

1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD

15 | 16 MARZO 2017

BUENOS AIRES. ARGENTINA

El Mundo de la Publicidad está en Palermo

Primera edición | 15 y 16 de marzo de 2017

Índice: Guía del participante: **p. 3** | Cronograma: **p. 3** | Agenda de actividades: **pp. 4 y 5** | Paneles de Tendencias: **pp. 6 y 7** | Comisiones de Reflexión y Debate: **pp. 7 y 8** | Comisiones de Casos y Experiencias Profesionales: **p. 8** | Talleres: **pp. 8 y 9** | Foro de Estudiantes: **p. 9** | Capítulo de Jóvenes Egresados: **pp. 9 y 10** | Ciclo Cine Publicitario: **pp. 10 y 11** | Stands de editoriales: **p. 10** | Invitados de honor y Coordinadores de paneles: **pp. 2, 11, 12, 13 y 15** | Agencias asociadas a la AAP: **p. 14** | Asociaciones auspiciantes: **p. 15.**

INVITADOS DE HONOR Y COORDINADORES DE PANELES DEL 1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD



PABLO ABADIE



CARLOS ACOSTA



LEANDRO AFRICANO



EMILIA ARAUJO REYES



MARIANO AUGUGLIARO



CARLOS BARTOLOMÉ



ALICIA BELOUS



BÁRBARA BLOUSSON



CAROLINA BRINUSSIO



JUAN NICOLÁS BROENS



REGINA CAMPANINI



JORGE CARBONELL



SEBASTIÁN CIVIT



FLORENCIA CROSTA



CLAUDIO DESTÉFANO



GONZALO FASSÓN



GONZALO FONSECA



JAVIER FURMAN PONS



SERGIO GARRIDO



ROMINA GAYÁ



PABLO GIL



ARIEL HAJMI



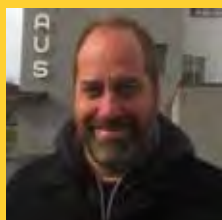
ERIC JAKUBAVICIUS



SANTIAGO KELLER



DAMIÁN KEPEL



DARIO LAUFER



ADRIANA LAZZERETTI



RAÚL LÓPEZ ROSSI



MÁXIMO LORENZO



GABRIEL MALONEAY

Continúa en la pág. 15

1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD

GUIA DEL PARTICIPANTE

El Congreso Latinoamericano de Publicidad, primera edición se realiza el 15 y 16 de marzo de 2017. Es organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y la Asociación Argentina de Publicidad (A.A.P.).

La inscripción y participación en las actividades es gratuita. Con la inscripción general se accede libremente a las actividades. La organización del Congreso no reserva vacantes ni garantiza el cupo en ninguna de las actividades del mismo. El acceso a cada una de las mismas es por riguroso orden de llegada hasta cubrir la capacidad de cada sala. Se recomienda al inscripto asistir con la suficiente antelación a las actividades de su interés.

¿PARA QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO EL CONGRESO?

La Convocatoria está dirigida a quienes trabajan en agencias, empresas, estudios, productoras, medios, consultoras, en instituciones educativas o en forma independiente en Argentina y Latinoamérica, interesados tanto en conocer tendencias, propuestas, experiencias y casos exitosos, como en presentar, difundir y proyectar en la comunidad profesional regional sus reflexiones y sus trabajos significativos (campañas, estudios de mercado, análisis de consumo, producciones audiovisuales y digitales, estrategias innovadoras, nuevos productos y servicios). La convocatoria está abierta a egresados y estudiantes avanzados de publicidad, marketing, comunicación, diseño, relaciones públicas, fotografía y cine.

ACREDITACIÓN Y CERTIFICADOS

En el momento de la acreditación cada inscripto, personalmente, recibirá una tarjeta de acceso (personal e intransferible). Para realizar la acreditación, será requisito la presentación de un documento que certifique la identidad del inscripto. Es obligatorio exhibir la tarjeta de acceso en el ingreso a la sede donde se realiza el Congreso. Por razones de seguridad no se permitirá el ingreso a la sede a quienes no tengan dicha credencial. En caso de pérdida u olvido, el inscripto deberá gestionar otra tarjeta.

¿DÓNDE Y COMO ACREDITARSE?

La acreditación puede realizarse en la Sede Jean Jaurès 932 en cualquiera de las siguientes fechas:

- **Martes 14 de marzo:** 17 a 20 hs.
- **Miércoles 15 de marzo:** 10 a 20 hs.
- **Jueves 16 de marzo:** 10 a 20 hs.

Se recomienda acreditarse antes del comienzo del Congreso a efectos de no perder tiempo en largas esperas que pueden demorar el ingreso a las sedes y a las actividades.

Con la inscripción general se accede libremente a las actividades. La organización del Congreso no reserva vacantes ni garantiza el cupo en ninguna de las actividades del mismo. El acceso a cada una de las mismas es por riguroso orden de llegada hasta

cubrir la capacidad de cada sala. Se recomienda al inscripto asistir con la suficiente antelación a las actividades de su interés

ENTREGA DE CERTIFICADOS

Los certificados de asistencia se entregarán a cambio de la exhibición de la credencial de inscripto, en los siguientes días y horarios: 15 y 16 de marzo en la Sede Jean Jaurès 932 de 17 a 20hs. No se enviarán certificados por correo.

ACTIVIDADES Y ESPACIOS PARTICIPATIVOS

Durante el Congreso se desarrollan más de 70 actividades de capacitación, presentación y vinculación, en los siguientes formatos:

- **Paneles de Tendencias:** son mesas de debate interdisciplinarias integradas por referentes, líderes y destacados dueños, directivos y empresarios de la Publicidad, los negocios, las comunicaciones, los medios, la tecnología, el marketing y la imagen que comparten su visión y reflexionan sobre los aspectos centrales del presente y el futuro de un campo profesional que se transforma, se reinventa y se expande en forma permanente. Cada Panel de Tendencia, además de compartir diferentes miradas sobre un tema actual de la agenda publicitaria, permite conocer a los líderes con sus opiniones, visiones y pasiones.

- **Talleres Profesionales:** son dictados por los que hacen la publicidad día a día, en las agencias, en las empresas, en los estudios, en las productoras o en forma independiente que comparten generosamente sus conocimientos, sus experiencias y sus éxitos. En los talleres, además de la experimentación sobre contenidos específicos, se aprende sobre metodologías, estilos, formas, dinámicas y perspectivas del trabajo profesional actual presentado por sus protagonistas.

- **Comisiones de reflexión y debate:** Un espacio para presentar y difundir investigaciones, reflexiones y desarrollos y ser compartidos entre colegas y público en general, para así generar un debate enriquecedor sobre los trabajos presentados.

- **Comisiones de presentación de casos y experiencias profesionales:** Un espacio para presentar y difundir casos, diseños, productos y campañas de autoría propia y ser compartidos entre colegas y público en general, para así generar networking y multiplicidad de miradas sobre los trabajos presentados.

- **Foro de Estudiantes:** Un espacio en el que los estudiantes de América Latina exponen sus creaciones, reflexionan, intercambian ideas y aprenden para mejorar su proyección profesional. Quienes participan del Foro, forman parte también del Directorio para el Crecimiento Profesional.

- **Capítulo de Jóvenes Egresados:** Un espacio en el que los egresados de América Latina exponen sus trabajos finales, intercambian opiniones, experiencias y sugerencias. Quienes participan del Foro, forman parte también del Directorio para el Crecimiento Profesional.

- **Ciclo de Cine Publicitario.** Se realizará en el microcine de la sede Jean Jaurès 932. 3 ciclos de publicidades antiguas, más de 40 cortos que recorren la historia de la publicidad. Curaduría por Raúl Manrupe Investigador y curador del Museo del Cine Pablo C. Ducrós Hicken. Cada ciclo tiene entre 30 y 45 minutos de duración.

CRONOGRAMA

MIÉRCOLES 15 DE MARZO

Jean Jaurès 932

- 5 Paneles de Tendencias: 1h45m de duración – 6 horarios: 11:00 a 12:45 / 12:45 a 14:00 / 14:30 a 16:15 / 16:15 a 18:00 / 18:00 a 19:45 / 19:45 a 21:30 hs.
- 14:00: Presentación de la carrera de publicidad en Palermo.
- 14 Talleres de 2h30m de duración - 3 horarios: 11:30 a 14:00 / 15:00 a 17:30 / 18:30 a 21:00 hs.
- 10 Comisiones de 2h de duración – 3 horarios: 14:00 a 16:00 / 16:30 a 18:30 / 19:00 a 21:00 hs.
- Foro de Estudiantes: 5 de 10' de duración – 1 horario: 16:30 a 18:30 hs.
- Capítulo de Jóvenes Egresados: 4 comisiones de 2h de duración – 3 horarios: 14:00 a 16:00 / 16:30 a 18:30 / 19:00 a 21:00 hs.
- Ciclo de Cine Publicitario: 2 programas de 30' y 1 programa de 45' de duración – 3 horarios: 11:30 a 12:00 / 15:00 a 15:30 / 18:30 a 19:15 hs.
- Charla de Fernando Vega Olmos: 1h45m de duración.

JUEVES 16 DE MARZO

Jean Jaurès 932

- 4 Paneles de Tendencias: 1h45m de duración, auditorio – 6 horarios: 11:00 a 12:45 / 12:45 a 14:00 / 14:30 a 16:15 / 16:15 a 18:00 / 18:00 a 19:45 / 19:45 a 21:30 hs.
- 13 Talleres de 2h30m de duración, 3 horarios: 11:30 a 14:00 / 15:00 a 17:30 / 18:30 a 21:00 hs.
- 8 Comisiones de 2h de duración, 3 horarios: 14:00 a 16:00 / 16:30 a 18:30 / 19:00 a 21:00 hs.
- Foro de Estudiantes: 5 de 10' de duración, 1 horario: 16:30 a 18:30 hs.
- Capítulo de Jóvenes Egresados: 1 comisión de 2h de duración, 3 horarios: 14:00 a 16:00 / 16:30 a 18:30 / 19:00 a 21:00 hs.
- Ciclo de Cine Publicitario: 3 programas de 30' y 1 programa de 45' de duración, 3 horarios: 11:30 a 12:00 / 15:00 a 15:30 / 18:30 a 19:15 hs.
- Entrevista cierre a Carlos Pérez: 1h45m de duración.

Los participantes del Congreso deben respetar todas las normas vigentes en la institución organizadora. La institución organizadora se reserva el derecho de admisión y permanencia en las sedes. Toda situación no prevista será resuelta por las autoridades de la institución organizadora.

