

Mujeres de anuncio

Referentes femeninos de la
creatividad publicitaria en España



Mujeres de anuncio.

Referentes femeninos de la creatividad publicitaria en España.

Marina Ramos-Serrano (Universidad de Sevilla)

Blanca Migúelez-Juan (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea)

Introducción

“Las mujeres no llegan a lo más alto porque no se lo merecen. Son mierda”

El responsable de estas polémicas palabras fue Neil French, director creativo de prestigio internacional en una conferencia en 2005. Estas palabras motivaron su renuncia como asesor creativo en WPP, unos de los principales grupos publicitarios. Más adelante matizó estas declaraciones concretando que la vida de los directores creativos era incompatible con tener hijos. Una realidad laboral que ha sido constatada en diferentes estudios. El trabajo de las agencias de publicidad está caracterizado por alta dedicación laboral, una fuerza laboral joven, personal muy cualificado (universitarios), y una estructura polarizada, con pocos directivos y muchos trabajadores en puestos intermedios (Martín Llaguno et al., 2007). Una profesión muy exigente y demandante que afecta de manera más clara a las mujeres, que las castiga con más fuerza cuando quieren ser madres.

La realidad es que la presencia de las mujeres en la industria publicitaria ha subido en los últimos años. En 2018 representaba un 48% y en 2022 ha subido al 54%. Sin embargo, este mismo estudio revela que la tasa de abandono se produce a partir de los 35 años, edad con la que, según el Informe España, el 30% de las mujeres comienza a plantearse la maternidad (Club de Creativos y APG Spain, 2022).

Esto se hace todavía más evidente en los departamentos de creatividad donde los hombres son mayoría —54% de hombres frente al 37% de mujeres— (Club de Creativos y APG Spain, 2022). Los departamentos creativos han sido denominados *boyland* o *men club* debido a su ambiente cerrado (Gregory, 2009; McLeod et al., 2009; Roca & Pueyo, 2011; Thompson-Whiteside, 2020). Los estudios han demostrado que las mujeres tienen grandes dificultades para adaptarse a estos espacios eminentemente masculinos. Y no es solo por las largas jornadas laborales, sino por la dificultad para encajar en ese ambiente de camaradería entre hombres.

No solo se trata de que la mujer está escasamente representada en los departamentos de creativos, sino que además están aisladas en cuentas o campañas dirigidas tradicionalmente

al público femenino (*pink ghettos*), tales como productos de limpieza, higiene personal o cosmética. De hecho, el 30% de las mujeres ocupan la dirección creativa, solo el 8% ocupa la dirección creativa ejecutiva y apenas un 1% llega a ser Directora Creativa General en un negocio que mueve en España, 10.793,6 millones de euros, lo que representa el 0,967% del PIB español (InfoAdex 2021).

Un desequilibrio que todavía es más evidente si consideramos que las estudiantes son mayoría en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas (76% según EducaBase, 2022) y que las mujeres son las que deciden más del 89% de las compras (Cazcarra, 2021).

Esta preocupación académica por la ausencia de mujeres en los departamentos creativos se ha trasladado a la profesión como consecuencia del resurgir del movimiento feminista; una cuarta ola que interfiere en el ámbito social y político, pero, también, en el cultural y, con ello, entra en el campo de las representaciones: ser, estar y representar. Porque si entendemos a los/as creativos/as como intermediarios/as culturales entenderemos la importancia que tienen a la hora de llevar a cabo campañas que en muchos casos ya son globales y que verán millones de personas.

La grave situación ha propiciado la creación de movimientos y asociaciones en diferentes ámbitos que defienden el talento femenino y promueven medidas y compromisos para mejorar la igualdad

- The 3% Conference (2012)
- Let's Make the Industry 50/50 Initiative (2013)
- The Female Quotient (2013),
- Free The Bid (2016)
- Unstereotype Alliance (2017)

En España, Más Mujeres Creativas (2016), una plataforma colaborativa de mujeres creativas que trabaja por la igualdad en el sector publicitario ha impulsado junto a Diageo y el Club de Creativos, Una de Dos, una iniciativa donde marcas, agencias, medios e instituciones claves en la industria de la comunicación comercial en España tienen como objetivo alcanzar la paridad entre directoras y directores creativos en 2030.

