

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

Notícias da Ibero-América

● **Influenciando.** Seios fartos, o sorriso do bebê e a frase "Detrás de una gran persona, siempre hay una gran mujer" é a forte campanha de outono da Prénatal, marca espanhola de roupas para bebês com lojas em vários países do mundo. A criação é da Bassat Ogilvy & Mather Barcelona, que chamou ninguém, mas ninguém menos que Oliviero Toscani, um especialista no assunto, para fazer a foto.



● **Estratégico.** Montevideu está virando, gradualmente, capital do setor de serviços do Mercosul, inclusive em publicidade e produção de comerciais. A agência portenha Agulla & Baccetti já abriu escritório na capital uruguaia. Agências internacionais e de outros países do Mercosul também buscam parcerias locais. O Uruguai tem o melhor nível de qualidade de vida na América Latina e deve atrair, nos próximos anos, quartéis-generais regionais de empresas estrangeiras. O mercado publicitário uruguaio agradece.

● **Bom partido.** Falando em negócios futuros com a publicidade uruguaia, aqui vão duas dicas quentes de agências grandes que ainda não participam de nenhum tipo de acordo internacional: Nível e MRM, esta última com Karina Silva (foto) no comando dos novos negócios.



● **Pós-tango.** Quem conhece Buenos Aires sabe a força do cenário do rock local. São dezenas de bares, teatros, shows e bandas disputando um cativo público interno e a possibilidade de penetração em outros países latinos. Foi desse rico meio ambiente que saíram Charly Garcia, Los Gatos, Fito Paez, Spinetta, Ratonés Paranóicos, Soda Stereo, Pericos e outros tantos monstros do rock argentino. Quer saber mais? Fácil. Até o dia 1º de dezembro o Centro Municipal de Exposiciones (Figueras Alcorta e Puerredón) é palco da mostra 30 años de Rock Nacional.

● **Livro Verde.** É o nome do Código de Comunicação Comercial da União Européia, uma espécie de manual de auto-regulamentação que balizará a política de comunicação dos países membros.

● **Realizador.** Ricardo Larrain (foto) é o seu nome e Filmocentro Cine o nome de sua produtora, entre as cinco mais importantes do Chile. Já fez um longa, o premiado La Frontera, mas seu trabalho é fazer comerciais. Gosta de atores e efeitos especiais.



● **Câmbio.** Mercado & Publicidad, principal revista chilena do ramo, não mais pertence à empresa Diseñadores Asociados. O título foi vendido à Ediciones Hergar. Loreto Valdez é a editora.

● **Para exportação.** A empresa paulista Próxima Mídia, de Luis Henrique Moraes, Silvio e Sérgio Giannini, acaba de negociar o título multimídia Os Segredos do Macaco (foto) com a IBM.

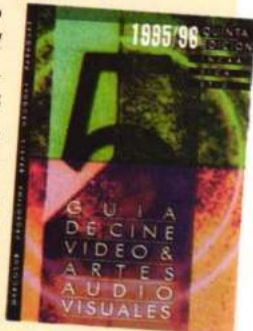
A partir deste mês, todo computador da série Aptiva, vendido na América Latina, leva o CD-ROM brasileiro em seu bundle de programas.



● **Mucho gusto.** Pelas próprias limitações de seus mercados editoriais, nos demais países do Mercosul, ao contrário do Brasil, há menos espaço e mercado para estúdios fotográficos. Isso não quer dizer que não existam excelentes fotógrafos. Temos o prazer de apresentar Juan Angel Urrzola Fotografias (imagem esquerda), de Montevideu, Uruguai, e Rocca Cherniavsky (direita), de Buenos Aires, Argentina.



● **Catalogado.** Instituto Nacional de Cinematografía y Artes Audiovisuales (INCAA), Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina (Sica) e Sindicato dos Trabalhadores da Indústria Cinematográfica do Rio de Janeiro (Stic) lançaram em conjunto o primeiro Guia de Cine, Video & Artes Visuales do Mercosul (foto). A iniciativa é pioneira e muito bem-vinda, mas ainda falta muita informação, uma diagramação que facilite a consulta e um sistema de divulgação e distribuição compatíveis com o mercado-alvo.



● **Cine.** De 7 a 16 de dezembro será reeditado o Festival Internacional de Cinema de Mar del Plata, balneário argentino 400 km ao sul de Buenos Aires. Será sua 12ª versão. A 11ª foi realizada 26 anos atrás, em 1970, e o filme vencedor foi Macunaíma, de Joaquim Pedro de Andrade.

● **Ação.** Ainda no Chile, a agência Espiga, da pequena cidade de Concepción, produz bimestralmente uma revista, em quatro cores, chamada Espiga News. Discute publicidade, fala de seus clientes, apresenta seus fornecedores e staff, reclama da concentração de investimentos publicitários em Santiago e se autopromove, principalmente junto às empresas exportadoras daquele país.

