

Agustín Jaramillo Londoño

# Y otro testamento del paisa... publicista

Texto: Margaritainés Restrepo SantaMaría  
Fotografías: Hernando Vásquez-Hervásquez-De El Colombiano

"¡Han llegado mercancías, al almacén de don Manuel Adán Gómez...!". "Esta noche, gran función en el teatro municipal...". A Agustín Jaramillo Londoño se le quedaron grabadas las frases de ese hombre, equipado con corneta y "victrola", que gritaba en la plaza de Sonsón. Tenía cuatro o cinco años y visitaba a sus abuelos Jaramillo.

Ese fue su primer contacto con el mundo de la publicidad, en los años 30. Y, por esos mismos días, lideró su primera campaña de éxito -especie de buen augurio-. Le vendió a su familia la idea de cambiar su nombre de pila. Porque un día decidió que se llamaría Agustín, como su papá, y no Lorenzo.

## JUGANDO A LA EMISORA

En "mangas de camisa". Descomplicado. Al frente de su empresa -AJL Publicidad-. Al lado de una sencilla mesa redonda. En una oficina que tiene lo suficiente. Una conversación agradable, con un gomo de los idiomas, conocedor de las formas gramaticales, del purismo de nuestra lengua, que no olvida ponerle a sus palabras el ingrediente sabor, el toque combinado de historia y cuento.

Claro, positivo, activo, enamorado de su oficio, de su tierra. Firme en sus conceptos. Muchos años después de jugar "a la emisora" con sus primos, de ser un locutor de 8 años, de anunciar los discos y hacer cuñas de productos imaginarios con la ayuda de un micrófono que tiene la virtud de funcionar sólo a los pequeños: un palo de escoba. Muchos días después de sus ires y venires por los pueblos, hablando con la gente, estudiando el folclor, recogiendo momentos y relatos para nutrir su Testamento del Paisa.

## TODOS SUS GUSTOS EN UN OFICIO

Descomplicado. Claro. Franco y sin complejos. Tiene el equipaje de un autodidacta creativo, disciplinado, estudioso, tenaz y leal con sus principios y sus intereses y sus "quereres". Nunca soñó con ser "dotor" o ingeniero. Estudió con los Jesuitas y en la Bolivariana, pero no terminó bachillerato. "La vida me hizo publicista y en ella encontré todas las cosas que me gustaban. Las ventas, la pintura, la sociología, la psicología, la lectura y el teatro.

Efectivo en las campañas de productos masivos. Optimizador de presupuestos. De-



fensor de la investigación de medios, de las necesidades de sus clientes. Definitivamente quiere acertar, hacer las cosas bien.

Su equipaje de publicista es equipaje de vida, de una trayectoria que no dejó de lado ni siquiera la condición de obrero -manejó prensas de vapor y pulidoras en Fieltrosa, una antigua fábrica de sombreros-. Agente viajero... Años visitando clientes reales y potenciales. Echando "pata", cobrando y vendiendo, recorriendo el Valle del Cauca, Nariño, Caldas...

## AHORA O NUNCA

Una trayectoria con estreno oficial en el mundo de la publicidad, al lado de don Jesús López y "a la sombra" de Guillermo Rossi. Unos años en el Ley y, cuando cumplió 40, "ahora o nunca": independencia. Montó su propia agencia, sin muebles, con la ayuda de una secretaria que no vaciló en sentarse sobre los cajones que guardaban la segunda edición del Testamento del Paisa. Sin clientes, pero con todo el tiempo para conseguirlos.

Publicista que aprendió a "enamorarse" de cada cosa que hace y, una vez coronada, retirarle sus afectos. "Ducho" que no olvida "una señora metida de pata", en su trabajo de lanzamiento de la tarjeta del BIC. Tres ceros de más que se le fueron a un incentivo

## PROTAGONISTA

ofrecido por el banco a los clientes. Tres ceros de más que no vieron ni los de la junta del banco. Dos mil pesos que se convirtieron en dos millones, en las ojas de un periódico: "pero no hubo muertos, ni heridos, ni nadie se acercó a reclamarlos".

Pero sólo el que no hace cosas evita equivocarse. Y como lo dice él en un documento que ha escrito recientemente sobre los vicios de la publicidad... "Colecciono errores, prefiero recoger errores que repetirlos". 25 años trabajando, creando, recogiendo material para otro posible Testamento. Podría ser el del Paisa Publicista... Allí habría mucho de su pensamiento... No despreciar a los clientes pequeños. Para el anunciante, no sapotear con pequeños presupuestos todos los medios: "con dos litros de agua hirviendo pelo un pollo, con 200 de agua tibia nunca lo consigo".

