

# InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

## Nicho

Produtoras brasileiras começam a apostar mais consistentemente no mercado latino, principalmente buscando o crescente nicho das produções regionais, com veiculação em vários países. Esse mercado vem sendo atendido de forma inconstante pelas produtoras brasileiras. Chile e Uruguai, por seus preços e bom trabalho, "exportam" comerciais para toda hispanidad, inclusive para a norte-americana. Bustamante, Filmocentro, Stanley e Cine 3 são algumas das chilenas, e Toons, Metropolis, CTC e Mojo são as uruguaias que têm um trabalho consistente de produção e serviço de produção para outros países. Na Argentina, a FlebnerFilms é a única produtora realmente internacional. Aqui no Brasil, as produtoras mais importantes do mercado já trabalharam para outros países ou em campanhas também veiculadas no exterior. Mas falta consistência. Mais que melhores preços, é preciso uma atitude, vontade. E parece que esse nicho começa a forçar as produtoras brasileiras a se mexerem, afinal cresce o número de produções regionais. Algumas abriram escritório fora, principalmente nos Estados Unidos. Outras mantêm acordos de representação mútua de diretores e possibilidade de co-produções. E outras tantas andam querendo também entrar na brincadeira. Claro. Essa internacionalização é inevitável. Sobre o assunto, Flávia Moraes foi lapidar. Perguntada sobre o que pensava sobre o processo de integração regional, sua resposta foi a antiga piada de amor da coelhinha e do coelbinho que diz: "Vai ser bom.....não foi." Precisa explicar?

## Produção

Pucho Mentasti, da La Brea Producciones, dirigindo comercial de suco de laranja para a Young & Rubicam Argentina. É o realizador preferido do diretor de criação da agência, Hernán Ponce e atual darling do mercado argentino. Atenção redobrada para criar clima de calor e verão em pleno inverno argentino, com direito a mergulho na água gelada.



criar clima de calor e verão em pleno inverno argentino, com direito a mergulho na água gelada.



## Números

Espanha (30,7%), Argentina (25,9%) e Brasil (20,5%) ganharam juntos 77,1% do total de prêmios distribuídos no último Fiap. Chile vem em um distante quarto lugar com apenas 6,8%. Porém, a jovem agência chilena CMI, em

## Cuba

Havana receberá, de 6 a 9 de junho, uma legião interessante para a II Conferencia de Produtores Latinoamericanos. A idéia do encontro, com palestras, conferências e grupos de discussão, é ajudar o produtor e o cineasta latino-americanos a viabilizarem seus projetos. Co-produção, financiamentos internacionais, comercialização, distribuição, festivais, enfim, o bê-á-bá dos caminhos e batalhas para quem quer fazer cinema. Do Brasil, confirmados, estão Pico Garcez e a produtora Magia Films.



seu primeiro ano de participação no festival, teve 100% de premiação em relação ao material inscrito. Ganhou Bronze com "La vida de Pablo Escobar en pocas líneas", para a coleção de grandes biografias da revista Qué Pasa, única peça inscrita.

## Update

Recente trabalho do fotógrafo argentino Guillermo Monteleone. A exposição com o ensaio sobre tango está programada para o segundo semestre.



## Custo Brasil I

O Brasil tem a bandeirada mais cara do continente. Preço médio das corridas aeroporto—cidade em algumas cidades latino-americanas (em US\$):

São Paulo	45	Caracas	12
Buenos Aires	30	México	10
Montevideu	23	Bogotá	10
Quito	18	La Paz	8
Santiago	15	Assunção	7

## Custo Brasil II

Enquanto a inoperância dos políticos não permite a liberalização do monopólio estatal na área das telecomunicações, telefone no Brasil continua sendo negociado como um bem e não oferecido como um serviço. Amarra e encarece a comunicação para o empresário brasileiro. Principalmente para os pequenos. Nesse ponto, a Argentina anda mais eficiente. Em Buenos Aires, feito o pedido, a Telecom instala telefones em apenas 48 horas por US\$ 250 + IVA (18%). Outra reclamação de empresários e executivos do Brasil e demais países do Mercosul é quanto à demora na operacionalização do funcionamento automático de celulares nos quatro países. Hoje, a validação internacional de um celular, junto à Telesp, por exemplo, leva cinco dias. Muita burocracia.

## Trânsito

Renato Rossi dirigiu os sorrisos do próximo comercial para o dentífrico Kolykos Super Branco que argentinos, bolivianos, colombianos, equatorianos, paraguaios, peruanos, uruguaios e venezuelanos estão assistindo desde o dia 25 de maio.

Criação da McCann-Erickson São Paulo. Um casal de paqueras foge de um congestionamento e mergulha em um outdoor que se liquefaz, refrescando tudo e todos com o frescor do produto. Produção: O2. Pós-produção high-tech: Casablanca. Para exportação.

