



En las sociedades modernas las personas están expuestas a más de 3.500 impactos publicitarios diarios. Se trata de un poder de comunicación de masas con probada capacidad para influir en los comportamientos de

las personas. Muchas empresas y publicitarios están viendo que ese poder puede ser empleado para algo más que vender productos. Bastantes marcas han comenzado a hacer una publicidad con contenido social y mensajes que tratan de cambiar los valores de la sociedad. En muchos casos, la publicidad actual casi olvida hablar del producto o marca y promueve hábitos de vida saludables, prudencia al conducir o directamente motivan para un cambio social. La publicidad social ya no es un territorio exclusivo del Estado o de las ONG. José Carlos León, coordinador del libro *Change Marketers. La empresa como agente del cambio*, considera que se trata de una estrategia que genera beneficios para las empresas: "Una marca decide no retocar las fotos de sus modelos y sus ventas se incrementan". Por eso asegura que, "... a la larga, es más beneficioso para una compañía tener una estrategia que sirva para mejorar el mundo. La publicidad y la comunicación como medio de construcción masiva". En este ciclo de 'Ideas para el corazón. La publicidad que cambia a las personas y el mundo' se van a desarrollar una serie de debates entre dos profesionales sobre diferentes aspectos de la comunicación publicitaria que está cambiando radicalmente su forma de actuar y muchas cosas en el mundo.

IDEAS PARA EL CORAZÓN

LA PUBLICIDAD QUE CAMBIA
A LAS PERSONAS Y EL MUNDO

Alicante

14, 21 y 28 de febrero 2018

Casa Bardín. San Fernando, 44. 03001 Alicante

Organiza:

Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert

Intervienen: José María Batalla, Jesús Orbea Mira, Concha Wert, Lucía de la Vega, Ignasi Giró y Esperanza Blanc.

Coordina: Miquel Poveda Salvá.

ENTRADA GRATUITA. LIMITADA AL AFORO DE LA SALA.

www.iacjuangilalbert.com

Tel. 96 / 512 12 14 / 16

 facebook.com/iacjuangilalbert

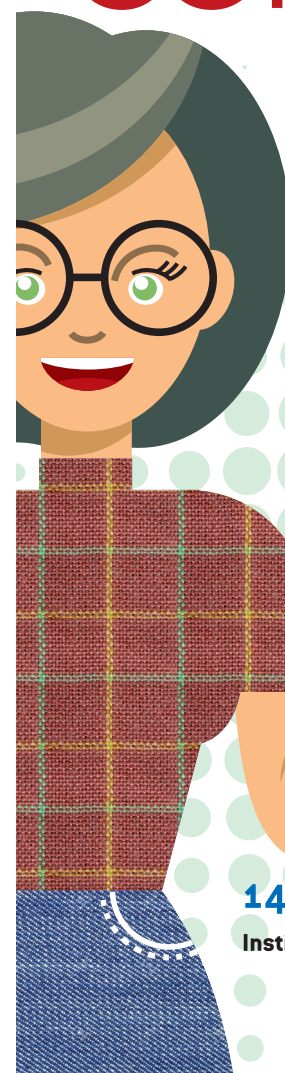
 [@gilalbertIAC](https://twitter.com/gilalbertIAC)



idEaS

PARA EL CORAZÓN

CICLO DE DIÁLOGOS



**La Publicidad
que cambia a
las personas
y el mundo**

Alicante

14, 21 y 28 de febrero 2018

Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert

CASA BARDÍN

CICLO DE DIÁLOGOS CON PROFESIONALES DE LA PUBLICIDAD

IAC Juan Gil-Albert
Casa Bardín. C/ San Fernando, 44. Alicante
Febrero 2018

Miércoles, **14.** 19:00 h.

El alma de la publicidad

Invitados: José María Batalla, director creativo de La Casa de Carlota, y Jesús Orbea, profesor de la Universidad de Alicante.

José María Batalla

Socio fundador de La Casa de Carlota, estudio de diseño en el que trabajan creativos con síndrome de Down, jóvenes estudiantes y profesionales. Socio fundador de 1000 friends, empresa especialista en la creación de ideas y estrategias de sostenibilidad económica, social y medioambiental. Ha sido director general creativo en Wonderland Havas y Lorente y vicepresidente creativo en Euro RSCG. Ha conseguido importantes premios en los principales festivales publicitarios: Cannes Lions, FIAP, El Sol, New York Festival, London Awards, Clio, LAUS, etc.

Jesús Orbea Mira

Profesor de la Universidad de Alicante en las áreas de Estrategia de la Comunicación y Creatividad publicitaria. Doctor por la UA y licenciado en Ciencias de la Información (Publicidad y Relaciones Públicas) por la Universidad Autónoma de Barcelona. Desde 1982 a 2004 trabajó en Valencia como creativo publicitario y realizador para diversas agencias y anunciantes.

Miércoles, **21.** 19:00 h.

La importancia de las historias

Invitados: Concha Wert, gerente del Club de Creativos y Creativas, y Lucía de la Vega, directora de planificación estratégica de Imaginate.

Concha Wert

Licenciada en Periodismo por la UCM, Master en Periodismo por la Universidad Carolina del Norte. Trabajó en la televisión balear y amplió estudios en Estados Unidos. A su regreso ingresó en la agencia OTR. En la revista *Anuncios* fue redactora-jefe y subdirectora, y después se integró en Consultores de Publicidad como directora de selección de agencia. Docente en la Universidad Antonio de Lebrija, participó en la fundación del Club de Creativos de España, del que es gerente, al tiempo que colabora en libros y como articulista.

Lucía de la Vega

Directora de planificación estratégica en Imaginate, agencia creativa de la que forma parte desde su fundación. Licenciada en Sociología, simultanea su trabajo con la docencia como profesora de Estrategia Creativa en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante. Desde su posición profesional ha dirigido la estrategia de proyectos como Niceballs y colaborado con marcas como Pepe Jeans, Schweppes, Chie Mihara o Paco Roncero, entre otras.

Miércoles, **28.** 19:00 h.

Tecnología y creatividad

Ignasi Giró, director de Double You investigación e innovación, y Esperanza Blanc, directora ejecutiva de Casanova.

Ignasi Giró

Licenciado en Ciencias Físicas, se considera 'físico creativo'. Mezclando tecnología y emociones, ha desarrollado campañas interactivas, marcas y productos tanto para grandes empresas -SEAT, P&G, Codorníu, BIC, Nespresso- como para *startups* -HolaLuz, Regalador, Acierto.com-. Ha asumido puestos de dirección de innovación y dirección creativa en TBWA/París, Honest&Smile, Grey, Great Works y Nurun Crazy Labs. Se define 'emprendedor inventor' de productos. Algunos de sus proyectos han generado impacto y alguna de sus creaciones ha sido expuesta en importantes museos.

Esperanza Blanc

Licenciada en Periodismo, ha trabajado como redactora en diversas emisoras de radio y actualmente es directora ejecutiva de Casanova Comunicación, agencia alicantina que también está presente en Madrid, Barcelona y Valencia, y que ha obtenido el Premio Nacional de Marketing para la campaña de LODI. Entre sus clientes se encuentran importantes marcas nacionales e internacionales.