

GOLDEN BRAIN:

4 nuevos grandes pasan a la historia

En el Teatro Santa María (Universidad del Salvador), se llevó a cabo la 13ª entrega de los premios Golden Brain, el evento del año que reconoce e inmortaliza a aquellos publicitarios que hicieron historia. Rodolfo Agustín Ceretti, Gustavo Miguel Loubet, Héctor Zabala y Carlos Ceretti, los galardonados.

La 13ª edición de los Golden Brain volvió a reunir a grandes talentos del mundo de la publicidad en una velada que rindió tributo a los creadores de memorables piezas de anuncios. Este año los premios otorgados por la Fundación Golden Brain Atacama fueron entregados en el Teatro Santa María (Universidad del Salvador), un espacio ideal para galardonar a los elegidos: Rodolfo Agustín Ceretti, Gustavo Miguel Loubet, Héctor Zabala y Carlos Ceretti.

Ante un público ansioso, Juan Gujis (Golden Brain 2012) llevó adelante la conducción del evento. Entrevistó a cada uno de los premiados y logró en esas cuatro charlas que compartieron con la audiencia detalles de sus trayectorias profesionales, así como también experiencias y anécdotas de vida, tanto emotivas como cómicas.

FAMILIA, AMIGOS, SOLIDARIDAD Y HUMOR

El primero de los galardonados, Rodolfo Ce-

retti, quien fue por más de 20 años director de Relaciones Institucionales de Ford, expresó su emoción y agradecimiento al ver en la platea a muchos de sus colegas en una noche de reencuentros y valorización del pasado, y compartió su experiencia acerca de lo que él reconoció como una carrera fructífera en su paso por distintas áreas de la empresa automotriz en la cual se desarrolló. Luego se exhibió una selección de comerciales de la marca, realizada por la agencia Walter Thompson y elegida por el mismo Ceretti, sobre la base de tres valores que constituyen los pilares sobre los que se apoyó a lo largo de su carrera y su vida: el amor a la familia y los amigos, la solidaridad y el sentido del humor.

Una anécdota que salió a la luz sobre el comercial proyectado referente al sentido del humor —en el que se ve a una mujer maquillándose y viajando en un Ford Sierra camino a una fiesta y que, al momento de bajar, la falda le queda enganchada en la puerta del automóvil— fue la de la falta de acepta-



ción que tuvo en primera instancia. En ese momento fue tachado de “obsceno” por un director del área de Recursos Humanos de la compañía. Por fortuna para Ceretti, el entonces presidente de la firma entendió que el objetivo del comercial era el humor y restó importancia a la crítica, por lo que la pieza siguió su camino.

COMUNICADOR Y PUBLICISTA

Sobre el siguiente premiado, Héctor Zabala, Gujis destacó no solo su trabajo como publicista, sino también su vasta trayectoria como periodista en prestigiosos medios gráficos, televisivos y radiales. Zabala se refirió a sí mismo como un comunicador y, entre los comerciales exhibidos, resaltó en particular el del Liceo Cultural Británico –en él se ve a un hombre trabajando en la cocina de un restaurante: su jefe le habla en inglés y él no obedece a su pedido, entonces finalmente se cansa y lo insulta; al cierre del comercial

Rodolfo Agustín Ceretti, Carlos Ceretti, Héctor Zabala y Gustavo Miguel Loubet ganadores del premio Golden Brain 2017

se entiende que en verdad no comprendía lo que le estaban pidiendo porque no sabía hablar inglés–, del cual resaltó la economía de recursos. “Solo se utilizaron dos actores y uno de ellos ni siquiera habla, fue realizado en un solo lugar con una cámara fija y utiliza el humor en función del mensaje, y no el humor por el humor mismo”, explicó, para enseguida definirlo como creatividad pura. También destacó la importancia de la emoción y el humor como los grandes recursos de la publicidad.

UN “AUTODIDACTA” Y UN MÚSICO CERRARON EL ENCUENTRO

Al cabo fue el turno de Carlos Ceretti de recibir su galardón, quien sorprendió al auditorio por su trayectoria como dibujante, director de comerciales y creador de frases publicitarias y personajes que forman parte del universo del público argentino. Él mismo se autodefinió como autodidacta y algunas



Juan Gujis

Juan Gujis, Golden Brain 2012 y conductor del evento, habló con revista LETREROS y remarcó la importancia de este evento como una actividad única en el año. "Se trata de una oportunidad para reencontrarse con grandes figuras de la historia de la publicidad argentina", aseguró. También elogió los valores que atraviesan al galardón y a través de los cuales se puede guiar a las futuras generaciones.



Pedro Suero

Pedro "Pelusa" Suero tampoco quiso quedar fuera de esta entrega de premios para reencontrarse con sus colegas, y en una charla con revista LETREROS definió a la ceremonia de este año como "correcta y emocionante". Mencionó que para hacer publicidad es necesario tener la mente libre y habló acerca del factor sorpresa: "Puesta a tiempo, y en la justa medida, es la clave para una buena publicidad".

de las piezas exhibidas fueron las del té La Virginia, el licor Tres Plumas, Poxipol, el jabón La Espuma y el reconocido spot que dirigió para Banco Río.

