

Sebastián ha hecho una corta y fructífera carrera en la publicidad. A los 32 años es el vicepresidente creativo de Grey, que está en el *top ten* de las agencias de publicidad en Colombia.

Sebastián Mallarino

Se roba el *show* en Cannes

A sus 32 años, el hijo del actor Víctor Mallarino es vicepresidente creativo de la Agencia Grey, que acaba de ganar en el Cannes Lions Festival diez leones, entre ellos cuatro de oro y un Grand Prix, algo sin precedentes en la historia de la publicidad en Colombia.

Sebastián Mallarino y Emiliano González, los dos vicepresidentes creativos de Grey Colombia, llegaron en junio al Cannes Lions Festival, el evento de publicidad con más reconocimiento en el mundo, sin muchas expectativas de ganar pues habían participado en años anteriores y el león siempre les fue esquivo. Sin embargo, esta vez la dinámica cambió. Todos los días les llegaba un correo anunciándoles un nuevo premio e invitándolos a la gala. “Lo

normal es que uno vaya a una pero nosotros prácticamente tuvimos que ir a todas. Ya se nos había agotado la ropa. A Emiliano y a mí nos tocó intercambiarnos los *blazers* para subir a la tarima a recibir los galardones”. En total se llevaron diez leones, entre ellos cuatrooros (tres con Tigo Une y uno con Ecopetrol) y un Grand Prix en la categoría de Product Desing para Tigo/ Une, este es el premio más importante que entrega el festival. “Hace poco salió un artículo que dice





Hace poco una revista lo destacó como uno de los creativos con más futuro de su generación. Además de la publicidad quiere sacar su licencia de piloto de aviación y tiene un simulador en su casa con el que entrena para después hacer el curso.

del Grand Prix y escribió: "Ese que está reflejado ahí es Sebastián Mallarino. Ese mismo que me hincha de orgullo. Ese que me ha arrancado unas lágrimas esta semana". Sebastián tiene una muy buena relación con Víctor, a pesar de que se divorció de su mamá cuando era un niño y él se quedó a vivir con ella, Lotti Haeger, una directora de arte de televisión, quien le enseñó a ver la vida con los ojos de la estética. "Afortunadamente ella entendió que nunca iba a ser bueno para las matemáticas o iba a sacar más de 4 en un examen de química. Ella sabía que lo mío era lo artístico

Sebastián tuvo que comprar una maleta nueva para traer a Colombia los cuatro leones de oro y un Grand Prix, que es el mayor premio que entrega el Cannes Lions Festival.

y me regaló todo el Lego del mundo para que pudiera expresar mis ideas", cuenta.

Sebastián tiene el gen creativo de los Mallarino e incluso llegaron a pensar que seguiría los pasos de su padre en la actuación. Desde los 11 a los 13 años actuó en la serie *El día es hoy* de Colombiana de Televisión, donde hacía el papel del amiguito de un niño que tenía leucemia. "Una vaina malísima que afortunadamente nadie vio,

que las probabilidades de ganarse un Grand Prix en Cannes es del 0,07 por ciento y que eso le pase a una agencia en Colombia, que lleva solo 16 años en la industria, no tiene precedentes", dice, emocionado.

Para Sebastián lo más conmovedor fue la alegría de sus colegas, a quienes no les importó si eran competencia o no. "Mi papá es amigo de toda la vida de Francisco Samper, CEO de la agencia Lowe, y él, sentado en el auditorio, como si fuera la obra de teatro de un niño chiquito, le mandaba fotos y videos diciéndole 'vea a su chino'. Ahí mismo él me escribía haciéndome el reclamo porque no le contaba pero yo estaba ocupado y no le podía narrar el minuto a minuto".

Víctor, quien no es muy amigo de exponer su vida privada en las redes sociales, no pudo contener las ganas de mostrarles a sus seguidores de Twitter una foto de su hijo con la estatuilla



El hijo de Víctor Mallarino dice que aunque su apellido no le ha servido de palanca como algunos creen, sí siente que estar al lado de una persona tan creativa como su papá, que sabe contar historias, es una ventaja.