Mujeres de anuncio. Referentes femeninos de la creatividad publicitaria en España tiene como principal objetivo reconocer el talento de 9 creativas que llegaron a lo más alto de la profesión publicitaria. Una exposición que nace con carácter itinerante porque pretender servir de guía y aliento a las actuales estudiantes universitarias del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas.



Isabel Yanguas (Madrid, 1941)

Estudia Filosofía y Letras en la Universidad Complutense en España, Francés y Literatura en La Sorbonne (París) e Inglés y Literatura en Bell School (Cambridge). Asimismo, ha realizado cursos y seminarios en Harvard, París, Londres, Nueva York y Madrid. Empieza en el mundo de la publicidad por un anuncio que lee en el ABC en 1969. Ha trabajado en Young & Rubicam y Grupo Tapsa y ha alcanzado el cargo de Vicepresidenta Ejecutiva del Grupo Tapsa/ Cicm (Madrid, Barcelona, Sevilla) gracias al trabajo, el espíritu de equipo y la suerte. En el año 1979 le nombran directora creativa y le dan sus nuevas tarjetas de visita. En ellas aparece su nombre y su cargo "Director Creativo", se queja y pide que lo cambien a "Directora Creativa" pero le niegan el cambio. Así que tras un mes tratando de gestionar la modificación en las tarjetas de visita al no obtener una respuesta favorable decide hacérselas y pagarlas ella misma. Tarjetas que usará en su día a día sin problemas y queda normalizado. Tras su paso por la publicidad en 2001 fundó en Madrid la galería de arte contemporáneo Distrito Cu4atro.

"Solo en el diccionario el éxito viene antes que el trabajo"

Reconocimientos

Ha sido la primera mujer española en formar parte del jurado del festival de Cannes Lions en el año 1982.

Recibió el Premio Fedepe a la Mujer Directiva (1995).

Fue premiada en Los Ángeles como Leading Women Entrepreneur of the World (1999).

Obtuvo el premio "Together Women" otorgado por la UNESCO, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2000).

Miembro de Honor de la Academia de la Publicidad (2011).

En 2017 recibe el c de c de Honor del Club de Creativos de España.

Premios

Cannes Lions (Francia)

El Sol-El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria (España)

FIAP (Argentina)

Clio Awards (Estados Unidos)

Andy Awards (Estados Unidos)

AMPE (España)

Cuentas más importantes

Balay, Winston, Reynolds, Procter & Gamble, Pepsi Cola, Telefónica, Iberia, BMW, Chrysler, Nivea, Pond', Seat, Volkswagen, Kimberly Clark, Banesto, ONCE.



Begoña Cuesta (Madrid, 1957)

Estudia Publicidad y Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid. Ha trabajado fundamentalmente en agencias consideradas en su momento las más creativas, empezando su carrera como redactora en Sopec. Posteriormente, entró en el mundo de las agencias multinacionales trabajando en agencias como NCK, Delvico, Ogilvy y D'arcy. En Ogilvy permaneció 15 años donde alcanzó el puesto Directora Creativa Ejecutiva. En 2001 pasó a la agencia D'arcy donde ocupó el cargo de Vicepresidenta y se responsabilizó de la Dirección Creativa, seis meses después de entrar en la agencia entró a formar parte del Board Europeo y fue nombrada además Directora General. Tras una trayectoria muy intensa en diferentes agencias en 2003 quiso cumplir su sueño de crear su propia agencia, a la que puso el nombre de Abril, siendo Presidenta y Directora Creativa de la misma.

“Todas las mujeres son creativas en su día a día. Algunas, además, lo somos en publicidad también. Un privilegio”

Begoña Cuesta es la responsable de eslóganes tan conocidos como “En casa de toda la vida” de Carbonell, “Mayoral hace amigos” de Mayoral, “Andalucía solo hay una” y “Andalucía te quiere” de Turismo de Andalucía. Asimismo, creó la letra y la música de uno de los spots de la EXPO 92, que fue grabada con la Orquesta Sinfónica de Londres en los famosos estudios donde grabaron los Beatles.

Reconocimientos

Ha sido jurado en los festivales Cannes Lions, Clio Awards, London Festival, Laus, Eurobest Festival of Creativity, El Sol-El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria y Dubai Lynx (Dubai, EMEA).