Por último, el premiado de la noche resultó Gustavo Miguel Loubet, destacado por ser músico y compositor de variados y reconocidos *jingles*. En su caso, decidió mostrar solo la música sin proyectar las películas. Entre las piezas seleccionadas se escucharon sus creaciones para Sidra Real, Virginia Slims, Philip Morris, Resero Blanco Sanjuanino (Es oro blanco, dorado vino), La Serenísima (La calidad), Chesterfield y una grabación para Marlboro basada en la música de la película *Los 7 magníficos* que recreó y grabó con una orquesta de 46 músicos. "Tiempo atrás las grabaciones eran un evento social que generaba un vínculo con los distintos colaboradores; en la actualidad, gracias a la tecnología, nuestro trabajo se volvió más solitario", aseguró Loubet.

VALORES HUMANOS

Como en todos los eventos que auspicia, la CAIL dijo presente. Guillermo Otero, miembro de la Comisión Directiva, destacó la importancia de este evento por jerarquizar la actividad de la institución y la industria de la publicidad. Además, mencionó que los premios Golden Brain ponen de relevancia los valores humanos que, muchas veces, se encuentran alejados de la publicidad. Y se refirió a los premiados de este año como personas de talento que, cada una desde su lugar, hicieron un gran aporte a la actividad. Para concluir, Gustavo Brizuela, presidente de la Fundación Golden Brain Atacama, felicitó a los nuevos Golden Brain por haber sido distinguidos gracias al voto de sus colegas en mérito a sus trayectorias y por haberse destacado en ellas con éxito y valores, lema de los galardones. Agradeció también a los 200 alumnos que se presentaron este año en el concurso Promise Brain, con sus trabajos sobre la temática "Preparate para ser grande", y cuya dupla ganadora fue Eduardo Julio González Taboada y Carolina Paula Moyano, estudiantes de 3° año de la Universidad Abierta Interamericana (UAI). Pensando en el futuro, Brizuela afirmó que el sueño de la Fundación es que la comunicación y la publicidad continúen con la ética y los valores que les marcaron los Golden Brain.



Ganadores del 9° concurso Promise Brain

Durante el evento se dieron a conocer los nombres de la dupla ganadora del 1° premio del concurso Promise Brain de RSE en vía pública.

Ciclo
PUBLICIDAD

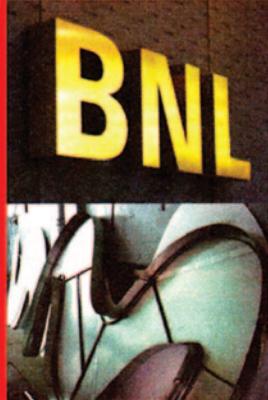
Nelson Gamino e Hijos.
40 años trabajando
para EL GREMIO del letrero.

Letras Corpóreas

Polyfan
Cobre
Bronce
Aluminio
Acero Inoxidable
Chapa Galvanizada

CALADOS
TRABAJOS ESPECIALES

Agustín Cafferata 5188
Caseros (1678)
Pcia. Buenos Aires
Tel/Fax (011) 4750-8038



ciclo@arnet.com.ar



Estudio
Doctorovich - Botbol
CONTADORES PÚBLICOS

Tenemos la experiencia que Ud. requiere, para resolver eficientemente cualquier tema de nuestra especialidad que su empresa pueda tener, y brindarle el asesoramiento adecuado a cada problemática.

Nuestros servicios abarcan las áreas:

Impositiva - Laboral - Societaria
Administrativa-Contable
Auditorías - Proyecciones Financieras
Presupuestaciones

Asesoramiento sin cargo, para socios.

Avda. Rivadavia 13.876 - 17° A
Ramos Mejía - Buenos Aires
Tel.: 4654-0995/2376 - estudio@edya.com.ar

“COMPROMETIDOS CON EL SECTOR PRODUCTIVO
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES”



CONFEDERACIÓN ARGENTINA
DE LA MEDIANA EMPRESA

www.fecoba.org.ar

LEISTER

PLASTIC WELDING

Lo mejor
que Usted puede
obtener.



UNIPLAN E

UNIPLAN E: Display Digital para programar y ver temperatura actual y velocidad de sellado. Control electrónico de calentamiento.

TRIAC PID: Control de temperatura en un solo paso y monitor electrónico.

