

Profissionais debatem transformações



Um dos principais eventos da publicidade brasileira, a Semana Internacional da Criação Publicitária, que está em sua 24^a edição e será realizada nesta semana, de segunda-feira (9) a sexta-feira (13), no Teatro Raul Cortez da Fecomércio, em São Paulo, traz a executiva Emma Cookson, chairwoman do escritório nova-iorquino da rede BBH (Bartle Bogle Hegarty), agência do Publicis Groupe. Emma, que foi a última palestrante a ter o nome confirmado pela organização do evento, vai expor suas ideias sobre criação, integração de mídias e estratégias de planejamento. Na visão de Emma, a diferenciação vai ser a palavra-chave da publicidade nos processos de marketing e comunicação, mais até do que a relevância, para ela um movimento óbvio.

A Semana da Criação 2011 terá palestras diárias de profissionais consagrados da publicidade e outras áreas da comunicação, tanto do mercado nacional como internacional.

Os outros nove palestrantes são: Gaston Bigio, diretor regional de criação da rede Ogilvy & Mather para a América Latina; Roberto Duailibi, sócio da DPZ; Washington Olivetto, chairman da WMcCann; Amilcare Dalevo Jr, presidente da Rede TV!; Simon Clift, da Touch Branding, que vem a convite da ESPM; Jean Philippe Maheu, ceo global da Publicis Modem; Marcos Lacerda, presidente da Momentum; Paul Hunter, premiado diretor de cena e cofundador da Prettybird, e Mauro Alencar, sócio e diretor de criação da Dojo, ambos trazidos pela Africa (veja quadro com programação do evento).

Emma vai apresentar o tema "Escape from the windtunnel: how advertising must recommit to the power of difference" ("Escape do túnel de vento: como a publicidade precisa se comprometer novamente com o poder da diferença"). Ela chegou em 2007 à BBH/NY como

ceo, mas está no grupo desde 1993, primeiro na divisão de planejamento com um olhar destacado para as marcas da Unilever e Levi's. Seis anos depois se transferiu para os Estados Unidos. Em 2003, passou a dirigir o planejamento global da agência, função que acumula com a de chairman da BBH/NY. Um dos seus principais cases nos Estados Unidos é para a marca Cadillac, da General Motors.

A executiva é graduada na Oxford University e participa como convidada do publicitário Alexandre Gama, sócio e presidente da Neogama/BBH. Originalmente, Gama faria uma palestra na Semana, mas uma concorrência internacional da qual a BBH de Londres participa, exige sua presença assim como todos os heads do grupo na América Latina. A Neogama/BBH é uma das agências madrinhas da 24ª Semana Internacional da Criação Publicitária.

As outras empresas madrinhas do evento em 2011 são: as agências Africa, DPZ, Neogama/BBH, Ogilvy, Publicis Brasil, WMcCann, ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) e RedeTV!. As madrinhas são as responsáveis em levar os profissionais do Brasil e do exterior.

A Semana é um dos maiores eventos voltados aos profissionais de publicidade e comunicação em geral e reúne os principais profissionais na área para palestras e debates sobre os temas e tendências que precedem o Festival de Cannes.

Uma realização da Editora Referência, a Semana Internacional da Criação Publicitária foi concebida por um grupo de brasileiros em 1987. Na época, não havia internet, TV digital, celular e as informações sobre o mercado mundial eram restritas. A primeira edição do evento, que trouxe a São Paulo profissionais internacionalmente reconhecidos para mostrar seus trabalhos e dividir suas experiências, foi um sucesso. A partir daquele ano, a Semana passou a acontecer anualmente. A Semana Internacional da Criação Publicitária 2011 recebeu mais de 400 inscrições.

Fonte: Propmark, São Paulo, 9 maio 2011, p. 21.