



EUROPEAN ASSOCIATION OF  
COMMUNICATIONS AGENCIES

## **Comunicado de prensa Mayo 2008**

**¿Cómo preparar los estudiantes para los desafíos del mercado laboral en las agencias? Con el afán de responder a esta pregunta, la Asociación Europea de las Agencias de comunicación (EACA) organizó su congreso anual el 16 y 17 de Mayo 2008 en la Escuela Superior de Publicidad de París (ESP).**

*Bruselas, 29 de Mayo de 2008:*- Las principales tendencias y cambios actuales en el mundo de la publicidad fueron analizados el 16 y 17 de Mayo en la Escuela Superior de Publicidad de París durante el congreso anual de la Fundación para la Educación en Comunicación Comercial (EFCCE). Se trata de una organización creada por la Asociación Europea de las Agencias de comunicación (EACA).

Dedicada a la educación e integrada por más de veinticinco instituciones académicas de once países de la Unión Europea, la Fundación para la Educación en Comunicación Comercial tiene como objetivos fundamentales mejorar la calidad de la docencia y la investigación, además de aumentar la cooperación con las agencias y la industria.

En el Congreso de París, diversos académicos presentaron sus investigaciones y profesionales de la comunicación comercial compartieron sus experiencias. En las sesiones surgieron debates interesantes sobre temas como la adaptación de las enseñanzas y de las agencias a la revolución digital; la responsabilidad ética de la profesión; los diversos modos de lograr la confianza de los consumidores a través de sistemas de autorregulación y de responsabilidad social de las empresas; y los vínculos que existen entre imagen de la mujer en publicidad y desigualdades de género en los departamentos creativos.

Protagonizaron la sesión inaugural Gary Leih (Presidente de la EACA y Presidente General del Grupo Ogilvy en el Reino Unido) y Laurent Habib (Director General de Euro RSCG C&O y Profesor a la Universidad del Panteón-Sorbonne en París). A continuación tuvo lugar la mesa redonda con la participación de Gary Leih, Pieter Goiris (Boondoggle), Roger Sjögren (Hyper Island), y Martin Florek, estudiante checo en prácticas a Carat Internacional en Londres. La mesa redonda abordó la el debate sobre la conveniencia de una formación generalista o especializada, y generó una animada conversación entre los participantes, que concluyeron que una educación generalista reforzada por una o dos especializaciones podría ser el modo adecuado de responder a las exigencias del mercado laboral.

Alejandra Hernández Ruiz, de la Universidad de Alicante, presentó los resultados de su investigación sobre desigualdades de género en los departamentos creativos de las agencias de comunicación. Según Hernández Ruiz, la mayor presencia de hombres en esos departamentos explica en parte los problemas de sexismo en los anuncios y parece resultado del escaso número de chicas que se especializan en creatividad en las universidades.

La mesa redonda del sábado 17 trató la ética en la publicidad y comenzó con una presentación del Director General de la Alianza Europea para la Ética en la Publicidad (EASA) sobre los sistemas de autorregulación de la industria, y continuó con la intervención de Jean-Claude Hamilius, prestigioso creativo y profesor de la Hochschule Mannheim.

Francisco J. Pérez-Latre, de la Universidad de Navarra, presentó la necesaria adaptación de la docencia a la transformación de los medios de comunicación. Sandra Femenía Almerich (Universidad Cardenal Herrera) y Helga Van Den Bulck (Plantijnhogeschool Antwerpen) presentaron el proyecto CECCAC cuyo objetivo es crear campañas paneuropeas. David Roca (Universidad Autónoma de Barcelona) presentó los cambios necesarios para adaptarse al proceso de Bolonia.



EUROPEAN ASSOCIATION OF  
COMMUNICATIONS AGENCIES

## **Comunicado de prensa Mayo 2008**

Los estudiantes de los tres equipos finalistas del concurso AdVenture ([www.eacaeducation.eu/student\\_competition](http://www.eacaeducation.eu/student_competition)) de los 42 participantes presentaron sus campañas cuyo objetivo era comunicar la Unión Europea a los ciudadanos.

Los estudiantes del equipo español de la Universidad Cardenal Herrera CEU ganaron el concurso y están invitados a asistir al Festival Internacional de la Publicidad en Cannes y presentar su campaña a la gala de los Euro Effies en Bruselas el próximo mes de septiembre. El jurado de la segunda vuelta del certamen estuvo compuesto por Hervé Brossard, Vicepresidente de DDB Worldwide y Presidente de la Asociación Francesa de las agencias de comunicación (AACC); Nikklas Frings Rupp, Director de la Miami Ad School Europe; Jean-Claude Hamilius, Profesor a la Hochschule Mannheim en Alemania; Frances Illingworth, Director de contratación mundial del grupo WPP; Marc Tacquet-Graziani de la Dirección General Comunicación de la Comisión Europea; Helga Van den Bulck, profesora a la Plantijnhogeschool Antwerpen, y Roderick White, Redactor de Admap

En su discurso de clausura, Bruno Valluet, Presidente de la Escuela Superior de Publicidad, agradeció los participantes la riqueza de intercambios y debates sobre el porvenir de la enseñanza de la comunicación comercial en Europa.

### **Para más información, contactar:**

Dominic Lyle  
Director-General EACA  
Tel: + 32 2 740 0711  
E-mail: [dominic.lyle@eaca.be](mailto:dominic.lyle@eaca.be)

Florence Chalot  
EU Affairs Manager  
Tel: + 32 2 740 0715  
E-mail : [florence.chalot@eaca.be](mailto:florence.chalot@eaca.be)  
[www.eaca.be](http://www.eaca.be)

### **EACA / European Association of Communications Agencies**

1959: Creación de la Asociación Europea de la Agencias de Comunicación, con sede Bruselas ([www.eaca.eu](http://www.eaca.eu))

31: Número de asociaciones nacionales que forman parte de EACA.

2007: Creación de la Fundación para la Educación ([www.eacaeducation.eu](http://www.eacaeducation.eu))

22: Número de socios académicos de once países europeos, entre ellos la Universidad de Navarra, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), la Universidad Cardenal Herrera CEU de Valencia y la Facultad de Comunicación de la Universidad CEU San Pablo de Madrid.

16 & 17 Mayo 2008: Congreso de Educación en la Escuela Superior de Publicidad (ESP) de París.

La Asociación Europea de las Agencias de Comunicación (EACA) es una organización con sede a Bruselas cuya misión es de representar las agencias de publicidad y de media además de asociaciones nacionales de agencias en Europa. EACA está dedicada a promover la publicidad honesta y efectiva, un alto estándar profesional y el reconocimiento de la contribución de la publicidad en la economía de mercado libre. La EACA fomenta una cooperación cercana entre las agencias, los publicistas y los medios de comunicación dentro de las entidades europeas de publicidad.

La Asociación Europea de las Agencias de Comunicación (EACA) representa 29 asociaciones nacionales de agencias de comunicación comercial, las catorce más grande



EUROPEAN ASSOCIATION OF  
COMMUNICATIONS AGENCIES

## ***Comunicado de prensa Mayo 2008***

redes de agencias de Europa, ocho redes de agencias internacionales de media y nueve asociaciones nacionales de agencias de comunicación integrada.