

ENTREVISTA A CREATIVA PUBLICITARIA

Título obtenido: Lic. En Ciencias de la Comunicación – Creativa Publicitaria

¿Podrías contarme cómo fue el proceso por el cual te decidiste a hacer lo que haces hoy?

Mucho no me acuerdo, porque ya pasó mucho tiempo. Lo que si me acuerdo es que en el liceo hice un proceso de orientación vocacional. Eso un poco me ayudó, no te voy a decir que fue definitorio pero estaba claro que lo mío tenía que ver con la parte de periodismo. Siempre escribí muy bien y tenía mucha afinidad con la redacción. Era algo que tenía que ver con lo humanístico y con esto de crear.

No tengo idea, trato de acordarme pero no logro acordarme en qué momento se me cruzó la carrera de Ciencias de la Comunicación. Se ve que en algún momento me enteré, mi vieja me lo comentó. Era una carrera muy nueva, yo no fui de las primeras generaciones pero casi. Bueno, fui me anoté y empecé a estudiar comunicación sin saber muy bien qué era y mucho menos qué iba a ser la publicidad en mi vida.

La carrera en ese momento estaba estructurada de una manera diferente a lo que está hoy en la Universidad de la República. Tenías dos años de ciclo básico donde estudiabas la comunicación en general y después dos años de especialización, para ser periodista o publicista o algo que tenga que ver con la comunicación artística. A mi me empezó a interesar la publicidad y decidí estudiar publicidad y ahora acá estoy. Realmente me di cuenta que era lo que me gustaba y por suerte rápidamente pude ingresar al mercado laboral. Antes de terminar la carrera ya estaba trabajando.

¿Cómo conseguiste esa primera oportunidad?

Me la conseguí yo. La facultad en ese sentido nunca fue muy preactiva con el tema de pasantías como sí lo eran las facultades privadas. Entonces uno se tenía que buscar como pudiera. Empecé a ir a conferencias, a acercarme al Círculo Uruguayo de la Publicidad, a tratar de conocer quiénes eran los dueños de las agencias, y a golpear puertas hasta que en un lugar me dieron la oportunidad de tener mi primer trabajo y a partir de ahí ya hice una carrera.

¿Qué te dejó esta experiencia por ser la primera?

Fue buenísima. Por varias cosas, por una parte yo siempre trabajé, excepto en un caso, con multinacionales. Trabajar en publicidad en multinacionales te permite pertenecer a una red de una agencia que está en muchos países, en general trabajas con clientes internacionales, lo cual es bueno. Tener como primera agencia a (nombre de la agencia), que es una agencia fuerte en el mercado uruguayo me permitió trabajar de pique con Mc Donald, el Observador,

con L'Oreal. Obviamente no haciendo campaña porque yo recién ingresaba pero haciendo pequeños trabajos con clientes importantes. Después de cinco o seis meses de pasantía ya me fui con una carta de presentación de esta importante agencia que me sirvió para abrir puertas en mis próximos trabajos. Así que fue una experiencia buenísima.

Después de que terminaste la carrera, ¿hiciste algún otro estudio?

Si. Después que terminé la carrera pasó mucho tiempo y recién el año pasado hice un postgrado en la Universidad de Belgrano. Recién el año pasado por temas personales y porque la carrera me absorbió muchísimo tiempo y también porque no encontraba un postgrado que me fuera interesante.

Entonces me encontré con ese que me pareció bárbaro y también implicaba no tener que ir a vivir a otro país, que a veces ese es el tema de los postgrados, sino viajar cada equis cantidad de semanas a Buenos Aires, hacer el postgrado y volver.

Creo que en algún momento alguna otra cosa haré porque realmente me gusta estudiar, me hace bien. Además soy docente entonces volverme a poner cada tanto del lado del estudiante es una experiencia interesante y porque la publicidad también te obliga a que todo el tiempo estés aprendiendo cosas.

¿Qué le dirías a alguien que no tiene idea, en qué consiste la publicidad?

Los publicistas somos, de alguna manera para redondearlo, los que hacemos los avisos que se ven en las vayas, en la calle, los avisos que se ven en la tele, los que se escuchan en la radio, cuando abrís una revista los avisos que se ven, bueno eso es trabajo netamente de publicidad. En una agencia hay muchos roles, yo soy creativa, no es el único rol dentro de una agencia, están los ejecutivos de cuentas que son los que atienden al cliente, están los planificadores de medios que son los que deciden dónde ubicar los avisos para que la gente los pueda ver. Existen los creativos que tienen un perfil más de diseñadores, están los creativos como yo que tenemos un perfil más de redacción.

