



Lunes, 23 de Abril de 2012

## Carne fresca

**Alex Carvajal**



En referencia al artículo publicado el Lunes 9 de Abril en la edición de El Mundo digital por Quico Alsedo, titulado "Cuando el publicista de éxito cayó del caballo".

Querido amigo y colega, Alejandro Toledo, has hecho bien.

Todo el universo estético y creativo en el que flotabas, se derrumbó de golpe ante la cruda contemplación de una evidencia tan penosa como la que supone ver a un gran profesional de la comunicación, un creativo de éxito, una mente que ayudó a vender millones de productos con sus ideas, que ahora subsiste gracias a la caridad.

Se te cayeron las gafas mágicas con las que siempre has contemplado la vida, proporcionándonos magníficos encuadres, con esa caligrafía refinada que rubrica tus películas, y esa escuela de buen gusto que dejó de valorarse injustamente, al igual que las ideas que salieron de la cabeza de quien hoy, tiene que recurrir a Cáritas.

No hace mucho tiempo, uno de los productores más representativos de nuestra comunidad publicitaria, que tú y yo conocemos, me habló de la necesidad que tenía el sector de renovar continuamente a sus profesionales, utilizando dos palabras muy gráficas, y también demoledoras: carne fresca.

No es posible concebir que una profesión que exige tantísimo de todos los que se atreven a participar en ella, ya sean creativos, ejecutivos de cuentas, productores, realizadores o directores de fotografía, apoye su perspectiva de futuro en el consumo de carne fresca.

Tanto canibalismo nos ha conducido a la eliminación de los referentes experimentados, pieza básica en cualquier empresa que sepa gestionar el talento de sus profesionales. Alentando esta dinámica tan poco constructiva, hemos conseguido empobrecer nuestra despensa creativa, y hemos acuñado el término "veterano", sinónimo de alguien con el que no se debe trabajar, porque puede llegar a defender su criterio con cierta solvencia..... y aquí no estamos ahora para genialidades.

En un sector maduro y responsable tienen que existir rotaciones, pero teniendo muy claro, que tan necesario es nutrirse de nuevas generaciones, como saber gestionar a aquellas que ya son expertas. De lo contrario ¿Qué les estamos ofreciendo a las generaciones que hoy se afanan en sus puestos de trabajo por medrar en la profesión?

El sello de "veterano" se puede conseguir a los treinta y pocos años, (tú y yo lo sabemos bien, y sabemos que la mitad de nuestra carrera se ha desarrollado en el extranjero), ¿que les decimos a los jóvenes?...¡machácate aquí por 500€, y todavía da las gracias, que aún te quedan diez años de vida!

Desde que el hombre habitaba en las cavernas, se valoraba al miembro más experimentado del clan, y eso se ha venido haciendo en sociedades desarrolladas premiando el mérito y el saber hacer. El experto, el mentor, el tutor, el veterano o como queramos llamarlo, es una figura valiosa en la comunidad, que proporcionará equilibrio y perspectiva con mucha más trascendencia y legitimidad que un ordenador.

Tanto esmero en las empresas de hoy en día por aparecer como "limpias", "socialmente responsables", y "sensibles" a la sociedad, que no se dan cuenta de que en España no sabemos gestionar el talento, y se nos escapa a otros países porque aquí, no nos parece rentable.

Un sistema que se deshace de la experiencia como fórmula de renovación, no puede ser efectivo, por muchos cambios de tendencias, innovaciones tecnológicas o crisis financieras que queramos argumentar para justificarlo. No es sano, no es equilibrado y no es inteligente.

Hemos asistido al desmoronamiento del "Star System" creativo desde principios del 2000, sustituido por nuevas generaciones contratadas a muy bajo coste exigiéndoles más responsabilidades....¿es esa la forma?, ..entonces ..¿dónde está el fondo?

El fondo va a comer a un comedor de Cáritas todos los días.

Gracias Alex por tu aportación a Cáritas.