Contacto Congreso Latinoamericano de Publicidad
Coordinación general: Karina Laura Sinisi
Mail: congreso.publicidad.up@gmail.com
Teléfono: 5199-4500 int 1103
f /PublicidadDC

AGENDA COMPLETA DE ACTIVIDADES

Durante el Congreso de Publicidad 2017 se desarrollan más de 100 ponencias y talleres. En ninguna de las actividades se reserva vacante. Se permite el acceso a las mismas hasta cubrir la capacidad del lugar. La institución organizadora no se hace responsable de los contenidos, opiniones y/o imágenes de las presentaciones que se realizan, de los materiales y/o publicaciones que se distribuyan. Las mismas son de absoluta responsabilidad de sus autores. Antes de ver la siguiente agenda se sugiere leer con atención la Guía del Participante que comienza en la página 3 de esta publicación.

Las actividades del Congreso se realizarán los días 15 y 16 de Marzo en la sede Jean Jaurès 932.

El primer número del aula corresponde al piso y el segundo a la sala. Por ejemplo: 1.3: piso 1, aula 3.

GUÍA RÁPIDA DE ACTIVIDADES

MIÉRCOLES 15 DE MARZO | JEAN JAURÉS 932

> 10:50 HS.

APERTURA. 15 de marzo | Auditorio

> 11:00 HS.

¿DE QUÉ HABLAMOS HOY CUANDO HABLAMOS DE CREATIVIDAD? (I) (Panel de Tendencias)
15 de marzo | 11:00 hs. | Auditorio **PÁG. 6**

> 11:30 HS.

PUBLICIDAD ONLINE. ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y OBJETIVOS PARA ALCANZAR A LA AUDIENCIA DIGITAL (Taller)
15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.5 **PÁG. 8**

DE LOS MAD MEN A LA PUBLICIDAD RESPONSABLE (Taller)
15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.3 **PÁG. 8**

TALLER DE PRESENTACIONES PROFESIONALES (Taller)
15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.4 **PÁG. 8**

PROBLEMAS CON SOCIAL MEDIA. PUBLICISTAS DIGITALES AL RESCATE (Taller)
15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.2 **PÁG. 9**

CORTOS PUBLICITARIOS (Ciclo de cine)
26 cortometrajes.
15 de marzo | 11:30 hs. | PB1 **PÁG. 10**

> 12:45 HS.

NUEVOS TALENTOS PARA LAS AGENCIAS DEL FUTURO (Panel de Tendencias)
15 de marzo | 12:45 hs. | Auditorio **PÁG. 6**

> 14:00 HS.

PRESENTACIÓN DE LA CARRERA DE PUBLICIDAD EN PALERMO
15 de marzo | 14:00 hs.

COMUNICACIÓN Y MEDIOS (Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 14:00 hs. | Aula PB3 **PÁG. 7**

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 14:00 hs. | Aula 1.10 **PÁG. 7**

AVISOS Y CAMPAÑAS - REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES (Comisión de Casos y Experiencias Profesionales)
15 de marzo | 14:00 hs. | Aula PB2 **PÁG. 8**

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS
15 de marzo | 14:00 hs. | Aula 1.9 **PÁG. 9**
> 14:30 HS.

LA REDEFINICIÓN DEL ESCENARIO DE LOS MEDIOS (Panel de Tendencia)
15 de marzo | 14:30 hs. | Auditorio **PÁG. 6**

> 15:00 HS.

SOCIAL MEDIA - DIME CON QUIÉN QUIERES ANDAR Y TE DIRÉ EN QUÉ REDES (Taller)
15 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.5 **PÁG. 9**

WORKSHOP: AGENCIA MERCADO MCCANN (Taller)
15 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.4 **PÁG. 9**

LA LUZ COMUNICA (Taller de Fotografía)
15 de marzo | 15:00 hs. | Estudio Palermo TV **PÁG. 9**

DE LA NOTICIA AL STORYTELLING: LA VUELTA DE LOS RELATOS (Taller)
15 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.2 **PÁG. 9**

CINE PUBLICITARIO ARGENTINO 1965-1985 (Ciclo de cine) 32 cortometrajes.
15 de marzo | 15:00 hs. | PB1 **PÁG. 10**

> 16:15 HS.

INNOVAR PARA SOBREVIVIR (Panel de Tendencia)
15 de marzo | 16:15 hs. | Auditorio **PÁG. 6**

> 16:30 HS.

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS (Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 16:30 hs. | Aula PB3 **PÁG. 7**

MARKETING Y NEGOCIOS (Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.10 **PÁG. 7**

REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES (Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.9 **PÁG. 7**

MARKETING Y NEGOCIOS Y COMUNICACIÓN Y MEDIOS (Comisión de Casos y Experiencias Profesionales)
15 de marzo | 16:30 hs. | Aula PB2 **PÁG. 8**

IMAGEN Y BRANDING - AVISOS Y CAMPAÑAS (Foro de Estudiantes)
15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.7 **PÁG. 9**

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS
15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.8 **PÁG. 10**

> 18:00 HS.

LOS APORTES DE LA PUBLICIDAD PARA LA ECONOMÍA CREATIVA LATINOAMERICANA (Panel de Tendencia)
15 de marzo | 18:00 hs. | Auditorio **PÁG. 6**

> 18:30 HS.

¡TITULAR, VIEJO Y PELUDO! UN TALLER DE AVISOS TIPOGRÁFICOS (Taller)
15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.3 **PÁG. 9**

PROGRAMA PUB Y MEDIOS DIGITALES - AAP EL USUARIO Y LA ESTRATEGIA DIGITAL (Taller)
15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.4 **PÁG. 9**

¿CÓMO GANA DINERO UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD? (Taller)
15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.2 **PÁG. 9**

SHORT LIST DEL FIP 2016 (FESTIVAL IBEROAMERICANO DE PROMOCIONES Y EVENTOS) (Taller)
15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.5 **PÁG. 9**

TALLER DE PLANNING (Taller)
15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.6 **PÁG. 9**

> 19:00 HS.

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
(Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.10 **PÁG. 7**

REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES
(Comisión de Reflexión y Debate)
15 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.9 **PÁG. 7**

FOTOGRAFÍA Y CINE Y CREATIVIDAD E INNOVACIÓN Y INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
(Comisión de Casos y Experiencias Profesionales)
15 de marzo | 19:00 hs. | Aula PB2 **PÁG. 8**

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS. Comisión 1
15 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.8 **PÁG. 10**

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS. Comisión 2
15 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.7 **PÁG. 10**

> 19:45 HS.

CONFERENCIA DE FERNANDO VEGA OLMOS:
Es la experiencia lo que define la marca y no al revés.
15 de marzo | 19:45 hs. | Auditorio **PÁG. 6**

JUEVES 16 DE MARZO | JEAN JAURÉS 932

> 11:00 HS.

BIG DATA Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA (Panel de Tendencia)
16 de marzo | 11:00 hs. | Auditorio **PÁG. 7**

> 11:30 HS.

WORKSHOP INTENSIVO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL (Taller)
16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.5 **PÁG. 9**

WORKSHOP MADRE BUENOS AIRES (Taller)
16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.4 **PÁG. 9**

CREATIVIDAD DIGITAL: UN OFICIO CON MILES DE AÑOS DE FUTURO (Taller)
16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.3 **PÁG. 9**

BRANDING Y PERSONALIDAD DE LA MARCA VISUAL (Taller)
16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.2 **PÁG. 9**

CORTOS PUBLICITARIOS (Ciclo de cine)
26 cortometrajes.
16 de marzo | 11:30 hs. | PB1 **PÁG. 10**

> 12:45 HS.

EL ROL DEL ÁREA DE CUENTAS EN LOS NUEVOS ESCENARIOS (Panel de Tendencia)
16 de marzo | 12:45 hs. | Auditorio **PÁG. 7**

> 14:00 HS.

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 14:00 hs. | Aula PB3 **PÁG. 7**

> 14:30 HS.

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN DE MARCA (Panel de Tendencia)
16 de marzo | 14:30 hs. | Auditorio **PÁG. 7**

> 15:00 HS.

TALLER MEDIACOM SOBRE TENDENCIAS EN MEDIOS (Taller)
16 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.4 **PÁG. 9**

TALLER DE AGENCIA TBWA (Taller)
16 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.5 **PÁG. 9**

FORMAS DE SELECCIÓN DE AGENCIAS Y NORMAS (Taller)
16 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.2 **PÁG. 9**

CINE PUBLICITARIO ARGENTINO 1965-1985
(Ciclo de cine) 29 cortometrajes.
16 de marzo | 15:00 hs. | PB1 **PÁG. 10**

> 16:15 HS.

¿DE QUÉ HABLAMOS HOY CUANDO HABLAMOS DE CREATIVIDAD? (II) (Panel de Tendencia)
16 de marzo | 16:15 hs. | Auditorio **PÁG. 7**

> 16:30 HS.

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.9 **PÁG. 8**

IMAGEN Y TENDENCIAS
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.9 **PÁG. 8**

AVISOS Y CAMPAÑAS - FOTOGRAFÍA Y CINE
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.8 **PÁG. 8**

MARKETING Y NEGOCIOS - CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Comisión de Casos y Experiencias Profesionales)
16 de marzo | 16:30 hs. | Aula PB2 **PÁG. 8**

INVESTIGACIÓN E IMAGEN Y BRANDING
(Foro de Estudiantes)
16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.7 **PÁG. 9**

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS
16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.10 **PÁG. 10**

> 18:00 HS

ENTREVISTA A CARLOS PEREZ
16 de marzo | 18:00 hs. | Auditorio **PÁG. 9**

> 18:30 HS.

ENTREPRENEUR. YA ESTAMOS GRANDES, TENEMOS QUE HABLAR
16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.2 **PÁG. 9**

WORKSHOP BBDO ARGENTINA (Taller)
16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.5 **PÁG. 9**

JLA - JUSTICE LEAGUE OF ADVERTISING - EL PODER DE LAS BUENAS IDEAS (Taller)
16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.3 **PÁG. 9**

DESCUBRA ALGO QUE NO SABÍA QUE SABÍA DE USTED MISMO (Taller)
16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.4 **PÁG. 9**

CINE PUBLICITARIO RECUPERADO II
(Ciclo de cine) 15 cortometrajes.
16 de marzo | 18:30 hs. | PB1 **PÁG. 10**

> 19:00 HS.

