

SEISGRADOS AD BACK

Tres historias de creativos trotamundos

Enero 3, 2018 05:00

TIEMPO DE LECTURA: 5 MINUTOS

-a

+A



16



En una industria tan cambiante como la publicitaria, quienes trabajan en ella también lo son, hay quienes decidieron hacer las valijas y salir a juntar experiencias por el mundo



Por Marcia Xenidis

"Me fui porque sentía que tenía que crecer. Donde trabajaba tenía el techo muy cercano. Creía que debía aprender otras cosas y me fui a hacer un máster. Fue lo mejor que pude haber hecho", dice Carolina Faget, directora de arte en la agencia Cámara TBWA, quien en el año 2012 dejó Uruguay para ir a Barcelona a hacer un máster en [publicidad](#) en la Universidad Pompeu Fabra.

La ida de María José Lois fue por razones similares: su partida también se relaciona con el crecimiento. Buscaba especializarse en el área de experiencia de marca. Se fue en el año 2007 y se radicó en el exterior durante siete años, en los que fue directora general creativa del área de experiencia en las agencias Young & Rubicam Colombia y Grey Perú. "Llegó un punto en el que en Uruguay no encontré espacio para ello y entendí que necesitaba salir a otros mercados. Trabajar para clientes regionales y poder liderar equipos grandes". Hoy, en Uruguay, es docente en la Universidad ORT y creativa estratégica freelance, además de tener Mamacha, un emprendimiento con el que dicta talleres de cocina consciente y de team building a través de la experiencia culinaria.

La historia de Gastón Rosa, director general creativo de Plataforma, quien está instalado en Chile desde hace tres meses, es diferente. Con unos cuantos años de publicista arriba y finalizada una mala experiencia laboral, en el año 2012 decidió viajar "sin fijar mucho el rumbo. Empecé por el norte argentino, pueblo a pueblo hasta llegar a Machu Picchu. Sin duda lo que más me sorprendió fue Bolivia, ni siquiera tenía recuerdo de haber visto fotos antes de ir, lo que potenció mi experiencia", dice.

Should I Stay or Should I Go

Carolina siempre pensó en volver, pero cuando conoció la ciudad la idea fue diluyéndose. Su vuelta se aceleró por dos motivos. "Buscaba trabajo en una industria donde estaban despidiendo gente. No conseguirlo y mi primera sobrina recién llegada al mundo fueron determinantes para volver. ¡Ojo! A las dos semanas ya quería estar de nuevo en Gràcia (Barcelona). Todos los días extraño". El proceso de búsqueda laboral en Uruguay empezó estando en España, pero, como pasa con casi todo, las cosas realmente se concretaron cara a cara. Así fue que volvió sin trabajo. "Los que a la distancia te decían que sí, resultaron en un no. Seguí insistiendo igual. Por suerte al mes, un amigo que tiene una agencia me ofreció ir a trabajar con él. No era específicamente para lo que estudié, pero podía ir tocando de a poco esas áreas. De una dije que sí", dice Carolina.

El regreso de María José también sucedió naturalmente. "En mi último destino me pregunté si al finalizar el contrato quería nuevamente repetir una y otra vez la experiencia de tomar una nueva agencia como directora general creativa, con todo lo que conlleva. Nunca me interesó tener mi agencia así que el proceso empezó a ser un poco repetitivo. Me había planteado quizá pasarme del lado del cliente pero no se dio, así que decidí volver a descansar y a permitirme hacer otras actividades".

Pasar raya

De su experiencia, Carolina destaca que conocer muchas personas que trabajaban para otros mercados hizo que aprendiera otras formas de trabajar. "Me abrió la mente en cuanto al trabajo en equipo, en lo enriquecedor que es tener gente diferente aportando sus puntos de vista, siempre tirando para el mismo lado. En lo personal, afuera estás sola, demostrando quién sos constantemente. Eso aportó el 50% de lo que rescato de toda la experiencia del máster: valorarme más, confiar en mis capacidades y en lo que puedo aportar a un equipo. El otro 50% lo aprendí de los profesores".

En el caso de María José, viajar le permitió descubrir sus fortalezas y debilidades. "Estar dando examen con cada presentación te mantiene despierto. No estás en tu país, te llevaron por alguna razón particular y eso te pone en alerta todo el tiempo. Es un estrés positivo. Personalmente, me enseñó a ser adulta. Siempre me moví sola, sin pareja ni familia, así que me llevé bastantes golpes por el camino. Siento que ahora armo una valija y caigo parada en cualquier lado".

Si en algo coinciden los tres, es en que el haber estado en otros países definitivamente cambió su manera de trabajar. En el caso de María José, por ejemplo, completamente: "Aprendí a trabajar siguiendo procesos. Tener una metodología me ayudó muchísimo a desempeñarme mejor como creativa y como líder. Aprendí a valorar la etapa previa a crear y los planners se convirtieron en mis mejores duplas. También aprendí la autenticidad del trabajo integrado, dentro de la agencia y también integrando compañías externas, que nos complementaban".

