

# InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

## Desachate 9

Fotos divulgação



Mais uma vez, só deu ViceVersa Young & Rubicam nas premiações do último El Desachate, organizado pelo Círculo Uruguayo de la Publicidad, entre 23 e 25 de outubro, em Punta del Este. Dos 13 prêmios à criatividade em Televisão, Rádio e Gráfica, a agência de Alfredo Giuria e Claudio Invernizzi (foto) abocanhou seis, além de obter a Premiación del Público nas três categorias, com trabalhos para seus clientes Rifa Arquitetura, Lurgyl e Canal 10, respectivamente. Um banho. O júri internacional teve a participação dos argentinos Alejandro de Michele (Agulla & Baccetti) e Mariano Fa-

vetto (Lautrec Nazca Saatchi & Saatchi) e dos brasileiros Marcello Serpa (Almap/BBDO) e Ehr Ray (DM9 DDB). Segundo os organizadores do evento, o tempo ajudou muito, atraindo cerca de 400 participantes, representantes

de agências, veículos, anunciantes e estudantes uruguaios.

Agência	TV	Rádio	Gráfica
ViceVersa Y&R	2	1	3
MADD		2	
Compas	1		
Corporación Thompson		1	
Cuatro Ojos		1	
MRM			1
Euro RSCG Norton			1

## Publi-Cidade

É o nome do banco de dados que a software house Aquarios Espaço em Dados disponibilizará ao mercado a partir de janeiro pelo site [www.edados.com.br](http://www.edados.com.br). Terá dados detalhados sobre agências, anunciantes, veículos e fornecedores de todo o Brasil e, ainda em 1998, Mercosul e América Latina. Terão acesso apenas assinantes do sistema, que traz interatividade tanto na busca, quanto na atualização das informações.

## Vale-tudo

Depois de anos hesitando em entrar no mercado chileno, a francesa Carrefour aprovou US\$ 90 milhões para seu desembarque no país andino. Só não contava com a astúcia de Jurgen Paullman, proprietário da rede de supermercados Las Brisas e do registro da marca Carrefour no Chile. As negociações entre as partes andam bastante emperradas.

## Portenhíssimas

**■ Imagen Creativa.** É assim que se chama a empresa de consultoria em comunicação corporativa, assessoria de imprensa, publicidade, pesquisa, eventos, tradução e lobby criada na Argentina por Roberto Barga e Evelyn von Bröke, antes executivos da Mercedes-Benz e Hoechst.



**■ Terapia on-line.** A Argentina é o país com o maior número de psiquiatras do mundo. São 197 para cada grupo de 100 mil pessoas, contra 26 nos Estados Unidos e apenas 16 no Peru, por exemplo. Agora, também já dispõe de um serviço de informações sobre instituições e profissionais, seminários, revistas acadêmicas e consultas específicas via Internet. Basta acessar a Psychonet ([www.psychonet.com](http://www.psychonet.com)). Linçado com outros sites da área, faz publicidade de terapeutas e medicamentos.

**■ Socorro.** A GM Argentina acaba de lançar seu Road Service para quem adquirir qualquer veículo de sua linha. O serviço está disponível desde 1º de outubro, vale por um ano para veículos zero-quilômetro e pode ser utilizado também nos demais países do Mercosul.



**■ Idea.** O Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina promove, entre os dias 12 e 14 de novembro, em Bariloche, seu tradicional encontro anual. Tema: O Desafio da Integração Mundial - Mercosul, União Europeia e Nafta.



**■ DirecTV.** Confirmado o Grupo Clarín, da Argentina, como sócio do sistema DirecTV no país.



**■ Sede de negócios.** Gatorade, líder mundial em bebidas isotônicas, comemora o crescimento de 50% em suas vendas na Argentina, com o lançamento de um novo sabor: laranja com grapefruit.



**■ Coincidência?** A Procter & Gamble acaba de ingressar, com uma denúncia de deslealdade comercial contra sua arqui-rival Unilever, na Comisión Nacional de Defensa de la Competencia da Argentina. O motivo da disputa é a recente campanha, de tremendo mau gosto, diga-se de passagem, para a marca



Ariel, de assentos sanitários, criada pela Ammirati Puris Lintas local. Segundo a denúncia, a Unilever, também cliente da



agência, teria patrocinado a campanha para confundir o público e prejudicar a programada entrada na Argentina do sabão em pó Ariel, produzido pela P&G e líder em diversos mercados latino-americanos. Apontam semelhanças no novo logo e a desproporcionalidade entre os investimentos em mídia, inclusive televisiva, e o volume de negócios de tampas de vasos sanitários no país. "Quantas tampas de privada alguém pode comprar em toda sua vida?", pergunta Enrique Banuchi, da P&G. E responde: "Uma, duas, talvez três...". Espera-se uma decisão para as próximas semanas.

**■ Espuma.** O Grupo Bemberg, dono da marca Quilmes, líder absoluto do mercado de cervejas na Argentina, não dá colher de chá para a concorrência em nenhuma frente. Passa a fabricar a cerveja Heineken, a qual antes apenas importava e representava, contra o crescimento da Budweiser, fabricada localmente pela CCU.

**■ Mercado Mundo Mix.** A partir de dezembro, também em território argentino, o "mercado de pulgas" GLS mais badalado do Brasil. Beto Lago e sua equipe de produção estão em Buenos Aires esta semana para definir local e data do primeiro evento, que acontece, com certeza, antes do Natal.



**■ Comunicação.** As principais empresas brasileiras com negócios na Argentina já conhecem o trabalho de Laura Muchnik como assessora de comunicação, imprensa e relações públicas, por sua atuação junto ao Grupo Brasil. Agora, com sua nova empresa, Muchnik, Alurralde, Jasper & Associados, atende mais de 30 clientes, entre eles Telecom Argentina, Microsoft, Sberaton, Banco de Chile, World Economic Forum e as empresas braileiras Amil, Sadia e Brabma.

**■ BBC-Clarín.** Agora, quem visitar o site <http://www.clarin.com>, do poderoso grupo de comunicações Clarín, da Argentina, terá acesso à programação da Rádio BBC, de Londres, em castelbano. A partir de novembro, no mesmo endereço, os programas Agenda, Música sem Fronteiras, Ao Pé do Big Ben e Catch the Words, bem como 12 horas de noticiários, estarão disponíveis também em português.



**■ Pauta publicitária.** Recentemente foram lançadas em Buenos Aires, duas novas alternativas de comunicação de massa. A empresa SubTV instalou cerca de 600 monitores de 29 polegadas em todas as estações de Subte (sistema de metrô) da cidade. Mostram notícias, flashes esportivos, desenhos animados e muita publicidade de clientes como Coca-Cola, jornal El Clarín, Pílico, Philips, Nestlé, Adams, Halls e Knorr, de quem cobram até US\$ 1,80 por segundo, em horários de pico. Deve faturar US\$ 2,4 milhões em 1997. Já a empresa Info Trans optou pelos ônibus urbanos. Equipou, até o momento, cerca de 20 linhas com painéis eletrônicos de 20 cm de altura e 1 metro de comprimento, que mostram em cores textos, logos e gráficos com alta resolução. As informações chegam em tempo real, via satélite, captadas por um receptor com tecnologia japonesa. Atingem, hoje, cerca de 3 milhões de usuários por mês.