

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

Produtividade

Segundo recente relatório sobre competitividade, elaborado pelo World Economic Forum, o Chile é o país do mundo onde mais se trabalha. São 2.400 horas/ano. Um pouco mais do que os Tigres Asiáticos e muito mais que países como Brasil e Venezuela, onde se trabalha, em média, menos de 1.900 horas/ano, contra 1.946 horas nos Estados Unidos e 1.893 no Japão. E é verdade. Os chilenos são extremamente workaholics. Trabalham longas horas, são bastante disciplinados, fiéis e sérios. Porém, o mesmo relatório, em outra de suas 200 tabelas comparativas, aponta o Chile com péssimo índice de produtividade. Neste quesito, aparece como 33º colocado, com apenas US\$ 4,03 na equação PIB/Empregado/Hora, muito abaixo de Argentina (US\$ 12,30), México (US\$ 8,12), Colômbia (US\$ 5,89) e quase empatando com Brasil e Venezuela, que não chegam a US\$ 5. Na verdade, falta ao chileno respirar um pouco mais de democracia e liberdade para poder relaxar, desmilitarizar-se e progredir para um modelo social menos hierarquizado e elitista.

Latino-americanas

- A Creativity Young & Rubicam é a agência mais criativa do Peru na atualidade. Juan Carlos Gómez de la Torre é o diretor de criação, cargo já ocupado pelo brasileiro Zoca Moraes (Duda Mendonça).

- Gabriel Dreyfus Comunicaciones acaba de conquistar SkyTel, líder no mercado argentino de paggers, antes atendido pela Young & Rubicam.

- Musas é o programa do canal argentino Telefé sobre modelos. O tema merece horário nobre: 22 h, um sábado por mês.

- Termina dia 14 de novembro o prazo para inscrições do concurso para escolha da logomarca do Mercosul. Os interessados podem contatar a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em Brasília, ou a ADG, em São Paulo. O prêmio ao vencedor é de US\$ 10 mil.

- O diretor uruguaio de cine publicitário Leo Ricagni (foto) não tem mais acordo de exclusividade com a Jodaf. Quer aumentar seu volume de trabalho no Brasil, um mercado que ele considera chave.

- Posdata e Tres são as duas revistas semanais de variedades



Foto: divulgação

(à la Veja) que disputam o pequeno mercado editorial do Uruguai, país com pouco mais de 3 milhões de habitantes, 50% deles em Montevideo e arredores.

- Robert McGreen, vice-presidente e diretor de atendimento para a América Latina da BBDO, esteve recentemente visitando a agência no Uruguai. Motivos: vários, inclusive para tentar conquistar a conta da Pepsi no país, atualmente nas mãos da Thompson.



El Desachate

A Vice-Versa Young & Rubicam foi, de longe, a agência mais premiada do Festival El Desachate, realizado de 24 a 27 de outubro passado em Punta del Este, Uruguai. Dos 30 prêmios distribuídos (veja tabela), a agência mais criativa do país conquistou 11. Faturou, também, com grande justiça,

o prêmio do voto popular para a melhor peça de TV. Trata-se de um comercial bilário com um solo de interpretação do músico Ruben Rada. Na categoria Bem Público, a BBDO ocal levou o prêmio de gráfica e a agência Cuatro Ojos (que tem acordo com a DM9) o prêmio de TV,



Goodfellows: Quique Gruber, Beto Lamas, Carlos Coteló e Carlos Ameglio

com um filme para o Canal 4. Quanto a produtoras, a Metropolis, com os diretores Alberto Moratorio e Fabio Berrutti, deu um banho na concorrência. Dos dez prêmios, levou sete e o Grande Prêmio. No mais, boas palestras e workshops, com destaque para a apresentação de José Eduardo Casarin, da DM9. Mais do que um festival, o El Desachate é o encontro anual de confraternização e celebração do mercado uruguaio de publicidade, com grande descontração, festas e buena onda.



Felipe de Stefano, diretor de atendimento da JWT

Agência	TV	Gráfica	Rádio
Vice-Versa Y&R	5	5	2
MADD	1	2	
MRM	1	2	
VBS	1	1	
Euro RSCG Norton	1		1
Punto O&M	1	1	
Escenario	1		
McCann		1	
Cuatro Ojos			1
Núcleo Leo Burnett	1		
Thompson			1