

A

Nº 1632
11/01/2021

31€

anuncios.com

Anuncios

CULTURA CORPORATIVA
PARA UNA NUEVA
REALIDAD

20

VMLY&R HA CREADO
LA NUEVA MARCA
ENERGÉTICA IMAGINA

22

JÄGERMEISTER:
LA LARGA HISTORIA
DE UN ÉXITO

26

RETTOS

20

21

1

Expertos de distintos
ámbitos reflexionan
sobre los desafíos
que presenta el nuevo
año para el mundo
de los negocios y
la comunicación.

6

ESPECIAL

MarketingNews

EL BOOM DEL E-COMMERCE



¡QUÉ DIABLOS!

EDU POU

DIRECTOR CREATIVO EJECUTIVO
DE WE ARE SOCIAL SIDNEY

@edupou

Dime con quién andas

Edu Pou entrevista a **Pablo Rochat**



«La pregunta es: ¿con quién quiero hablar, quién me va a escuchar, quién me va a contar algo interesante, enseñarme algo o divertirme? Así veo a las marcas y al contenido en general»

Siempre me ha fascinado descubrir el origen de algunas verdades universales. Al contrario de la discusión sobre el huevo y la gallina, si investigamos un poco podemos datar el nacimiento de muchas perogrulladas. Por ejemplo, fue en 1964 cuando Marshall McLuhan acuñó lo de “el medio es el mensaje” —o el masaje, gracias a un error de imprenta, que el comunicador canadiense aceptó con gusto al ver en la errata una señal, o un mensaje, si se me permite la redundancia—.

McLuhan supo darle forma a una observación sobre la relación entre el creador y su entorno. Sin quitar mérito a su frase, la cita atribuida a

Miguel Ángel: “Vi al ángel en el mármol y tallé hasta que lo dejé en libertad”, refleja que esa dialéctica era *vox populi* desde mucho antes. Posiblemente, tan antigua como su aceptación sea su negación por parte de artistas que se expresan en los límites del medio que utilizan. Pablo Rochat es uno de esos artistas. ¿Su lienzo? Instagram.

Edu Pou.— Déjame que empiece diciendo que cuando tengo un mal día me meto en

tu cuenta de Instagram y me cambias el humor. El vídeo de *El grito* de Munch tamborileando sus mejillas para hacer música nunca falla. ¿Cómo te sientes sabiendo que haces feliz a tanta gente?

Pablo Rochat.— Feliz es una palabra mayúscula. Yo me conformo con distraerles un par de segundos.

E. P.— Bueno, alegrar dos segundos de la vida de tantos no es poca cosa.

P. R.— Bueno, pues gracias. Ahora, tú eres el que me hace feliz a mí. Me paso horas y horas pensando en ideas para esos dos segundos de distracción. Es bueno oír que el esfuerzo tiene recompensa. Paso tanto tiempo conmigo mismo que a veces pierdo perspectiva.

E. P.— ¿Cómo es un día de Pablo Rochat? ¿Cuántas horas pasas frente a una pantalla?

P. R.— ¡Muchas! Casi tantas como delante de la libreta que uso para bocetar mis ideas. Cuando consigo llenar dos páginas, el día ha valido la pena. Nada sienta mejor que dibujar un concepto. Al *postear* casi cada día, soy consciente al instante de lo que requiere su producción. Si me va a tomar más de dos horas, prefiero invertir ese tiempo en tener otras ideas.

E. P.— Tienes toda la razón. A menudo me quejo de las academias de Publicidad y de cómo no tienen en cuenta la producción. Convierten el proceso en algo puramente intelectual. Y luego salen estudiantes con la carpeta llena de casos de estudio de ideas de cómo salvar el mundo imposibles de llevar a cabo.

P. R.— Exactamente. Creo que un poco por accidente desarrollé mi estilo *lo-fi* con la produc-



ción en mente: la luz puede ser distinta cada vez, puedo usar diferentes cámaras, lentes... Tengo mucho respeto por los que tienen el oficio y la paciencia para hacer un trabajo de alta calidad, pero yo he diseñado mi estética para asegurarme de que disfruto de cada etapa. Lo peor que me podría pasar es hacerme famoso por algo que no me gusta hacer.

E. P.— Podemos estar más o menos de acuerdo en si la palabra feliz es la correcta, pero lo que está fuera de debate es que tienes un estilo muy personal. Atrae a seguidores pero también a imitadores. Recuerdo que Burger King te robó un juego en Instagram y tú les diste una lección creando un mosaico en su propia cuenta, al identificar imágenes con su nombre de usuario. Y tus seguidores se sumaron a la iniciativa. En general, ¿cómo gestionas que te roben ideas?