Ha sido miembro del comité ejecutivo de la Asociación de Agencias de Publicidad en España (AEAP).

Premios

Cannes Lions (Francia)

Clio Awards (Estados Unidos)

London Festival (Reino Unido)

Eurobest Festival of Creativity (Europa)

El Sol-El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria (España)

FIAP Festival Iberoamericano de Publicidad (Argentina)

Cuentas más importantes

Carbonell, Seagram's (Passport, 100 Pipers), Diario 16, Cambio 16, Lever, Telefónica, Argentaria, Banco Santander, EXPO 92, Antena 3 (lanzamiento de la TV), Fuerzas Armadas, García Baquero, Ministerio Sanidad, Vitaldent, Turismo Andalucía.



Cuca Canals (Barcelona, 1962)

Estudia Ciencias de la Información por la rama de Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Autónoma de Barcelona. Aunque quiso estudiar Bellas Artes, carrera a la que no entró porque suspendió el examen de ingreso. Así que desilusionada y cabreada con el mundo del arte, decidió cambiar de profesión. Se inventó un book con anuncios ficticios y empezó a buscar trabajo. Tito Muñoz le dio la oportunidad de ser copy en Vizeversa.

Durante los 10 diez años que ha trabajado como redactora publicitaria lo ha hecho en las agencias Vizeversa (copy), BCK (copy). RCP (copy y después, directora creativa), Saatchi & Saatchi (directora creativa) y Casadevall & Pedreño SPR (directora creativa y socia). Después de la publicidad pasó al cine donde ha sido guionista de varias películas con Bigas Luna -Jamón Jamón, Huevos de Oro y La Teta y la Luna, entre otras. Del cine pasó a la literatura. Sus libros han sido traducidos al portugués, inglés, ruso, hebreo, coreano, francés, noruego, alemán e italiano. Ha confesado que ya se le ha pasado el enfado con el mundo del arte y, cuando tiene tiempo, se dedica a realizar cuadros futuristas, dadaistas y Poesía Visual. Curiosamente la Poesía Visual es una mezcla de literatura, publicidad y cine, una síntesis de todo lo que ha hecho hasta ahora.

"La creatividad forma parte de mi ADN"**Reconocimientos**

Fue la primera mujer en recibir el c de c de Honor del Club de Creativos (2014) (España)

Premios

Cannes Lions (Francia) (Gran Prix en 1992, spot Monjas)

El Sol-El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria (España)

Laus (España)

Nueva York Festivals Advertising Awards (Estados Unidos)

Creative Belgium (Bélgica)

Cuentas más importantes

Cruz Roja, Lacoste, Vileda, Zanussi, Danone, Talens, Ajuntament de Barcelona

Premios en Cine

Goya al mejor guión adaptado por La Camarera del Titanic.

León de Plata en el Festival de Venecia por Jamón Jamón.

Osella de Ora en el Festival de Venecia por La Teta y la Luna.

**Uschi Henkes (Darmstadt-Alemania)**

Estudia Diseño de Comunicación en Darmstadt (Alemania).

Comenzó su carrera profesional en Young & Rubicam Frankfurt, después en Munich y en Madrid. Tras su paso por Young & Rubicam se incorpora como directora de arte a la agencia madrileña J. Walter Thompson y luego a Contrapunto. En esta última agencia trabajó durante 5 años primero como directora de arte y después como directora creativa. Período en el cual Contrapunto fue elegida por Advertising Age como Agencia del Año. Continuó su carrera creativa en Lowe y Grupo Barro/Testa. En 1998 funda la agencia

ZAPPING junto a Urs Frick, de la que es socia y directora creativa general. Además, es cofundadora del Village, un coworking especializado en Comunicación donde actualmente trabajan 20 empresas startups.

Uschi Henkes se enamoró nada más empezar en esta profesión, ha sido algo totalmente pasional.

"Siempre vale la pena echarle valor y no tener miedo a lo desconocido o lo incierto"

Reconocimientos

Presidenta del Club de Creativos 2017-2019, la primera presidenta mujer del c de c, donde inició el movimiento #OVER_ y el Día E.

Además, ha sido jurado en el festival de Cannes Lions en dos ocasiones, en el Club de Creativos en seis ocasiones, en el Festival Caribe, y en tres ocasiones en los Laus. También en El Sol- El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, Eurobest Festival of Creativity, Genio o The New York Festival.

