

Notodopubliftest.com: Hola Dan e Yvonne! Bienvenidos al Chat!!!

Dan: Hola gente de Notodo!

P. Manu: Hola soy Manu, de complot II,estoy participando a tope!La verdad que me gustó tanto vuestro curso que mi objetivo es ganar el premio a la innovación para volver a vuestras clases. Un saludo!

R. Yvonne: Manu! Nosotros también te queremos!

P. Pablo Cabrera: Hola, mandé varias piezas bastante buenas al notodopubliftest de este año y no fueron seleccionadas. A mi parecer y algunos que se las enseñé tenían mucha fuerza. Ahora os pregunto, cuando tienes un trabajo que piensas que es bueno, creativo y que puede funcionar, y el cliente no lo acepta, que se debe hacer? Guardáis la creatividad para otro cliente o no se vuelve a utilizar?¿ GRACIAS

R. Complot: Yvonne: De hecho lo somos, si bien Complot funciona como un complemento, nuestros alumnos pueden haber ido a la universidad o no. Dan: Si, cada uno cumple su rol. Para entrar en Complot hace falta tener conocimientos de publicidad, pero no una titulación.

P. Fredy: Buenas y enorabuena por estar donde estais. Veo que el tema de agencias está excesivamente saturado y que los enchufes son más comunes de lo que parecen... ¿Creeis que siendo un buen creativo se puede ser un creativo?

R. Complot: Dan: la única manera de ser creativo es ser un buen creativo, los enchufes pueden acelerar este proceso, el tiempo pone a cada uno en su sitio. Yvonne: Fredy, odio la palabra "enchufes" o que se crea en ellos. Prefiero decir "contactos" y no me refiero a ser "el hijo de" y esas cosas. Los contactos hay que currárselos y creo que en esa etapa se demuestra cuán creativo se puede ser. Siempre decimos que las puertas están ahí, hay que abrirlas, o patearlas si es necesario.

P. anna : Se enseña en el curso de Complot a pensar? Sabéis algo acerca del "pensamiento lateral"?

R. Complot: Dan: en Complot enseñamos a pensar, claro! Es fundamental para este trabajo. Y nos encanta enseñar a pensar de una forma diferente a la convencional.

P. Peri: Supongo que muchos alumnos y ex-alumnos de las distintas escuelas participarán en este concurso. ¿Consideraríais un fracaso que ninguno fuese finalista?

R. Complot: Yvonne: Para nada! En el último Festival Drac nuestros alumnos ganaron 17 premios, que es un montón, pero también presentaron muchísimas piezas que no sacaron premio, y que nos siguen pareciendo brillantes, por eso siguen estando en sus books.

P. Ragu: ¿Vuestro premio es totalmente independiente de la decisión del jurado?¿Puede una pieza sin llegar a ser finalista, ser el premiado?¿Que definiriais como la idea más novedosa?¿No es en el fondo la idea mas creativa, lo que premian las demás categorías, o tiene algún matiz?

R. Complot: Dan: creo que debemos elegir entre los finalistas, eso lo decide la organización. La idea más novedosa es la que más nos sorprenda. Yvonne: Si la pieza que elijamos coincide el mejor anuncio premiado por el jurado, será que nos encanta a todos, y eso será bueno. Creo que la idea más innovadora, a nuestra forma de ver, es la que intente recorrer un camino nuevo.

P. ACM: Soy estudiante de publicidad y estoy muy interesada en matricularme en vuestro curso una vez que acabe la carrera...seleccionáis a la gente que entra en vuestra escuela por los proyectos que hay que enviaros junto con la matrícula? Qué es lo que buscáis en la pieza ganadora? Muchas gracias y saludos

R. Complot: Dan: nos interesa tener a los mejores, la preselección que hacemos es para nivelar el curso. Yvonne: que no haya quien se pierda, pero tampoco quien se aburra.

P. pepe: si tuvieseis q aconsejar a un joven creativo como buscar trabajo en una agencia que le diriais??

R. Complot: Dan: que no contacte agencias sino personas. Yvonne: que empiece a buscar trabajo en las 5 agencias que más le interesen. Si no hay suerte allí, ya tendrá tiempo de abrir la búsqueda.

P. Marc: No teneis miedo de estar creando demasiados "monstruos" para tan poco "pastel"? (creativos-puestos de trabajo)

R. Complot: Yvonne: jajaja, qué bueno, ojalá salgan todos "monstruos", cuando miro la tele veo que hacen falta muchos más! Apostamos por cambiar el mercado, sacudir el sector, y no por quejarnos por lo mal que está. Dan: cuál es el pastel? España, Europa, el mundo? Se puede trabajar en muchos lugares, siempre recomendamos viajar, trabajar fuera, enriquecer nuestra cultura.

