



En los años sesenta y setenta, la publicidad vivió su época dorada con gente muy creativa y talentosa. Nada que ver con la serie *Mad Men*.

regresé a Nueva York, donde me enrolé con Young & Rubicam, una empresa de publicidad que hacía cine, tema que me interesaba mucho y en el que ya había incursionado.

*Era la época mítica de la publicidad cuyo epicentro era Nueva York.*

Sí. Pero ni por asomo era como la serie que están dando en Netflix donde los protagonistas son unos señores que toman mucho trago y siempre están acostándose con la mujer de otro. En los años sesenta y setenta, la publicidad vivió su época dorada con gente muy creativa y talentosa. Fue la época del nacimiento del videoclip, de la grabación en película y la edición en moviola.

*¿No cree que, con meritorias excepciones, la creatividad y el ingenio en la publicidad están de capa caída y nos hemos llenado de una publicidad insulsa y chata?*

Aquí ha habido muy buenas campañas publicitarias y hay gente muy talentosa que ha ganado premios dentro y fuera del país pero, para responder a su pregunta, creo que, como primera medida, hubo un relevo generacional y también un relevo tecnológico frente al cual el cliente no evolucionó. Su motivación sigue siendo la misma: "vender, vender, vender". Por otra parte, diría que en todas las épocas hay talento, pero me parece que estas nuevas generaciones podrán ser muy bien "informadas" porque viven conectadas a internet y sus redes sociales, pero su cultura es epidérmica. No leen, no se contextualizan. La gran diferencia es que los que hoy están frente a la tecnología no son dueños de la dosis de cultura necesaria, cuando lo cierto es que las artes siempre han sido la mina de oro de la publicidad. George Lois, uno de los más grandes publicistas de la historia, decía: "¿Por qué ser simplemente un pensador creativo cuando puedes ser un provocador cultural?".

*¿Qué busca usted, entonces, con sus programas en la Universidad Tadeo Lozano?*

Trabajo en el Departamento de Publicidad, en el tema de la innovación y la creatividad, buscando concienciar a los muchachos en el sentido de que hay