En 2011 fue elegida como una de 22 mujeres directoras creativas más influyentes del mundo (World Most Influential Female Creative Directors-Adwomen).

Premios

Cannes Lions (Francia)

The One Show (Estados Unidos)

The New York Festival (Estados Unidos)

AD&D (Gran Bretaña)

Clio Awards (Estados Unidos)

Epica Awards (Estados Unidos)

Eurobest Festival of Creativity (Europa)

FIAP Festival Iberoamericano de Publicidad (Argentina)

El Sol-El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria (España)

AMPE (España)

Fashion Festival en Berlín y Oporto (Berlín, Oporto)

Premios Laus (España)

C de C (España)

Ondas (España)

Cuentas más importantes

El Corte Inglés (Moda Mujer), Guggenheim Bilbao, Ayuntamiento Madrid, Castilla la Mancha, Disney, Mercedes Benz, Renfe, Correos, Instituto de la mujer, De Beers, Bankia, TVE.



Marta Rico (Madrid, 1966)

Estudia Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid y un curso de diseño gráfico en la Escuela Superior de Comunicación, Imagen y Sonido (CEV). Comienza su carrera en Reverso, el estudio gráfico de Contrapunto, una de las agencias más importantes del mundo en los años 80. Esa fue su verdadera escuela, donde aprendió de algunos de los mejores creativos de la época: José María Lapeña, Juan Mariano Mancebo, Toni Segarra...

En 1990 entra como directora arte en Tiempo BBDO y en solo 6 años consigue llegar a la dirección creativa.

En 2000 funda, junto con Miguel García Vizcaíno y Roberto Lara, Sra. Rushmore, una de las agencias de publicidad más importantes de nuestro país, creadora de eslóganes como "El ser humano es extraordinario" (Aquarius, Radio Colifata).

En la actualidad (2022), Marta Rico es Directora General Creativa en Sra. Rushmore.

"No concibo este trabajo sin dejarte algún girón de tu alma en cada campaña" *(El programa de la Publicidad)*

Reconocimientos

2019: Académica de Honor de la Academia de Publicidad.

2020: CDEC de Honor del Club de Creativos.

Premios

Más de 200 premios en los más importantes Festivales Publicitarios Nacionales e Internacionales.

Grandes Premios en Cannes Lions (Francia)

Festival de San Sebastián (España)

One Show (Estados Unidos)

AD&D (Gran Bretaña)

c de c (España)

Cuentas más importantes

Pepsi, Renault, Retevisión, Meridiana, Iberia, Movistar, Vodafone, El Corte Inglés, Sanitas, Coca-Cola, Aquarius, PSOE, Comité Olímpico Internacional, La Once, Mahou, Heineken, Estrella Damm, Atlético de Madrid.



Judith Francisco (Murcia, 1972)

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid y diplomatura en animación y dibujos animados (Animark). Comienza un Máster en Tecnología Aplicada a la Dirección de Arte pero, decide dejarlo por unas prácticas en el grupo Barro Testa donde trabaja con Ushi Henkes, que considera su mentora. Su trabajo y dedicación fue recompensada con un puesto de directora de arte senior en Young and Rubicam donde solo estuvo 7 meses. Da el salto internacional y comienza a trabajar en Wieden and Kennedy (Amsterdam). A los tres años vuelve a España y comienza un periplo por diferentes proyectos y finalmente comienza a trabajar en Sra. Rushmore.

En 2008 crea Swing & Swing, agencia de publicidad multidisciplinar que ayuda a las marcas a crear experiencias. Su espíritu inquieto le impulsó a crear Playoffice (2012), un estudio de arquitectura y diseño especializado en objetos y espacios infantiles.

"Lo bien que te lo pasas en esta profesión, esta profesión es tremenda porque al final expones constantemente tu corazón a mucha gente"

Reconocimientos

Ha sido jurado en distintos festivales tanto nacionales como internacionales como, el C de C, El Sol, Laus, FIAP, ADC, y D&AD.

2019-2021: Presidenta del Club de Creativos.

