

GUIA PARA

PRESENTAR

TU TALENTO

EN
UNA

AGENCIA DE
PUBLICIDAD

Así como esta guía llegó a vos gratuita y desinteresadamente, te pedimos que la compartas con tus compañeros de facultad para facilitarle su búsqueda de trabajo a ellos también. Gracias.

del rio & font
agencia de comunicación

Si querés sugerir mejoras, opinar o consultarnos algo, envianos un mail a informes@delriofont.com.ar, o llamá al 0054 11 4327-2800
También podés visitarnos en www.delriofont.com.ar

ANTES DE LEER ESTA GUIA, TE CONTAMOS EL POR QUE

Para quién es:

Este es un material preparado para los estudiantes de Publicidad, Creatividad, Redacción, Dirección de Arte y demás carreras relacionadas con la creatividad y comunicación.

Entrevista va, entrevista viene:

Periódicamente hacemos entrevistas para ver carpetas de trabajos de futuros creativos para la agencia.

Muchas veces nos encontramos con chicos que se presentan mal. En otras palabras: pierden la única oportunidad de dar una primera buena impresión. Esto es una lástima.

Y como si fuera poco, en las universidades te consideran un estudiante en vez de un futuro profesional. Por lo tanto, no te enseñan a presentarte como tal.

Entonces, pensamos que si te dábamos una orientación, te iba a ser más fácil conseguir trabajo. También fuimos estudiantes y pasamos por varias entrevistas.

Pero no te olvides.

Lo que busca una agencia (o al menos debería buscar) es algo que ninguna universidad te da: talento y compromiso.

Todo lo que va a decir esta guía tiene que ver con esas dos cosas y su forma de aplicación dentro de un equipo.

Este documento no es un curso de *Los 10 trucos para enganchar a un empleador*. Al contrario, es para facilitarle la búsqueda tanto a él como a vos. Y si sos bueno, que te puedas destacar y obtener el puesto que deseás.

EL CURRICULUM

Qué debe incluir

Seamos breves: en tu currículum debe figurar en forma clara lo que estudiaste, en dónde lo hiciste, si sabés idiomas y qué nivel tenés, si manejas computadora y qué software. Por otro lado, debe figurar en dónde trabajaste, durante cuánto tiempo y una referencia de cada trabajo.

Además, si fuiste a seminarios, cursos, congresos, etc.

También, cuáles fueron los logros más destacados de tus trabajos anteriores. Luego, qué esperás de tu próximo trabajo y qué objetivos o desafíos querés superar.

Finalmente, qué otros intereses tenés, como hobbies, pasatiempos, actividades deportivas, etc.

Armalo según tu personalidad.

Pensá que va a ser uno de cientos, y asumí este escenario: quien lo revise por primera vez, le va a dar una hojeada rápida.

Tenés 10 segundos para impactarlo. Si lo lográs, lo va a leer más profundamente.

Pero ojo, si lo impactás con un diseño de locos, pero la persona no encuentra claramente la información, tampoco sirve.

Usá tu sentido común: por ejemplo, si te vas a postular como director de arte o diseñador, y mandás un currículum, hecho en Word y desprolijo, vamos mal.

El currículum es el embajador de tu persona. Si querés decirnos que sos una persona prolija y profesional, la presentación de tu currículum lo tiene que demostrar. No lo digas, demostralo.

Esto es obvio. Pero aunque no lo creas, recibimos currículums desprolijos de futuros directores de arte o diseñadores. Y hasta de redactores o ejecutivos de cuentas con errores de tipeo y ortografía.

Dedicá un buen tiempo para armarlo, pulirlo y corregirlo bien. Quizá vas a tener que trabajarlo durante varias horas para que funcione durante 10 segundos.

Bueno, después de todo, en esta profesión, se trabaja así.

COMO
DEBE ESTAR
HECHO

SELECCIONANDO UNA PERSONA PARA UNA AGENCIA

¿Qué se tiene en cuenta
de la persona a seleccionar?
Fundamentalmente 5 dimensiones:

- 1) Sus conocimientos.
- 2) Sus habilidades.
- 3) Sus virtudes humanas.
- 4) Su pasión.
- 5) Su talento y potencial. Casi lo más importante.