Leister Process Technologies
www.leister.com

Importa y Distribuye en
Argentina

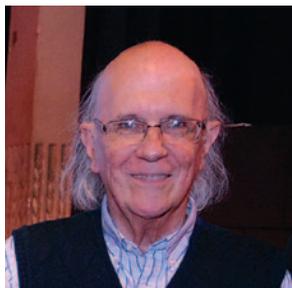
HELING S.A.
Niceto Vega 5331
(1414) Buenos Aires - Argentina
Tel.: 4778-7000
Fax: 4778-7220
plasticos@heling.com.ar
www.heling.com.ar



TRIAC PID

LOS GOLDEN BRAIN 2016**Agustín Ceretti**

Es contador público y licenciado en Administración, egresado de la UBA. Realizó cursos de Economía en Londres y en Estados Unidos, y de Ventas y Marketing en Francia, Inglaterra, Alemania y Brasil. En 1965 llegó a la empresa que marcó su trayectoria: Ford Argentina, en la cual se desempeñó por 40 años en diversas áreas, como Finanzas, Ventas y Marketing, hasta llegar al cargo de director de Relaciones Institucionales, rol que ocupó entre 1991 y 2005. Su espíritu inquieto y emprendedor lo llevó a ser parte de la Comisión Ejecutiva de la Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA), el directorio de la Cámara de Comercio Argentina, la Cámara de Comercio de Estados Unidos (AMCHAM) y la Unión Industrial Argentina (UIA). Gracias a un marcado gusto por la cultura y el arte, fue presidente de la Fundación Teatro Colón por casi una década. Y en 2007 fue reconocido por la Fundación Konex como una de las figuras más destacadas de la última década en comunicación institucional.

**Miguel Loubet**

Desde niño comenzó su amor por la música. Estudió piano en la Escuela Superior de Bellas Artes y en el Conservatorio Provincial de Música y Artes de La Plata. También se formó en Orquestación en la Universidad Católica Argentina. Completó sus estudios en Composición y Dodecafonía con el profesor Gerardo Gandini y en Armonía con Pedro Sans. Compuso piezas para distintos géneros musicales, hasta que ingresó, en 1964, a Printer Avance, la productora de cine publicitario, como creativo musical. Años más tarde, en 1977, formó su propia productora. Fue reconocido en varias ocasiones con los premios del Festival Iberoamericano de la Publicidad (FIAP), el Lions de Oro del Festival de Publicidad de Cannes, el Lápiz de Oro de la Editorial Dossier y con un premio en el Círculo de Creativos. También formó parte de la comisión fundadora de la Cámara Argentina de la Música Publicitaria (CAMP) y en 2001 ingresó al directorio de la Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC).

**Héctor Zabala**

Con más de 20 años de trayectoria en el universo de la comunicación y la publicidad, tuvo sus inicios como periodista. Se desempeñó en distintos medios gráficos, como en el diario Crónica y la revista Gente. Y durante varios años trabajó como editor de la sección "Empresas, Marketing y Publicidad" del diario El Cronista Comercial. Su primer contacto con el mundo de la publicidad fue durante su adolescencia, en la agencia Pucará Publicidad, que le permitió conocer de cerca todo el funcionamiento de este mundo. Años más tarde, en El Cronista y en la revista PM&D volvió a trabajar en marketing y publicidad. Luego lanzó la revista Buzz, Marketing y Comunicación, desempeñándose como editor asociado en Ohlanda Marcas. En su trayectoria recibió reconocimientos de la Asociación de Marketing Bancario Argentino, del Festival Iberoamericano de la Publicidad, de la Cámara Argentina de Anunciantes y del Consejo Publicitario Argentino, que lo nombró como socio honorario.

**Carlos Ceretti**

De niño comenzó dibujando en los papeles de envolver del almacén de su barrio. Ingresó en la profesión cuando hizo su primera colaboración en las revistas *Dislocada* y *Tía Vicenta*, con Landrú. En 1974 creó su propia empresa, llamada Ceretti Creatividad y Producción. Allí comenzó la historia de sus mayores éxitos comerciales: el diablito de Orbis, el niño de Vivere, Magiclick, Vino Viejo Viñedo, Poxipol, Grande Jefe de Aurora Grundig, Banco Río, YPF y Gándara. En sus cortos publicitarios contó con la participación de grandes famosos como Tato Bores, China Zorrilla, Juan Manuel Fangio y Carlos Monzón, entre otros. Anunció su retiro de la publicidad en 2005, comunicándose a David Ratto, uno de sus mayores referentes en la publicidad. Entre sus numerosos premios, el más valorado fue el comentario que le dedicó Luis Puenzo en la revista *El Publicitario*, en 1993, en la que destacó a Ceretti como "el tipo que ha tenido el mayor olfato para lo argentino, y no lo tuvo una vez, sino a lo largo de 30 años".



Esta clase online en español le dará las herramientas y el conocimiento que le mantendrá seguro.

GUÍA DE INSTALACIÓN DE RÓTULOS: CURSO DE SEGURIDAD

Esta clase sirve de introducción para los inexpertos en la instalación de rótulos a los métodos de seguridad y prevención de riesgos laborales.

Precio: \$50 para socios de ISA; \$150 para no socios
Tiempo estimado para cumplir la clase: 1.5 horas

REGÍSTRESE HOY
WWW.SIGNS.ORG/ESPAÑOL



INTERNATIONAL SIGN ASSOCIATION

¿Preguntas? Póngase en contacto con ISA Education: education@signs.org | (703) 836-4012.