



# La publicidad en un mundo digital pospandemia

Dirigido por Andrés Cardó y Javier Moreno

**14 de diciembre**

16.00 a 17.30h

El impacto de la recesión y la crisis financiera de 2008 tuvo consecuencias nefastas sobre el mercado publicitario de los medios de comunicación. Miles de millones de euros desaparecieron a nivel mundial y este mercado se encogió de manera dramática. A la vez, nuevos players nativos digitales como Google, Facebook, Twitter, aparecieron en escena capturando cuotas del mercado publicitario cada vez mayores. Hoy en día, la publicidad digital se acerca al 50% del total, en muchos mercados importantes a nivel mundial.

## **PARTICIPAN**

- **PONENTE. Alfonso Rodés Vilá.** Presidente de Havas Media Group.
- **PONENTE. Silvia Velasco Praga.** CEO de Be a Lion, agencia especializada en publicidad digital en redes sociales.
- **MODERADOR. Andrés Cardó.** Economista, consultor estratégico especializado en desarrollo de negocios y public affairs, con foco en España y Latam.
- **MODERADOR. Javier Moreno.** Director de la Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS. Ha sido director de EL PAÍS en dos etapas (2006-2014 y 2020-2021).

- El formato está concebido para que un pequeño grupo de personas, especialmente vinculadas con la materia en cuestión, pueda debatir con el ponente en un contexto cercano.
- Se puede participar a través de Zoom, registrándose previamente.
- La ponencia queda grabada en [www.nuevarevista.net](http://www.nuevarevista.net)

## **EL FUTURO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

“El futuro de los medios de comunicación” es una actividad del Consejo Social de UNIR, que preside **Jordi Sevilla**, para favorecer espacios de encuentro entre académicos, profesionales, políticos y representantes de la vida pública. En ellos se reflexiona sobre determinadas materias especialmente importantes para nuestro mundo y con impacto directo futuro.