

Do Enviado Especial **Cid Torquato**

Brasil **perde interesse,** **Espanha** domina

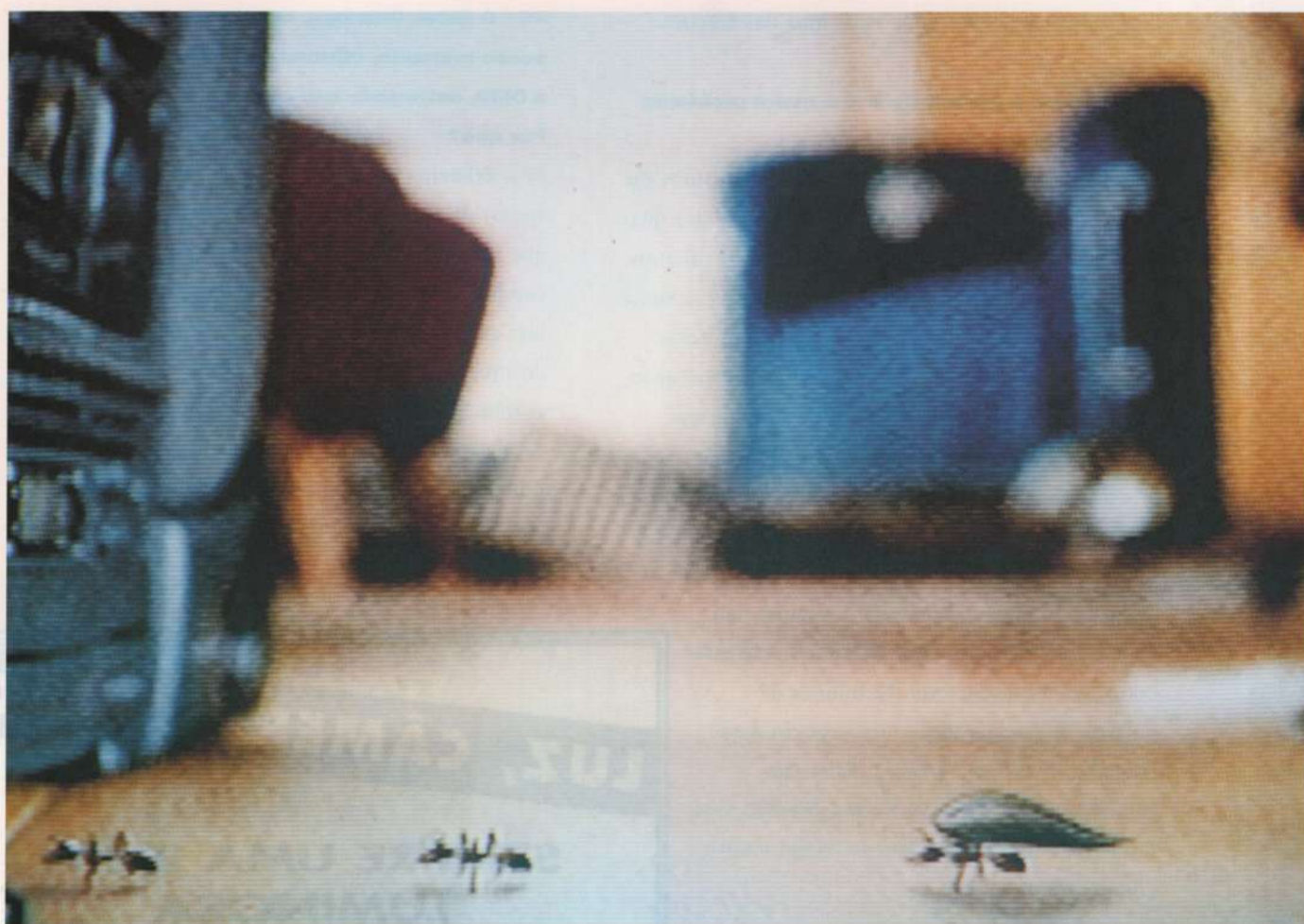
Nossa jurada foi embora, algumas das nossas mais talentosas agências não participam, não enviamos delegados.

Resultado: ficamos em terceiro, em um festival no qual já fomos líderes.

O Festival Ibero-Americano de Publicidade 1996 (Fiap), de 16 a 19 de abril, no Hotel Plaza em Buenos Aires, só não foi um "flop" total porque o mercado publicitário argentino participa em peso deste Festival que se pretende o mais importante da publicidade ibero-americana. Havia pouquíssimos participantes internacionais, em sua maioria enviados da imprensa especializada. Guilherme Ramalho, diretor de comerciais da paulista Trattoria di Frame, era o único dos oito ou nove brasileiros que não estava cobrindo o evento, mas sim

visitando o Festival com fins de intercâmbio comercial e divulgação do diferenciado trabalho de sua produtora. Eduardo Fischer, presidente da Fischer Justus, estava em Buenos Aires para uma palestra na Embaixada Brasileira, mas não se incomodou em visitar o Fiap e receber os vários prêmios que sua agência abocanhara neste certame. Nenhuma das agências brasileiras pertencentes a redes internacionais, ou com acordos bilaterais e interesses no continente, se fez presente. Estrangeiros de outros países? Uma dúzia de publicitários uruguaios, para

