



Plantación*

Melissa Spir *

* **La Comunicación Publicitaria como herramienta** *** transversal a mi propósito de vida *** ✦

Resumen

A través de esta investigación busco aterrizar respuestas a preguntas que constantemente me planteo, y de esta forma traducirlas de forma objetiva y práctica con el fin de que puedan direccionarme de forma clara hacia la ruta que quiero construir para mi vida.

Justificación

Durante el último año de mi carrera se ha hecho recurrente de manera necesaria el tema de la práctica, del empleo o emprendimiento, de cómo queremos mis compañeros y yo ejercer lo que hemos estudiado por casi 4 años. Siempre que surgía el tema identificaba en mí un sentimiento de indiferencia, no me parecía importante tener una respuesta concreta. Constantemente encuentro mi corazón encendido por diferentes pasiones, sueños e ideas a materializar en mi vida, dentro de esa búsqueda de sentido y pensando más de la cuenta como de costumbre, descubrí que la comunicación publicitaria para mí no es solo una profesión a ejercer, sino también una herramienta transversal que funciona como sello personal e impulsa procesos creativos articulados con las diferentes áreas de las que quiero hacer parte. En otras palabras, mi profesión se ha convertido en el filtro a través del cuál percibo y creo mi vida.

Planteamiento del problema

Desde que descubrí la definición de la palabra “concepto” en mi primer semestre en la universidad encontré un sentido profundo que progresivamente y de forma inconsciente empezó a permear mi existencia. Luego, en quinto semestre, descubrí la manera de plasmar los conceptos que encontraba a través de la dirección de arte.

Años después de ese primer encuentro, la conceptualización se ha convertido en un arma de doble filo, pues a veces dentro de la profundidad y las metáforas que encuentro me cuesta mucho aterrizar de forma objetiva y práctica lo que percibo. Para esta investigación busco plasmar el mundo conceptual que he construido y traducirlo al ejercicio profesional, es decir, quiero poder explicar y ejemplificar de forma sensible pero concreta cómo se articula mi carrera con mi propósito de vida de manera que trasciende el campo laboral.

Objetivos

General: Articular la Comunicación Publicitaria como herramienta transversal a mi propósito de vida a partir de un ejercicio de dirección de arte.

Específicos:

- Aterrizar las áreas que me apasionan y en las que veo más presente y factible la Comunicación Publicitaria.
- Proponer diferentes iniciativas o emprendimientos que articulen dichas áreas.
- Construir piezas gráficas desde la dirección de arte como resultado de esta articulación.

Referentes conceptuales

a. Marca Personal:

En el libro “Desmárcate” el autor Xavi Roca dice, “¿Recuerdas a alguna persona que haya dejado una marca imborrable en tu mente? Quizás fue un familiar, o un profesor, o alguien desconocido. Cada vez que le recuerdas sientes algo especial. La gestión de la marca personal persigue que tú seas esa persona única, que deja una huella tan positiva en los demás, que siempre te tienen en cuenta.”

Según Arancha Ruiz, en el libro “El Mapa de tu Talento” “El mundo profesional que conocían nuestros padres y abuelos se está desvaneciendo en nuestra generación.”

“Investigadores de la universidad de Oxford afirman que en menos de 20 años el 47% de las categorías profesionales que conocemos dejarán de existir. Empleos y oficios caducan mientras emergen necesidades de talento cuyos nombres y características son un misterio para la mayoría, agrangándose la distancia entre los que buscan una oferta para su talento y los que no encuentran un talento para su oferta.”

“Las personas deben ser capaces de identificar con acierto lo que son y lo que pueden llegar a ser, pues de ese modo reconectarán constantemente con oportunidades en las cuales puedan aportar valor. El mercado profesional existe por y para las personas. Realizarse personalmente y aportar valor a la sociedad implica la participación del individuo y su vocación por evolucionar, crecer y reconectar” Explica Arancha.

“Podemos cambiar el mundo si logramos posicionarnos como marcas personales de éxito, creadas desde el talento y desde la verdad que cada uno poseemos en nuestro interior” (Tú eres Dios, y tu marca personal tu religión, Ecequiel Barricart).

b. Perfil Original (Colegiatura):

Según Colegiatura, el Perfil Original se entiende como un “constructo sensible y racional que cada Ser Humano forma de manera autónoma a partir de la elección y vivencia selectiva de experiencias de conocimiento. Un Perfil Original es el resultado de la observación de datos e información externa o interna de forma consciente desde el interior del individuo, transformándolos en un conocimiento original.”

El perfil original es la huella diferenciadora que se construye permanentemente desde un proceso constante e introspección profunda. Al hacerse consciente facilita la gestión de la marca personal.

c. Comunicación Publicitaria (Programa):

Colegiatura describe el objeto de estudio de la Comunicación Publicitaria como la “re-significación de interacciones que se centra en el estudio de la comunicación persuasiva, creativa, estratégica y visionaria de la publicidad. Estas dimensiones se producen y se transmiten en medios tradicionales y emergentes de comunicación, para crear valor a las marcas, a las acciones y a las ideas, generando así conexiones con el público.”