IMAGEN Y TENDENCIAS
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.10 **PÁG. 8**

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.9 **PÁG. 8**

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN
(Comisión de Reflexión y Debate)
16 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.8 **PÁG. 8**

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN - AVISOS Y CAMPAÑAS - REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES (Comisión de Casos y Experiencias Profesionales)
16 de marzo | 19:00 hs. | Aula PB2 **PÁG. 8**

1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD

ACTIVIDADES Y ESPACIOS PARTICIPATIVOS

Durante el Congreso de Publicidad 2017 se desarrollan más de 100 ponencias y talleres. En ninguna de las actividades se reserva vacante. Se permite el acceso a las mismas hasta cubrir la capacidad del lugar. La institución organizadora no se hace responsable de los contenidos, opiniones y/o imágenes de las presentaciones que se realizan, de los materiales y/o publicaciones que se distribuyan. Las mismas son de absoluta responsabilidad de sus autores. Antes de ver la siguiente agenda se sugiere leer con atención la Guía del Participante en la pág. 3. Las actividades del Congreso se realizarán los días **15 y 16 de marzo en la sede Jean Jaurès 932** y, según su tipo, se clasifican de la siguiente forma:

PANELES DE TENDENCIAS

Compuestos por líderes del mundo publicitario. Cada Panel tiene 1 hora y 45 minutos de duración. Ver curriculum vitae y foto de los expositores en las páginas 2, 11, 12, 13 y 15.

pp. 6 y 7

COMISIONES DE REFLEXIÓN Y DEBATE

Más de 40 ponencias (actividades simultáneas). Cada conferencia tendrá 20 minutos de duración en el marco de comisiones de 2 horas.

pp. 7 y 8

COMISIONES DE CASOS Y EXPERIENCIAS PROFESIONALES

Más de 25 ponencias. Cada ponencia tiene 10 minutos de duración en el marco de comisiones de 2 horas.

p. 8

TALLERES

Más de 20 talleres. Cada taller tiene 2 horas y 30 minutos de duración.

pp. 8 y 9

FORO DE ESTUDIANTES

10 conferencias dictadas por estudiantes. Cada presentación tiene 10 minutos de duración.

p. 9

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS

17 tesis y trabajos finales presentados por recién egresados. Cada presentación tiene 20 minutos de duración.

pp. 9 y 10

CICLO DE CINE PUBLICITARIO

Se realizará en el microcine de la sede Jean Jaurès 932. 3 ciclos de publicidades antiguas, más de 40 cortos que recorren la historia de la publicidad. Cada ciclo tiene entre 30 y 45 minutos de duración.

pp. 10 y 11

PANELES DE TENDENCIAS

Se realizan en el Auditorio de la sede Jean Jaurès 932 los días miércoles 15 y jueves 16 de marzo de 2017, de 11:00 a 19:45hs.

Cada Panel tiene 1 hora y 45 minutos de duración. Ver curriculum vitae y foto de los expositores en las páginas 2, 11, 12, 13 y 15.

¿DE QUÉ HABLAMOS HOY CUANDO HABLAMOS DE CREATIVIDAD? (I)

15 de marzo | 11:00 a 12:45hs. | Auditorio

Coordina: *Carlos Acosta.*

Integrantes: *Pablo Gil, Raúl López Rossi, Raúl Manrupe, Martín Mercado, Mariano Pasik y Gonzalo Vecino.*

Creativos destacados de nuestro país reflexionan sobre los temas que definen el escenario presente y futuro de la publicidad. Parece que la creatividad está de moda y ya no es exclusiva de los publicitarios: ¿nos estamos quedando afuera? A las marcas y a los anunciantes, ¿todavía les interesa contar historias? Si la tecnología modifica el comportamiento del consumidor y la forma en que nos comunicamos con él, ¿Qué rol juegan entonces las ideas?

NUEVOS TALENTOS PARA LAS AGENCIAS DEL FUTURO

15 de marzo | 12:45 a 14:30hs. | Auditorio

Coordina: *Patricia Martín.*

Integrantes: *Alicia Belous, Carolina Brinussio, Florencia Crosta y Alberto Pierpaoli.*

Los desafíos de las agencias para atraer y retener talento. Hoy no solo competimos entre nosotros por conseguir la mejor gente, sino que otras industrias alzan la bandera de la creatividad y la innovación, complicando nuestra lucha por las mentes más brillantes: ¿Seguimos siendo una industria aspiracional para los jóvenes talentos? ¿Qué podemos ofrecerles a las nuevas generaciones? ¿Qué personas deberíamos estar contratando y formando para las agencias del futuro? ¿Cómo reconvertimos el talento que tenemos para adaptarnos a los cambios constantes?

LA REDEFINICIÓN DEL ESCENARIO DE LOS MEDIOS

15 de marzo | 14:30 a 16:15hs. | Auditorio

Coordina: *Claudio Destéfano.*

Integrantes: *Sebastián Civit, Ariel Hajmi, Santiago Márquez, Marcelo Montefiore, Isabel Penelas y Gabriel Perotti.*

Especialistas en planificación de medios debaten

acerca de cómo la tecnología expande y a la vez complica la forma en la que conectamos con los consumidores. En ese contexto ¿qué deben hacer las marcas para mantenerse a la vanguardia, sacarle provecho a la tecnología y ser relevantes sin volverse invasivas? Hoy podemos alcanzar a nuestros consumidores en cualquier momento, en cualquier lugar, a través de casi cualquier aplicación y – con la información que tenemos de ellos, hacerlo con mensajes que les sean relevantes: ¿de qué forma impacta eso en la manera en que planificamos y distribuimos los presupuestos publicitarios?

INNOVAR PARA SOBREVIVIR

15 de marzo | 16:15 a 18:00hs. | Auditorio

Coordina: *Martín Wullich.*

Integrantes: *Pablo Abadie, Eric Jakubavicius, Dario Laufer, Adriana Lazzaretto, Gabriel Maloney, Philip Pérez, Victor Pochat y Federico Soto Roland.*

El 70% de las compañías que hace 10 años estaban en la lista de Fortune 1.000 han desaparecido, incapaces de adaptarse al cambio. Al ritmo vertiginoso de los cambios y en tiempos en los que se nos hace difícil establecer las diferencias entre creatividad e innovación, diversos especialistas debaten acerca de por qué es indispensable innovar para sobrevivir. Si toda innovación se inicia con una gran idea, ¿qué rol juega la tecnología? ¿se puede hoy hablar de una sin la otra? ¿Qué deben hacer las agencias de publicidad para ayudar a sus clientes a redefinir, no sólo la forma en que comunican, sino la forma en la que hacen negocios? ¿Y para hacerlo, no deberían las agencias redefinirse ellas también?

LOS APORTES DE LA PUBLICIDAD PARA LA ECONOMÍA CREATIVA LATINOAMERICANA

15 de marzo | 18:00 a 19:45hs. | Auditorio

Coordina: *Jorge Martínez.*

Integrantes: *Carlos Bartolomé, Romina Gayá, Rodrigo Saavedra de la Fuente y Juan José Tirado.*

La economía creativa –habitualmente referida a aquella basada en sectores cuyo insumo principal es el talento– ofrece una perspectiva interesante para América Latina y viene creciendo a una velocidad mayor que la del resto de la economía regional. ¿Qué debe hacer la región para aprovechar el futuro promisorio de la economía creativa global? ¿Qué aportes puede hacer la publicidad, una de las actividades que coloca a la región en posiciones destacadas en el mundo? ¿Cómo acompañamos desde la publicidad al boom de emprendedurismo que vive la región?

FERNANDO VEGA OLMOS

Miércoles 15 de marzo | 19:45 a 21:30hs. | Jean Jaurès 932. Auditorio

ES LA EXPERIENCIA LO QUE DEFINE LA MARCA Y NO AL REVÉS

Una experiencia de uso que satisface necesidades reales de las personas es lo que ha construido y seguirá construyendo marcas icónicas. Desde Rolex principios del siglo XX a Facebook a principios del siglo XXI.



BIG DATA Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

16 de marzo | 11:00 a 12:45hs. | Auditorio

Coordina: *Fernando Sami*.

Integrantes: *Emilia Araujo Reyes, Bárbara Blousson, Regina Campanini, Gonzalo Fonseca, Javier Furman Pons y Mercedes Roldán Vergés*.

Del pensamiento estratégico al análisis por algoritmos. Nunca como hoy hemos contado con una enorme cantidad de medios para alcanzar a nuestros consumidores. Nunca antes hemos contado con tanta información respecto de cómo se comportan en cada momento de sus vidas. Nunca antes hemos sido testigos tan directos de cómo reacciona la gente a nuestros mensajes. En ese contexto ¿se hace más fácil o más difícil ser la “voz del consumidor” dentro de la agencia? ¿Hay tiempo, espacio y recursos para transformar el “big data” en información relevante y traducirla en estrategias de comunicación sólidas?

EL ROL DEL ÁREA DE CUENTAS EN LOS NUEVOS ESCENARIOS

16 de marzo | 12:45 a 14:30hs. | Auditorio

Coordina: *Mariano Augugliaro*.

Integrantes: *Jorge Carbonell, Gonzalo Fasson, Máximo Lorenzo y Santiago Olivera*.

Las agencias viven una enorme transformación respecto de su negocio, de su relación con los clientes y de sus equipos de trabajo. Al ritmo de estos cambios, las posiciones y los procesos de trabajo tradicionales dejan paso a otros nuevos con mayor impronta digital, tecnológica y colaborativa. ¿Cuál es el rol del área de cuentas en este nuevo escenario?

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN DE MARCA

16 de marzo | 14:30 a 16:15hs. | Auditorio

Coordina: *Leandro Africano*.

Integrantes: *Gustavo Mames, Gaby Menta, Bruno Rovagnati y Pablo Tajer*.

La tecnología ha llevado a la publicidad a un nuevo estadio, causando una dramática evolución en la forma en la que se diseñan las estrategias de comunicación. Los nuevos formatos de comunicación creados por la tecnología permiten a las marcas segmentar sus mensajes y adecuarlos a la audiencia como nunca antes, a la vez que posibilitan recibir feedback y mediciones en forma instantánea. Ni hablar del impacto que la tecnología ha tenido en la optimización de la producción de los mensajes, las herramientas de animación y la utilización de realidad aumentada para crear mensajes cada vez más poderosos. También ha sido la tecnología la gran “multiplicadora de pantallas” donde pueden recibirse los mensajes, alcanzando a nuestros consumidores en lugares y momentos otrora impensables. ¿Cuáles son las nuevas tendencias? ¿A qué otros cambios tecnológicos asistiremos en poco tiempo? ¿De qué manera impactarán en la forma en la que las marcas se comunican?

¿DE QUÉ HABLAMOS HOY CUANDO HABLAMOS DE CREATIVIDAD? (II)

16 de marzo | 16:15 a 18:00 hs. | Auditorio

Coordina: *Carlos Acosta*.

Integrantes: *Juan Nicolás Broens, Sergio Garrido, Santiago Keller, Damián Kepel, Quino Oneto Gaona, Cristian Reatti, Peta Rivero Hornos y Pablo Gabriel Sánchez*.

