

Shackleton y Vitruvio L. B. triunfan en Cannes

Redacción

La agencia española de Marketing Directo Shackleton ha salido victoriosa de los Lions Direct del Festival de Cannes, sección donde se ha erigido como la 'Agencia del Año' y donde ha logrado el Grand Prix y dos oros en las categorías de 'Productos y Servicios financieros' y 'Mejor Campaña Directa Integrada'.

Estos reconocimientos han venido de la mano de la campaña Depósito Lopetegui, lo que ha llevado a la agencia fundada por Pablo Alzugaray y Juan Nonzioli a ser la 'Agencia del Año de Marketing Directo' por delante de Nordpol+ Hamburgo y TBWA/Germany Berlin.

Por países, Alemania ganó en Lions Direct en número de premios conseguidos, un total de 14, seguido de Australia (9) y Reino Unido, con ocho.

Shackleton fue la agencia más representada en la *short list* de la sección por sus trabajos, con diez piezas finalistas de un total de 13.

El Palais des festivals de la Croisette fue también testigo de cómo otra agencia española triunfaba, en este caso en la categoría de Marketing.

Vitruvio Leo Burnett Madrid logró por su parte un León de Oro por su pieza 'Static' para la compañía Orange (France Telecom).

Redacción
profesionales@neg-ocio.com

Los directores de comunicación de los principales organismos relacionados con la justicia junto a periodistas de prensa escrita y medios audiovisuales especializados en información judicial han puesto en marcha la Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos (ACIJUR).

La nueva asociación profesional sin ánimo de lucro se ha constituido en sus estatutos como una institución de ámbito nacional.

En la asamblea de los socios fundadores de ACIJUR, celebrada en Madrid, se ha procedido a la elección de la primera junta directiva a nivel nacional. El órgano rector está

MIGUEL LÓPEZ-QUESADA, NUEVO DIRCOM DE LANETRO ZED, DEJA WEBER SHANDWICK

"Vuelvo a estar muy metido en la trinchera de la comunicación"

Ramón Roca
rroca@neg-ocio.com

Nunca tiempos pasados fueron mejores. Pero Miguel López-Quesada, consejero delegado de Weber Shandwick, regresa a su vocación personal para llevar la comunicación corporativa de Lanetro Zed.

Con 38 años de edad, 15 de ellos con la consultoría de comunicación a las espaldas y en puestos de gestión más que de comunicación pura y dura, López-Quesada asegura que el cambio se debe a una cuestión personal. "Responde a un deseo de estar en una compañía en la que vuelvo a estar muy metido en la trinchera", afirma el nuevo dircom de la multinacional española de servicios de entretenimiento.

Cambio de vida

López-Quesada ha estado más de nueve años en Weber Shandwick donde ha sido alto directivo en los últimos siete.

Reconoce que llevar la gestión de varios países te hace perder el contacto con el cliente, "trabajas menos para lo que más te gusta que son los clientes", y "Lanetro me ofrece la posibilidad de divertirme muchísimo, de volver a recuperar el trabajo más cercano a los resultados, en una compañía que lleva un crecimiento vertiginoso a un ritmo espectacular en un sector que es el del futuro", asegura López-Quesada.



Miguel López-Quesada lleva quince años trabajando en e la consultoría de comunicación.

Ha apostado por un sector "con un futuro brillante y en una empresa española".

Lo que el consultor de comunicación más resalta es que se trata de un cambio significativo, una nueva vida. "Todo lo que conlleva el cambio es importante pero hay que tener en cuenta que mi vida va a cambiar porque la central mundial

de Lanetro está en España y la de Weber en Nueva York. Solamente por eso te cambia la vida y estaré más cerca de la toma de decisiones", afirma López-Quesada. Sin duda, el nuevo dircom ve esta etapa como un reto en su ya larga carrera como consultor de comunicación.