Algunas de las competencias que permean al estudiante del programa y que se relacionan directamente con el fin de esta investigación son:

- Capacidad creativa en todos los niveles, sustentada en la curiosidad, la investigación, el conocimiento del individuo, la comprensión del entorno y el respeto por la diversidad.
- Capacidad de generar interacciones sensibles, relacionales y racionales entre los actores y las marcas, resultado de la investigación aplicada como eje fundamental.
- Capacidad de conceptualizar, formular, orientar y coordinar procesos y experiencias de comunicación publicitaria, con miras a la transformación de dinámicas establecidas en los diferentes grupos socioculturales en donde están inmersas las marcas, los productos, servicios e ideas con los cuales trabaja el comunicador publicitario.
- Capacidad para desarrollar procesos creativos que comuniquen, con originalidad y ética, los beneficios de las marcas, productos e ideas.

- Capacidad de crear, visualizar y materializar las piezas comunicacionales que responden a planes de mercadeo y estrategias de comunicación, que hacen que las marcas permanezcan en el contexto de consumo.

d. Énfasis:

Concepto: La formación de los conceptos en la mente humana es materia de debate especializada y discusión entre los académicos y entendidos. Sin embargo, a rasgos muy generales se supone que el proceso ocurre de la siguiente manera:

1. Se percibe una realidad concreta mediante los sentidos
2. Se realiza una abstracción de lo percibido y se obtienen sus cualidades básicas
3. Lo percibido se asocia con otros conceptos preexistentes para determinar su categoría
4. Se incorpora el nuevo concepto al conocimiento mediante la generalización

Conceptualización: Según Adriana Morales, licenciada en letras de la Universidad Central de Venezuela, “Se entiende por conceptualización la representación de una idea abstracta en un concepto; surge de los conocimientos generales que se poseen sobre diversos temas.”

“Algunos sinónimos de conceptualización son concepto, abstracción, contemplación, percepción, representación, noción, entre otros.”

“La conceptualización, por tanto, implica el desarrollo, construcción y ordenación de ideas que han sido obtenidas a partir de la experiencia y de la comprensión de aquello que nos rodea.”

Dirección de arte: La Escuela de Diseño de Madrid define la dirección de arte como “una especialidad profesional profundamente vinculada al sector del marketing y la publicidad; constituye parte del diseño y posee la enorme responsabilidad de conceder un determinado significado a la imagen y a los conceptos visuales.”

“El director o directora de arte es un comunicador funcional de mensajes que hace converger diferentes disciplinas en un concepto visual: transmitir a través de la imagen, no de las palabras. Así, es capaz de impregnar a toda creación visual de la eficiencia imprescindible que le permita comunicar de forma efectiva.”

Para la Escuela Superior de Diseño de Barcelona, las principales funciones del director de arte son dos:

- Generar la idea principal basada en el concepto
- Plasmar esa idea motora de manera gráfica

La Comunicación Publicitaria como herramienta transversal a mi propósito de vida se puede entender como el filtro a través del cual percibo, re-significo, creo y materializo diferentes vivencias y pasiones que no están necesariamente relacionadas de forma directa con la carrera, pero que a través de diferentes procesos como la conceptualización y la dirección de arte se articulan y desembocan en nuevos proyectos.

Diseño Metodológico

Considero que soy una persona que busca constantemente profundidad e introspección, como lo mencioné anteriormente siento que pienso más de la cuenta. Como consecuencia mi cabeza es algo así como un caos iluminado que se marchita y florece constantemente.

Dicho esto, para resolver el problema planteado comenzaré por aquietar un poco la mente y poner mis ideas en orden, reconociéndome así de la forma más objetiva posible. Para esto desarrollaré a consciencia ejercicios guía parte de la Ruta de Desarrollo de Marca, dentro de los cuales se destaca la matriz DOFA, las reflexiones y conversación con mi niña interior y el ejercicio consciente de la elección de valores presentes en los momentos más importantes de mi vida. Toda esta investigación parte de un ejercicio de mirar hacia adentro de forma crítica y articular los hallazgos con temas relacionados como la conceptualización y la dirección de arte, por esto haré una investigación (webgrafía) sobre ambos términos y directores de arte, además de indagar sobre varias personas graduadas de mi carrera y la forma en que aplican la comunicación publicitaria en sus vidas más allá del ámbito laboral (entrevistas). También voy a listar de forma clara las diferentes áreas que quiero que hagan parte de mi vida de forma simultánea o no simultánea y a hacer una lluvia de ideas enlistando qué puede resultar cuando filtro cada una de esas áreas a través de mi carrera. Una vez hecho un análisis concreto de lo que soy, lo que me gusta, me identifica y lo que quiero plasmar en mi vida, de haber conocido otras historias de lo que ha significado la Comunicación publicitaria para otras personas e indagar sobre el proceso de conceptualización y de dirección de arte para varios directores reconocidos, voy a poder tener una mirada más enriquecida sobre mi objetivo y de esta forma desarrollar las propuestas que planteo con fundamento y coherencia.

