



Eles estão com a bola toda

O brasileiro PJ Pereira (à dir.) e seu sócio, Andy O'Dell, da Pereira & O'Dell: de criador no Brasil para a Califórnia

Publicitários brasileiros ganham prestígio e altos postos nas agências internacionais → **FABIANA CORRÊA**

Um grupo reduzido de brasileiros, mas que fica maior a cada dia, tem se destacado no mercado publicitário mundial. Um exemplo recente é o do carioca PJ Pereira, de 34 anos, que, em 2007, foi escolhido pela revista *Advertising Age*, a bíblia mundial dos criadores de publicidade, como uma das 40 personalidades do ano. Em 2008, ele abriu sua própria agência na Califórnia, Estados Unidos, a Pereira & O'Dell, em sociedade com o americano Andy O'Dell e com o publicitário baiano Nizan Guanaes. "Já não importa o país onde você nasceu, mas os lugares pelos quais passou", diz PJ. Sua equipe é um exemplo disso. Há uma produtora brasileira, que ele contratou em Nova York, e dois designers, também brasileiros, que vieram

de Roma, na Itália. "Essa mobilidade faz uma grande diferença se você quiser criar fenômenos internacionais, a maior tendência da propaganda hoje", diz o carioca PJ. Assim como a Pereira & O'Dell, outras empresas internacionais de publicidade têm aberto suas portas para profissionais brasucas. "Os brasileiros estão em alta. Acabamos de mandar dois para trabalhar fora do país", diz Ana Leme, headhunter especializada em recrutar publicitários. Um deles é o diretor de arte Bráulio Kuwabara, ex-Lew'Lara, de São Paulo, que em abril foi para a agência Euro, em Londres, Inglaterra.

NOVA YORK CONTRATA

Nova York, nos Estados Unidos, é hoje, ao lado da portuguesa Lisboa, uma das cidades que mais recebem

brasileiros vindos daqui e de outros países, Ícaro Doria, de 28 anos, diretor de criação da Y&R em Nova York, começou sua carreira internacional em Lisboa, na Leo Burnett, e trocou a cidade pela Big Apple. "Em Nova York, a nacionalidade não é um diferencial, porque você está cercado de gente do mundo todo", diz Ícaro. As habilidades dos brasileiros, no entanto, contam muito. "A capacidade de relacionamento faz a diferença ao lidar com gente de todos os países", diz Giacomo Groff, de 27 anos, diretor de planejamento da conta da IBM na agência Ogilvy, que prepara seu próximo passo: assumir um projeto em Xangai, na China, e entrar para o grupo de brasileiros que estão rodando o globo. O