



Año 15 - N° 97
 Diciembre 2007
 Buenos Aires - Argentina

sumario

Staff

Editores responsables:

Sergio Roberto Berger
 Beatriz Freijo

Director General:

Sergio Roberto Berger

Jefe de Redacción:

Hugo Mouján

Diseño y Diagramación:

Cristian Roy Berger

Director Comercial:

Hugo Corvera

Coordinación General:

Patricia Suárez

Colaboran en esta edición:

Ana Paula Grufi
 Alejandra Ceneri y Cattaneo

NOTA DE TAPA

- 4- Balance del año
- 10- Entrevista a Darío Straschnoy
- 12- Convicción, el motor de la AAAP - *por Jorge Castrillón*
- 14- Cómo sumar valor a una marca - *por Gustavo Zac*
- 16- Adiós, ayer, adiós - *por Jorge Giacobbe*
- 18- Con las luces siempre prendidas - *por Alejandro Terzi*
- 20- Elecciones en Borocotolandia - *por Gabriel Dreyfus*



MEDIOS

- 22- La captura de lo deseado: Pandora Box
- 23- Opciones para público específico



MARKETING

- 24- Lo que ellas quieren
- 26- Cuando la publicidad se contagia

INTERNACIONALES

- 28 El rojo Ogilvy en Chile: César Agost Carreño

CAMPAÑAS

- 30- A propósito de la ocasión



FESTIVALES



- 32- Un premio mayor de edad
- 33- Los méritos reconocidos
- 34- Los que marcan huellas
Una década por el diseño

PUBLICIDAD

- 36- La democracia digital marca
- 37- La vie en rose

CONSUMO

- 38- Qué duda cabe

ENSAYOS

- 40- Somos más pero sabemos menos
- 42- Noticias
- 46- La Licuadora



Editorial

¡Arriba las endorfinas!

Ultimamente se habla mucho de la vida slow, que propone un giro cultural orientado a la desaceleración de nuestro estilo de vida tipo vorágine, como que todos los que trabajamos somos workholic. La tarea editorial y su vínculo con las comunicaciones publicitarias tiene algo de esto, es verdad; pero en rigor, creo que el tema pasa por la pasión y el disfrute.

Alguien a quien respeto mucho, David Ogilvy, decía "admiro a las gentes para las cuales el trabajo es un placer". Y agregaba: "Si no disfrutan ustedes con lo que hacen, les aconsejo que busquen otro empleo". Más claro, hay que echarle agua. Es la clave.

Uno se involucra porque siente placer y pienso que nos tocaron con una varita mágica, porque hay muchos que no trabajan en lo que les gusta.

Desde que empezamos a pensar una edición hasta que sale de la imprenta hay un proceso, si bien adrenalínico, también endorfinico. Es excitante, se palpita, se piensa, se cambia de idea, se arriesga, se prueba, se hace.

Cómo puede no sentirse interés y expectativa, por ejemplo, si en este ejemplar tenemos las opiniones frescas, ricas, apasionadas y pensantes de doce jugadores de lujo como lo son Tito Scopesi (Scopesi y Cia), Humberto Danuncio (Clarín), Jorge Seeber (Diálogo Publicidad), Cecilia Blanco (ZenithOptimedia), Carlos Fernández (Grupo Vía/Vía Subte), Mabel Malia de Astesiano (Scopesi y Cia.), Darío Straschnoy (Y&R), Jorge Castrillón (AAAP), Jorge Giacobbe (Giacobbe y Asoc.), Gabriel Dreyfus (MGD), Alejandro Terzi (Ignis) y Gustavo Zac (Interbrand). Y también honra nuestras páginas la entusiasta vida de otro apasionado del laburo, César Agost Carreño, de Ogilvy Chile.

¿Qué los hace semejantes? Que están metidos desde hace años en lo que hacen, comprometidos visceralmente con la profesión y la gente.

Encima, con seis de ellos -como se ve en la tapa-, nos dimos el placer de ser anfitriones en nuestra nueva casa para conversar, hacer un balance, proyectar, analizar libremente el mercado. Fue un encuentro muy disfrutado, gracias a ellos, por supuesto. Nadie quiere ser anfitrión de una visita poco placentera.

Y así, en esta salsa poco slow, hemos cocinado el año y de repente: llegó el Anuario, las fiestas y las vacaciones merecidas. Ojalá esta edición les guste.

Hasta el año próximo. ¡Felicidades!

Sergio Berger
 Director General

PM&D

(Publicidad Marketing & Desarrollo) es una publicación de **TARIFARIO S.R.L.** con domicilio en: Echeverría 5146 (C1431CMN) Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
 Tel./Fax: 4523.9111 / 4524.3033 / 4524.2221
 email: info@portalpublicitario.com
 website: www.portalpublicitario.com

Marca Registrada R.N.P.I. N° 323061. Hecho el depósito que marca la ley. Queda prohibida la reproducción parcial y/o total del contenido de esta publicación, sin previa autorización expresa de la editorial. Las opiniones vertidas por los columnistas invitados, no reflejan necesariamente el punto de vista de la Editorial. PM&D circula entre profesionales de agencias, de publicidad, medios de comunicación, ejecutivos de empresas, hombres de negocios y futuros profesionales.