El balance entre esas 5 dimensiones le permitirá a tu entrevistador elegir a la persona adecuada para el puesto.

Sería bueno que hicieras un auto-análisis para conocerte mejor en estas dimensiones. Cuanto más te conozcas, tanto mejor te vas a poder presentar.

Acordate de esta palabra mágica: **profesionalismo**. Tu trabajo, tu currículum, tu carpeta de presentación, todo lo que se relacione con una entrevista, tiene que ser profesional. De hecho, están buscando contratar a uno.

Tranquilo, tranquilo. Nadie te va a comer.
Vamos por partes:

1

CONOCIMIENTOS

Es la información que podés aprender de forma teórica.
Por ejemplo, haberte leído un manual de fútbol.

•Qué se espera de vos:

Que tengas los conocimientos mínimos para el puesto que se te asignará. Y que no te estés tirando a la pileta.

•Pensá que:

Es bueno que tengas la autoestima alta. Pero es mejor que tengas sentido de la ubicación. Si te vas a tirar a la pileta, y quien te entrevista tiene un coeficiente intelectual de normal para arriba, se va a dar cuenta. Probablemente en esa agencia no vuelvas a subirte al trampolín.

•Tené en cuenta que:

Claro que en la universidad no te dan talento. Pero sí te dan muchos conocimientos, métodos y habilidades. En el nivel profesional de la publicidad de hoy, es importante que hayas terminado una carrera o estés cursándola con regularidad. Sí, sí, Einstein cuando era chiquito tenía malas notas en matemáticas. Pero era Einstein.

•Un consejo:

Para no frustrarte ni perder el tiempo, respondé a búsquedas laborales que sean acorde a tu perfil. ¿Te parece obvio? ¡Ni te imaginás los currículums que nos llegan cuando solicitamos algo!

PUNTOS A EVALUAR EN CONOCIMIENTOS

- **Lo académico**

- Qué estudiaste o estás estudiando en la universidad: si es compatible con la búsqueda.
- Cuál es tu promedio en la facultad. Ojo, si sos un traga con 10 felicitado, que se estudia todo de memoria, qué bueno. Pero eso sólo no significa que seas capaz de aplicar esos conocimientos en acción. Por otro lado, si tenés un triste 4 de promedio en toda la carrera y venís diciendo que sos un genio sin reconocer, va a ser difícil creerte. Como lo ideal no existe, lo más común es que se valore un promedio respetable y una buena carpeta con trabajos. Ah, y si sos un genio se verá en otra parte de la entrevista.

- **Software**: si sabés usar los softwares que se te piden. Saber significa conocer los comandos y resolver los problemas sin molestar cada dos segundos a tu compañero.

- **Idiomas**: cuáles y qué nivel tenés en los mismos. El castellano es fundamental. No, no es chiste, fijate cómo anda tu ortografía y pensá que quizá vayas a armar presentaciones. El inglés es muy importante. Por ejemplo, en nuestra agencia tenemos clientes con los que hablamos diariamente en inglés. Quizá a vos te toque hablar con uno y lo ideal es que se entiendan bien. Por lo tanto, deberías saber al menos leer, escribir y hablar en inglés. Cuanto más sepas, mejor, claro.

- **Seminarios y demás**: qué cursos, seminarios, encuentros, congresos y cualquier otra forma de capacitación a la que asististe o participaste. Todo suma.

- **Cultura general**: esto es básico. Un redactor que no lea todo lo que se le cruza enfrente, no sirve. Un diseñador o director de arte que no vaya a exposiciones o esté interesado en todos los temas relacionado con la estética, tampoco. Un ejecutivo de cuentas que no lea de marketing, comunicación, creatividad, negocios, etc, es un cadete con corbata. En general, un comunicador que no sea culto y esté informado de la actualidad... bueno, mejor que se dedique a otra cosa. Disculpá el tono, pero es la realidad.

- **Intereses extralaborales**: lo más divertido de trabajar en publicidad es que todo está relacionado con tu profesión. O sea, que las personas que tienen muchos intereses, tienden a tener más horizontes para ser creativos. Buscamos gente que tenga sangre en las venas y que además de su trabajo, tenga otras motivaciones en la existencia: que salga con amigos, que haga deportes, que viaje, que lea, que pinte, que escriba, que viva. Cuantos más intereses tengas, más riqueza vas a tener en tu cabeza para poder crear en tu trabajo.