Creativos destacados de nuestro país reflexionan sobre los temas que definen el escenario presente y futuro de la publicidad. Parece que la creatividad está de moda y ya no es exclusiva de los publicitarios: ¿nos estamos quedando afuera? A las marcas y a los anunciantes, ¿todavía les interesa contar historias? Si la tecnología modifica el comportamiento del consumidor y la forma en que nos comunicamos con él, ¿Qué rol juegan entonces las ideas?

COMISIONES DE REFLEXION Y DEBATE

Más de 40 ponencias (actividades simultáneas). Cada conferencia tendrá 20 minutos de duración en el marco de comisiones de 2 horas.

COMUNICACIÓN Y MEDIOS

15 de marzo | 14:00 hs. | Aula PB3

> El nuevo profesional de Medios... [*Edison Castillo Aedo*, Chile]

> La adopción natural de la nueva comunicación digital [*Ariel A. Khalil*, Argentina]

> O leitor imersivo em seu salto para desbravar novas tecnologias [*Tairine Bueno Borges*, Brasil]

> Cómo dar a conocer tus acciones y logros a través de los medios [*Celeste Anahí Caldaroni*, Argentina]

> Aportes del coaching ontológico en los procesos de creación, realización y logro de objetivos [*Mónica Alicia Castello*, Argentina]

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

15 de marzo | 14:00 hs. | Aula 1.10

> Audio Branding: Sonido, diseño y cultura en la publicidad [*Francesca A. Degoas*, Estados Unidos]

> Branding activo, tendencia o eficacia! [*Gabriel Bernal García*, Colombia]

> La Publicidad Ambulancia de Norbert Degoas: Sustentable y rupturista [*Arianna Degoas*, Estados Unidos]

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS

15 de marzo | 16:30 hs. | Aula PB3

> El rol de la mujer y los nuevos modelos de liderazgo [*Claudia Mujica*, Argentina]

> La publicidad bajo la visión infantil de los centenilleros [*Paola Andrea Gómez Montoya*, Colombia]

> Los creativos y el marketing mal-tratan a las mujeres [*Alberto Pierpaoli*, Argentina]

MARKETING Y NEGOCIOS

15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.10

> Consumidores al poder [*Belén Niño y Alejandro Lanuque*, Argentina]

> Contexto actual del mercado y la importancia de estrategias en RRSS [*Jimena Germanier*, Argentina]

> Desafíos y oportunidades del ciclo de vida de las agencias [*Matías Tejero*, Argentina]

> Cómo hago mi negocio sustentable [*Ramiro Héctor Mazzeo*, Argentina]

REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES

15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.9

> 7 claves para mejorar tu personal branding [*José Luis Bustillos*, Argentina]

> De un lado y del otro de las pantallas [*Sebastián Magallanes*, Argentina]

> El rol actual del community manager [*Jessica Mabel Laurent*, Argentina]

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS

15 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.10

> Reflexiones sobre la enseñanza de medios audiovisuales: publicidad [*María Sara Müller*, Argentina]

> Abstracción de la investigación en el campo de la comunicación publicitaria [*Arlex Darwin Cuellar Rodríguez, Pedro Felipe Díaz, Darwin Joan Henao Ladino*, Colombia]

> Storytelling: Publicidad 360° [*Alejandro Lanuque y Belén Niño*, Argentina]

REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES

15 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.9

> Transmedia y Publicidad – Nuevos paradigmas – [*Juan Neto*, Argentina]

> Conexiones emocionales a través del marketing de contenidos [*Ximena Ferro*, Ecuador]

> ¿Por qué está triunfando Instagram? [*Marcela Jorgelina Gomez*, Argentina]

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS

16 de marzo | 14:00hs. | Aula PB3

> La mirada del antropólogo, la del publicista y una mochila [*Gina Hidalgo*, Colombia]

> La realidad profesional en las cátedras de Publicidad [*Martín Stortoni*, Argentina]

> Publicidad Infantil en Brasil: las reglas que delimitan el consumo [*Camille De Paula Silva*, Brasil]

COMISIONES DE REFLEXION Y DEBATE

IMAGEN Y TENDENCIAS

16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.9

- > Publicidad 3.0 en territorios virtuales en la era Big Data [Fernando Luis Rolando, Argentina]
- > Publicidad a la germanya [Fabián Podrabinek y Liliána Martínez]
- > Becky Bloom e o Consumidor Contemporâneo [Gabriela Ferreira Vieira, Brasil]

AVISOS Y CAMPAÑAS - FOTOGRAFÍA Y CINE

16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.8

- > Secretos de marcas, logotipos y avisos publicitarios. Simbolismo gráfico, espacial y cromático [Andrea Pol, Argentina]
- > 30 segundos de fama para la arquitectura [Mariel Lo Re]
- > La construcción de la imagen publicitaria como herramienta de las campañas políticas [Gastón Renis, Argentina]

IMAGEN Y TENDENCIAS

16 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.10

- > Consumo da cirurgia plástica: motivação do indivíduo para fins estéticos [Taynara Liesenfeld, Jéssica Tavares Caetano y Eveline Wendland, Brasil]
- > La publicidad puede mejorar el mundo [Cinthia Novick, Argentina]
- > O cuidado disseminado pela propaganda: Uma cultura consciente de marca [Luísa Viegas Andrade, Brasil]

INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS

16 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.9

- > El fin de la publicidad del siglo XX1 [Alvaro Gascue, Uruguay]
- > El impacto de la comunicación en el hábito de fumar [María Celia Rocco, Argentina]
- > La retoma discursiva en el Advertainment: una aproximación sociosemiótica [Lorena Steinberg, Argentina]
- > ¿Por qué no nos concentramos? [Silvina Scheiner, Argentina]

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

16 de marzo | 19:00 hs. | Aula 1.8

- > Creatividad: mucho más que brainstorming [Betina Bensignor, Argentina]
- > Ideas para tener ideas [Diego Jordán, Ecuador]
- > El impacto de la creatividad en la creación de marcas y negocios exitosos [Federico Soto Roland]

COMISIONES DE CASOS Y EXPERIENCIAS PROFESIONALES

Más de 25 ponencias. Cada ponencia tiene 10 minutos de duración en el marco de comisiones de 2 horas.

AVISOS Y CAMPAÑAS - REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES

15 de marzo | 14:00 hs. | Aula PB2

- > Creando una campaña para turismo de verano [Jerónimo Rivera y Matías Wassinger, Argentina]
- > Tu Gourmet Magazine. Re-branding de una revista gastronómica [Romina Graffe Tondolo, Venezuela]
- > Cinco pasos para armar una estrategia digital exitosa [Pablo Yramay, Argentina]

MARKETING Y NEGOCIOS Y COMUNICACIÓN Y MEDIOS

15 de marzo | 16:30 hs. | Aula PB2

- > Generadores de Impacto Social: Marketing y Comunicaciones Digitales Conscientes [Gonzalo Bazgan, M. Virginia Marturet, Gabriela del Valle Rebellato, Alé Yañez Valarino, Argentina]
- > Emprendedor ¿Cómo conquistar a tus primeros clientes? [Roberto Martínez, Venezuela]
- > Cuando el desafío no tiene límites [Beatriz Cunio y Mauricio Retzky, Argentina]
- > Narrativas transmedia: transformando audiencia en comunidad [Pablo Aristizabal y Solange Rodríguez]
- > Agenda BOOK 21 / Thinking & Social Media [Paolo Bergomi y Cristina Amalia López, Argentina]

FOTOGRAFÍA Y CINE Y CREATIVIDAD E INNOVACIÓN Y INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS

15 de marzo | 19:00 hs. | Aula PB2

- > No es la flecha, es el indio [Mayerlis Molinares y Samoels Oviedo, Venezuela]
- > Discurso visual de la campaña presidencial Alianza País 2006 [Gandhy Leonardo Godoy Guevara, Ecuador]
- > Recursos del publicista para el diseño de una vidriera [Silvia Porro, Argentina]
- > Contenido digital/ficción-realidad: caso Obaca [Hernán Tchira, Argentina]
- > Formação em Publicidade: o desafio entre o saber-fazer técnico e ético [Sofía Oppedisano, Argentina]
- > Introspección anatómica del cuerpo humano [Renata Correa Coutinho, Brasil]

MARKETING Y NEGOCIOS - CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

16 de marzo | 16:30 hs. | Aula PB2

- > Portal Ciudadano YO PARTICIPO, creación, difusión y campaña publicitaria [Victoria Gentile, Argentina]
- > Canales de comunicación efectiva a través del trade marketing [Oscar Castillo, Argentina]
- > Con una camisa, diseñamos futuros sostenibles [Alberto Delgado y Vanessa Robles, Perú]
- > Agencia boutique, reinventando el servicio [Claudio Enriquez, Argentina]
- > Discurso do Decrescimento: Uma proposta de análise [Ariel Ecker de Aguiar y Camila Morales, Brasil]

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN - AVISOS Y CAMPAÑAS - REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES

16 de marzo | 19:00 hs. | Aula PB2

- > Trabajamos para que los chicos se ocupen de cosas de chicos [Mariano Augugliaro, Argentina]
- > Short list del FIP 2016 (Festival Iberoamericano de Promociones y Eventos) DUDA
- > Aya Huma rompe en la contemporaneidad [Ivan Tenesaca, Ecuador]
- > Insecta Shoes: veganismo e propósito de marca na Internet [Marcos Mezzomo Dantas, Brasil]
- > Campaña publicitaria Código Baymax. Disney [Sofía Oppedisano y Andrés Fernández Bonaudi, Argentina]
- > EMPRESAS B #RediseñemosElPlaneta [Mariano Leguizamón, Argentina]
- > ¿Cómo aplicar una estrategia de marketing de influenciadores en las redes sociales para PYMES? [Victoria Gentile, Argentina]

TALLERES

Más de 20 talleres. Cada taller tiene 2 horas y 30 minutos de duración.

