

El ComLoc aborda los días 15 y 16 el futuro del negocio publicitario en la era digital - Mediterráneo - 07/11/2018

EL CONGRESO DE COMUNICACIÓN LOCAL LLEGA A SU DECIMOQUINTA EDICIÓN

El ComLoc aborda los días 15 y 16 el futuro del negocio publicitario en la era digital

La UJI analiza la evolución de perfiles y agencias y nuevas tendencias creativas

El edificio de Posgrado abordará el reto que plantean las nuevas tecnologías

MARI CARMEN TOMÁS
mediterraneo@periodico.com
CASTELLÓN

La UJI acogerá los días 15 y 16 de noviembre el Congreso de Comunicación Local Comloc 2018. En su decimoquinta edición, la cita abordará *El negocio publicitario en la sociedad digital*, en un encuentro que tendrá lugar en el salón de actos del edificio de Posgrado y Consell Social del campus.

Estudiar el contexto digital como medio comercial y su repercusión en la profesión publicitaria será el reto. Para ello, se analizarán los efectos en cuatro aspectos: los cambios y evolución de la estructura tradicional de agencia y sus nuevas formas de negocio; la evolución y desarrollo de los perfiles profesionales en el sector y las nuevas tendencias estratégicas y creativas que aparecen con el panorama digital, así como el rol del receptor en esta coyuntura sectorial.

La directora académica del ComLoc 2018, Cristina González, explica que hacía mucho tiempo que no se centraba el congreso en la temática más próxima a la publicidad. El germen de esta edición proviene de un proyecto de investigación llevado a cabo por el área de Publicidad en los últimos tres años, y que finaliza en diciembre sobre *El negocio publicitario en la sociedad digital*, centrado en la Comunitat. «Todas las agencias que han formado parte de la muestra en este estudio participan en las mesas redondas en

el congreso y están vinculadas a la asociación de agencias de publicidad de la Comunitat», dice.

Precisamente uno de los principales motivos que ha generado cambios sustanciales en la estructura, metodología de trabajo y perfiles que demandan las agencias proviene de la «explosión de lo digital». A partir de este boom, las agencias han tenido «no solo que crear nuevos perfiles sino también renovar los tradicionales». Muchas han cambiado sus metodologías y trabajan por proyectos. El cambio tiene, también, implicaciones a nivel de creatividad, con nuevas tendencias a nivel estratégico, explica. «Cambian los servicios ofertados pero también lo que demandan los clientes». Es un sector que cambia muy rápido, a la fuerza. «La intención es hacer una foto de la situación actual en la Comunitat, y ver cómo ha evolucionado en perfiles, estructura, metodología de trabajo y servicios ofertados», añade.

REFERENTES // Además de contar con los profesionales, que son los que más han vivido en carne propia los cambios, se contará con tres ponentes a nivel académico referentes: Chari García Cubells, de la Universidad CEU San Pablo, premio a su trayectoria comunicativa; Ubaldo Cuesta, de la Complutense de Madrid, cuyo laboratorio de Neurociencias aplicada la publicidad es un referente, y Carmen Marta, de la Universidad de Zaragoza, que domina el tema de *los millennials y social media*. ■

PROGRAMA COMLOC 2018

JUEVES 15

09.30 Presentación del ComLoc 2018

10.15 Conferencia: Dra. Chari García Cubells (Universidad San Pablo CEU). *La evolución de la creatividad y la tecnología en el ámbito de los perfiles*.

12.00 Mesa Redonda: *Perfiles profesionales en el negocio publicitario actual*. Modera y presenta Eugenio Martín (Dircom CV). Componentes: María Pellicer (WeAddYou), Josep Martí (KilperDVila), Marta Chillarón (Publips) y Ernesto Soto (Kanbel).

16.00 Conferencia. Dr. Ubaldo Cuesta Cambra (Universidad Complutense de Madrid). *Neuromarketing y publicidad: Análisis de casos*

prácticos empleando electroencefalograma, respuesta dermoeléctrica, expresión facial implícita, eye-tracking y otras variables.

17.00 Mesa redonda: *Estructura y metodologías de trabajo en la agencia de publicidad*. Modera y presenta: Vicente Vañó (ComunitAd). Componentes: Xavi Sempere (Trumbo), Majo Alonso (Rosebud), Ana Niño (Maslow), Jabo Garcia (Kids).

18.30 Mesade Comunicaciones (Aulas FF-0104-AA y FF-0205-AA).

VIERNES 16

10.00 Conferencia. Dra. Carmen Marta Lazo (Universidad de Zaragoza). *Competencias digitales para un*

consumo saludable en redes sociales.

12.00 Mesa Redonda: *Nuevas tendencias estratégicas y creativas de la publicidad digital*. Modera y presenta: Samuel Gil Soldevilla (Universidad Jaume I). Componentes: José Vicente Sancho (Havas Media), Artur Sales (Exit), Iker Múgica (Aftershare), Laura Llopis (WeAddYou), Alex Rubio (Tweilthundred).

13.30 Carlos Fanjul Peyró y Cristina González Oriate. *Conclusiones del proyecto de investigación El Negocio publicitario en la sociedad digital* (Plan de Promoción a la Investigación. Universitat Jaume I)

14.00 Clausura del ComLoc 2018