(Los publicistas) Somos básicamente los que tomamos las necesidades de las marcas y de los anunciantes que sacan un producto nuevo o tienen una nueva variedad y dicen: yo necesito comunicarle a la gente que ahora tengo este aceite; eso necesita comunicación y nosotros somos los que hacemos esa comunicación. De una manera muy general de eso se trata.

¿Cómo es un día habitual en tu trabajo? ¿Qué tareas concretas realizas?

La publicidad es una profesión en la que no hay un día igual a otro. Uno puede venir y decir, bueno tengo que hacer este aviso, tengo tal reunión, tengo una reunión de pre producción

para filmar tan comercial, pero de repente a la tarde pasa algo, viene un cliente con una bomba que hay que resolver, algo que tiene que salir ya y toda la agenda se te descalabró. Generalmente los días de un creativo se dividen entre pensar avisos, cuando el aviso está aprobado tiene toda una etapa de producción, de hacer la fotografía, etcétera. Hacer el seguimiento de ese proceso, reuniones con los clientes, reuniones con los proveedores y pensar. Básicamente es eso.

¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

Me gusta hacer cosas que sean inteligentes. Quedo muy satisfecha cuando una campaña que hago es una campaña que es estéticamente linda, que le sirve al cliente, que le gusta a la gente, que la gente comenta tu campaña. Eso es lo que me gusta de esta profesión.

¿Lo que menos te gusta?

Que es una profesión que tiene mucha gente trabajando junta, lo cual a veces implica que haya ideas muy diferentes o muchos pasos para aprobar una idea y eso hace que los procesos se alarguen y muchas veces las ideas como uno las concibe no sean como finalmente salen porque mucha gente mete mano a las ideas.

¿Qué percepción tenés acerca del mercado de trabajo dentro de lo que es publicidad?

Creo que la crisis que tuvimos, la crisis económica del 2002 fue terrible para todos, muchas agencias desaparecieron, muchas agencias echaron gente, en algún momento yo también quedé sin trabajo, bajaron los sueldos. Cuando una economía se recupera lo primero que hacen los anunciantes es cortar la publicidad, es un gran error pero es lo primero que hacen. Entonces las agencias se quedan sin insumos para trabajar, no generan dinero. Fue una época muy complicada. Ahora este repunte económico que estamos teniendo, que esperamos que siga, se refleja rápidamente en la publicidad. O sea que el mercado está mucho más activo, las agencias están más receptivas a tomar gente, de a poco los staff de gente se están agrandando, de a poco se están mejorando los sueldos. Lo veo positivo.

¿Qué le dirías a alguien que está pensando en dedicarse a esta profesión?

Es una profesión espectacular. Creo que si no tenés pasión por la publicidad va a ser difícil que lo sepas sobre llevar por todo esto que te decía, las frustraciones. Se trabaja bajo mucha presión, se trabaja con horarios súper flexibles. Es una profesión que te absorbe realmente muchísimo tiempo.

Pero es muy disfrutable al mismo tiempo...

Si, es muy disfrutable, pero realmente si vos no lo sentís va a ser muy difícil que puedas sobre llevar esa rutina. Es una profesión linda, está bueno que vos podes estudiar publicidad en Uruguay y podes ejercer en cualquier lugar del mundo, porque la publicidad es la misma. Vas a tener que conocer a la sociedad en la cual te desarrolles pero los parámetros son los mismos. Es una profesión que implica estar siempre atento a las nuevas tendencias, tenés que ser una persona con una vida activa, observador... Te mantiene en movimiento. Es una profesión que va por ese lado.

¿Hoy volverías a elegir lo mismo?

No se. El mundo de la hotelería siempre me gustó mucho, me encantaría tener un petit hotel y poderlo gerenciar. El mundo del turismo me resulta muy atractivo. El mundo de la gastronomía me gusta mucho también, no como cocinera sino como empresaria. Son todas cosas creativas también. Y el mundo de la comunicación en general, sin ser publicidad, me gusta.