

quê vizinhos

participado de "mil reuniões", que já renderam clientes fortes como Banelco (rede de caixas automáticas), Segunda Mano (jornal de ofertas e classificados) e Assist Card. Apostam em seu diferencial criativo para atrair clientes e esperam, com essa mesma filosofia, encontrar agências de publicidade para acordos operacionais no âmbito do Mercosul. "Sempre comparo publicidade com futebol e os brasileiros, em ambos, são alegres, divertidos, vencedores e profissionais", expõe, quase com fanatismo, o mais novo empresário da criatividade na Argentina.

Young & Rubicam/Argentina
Não há como falar em publicidade na Argentina sem abrir espaço para as várias

fases e formações da Young & Rubicam local. Sempre foi uma celeiro de talentos e boas idéias, por onde passaram vários dos publicitários mais conhecidos do país (Dreyfus, Fabiana Renault, Agulla, Baccetti e muitos outros) — hoje atuando no mercado em agências próprias ou como diretores de criação de algumas das maiores agências do mercado. Em 89, com o retorno de Hernán Ponce, depois de trabalhar em diversas agências de ponta como redator e diretor de criação, começa a fase de ouro da Young & Rubicam/Argentina. Já são cinco Clios, cinco Leões em Cannes, um Gran Prix e 12 medalhas em Nova Iorque, cinco Gran Prix do Círculo de Creativos de Argentina, Gran Prix em Montreux,

Gran Prix Laus (Barcelona), inúmeros prêmios no Fiap e mais de 500 prêmios nacionais. Ponce, 34 anos, com seu estilo casual e despretencioso, é, talvez, um dos profissionais mais *open minded* do continente. Gosta de experimentar, ousar e trabalhar com gente nova e talentosa, não importa de onde. Foi o primeiro, na Argentina, a trabalhar com Flávia Moraes e, agora, anda entusiasmado com os trabalhos realizados com o diretor Carlos Ameglio, da produtora uruguaia Toons. "Gostaria de fazer algo com Fernando Meirelles", referindo-se ao diretor da produtora O2, de São Paulo. Podemos dizer que é um profissional que "pisa fuerte".

Por **Cid Torquato**

CHILE

Publiart

Há apenas cinco anos no mercado, os cinco sócios da Publiart conseguiram imprimir um rápido ritmo de crescimento nos negócios e faturamento, alicerçados em um trabalho criativo cada vez mais premiado e reconhecido. São inúmeros prêmios nacionais e internacionais, sendo que neste ano tiveram duas peças de gráfica finalistas em Nova York. Seus principais clientes são Laboratórios Andrômaco, Viña Concha y Toro, Financiera Conosur, Bianchi, C.I.C. e Shopping Center Plaza Vespucio, que, sob a direção de marketing de Alejandro Guzmán, vem permitindo ousadias criativas pouco comuns para o

mercado chileno. "No Chile fazemos uma publicidade funcional, porém pouco audaz, fruto de uma sociedade moralista e pacata. Sair da paisagem implica riscos que poucos estão dispostos a correr", explica Joaquín Bascuñán, Sócio, Diretor de Criação e principal responsável pela "ola" criativa na qual a agência vem navegando ranking acima. O excelente humor e a descontração marcam os trabalhos e a atuação da Publiart. Preparam-se, no momento, para, através de acordos operacionais e efetivo intercâmbio, abraçar, também, o espírito de integração regional, oferecendo a seus clientes locais um serviço internacional e aos clientes internacionais o domínio criativo das idiosincrasias chilenas. "Se temos ferramentas e códigos próprios de uma nação, é uma torpeza não usá-los."

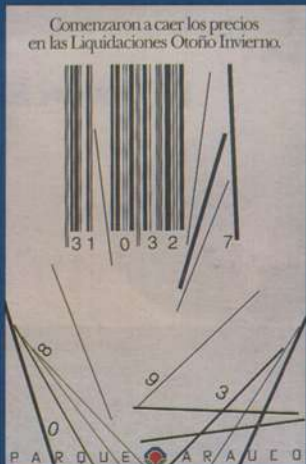
Prolam Young & Rubicam

Nasceu no final da década de 70 como estúdio de desenho gráfico, pintaram os primeiros trabalhos em publicidade, começaram a destacar-se em criatividade, tornaram-se agência, receberam inúmeras visitas de redes multinacionais e, enfim, há mais ou menos três anos se decidiram pelos termos propostos pela multinacional americana.

Prolam Young & Rubicam



Anúncio clássico de bebida, associando bom gosto com a marca.



Boa sacada para anúncio de liquidação: o código de barras "cal".

Publiart



Em cima, anúncio pelas vítimas de leucemia: forte. Em baixo, a ilustração didatiza o problema; a solução fica no texto. Ao lado, jogo de palavras com a expressão "gancho", para vender edredons.