Para Carolina lo que cambió fue su percepción del trabajo. "Por un lado siento que adquirí cierta 'madurez' en relación al laburo: capaz que antes me quejaba de cosas que ahora miro y me doy cuenta de que eran estupideces. No haber encontrado nada me llevó también a valorar el hecho de tener trabajo y poder dedicarme enteramente a eso. Por otro lado, el máster y todo lo que me enseñaron me abrió los ojos a otras áreas que no había desarrollado en publicidad. Digamos que se cumplió con esa parte del objetivo fijado inicialmente cuando me fui. Lo demás fue yapa".

Según Gastón, el estar ahora trabajando a la distancia sirve para focalizar y centrarse en lo realmente importante. Dice sentirse a gusto en Chile, viviendo una muy buena experiencia. "A lo mejor puede sentirse la falta al momento de contarle una idea a un cliente, estar cara a cara argumentando el proyecto que uno desarrolla y que está convencido de que es el ideal, también vende, el desafío es poder mostrar eso mismo por otros medios".

Viajar y/o trabajar en el exterior definitivamente aporta a la vida del creativo, pero estar predispuesto a alimentarse del entorno es clave. "Toda la información que uno trae de museos, del ritmo de la ciudad, de la arquitectura y de las experiencias de consumo quedan siempre y pasan a ser un recurso que uno tiene y aplica naturalmente. La creatividad es un ejercicio y trabajar en creatividad también incita a buscar nuevas formas. Creo que naturalmente se debe salir a ver qué hay, a experimentar algo diferente", dice Gastón.

Carolina coincide y agrega: "Estar afuera y con actitud de aprender te convierte en 'esponja mental'. Empezás a absorber todo lo que ves, escuchás y sentís. Pero hay que ir con esa actitud, si no, no vale la pena el esfuerzo". María José destaca el aprendizaje y dice extrañar el ambiente multicultural. "Interactuar con equipos con personas de diversos orígenes, manejar cuentas regionales, tener clientes en diversos destinos es invaluable. Es un proceso de aprendizaje continuo donde no hay lugar para los preconceptos, el extranjero es uno y todo el tiempo debe entender, aprender, escuchar". No importa si es un fin de semana en Las Toscas, un mes en Europa o cinco años viviendo afuera: salir de la pecera oxigena la mente y potencia la creatividad.

Ver más [publicidad](#) [trabajo](#) [empleo](#) [oportunidades](#) [viaje](#) [estudio](#) [universidad](#) [emigrar](#) [experiencia](#) [agencia de publicidad](#)

Comentarios

0 comentarios

Ordenar por [Los más antiguos](#)

Añade un comentario...

Plugin de comentarios de Facebook

Notas Relacionadas



AD BACK

Moda y publicidad



FOR DUMMIES

Lettering: el arte de dibujar letras a mano



SEISGRADOS - AD BACK

¿Cómo se les vende alimento a los niños?

[Informar un error en la noticia](#)

Las más leídas



05:00 Las dos caras de un dólar a \$ 36



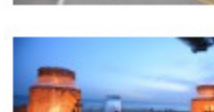
Constanza Moreira: el paro del campo es "contra el FA" y "pensando en el 2019"



Una cartera arrebatada, un golpe y la muerte



Esperando el tsunami



Para sentirse de vacaciones a pocos minutos de Montevideo

Newsletter

Recibe nuestro boletín de noticias diario en tu casilla:

Selecciona los envíos que desee recibir en su correo electrónico. Todos nuestros servicios son gratuitos.

- Titulares de la jornada
- Noticias al Mediodía
- Noticias Deportivas - Referi
- Agropecuario
- Cromo
- Los blogs de la semana
- Lo mejor de El Observador TV
- Oautos
- Noticias de Alto Impacto
- Novedades Comerciales

[Enviar](#)

Blogs

La derrota del cuerpo



05:00 La mente de Tom Petty decía una cosa, el cuerpo dijo otra

por Eduardo Espina

Mujica, la hormiga y la cigarra

Dijo que la crisis del sector lechero se sobrelevó porque Conaprole en bonanza guardó plata para las épocas de crisis, ¿y el Estado?

La lana merino uruguayaya: un viaje de las praderas locales al mundo del lujo



Un producto que ahora es codiciado por marcas y mercados de alta gama. Aquí algunos ejemplos

por Gabriela Pallares

Carta de Lectores [Suscripciones](#) [Beneficios 365](#) [El Observador +](#) [Clasificados](#)



Secciones

Portada	Nacional
Economía y Empresas	Opinión
Mundo	Agro
Espectáculos	Estilo
Running	Comer mejor
Salud	Cromo
Viajes	Sociales
Publicaciones	Especiales
Seisgrados	Remates
Recomendadas	

Social

Facebook
Twitter
Instagram
Youtube
Spotify
Pinterest
Google +

Servicios

Carta de Lectores
El Tiempo
Fúnebres
Publicación Fúnebres
Rss
Restaurantes
Contacto
Política de Privacidad
Términos y condiciones

Temas

Unión Europea (UE)
Entierro
Monte Everest
Nepal
Menopausia
Manufacturas de Origen Industrial
Valores morales
Agroindustrias
moneda local.

Mahmud Abas
Óscar Pérez
Alpinismo
Martin Schulz
Incontinencia
Manufacturas de Origen Agropecuario
Familia rural
Fiebre amarilla
LatinFinance