P. R.— Me encantó que mi comunidad me siguiera. No lo esperaba. Normalmente no reacciono. Sé que hay *influencers* que se quejan, pero yo lo veo como un desperdicio de energía. En lugar de perseguir al que roba ideas viejas prefiero crear ideas nuevas. Me cuesta dejarlo correr, no creas, pero el ángel en mi hombro me dice que es lo correcto. A final de cuentas, siento gratitud por hacer lo que hago.

E. P.— Para esta serie de entrevistas he hablado con gente a la que admiro: Danilo Lauria, Masa Kawamura, Jeff Greenspan, Ivan Cash... Todos venís de ámbitos muy distintos, pero todos tenéis en común el amor por lo que hacéis.

P. R.— Conozco bien a Iván. Él me ayudó a decidirme a ser independiente. Es un tipo muy profundo y consciente.

E. P.— Hablando de consciencia, cuando creas con tanta



BIO. Pablo Rochat nació en San Francisco y creció en Atlanta. Aunque su idea inicial era convertirse en pintor como su madre, acabó estudiando Diseño Gráfico en la Rhode Island Graphic School. Después de una estancia como becario en *Vogue*, trabajó como diseñador en Matador Records y en Microsoft, fue director de arte en Goodby Silverstein & Partners y director del Creative Lab de Tinder. En 2017 fundó su propio estudio creativo, en el que ha trabajado para marcas y agencias como Apple, Nike, *New York Times*, Hermès, Netflix, Balenciaga, Instagram, Airbnb, Chipotle, Wieden + Kennedy, Gucci, Tommy Hilfiger, T-Mobile, Red Bull, NBC, Reebok, Golden State Warriors, NBA, 20th Century Fox, Adobe, Nickelodeon y Doritos.



asiduidad, supongo que a veces da vértigo. ¿Tienes algún mantra que te ayude a salir del pozo?

P. R.— Mi mantra es *Ten el máximo número de ideas que Pablo pueda tener*. Incluso lo escribo, una y otra vez. Planteo mi trabajo como un entrenamiento de maratón, pero en lugar de correr diez millas al día,

me obligo a tener diez ideas al día. Me pongo mucha presión y me he quemado un par de veces. Hacer ejercicio y dormir bien me ha ayudado mucho. La salud mental es muy importante porque, al final, la creatividad es como una droga y su efecto no dura demasiado. Especialmente para mí, que necesito a alguien del otro lado de la pantalla que valore lo que hago.

E. P.— Poner tu valor en las manos de los demás es peligroso. Déjame que te recuerde que tu trabajo tiene mucho valor. Y no solo por arrancarnos una sonrisa, sino también por iniciativas más profundas, como tu intervención urbana para convertir la mano abierta de un semáforo peatonal en el puño de Black Lives Matter.

P. R.— Como persona pública, siento la responsabilidad de formar parte de los movimientos en los que creo, sin que ello implique hacer política. Cuando empecé a usar Instagram pensé en no usar mi nombre, para distanciar mi identidad de lo que hago. Me alegro de haber decidido lo contrario, porque me

permite ser más honesto con el trabajo que quiero hacer. Me di un briefing a mí mismo para hacer un *post* de apoyo a Black Lives Matter. Consulté a gente implicada para asegurarme de que era apropiado, y tuvo buena acogida. Hubo algún que otro 'troll', pero eso no me importa. Solo me hiere cuando alguien me dice que una idea ya se ha hecho o que no he estado a mi altura. Cada vez encajo mejor la crítica, pero no soy inmune.



INVITADOS

E. P.— ¿Cuál es la mejor cara de las redes sociales?

P. R.— Cuando los creadores y los usuarios son gente con la que te apetece estar. Las marcas son como invitados a una fiesta. Cuando entras, ves a McDonald's en la barra, a Burger King, a los de Old Spice bailando... La pregunta es: ¿con quién quiero hablar, quién me va a escuchar, quién me va a contar algo interesante, enseñarme algo o divertirme? Así veo a las marcas y al contenido en general. ¿Con quién quiero pasar el rato?

E. P.— ¿Y la respuesta es?

P. R.— Me encantan los buenos memes, como los que selecciona @daquan en Instagram. También me gustan artistas como @nicole-claughlin porque hacen cosas que ni me he planteado. Me gusta ver vídeos de *life hacks* en TikTok y meterme en Twitter para enterarme de las noticias y chafardeos de los famosos. Pues, para mí, donde esté un buen Pablo que se quiten los Kanyes. ¡QD!

[El trabajo de Pablo Rochat puede seguirse en la cuenta @pablo.rochat de Instagram]