**"Yo no le hago publicidad a cosas que yo no le diría a mi familia que las usara. No soy capaz de decirle a mis hijos 'tomen aguardiente, tomen más aguardiente'. ¿Cómo le voy a decir al pueblo antioqueño, que tome más aguardiente. Si ya de por sí considero que está tomando demasiado?"**

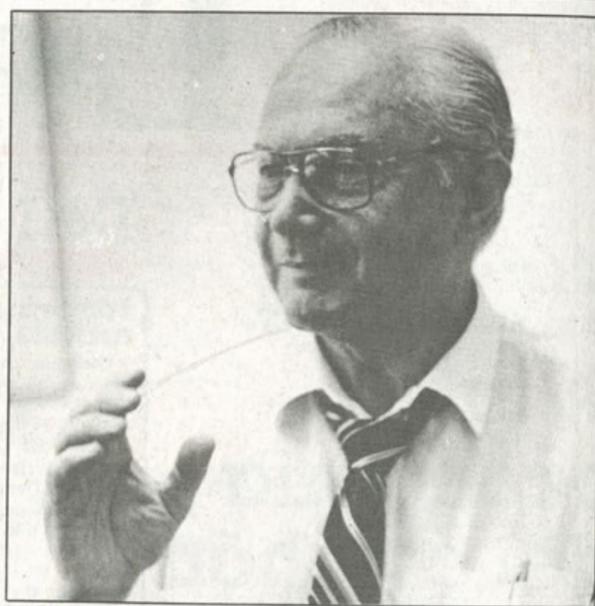
## DEBAJO DE UN PALO DE MANGO

Y mientras escribe... creando y soñando campañas: "No tome licor...". "Compre Seguros...". "Ame a Colombia...". Agustín Jaramillo. Un paisa "feliz" que disfruta, como "cualquier persona normal, con el hogar, la familia -esposa y cinco hijos-, las muchachas bonitas, los atardeceres en el Cauca, las comidas buenas -los frisoles-, la música buena, los libros buenos -mucho los de sabiduría-, las pinturas buenas".

Un paisa que se siente bien entre campesinos y obreros, leal consigo mismo y con el resto de la gente. Religioso. Creyente que no cree en el éxito personal que lleva de gancho "daños paralelos".

Un paisa echao pa'lante, que vio a su madre viuda muy joven -levantar con empeño sus hijos, aunque ello significara vender ensaladas o ajuares, canastas, vestidos de bautizo o coronas.

Y "feliz de estar vivo. Descubrí la felicidad cuando estaba con mi novia debajo de un mango, a las tres de la tarde en La Estrella... y desde entonces no he dejado perder esa felicidad".



## Y en la rifa "me gané la vida"

### NI UNA BOTELLA MAS

"Yo no le hago publicidad a cosas que yo no le diría a mi familia que las usara. No soy capaz de decirle a mis hijos 'tomen aguardiente, tomen más aguardiente'. ¿Cómo le voy a decir al pueblo antioqueño, que yo lo quiero con toda el alma, que tome más aguardiente. Si ya de por sí considero que está tomando demasiado?"

Cigarrillos tampoco. He enterrado muchos de mis mejores amigos por culpa del cigarrillo. ¿Con qué derecho yo digo que se fumen un cigarrillo más? No lo digo por nada.

Porque si hago una campaña mala -estoy haciendo trabajo mal hecho y estoy prestando un mal servicio. Me sentiría sumamente mal. Pero si la hago muy buena, también me sentiría sumamente mal. Porque digo: se tomaron tantos millares más de botellas de aguardiente. ¿Cuántas puñaladas al corazón hay en esas botellas que yo vendí?, ¿cuántos hogares desbaratados?, ¿cuántos niños maltratados, golpeados, cuántas señoras machacadas, como se dice ahora, por esas botellas que yo vendí? No, ni una botella más.

Y si tengo que cerrar la oficina por no anunciar productos de esa naturaleza, la cierro.

No acepto productos que no me gusten, de baja calidad, de dudosa eficacia. Que un remedio para que a uno nunca le dé cáncer, pues no le jalo a eso, porque no creo en eso. Deben ser empresas serias y que me paguen bien".

### COMO EL MATRIMONIO

"Hay veces que uno tiene clientes que no dejan trabajar. Hay veces que uno tiene clientes que no lo quieren dejar ganar. Hay veces que uno tiene clientes que no los ve, uno, contentos. Eso es como un matrimonio, que la felicidad del uno es la felicidad del otro".

### LA LLAMADA FELIZ

"Cuando estaba muy pequeño me llevaban donde el zapatero. Me tomaban las medidas de los zapatos. Uno podía escoger el modelo que quería, escoger el color, si café o negro. Al mes una llamada por teléfono, ya están listos los zapatos. Entonces uno saltaba de la alegría. Lo mismo pasaba con las camisas, los vestidos, los pantaloncillos. Entonces, yo digo que la cuña de radio es La Llamada Feliz, porque le están diciendo a uno: Vea, usted que quería una casa en Laureles, ya tenemos lindas casas en Laureles. Usted que quería chiclets de menta... de lo que uno está antojado".

### EL CUENTO DEL TAXISTA

¿Recomendaciones para manejar el cliente?... "Tendría que decir como don Pablo Lalinde -el hombre que más sabía de telas en Medellín, era un brujo-. 'De telas nadie sabe y el que más sabe adivina'. Yo diría: de manejo de los clientes nadie sabe, y el que más sabe adivina.

