



# CREATIVO COMPULSIVO

***POR IVÁN LOMSAOV. FOTOS DE AGOSTINA ROSSO. El tipo que idea nuestra tira *Tengo hormigas en casa* trabaja y gana en la inventiva de publicidad hace dos décadas, ahora desde agencia propia. Y el resto del tiempo no puede ni quiere dejar de barajar otras ideas e historias, proyectos orientados fuera del circuito publicitario pero sin desechar lo que éste le enseñó. Además le gusta mucho conversar. Charla tranquila con una mente hiperactiva en la paz de un cementerio.***

Más de un viejo manual de periodismo, al hablar sobre entrevista en profundidad, aconseja que, si no es factible acceder al domicilio u otro ámbito privado del entrevistado, se lo invite a elegir un lugar "neutral" pero donde él se sienta cómodo. No intenté conversar con Silvio Freytes en su casa ni en su trabajo y pasé directamente a la segunda opción. Pero solicitándole una salvedad que también suelen soplar aquellos manuales: que, en lo posible, para permitir una grabación inteligible, no sea un lugar ruidoso. Y el tipo propuso un cementerio.

**—¿Porqué elegiste que charlemos acá, más allá de lo silencioso?**

—Me pasa algo especial en los cementerios. En éste, en particular, tengo un hermano apenas menor que yo que murió chiquito...Y cada vez que vengo me pregunto: ¿Esta gente habrá logrado lo que se propuso en la vida? Me hace

reflexionar bastante sobre la forma que uno tiene de encarar las cosas... Por ahí veo tumbas de niños, o de este señor... J.S., que tenía 70 años, y pienso... ¿Cuáles fueron felices? Siempre me inquietó pensar en lo distinta que podría haber sido mi vida si ese hermano hubiera seguido viviendo.

## MILES DE IDEAS

Silvio es autor o coautor de muchos de los mejores avisos de la publicidad generada en Córdoba, paridos en un par de agencias grossas y ganadores de decenas de premios nacionales e internacionales como Lápiz de Oro y Lápiz de Plata. Son avisos muy difundidos de supermercados, shoppings, celulares, gaseosas y cervezas —por ejemplo— que, si rastrean “Silvio Freytes” en Google Videos, muchos de nuestros lectores reconocerán. Polifacético, ultrameticuloso y comprometido con su labor, Freytes nunca se conformó con idear los comerciales y escribir su guión. Siempre le gustó involucrarse activamente en la dirección de arte y toda la producción (casting, scouting, selección de locaciones...) y, si es posible, colaborar en la dirección del rodaje.

Pero además, al tiempo que codirige su flamante agencia propia, llamada Noche, Silvio escribe literatura y guiones audiovisuales no publicitarios, piensa en sus aplicaciones para juegos de consola y baraja otros inventos mientras pinta y esculpe. Tiene, desata y anota avalanchas de ideas en permanente ebullición. Así funciona hace unos 20 años, cuando el trabajo en publicidad le hizo re-descubrir su capacidad para crear y narrar historias. Algunas de ellas ya tomaron estado público extrapublicitario en forma de cortometrajes, telefilmes, cómics y cuentos infantiles. Otras de sus ideas buscan la oportunidad de materializarse como series de TV, juegos de mesa, ringtones o un vaso. Y en esa etapa dice estar Silvio Freytes: en hacer realidad muchos proyectos artísticos que viene delineando.

**—Estar sentados entre estas cruces me recuerda que han filmado una apertura de película de terror a partir de un guión tuyo: *Part of us*. ¿Ese género te interesa particularmente?**

— No... Como cualquier otro. Yo tengo una necesidad muy grande, imperiosa, de contar cosas. Ando permanentemente con cuadernos gordos donde anoto ideas, datos, diálogos, desarrollos, personajes, finales, comienzos, títulos...

**—Compulsión, le dicen algunos...**

—Sí, totalmente compulsivo. Soy un obsesivo compulsivo.

**—Escritor compulsivo.**

—Sí, pero escritor de ideas. Y lo que me dispara a escribir es bajarlas a tierra. Tengo cuatro cajas grandotas llena de papeles y cuadernos ya

amarillos que contienen ideas. Entonces cuando estoy escribiendo un guión y entro a una parte donde, por ejemplo, necesito un robo absurdo, busco ahí, porque sé que ya lo creé. Y por ahí, al buscar, me topo con la caracterización de un personaje, me gusta y la llevo al guión. También tengo una carpeta de archivos Word que pesa tres gigas con todas las cosas que voy escribiendo, elaborando.

**—¿Te pasa ver que otra persona tuvo la misma idea que vos anotaste en algún lado y todavía no usaste?**

—Sí, pasa un montón. Y me da mucha satisfacción. Porque si alguien la usó y le funcionó, no estoy tan alejado... Por eso no hay que casarse con las ideas, hay que generarlas. A muchos se les ocurre algo y lo magnifican: es eso y eso y eso. ¡Y hay miles de ideas!

**—Teniendo ese gran banco de proyectos ¿Cómo jerarquizás tus ganas de concretarlos? ¿Tenés un orden de prioridades?**

—No... Lo voy administrando de acuerdo a las oportunidades. Por ahí, por decirte, hay un boom de determinada categoría de cosas y recuerdo que tengo algo de eso. Entonces lo busco, lo mejor y empiezo a moverlo: lo mando a una productora o a un inversor y voy viendo qué pasa, qué más necesita.