P. Teresa: hola, estoy en 4 de publicidad y rr.pp. y me gustaria cnd termine hacer el curso de complot, me recomiendas hacer antes algun curso de Photoshop o FreeHand

R. Complot: Dan: si quieres ser Arte (diseñadora) es muy importante que sepas usar estos programas, aprovecharás mucho mejor el curso. Yvonne: la capacitación tiene que ser permanente, también serás cada vez mejor y más competitiva si sabes usar Flash, y más programas... Si haces cursos de Tipografías, Vídeo, todo lo que se pueda complementar te enriquecerá.

P. pablo: oye conoceis zink project?

R. Complot: Yvonne: si claro, son colegas de Madrid Dan: aunque no los conocemos como para opinar sobre lo que hacen.

P. Gonzalo: ey, cuál ha sido el anunciante que más libertad creéis que os ha dado? los anunciantes en argentina confían más en la creatividad, por qué? qué publicidad es más efectiva, la española o la argentina?

R. Complot: Yvonne: a mí particularmente me encantó trabajar para Worldcom, fue un cliente que confió enseguida en mi criterio y además tenía valentía, apostaba, y eso se agradece muchísimo. Dan: la publicidad en Argentina no sólo es lo que se ve en festivales, también hay cosas malas que no llegan a verse aquí, claro. Sí debo

decir que la publicidad latinoamericana en general arriesga más, aquí tal vez estemos muy aburguesados, y cuando no hay necesidades, es normal que no se quieran correr riesgos. La efectividad, es un capítulo aparte, se mide de otras maneras.

P. ivan miguel: cuales creéis que son los principios por los que se debe mover la nueva publicidad (y por tanto sus creativos) en los tiempos en los que se dice que la publicidad de siempre ha muerto?

R. Complot: Dan: la publicidad debe dejar de oler a publicidad, por eso esa necesidad de tantos nuevos formatos. Yvonne: para que una marca pueda entrar hoy en la casa de la gente, debe colarse de formas más amigables, y además aportar algo, entretener, dar un valor agregado. Hoy pide demasiado y a veces aburre.

P. carliños: En vuestro curriculum tampoco hay grandes logros...pk deberíamos estudiar allí y no en la miami ad school?

R. Complot: Yvonne: jaja, creo que fue una elección, nos pasamos a la formación para intentar transmitir todo lo que hemos aprendido en los años de profesión en agencias. Las agencias son las primeras beneficiadas, los directores creativos siempre nos dicen que se agradece ver los books de nuestros alumnos, y eso es un orgullo enorme para nosotros. Ojalá podamos seguir logrando nuestro objetivo, que es cambiar todo lo malo que vemos en la industria, desde los jóvenes creativos. Dan: eso deberías preguntarlo a nuestros alumnos...

P. Suso: ¿No creis que estos premios-becas deberían estar acompañados también de un premio en metálico?Sino es imposible que alguien que no sea de Madrid pueda hacer vuestro curso viviendo y comiendo del aire...

R. Complot: Dan: estoy de acuerdo, se te ocurre un patrocinador? Yvonne: Complot está en Barcelona, y los cursos son muy cortos, estamos recibiendo alumnos de Italia, Honduras, Brasil, México, Paraguay, Chile, Portugal y de otros países del mundo. Entiendo que hay un gasto, pero si te apasiona esta profesión... :o)

P. Puff: Estoy viendo que existen muchos plagios de las últimas gráficas enviadas respecto a otras enviadas antes, mejorando la idea o el diseño gráfico, y creo que eso es muy injusto. ¿Tendreis en cuenta el orden de llegada de las gráficas o se os darán los spot para visionarlos de forma aleatoria?

R. Complot: Yvonne: particularmente creo que hay muchas ideas repetidas, lo que no significa que sean copiadas. Cuando las ideas se repiten mucho, es porque juegan con lugares comunes, juegos de palabras y esas cosas, que como decimos en clase, "ya fueron". Creo que si alguien tenía intención de plagiar, hubiera mirado los premios de Cannes.