Hay clientes claros y transparentes, empresas que uno conoce bastante. Otros que no se dejan ver la espalda ni de su propia agencia de publicidad. Le tapan todo. Ve uno el problema para hacer una campaña... Como el cuento del taxista que iba manejando su carrito por la noche y le puso la mano una parejita. Se sentaron atrás y cogieron a abrazarse y a acariciarse. Entonces llegó el taxista, vio esto por el espejo y les dijo: '¿para dónde van?'. Entonces dice el tipo: "A usted no le importa". Yo tenía un cliente que era así, no se le podía preguntar para dónde iba".

### CARAMELOS PARA NIÑOS

"Mientras haya libre empresa es absolutamente indispensable la publicidad. Si tengo un servicio y soy capaz de hacerlo conocer de todo el mundo sin hacer publicidad no hago publicidad. Si yo produzco cemento, puedo por teléfono informarle a todos los constructores, pero si saco un caramelo para niños no puedo llamar a todos los niños por teléfono. En ese caso pongo una cuñita en una emisora que le llegue a todos los niños.

La publicidad aquí nunca ha tenido edad dorada. Porque empezamos y las empresas decían que eso no servía para nada. Cuando se convencieron de que sí servía, llegaron los extranjeros. Y pasó la moda de los extranjeros y vino la moda de los bogotanos.

Es lógico que si el país va bien y las empresas van bien, con esa bonanza marche la publicidad. Y si está muy mal, pues también llevan del bulto las agencias. Pero una cosa que he podido comprobar es que las épocas regulares son las edades doradas de la publicidad. Si está muy mala le dicen: 'ya sé que necesito pero no la puedo pagar', y si la cosa está muy buena, 'me encanta la publicidad pero resulta que tengo la producción vendida por un año'".

### ¿COMO SE VENDE PAZ?

"La paz no es otra cosa que el fin de la guerra y no hay nada que traiga más la paz que las guerras. Cuando se hace una guerra siempre termina en paz. Pero cuando está haciendo falta una guerra, sustituiría por la paz, a base de una campaña, no creo que se logre. En vano gritarían los publicistas ¡paz, paz!, cuando las balas están haciendo ¡pum, pum! Como se va a poner uno a decir paz, paz, cuando la gente está con hambre, cuando la gente está sin puesto, cuando a la gente la irrespetan".

### LA LOTERIA DE LA VIDA

"Si usted se gana el billete de una lotería se siente una persona muy afortunada. Pero si se la gana dos sábados seguidos, es caso único. Y si son tres, puede ser el único de la humanidad. Bueno, pues la vida suya la están rifando hace 3 mil 500 millones de años y usted se la ha ganado todas las veces. Tenemos que en 3 mil 500 millones de años puede haber 3 mil 500 millones de veces -porque los primeros seres eran de vidas muy cortas, de horas o días- que se jugaron la muerte suya y usted ganó la vida. ¿Cómo no va a estar uno muy feliz de haberse ganado esa verraquera que es la vida?".

## HOY INSCRIPCIONES

CURSOS PARA MICRO-COMPUTADORES de Lunes a Viernes 2 horas diarias.

■ INTRODUCCION A MICRO-COMPUTADORES Duración: 10 horas

■ PROCESADOR DE PALABRA Duración: 20 horas

■ LOTUS 1-2-3 ( Hoja Electrónica) Duración: 20 horas - 2 niveles

■ LOTUS SYMPHONY Duración: 20 horas - 2 niveles

■ dBASE III - BASE DE DATOS Duración: 20 horas - 2 niveles

■ DIAGRAMACION Y PROGRAMACION EN BASIC

■ CURSOS PARA NIÑOS Y JOVENES

■ ALQUILER DE COMPUTADORES

Horarios: 7 a 9 AM - 5 a 7 PM - 7 a 9 PM

**J. Glottmann S.A.**  
DIVISION MICRO-COMPUTADORES Y EQUIPOS DE OFICINA.

MEDELLIN: Cra. 73 No. C-3-23, Laureles  
Teléfonos: 248 3768 - 248 6590

ACEPTAMOS TARJETAS DE CREDITO

**SOCIEDAD DE SEGURIDAD S. S. LTDA.**  
SEGURIDAD PRIVADA  
PREVENCION - PROTECCION - CONTROL  
A PERSONAS, BIENES, VALORES  
TELEFONOS: 263 1771, 263 5457 y 263 8413  
Carrera 50 N° 63-59 - Apdo. Aéreo 4036 Medellín, Colombia

Señor Industrial  
**Agilizamos sus operaciones de Comercio Internacional**  
Bogotá: Carrera 13 No 26-45 P.12  
Tels: 281 41 00-281 47 77-281 44 88  
Calli: Av 6a Norte No.19N 19  
Tels: 61 44 40-61 45 43-61 46 44  
**PROGRESO**  
CORPORACION FINANCIERA S.A.  
FINANCIAS SU PROGRESO  
Adscrita al Fondo de Garantías de Instituciones Financieras  
Aprobación Superbancaria DC 0046 0177