer vem de uma carreira de sucesso como criativo para Young & Rubicam, Ogilvy & Mather, Ratto/BBDO e Graffiti/DMB&B, enquanto Eduardo Heidenreich traz em seu currículo passagens pelo canal fechado Much Music e pela IBM.

Condor



O condor andino, maior ave de rapina do mundo e um dos animais mais ameaçados de extinção, volta a ser visto, ainda que muito esporadicamente, nos céus das Cordilheiras graças aos esforços de ambientalistas e do apoio financeiro de empresas como a Visa. Idolatrado ou odiado, conforme a crença específica de cada cultura andina, essa tremenda ave foi caçada e perseguida por séculos, sendo usada e sacrificada em rituais de origem pré e pós-colombianas. Um exemplo do maltrato pode ser visto no Peru, ainda nos dias de hoje, em cerimônia que remete aos tempos da colonização. Nessas épocas longínquas, os nativos capturavam o animal, embebedavam-no e costuravam suas garras no lombo de um touro negro, que terminava morto a bicadas pelo enorme condor. Ou seja, simbolicamente, a civilização nativa destruía seu invasor e dominador europeu, no caso, a Espanha.

Engano

Espera-se caos nas escolas da elite argentina neste começo de ano. Tudo porque a empresa Movicom, maior provedora de telefonia móvel do país, lançou no mercado um serviço direcionado ao público infantil. Os usuários do serviço normal poderão dar a seus filhos, por uma taxa extra de \$ 10 pesos por mês, um celular para uso pré-programado ou limitado. Ou seja, poderão estipular um número máximo de minutos de uso ou acesso a apenas alguns números específicos. As professoras vão ficar loucas.



Fronteira

Boas notícias para os exportadores e importadores no âmbito do Mercosul neste começo de ano. Ficou pronta a ponte entre São Borja (Brasil) e São Tomé (Argentina), construída pela Mercovia, concessionária de serviços públicos formada pela italiana Impregilo e pelas argentinas Iglys e Necón. Além da facilidade rodoviária, os traders da região verão os trâmites burocráticos reduzidos com a implementação do Centro Unificado de Fronteira.