PUBLICIDAD ONLINE. ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y OBJETIVOS PARA ALCANZAR A LA AUDIENCIA DIGITAL

15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.5

Nicolás Redondo (Sr. Performance Manager – Resolution)

DE LOS MAD MEN A LA PUBLICIDAD RESPONSABLE

Miércoles 15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.3

Carlos Bartolomé (General de CB&A/BARTOLOME)

TALLER DE PRESENTACIONES PROFESIONALES

15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.4

Cristian Reatti (Socio Gerente y Director General Creativo La Factoría)

PROBLEMAS CON SOCIAL MEDIA. PUBLICISTAS DIGITALES AL RESCATE

15 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.2

Camilo Rodríguez Blanco

SOCIAL MEDIA - DIME CON QUIÉN QUIERES ANDAR Y TE DIRÉ EN QUÉ REDES

15 de marzo | 15:00 hs | Aula 1.5

Diego Bamonte (Director Creativo N3ctar)

WORKSHOP: AGENCIA MERCADO MCCANN

15 de marzo | 15:00 hs | Aula 1.4

Fernando Sami (CEO) y Equipo

LA LUZ COMUNICA. TALLER DE FOTOGRAFÍA

15 de marzo | 15:00 hs | Estudio Palermo TV

Celeste Marteatrena Godoy

DE LA NOTICIA AL STORYTELLING: LA VUELTA DE LOS RELATOS

15 de marzo | 15:00 hs | Aula 1.2

Silvina Scheiner

¡TITULAR, VIEJO Y PELUDO! UN TALLER DE AVISOS TIPOGRÁFICOS

15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.3

Sergio Paoletta

PROGRAMA PUB Y MEDIOS DIGITALES - AAP EL USUARIO Y LA ESTRATEGIA DIGITAL

15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.4

Wenceslao Zavala

¿CÓMO GANA DINERO UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD?

15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.2

Mariano Augugliaro

SHORT LIST DEL FIP 2016 (FESTIVAL IBERO-AMERICANO DE PROMOCIONES Y EVENTOS)

Miércoles 15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.5

Marcelo Savazzini

TALLER DE PLANNING

15 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.6

Fernando Bozzoletti

WORKSHOP INTENSIVO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.5

Gabriel Lancioni (Director de Producción FCB)

WORKSHOP MADRE BUENOS AIRES

16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.4

CREATIVIDAD DIGITAL: UN OFICIO CON MILES DE AÑOS DE FUTURO

16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.3

Leo Orsolini (Director Creativo Grey)

BRANDING Y PERSONALIDAD DE LA MARCA VISUAL

16 de marzo | 11:30 hs. | Aula 1.2

Andrea Pol

TALLER MEDIACOM SOBRE TENDENCIAS EN MEDIOS

Mediacom

16 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.4

TALLER DE AGENCIA TBWA

16 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.5

FORMAS DE SELECCIÓN DE AGENCIAS Y NORMAS

16 de marzo | 15:00 hs. | Aula 1.2

Mariano Augugliaro

ENTREPRENEUR. YA ESTAMOS GRANDES, TENEMOS QUE HABLAR

16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.2

Sol Bálher y Federico Green

WORKSHOP BBDO ARGENTINA

16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.5

JLA - JUSTICE LEAGUE OF ADVERTISING - EL PODER DE LAS BUENAS IDEAS

16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.3

Roberto Pollio y Cristian Tarzi

DESCUBRA ALGO QUE NO SABÍA QUE SABÍA DE USTED MISMO

16 de marzo | 18:30 hs. | Aula 1.4

Mariano Pasik

FORO DE ESTUDIANTES

10 conferencias dictadas por estudiantes.

Cada presentación tiene 10 minutos de duración.

IMAGEN Y BRANDING - AVISOS Y CAMPAÑAS

15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.7

> Criação da marca do Curso Superior de Gastronomia do Instituto Federal Farroupilha campus São Borja [Raiane Machado Moura y Felipe de Oliveira]

> Plan de Branding para la Cámara de la Industria del Calzado (CIC) [Milton Astudillo, Florencia Tozzi, Argentina]

> Campaña para la Fundación Hemocentro de Buenos Aires [Paola Tinajero, Ecuador]

> El papel del lector inmersivo en la contienda política peruana

> Lactancia en público [Álvaro Díaz, Edwin Fonseca, Mayra Freire y Adrián Rodríguez, Ecuador]

> #EstoEsCiberbullying [José Espinoza y Eddhy Edison Junior Valdivia Ramírez, Ecuador]

INVESTIGACIÓN E IMAGEN Y BRANDING

16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.7

> A influência das marcas nos espectadores de e-sports [Marcelo Curth, Rene Kasper y Hyago Ribeiro, Brasil]

> A Representatividade da Nova classe Média na Publicidade Brasileira [Marcelo Mariante de Queiroz, Brasil]

> O Anti-consumo como Argumento Publicitário: A Percepção dos Consumidores [Jéssica Brazil da Costa y Camila Morales, Brasil]

> Uma nova proposta de marca para a Casa de Cultura São-Borjense [Rebeca Karen Souza, Brasil]

> Mafia Bags [Macarena Martínez, Paraguay]

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS

17 tesis y trabajos finales presentados por recientes egresados. Cada presentación tiene 20 minutos de duración.

> 3 Pack Design Estudio Creativo. Rebranding para una marca de Panamá [José Barrientos, Venezuela]

> Campaña de marketing directo y promoción para Yolanda Santillán, instituto de uñas [Nicole Panizza y Sofía Pensotti, Argentina]

> Diseño de Producto: Creación de una baraja para Cuarenta "TAITA 40" [Edwin Bowen y Karen Yajaira Cedeño Jaime, Ecuador]

15 de marzo | 14:00 hs. | Aula 1.9



PH: F. Massobrio

ENTREVISTA A CARLOS PEREZ

Jueves 16 de marzo | 18:00hs. | Jean Jaurès 932. Auditorio

Comenzó su carrera en 1992 en Casares Grey como trainee y en 1996 ya ocupaba el cargo de Director General Creativo. A partir de 1997, lideró la transformación creativa de Grey que llevó a convertirlo en 1999 y 2000 en una de las 3 agencias más premiadas de América Latina.

CAPÍTULO DE JÓVENES EGRESADOS

> Serenatas modernas [Sofía Oppedisano, Argentina]

> Una campaña tentadora, la influencia del arte en la publicidad [Sofía Pérez, Venezuela]

> Plan de Comunicación anual para la ONG Yo Genero [Federico Arango, Mathias Cavaglieri, Cristian Leyton, Jimena Piano, Matías Sanseverino, Colombia, Estados Unidos, Bolivia y Argentina]

> Nanny Wedding Uruguay [Ana Aguerrebere, Uruguay]

15 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.8

Comisión 1

> Expressarte [Carola Lucía Gando y Eddhy Edison Junior Valdivia Ramírez, Argentina]

> Fashion Brand Ay Not Dead - Camilo Vázquez Wlasiuk [Camilo Vázquez Wlasiuk, Argentina]

> Mundos Invisibles [Laura Bustos, Colombia]

> El Boca a Boca. El rol de la publicidad en el marketing participativo.

15 de marzo | 19:00hs. | Aula 1.8

Comisión 2

> El mundo en tus manos [Andrés Fernández Bonaud]

> El sindicalismo como público estratégico y comunicador organizacional [Beatriz Arguello Yofre, Argentina]

> Creative Geniuses [Luis Felipe Cardenas Marquez y Ana Paula Escobar Farrington, Colombia y Guatemala]

15 de marzo | 19:00hs. | Aula 1.7

> ¿Cómo vender la cultura? [Carmen Ortiz Quito, Ecuador]

> Marca País – Paraguay [Nicolás García Boccia, Paraguay]

> Publicidad PNT: Público No Tradicional [David Martínez, Argentina]

> Plan de comunicación política Juan Manuel Urtubey: el candidato del consenso [Sofía Müller, Argentina]

> Reposicionamiento de Café Don Jhon Estrategia de branding y comunicación digital [John Villanueva, Colombia]

16 de marzo | 16:30 hs. | Aula 1.10

CICLO DE CINE PUBLICITARIO HISTORICO MUSEO DEL CINE

Se realizarán en la sede Jean Jaurès 932, 3 ciclos de publicidades antiguas, más de 40 cortos que recorren la historia de la publicidad. Curaduría por Raúl Manrupe Investigador y curador del Museo del Cine Pablo C. Ducrós Hicken. Cada ciclo tiene entre 30 y 45 minutos de duración.

En épocas en que se estrenaba un puñado de largometrajes nacionales por año, el cine publicitario mantuvo viva a la cinematografía argentina.

A partir de la donación de los archivos de los Laboratorios Alex, di Mar, usid y otros, el Museo del Cine de Buenos Aires junto a Raúl Manrupe como investigador y especialista en Historia de la Publicidad, encara el relevamiento e inventario de centenares de negativos de comerciales filmados entre mitad de la década de 1960 y fines de la década de 1980. Un trabajo que combina el rescate de material filmico con lo antropológico. Un patrimonio audiovisual invaluable que trae del pasado fragmentos de un momento único de frescura y creatividad.

Producidos en su mayoría por el prolífico Guillermo Smith, y dirigidos por realizadores del calibre de Ricardo Becher, Juan José Jusid, Carlos Martín, Brian Welsh o Juan José Stagnaro. Remasterizados para ser exhibidos con una calidad de imagen que no tuvieron ni cuando fueron puestos al aire en la televisión o el cine. Un desfile de mujeres sensuales como Chunchuna Villafañe, niños precoces como Pablo Codevilla, monstruos sagrados como Luis Sandrini, productos y marcas que ya no existen, paracaídas, caballos que entran a un almacén, invitaciones a consumir yerba mate y muchos estereotipos.

15 y 16 de marzo | 11:30 hs.

Jean Jaurès 932. PB1

1. FantaTónica super familiar "Playa" (1968)

2. Master 91's "Vos también" (1969)

3. Valet "Piel de tigre" y "Si no se la regala usted..." (1966)

4. Grafa "Viaje" (1970)

5. Pimalú "Gym" (1986)

6. Crema de afeitar Gillette "Televisor" (1970)

7. Lincoln "Banda" (1969)

8. La Vascongada "Nuevo envase" (1969)

9. Cavic "Navidad" (1974)

10. Atma molino "Takayama" (1970)

11. Tupungato. "Sandrini/Filmación" (1974)

12. Braun Juguera, toma en cocina-comedor (1977)

13. Columbia Discos "Catálogo" (1969)

14. Quilmes de Mesa "Fiesta" (1977)

15. Bowling Sacoa (1981)

16. Patoruzú "Poker" y "Afrika" (1971)

17. Pomelo Wink "Paracaídas" y "Almacén" (1969)

18. Cortinados PleinJour (1970)

19. Bebenil "Bombachitas" (1970)

20. Pindapoy "Ronda" (1966)

21. Limzul. "Guardapolvo" (1968)

22. Pepsi "Niño" (1968)

23. Milkybar "Milkynautas" (1969)

24. Tita y Rhodesia "Pesca" (1970)

25. Detergente Ayudín "Nene" (1975)

26. Pepsi "Carrito" (1969)

15 de marzo | 15:00 hs.