## SALTAR EL TECHO

**—¿Te hiciste publicitario por vocación, por necesidad, por conveniencia...?**

—Por evolución. Empecé por la gráfica, trabajando en diseño. Había hecho como 300 logos para bancos, inmobiliarias, productos, pequeños





comercios y sentí un techo, me estaba repitiendo. Y siempre me preocupé por no repetirme. Justo en ese momento, los clientes me empezaron a pedir avisos, primero gráficos y luego para tele. Y los hice.

### **-O sea que tu recorrido empezó por lo visual antes que por la palabra.**

-Sí, siempre dibujé. Luego estudié diseño medio año y obtuve las herramientas para seguir aprendiendo solo. Mientras trabajaba en eso, hice un poco de Bellas Artes y Cine. Y empecé a trabajar en publicidad. Lo bueno de la publicidad es que te obliga a pensar rápido, y todos los días. Porque te encontrás con un problema y tenés que darle una solución que sea creativa y a la vez estratégica. Eso te obliga a estar permanentemente fres-

## "Sólo un segundo", un cuento

El primer cuento para niños firmado por Silvio Freytes que accedió a la publicación es un relato de estructura circular que encadena una multitud de acciones que ocurren simultáneamente, en el mismo instante y en un mismo lugar, revelando que hasta el suceso más ínfimo puede acarrear consecuencias determinantes. El autor lo ofreció por mail a la editorial Kalandraka, porque era uno de sus sellos favoritos en ese rubro. La empresa aceptó gustosa el cuento, lo hizo ilustrar por el brasileño Favio Morais y lo editó en España en castellano, gallego y catalán. Luego, "Sólo un segundo" apareció en Francia, Nueva Zelanda, Australia y varios países de Centroamérica. Y ahora está por salir en Italia e Inglaterra. Entretanto, Silvio termina de pulir otros dos cuentos infantiles con destino de edición española.



co en tu cabeza para encontrar múltiples variantes de solución. Y siempre dentro de la creatividad, ya sea humor, imprevisto o lo que capte la atención y llegue como mensaje. Ese ejercicio es invaluable.

### **-¿Cómo te pintó escribir cuentos infantiles?**

-Los empecé a escribir para mis hijos. Porque la literatura que venía escribiendo era bastante oscura: policiales negros, terror... Y eso no lo iban a leer mis hijos hasta que crecieran un poco... Así que les escribí un par de cuentos que luego mandé a editoriales. A esa altura ya les había comprado muchos libros infanto-juveniles a mis hijos, y se los leía. Y también los había empezado a comprar para mí, me había hecho un lector, también compulsivo, de ese tipo de literatura.

### **-El policial negro, que mencionaste, suele mostrar costados oscuros de la sociedad que por lo general están ausentes en el mundo luminoso que construye la publicidad. Al trabajar en ese ámbito, ¿te queda una necesidad de mostrar ese "lado B"?**

-No... Nunca encaré mi literatura como forma de contar las cosas que "no pasan" en publicidad. Yo con mi profesión estoy encantado. Pero pasa que soy muy sociable. Me gusta conocer gente. Hablo mucho con la gente, durante horas, y la escucho. De todos los estratos sociales y niveles

económicos: un lustrabotas, un millonario, un tipo que maneja prostitutas, un vendedor de celulares, un cura o un ex preso. Mi vida siempre fue así y he absorbido muchas experiencias a las que siempre les encontré algo interesante. De todas fui sacando cosas, y sin querer se van canalizando en alguna creación.

### **-¿Creés en lo que llaman "inspiración"?**

-Sí, creo que existe. Mucha gente me lo ha demostrado. Y se me han ocurrido algunas cosas así de la nada... Pero yo tengo una conducta de trabajo: todos los días tengo que escribir algo, de lunes a lunes. Al menos una idea, un párrafo, una oración, un título, algo. Se me hizo hábito. Y si no me sale nada, tiro, tiro y tiro hasta que encuentro algo. Tengo metodologías de trabajo. Y tengo la educación comercial o estratégica de mi profesión que me hace pensar en lo que es factible, o no, realizar, y en la potencialidad global de las ideas. La idea sola puede ser pura ocurrencia. Pero darle forma es trabajo.

### **-¿Entonces la creatividad se entrena, y se puede enseñar?**

-Se puede educar, sí. Yo daba la materia Creatividad en las carreras de Cine y de Publicidad en La Metro. Y nunca fui docente, pero soy responsable de lo que hago y de lo que transmito. Tuve la desgracia o la suerte de haber aprendido casi todo solo, porque soy curioso, obsesivo: a cada asunto realmente me preocupa entenderlo, decodificarlo y hacerlo. Entonces a los alumnos me propuse enseñarles a pensar. Y eso me obligó a organizar mi pensamiento y bajarlo en fórmulas. Mis clases eran súper prácticas, y mi satisfacción más grande era cuando los pibes decían "¡Ah! Je... No era tan difícil". No, no es difícil: hay que saber ordenarse cómo pensar, aprender a observar y a expresarlo de manera diferente. Algunos lo adoptaron y están haciendo cosas muy interesantes. 🎧

## Una mano de locos, una película

Poco tiempo atrás, un guión de mediodrama escrito por Silvio fue premiado por el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales con un subsidio para concretar su rodaje. Gracias a eso, el proyecto se está convirtiendo en un telefilm con la producción de la cordobesa Malevo Films, bajo la dirección de Bunny Croatto y con total participación de actores locales. El argumento se centra en cinco hermanos de distintos padres y con cierto tipo de retraso mental que deben procurar 600 pesos para pagar el rescate de su madre, que fue secuestrada. Por estos días, la productora tenía *Una mano de locos* en etapa de postproducción, completando la edición de audio.