2

HABILIDADES

Son los conocimientos puestos en acción, con eficacia y eficiencia.

Por ejemplo, luego de haberte leído el manual de fútbol, jugar y ser un crack.

- **Qué se espera de vos:**

Que además de saber muchas cosas teóricas, tengas la capacidad de resolver situaciones reales de forma brillante.

- **Pensá que:**

Se te pagará para que seas un generador de soluciones, no un inventor de excusas.

- **Tené en cuenta que:**

Eficacia, es hacer las cosas.

Eficiencia es hacerlas óptimamente, más rápido, barato y mejor que otras personas.

El hábil es el eficaz y eficiente.

- **Un consejo:**

Hay muchas habilidades que se adquieren con la experiencia previa en el puesto.

Si vos no la tenés, tranquilo. Seguramente hubo momentos en tu vida en donde usaste habilidades que se requerirán en tu futuro trabajo (por ejemplo, resolver situaciones imprevistas).

Comentáselas a tu entrevistador.

PUNTOS A EVALUAR EN HABILIDADES

- **Flexibilidad**: cómo te adaptás exitosamente a un entorno cambiante, impredecible y muchas veces desorganizado. Cómo mantenés tu foco y profesionalismo y lográs un excelente trabajo a pesar de dicho entorno.

- **Las 3 C's: comunicación, coordinación, cooperación**: como parte de un equipo, es importante que tengas buenas habilidades de comunicación y trato personal. Estas habilidades incluyen, entre otras: ser específico, atento, preguntar y aclarar dudas, tener una buena redacción y comunicación no verbal, etc.

Entre las habilidades de coordinación, podemos mencionar: ser ordenado, ágil, adaptable y tener método de trabajo en equipo.

Y entre las habilidades de cooperación, podemos encontrar la capacidad para prever y evitar problemas, o resolverlos bien si aparecen, la capacidad de priorización del trabajo en equipo como camino para alcanzar tu meta individual, etc.

- **Trabajo bajo presión**: esto es importante, porque... siempre vas a estar bajo presión de tiempos y de lograr un producto sin errores. Es fundamental que tengas la habilidad de mantenerte lúcido y de buen humor en esas circunstancias, para no tararte y cometer errores o tirar mala onda a todo el mundo. Esto se aprende con el tiempo, si tenés el potencial.

- **Fluencia y calidad**: fluencia es cantidad de trabajo que podés hacer en un tiempo equis. Calidad es que ese trabajo tenga un gran nivel. Por lo general, ambas son inversamente proporcionales (si hacés 25 campañas en una hora, quizá no hagas ninguna bien, si estás 5 días pensando una punta creativa, probablemente no lleguemos a tiempo a presentar ni un boceto), así que lo que se busca es un equilibrio entre el volumen de trabajo que podés hacer y la calidad del mismo.

- **Empatía**: ahaha! Acá se ven los verdaderos comunicadores. Esta habilidad consiste en saber ponerse en el lugar del otro (el receptor) y poder sentir lo que nuestro mensaje va a provocar en la persona que lo decodifique. Esto es crucial, porque los creativos publicitarios somos comunicadores, no somos artistas de galería que pintamos un cuadro dejándolo a la libre interpretación del visitante. Al contrario, los grandes publicitarios son personas con un fino sentido de la empatía y una capacidad asombrosa de jugar distintos roles, sintiéndose como mujer, niño, empresario, animal, o lo que te imagines. Las campañas más desastrosas de la historia no se dieron por una mala creatividad, sino por una mala empatía; en otras palabras, no se entendió a priori la reacción del target y éste reaccionó mal o indiferentemente. Para tener una buena empatía es requisito básico que seas un gran observador de la gente y sus costumbres, actitudes, sentimientos. Un gran comunicador es un gran humanista.

- **Sentido común**: es casi lo más importante. Digamos que no es una habilidad propiamente dicha, pero no sabíamos en qué categoría ponerla. El sentido común no te lo da nadie y todos te lo van a exigir. La vida es injusta, sí.

