

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

Chile 95

Com investimentos aproximando-se de US\$ 1 bilhão em 95, o mercado chileno de publicidade, embora relativamente pequeno, é o mais competitivo da região. Há marcas e produtos nacionais e estrangeiros disputando a preferência do consumidor num mercado aberto e cheio de opções. O nível de competição é altíssimo, impressionando até os investidores internacionais mais caleçados. A ótima qualidade das peças publicitárias de rádio, cine e gráfica refletem o tremendo avanço dos meios de produção e pós-produção dos fornecedores chilenos, responsáveis por uma publicidade extremamente bem-feita, porém ainda com algumas amarras e muito sotaque local. Mas a tendência (somada às esperanças internas) é de grande flexibilização nos próximos anos. O contato mais próximo com outros países da América Latina e a própria vontade do mercado de buscar caminhos mais soltos e menos pacatos estão se encarregando de

Fotos: divulgação

sacar o siso deste país tão sério. Há pessoas que esperam, para os próximos anos, um movimento de renascimento cultural ao estilo de Espanha na década passada. É possível. Enquanto a revolução não vem, vamos

dar uma olhada nas principais premiações de 95 do mercado chileno de publicidade. No Concurso de Gráfica Publicitária, promovido pelo diário El Mercurio no final de 95, o Gran Prix (foto) ficou para a Leo Burnett (agência mais premiada), com anúncio para seu cliente Aetna, vencedor também nas categorias



Algunos tienen una cara para vender y otros para responder.

Leo Burnett



as principais agências premiadas também no Festival Chileno del Film Publicitario, organizado pela Achap (Asociación Chilena de Agencias de Publicidad), onde o Gran Prix ficou com o comercial "Gallego", feito pela Lintas para seu cliente Bell South, que ganhou um Leão de Prata no último Festival de Cannes. Resumindo a performance do mercado em 95, a revista Mercado & Publicidad entrega o prêmio Top Five aos destaques da publicidade chilena. O jornal El Mercurio foi eleito melhor anunciante. Entre as produtoras a disputa foi apertada com Stanley Films & Friends e ProCine dividindo o prêmio. No quesito Fotografia, encabeça a lista uma mulher, Martina Sepúlveda, quebrando o machismo imperante na profissão. A Leo Burnett ganhou como agência mais criativa, com Pedro Leiva (agora na agência Zegers) como melhor diretor de arte e Sergio Gamboa como melhor redator e diretor de criação do ano, posto que em 94 foi da brasileira Irene Knoth, hoje na criação da FCB de São Paulo.

Instituições Financeiras e Campanhas. Publiart, com cinco primeiros lugares, um segundo e um prêmio por melhor texto (foto), foi a segunda agência mais premiada, seguida por Prolam Young & Rubicam, Porta e BBDO (foto). Estas são



Afilhada

Pablo Walker volta à McCann-Erickson/Chile no cargo máximo de gerente geral, após a recente transferência de Eduardo Arrocha, para pôr ordem na casa como gerente geral da filial argentina. Walker que fez carreira na multinacional, trabalhando inclusive no atendimento da Coca-Cola no escritório do Rio de Janeiro, havia saído há um par de anos para, junto com José Antônio Camacho, ex-diretor de criação também da McCann, montar sua própria agência. A Sêpia, que conta com forte carteira de clientes e vida própria no mercado, também entrou no acordo e começa a operar como segunda agência da McCann/Chile, que está entre as três maiores agências do país. Em março, inauguram o primeiro escritório da Sepia/McCann na Bolívia, onde, até meados do ano, já estarão instalados em La Paz, Cochabamba e Santa Cruz de la Sierra.

Noel

Foi gravado nos estúdios da produtora uruguaia Pregones, de Carlos Cotelo e Hugo Jasa, o jingle do institucional de Natal da Parmalat. Música, letra, instrumentos e voz da versão em português são de PC Bernardes, produtor musical da DM9. Para veiculação na América hispânica foram gravadas duas versões com a cantora uruguaia Laura Canoura. Uma delas especialmente para o Chile. Ao contrário de todos os outros países latino-americanos onde Papai Noel se chama Papa Noel, no Chile as crianças pedem seus presentes ao Viejito Pascuelo.

Subgrupo 11

É a comissão responsável pela homogeneização das legislações trabalhistas entre os presentes e eventuais futuros participantes do Mercosul. O tema não é simples. Esbarra em falta de costume, protecionismo, barreiras sindicais e, talvez mais importante, em questões previdenciárias. A regra na América Latina são sistemas previdenciários falidos, inchados e clientelistas, à beira de soluções privatizantes. A exceção é o Chile, onde os fundos de pensão privados são exemplos de atendimento e impulsionadores do desenvolvimento, injetando quase US\$ 30 bilhões no país. O Grupo CB, com sede em Santiago, já participa de joint ventures financeiras junto aos países do Pacto Andino e está chegando ao cenário empresarial brasileiro. Com ações arrojadas e marketing conservador, o primeiro lance do megagrupo chileno no Brasil é em privatizações da rede ferroviária, pensando no corredor Santos—Arica.

Importados

O recém-inaugurado escritório na Argentina vem somar-se às demais filiais da Burson-Marsteller na América Latina (Brasil, Chile, Colômbia, Guatemala, México, Porto Rico e Venezuela). Dirigido por Claudia Gioia, a sucursal argentina deve também coordenar, talvez ainda em 96, a implantação da multinacional no Paraguai e Uruguai. A Burson é a maior empresa de public relations do mundo. Fatura US\$ 200 milhões nos 33 países onde está presente. Cuida da comunicação corporativa de empresas do porte de IBM, Philip Morris, Unilever, Visa, Procter & Gamble, Coca-Cola, Bayer e trabalhou, por exemplo, naquele célebre caso de envenenamento da Água Perrier, no meio da década passada.