

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

A força da Copa

Embora a seleção da Venezuela não tenha se classificado para a Copa do Mundo da França, como as seleções de Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Paraguai e México, o clima de expectativa é bastante parecido ao dos países participantes. O país quase pára. As transmissões diretas pela televisão local colocaram o povo venezuelano no espírito do maior evento do planeta. Em um país onde o esporte oficial é o baseball, hoje só se fala em futebol, tema de um grande número de promoções e campanhas publicitárias nos últimos meses. Estima-se que a Copa deve gerar cerca de US\$ 30 milhões em negócios extras nos mercados de publicidade e comunicação. O mais curioso é que os torcedores venezuelanos são fanáticos pela equipe brasileira e as comemorações fecham ruas e varam madrugadas, como no Brasil.



No México. Calcula-se em US\$ 100 milhões os investimentos em marketing e publicidade relacionados à Copa do Mundo.

No Mundo. Os direitos de transmissão para todo o planeta geraram US\$ 32 bilhões à organização do evento.

No Chile. Povo estranho o chileno! Depois de 24 anos sem participar de Copas do Mundo, a classificação chilena para a França encantou os torcedores, mas não convenceu os anunciantes. Conservadores ao extremo, temem associar suas marcas à equipe de Salas e Zamorano, com medo de um papelão.

Na Argentina. O famoso comercial da Nike com os jogadores brasileiros, criado pela Wieden & Kennedy e dirigido por John Woo, deixou de ser apresentado no país de Gardel e Maradona. Motivo óbvio: o mal-estar da torcida argentina assistindo ao culto aos nossos craques.

Regional

Mudanças no organograma da Ammirati Puris Lintas para o continente. Gunther Saupe passa a responder como diretor regional da rede para toda a América Latina e Caribe, função que dividia com o chileno Alejandro Larenas até maio passado. Seguindo orientação global do chairman Martin Puris, sua principal tarefa para os próximos anos é aumentar os standards de criatividade do grupo, colocando entre as cinco redes de agências de publicidade mais criativas da América Latina e do mundo. "Nosso motto é 'Inspired thinking, brilliantly executed' (pensamento inspirado, brilhantemente executado)", explica Saupe. Os primeiros passos já estão sendo dados. "Realizamos uma auditoria em todas as nossas agências", completa Saupe, "e já estamos implementando planos de ação de acordo com cada mercado". Gunther Saupe esteve em São Paulo na semana passada, voltando para os headquarters latino-americanos, atualmente na Cidade do México.

Brasileiras

Informação. Para o executivo que tem de estar conectado com as notícias de todo o continente, a paulista Trato de Fato oferece clipping eletrônico diário das principais publicações latino-americanas, como Clarín, La Nación e Ambito Financiero (Argentina), El Mercurio e Estrategia



(Chile), El País (Uruguai), El Tiempo e El Espectador (Colômbia), El Economista (México), El Comercio e La República (Peru) e El Universal (Venezuela). Segundo Alceu Nader, jornalista responsável pela empresa, a procura por informações qualificadas sobre a América Latina vem aumentando consideravelmente. Entre seus clientes encontramos Abril, Qualcomm, Burson-Marsteller, Camargo Corrêa, AT&T e Gazeta Mercantil.

Novos mercados. A produtora de comerciais Bob Films prepara-se para buscar novos negócios também no exterior. "Estamos fechando acordos com produtoras de vários países", afirma o diretor Bob Soares. México, Venezuela, Colômbia e Peru são os primeiros alvos, mas os nomes das empresas apenas serão divulgados quando efetivamente for fechado algum negócio. "Estamos orçando trabalhos e conseguindo apresentar custos bastante competitivos", completa. Na mira do jovem diretor estão produções, coproduções e adaptações de comerciais estrangeiros.



Diretoria

Esta é a nova diretoria da Asociación Nacional de la Publicidad de México, para a gestão de 1998 a 2000: Clemente Cámara, Clemente Cámara y Asociados (presidente); Sylvia Sánchez Alcántara, Globacom Publicidad (vice-presidente); Javier Arnau, TV Azteca (secretário); Jaime Souza, produtora Toma Uno (tesoureiro); Francisco Cárdenas, Leo Burnett (relações institucionais); Ian Raider, Gallup (informação); Kena Moreno, Editorial Armonía (relações governamentais); Nadine Markova, Estudios Markova (eventos); Alejandro Rodríguez, Colgate (relações-públicas); Leticia Rodríguez, Anuncios Moctezuma (relações internas); Norma Gutiérrez Bush, Integra (comitê eleitoral); Raymundo Goenechea, Revista Expansión (projeto-museu); e Ronald Dickinson, Globo Rojo (comissário).

Salgado



Mais uma superconquista do controvertido, mas eficiente sócio e presidente da BBDO México, o brasileiro Rodolfo Cavalcanti. Em disputa com Young & Rubicam e DDB, ganhou todas as marcas da empresa Frito Lay, que incluem Sabritas, Doritos, Ruffles, Cheetos e Tostitos, entre várias outras.

Depto. Pessoal

■ Pablo Benegas deixa o comando criativo da J. W. Thompson, de Buenos Aires, para assumir a mesma função na Euro RSCG argentina.

■ Maria Gattas, atual diretora de contas (atendimento) da Punto Ogilvy & Mather, de Montevideu, Uruguai, transfere-se, no próximo dia 1º de julho, para a jovem agência Pizza Creativos, na qualidade de sócia.

■ Juan Pablo Rocha larga o cargo de gerente geral da Young & Rubicam Colômbia para abrir agência própria com a colega Andrea Kapitany (atendimento) e Germán Martínez (criação), egresso da Ammirati Puris Lintas local. Trata-se da Kapitany, Martínez, Rocha Publicidad, ou apenas KMR, como o mercado já os chama. Refrescos e refrigerantes Link, do Grupo Bavaria, são seus primeiros clientes.

■ Gustavo Basalo-Sucre deixa a gerência do canal de animação Locomotion para trabalhar como diretor de programação dos negócios televisivos do Grupo Hearst.

Mais revistas

Cresce o interesse do Grupo Reed Business Information pela América Latina. Comenta-se no mercado que seu próximo lançamento editorial, programado para o começo de 1999, seria uma superrevista panregional sobre publicidade e comunicação. Trata-se de um nicho muito mal explorado, ainda sem a presença de um forte grupo editorial. Hoje, as únicas opções disponíveis são as revistas Latin Spots e P&C.