quem basta cruzar os 100 km do Rio de la Plata; de Santiago, que está a um pouco mais de 2 horas de avião sobre os Andes, apenas meia dúzia de esforçados chilenos. Por outro lado, com os distintos processos neo-liberais de abertura de suas economias, a participação e premiação de países como Peru, Colômbia, Venezuela cresceram, aumentando também a qualidade média dos trabalhos inscritos, ainda que longe da disputa entre Espanha, Brasil e Argentina. Apesar disso, é uma pena e um contra-senso a falta de interesse geral do continente. Crescem as relações intracontinentais. A América Latina nunca teve tanto intercâmbio comercial e até cultural entre seus países, mas o principal Festival de publicidade do nosso continente parece engatar uma ré e perder espaço e participantes conquistados em anos anteriores, com claros reflexos no nível de qualidade do certame. E, conseqüentemente, crescimento do domínio da propaganda espanhola. Os organizadores fizeram algumas considerações sobre ausências brasileiras, mas o fato é que é deles a responsabilidade de promover o Festival mais importante do continente, de forma inteligente e profissional, com um marketing consistente e representantes interessados, que realmente trabalhem para o êxito do evento. Do contrário, continuarão a esvaziar o Fiap, inclusive perdendo o grande negócio que hoje ainda têm nas mãos.



"Formigas", Grand Prix.

MOVIMENTO DE CÂMERA
para comerciais, cinema e shows

CHAPMAN DOLLIES · GRUA "THE CRANE" · CAM-REMOTE · STEADICAM · CAMMATE

Locação de equipamentos para filme e vídeo. Entre em contato conosco e receba os folhetos e o VT demonstrativo. Afinal, quem fica parado é poste.

AV. AÇOÇÊ, 98 - SÃO PAULO - TEL./FAX: (011) 574-5719



MOTION
TECNOLOGIA DO MOVIMENTO

Argentina cresce.



Fernando Herrero Perez,
Presidente do Juri e diretor geral da
Tiempo/BBDO Madrid.

Argentinos não nos consideram mais líderes

Coilhemos opiniões de inúmeros presentes ao FIAP, sobre a propaganda brasileira. De maneira geral, não somos mais considerados líderes criativos tão incontestáveis. Aqui, o depoimento de 5 dos mais destacados homens de criação da Argentina, todos donos de suas próprias agências. Só um ainda acha que sim.

A boa publicidade brasileira é tão boa quanto a melhor publicidade argentina. A pior é tão ruim como a pior publicidade da Bolívia. Evidentemente, a publicidade nos países latino-americanos apresenta distintos níveis de desenvolvimento. Mas não há uma superior à outra. Cada uma tem seus códigos. Afirmar que somos mais caretas é dizer que a salsa, a cumbia, o merengue ou o tango são mais caretas que o samba. Não são. São distintos e ponto.



"Duelistas", Ouro.

mais premiada da Argentina, fundou sua própria empresa a menos de um ano)

De um modo geral, concordo que muito da criação latina é mais careta e inferior à brasileira. Fazendo um balanço dos últimos anos, poderíamos dizer que a propaganda brasileira é mesmo a melhor da América Latina.



Fernando Fernandez,
Sócio e Diretor de Criação
da Fernando Fernandez
(Ex- diretor de criação da Ratto/
BBDO, quando a agência foi a



Alexandre Gama, nosso jurado.



Gabriel Dreyfus,
Presidente e Diretor
de Criação da Dreyfus
Comunicaciones S.A.
(Experiente criativo argentino, considerado um dos maiores polemistas da propaganda em seu País. Foi jurado do FIAP em 95).

A propaganda brasileira ainda é a melhor e a argentina vem em segundo, no Continente. Mas já não existe a diferença que, no futebol, era representada pelo Pelé. A publicidade brasileira tem muitos Pelés, mas a argentina tem muitos Maradonas. E creio que o nosso selecionado juvenil é melhor que o do Brasil, também na publicidade.

**Carlos Baccetti, sócio, VP
e Diretor de Criação da
Agulla & Baccetti**
(Sua agência tem pouco mais de um ano de vida, foi a argentina mais premiada neste FIAP e tem acordo com a DM9)

Obviamente não concordo que a propaganda dos demais países latinos é pior que a brasileira. A boa publicidade - seja de que país for - é que é a melhor publicidade da América Latina

**Ramiro Agulla, Sócio,
Presidente e Diretor
de Criação da Agulla
& Baccetti**
(Idem)

Não gosto de generalizar, até porque em alguns países há coisas boas e no Brasil há coisas caretas e inferiores. Considero que a propaganda brasileira foi a melhor, nos últimos tempos. Hoje é apenas uma das melhores.



Jorge Villegas,
Diretor de criação da Graffiti/DMB&B
e presidente do Círculo de Creativos
Argentinos. Jurado.



**Daniel Marcet, Sócio e
Diretor de Criação da
Marcet & Associados**
(Um dos organizadores do FIAP,
tem acordo com a W/Brasil)



Guilherme Ramalho,
Trattoria di Frame. Único brasileiro
que não era jornalista.

ESTUDIO?
AH, SÃO TANTOS...
CÂMERA?
ARRI, MITCHEL, FRIES.
NEGATIVO É FÁCIL:
KODAK OU FUJI.
LABORATORIO
PODE SER LIDER OU CURT.
FINALIZAÇÃO
TEM NA CASABIANCA,
NA FINISH, NA ABERTURA.

MAS

LUZ
EU PEGO NA
LOCAL

SÃO PAULO (011) 573-5977 CURITIBA (041) 332-0200