3

VIRTUDES HUMANAS

Citamos una frase: *“La gente con la que trabajas en una buena agencia debe reunir dos requisitos: primero, tiene que ser gente buena. Segundo, tiene que tener mucho talento. Lo siento por el tipo amable pero que no tiene talento: no vale para el negocio. Y me importa un comino todo el talento de un hijo de perra: no lo quiero. La vida es demasiado corta.”* Bill Bernbach (un capo)

- **Qué se espera de vos:**

Que seas un tipo que sepa, que sea eficaz y eficiente y además, una buena persona. Nadie quiere trabajar 12 horas por día metido en un mal ambiente.

- **Pensá que:**

Todos buscamos rodearnos de buena gente, divertida, que sea buena compañera. Trabajar en publicidad es muy estresante, por eso se lleva mejor cuando tu equipo está formado con gente a la que valorás y querés.

- **Tené en cuenta que:**

Nadie pide que seas un santo o un humorista. Ni siquiera importa que seas extrovertido. Sino simplemente que seas un tipo transparente y tratable. Por lo menos, eso buscamos en nuestra agencia.

- **Un consejo:**

Pensá detenidamente cuáles son tus virtudes personales y cómo las podrías poner al servicio de un equipo humano. Contáselas a tu entrevistador.

PUNTOS A EVALUAR EN VIRTUDES HUMANAS

- **Honestidad:** toda actividad humana en equipo se atasca si no hay confianza entre los miembros. Ser honesto es ser real, genuino, auténtico, de buena fe. Ser deshonesto es ser falso, ficticio y mentiroso. Como te decíamos en otro punto, uno trabaja 12 horas por día rodeado de personas y por lo tanto, el clima tiene que ser el mejor posible. Ese clima se compone de respeto, confianza y apertura. Por lo menos en nuestra agencia buscamos gente que sume valores y podamos confiar ciegamente en ella. El resto no nos interesa.

- **Autodisciplina:** ¿qué es esto? Es que vos seas tu propio maestro, entrenador y preceptor. Que tengas la capacidad de ponerte metas exigentes y cumplirlas. Que tengas la capacidad de dominarte a vos mismo. ¿Sabés por qué? Porque en una agencia no trabajan maestras jardineras ni policías, así que lo ideal es que vos mismo te puedas auto supervisar y así depender menos de un seguimiento directo. Eso facilita mucho las cosas para todos.

- **Responsabilidad:** vieja palabra que escuchás desde la primaria. Acá la interpretamos como la capacidad de responder y dar cuenta de tus actos. Es decir, que seas una persona emocionalmente madura como poder delegarte un trabajo complejo con la tranquilidad de que lo vas a hacer con el máximo de tu capacidad, y con una personalidad adulta como para hacerte responsable del mismo en todas sus consecuencias.

- **Perseverancia:** uy, ni te das una idea de las veces que, luego de la desaprobación de un trabajo, vas a tener que recomenzar con el mismo entusiasmo que antes. A eso llamamos perseverancia. Y cuando contratamos a un creativo buscamos que, además de talento y sensibilidad, sepa reponerse rápidamente de las frustraciones. Porque en la publicidad cotidiana las hay y muchas. Pero los que saben automotivarse y perseveran son los que tienen éxito como profesionales.

- **Humildad:** la podemos ver de 3 formas: a) tener sentido de la ubicación y de tu propio valor para hacerte respetar. b) tener apertura para aprender siempre, aún de quienes considerás menos capacitados que vos. Y c) tratar siempre de mantener a la soberbia bien lejos. ¿Por qué? Porque la soberbia, -un subproducto del éxito-, es mala consejera y te puede susurrar al oído muchas estupideces, como que sos el mejor, infalible y tu palabra es la Revelación. Claro, hasta que metas la pata hasta el cuello, salga una campaña desastrosa y hagas el ridículo. Ah, además la gente soberbia es imbankable.

- **Buen humor:** a lo anteriormente dicho se le pone la cereza, y es que para que el clima sea bueno, todos tenemos que tratar de mantener el buen humor o al menos, un humor poco tormentoso. Ya te dijimos que nadie espera contratar contadores de chistes, sino gente que por su personalidad, sea positiva y tenga buena onda.

4

PASION

Es lo que te debería mover en cada cosa que hagas.

- **Qué se espera de vos:**

Que además de tener conocimientos, habilidades y virtudes humanas... ames lo que hagas. Que le pongas iniciativa, sentimiento y amor a cada cosa grande o pequeña.