Manifiesto

Creo que somos merecedores de lo que soñamos, que es posible vivir en las nubes y materializar milagros en la tierra. Creo en las personas con carácter y criterio, capaces de plantarse de forma inquebrantable en su verdad, y en quienes se liberan de etiquetas prestadas con arrojo, pasión y propósito.

Creo en la posibilidad de habitar y desenvolverse en distintos escenarios desde la esencia propia, plasmándose, en mi caso a través de la conceptualización y la dirección de arte, de una forma sensible ante el entorno, valiente desde la exploración de lo que verdaderamente enciende nuestro corazón y con una medida de fe extraordinaria.

Guion

Con la Cabeza en las nubes y los pies sí que más. Soy el resultado de la brutal explosión que millones de años después se ha transformado en el cosmos que hoy habitamos. Si lo piensas un poco, somos seres caóticos, el caos está en nuestra naturaleza, también la grandeza, la abundancia, la magia. Pienso que somos y por ende soy un ser de constantes implosiones, de procesos paralelos y perpendiculares, un universo entero en movimiento, complejo de descifrar, y peor aun, de explicar en relación con la carrera que escogí. Aquí mi mejor intento.

Creo que somos merecedores de lo que soñamos, que es posible vivir en las nubes y materializar milagros en la tierra. Sé que hay un mundo entero, invisible a nuestros ojos, pero presente de forma inexplicable. Pienso que somos creadores intentando descifrar qué queremos crear, y lo más importante cómo, cómo, cómo. Soy una fuente de energía inagotable, indestructible, solo maleable, expandible, transformable. Cargo conmigo las vivencias de quienes habitaron este plano tangible antes que yo. Millones de años de conocimiento, sueños, introspección, auto re-conocimiento y otras vivencias poderosas están dentro de mí, esperando a ser exploradas.

Tengo tantos sueños que perdí la cuenta desde que soy pequeña, muchos lugares y experiencias encienden en mí nuevos deseos, a veces fugaces y otros pocos innegociables, por eso creo en las personas con carácter y criterio, capaces de plantarse de forma inquebrantable en su verdad, y en quienes se liberan de etiquetas prestadas con arrojo, pasión y propósito hacia el viaje que realmente quieren emprender.

En mi carta astral dice: “busca un amor imposible” ¡porque me enamoro de tanto! Pienso que el amor es la fuerza más poderosa, y llevo conmigo un amor que se apropia de lo que lo hace sentir vivo.

A veces pienso tanto que me contradigo, y otras veces tan poco que quisiera devolver el tiempo. Pero, aunque a veces no entienda mucho, sí estoy segura que creo en la posibilidad de habitar y desenvolverse en distintos escenarios desde la esencia propia, plasmándose a través de diferentes medios de una forma sensible ante el entorno, valiente desde la exploración de lo que verdaderamente enciende nuestro corazón y con una medida de fe extraordinaria. En mi caso y entre tantos lenguajes etéreos, logro aterrizar en la tierra a través de la conceptualización y la dirección de arte.

4 años después de haber emprendido un proceso de aprendizaje profundo desde el foco de la Comunicación Publicitaria, hoy soy consciente que sin darme cuenta desarrollé un amor profundo por mi carrera, y fue tan sutil porque poco a poco se impregnó en mí. Ha permeado cómo hablo, cómo pienso, de qué colores que veo y creo mi mundo, cómo resuelvo problemas y me enfrento a nuevos retos. Nacen en mi cabeza ideas constantemente, articulo conceptos sin pensarlo, y me encuentro inmersa en la estética de espacios, películas, canciones, recuerdos. Me atrevería a decir que he desarrollado en cierto grado la sinestesia. Mi carrera se ha convertido en el filtro que me ayuda a decidir cómo percibo la vida, y me impulsa a emprender nuevos viajes constantemente partiendo de los destinos que me apasionan, todos tan diferentes y sin embargo se articulan a través de esta profesión.

Creo que el propósito de la vida es la vida misma, aprender muchísimo y disfrutar 3 veces más. Por eso hoy me planto y digo, esto para mí trasciende lo laboral, no lo veo como una profesión a ejercer, sino como una herramienta transversal que me impulsa a ejercer lo que enciende mi corazón y que abre las puertas a nuevos sueños constantemente.



Con certeza digo, desde la comunicación publicitaria, donde me planten florezco, y de esta manera respondo a mi pregunta, ¿cómo articular mi carrera a mi propósito de vida?

Bibliografía

<https://www.elmundo.es/economia/2014/06/01/538b3aacca4741c1788b456b.html>

<https://www.amazon.es/Desmárcate-Desarrolla-éxito-personal-Temáticos/dp/8494374249>

<https://es.slideshare.net/Arancharuiz/el-mapa-de-tu-talento-arancha-ruiz>

<https://www.colegiatura.edu.co/perfil-original/>

<https://www.colegiatura.edu.co/oferta/comunicacion-publicitaria/>



<https://concepto.de/concepto/#ixzz6qNOSvtJE>

<https://www.significados.com/conceptualizacion/>

<https://esdima.com/que-es-la-direccion-de-arte/>

<https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-funciones-cumple-un-director-de-arte>