P. leonor: me gustaía saber porqué no hacéis los cursos de manera intensiva (xej 4días) intensivos... ya que así no dejáis a la gente de fuera, como yo que soy de alicante, porder disfrutar de vuestra enseñanza. gracias

R. Complot: Dan: gracias, Leonor. Te cuento que ya estamos dando cursos intensivos por toda España.

P. angeles hervas: los cursos son en barcelona?

R. Complot: Yvonne: de momento, la escuela está sólo en Barcelona. (Hasta que nos echen!!)

P. sinSentido: Lo que yo creo es lo que creen muchos: que todos estos premios de cursos, si no van acompañados de dotación económica y alojamiento, son prácticamente imposibles de realizar para los que vivan fuera de Madrid. Es decir, quizás algunos de los premiados tengan que renunciar al premio, lo que me parece tremendamente injusto o, si no, no haber creado premios de este tipo, porque son más un problema que una solución. Gracias.

R. Complot: Dan: Complot queda en Barcelona, de todas formas, quién no se vendría una temporada al Mediterráneo a pensar ideas, hacer amigos a los que les gusta hacer lo mismo, e irse con un book de nivel profesional bajo el brazo? El que no aproveche el curso gratis, no tendrá ganas, digo yo... ¡Siempre la queja!

P. k ingenuos!: pero si es k el concurso lo ganan solo alumnos (es decir personas que previo pago ya son asesorados para la realización de un book)de complot o de miami!..

R. Complot: Yvonne: lo mismo que para los que dicen lo de los enchufes... me parece una actitud pesimista. No sé si creerás en lo que te diga yo, pero te aseguro que esto no es así, ni en este concurso ni en ninguno de los que conozco.

P. Directores de Escuela: Queridos, ¿es cierto que abris escuelas para que el próximo notodopublifest tenga más nivel? Madre mía. Ganará algo bueno, pero el 90% no es publicidad, es "un niño con pinturas de colores".

R. Complot: Dan: qué malo eres! El nivel es muy heterogéneo, es cierto. ¿Me ha quedado políticamente correcto?)

P. New School: Less is more? Really?

R. Complot: Yvonne: completamente, aunque me encanta Gaudí... lo mejor es innovar y sorprender.

P. Ruth: Al igual que "Miami ad School" y "C de C", ¿No creéis que promocionar este concurso os perjudica?Partiendo que vuestros alumnos y ex-alumnos han participado (muy poca gente trabaja en pareja o trío para hacer una gráfica, y no es de una escuela...)Si los gandores no son de vuestras escuelas, evidenciará que vuestras escuela no sirven para nada, y si ganan alumnos vuestros, se pensará que hay tongo, y que hicisteis el concurso sólo para decir lo bueno que sois, y que buenos alumnos teneis.

R. Complot: Yvonne: Uy, es cierto... qué hacemos? Dan: me premio mi pieza y ya.

P. Fran: Las mejores piezas que he visto hasta ahora en el concurso, son plagios de campañas de otros países con un cambio de diseño de un nivel profesional ¿Caerá en la trampa el jurado?¿Que ocurriría si dais el premio a la idea más innovadora, a una idea que de innovadora no tiene nada porque ya se hizo?

R. Complot: Dan: confiemos en el criterio de los jurados.

P. Mini: Cuanto tiempo hay que dedicarle a la presentación de una idea

R. Complot: Dan: las buenas ideas deben hablar por sí mismas. Cuando hay que explicar, mmmm.....

P. Rubi: Veo las piezas expuestas, y veo una idea muy buena y original, a los pocos días veo la misma idea con otra realización,pienso con buena fé, y me supongo que sólo ha sido coincidencia y no plagio, y me digo, vaya, parece que esa idea no era tan buena ni original...¿Le ocurrirá lo mismo al

jurado?

R. Complot: Ya respondido

P. Perez: Estoy viendo las piezas, y hay piezas en las que las ideas no son muy creativas y ni se ajustan al breafing, pero la realización es espectacular, de un nivel profesional (me huele a trucho adaptado con calzador...), y he visto otras ideas muy buenas y originales, pero con una realización pésima. Está claro que las primeras entras mucho más por los ojos, pero las segundas son el espíritu del concurso. ¿Que vais a valorar vosotros?

R. Complot: Yvonne: premiamos las buenas ideas, la realización siempre es mejorable. Dan: sólo importan las ideas.

P. Remember: En la edición anterior de Notodpublifeste que eran sólo videos, la pieza que gano no solo no se ajustaba al breafing, sino q encima el tío hizo el mismo anuncio para todas las marcas cambiandole el final...Y llego finalista con todas esas piezas!!!!...conque cualquiera sabe que premiaran en esta edición...¿Es eso lo que se llama idea innovadora?

