

Primera Impresión



Virginia Marotta

Directora de Wunderman

Sus cuadernos de liceo están llenos de logotipos. Mientras la profesora hablaba, ella dibujaba; “los copiaba exactos con lapiceras de colores”. Fue en esa época en que Virginia Marotta, actual directora de Wunderman, empezó a desarrollar su amor por la publicidad, el diseño y las marcas. El mismo año que egresaba del liceo, la Universidad ORT lanzaba la Carrera de Comunicación. Ahí arrancó. Su primer trabajo fue en una agencia de publicidad que se llamaba MADD, y que pocos meses después pasó a ser Young & Rubicam (Y&R). Álvaro Moré era coordinador académico de la Carrera de Comunicación en la ORT. “Un día lo crucé en un pasillo y le dije que quería trabajar como creativa. Como era una buena alumna, me dio una tarjeta y me dijo que me contactara con el director Creativo de la agencia. Llegué a la entrevista con una carpeta de guiones escritos a mano. Entré como pasante y me quedé diez años”, recordó Virginia a **Empresas & Negocios**.

“Y&R me formó como profesional. Tuve la oportunidad de trabajar con los mejores creativos del mercado: Rafael Barthaburu, Nacho Vallejo, Diego Lazcano, Juan Cardeillac. En Y&R crecí, conocí a mi mejor amiga y a mi esposo”, afirmó Virginia Marotta.

En 2007 estaba haciendo un postgrado en Milán para especializarse. Cuando faltaba poco para terminar, recibió un llamado

de Moré proponiéndole hacerse cargo de Wunderman en Montevideo. “Se sumaron varias cosas: mis ganas de volver, una gran marca como Wunderman, y la posibilidad de trabajar de nuevo con Álvaro. Imposible decir que no”, relató.

En lo que refiere a digital, el mercado está creciendo y se está profesionalizando, según afirmó la directora. Cuando se lanzó Wunderman, lo digital aparecía último en la lista del planificador de Medios, se veía como un complemento de la campaña. Hoy, se percibe como un medio en sí mismo, que merece un presupuesto y una estrategia específica, añadió.

Según Virginia, la diferencia principal que plantea el marketing digital es el cambio radical en la forma de hacer publicidad: “No es una comunicación solo de ida, es una conversación; no estamos interrumpiendo, estamos dialogando”. Y agregó que el medio digital tiene ventajas que ningún otro tiene, como la posibilidad de trackear resultados y optimizar en tiempo real. “Me tuve que adaptar al vértigo del medio digital, donde las certezas no existen y donde todo está en constante cambio. Un medio complejo y fascinante a la vez”, sostuvo Virginia.

Su meta es la misma que desde hace cuatro años: seguir posicionando a Wunderman como el referente digital número uno en el mercado. “En lo personal, si logro hacer a mi hijo la mitad de lo feliz que él me hace a mí, la meta estará cumplida”. &