

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

Pela América Latina

■ **Procura-se.** A agência venezuelana Corpa, com clientes como Tang, Eno, leite de magnésia Phillips e cigarros Derby, está buscando novo parceiro multinacional. Acaba de romper com a Rede Ogilvy & Mather, que abriu agência própria, a Ogilvy Andina, que já começa a disputar clientes internacionais, como IBM e Unilever.

■ **NY** A agência Agulla & Bacchetti ganhou três dos sete prêmios argentinos no último Festival de Nova York. Destaque também para Ginkgo Saatchi & Saatchi, com dois dos três prêmios ganhos pelo Uruguai. Abaixo, lista dos concorrentes ibero-americanos:

País	O	P	B	Final.
Argentina	3	2	2	34
Brasil	-	3	-	22
Chile	-	-	2	5
Colômbia	-	-	-	2
Espanha	2	4	1	19
México	1	-	-	8
Panamá	-	-	-	1
Peru	-	-	-	1
Portugal	-	-	-	3
Porto Rico	-	-	-	1
Uruguai	-	3	-	4
Venezuela	-	1	1	3
EUA Hispano	-	-	-	1

■ **MTV.** Harry Neubaus deixa a Turner International para assumir a vice-presidência de publicidade da MTV Networks Latino-américa. Sob seu comando estão as equipes de vendas dos escritórios de Buenos Aires, México e Miami.



■ **Dica gastronômica.** Situado estrategicamente no começo da Brickell Avenue, em downtown Miami, o elegante restaurante The Capital Grille é o mais novo ponto de encontro para negócios da cidade.

T H E CAPITAL® G · R · I · L · L · E

de. Revestido e mobiliado com madeira de lei, seu ar de clube inglês e comida de primeira vêm atraindo também o mercado publicitário local às voltas com os negócios latino-americanos.

■ **Do México.** Câmbio de diretoria nas principais entidades ligadas à publicidade daquele país. Na Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (Amap) assume a presidência, para o período 1997/1998, Francisco "Pancho" Cardenas, chairman da Leo Burnett local. Integram a nova diretoria do Club de Creativos de México Francisco Navarrete (Pianica/Post-Mix), Gonzalo Muñoz (Terán TBWA), Rodrigo Munizaga (Gibert Publicidad), Lourdes Lamasney (Ogilvy & Mather), Jorge Cuchi (Bozell), Fred Clapp (CineConcpto) e Chris Becker (Bozell), com Ana María Olabuenaga na presidência.

■ **Regional.** Gunther Saupe, presidente do escritório mexicano da Ammirati Puris Lintas, passa a acumular a diretoria regional para a América Latina Norte e Caribe (Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicarágua, Panamá, Porto Rico, República Dominicana, Trinidad e Tobago e Venezuela).

■ **Post.** Buscando maior força para competir com a líder Metrovisión, Profilms e Videocolor fundem-se e começam a oferecer revelação (16 mm e 35 mm), transfers Ursa e Ursa Gold, Henry, Paintbox, Editbox, workstations Silicon Graphics, animação 3D e os softwares Softimage, Alias e Matador. No comando dos negócios, José Luis Cabrera.

■ **Rock e história.** Reconquista... The Latin Rock Invasion é a antologia rocanrolera hispânica produzida pelo mexicano Rubén Guevara, sob o selo Rhino/Zyanya Records. O primeiro volume, já lançado, aborda os anos 90, trazendo grupos de todo o continente e Europa, como Negu Gorriak, Mano Negra, Maldita Vecindad, Divididos, Seguridad Social e Los Fabulosos Cadillacs. Os próximos CDs trarão, consecutivamente, coletâneas dos anos 80, 70, 60, 50 e 40. O Brasil não foi incluído neste projeto.

■ **Premios Cóndor.** Trata-se do principal festival de publicidade na Colômbia, organizado, anualmente, pela Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (Ucep) e pelo capítulo local da International Advertising Association (IAA). A premiação do evento realizou-se em dezembro passado, com os seguintes resultados:

Agência	Prêmios
Leo Burnett	13
SSP&M	8
Sancho Nazca	7
McCann-Erickson	5
Arguayo & Asoc.	5
Marca: Lintas	4
Young & Rubicam	3
JWT	3
Atenas/BBDO	1
WPGC	1
Dirección Creativa	1

Prospectando

Ruth Olegnowicz tem apenas 32 anos, mas já ocupa a importante vice-presidência de criação da Grey México. Por seu crivo passam projetos e campanhas locais e regionais para clientes como Barilla, Bristol Myers Squibb, Danone, Iberia, Panasonic, Choco Milk, Procter & Gamble, Gerber, Gatorade, Snapple, 3M, Crush e cigarros Kent, entre outros. InterCâmbio entrevistou esta redatora de pouca idade e muita experiência:

InterCâmbio — Como começou?

Ruth Olegnowicz — Aos 16 anos fui contratada pela Scali McCabe Sloves para um estágio de três me-

ses. Fiquei três anos. Meu primeiro chefe foi Luis Miguel Messianu (hoje sócio da Del Rivero Messianu, de Miami), que me ensinou muito e me levou para a McCann-Erickson. De lá, associei-me à Iconic, até ser contratada, em 1988, aos 23 anos de idade, para ser diretora de criação da Grey.

IC — Experiência internacional?

Olegnowicz — Participo de muitos projetos regionais e internacionais. Creio que um bom exemplo é a campanha que fizemos para a marca Gatorade em 1996, envolvendo Brasil, Colômbia, Venezuela e México, sob a minha liderança. Começamos com pesquisas utilizando nosso sistema Brand Character. Adaptamos as sugestões locais até chegarmos à estratégia regional e o selling line "Para tua sede de viver". Tes-



Fotos: divulgação

tamos os resultados nos quatro países e filmamos nos Estados Unidos. É provável que a campanha se estenda ao restante da América Latina.

IC — Como foi trabalhar com publicitários brasileiros?

Olegnowicz — Tinha grandes expectativas. Esperava gente carinhosa, atenciosa e divertida. Com exceção do Zezito Costa, encontrei, infelizmente, com pessoas fechadas, pouco receptivas e muito elitistas, que se mostravam invadidas e enciumadas de seus trabalhos. Eu vinha como líder regional, imposta pelo cliente, o que, creio, gerou essa atmosfera pouco amável.

