

InterCâmbio

MERCOSUL POR CID TORQUATO

El Desachate

Programão para publicitários, diretores e produtores de comerciais brasileiros e dos demais países do Cone Sul é o próximo El Desachate, principal festival de publicidade do



Uruguai, que acontece de quinta a domingo. Em sua oitava versão, vai reunir o melhor da publicidade uruguaia, bem como buscar uma maior participação de profissionais da região, com a organização de "ateneos" sobre criação e produção em publicidade. Neste ano, os convidados internacionais para as palestras e workshops do evento são Luis Pompeo (Young & Rubicam Argentina), Salvador Pedreño (Casadeval Pedreño España), Charo Sanchez (Leo Burnett Madrid), e os brasileiros Jader Rossetto, Pedro Cappeletti (DM9) e Celso Loducca (Lowe Loducca). Com isso, segundo Claudio Invernizzi (foto), presidente do Círculo Uruguayo de la Publicidad, a organização do evento espera contribuir para uma maior inserção do país no contexto regional, oferecendo sua vocação de prestador de serviços. Além de turismo, finanças, comércio exterior e, no futuro, sede do Mercosul, o Uruguai começa a ocupar significativo espaço no mercado de comunicações, principalmente pela qualidade e bons preços de seu cinema publicitário. Será uma grande oportunidade para aqueles que estão curiosos ou interessados pelo que se tem falado ultimamente das produções naquele país. Outros grandes atrativos, sem dúvida, são o tradicional hotel San Rafael, em Punta del Este, local do evento, e desfrutar um agradável fim de semana de primavera no balneário mais bacana do Cone Sul. Turismo publicitário!



Em trânsito

- Perguntado sobre seu interesse em produzir comerciais europeus no Brasil e em outros países da



América Latina, Andrea Binda, da produtora italiana Central, mostrou-se bastante interessado, apontando, porém, problemas de custos, como mostra a foto.

• Com clientes de peso (Ford, GE, Polaroid, Meryll Lynch, GM, Coca-Cola, DuPont, Bayer, J&J, Nabisco, Procter & Gamble e Lever, entre outros) chega à Argentina a consultoria de marketing estratégico Goldman & Young/Gerstman + Meyers, associados à local Levy Marketing.

Dicionário

Na Argentina, as escolas públicas passam a ter em seu currículo obrigatório o ensino da língua portuguesa. O mesmo começa a acontecer também no Uruguai e Paraguai. No Brasil, cresce o número de cursos de castelbano, que vem sendo ensinado em mais e mais escolas de 1º e 2º graus. É, talvez, o começo do fim do portunhol, esse "dialeto" da pré-integração regional. Segue nossa contribuição — uma pequena lista com alguns erros comuns:

Embarazada	Grávida
Tirar	Lançar, jogar
Prejuicio	Preconceito
Zurdo	Canhoto
Polvo	Pó
Cola	Fila
Sobrenombre	Apelido
Apellido	Sobrenome
Carpeta	Pasta
Vallija	Mala
Mala	Má
Mayorista	Atacadista
Minorista	Varejista
Beca	Bolsa de estudos

Concurso

Atenção designers, artistas gráficos, diretores de arte e afins: o logotipo do Mercosul será escolhido por concurso público, com comissão julgadora formada por dois integrantes de cada país membro. O edital com regulamento e demais detalhes está em fase final de preparação e será divulgado nas próximas semanas. Preparem-se.



• Jorge Heymann (foto) deixa a direção criativa da Ogilvy & Mather Argentina e associa-se à Savaglio TBWA.

Hispanização

A chamada colônia latina nos Estados Unidos cresce a uma taxa três a cinco vezes maior que o restante da população. É a maior minoria do país e, embora multifacetada, com diferenças étnicas, culturais, sociais e de nacionalidade, começa a ganhar grande força e a interessar a mídia e o mercado publicitário. A televisão em castelbano, hoje, é sintonizada por 4% dos telespectadores, mas recebe apenas 1,7% das verbas publicitárias norte-americanas, que chegam a US\$ 140 bilhões. Tele-mundo, CBS, CNN, NBC e Televisa preparam-se para disputar esse crescente nicho na virada do século, criando mais canais e programas para Estados Unidos e América Latina.

Samplings

Em 1992, apareceu na revista argentina Plena a primeira amostra grátis com microencapsulado, tipo scratch & sniff, do desodorante Enigma (Impulse, da Lever), totalmente produzido no país. Encanto é o nome da empresa pioneira na produção de samplings para as indústrias de cosméticos da América Latina. Oferecem, ainda, cartões perfumados, miniaturas e o sistema Micaela Color, que permite samplings de maquiagens e rugas. Seus principais concorrentes vêm dos Estados Unidos e da Europa, mas qualidade, preços e prazos vêm firmando a empresa como principal fornecedora na Argentina, Chile e Uruguai. Próximas metas: Brasil e dobrar o faturamento que, neste ano, deve chegar a US\$ 1,5 milhão.

Cool site

Tá uma dica interessante aos aficionados por futebol e Internet. Trata-se do Fútbol Argentino On-line, ou <http://www.com/futbol/>, no ar desde o começo deste ano. Criação dos "pibes" Maximiliano Píry (22 anos), Juan Carcaviglia (22) e Tiburcio de la Cárcova (24), é o site mais visitado e o chat mais frequentado da Argentina, recebendo, em dia de clássico, até 20 mil bits. Comentários, estatísticas, tabela, classificação, artilheiros, resultados, escalões e o ultracibernético VRGol: no qual o usuário pode ver, no campo 3D que aparece na tela, jogadas a gol a partir de qualquer jogador, do goleiro ou do próprio juiz. E já vendem publicidade estática no estádio virtual.