

CREATIVIDAD BAJO PRESIÓN: NO HUBO NECESIDAD DE FOGATA



POR: DIANA CAROLINA GONZÁLEZ

Sólo existe una razón por la cual 45 jóvenes universitarios se reúnen en horas de la noche, en una casa campestre a las afueras de la ciudad, sin el motivo ser una fiesta o un paseo: ¡el amor por la profesión que se ha elegido!

Uno a uno fueron llegando con sus morales, sus tenis y sus sacos, todos sabían que sería una noche larga y que las condiciones climáticas los harían pensar en algún momento en dejarlo todo e ir a buscar su cómoda cama.

Aunque el viento soplaba frío, las actividades y la actitud de quienes estaban reunidos hizo sentir ese calorito en el pecho que sólo se produce cuando se está haciendo lo que se ama. Cerca de las 8:00pm la profesora de expresión oral, Ángela Arce, invitó a los participantes

“Trabajo en equipo, coordinación y la responsabilidad que cada uno debe tener en la vida cotidiana fueron las premisas del juego.”

a desprenderse de celulares y bolsos, a amarrarse bien los zapatos y a jugar un rato. Pero más allá de jugar por jugar, era prepararnos emocionalmente para la jornada de trabajo y aprendizaje que se avecinaba.

Se hizo un círculo gigante, en el que cada uno tenía una silla, pero no era para sentarse. La silla debía sostenerse desde el espaldar con una sola mano y los participantes debían ir girando sin dejar caer ninguna. Entre risas se realizaban varios intentos, empujando desde caro cuando algo salía mal. Cada uno indicaba y recibía indicaciones de su compañero, como si se tratara de un plan para lograr el objetivo.

Trabajar en equipo nunca ha sido fácil, muchísimo menos cuando tu grupo está conformado por personas a las que por primera vez les dijiste “hola” una hora atrás. Sin embargo, con la intención de explorar al máximo las capacidades de los estudiantes, ésta fue la condición fundamental: los equipos debían ser conformados de forma aleatoria, no se trataba de amistad sino de profesionalismo.

En grupos de cinco fueron llamados al centro del círculo los respectivos equipos de trabajo de la noche. Cada uno al escuchar su nombre caminaba hasta el centro entre aplausos de sus compañeros. “Mucho gusto”, se decían unos a otros mientras buscaban en qué lugar ubicarse y aunque al principio fue una simple formalidad, al concluir los trabajos, todos coincidieron en que fue un verdadero gusto.



Nueve grupos de cinco personas, equipo típico de una agencia publicitaria: café, computadores y la creatividad de cada uno de los participantes. Así inició el Taller de Creatividad Bajo Presión Versión 5. La "presión" a la que el nombre del evento se refiere tuvo que ver con el tiempo record que tenían los participantes para cumplir con las exigencias del cliente. Pese a esto, el trabajo se desarrolló con serenidad, armonía y disposición.

John Eipaña, uno de los participantes de ésta y de las versiones anteriores del taller dijo que: "lo más difícil es siempre lo más divertido", explicando así que los desafíos que impone el taller de creatividad bajo presión lo acercaron a la realidad de su profesión y eso le encanta.

La madrugada transcurrió en calma, algunos estudiantes se dejaron vencer por el sueño y descolgaron su cabeza en el respaldo de las sillas, cerraron los ojos y abrieron la boca para dormir al menos treinta minutos y recuperar energías. Otros, fueron víctimas de la hiperactividad que produce la falta de sueño, y, otros, simplemente trabajaron sigilosamente como si el sueño no se acercara a sus cuerpos.

Después de una noche de trabajo, los asistentes al taller compartieron el amanecer. La claridad del día dejó ver los cabellos mal acomodados, los ojos rojos y ojeros, las caras pálidas. Pero también, la luz del día acentuó

las sonrisas de satisfacción de quienes ya culminaban sus propuestas y se preparaban para exponerlas a los directivos de la Corporación Juan Bosco.

Cada grupo compartía sus conocimientos, uno que otro bostezo y algunas pausas para hacer estiramientos y tomar café.

Ultimando detalles...

Durante la jornada del taller, los estudiantes contaron con la asesoría de los docentes Diego Guzmán y Andrés Lombana. Una vez terminado el proceso, todos querían una última revisión, indudablemente, el espíritu competitivo salió a flote y bajo la premisa de que "siempre se pueden mejorar las cosas", perfeccionaron sus presentaciones antes de ser expuestas. ¡Todos querían ser los mejores! Y sin lugar a dudas lo fueron, pues el proceso creativo al que se sometieron demostró la capacidad de cada uno de poner en práctica la teoría aprendida en los salones de clases.

Continúa en la página 22



“ La 5ta versión del taller de Creatividad Bajo Presión, presentó novedades que enriquecieron el proceso de forma signífica ”





Los resultados...

Al finalizar la jornada, el cliente regresó al lugar del taller para elegir la mejor propuesta de comunicación y rediseño de marca. La Agencia Virus, conformada por los estudiantes Freddy Gordillo, Liseth Rum, Andrés Alarcón, Claudia Núñez y Estefanía, lograron deslumbrar con su propuesta de estrategia publicitaria.

La innovación, la creatividad y los excelentes contenidos comunicativos hicieron que la Corporación Juan Bosco se dejara contagiar de su virus publicitario y comunicativo. Aunque el taller había planteado como objetivo un ganador, el talento se desbordó y se decidió elegir una segunda agencia ganadora.



"La Risa Vecina", conformada por los estudiantes David Restrepo, Valentina Vásquez, Tatiana Granados, conquistó a los jurados al presentar la mejor propuesta de rediseño de marca. Los demás grupos, desarrollaron propuestas de excelente calidad que podrán ser aplicadas para otras entidades.

La unión interdisciplinaria fue tal vez la principal característica que hizo que esta versión del taller fuera diferente, pues en ocasiones anteriores sólo habían participado publicistas. Esta vez, se contó con la presencia de estudiantes de comunicación social y de mercadeo, lo cual dio un valor agregado a las propuestas presentadas.

