

Sinergia ama la publicidad

El pasado 17 de marzo se desarrolló el evento #YoAmoLaPublicidad y Sinergia Latam estuvo ahí.

En el conversatorio se reunieron diversas figuras del rubro publicitario local para homenajear, debatir, compartir y reflexionar sobre el “pasado, presente y futuro de la publicidad peruana”. Este evento tuvo lugar en el último día de La Semana de la Publicidad, evento organizado por la Asociación Peruana de Agencias Publicitarias (APAP).

El conversatorio tuvo como moderador a un simpático y muy sincero Oscar García, DGC de LatinBrands, quien supo dirigir el diálogo y participación entre los mismos protagonistas de la charla, como con el público; el cual, por cierto, estaba conformado por una gran cantidad de jóvenes. Por otro lado, entre los invitados se encontraban el gran Quinto Ausejo, presidente y DGC de Ausejo Creatividad; Fredy Alvarado, miembro fundador de la Sociedad Peruana de Marketing y de la Organización de Consultores de Latinoamérica, COPLA; Mauricio Fernández-Maldonado, DGC de McCann Lima; Ricardo Chadwick, socio fundador y VP de Fahrenheit; Sergio Franco, DGC de Fahrenheit DDB; y Alexander Chiu Werner, director ejecutivo de Futuro Labs y Neo Consulting.

Con un lleno total, el evento inició con un emotivo homenaje a dos personajes que dejaron huella en la publicidad peruana. El primero de ellos, conocido por fundar en 1985 el Instituto Peruano de Publicidad, IPP, y ser presidente durante 10 años de

YOAMOLA
PUBLICIDAD



la APAP, Julio Romero; una persona que siempre tuvo tiempo para todos, que nunca le decía no a nada y que tuvo como fórmula de vida su pasión por la familia y la publicidad. El segundo homenaje fue para una persona conocida por realizar los grandes comerciales de la televisión peruana y por haber fundado la casa realizadora Cine70, Don Alfonso Maldonado, quien dejó en la memoria de quienes trabajaron a su lado que no existe nada imposible.

Luego del homenaje se inició el conversatorio que se dividió en tres etapas. Pasado, presente y futuro. El primer dueto conformado por Quinto y Fredy se situó en el pasado de la publicidad en el Perú, sin embargo, dejaron en claro que ellos no sentían así, pues ambos se encuentran en actividad, por lo cual se autodenominaron, con mucho humor, como maestros Jedi. Durante el diálogo entre los maestros, Quinto tomó la posición de publicista mientras Fredy abarcó el personaje del cliente de hace varios años. Luego de divertidas anécdotas concluyeron en dos cosas. Que el mix de medios ha cambiado, pero en líneas generales es y se consume de manera similar a la de hace años atrás y que un comercial no es realmente bueno cuando el público dice “qué buen comercial”, sino cuando dice “qué buen producto”.



Después de hablar sobre el pasado de la publicidad peruana entramos al presente, donde los conversadores fueron Mauricio y Ricardo quienes hablaron sobre el nivel que está alcanzando Perú en festivales internacional. Por otro lado, reflexionaron en el aumento de agencias de publicidad que se ha dado en los últimos años y concluyeron que es sumamente importante pasar por una agencia grande, empaparse de conocimiento y retos antes de independizarse y abrir una agencia propia. Así mismo, hicieron mención en lo difícil que es conseguir hoy en día un portafolio creativo que sorprenda y que lo que se busca no son piezas que cambien al mundo, sino que funcionen y resuelvan el día a día.

El futuro de la publicidad en el Perú, como era de esperarse, fue el tema de mayor interés para el público, ya que en su mayoría eran jóvenes, y estuvo a cargo de Sergio y Alex. Ambos fueron muy críticos con lo que respecta al bajo nivel de investigación que hay hoy en día y la integración de nuevos medios. Por otro lado, concluyeron que a pesar de que el consumidor tiene un mayor poder de selección y bloqueo de publicidad también tiene una mayor facilidad de compartir la misma, por lo cual lo importante es realmente el contenido que le llega y el cómo.

Para finalizar el conversatorio, se desarrolló una etapa de preguntas por parte del público que obtuvieran respuestas magistrales por los invitados de la noche. Sin duda, un evento que dejó mucho en qué reflexionar, muchos capítulos de la historia de la publicidad peruana que emocionó a más de uno y mucha inspiración para seguir enamorado de la publicidad. Al final del evento podemos reconfirmar que "Sinergia ama la publicidad".

YOAM ♥ LA
PUBLICIDAD