Jean Jaurès 932. PB1

CINE PUBLICITARIO ARGENTINO 1965-1985. LOS ARCHIVOS ALEX Y DIMAR

1. Crema de Afeitar Gillette "Tanta propaganda" (1969)

2. Campaña Nacional del Mate "Donde hay" (1969)

3. Pomelo Wink "Garita" (1969)

4. Pomelo Wink "Choque" (1969)

5. Aguila Saint "Patitos" (1966)

6. Cincotta "Gente de trabajo..." (1971)

7. Grimoldi "Día del padre" (1970)

8. FW "Bicicletas" (1974)

9. Jabón Federal. Limpioral (1966)

10. Colonia Valet de Gillette "Mujer enjaulada" (1969)

11. Vascolet "Esfinge" (1975)

12. Desodorante Valet "Tren" (1970)

13. Limzul "Abuelo" (1970)

14. Aero "Más que liviano" (1968)

15. Malvina "Máquina de Tejer" (1967)

16. Quilmes de mesa "A que hora comemos" (1967)

17. Coca-Cola "Todo va mejor/Campo" (1966)

18. Peugeot 404 "Hipódromo" (1970)

19. Valiant IV "Lanzamiento" (1966)

20. Ri-K "Parque" (1970)

21. Monitor "Señor Champagne" (1979)

22. Terrabusi "Tita" (1969)

23. Terrabusi "Budín Princesa" (1969)

24. Terrabusi "Canadiense" (1969)

25. Tres Plumas "Ginébrelo" (1972)

26. L&M "Courchevel" (1977)

27. Pelopincho "Pileta" (1974)

28. Colonia Valet Gillette "Nro 3/Fiesta/Navidad" (1965)

29. Jockey Club "La Aventura" (1974)

30. Pimalú "Más que ropa" (1986)

31. Interama (1983)

32. Eveready. "Interiores" (1981)

15 y 16 de marzo | 18:30hs.

Jean Jaurès 932. Microcine.

CINE PUBLICITARIO RECUPERADO II

1. Cruz del Sur "Moto" (1967)

2. Valet "Rockers o Rockies" (1969)

3. 43/70 "Areneros" (1980)

4. Williams Letric Shave (1963)

5. Poxipol (1969)

6. 43/70 "Fórmula 2" (1983)

7. Chevy '72. (1972)

8. Parisiennes "Gitanes" (1984)

9. SIAM Di Tella (1962)

10. Singer "Verdad vestida" (1968)
11. Wink. "Chimenea" (1969)
12. Acrocel "Bariloche" (1966)
13. Cutex "Pinky". (1981)
14. Valet "Rouge" (1969)
15. Lord Cheseline "Oficina" (1980)

PERSONAS Y PERSONAJES

ALGUNA CARA CONOCIDA SIEMPRE VENDE UN POCO MÁS.

16. Chesterfield "Laboratorio" (1969)
17. ATMA plancha a vapor "Herrero" (1970)
18. Locuras de Isidoro "Banda". (1971)
19. Manón "Topo Gigio" (1969)

ALGO PARA TOMAR

20. Chocolate Aguila Saint. "Circo" (1966)
21. Fanta "Payaso" (1969)
22. Yerba Salus "Barrio de Belgrano" (1983)
23. Cuesta del parral "Etiqueta" (1966)
24. Chef "Playa" (1970)
25. La Patrona "Botella" (1967)
26. Vegetalina "Livianitas" (1969)
27. Orfila Light "Gym" (1983)
28. Jockey Club "Casamiento" (1972)
29. Colorín. "Casamiento" (1980)
30. Dodge 1500. "Para toda la gente" (1972)
31. Crespi "Escarpines" (1972)
32. Crespi "Nacimiento" (1973)
33. Crespi "Huesito" (1977)
34. ATMA tostadora y cafetera "Desayuno" (1971)
35. Valet Desodorante "Dónde está mi Valet"
36. TintoeroMelville "Juego de la Mancha" (1971)
37. Gancia "DonnaCaroll" (1970)
38. Jockey Club "Disfraz" (1974)
39. SancorManteca (1981)
40. Crespi "Aniversario" (1976)
41. Jockey Club "Playa" (1972)
42. Eveready "Interiores II" (1981)
43. YPF "Ruta 2" (1971)

STANDS DE EDITORIALES

Se los podrá visitar el 15 y 16 de marzo de 11 a 21 hs | Jean Jaurès 932.



2º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD

Segunda edición
14 y 15 de marzo de 2018

congreso.publicidad.up@gmail.com

INVITADOS DE HONOR Y COORDINADORES DE PANELES

PABLO ABADIE. Fundador & CEO de 361° Argentina. Vicepresidente de la AAP - Asociación Argentina de Publicidad - EO (Entrepreneur Organization).

CARLOS ACOSTA. Periodista especializado en publicidad y comunicación, Director Editor de la revista Reporte Publicidad, Productor General y conductor del programa Reporte Publicidad, columnista del suplemento Económico de Clarín.

LEANDRO AFRICANO. Periodista (TEA), Lic. en Comunicación (UBA), tiene un posgrado en Comunicaciones Integradas de Marketing (UB) y un diplomado en Periodismo del Tecnológico de Monterrey (México). Actualmente es colaborador de medios gráficos como Revista Mercado, Brando, Prensa Económica y suplementos como La Nación Ideas y Clarín Turismo. Es profesor en la UP, UB y la Escuela Superior de Creativos Publicitarios.

EMILIA ARAUJO REYES. Lic. en Psicología y lleva más de 8 años de experiencia desarrollando proyectos integrales de comunicación en agencias de publicidad como FCB y TBWA tanto de Venezuela como de Argentina.

MARIANO AUGUGLIARO. Estudió Atención de Cuentas en la AAP y Administración de Empresas en la UCA. Trabajó en De Luca Publicidad, Ratto/BBDO, DDB/Agulla&Bacetti/ Cornicelli y otras agencias más. Hace 8 años creó su propia agencia MACOBUEENSAIRES. Fue Director de la Carrera de Atención de Cuentas del Instituto Superior de la AAP. Desde el año 2016 tiene las cátedras de Atención de Cuentas, Práctica Profesional y Taller Agencia en la UP.

CARLOS BARTOLOMÉ. Director General de CB&A/ BARTOLOME. Dirige desde 2007 estrategias de comunicación de la gestión de RSE y de sustentabilidad para calificados clientes, una de las cuales recibió el Premio Mercurio 2010 de la Asociación Argentina de Marketing a la mejor estrategia de RSE de grandes empresas.

ALICIA BELOUS. Fundadora de la Consultora Alicia Belous, de Headhunting y Desarrollo de Talentos Creativos y Publicitarios. Es Lic. en Psicología (UB), Posgraduada en Psicoanálisis y Técnicas Psicodiagnostics (UB). En 1995 funda su consultora brindando servicios integrales dirigidos a los profesionales y a las empresas en el ámbito de la Comunicación, Industrias Creativas y Publicidad local e internacional.

BÁRBARA BLOUSSON. Estudió Marketing en la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales. Actualmente se desempeña como Directora General de Cuentas en Leo Burnett Argentina, trabajando para clientes como Phillip Morris Internacional, Walmart y Samsung. Se especializa en Dirección de Servicios al cliente con trayectoria en grandes agencias internacionales.

CAROLINA BRINUSSIO. Lic. en Relaciones del Trabajo (UBA) y actual directora y fundadora de DOS rh. Durante 4 años perteneció al grupo Young & Rubicam desarrollándose en diversas áreas. En 2004 ingresó

a Axxon Consulting SA y Axxon Solutions como Responsable del área de Recursos Humanos. En 2007 ingresó a Avatar, agencia digital, como responsable del área de Recursos Humanos en Buenos Aires y Tandil. Desde hace cinco años formó su propia consultora trabajando para agencias de publicidad, digitales, prensa, productoras, empresas, etc.

JUAN NICOLÁS BROENS. Presidente de la Cámara Argentina del Cine Publicitario y socio de Aguirre Films S.R.L. Fue productor de varios largometrajes, documentales y series para televisión. Ejerció la docencia en la Carrera de Comunicación Social (UBA) y en el Seminario Producción Cinematográfica (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina).

REGINA CAMPANINI. Licenciada en Publicidad. Trabajó en agencias como BBDO Argentina y Del Campo Saatchi & Saatchi. Desde junio de 2016 es Brand Planning Director en J. Walter Thompson Buenos Aires. Está a cargo del desarrollo estratégico de todas las marcas de la agencia como: Personal, Santader Río, Clight, KitKar, Brahma Paraguay, Shell, Ilolay y Todo Pago, entre otras.

JORGE CARBONELL. Gerente General del Grupo SC. Presidente de SCA S.A. Es Director y miembro del comité de ética en la Asociación Argentina de Publicidad (AAP) y vicepresidente del CONARP Consejo de Autorregulación Publicitaria.

SEBASTIÁN CIVIT. CEO de Midios. Lleva más de 30 años trabajando en la industria publicitaria. Su primer trabajo fue en JWT Argentina donde estuvo 23 años. Fue vicepresidente en JWT Argentina, después CEO de MediaCom Argentina, agencia de medios de WPP. En 2013, deja MediaCom y comienza una nueva etapa en Midios, Agencia de Medios local e independiente como CEO y socio.

FLORENCIA CROSTA. HR Manager en Ogilvy & Mather, Comms Manager en Ogilvy & Mather. Gerente de RRHH y Comunicación en Grupo Ogilvy & Mather Argentina.

CLAUDIO DESTÉFANO. Periodista especializado en temas Empresariales y de Negocios. Formó parte del staff de diarios como Clarín, El Cronista, Infobae, Olé y El Observador (Montevideo), y de las revistas Apertura, La City, Mística, Somos y El Federal, entre otras. Creó el diario interactivo de negocios DestéfanoBIZ, que se transformó en d.biz y ahora en dbiz.today Cada Hora. Actualmente es el Director de Planeamiento Estratégico de Club Atlético Atlas, y responsable del "Otro Vestuario Deloitte" en el programa "Atlas, la Otra pasión" que emite Fox Sports.

GONZALO FASSÓN. Actual Director en la agencia Carlos y Dario. Trabajó diez años en Kepel & Mata, en los cuales los últimos cuatro años fue el Gerente General de la agencia. Anteriormente trabajó cinco años en Young & Rubicam como Director de Cuentas. Sus comienzos fueron en Capurro y Asociados, donde empezó su carrera como trainee y ascendió unos años más tarde a la Dirección de Cuentas.

GONZALO FONSECA. Head of Planning de Young & Rubicam BUE. Es docente de Planning y Comunicación de la Universidad Austral.

JAVIER FURMAN PONS. Lic en Marketing, Master en Comunicaciones Integradas por Universidad de California, Docente Universitario (Profesor Titular de 2 Cátedras en la Universidad de Palermo). Actualmente es Director de MediaBusTV Argentina. Ex Director de Marketing y Comercial de Brand Plus, Ex Gerente Regional de Marketing de IRSA, Ex Director de Marketing & Planning de Ignis Media Agency, Ex Director de Planning de Zenith media Argentina y Ex Jefe de Planning de Havas Media.