R. Complot: Dan: no recuerdo la idea, desde luego que si fue así, no es lo que pensamos que es una idea innovadora.

P. Robson Ferando dos Santos: Hola Dan e Yvonne, Dan io já conversei contigo no chat complot, soy brasileño e agora tengo data para mi chegada en la españa, Yo voy fazer uno estágio en la Publicis Venezuela con Demian Campos, en fevereiro, en março estoy chegando aí na españa. Tu conhece alguém para eu ir fazer estágio, soy director de arte e necessito de uno dinheiro para poder morar aí. Abrazos. responda a robsonfernando@gmail.com

R. Complot: Dan: hola Robson! Te escribo un mail vale? Nos vemos...

P. juanma barras: Cual es la edad maxima aceptada para comenzar en el puesto de creativo

R. Complot: Yvonne: formalmente no hay una edad máxima aceptada, pero también es cierto que si eres muy junior necesitarás hacer primero unas prácticas no rentadas, y cuando uno tiene 30 años y paga un alquiler, eso es más complicado. Si no eres tan junior, y tienes un book con ideas potentes, no se define por la edad.

P. injusta justicia?: No creo que se daban seleccionar los anuncios por orden de llegada para evitar eso de los plagios. Es cierto que puede haberlos, pero como distinguirlos? igual alguien ha preferido no ver los demas anuncios y su idea ha coincidido con la de otro concursante, sinceramente me pareceria injusto eliminarlo del concurso. El plagio es injusto, pero... no deberiamos dejarlo a la conciencia de cada cual? no me parece bien que paguen justos por pecadores. Bueno dicho esto va mi pregunta para complot: Haceis cursos online? y el premio de un curso de vosotros incluye la estancia en Barcelona o donde sea? seria una pena no poder hacerlo por falta de medios, gracias.

R. Complot: Dan: de momento hacemos Coaching Creativo on-line. Para la estadía, seguimos buscando patrocinadores.

P. aaa: Si una idea es buena pero está mal realizada por falta de tiempo, etc, la tenéis en cuenta?

R. Complot: Yvonne: son las que más nos gustan! ;o)

P. Nayib: Hola. soy un apasionado de la publicidad y creo que es algo bocacional en mi el tener buenas ideas. Cren sinceramente que podria ser publicita?

R. Complot: Yvonne: demuéstalo con un book, con decirlo no es suficiente.

P. Gus Van Tres (vecesqueintentometerunapregunta): Por que cuestan tanto vuestros cursos? Dais becas? Existe edad limite?

R. Complot: Dan: nuestros ex alumnos opinan todo lo contrario! Escríbenos y te pasamos los mails de algunos para que te cuenten más.

P. Jedbans: Hola chicos... hoy en día hay una gran cantidad de escuelas de creativos que apuntan a lograr que sus estudiantes creen un portfolio contundente y competitivo. ¿Qué diferencia a Complot de escuelas como ZINK! o Miami Ad School?

R. Complot: Yvonne: que yo soy muy simpática? Dan: eso, y que te daremos una camiseta de Complot.

P. Alex: Saludos. ¿Que posibilidades existen en España para un redactor extranjero que desea trabajar en una buena agencia? ¿Cuáles serían las recomendaciones para iniciar ese primer contacto?

R. Complot: Dan: ante todo, que controles el castellano y sus sutilezas. Yvonne: hacer contactos!

P. Gus: ¿Cuáles podrían ser las expectativas (tanto salariales como profesionales) para un redactor o director de arte junior en España? ¿Se paga bien la publicidad?

R. Complot: Dan: hasta ayer creía que no, pero le han ofrecido un sueldo a un alumno que ya quisiera para mí!

P. Juana: ¿Cómo consigo una entrevista en una de las mejores agencias de la ciudad? Los directores no son nada accesibles y no consigo que me llamen para que les pueda enseñar el book..

R. Complot: Yvonne: mira tú. Yo quiero ser bailarina de Madonna, pero la tía no me llama. Igual la tengo que llamar yo. Dan: demuestra tu creatividad.

P. Montse: Me da pánico que me digan que no sirvo para esto. ¿Cómo puedo saber si tengo talento? ¿Cómo puedo saber si soy mediocre o si debería dejar esta profesión? No quiero trabajar toda la vida con una ilusión idiota...

R. Complot: Dan: controla el pánico, es importante para trabajar en esto. Yvonne: sinceramente, haz un curso de creatividad y podrás juzgar tú misma tus ideas.

P. Cavicéfalo: Desde vuestro punto de vista, ¿se pueden parir buenas ideas como si de una fábrica de contenidos se tratara?

