

Portfolio Night, el punto de partida del creativo que viene

LA ESCUELA COMLOT VOLVIÓ A ORGANIZAR EN BARCELONA ESTA POPULAR SESIÓN DE ENCUENTRO ENTRE CREATIVOS VETERANOS Y ASPIRANTES A LA PROFESIÓN

Mucha voluntad, poca fe

Bandeja de entrada. Así definiría la Portfolio Night de Barcelona. Esa bandeja que te encuentras cada lunes, repleta de mails con fórmulas milagrosas para el Viagra, invitaciones a eventos que jamás te interesaron y una decena de currículums kamikazes que si tienen todos algo en común, es que han sido enviados *para ver si suena*. Y esa flauta, rara vez suena, por no decir nunca. Menos aún cuando no se ha realizado una selección previa del talento, o perdón, de los aspirantes a *trainees*. Y entonces pasa lo que pasa. Que antes de que te des cuenta, te has pasado cinco horas de tu semana intentando convencer, entre otros, a un chaval de 29 años de que quizás no sea la mejor opción profesional en su vida, dados su escaso talento y sus asombrosamente infladas expectativas económicas, de que para llegar a cobrar por hacer lo que hace es



Risto Mejide.
Director creativo de Aftershare.tv

necesario saber discernir entre un concepto mal ejecutado y una ejecución sin concepto, o peor, de que la pieza que tan orgulloso enseña figura en los diez anuarios que ya ni consulto. No es por desmerecer la iniciativa, la cual aplaudo y secundo como el que más. Es que si seguimos ejecutándola así, muchos vamos a empezar a tomarla como una pérdida de tiempo. Yo, voluntad, toda la del mundo. Fe, si no cambian las cosas, cada vez menos.

Cuatro razones

La ya famosa Portfolio Night me parece una de las iniciativas más generosas, interesantes y divertidas que he visto en este mundillo nuestro desde hace bastante tiempo. Primero, porque brinda a los jóvenes la oportunidad de que su trabajo sea visto y comentado por un grupo de veteranos, bregados y reconocidos directores creativos; algo que, sin la existencia de este evento, difícilmente sucedería, no en esta proporción por lo menos. Segundo, porque este maratónico escaparate ofrece a esos mismos jóvenes la posibilidad de entrar a trabajar con alguno de los directores creativos que los *evalúan* (si su trabajo lo vale y sobresale del resto, algo que, valga como crítica a los que suben, no tuve la suerte de encontrar; la mayoría era más de lo mismo: anuncios más o menos interesantes, más o menos bien hallados y producidos, pero casi nada realmente nuevo, diferente y sorprendente, capaz de



José María Roca de Viñals.
Director creativo ejecutivo de DDB Barcelona

hacerme sentir como un vejstorio, que es lo que debería haberme pasado). Tercero, porque a los viejos directores creativos nos da la posibilidad de ver qué hacen los que nos tienen que quitar el puesto en el futuro si no lo hacen otros antes. Y cuarto, y no por ello menos importante, porque los señores de Complot, con Dan [Peisajovich, director de la escuela] al frente, lo montan bien, muy bien, y la noche se convierte, además, en un encuentro de viejos amigos, viejos directores creativos, que nos sentimos, por eso de ser los más viejos, un poquito más cerca a pesar de las distancias.

La escuela de creativos Complot organizó en Barcelona hace escasas fechas una nueva edición española la Portfolio Night, una noche en la que los aspirantes presentan individualmente sus trabajos a los directores creativos de las mejores agencias nacionales. El evento tiene lugar simultáneamente en veintitrés lugares del mundo con el mismo planteamiento

El ambiente en el local barcelonés donde se celebró el encuen-

tro reflejaba la dualidad de las situaciones. Unos, nerviosos, con las manos sudorosas, preguntando a los que ya habían pasado qué les han dicho a ellos, enfrentándose a veredictos que pueden ser el pistoletazo de salida a su carrera profesional; los otros, a la expectativa, esperando encontrar quizá a alguien para su agencia, pero sobre todo conscientes de que están ahí para formar, dar consejos y encauzar a unos jóvenes, a veces despistados, a

veces ilusionados, que quiere llegar a firmar, algún día, spots como los que comentan una y otra vez en las aulas.