SERGIO GARRIDO. Co-Fundador y Productor Ejecutivo de Música Original para Publicidad y Spots de Radio y TV en IndigoMusicDesign. Presidente de CAMP - Creativos Argentinos de Música Publicitaria.

ROMINA GAYÁ. Lic. en Economía (USAL), Maîtrise de Sciences Économiques mention Économie Internationale, Monnaie et Finances (Université de Toulouse), Magister en Relaciones Económicas Internacionales (Universitat de Barcelona) y Magister en Relaciones y Negociaciones Internacionales (Universidad de San Andrés). Directora del Observatorio de la Economía del Conocimiento del Ministerio de Producción de la Nación. Es investigadora y docente de grado y posgrado en diversas Universidades.

PABLO GIL. Es cofundador y presidente de Coupe. Agencia independiente que creó luego de 20 años como creativo en importantes agencias de Argentina. Pablo comenzó en 1992 en Savaglio, en el 2000 se incorpora a Del Campo donde fue director creativo, cinco años más tarde se suma como DGC a Grey hasta llegar a ser Vicepresidente y DGC regional. Tiene en su haber 14 Cannes Lions y cuenta con 20 años de trayectoria docente.

ARIEL HAJMI. Lic. en Comercialización y Marketing (UP). Desde 2012 es Director Comercial Cono Sur en Kantar IBOPE y se desempeñó como Gerente Comercial desde 2006 hasta 2012. Dentro de Kantar IBOPE Media, ha liderado el proceso de fusión de las áreas comerciales de empresas independientes en un contexto comercial complejo.

ERIC JAKUBAVICIUS. Director de Estrategia para Unilever Latinoamérica y Director de Estrategia de IPG Mediabrands. Eric es Técnico en computación y Lic. en Administración. Además estudió finanzas en el CFA Institute de los Estados Unidos. Fue profesor de Planeamiento Estratégico en la Escuela Superior de Creativos Publicitarios y en la AAP. Actualmente dicta clases en la Miami Ad School de Buenos Aires.

SANTIAGO KELLER. Lic. en Ciencias de la Comunicación (UBA) y Fundador y Presidente de LatinSpots, LatinSpots.com y del Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica.

DAMIÁN KEPEL. Presidente y dgc de KepeL & Mata.

DARIO LAUFER. Lic. en Ciencias de la Comunicación (UBA) y Director General de Be Influencers. Desarrolló su carrera profesional como periodista de economía y negocios y luego como publicitario. Dirige la produc-

ción de contenidos y la creatividad de La Real, agencia que fundó en 2009. Escribió en Expansión CNN, iEco Clarín, Information Technology, y previamente fundó la productora de contenidos C_Factory y se desempeñó como director de CRN Cono Sur hasta mediados de 2001.

ADRIANA LAZZERETTI. Gerente de Contenidos Especiales en Editorial Dossier, graduada en Filosofía (UBA). Desde hace 30 años se dedica al periodismo especializado en publicidad, marketing, comunicaciones y negocios. Publisher de las Ediciones Especiales de Editorial Dossier. Tiene a su cargo el área audiovisual de la empresa, para la producción de los programas especiales Lápiz de Platino y Premios Jerry que se emiten en Telefé y América TV, respectivamente, y productos audiovisuales para medios digitales, como Dossier Micro Contents.

RAÚL LÓPEZ ROSSI. Fue director creativo general de Ogilvy, Grey, DDB y director creativo regional de Leo Burnett. También condujo su propia agencia, López Rossi/Lopardo luego transformada en López Rossi/Nesci. Ganó premios nacionales e internacionales. En 2013 recibió el premio Golden Brain como reconocimiento a su trayectoria. Actualmente dirige su propio estudio de comunicación.

MÁXIMO LORENZO. Lic. en Publicidad y MBA en el IAE Business School. CEO de Grey Argentina. Anteriormente se desempeñó como Gerente de Marketing Adultos en McDonald's Argentina, más tarde Gerente de Marketing Nacional, luego Director de Marketing de Zona para América Latina con base en OakBrook, USA, convirtiéndose en el primer argentino en trabajar en Marketing para la casa matriz de los arcos dorados. También fue Gerente de Marketing de Aguas Premium en Aguas Danone de Argentina, Managing Director de Crea Buenos Aires y Vicepresidente de Nuevos Negocios de The Marketing StoreWorldwide.

GABRIEL MALONEAY. CEO CraveroLanis.

GUSTAVO MAMES. Director de la Agencia de Marketing Online Interactivity. Es MBA en Dirección de Marketing de la State University of New York at Albany (USA) & USAL, Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA) y actualmente profesor de MIND, el Programa Ejecutivo de Management Integral de Negocios Digitales, de la Universidad de San Andrés (UdeSA). Desde 2008 dirige su propia agencia, con más de 15 clientes nacionales, internacionales y regionales. Es autor del libro "Real Time Marketing, cómo construir una marca en tiempo real".

RAÚL MANRUPE. Investigador del cine argentino y la cultura popular, realizador y Director Creativo. Luego de una carrera como Creativo publicitario en agencias como Ogilvy, Macán y otras, ha dado cursos junto a Pablo Enriquez en HBO, Warner Channel y la UNTref. Desde el 2000 dirige cine y video. Es investigador en el Museo del Cine de Buenos Aires, ha programado con éxito ciclos de cine publicitario histórico en el Festival de Cine de Mar del Playa y el BAFICI.

SANTIAGO MÁRQUEZ. Director Comercial, de Marketing y Digital del grupo RMPB (Radio Metro y Blue entre otros) desde 2012. Tiene más de 30 años de experiencia en compañías vinculadas al marketing,

publicidad y ventas. Inició su carrera trabajando en ventas para diferentes radios y canales de TV, pasando luego por importantes agencias de publicidad como Mc Cann, Ogilvy, Young & Rubicam, Ayer Vázquez, Verdino Bates y Grey.

PATRICIA MARTIN. Lic. en Sociología (UBA), Técnica Superior en Publicidad y tiene un MBA in Human Resources Management (USAL). Actualmente y desde el año 2012 es la Gerente General de la Asociación Argentina de Publicidad (AAP), Asociación que representa a la industria publicitaria argentina, nucleando a las principales agencias del mercado.

JORGE MARTÍNEZ. Fundador y CEO de Adlatina.com. Además, Adlatina magazine, Crema y Standouts y MarketersbyAdlatina. Es Miembro del Comité Ejecutivo y Representante en Latinoamérica y USA Hispano del Festival El Sol (San Sebastián/Bilbao) desde 2002. Periodista (Universidad Nacional de Lomas de Zamora), tiene una amplia trayectoria en medios de comunicación con más de 3 mil artículos escritos sobre marketing, medios y publicidad.

GABY MENTA. Creador de la agencia #Squooosh, Comunicación y Digital-Content, dio más de 3000 conferencia para más de 40.000 oyentes en su carrera por Latinoamérica. Creador del Concepto #FeelingMedia, influencer para Google en su negocio #Google #Adwords. Fue consultor y Evangelist para Adobe Systems (USA y Latam) y consultor para Macromedia, Apple (philadelphia) para el programa One to One (educativo) para realizar distintas acciones en Latinoamérica.

MARTÍN MERCADO. Es, según los tres últimos estudios de Agency Scope, el publicitario más reconocido de la Argentina. Hace algo más de un año fundó Mercado McCann, un freshmarket de ideas global que opera desde Buenos Aires y desde donde en 2016 se hizo la campaña global de Coca-Cola. Previamente Martín fue Director general creativo de Young&Rubicam, La negra, McCann Erickson Buenos Aires y Savaglio TBWA.

MARCELO MONTEFIORE. Lic. en Administración de Empresas (UBA), y tiene un título en Finanzas Corporativas (UCEMA). Es Fundador y CEO de Global Mind, una de las primeras agencias de medios digitales en América Latina. En el año 2011, Montefiore adquirió ICOLIC, una agencia creativa digital, triplicando su tamaño en 5 años. Su participación como Jurado ha sido muy variada, desde premios locales hasta el Festival de Cannes. Como actividad ad-honorem es Docente de Teoría de la Decisión en la UBA y en la Cárcel de Devoto.

SANTIAGO OLIVERA. Estudió Publicidad (Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales) y tiene una Maestría en Comunicación Institucional (UCES). Luego de muchos años de experiencia en el área de Cuentas y Planeamiento Estratégico en agencias como Ratto/BBDO, Y&R, Pragma/FCB, DDB, Savaglio/TBWA y Drafftfc, inició un proyecto propio que se plasmó en la sociedad con TBWA\ . Fue vocal en el Consejo Publicitario Argentino, Director Titular en la Asociación Argentina de Publicidad y miembro de la Comisión Directiva en el Consejo de Autorregulación Publicitaria.

QUINO ONETO GAONA. Director General Creativo Ejecutivo de Rapp Argentina, antes fue DGC en J. Walter Thompson Chile y en FWK, y redactor en Agulla&Baccetti, Lowe, Ogilvy y FCB. Obtuvo más de 200 premios en prácticamente todos los festivales nacionales e internacionales, incluidos varios grandprix.

MARIANO PASIK. Fundador y CEO de Liebre Amotina fundada en 2001 después de haber trabajado en diferentes multinacionales como director creativo. Desde entonces, Liebre es reconocida como una de las agencias independientes más importantes del país. Ha sido jurado de varios premios regionales y su agencia ha ganado más de 100 premios en todo tipo de categorías. Y 2 Gran Prix en el Ojo de Iberoamérica.

ISABEL PENELAS. Coordinadora de Nuevos Negocios & Research Cono Sur en Kantar IBOPE Media Isabel es Lic. en Administración (UBA), especializada en Marketing e Investigación de Mercado. Ha desarrollado su actividad profesional tanto en research como en marketing en empresas tales como: Nielsen, MKT Consultores, Parque de la Costa y Radio Mitre. Actualmente trabaja en Kantar IBOPE Media Argentina en el "think tank" metodológico y coordinando las áreas de Nuevos Negocios y Research para Cono Sur.