R. Complot: Yvonne: Absolutamente, las agencias son fábricas de contenidos.

P. TRANQUILIDAD: becario eterno: No es que no tengas razón, es que no es el sitio. Sin Briefing tiene razón. Espero que los de la organización limpien este chat y trasladen algunos mensajes a otro tipo de chat y que sirva como medida para otra edición. Y como no quiero cometer el mismo error ahí va una pregunta para los protagonistas: ¿Es importante presentarse ante una agencia como "copy" o como "director de arte" o es una decisión posterior,

una vez dentro de la agencia?. ¿No se puede ser simplemente creativo, saber un poco de una cosa y de otra sin tener que acuñarte?. Gracias.

R. Complot: Dan: Llegaste tarde a esta profesión, hoy tienes que ser el mejor arte o el mejor copy y además, ser creativo. Yvonne: antes sí se podía, hoy te pagarán por hacer bien una cosa o la otra.

P. juanito sinenchufe: ¿cuanto enchufe se necesita para llegar a director creativo?

R. Complot: Yvonne: todo el que tu talento te permita conseguir. Dan: el enchufe te puede poner allí, pero no durarás sin talento.

P. Lolo Sabia: Por que los anuncios de coches son tan creativos (algunos) y originales (otros) pero no dejan en el espectador mas impronta que la de "un cortometraje divertido o original" y no la propia marca que quieren vender? Yo creo a pies juntillas en la emocion como motor de la decision final del consumidor pero no creo que por poner la mano fuera de la ventanilla (bellismo) y una musica bonita la gente se vaya como loca a comprar esa marca de coche...

R. Complot: Dan: se trata de construir imagen de marca, luego se venden coches.

P. pandorco: ¿Que opinais de la frase "lo que la naturaleza no da Salamanca no otorga?"

R. Complot: Yvonne: la creatividad es algo inherente al ser humano, sólo enseñamos técnicas para dejarla fluir, y convertir las ideas en comunicación publicitaria.

P. pregunton: ¿Que se valora mas la idea o su ejecución, es decir el diseño?

R. Complot: Yvonne: un excelente diseñador, sin buenas ideas, no es un creativo publicitario.

P. ni idea: para conseguir una entrevista y poder enseñar el book, que recomendais ¿ir directamente a la agencia y decir que quieres ver al director o llamar para pedir cita para enseñar el book? No tengo ni idea de qué hay que hacer, agradecería cualquier consejo.

R. Complot: Dan: llama antes, pero ten cuidado con lo que vas a enseñarle. Yvonne: suele ser muy difícil remontar una mala imagen, no desaproveches la oportunidad.

P. anticipo: cuando te entrevistan por primera vez en una agencia y les gustas ¿te contratan o te tienen allí de training sin pagar nunca nada hasta que te cansas? Cuando llega el primer sueldo ¿cuanto suele ser? es para saber si me toman el pelo o debo estar contenta

R. Complot: Dan: depende de muchas cosas, como tu talento, tu capacidad de negociación, tu autoestima... Yvonne: y de saber decir basta y empezar a enseñar el book en otras agencias.

P. sole v. sutilo: ¿no resulta paradójico formar competidores? ¿"Usais" a vuestros propios pupilos?....quiero decir que si los incorporais a vuestras filas.

R. Complot: Yvonne: no somos una agencia, solamente una escuela.

P. Sara Rojo: ¿Cómo distinguís a un gran talento? ¿Qué características tiene aquel que podría llegar a ser un "crack"? ¿El talento se enseña o sólo se desarrolla y potencia?

R. Complot: Dan: si pudiéramos enseñar el talento seríamos científicos! El talento se distigue porque te provoca entusiasmo. Yvonne: yo particularmente en la primera o segunda clase huelo las ganas y la pasión por crear ideas, y son mis alumnos preferidos, claro. :o)

P. Just: Buenas, mi pregunta, es sobre la creatividad, ¿qué futuro auguráis para la creatividad por parte de clientes y directivos de las agencias?, seguirá menospreciandose cada vez más como va pasando en las últimas décadas?, gracias, un saludo.

R. Complot: Dan: estamos en ello. Yvonne: si cumplimos con nuestra misión, todo cambiará. Siempre prefiero pensar que el mundo no tiende al caos, sino todo lo contrario.

P.

Notodopublift.com: Ivonne y Dan muchísimas gracias por estar con nosotros!! Aquí termina el chat con Complot.

Complot: Dan: de nada! Gracias a todos por las preguntas y hasta la próxima!
Yvonne: ha sido un placer!!