

“La interfase es el centro de atención: Ser, hacer, decir”.

Por Mariano Jeger, VP, Executive Creative Director de R/GA BA, Argentina.

Mariano comenzó en R/GA Buenos Aires hace cuatro años, donde se encarga de desarrollar y supervisar el departamento creativo, al mismo tiempo que trabaja con otros directores creativos de la red en diversos proyectos. Sin mayor introducción respecto a las diferentes tareas que Mariano debe cumplir dentro de RG/A, yo lo resumiría como “El trabajo que todos queremos tener”.

En palabras de Jeger, R/GA es una empresa que brinda consultoría, diseño y, al mismo tiempo, es una agencia que ayuda a las marcas a comunicar todas las cosas que hacen por la gente. Las primeras palabras que dijo al momento de dar inicio a la charla fueron: “La disrupción tecnológica cambia con la concepción de las marcas”, imposible no prestar atención.

Jeger nos habló durante una generosa cantidad de minutos respecto a que la interfase es el centro de atención ya que si bien estamos en una era donde lo digital es lo que mayor terreno abarca, y donde las nuevas generaciones interactúan desde el día uno con todo lo que son móviles o tabletas, para las marcas todo esto de la “interfase” representa un verdadero desafío. “Mucho se habla de la incidencia del avance tecnológico a la hora de ofrecerle algo útil a la audiencia, generar impacto en las personas a través de la conjunción de las buenas ideas y la tecnología está empezando a ser algo concreto y real.” Esas fueron las palabras con las que Jeger nos explicó que la tecnología vive dentro de nosotros, y ya no es solamente para ayudarnos a realizar pequeñas tareas, sino que ahora son capaces de cambiarnos la vida, en RG/A desarrollaron un proyecto llamado Powerchair, en el que la selección paraplégica de argentina de futsal podría entrenar con una silla de realidad virtual.

Creemos personalmente que no es necesario decir más palabras respecto al caso para dar a entender lo que Jeger nos explicó, la tecnología vive entre nosotros, ayudándonos de manera conjunta.

Por último, nos invitó a reflexionar un poco respecto a cuales son los objetivos o las metas que persigue una marca o una organización, para Jeger, RG/A busca “Construir marcas hoy, que funcionen mañana”, esas palabras probablemente son la definición mas concreta y al mismo tiempo funcional que uno podría esperar de una empresa ligada al rubro.

Mariana Pozo y Santiago de la Mora **Taller VI**