- **Pensá que:**

Esta es una profesión en donde más que en ninguna otra, la gente con pasión es la que se destaca de los mediocres.

- **Tené en cuenta que:**

En las entrevistas es fácil darse cuenta quién tiene pasión: los que hacen trabajos para su carpeta sin que se los pidan en la facultad, los que investigan, los que prueban, los que escriben, los que están informados e inquietos. La pasión es movimiento.

- **Un consejo:**

Si en tu vida sólo hacés lo que te dicen que hagas y jamás tuviste una iniciativa, empezá a moverte porque si no, esta profesión no es para vos.

PUNTOS A EVALUAR EN PASION

Acá no te podemos decir mucho. Sería como definir al amor.

La pasión se verá en tus ojos, en las cosas que presentes
y tus motivaciones e iniciativas.

Y no digas que te apasiona algo, si ese algo no te quita el sueño.

5

TALENTO
Y
POTENCIAL

TALENTO
Y
POTENCIAL

TALENTO
Y
POTENCIAL

TALENTO
Y
POTENCIAL

TALENTO
Y
POTENCIAL

- **Qué se espera de vos:**

Que seas tan talentoso como para destacarte y destacar a la agencia que te contrate. Que tengas magia y capacidad para crecer mucho en el futuro. Eso sólo.

- **Pensá que:**

Quien te incorpore al equipo, estará contratando a una semilla para regar y convertirla en un gran árbol. Está buscando potencial.

- **Tené en cuenta que:**

Hay personas que creen que criticar el trabajo de los demás es estar en un gran nivel. Por lo general, esa gente es mediocre. Podría llegar a ser un gran crítico de cine, pero jamás va a filmar una buena película. No te confundas: con sólo criticar campañas ajenas no estás demostrando talento. Haciendo buenas campañas, sí.

- **Un consejo:**

¿Qué consejo vamos a darte a esta altura? Simplemente que seas realista con vos mismo y que siempre estés buscando superar tu nivel. (No incluimos puntos a evaluar en la dimensión TALENTO Y POTENCIAL)

COMO ARMAR TU CARPETA, PARTE 1

Lo obvio no es tan obvio.

Tené presente todas las hojas anteriores, porque en tu carpeta y currículum (y entrevista, claro) vas a tener que demostrar todo lo que se espera de vos.

Cuando leas estas dos hojas finales, seguramente vas a pensar “¡Lo que dicen estos tipos es obvio!”. Si fuera tan obvio, el 100% de la gente a la que entrevistamos tendría carpetas alucinantes, brillantes y profesionales.

Lamentablemente no es así, por lo tanto, prestá mucha atención.

- **PRESENTACION**: tu carpeta tiene que ser prolija y reflejar tu personalidad. Se supone que es la encarnación de tu talento y forma de trabajar. Para tu tranquilidad, nadie espera que tengas una impresora offset en tu casa, pero sí que al menos te hayas puesto las pilas para que las cosas impresas estén muy decentes. Si la carpeta está sucia, rota, incompleta, etc, mejor arreglala antes de presentarte. Evitá la famosa “*disculpá la presentación, no tuve tiempo de ponerla al día*”. Si es necesario, quedate toda la noche arreglándola pero no la presentes mal. Porque las de otros estarán mejor que la tuya.

- **TRABAJOS REALES VERSUS EL “DIRECTOR’S CUT”**: quizá hayas hecho trabajos en otra agencia o de forma freelance. Y quizá esos trabajos no hayan quedado como te hubiera gustado (por modificaciones del cliente, profesores, otros jefes, etc). Bueno, entonces no los presentes. Si un trabajo que vas a mostrar no te satisface totalmente, bórralo de tu carpeta. O mejor aún, modificalo para dejarlo tal como vos lo querías. Eso hacen los directores de cortometrajes o comerciales: luego de editar la película como quería el cliente, se hacen un director’s cut, o sea, una película como según ellos la hubieran editado.