Punto de vista

ANUNCIOS ha pedido a cuatro directores creativos que den su punto de vista del evento. Todos aplauden la iniciativa, pero se quejan de no haber visto nada realmente novedoso. (Ver columna de José Gamó en página 10)

¿Quién vende a quién?

La Portfolio Night debería ser, antes que nada, una fiesta. Un gran evento en el que profesionales consolidados y estudiantes con el depósito lleno de ilusión se juntan en un mismo espacio para conocerse, olerse, enseñar, aprender, corregir, intercambiar puntos de vista, compartir opiniones sobre un anuncio, sobre una campaña que esté en el aire, sobre la publicidad o sobre el mundo en general. La excusa es una muestra de *books* masiva. Exactamente nueve en tres horas. A razón de 15 minutos cada uno, y con 15 minutos de descanso cada tres *books*. Después música, copas y risas hasta las tantas. La intención es buena. Buenísima. Lo que pasa es que en esta sociedad en general, y en nuestro sector en particular, nadie da nada por nada. La generosidad es un valor en peligro de extinción, como el aguilucho de cola rojiza. Y aquí todo el mundo va a ver lo que puede sacar. Así que la Portfolio Night acaba

siendo un mercadillo al que la mayoría de estudiantes acuden para intentar seducir a los directores creativos con sus trabajos y poder lograr un puesto de trabajo mal pagado pero con alguna perspectiva de futuro. Y prácticamente todos los directores creativos van para ver si descubren nuevos talentos que renueven con carne fresca sus departamentos, llenos de copys y artes que ya han descubierto de qué va esto y sólo piensan en los meses que faltan para que llegue un aumento de sueldo. Me entristeció escuchar, en los comentarios posteriores entre DCs que la calidad fue muy baja, que ha sido una pérdida de tiempo, que no han encontrado nada que valiera la pena... ¿qué esperabais, compañeros? ¿encontraros al nuevo Toni Segarra?, ¿ver un león de Cannes en uno de los *books*?, ¿encontrar la solución de la campaña que os quita el sueño? Se trataba de ayudar,



Sergi Zapater.
Director creativo ejecutivo de Altraforma

no de ir de compras. O al menos yo lo entendí así. Me quedo con la sanísima intención de Dan y el equipo de Complot. Con el golazo de poder gozar de esta experiencia en una Barcelona desvalorada e impotente, y no en la *capital del reino*, hinchada como los precios de los pisos y cada vez más llena de mentes importadas a golpe de talonario. Y con la ilusión y las ganas de Malen, una de las chicas a las que entrevisté, y que a la semana siguiente me envió un *mail* de los que cargan las pilas. Suerte Malen. Visto el panorama, la vas a necesitar.

La puerta

Un patrocinador de la Portfolio Night de Montreal publicó el evento con una imagen de una carpeta de presentación de trabajos fotografiada e iluminada como si fuera una puerta. Al otro lado de la puerta (de la carpeta) estaba La Luz. ¿Qué andamos buscando todos los que ahí participamos? Parece obvio que los auténticos protagonistas, los que venían a mostrar sus trabajos, buscaban análisis profesionales con la esperanza de aprender algo y alcanzar esa *luz*. Los demás, organizadores y *jueces*... ¿contribuir a la formación de los futuros profesionales? ¿Estar con los ojos bien abiertos por si aparece un genio? Desde luego, éstas son razones bien nobles, pero

todos sabemos que hay más. El simple hecho de estar es una de ellas. Pero quiero volver al tema de la luz. ¿Estábamos los 35 *analizadores* en los mismos watsios? ¿Todos tenemos un criterio similar? No. Sin dudar, no. Entonces, ¿es útil el Portfolio Night? Intentaré responder con una situación real vivida por mí esa noche. Una chica, por cierto venía de lejos, discrepó totalmente con mi parecer respecto a un video suyo sobre un espectáculo teatral. Me espetó: "Tú no tienes sensibilidad para el flamenco". Seguro que tiene razón, el flamenco y los artículos de prensa no son lo mío. Pero tras argumentarle durante tres minutos mi punto de vista, le



Rafa Blasco.
Director creativo ejecutivo de Tapsa Barcelona

pregunté qué le habían dicho las otras dos personas que vieron su trabajo. Y me contestó que exactamente lo mismo que yo. Por lo tanto, estoy preocupado. Uno, por la chica. Dos, porque al final, igual todos los que estamos a este lado de la puerta nos parecemos demasiado.