CARLOS PÉREZ. Abogado y actualmente miembro del Creative Board de BBDO Worldwide. Comenzó su carrera en 1992 en Casares Grey como trainee y en 1996 ya ocupaba el cargo de Director General Creativo. A partir de 1997, lideró la transformación creativa de Grey que llevó a convertirla en 1999 y 2000 en una de las 3 agencias más premiadas de América Latina. A fines del 2000 pasó a Ratto/BBDO como Director General Creativo y en 2001 lideró el lanzamiento de BBDO Argentina junto con su actual socio Daniel Melero. BBDO fue elegida Mejor Agencia en los premios Jerry Goldenberg en 2008 - 2009 y es la agencia más efectiva de la historia de acuerdo con los prestigiosos premios Effies. Carlos lleva cosechados numerosos premios en Cannes, D&AD, Clio y Fiap, entre otros. Recibió el Premio Estilo Profesional 2013, entregado por la Facultad de Diseño y Comunicación UP.

PHILIP PÉREZ. Presidente y Director General de la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), ha desarrollado una larga y exitosa carrera en marketing de productos de consumo masivo, principalmente en la industria alimenticia y farmacéutica. Philip se ha graduado en Administración de Empresas en la Ecole Supérieure de Commerce de París y ha adoptado a la Argentina como su hogar desde hace 25 años.

GABRIEL PEROTTI. Lic. en Publicidad, con sólida trayectoria en el área de ventas publicitarias (en empresas nacionales e internacionales). Gerenciamiento de equipos comerciales mediante la motivación, capacitación y desarrollo profesional de cada asesor comercial. Desde 2013 se desempeña como Gerente Comercial en Publicidad Sarmiento, Empresa líder en publicidad exterior (OOH), dedicada a la comercialización de cartelería en todo el país.

ALBERTO PIERPAOLI. Lic. en Publicidad y en Sociología (USAL). Es pionero del marketing a mujeres en América Latina, fundó The Gender Group, la primera consultora de marketing con una perspectiva inclusiva de género para los mercados de habla

hispana. Creó posteriormente Made in femenino, una compañía especializada en desarrollar estrategias de comunicación para mujeres. Es autor del libro digital Mal-tratadas por el marketing (2013) y del capítulo sobre marketing de género del libro Marketing Nuevos Caminos (2011).

VÍCTOR POCHAT. Periodista deportivo (DeportEA), especialista en deportes olímpicos. Cubrió los Juegos desde Atenas 2004, además de Juegos Panamericanos, Sudamericanos y Centroamericanos y del Caribe. Publicó dos libros sobre el tema. Fue redactor del diario Clarín y desde 2000 trabaja en el canal de televisión ESPN, donde actualmente es Director de Programación para Sudamérica y Director de ESPN Magazine. Además, es docente de Historia de los JJ.OO. y Atletismo en las escuelas de periodismo DeportEA y ETER.

CRISTIAN REATTI. Comenzó su carrera en 1992 en Madrid, España, en el departamento creativo de CP-Diseño, perteneciente a Saatchi & Saatchi. De regreso a Argentina, en 1994, trabajó en el estudio Graphic Publisher, y luego en el departamento de Comunicaciones Corporativas y Publicidad de Siemens SA. En 1997 fundó TCC, La Factoría, en donde hoy es Socio Gerente y Director General Creativo. En la agencia trabajan para DIRECTV, Gas Natural Fenosa, Mercado Libre, Longvie, YPF, Goodyear, Hospital Británico y Xerox entre otros clientes.

PETA RIVERO HORNO. Director de Human Full Agency.

MERCEDES ROLDÁN VERGÉS. Strategy & Culture Innovation Director. +Castro Innovation House. Miami Ad School Bootcamp for account Planner.

BRUNO ROVAGNATI. SVP, Managing Director, LATAM en R/GA - R/GA.

RODRIGO SAAVEDRA DE LA FUENTE. Publicista de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera y diplomado en marketing en la Escuela de Negocios de la Universidad de Chile. Hoy es el Gerente General de IAB Chile, organización industrial que empodera a los medios de comunicación y la industria del marketing a prosperar en la economía digital. Fue también Gerente General de ARCHI, Director del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria -CONAR-, Gerente Comercial La Nación y Subdirector de la Secretaría de Comunicaciones (SECOM) de la Secretaría General de Gobierno.

PABLO GABRIEL SÁNCHEZ. Con una trayectoria en agencias como Leo Burnett, Gowland, De Luca y hace 25 años es redactor y fue docente de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad.

FERNANDO SARNI. CEO Mercado MacCann.

FEDERICO SOTO ROLAND. Co-fundador y Director de Estrategia de Marcas en NSB, agencia Full-Service& Digital fundada en 2003, con presencia en la Argentina y los Estados Unidos, y en todo el mundo a través de la red Magnet. Estudió Economía en la Universidad Nacional de Mar del Plata, ha completado el Programa de Educación Ejecutiva en "Internet y Marketing Digital" en la UB y el DPME en IAE Business School. En 2013 editó su primer libro: "Marcas: el ansiolítico del mundo posmoderno".

PABLO TAJER. VP de Plataformas Digitales en Grey Argentina y es uno de los primeros creativos del mundo en volver a una agencia luego de haber trabajado como Head of Facebook Creative Shop para el Cono Sur. Trabajó en Del Campo Saatchi & Saatchi, JWT Argentina y BBDO Argentina. Su trabajo ha sido reconocido en todos los grandes festivales de publicidad nacionales e internacionales. En 2016 Tajer fue reconocido por los Premios Jerry Goldenberg como Mejor Profesional del Área Digital.

JUAN JOSÉ TIRADO. Gerente General de la agencia integral Latinbrands, Director de APAP (Asociación Peruana de Agencias de Publicidad), Presidente del Tribunal de CONAR, fue Fundador y CEO de la agencia NEU Perú y Vicepresidente de Negocios en FCB Mayo, Socio de LATINA Communication Group, iniciando su carrera en Publicis Asociados. Jurado de los premios EFFIE en diversas ocasiones, donde también se llevó galardones por campañas realizadas para diferentes clientes, dedica parte de su tiempo a la docencia, es columnista y expositor en distintos foros internacionales del sector.

GONZALO VECINO. Director General Creativo y cofundador de Niña, la agencia independiente. Ha trabajado en agencias como Bates, Leo Burnett, DDB, Agulla & Baccetti, BBDO y JWT Argentina, donde consiguió 13 Cannes Lions. Desde que fundó Niña en 2012 junto a su socio han sumado clientes como: Absolut, Atrápalo.com, Banco Itaú, Bodegas Salentein, Bodegas Callia, Cerveza Kunstmann, Cerveza Schneider, FIAT, Gob. de la Prov. de Bs. As., entre muchos otros.

FERNANDO VEGA OLMOS. Fue Director Creativo General de Gowland, la agencia más grande de Argentina a mitad de los 80, cuando sólo tenía 25 años. Luego, tuvo el privilegio de trabajar con los dos padres de la creatividad argentina: David Ratto y Hugo Casares. En Ratto/BBDO ocupó el cargo de Director Creativo General y posteriormente se sumó en esa misma posición como socio de Casares Grey. En el año 1997, Vega Olmos fundó la emblemática Vegaolmosponce, junto a Hernán Ponce. Entre los premios a destacar, obtuvo los de festivales como El Ojo de Iberoamérica y Cannes, consiguiendo el primer Grand Prix de Integrated de la región con Axe 3.

En 2007, fundó Lola, la oficina de Lowe con base en Madrid. Un año más tarde, aceptó la propuesta de Bob Jeffrey, y se sumó a JWT, primero como Chairman Creativo para Latinoamérica y Europa, y luego, como Presidente del Consejo Mundial Creativo de la red. Hoy, Vega Olmos es un talento creativo for export radicado en Madrid, y fundador (junto al español Alex Palette) de la compañía de innovación para marcas The Picnic (2014). Por su aporte a la publicidad argentina y mundial, es reconocido como Maestro de la Publicidad.

MARTÍN WULLICH. Locutor nacional y periodista profesional. Actualmente trabaja en la radio FM MILENIUM 106.7, en FM POP 101.5 y en FM ARPEGGIO 89.5. En televisión se encuentra conduciendo programas especiales en C5N. Dirige el portal dedicado a críticas, comentarios y anuncios relacionados con la cultura y el espectáculo.

AGENCIAS ASOCIADAS A LA AAP



INVITADOS DE HONOR Y COORDINADORES DE PANELES DEL 1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD



Viene de la pág. 2



GUSTAVO MAMES



RAÚL MANRUPE



SANTIAGO MÁRQUEZ



PATRICIA MARTÍN



JORGE MARTÍNEZ



GABY MENTA



MARTÍN MERCADO



M. MONTEFIORE



SANTIAGO OLIVERA



QUINO ONETO GAONA



MARIANO PASIK



ISABEL PENELAS



CARLOS PÉREZ



PHILIP PÉREZ



GABRIEL PEROTTI



ALBERTO PIERPAOLI



VÍCTOR POCHAT



CRISTIAN REATTI



PETA RIVERO HORNOS



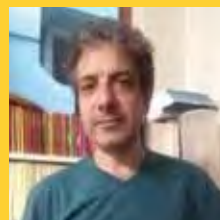
M. ROLDÁN VERGÉS



BRUNO ROVAGNATI



SAAVEDRA DE LA FUENTE



PABLO SÁNCHEZ



FERNANDO SARNI



FEDERICO SOTO ROLAND



PABLO TAJER



JUAN JOSÉ TIRADO



GONZALO VECINO

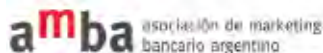


FERNANDO VEGA OLMOS



MARTÍN WULLICH

ASOCIACIONES AUSPICIANTES DEL 1º CONGRESO LATINOAMERICANO DE PUBLICIDAD



ARGENTINA: Cámara Argentina de Anunciantes (CAA) | Asociación de Empresas de Publicidad Exterior y Medios Alternativos | Asociación de Marketing Bancario Argentino | Cámara Argentina de Agencias de Medios (CAAM) | Interactive Advertising Bureau Argentina (IAB) | Asociación Argentina de Marketing | Cámara Argentina de Cine Publicitario | Asociación de Fotógrafos Publicitarios de la Argentina | Centro de Informaciones de Publicidad | Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP) | Cámara Argentina de la Música Publicitaria | INTERACT Unión de Agencias Interactivas | Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión | Sociedad Argentina de Marketing Farmacéutico | ADEPA Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas | Asociación Cordobesa de Agencias de Publicidad (ACAP) | Asociación Misionera de Marketing | Asociación Publicitaria de Agencias de Rosario (APAR) • BRASIL: Centro Brasil Design | Asociación Brasileira de Agencias de Publicidad (ABAP) • CHILE: Asociación Chilena de Diseño | Interactive Advertising Bureau (IAB) • COLOMBIA: ASPROMER Asociación de Programas de Mercadeo • MÉXICO: Asociación Mexicana de Agencias de Promociones • CONVENTION & VISITORS BUREAUS de Latinoamérica y el Caribe • PERÚ: Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (APAP) • URUGUAY: Asociación de Dirigentes de Marketing | ADM.