FOTO: ARCHIVO PARTICULAR



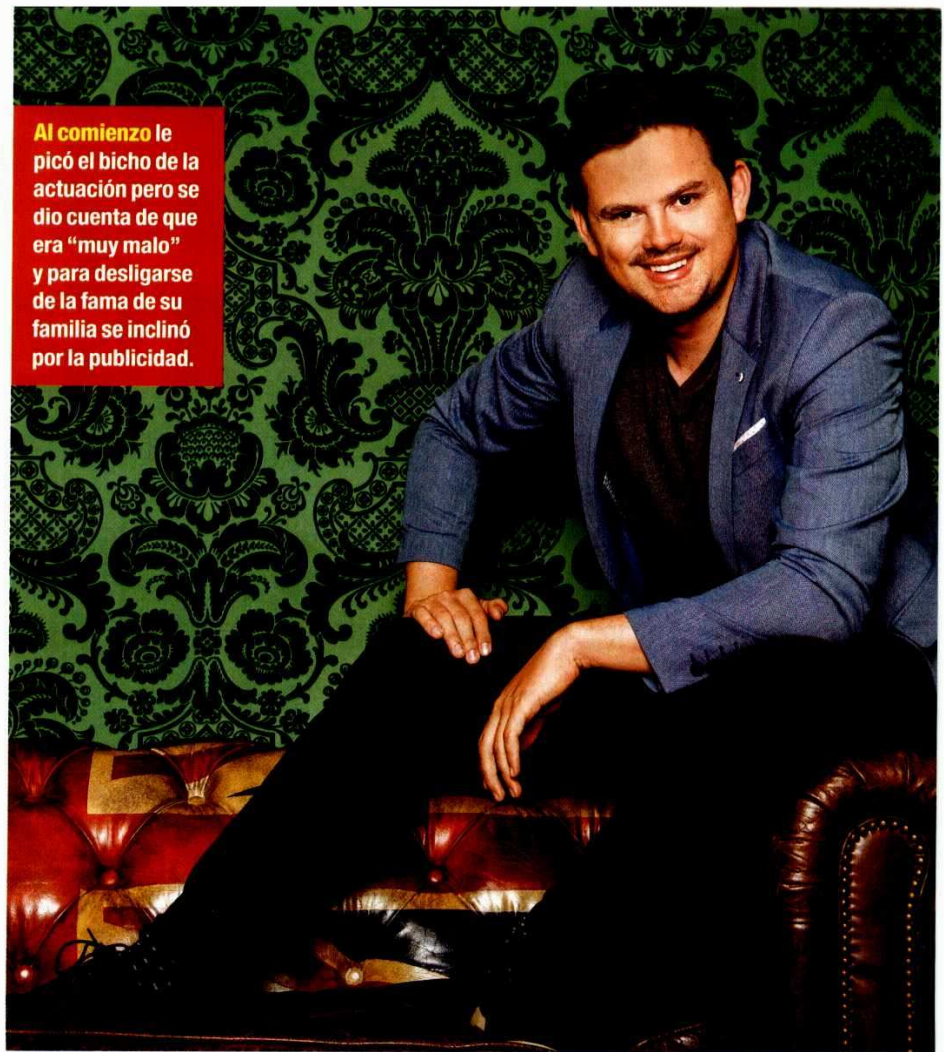
Sebastián y Emiliano González, los vicepresidentes creativos de Grey, recibiendo en Cannes uno de los cuatro leones de oro.

FOTO: ARCHIVO PARTICULAR

porque además soy muy mal actor, de mirar a la cámara y todo”, cuenta, entre risas. En ese momento sintió que no iba a seguir la tradición familiar. “Pensé que si llegaba a triunfar en ese medio, la conclusión iba a ser: ‘claro es que ese man es hijo de...’”.

Su vena artística lo llevó a estudiar cine en Suecia pero el frío acabó con sus planes y lo hizo regresar a Colombia. Sin saber muy bien qué hacer, le hizo caso a la recomendación de una amiga de entrar a estudiar publicidad en la Tadeo y se enamoró del tema. “La publicidad tiene una cosa muy mágica y es que tu idea muy rápidamente está plasmada en el mundo real; en cambio en el cine te puedes demorar tres o cuatro años para ver la película que hiciste”, dice.

En la universidad se ganó un concurso para entrar como practicante en la agencia OTL, de ahí saltó a AD y luego a Grey, donde lleva nueve años y es vicepresidente creativo. En la agencia tiene fama de caballero y nunca lo han visto de malgenio. A pesar de tener 32 años se ha ganado el respeto del equipo creativo y de los clientes que no dejan de sorprenderse cuando lo ven entrar a la sala de juntas por primera vez. “Al comienzo a muchos les cuesta crearme, además porque tengo cara de niño”, dice. Él y Emiliano revisan las ideas de los creativos y verifican que se ajusten a los parámetros que piden las marcas que los contratan. Cada tres semanas hacen un *council* creativo local, una especie de American Idol de la publicidad, donde cuatro equipos presentan sus ideas y diez jurados de diferentes áreas de la agencia escogen las mejores y las desarrollan. A veces de 300 solo dos pasan to-



Al comienzo le picó el bicho de la actuación pero se dio cuenta de que era “muy malo” y para desligarse de la fama de su familia se inclinó por la publicidad.

Su video en el que es atropellado por un conductor mientras va en su bicicleta se hizo viral en las redes sociales, en las que sus seguidores quisieron imponerle una sanción social al agresor.

dos los filtros y son las que mandan a competir a Cannes.

Curiosamente, en estos días Sebastián es popular no solo por los premios sino por el video que subió a Facebook en el que un conductor lo atropella cuando va pasando por la 100 con 15 en su bicicleta y al reclamarle se baja del carro a pegarle y después se vuela. El video fue compartido por los seguidores de Sebastián con la idea de identificar al agresor y rápidamente se volvió viral.

“Muchas gracias a todos por el apoyo, me devolvieron la confianza que se le quiebra a uno cuando pasan estas cosas. Gracias por hacerlo público, estas personas no pueden seguir quedando en el anonimato ni cobijadas por la permisividad. Estoy haciendo todo lo que está en mis manos para que esto tenga las consecuencias que tiene que tener”, escribió Mallarino. La Secretaría de Tránsito ya identificó al agresor y, al cierre de esta edición, Sebastián estaba en el proceso de poner la denuncia en la Fiscalía. Seguramente de esa experiencia negativa nacerá la idea para una nueva campaña que busque mejorar la movilidad vial en Bogotá. ●