

Jordi Trilla: "En publicidad nunca se debe mentir"

El pasado 11 de marzo de 2024, el publicista Jordi Trilla ofreció una entrevista a los alumnos del INS Alfacs, donde se reunieron en la sala de actos del recinto, vía videollamada, para preguntarle sobre la publicidad.

Los alumnos le hicieron las siguientes preguntas:

1 -¿Cuándo empezaste a trabajar como publicista?

Empecé en septiembre del año 1991

2 - ¿Puedes ganarte la vida siendo publicista?

Sí, hay categorías como becario, junior,...

Vas ascendiendo con el tiempo

3 -Si yo quisiera ser publicista, ¿qué consejos me darías?

debes estudiar, hay diferentes perfiles, para ser publicista creativa, hay que ser curioso, hay que ser abierto de mente, el arte de la cultura, salir de la zona de confort.

4 - ¿Cuánto gana la empresa por año?

Unos 18.000.000€ al año.

5 - ¿Mejor campaña?

La mejor está aún por venir, pero una de las mejores que ha hecho es Ilibrefils

6 - ¿Hay líneas rojas en la publicidad?

si, su empresa no trabajaría ideología machista xenofobo, homofobia, marcas que fomentan guerras, maltrato animal,..

NUNCA se puede mentir

7 - ¿Qué se tiene que hacer para ser directivo (triunfar)?

Es necesario mucho trabajo y esfuerzo, la trayectoria importante y experiencia. El talento como tus productos sean bien elaborados.

8 - ¿Querías ser publicista?

No, no le había venido a la cabeza la idea. Quería ser misionero

9 - ¿Qué es lo que más te gusta? ¿Y qué te motiva?

La pasión que tengo por esto es lo que más me gusta. Lo que más me motiva es cuando tengo que competir para que me adjudiquen una campaña.

10 - ¿Cuántas personas te ayudan a hacer los anuncios?

Siempre depende de la campaña, pero siempre hay un/a coordinador/a, un equipo creativo que consta de varias personas, guionista ,director/a de arte, persona que elige los colores,

....

11- ¿Qué tipos de anuncios son los que más éxitos tiene?

Aquellos que cuentan una historia relevante para sus públicos

12 - ¿Ha habido alguna vez que te hayas quedado en blanco (no tuvieras ninguna idea para publicitar) ?

No a veces sale a la primera y en otras ocasiones, hay que re TRABAJARLO y siempre con el apoyo del equipo creativo

13 - ¿En qué piensas usualmente cuando tienes que crear un anuncio?

Siempre partimos de briefing análisis de la competencia, entender quien el público target sus necesidades hábitos estilo de vida y luego vas definiendo el concepto creativo que será original que genere impacto y será relevante para el target

14 - ¿Cuál es la campaña donde has tenido más libertad de creación?

En la mayoría pero aquellas que tienen un trasfondo social y que conectan con los derechos civiles

15 - ¿En qué campaña estás trabajando ahora mismo?

Un lanzamiento de una bebida pero no pude decir la marca por temas de confidencialidad