"La oportunidad que me da Lanetro es aprovechar todo lo que he aprendido en 15 años para hacer foco en un sector que tiene un futuro brillante por delante, en una compañía española que está a la vanguardia a nivel mundial en un segmento puntero como es el de contenidos para móviles y los

"Lo que más me preocupaba era una transición buena sin dañar el trabajo de años".

servicios de Web 2.0.", aclara López-Quesada. El motivo económico "no es el caso" ya que "la oferta de Lanetro va más allá". "Cuando estás en niveles de alta dirección en la consultoría de comunicación, la retribución es muy competi-

tiva ya que esta profesión es un trabajo muy absorbente", asegura.

López-Quesada se incorpora a Lanetro el próximo 2 de julio con unas funciones que "implican una responsabilidad mundial sobre las operaciones de comunicación del grupo ZED", algo que no será tarea fácil ya que el grupo de contenidos para móviles y de servicios de Web 2.0. tiene más de 30 oficinas en todo el mundo, "y cada una de ellas es totalmente diferente".

Aportar experiencia

Los 15 años de carrera profesional que lleva López-Quesada son un valor que tratará de aportar a su nueva ubicación en Lanetro. "Creo que la consultoría no me va a aportar mucho más, y en cambio, el tener solo un cliente exclusivo me va a hacer profundizar más, y comprometerme más con la evolución del negocio.

"Es ahora cuando puedo poner en valor todo ese aprendizaje", aclara el consultor. Una de las mayores ilusiones de López-Quesada es "la posibilidad de ir creando una impronta, que lo que haces va a perdurar más en el tiempo, y eso en Lanetro será posible".

Una de sus mayores preocupaciones es la transición en Weber Shandwick, "y Josep Catllà, que lleva seis años en la compañía, es la mejor persona para llevarlo".

Los dircom y periodistas de información jurídica ponen en marcha ACIJUR

presidido por Cristina Pascual, periodista especializada en medios jurídicos y hasta el mes de mayo *associate director* de la consultora de comunicación Gavin Anderson.

Arturo del Burgo será el vicepresidente, mientras que Xavier Gil Pecharrómán ejercerá el cargo de secretario general de ACIJUR, compaginando esta actividad con la Secretaría de la Junta Directiva de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE).

Javier Casas, responsable

del gabinete de comunicación de la red de despachos de abogados Hispajuris, será el tesorero de la asociación.

Entre los vocales elegidos en la asamblea de socios hay que destacar a los directores de comunicación del Colegio de Registradores de la Propiedad y Mercantil, del Consejo General del Notariado, del Consejo General de la Abogacía y del Colegio de Abogados de Madrid.

También han sido nombrados como vocales los responsables de información jurídica de

los principales diarios especializados de difusión nacional.

Entre los principales objetivos adoptados por la asociación se establecen la defensa de la libertad en el ejercicio profesional de sus asociados, así como el respaldo y protección a la independencia y objetividad de los contenidos informativos del sector jurídico.

Fuentes de información

Por otro lado y debido a su carácter interprofesional, al participar en la asociación tanto directores de comunica-

ción como informadores de los medios, se apuesta desde ACIJUR por "facilitar el diálogo al acceso a las fuentes informativas" y a representar a sus asociados en toda cuestión o tema de índole profesional.

Entre sus funciones principales se ha establecido por esta asociación la propuesta de desarrollar actividades que sean susceptibles de perfeccionar los conocimientos técnicos y de capacitación de sus asociados, manteniendo para ello cursos de formación y participación de sus componentes en

seminarios específicos del área judicial.

Agenda de la comunicación

También se va a promover el conocimiento de las características y especificaciones de la información jurídica. Para conseguir este fin de la asociación, se están realizando los estudios previos para poner en marcha la primera agenda de comunicación en España de los medios especializados en el sector jurídico.

La nueva asociación de comunicadores e informadores está abierta al ingreso de nuevos periodistas vinculados, primordialmente, a la información jurídica, tanto en medios informativos como en agencias y servicios de comunicación.