Te aclaramos esto porque a veces los chicos nos presentan orgullosísimos folletos que se imprimieron en la realidad y que son horribles. Cuando les preguntamos, alegan el consabido “*lo que pasa es que el cliente quiso esa tipografía o foto, etc...*”, con lo cual le volvemos a preguntar si a él/ella el folleto le gusta realmente y la respuesta es que no. Pensá entonces: ¿para qué presentás algo que no te gusta? Modificalo según vos y recién ahí incorporalo a tu carpeta. Presentá lo que te enamora de verdad. El resto no sirve, aunque se hayan impreso 100 mil ejemplares en la mejor imprenta del país.

Y finalmente, hacé trabajos por motu propio, creá avisos para marcas conocidas o inventadas, folletos, piezas de comunicación. En una entrevista en donde se busca talento y potencial, no es tan importante que hayas hecho trabajos reales, sino que demuestres que podrás hacerlos. Y eso se verá con los trabajos que presentes.

COMO ARMAR TU CARPETA, PARTE 2

Lo obvio no es tan obvio.

- **VARIEDAD**: a veces, al buscar un director de arte (por ejemplo), entrevistamos chicos que cuando nos presentan su carpeta, tienen 50 logotipos y nada más. Qué bueno que tengas tantos logotipos para mostrar. Pero a no ser que alguien busque un logotipero full time-excluyente, lo ideal es que en tu carpeta tengas variedad de trabajos. Ojo, cantidad no significa calidad.

Si sos diseñador o director de arte, incluí avisos, posters, afiches, folletos, story boards, CDs, señaléticas, logos, imagen corporativa, uniformes, etc. Si sos redactor, lo mismo. Eso le va a servir a tu entrevistador para ver tu versatilidad. Hacé trabajos para tu carpeta aunque no sean para clientes reales. Por ejemplo, a veces en las entrevistas hay chicos que dicen *“me encanta diseñar posters”* y en la carpeta no hay un solo poster. Cuando le preguntamos por qué, se escucha la célebre *“porque en la facultad/trabajo anterior nunca tuve que hacer uno”*. Epa, esto nos da dos pautas: a) que si realmente te encantase trabajar diseñando posters, pondrías ejemplos de los mismos en tu carpeta para demostrarlo, b) que andás flojo de pasión e iniciativa.

En conclusión: que tu carpeta diga que sos versátil y que podés hacer el tipo de trabajo que querés realizar.

- **LA EXPLICACION**: para cada trabajo, una explicación. Si presentás un aviso y el entrevistador te pregunta el por qué de tal tipografía o titular, tenés que tener una explicación profesional. Para todo. Te contamos un secreto: cuando entrevistamos, además de ver la pieza en sí, buscamos indagar en el proceso de razonamiento y creatividad que precedió a la producción de la misma. Eso -al menos creemos- es lo más importante: es descubrir el PROCESO CREATIVO. Queremos ver si tu forma de razonar, de investigar, de descartar ideas y de tener un criterio, nos revela talento e inteligencia. La forma en que resolviste un problema creativo o un brief. Por lo tanto, estate atento a lo que presentes y que no te agarren en off side con una pregunta para la que por única respuesta, tengas el famosísimo *“porque esa tipografía está de moda”*.

- **LA DEFENSA**: seguramente quien te entreviste te aguijoneará a preguntas. Y preguntas agudas. Digamos que son todas bien intencionadas, pero serán profundas. Te preguntarán por qué escribiste esa frase en vez de otra, por qué un color, por qué un camino, etc, etc. Como te decíamos en el párrafo anterior, tenés que tener una respuesta para todo. Un criterio coherente. Todos tus trabajos tienen que tener un criterio. Y vas a tener que defenderlo desde tu punto de vista. Si la persona que te entrevista es inteligente, valorará mucho esto. Pero ojo, no se trata de ganar una discusión, sino de ver qué tan criterioso sos. El talento, el criterio y el sentido común no se enseñan en la facultad, es necesario que los traigas en tu ADN. Y por eso te hacemos tantas preguntas. Para descubrirlos. Así que no te enojés.

¿Falta algo?

Si creés que hay algo que agregar o mejorar, mandanos tu opinión a informes@delriofont.com.ar
¡Desde ya, muchas gracias de parte de todos nosotros a todos los chicos que nos siguen
enviando sugerencias para seguir mejorando esta guía!

Copyright: del Rio & Font. Buenos Aires, Argentina – Julio 2001
Prohibida su reproducción sin autorización. Este es un material gratuito, prohibida su comercialización.