2022 Socia Fundadora de Más Mujeres Creativas

Premios

Cannes Lions (Francia)

The New York Festivals Advertising Awards

Cresta (Gran Bretaña)
 FIAP Festival Iberoamericano de Publicidad (Argentina)
 D&AD
 Laus
 El Sol
 Eurobest

Experiencia docente

Universidad de Cantabria, Sur Escuela, c de c, Madrid Content School, Oh sister!, Miami Ad School, Instituto Europeo de Diseño, Universidad Europea.

Cuentas más importantes

Nike, El Corte Inglés, Camper, Privalia, Atresmedia, Diageo, Coca-Cola, ING Direct, Línea directa, Verti.



Laura Sampedro (San Sebastián, 1975)

Estudia Derecho en la Universidad de Valencia pero compagina sus estudios con una inquietud cultural y artística que le lleva a reconducir su vida hacia la creatividad. Aunque su intención inicial fue ser *copywriter*, comienza su carrera publicitaria en el departamento de planning de Lowe Lintas. De ahí da el salto a TBWA Madrid, donde empieza a destacar en la estrategia creativa. Pero es en Tiempo BBDO cuando su trabajo para la marca Renault comienza a ser reconocido nacional e internacionalmente. Su carrera en España culmina en Sra. Rushmore donde como Head of Creative Strategy contribuye durante cinco años al éxito creativo de la prestigiosa agencia madrileña. En 2011 comienza su carrera internacional en la icónica agencia australiana BMF Sydney (2012-2014). Wieden+Kennedy (Reino Unido) la contrata como Creative Director, siendo la primera no anglosajona en ese puesto. Allí durante cinco años (2014-2019) creó trabajo reconocido mundialmente para marcas como Honda y Lurpak. En 2019 da el salto a EE.UU. y se une a Anomaly New York como Group Creative Director (2019-2020). En la actualidad y desde el 2020 lidera MullenLowe Los Ángeles como Executive Creative Director.

“Mi brújula profesional siempre la han marcado los lugares donde he podido aprender, crecer y hacer trabajo del que esté orgullosa”

Reconocimientos

Adweek's Creative 100 Most Innovative and Inspiring Individuals of 2022.

Ha formado parte del jurado en The One Show, British Arrows, CdeC, Australia Awards, Adage Awards, El Sol, Shots, ADG Laus y el Ojo de Iberoamérica

Premios

Madre de Leo y Telmo

Cannes Lions (Francia)

The One Show (Estados Unidos)

D&AD (Gran Bretaña)

Clio Awards (Estados Unidos)

The New York Festivals (Estados Unidos)

Epica Awards (Estados Unidos)

Emmy Awards (Estados Unidos)

London International Awards

Spikes Asia Awards

Premio Ondas

Premios Nacionales Creatividad- Club de Creativos

El Sol

FIAP

El Ojo de Iberoamérica

Effie Awards/Premios de Eficacia

Cuentas más importantes

Coca-Cola, Honda, Corona, Comité Olímpico Internacional, Bacardi, Lurpak, ALDI, Renault...



Marta Lluçia (Barcelona, 1973)

Licenciada en Diseño Gráfico por la Escuela Elisava de Barcelona, comienza su andadura profesional como directora de arte en Adding Targis (Onmicom). En Publicis Casadevall & Pedreño consigue en poco tiempo ser directora creativa ejecutiva (1998-2005). Tras dos años en SCPF como directora creativa, decide montar su propia agencia de publicidad: La Doma. En 2012 se trasladó a Madrid para liderar la transformación creativa de la agencia Dommo. En los últimos años ha trabajado para McCann e Yslandia, pero también como creativa independiente trabajando para la marca Violeta de Mango.

En 2021 se embarca en un nuevo proyecto empresarial llamado Martians, ideas cósmicas, que pretende dar una respuesta global a los problemas de comunicación de las marcas en un entorno cambiante.

"La meta final es contribuir de alguna forma a que haya un mejor equilibrio entre el planeta y las personas" (Reason Why, 2022)

Reconocimientos

Ha sido jurado en Cannes Lions, The One Show, Eurobest, El Ojo de Iberoamérica, El Sol. Socia fundadora de Más Mujeres Creativas, asociación sin ánimo de lucro que promueve la visibilidad e igualdad de oportunidades de las creativas.

