

Olivetto é eleito Publicitário do Ano

Teresa Levin

Vinte nomes do mercado de comunicação foram prestigiados pela ABP (Associação Brasileira de Propaganda) na última semana com o Prêmio Destaque Profissional 2010 (veja tabela ao lado). Washington Olivetto (WMcCann) foi premiado como o Publicitário do Ano, após uma disputa final que envolveu ainda dois nomes de peso: José Henrique Borghi e Luiz Lara. A escolha dos vencedores foi feita através de uma votação com os sócios da entidade, promovida no site da ABP, com três finalistas em cada categoria. No total, 300 nomes foram inicialmente indicados e os três mais votados em cada área foram apontados como finalistas. Além do chairman da WMcCann, Mario Rigon (Info-globo), Antonino Brandão (NBS), Luiz Sanches (AlmpaBBDO), Eduardo Almeida (Quê) e Fábio Mendonça (O2) também foram premiados este ano. A edição de 2010 do Prêmio Destaque Profissional da Comunicação teve o patrocínio da Rede Globo e o apoio da Souza Cruz.

Explicando que não estava fazendo demagogia, Olivetto destacou que, estar entre os três nomes finalistas de uma das categorias, já é por si só um prêmio. "Todos os finalistas merecem o prêmio e o vencedor representa os outros dois. Mas adorei ganhar, até porque concorri com dois grandes profissionais. E ganhar do Lara é muito bom porque ele ainda é são paulino, o que me leva ao delírio", brincou o corintiano, arrancando risos da plateia. Lembrando que é notoriamente paulista, ele ainda falou da sua estreita relação com o Rio de Janeiro. Entre os pontos que citou, falou dos grandes resultados da W/ no Rio em 2009 e do fato de atualmente, após a fusão com a McCann, a WMcCann ser a maior agência da capital carioca. Olivetto lembrou ainda que seu filho, Theo, foi eleito o Rei Mominho do Rio de Janeiro no último Carnaval, título que terá por dois anos. "E eu recebi em agosto o título de cidadão honorário do Rio", contou. O chairman da WMcCann destacou ainda a importância dos últimos acontecimentos da cidade, com a união das polícias e das forças militares na invasão dos complexos de favelas da Vila Cruzeiro e Alemão. "Vimos um respeito e uma coerência que não tínhamos há tempos. Espero que continue assim".

BALANÇO

Cyd Alvarez, presidente da ABP, aproveitou a festa da premiação do Destaque Profissional 2010 para fazer um balanço do ano para a Associação. Para ele, a quantidade de ações e eventos realizada em 2010, todos prestigiados pelo mercado, mostra um saldo positivo para a entidade. Entre os fatos marcantes ele destacou o lançamento do Anuário da ABP, que já teve duas edições, trazendo os trabalhos premiados no Festival Brasileiro de Publicidade. Alvarez também citou a série de Road Shows que a ABP realizou em cidades do País, as palestras em parceria com a ESPM, o próprio Festival Brasileiro de Publicidade e, principalmente, a pesquisa "Melhores Agências de Comunicação para Trabalhar", promovida pela primeira vez este ano, em parceria com o Instituto Great Place To Work. "Além disso, este ano mais de 40 empresas se associaram à ABP".

O presidente da ABP antecipou ainda que será lançada uma campanha publicitária pela entidade depositária. "É comum vermos concorrências em que participam entre dez e 15 agências nas quais, sem querer querendo, ideias de agências que não foram aprovadas são usadas. Com essa entidade, elas poderão ser depositadas e isso será evitado", falou. O presidente da ABP apontou ainda a nacionalização cada vez maior da entidade. "Neste prêmio, 45% dos Destaques vieram de fora do Rio de Janeiro e no Festival de Publicidade 30% das inscrições foram de cidades fora do eixo Rio-São Paulo", disse.

Para ele o saldo de 2010 também é positivo para o mercado. "Começamos o ano tateando no escuro. Os otimistas acreditando e os realistas, que é como chamamos os pessimistas, achando que não era bem assim, que tínhamos que olhar para fora. Havia um túnel e uma luz no fim dele, que se mostrou maior do que pensávamos. Nunca esta área foi tão desafiadora, não poderíamos estar em um momento melhor para a comunicação. É uma área sofisticada, um mercado que está crescendo. Existe uma conjunção de fatores para o mercado crescer, só temos que correr para o abraço", concluiu.

OS VENCEDORES

	PROFISSIONAL	AGÊNCIA/EMPRESA
PUBLICITÁRIO DO ANO	Washington Olivetto	WMcCann
EXECUTIVO DE ANUNCIANTE	Mauro Madruga	Unimed - Rio
EXECUTIVO DE AGÊNCIA	Antonio Brandão	NBS
EXECUTIVO DE VEÍCULO	Mario Rigon	Infoglobo
DIRETOR DE CRIAÇÃO	Luiz Sanches	AlmapBBDO
REDATOR	Eduardo Almeida	Quê Comunicação
DIRETOR DE ARTE	Marcello Noronha	NBS
ATENDIMENTO DE AGÊNCIA	Marcio Borges	WMcCann
ATENDIMENTO DE VEÍCULO	Fernando Faraco	TV Globo
MÍDIA DE AGÊNCIA	Fátima Rendeiro	Quê Comunicação
DIRETOR DE COMERCIAIS	Fábio Mendonça	O2 Filmes
PLANEJAMENTO	Fernand Alphen	F/Nazca
PESQUISA	Alberto Cerqueira Lima	Copernicus Marketing
FOTOGRAFIA	Antonio Luiz Hamdan	Studio H
PRODUÇÃO DE SOM	Tula Minassian	Play It Again
RTVC	Daniela Conde	WMcCann
PRODUTOR GRÁFICO	Gilberto Rodrigues	F/Nazca
COMUNICAÇÃO DIGITAL	Ludwig Goulart	Microwave
DESIGN	Ricardo Leite	Crama Design Estratégico
MARKETING PROMOCIONAL	Abel Gomes	Grupo P&G Cenografia e SRCOM

Fonte: Propmark, São Paulo, 6 dez. 2010, p. 33.