

# InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

## Ibero-americanas

■ **Capital.** Porto Alegre, neste mês de novembro, transforma-se em capital cultural do Mercosul, devido a dois eventos de peso. Nas artes plásticas, destaque para a I Bienal do Mercosul, reunindo cerca de 900 trabalhos, de 256 artistas como Amílcar de Castro, Carlos Fajardo e Cildo Meireles (Brasil), Luis Felipe Noé e Victor Grippo (Argentina), Alfredo Jaar e Juan Davila (Chile). Outra novidade é o festival de música MTV Tordestilbas, quinta e sexta-feiras desta semana, no Gigantinho, com algumas das melhores bandas do pop rock latino-americano, como os chilenos Los Tres, os colombianos Aterciopelados, os mexicanos Café Tacuba e os argentinos do Illya Kuryaki and The Valderramas. Pelo Brasil, apresentam-se Paralamas do Sucesso, Skank e os grupos locais Nenum de Nós, Kako Xavier, Ultramen e Papas na Língua.

■ **Espanha.** A publicidade espanhola, após anos de recessão, espera, já em 1997, melhorar os índices dos últimos anos. Em 1996, o crescimento dos investimentos no mercado foi de apenas 3%, equivalente à inflação anual do país, se aproximando dos US\$ 7 bilhões. Mais de 63 mil produtos foram oferecidos, ou 10% a mais que no ano anterior, usando principalmente a TV (37% das verbas) e os jornais diários (31%). O principal anunciante da Espanha é El Corte Inglés, empresa nacional proprietária de 44 magazines e 22 hipermercados, agora também presente no mercado português. Faturam US\$ 7,5 bilhões/ano e investem cerca de US\$ 100 milhões em comunicação. Bem atrás, em segundo lugar com US\$ 50 milhões em publicidade, a multinacional Procter & Gamble.

■ **Peru.** Os brasileiros Carlos Cbiesa e Flávio Pantigoso, radicado no Chile e diretor de arte da Prolam Young & Rubicam, são os dois jurados brasileiros no Concurso Nacional de Propaganda em Rádio, que acontece dia 26 próximo em Lima.

■ **Mais rádio.** No VII Concurso Nacional de Publicidad en Rádio de Chile, há duas semanas, em Santiago, a agência mais premiada foi a Ammirati Puris Lintas, com seis prêmios, mas o Gran Prix foi para a agência Porta, de Raúl Menjibar (foto). Destaque, também, para as produtoras de som Beep e Clío. Vamos aos resultados:



ti Puris Lintas, com seis prêmios, mas o Gran Prix foi para a agência Porta, de Raúl Menjibar (foto). Destaque, também, para as produtoras de som Beep e Clío. Vamos aos resultados:

Agência	GP	1º	2º
Ammirati Puris Lintas	03	03	
Porta	01	01	01
Publiart		02	01
Prolam/Y&R		01	01
McCann-Erickson		01	01
DMB&B		01	
Leo Burnett		01	
Equis		01	
Publicistas & Clientes			02
BBDO			01
Zegers DDB			01

■ **Ferramenta.** Kempis International Handbook é o maior diretório de serviços de produção de cinema, televisão e vídeo do mundo. Publicado pelo Grupo Variety, a partir deste ano, conta com representante também na América do Sul. Trata-se da uruguaia Sabrina Gonzalez-Rocca, encarregada de divulgação e vendas para nosso continente, inclusive Brasil. Informações? Acessar [www.variety.com](http://www.variety.com) ou [sgr@netgate.com.uy](mailto:sgr@netgate.com.uy).

■ **Café de Colômbia.** O "campeão" Juan Valdez e seu burro são os personagens institucionais criados, há 15 anos, pela DDB Nova York para a Federación Nacional de Cafeteros de Colômbia. Segundo sua porta-voz, Paula de la Espriella, em 1982 havia apenas três marcas com o selo 100% Café Colombiano nos Estados Unidos. Hoje, são cerca de 40. O nicho explorado é o de café gourmet e as campanhas publicitárias, ainda aos cuidados da DDB, também chegam ao Canadá, Europa e Japão.

■ **Paraguai.** Este ano, a Publicitaria Nasta, maior agência paraguaia de publicidade, ganhou os dois mais importantes prêmios do país, com o comercial "Mozo Pub", realizado pela produtora local Asuncine, para o produto Zacuar, de seu cliente Scavone Hermanos. Na foto, ao centro, Daniel Nasta, presidente da agência, e Neicho Zuzok, diretor de arte, recebem de Roberto Goldemberg (Editorial Dossier) e Alejandro Mainero



(Noticias El Diario) o Lápis de Platino para o melhor comercial paraguaio de 1997. A outra premiação conquistada foi o Gran León de Oro, em cerimônia concorrida no Hotel Excelsior, em Assunção.

■ **Feudal.** Como andam os salários mínimos nos principais países da América Latina, em US\$:

Argentina	280
Brasil	120
Chile	115
Colômbia	159
Equador	150
México	62
Peru	113
Venezuela	154

## Prospectando

Para entendermos um pouco mais sobre o que passa no mercado mexicano de publicidade, InterCâmbio traz, esta semana, Antonio Delius, quase uma instituição do mercado local. Começou como redator na McCann-Erickson, em 1973, foi diretor de criação da Ferrer, Arellano NCK e Noble DMB&B, fundou sua própria agência em 1980 e, hoje, aos 50 anos, também edita, há 17 anos, a publicação especializada El Publicista, a revista de publicidade mais antiga do México, com grande penetração e respeito no mercado local. Vamos à entrevista:

**InterCâmbio:** O que acontece com a publicidade mexicana?

**Antonio Delius:** O México vive

em crise econômica há 21 anos, desde 1976, o que exerce grande influência na publicidade. Por exemplo, todo o mercado publicitário gira pouco mais de US\$ 1,5 bilhão por ano, o que considero pouco pelo tamanho do país.

**IC:** Quem são os publicitários e agências de maior destaque?

**Delius:** Enrique Gibert, Clemente Cámara, Carlos Alaznaki, Eulalia Ferrer, Augusto Elías e Patricio Brockman, todos donos de suas agências. Entre as multinacionais, destaque para a BBDO, presidida pelo brasileiro Rodolfo Cavalcanti, Ammirati Puris Lintas, Leo Burnett e Young & Rubicam.

**IC:** Quem são os principais diretores de comerciais no México?

**Delius:** A lista é grande. Mencionaria Francisco "Paco" Murguía,

Fred Clapp, Simón Brass, Miguel Rico, Manuel Villagrán, René e Jorge Goenaga, Pedro Torres, Jaime Toledo, Roberto Bebar e Jack Richmond.

**IC:** O México é interessante para produtoras brasileiras?

**Delius:** Não creio. As daqui se produzem por um terço do que custa produzir no Brasil. Produzimos para exportação, inclusive para a Rússia, por causa de nossos baixos custos e excelente qualidade. Apenas a McCann-Erickson local produziu, em 1996, cerca de 1,5 mil comerciais. Contamos com os mais modernos estúdios e equipamentos de produção e pós-produção.

**IC:** Quais são os principais festivais do país?

**Delius:** Primeiramente, o Gran Premio de la Publicidad, organizado pela Asociación Nacional de la Publicidad há seis décadas. De uns cinco anos para cá se realiza, também, o festival El Círculo de Oro, do Club Creativo de México, mas sem o êxito da ANP. Os outros, dois ou três, são pura farsa.