Premios

Cannes Lions (Francia)
The One Club (Gran Bretaña)
Effie Awards (Estados Unidos)
Epica Awards (Estados Unidos)
The Golden Drums Awards (Eslovenia)
ADC (Estados Unidos)
Art Directors Club of Europe (Europa)

Cuentas más importantes

Aldi, Ikea, BMW, Vodafone, Nike.



Mónica Moro (Madrid, 1974)

Estudia Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Complutense de Madrid. Tras ganar un concurso creativo en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, entra a trabajar en McCann Erickson, donde se forma como redactora publicitaria junto a su compañera Raquel Martínez (directora de arte). 20 años en esta misma agencia donde ha pasado de ser becaria a directora general creativa. Mónica Moro cree en el papel transformador de la creatividad publicitaria. Humanizar a las marcas ha sido su principal labor en Campofrío, por ejemplo.

En 2022 funda This is Libre (Madrid, London, Stockholm), una comunidad de talento que incorpora a diferentes perfiles profesionales del marketing y la comunicación para dar respuestas a las necesidades cambiantes de las marcas.

"Yo hacía marcas con propósito hace 15 años. Yo no entendía el contar algo que no fuera importante, relevante para las personas"

Reconocimientos

Presidenta del Club de Creativos 2021-2023.

Creativa más Admirada de España (SCOPEN) consecutivamente desde el 2017 hasta el 2022, la primera mujer creativa en liderar este ranking.

Ha formado parte de la lista de FORBES 100 Most Creative People in Business en las ediciones 2021 y 2020.

En 2018 fue elegida miembro del Board Internacional del prestigioso One Club for Creativity de Nueva York, la primera mujer española en conseguirlo.

Elegida Mujer a Seguir por la revista Anuncios.

Mejor Profesional Sub41 por el Club de Jurados de los Premios Eficacia.

Creativo Ideal por los anunciantes españoles.

Elegida Alumna Ilustre por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, facultad en la que obtuvo el título de licenciada.

Algunos de sus trabajos más importantes se exponen como parte de la colección permanente del Museo de Arte Contemporáneo Reina Sofía.

Ha sido jurado en diferentes festivales como Cannes Lions o El Sol-El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, entre otros.

Premios

Más de 1.000 premios en festivales de publicidad tanto nacionales como internacionales.
5 Grandes Premios Nacionales a la Eficacia (España).

Cuentas más importantes

Coca-Cola, Campofrío, Ikea, Calvo, Loterías

BIBLIOGRAFÍA

Cazcarra, N. (2021). Otros porcentajes que importan: qué y cómo compran las mujeres.

<https://forbes.es/forbes-w/opinion-forbes-w/130618/otros-porcentajes-que-importan-que-y-como-compran-las-mujeres/>

Club de Creativos & APG España. (2022). II Estudio de la población publicitaria de España

<https://cloud.clubdecreativos.com/index.php/s/Fvh4jE1KpefmWd3>

Educabase (2022). Estadísticas de educación.

<https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas.html>

Gregory, M. R. (2009). Inside the Locker Room: Male Homosociability in the Advertising Industry. *Gender, Work and Organization*, 16(3), 323-347.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2009.00447.x>

Martín Llaguno, M., Beléndez Vázquez, M., & Hernández Ruiz, A. (2007). La mujer en las agencias de publicidad. Asociación española de Agencias de Publicidad.

McLeod, C., O'Donohoe, S., & Townley, B. (2009). The elephant in the room? Class and creative careers in British advertising agencies. *Human Relations*, 62(7), 1011-1039. <https://doi.org/10.1177/0018726709335551>

Reason Why (2022). Marta Lluçia lanza Martians, una compañía creativa con "ideas cósmicas". <https://www.reasonwhy.es/actualidad/marta-llucia-martians-compania-creativa-ideas-cosmicas?amp>

Roca, D. & Pueyo, A. (2011). La ausencia de mujeres en el departamento creativo en M. García López et al. (Eds.), *Medios de comunicación y cultura. ¿Cultura a medias?* (pp. 69-78). Los libros de la frontera.

Thompson-Whiteside, H. (2020). Something in Adland doesn't add up: It's time to make female creatives count. *Business Horizons*, 63(5), 597-606. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0904_1

Financia



Colabora



Ikus-entzunezko
Komunikazio eta
Publizitate Saila
Departamento de
Comunicación Audiovisual
y Publicidad