

# Setmana de la Comunicació 2015

Del 13 al 16 d'Abril de 2015

**Dilluns 13 d'abril es va inaugurar la Setmana de la Comunicació i l'Emprenedoria 2015 a Barcelona Activa.**

**Durant quatre dies es van realitzar diferents xerrades sobre la comunicació d'avui en dia.**

La iniciativa de Barcelona Activa i el Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya tenia l'objectiu d'apropar les actuals tendències en comunicació a nous professionals del sector, emprenedors i empreses a través de taules rodones. Cada sessió va girar al voltant d'una temàtica diferent.

La primera de les jornades, enfocada a les relacions públiques i a la comunicació corporativa en un entorn digital, va ser presentada per **Xavier Dumont**, portaveu de Barcelona Activa; **Ton del Pozo**, degà del Col·legi; i **Marc Puig**, director de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.

A la sessió *“Nou repte en la comunicació corporativa: La irrupció de la immediatesa informativa davant de la consolidació dels mitjans de comunicació digitals”* moderada per **Oscar Iniesta**, director general d'Arenalia i vocal del Col·legi, van participar com a ponents **Juan García**, editor d'Economia Digital; **Ana Fernández**, assessora de comunicació corporativa; **Enric Sierra**, sotsdirector de [lavanguardia.com](http://lavanguardia.com) i **Marc Puig**.



El segon dia, dimarts 14 es va parlar sobre la nova era de la publicitat amb **Alex Martínez**, director general creatiu de JWT i **Eduard Farran**, director creatiu executiu de l'agència Stragonoff i primer doctor en *Storytelling* d'Espanya; moderava la taula el nostre vicedegà de publicitat **Jordi de Miquel** i també director creatiu executiu a The Colours Box.

Mentre que **Eduard Farran** es va centrar en explicar el *stroytelling* i la seva funció en les marques, **Alex Martínez** ens va explicar en què consta el *branded content* en publicitat i com pot ajudar a triomfar a les empreses.



La jornada enfocada a la planificació de mitjans després de la digitalització, va ser moderada per **Ferdi Boloix**, director general d'Aegis Media Barcelona i secretari del Col·legi i com a ponents de la taula rodona van estar: **Thais Ivern**, consellera delegada a Impact Media; **David Lahoz**, head of digital a Carat Barcelona; **Àlex Marquina**, director comercial de mitjans digitals de la CCMA; i **Enric Sierra**.





Les intervencions d'aquesta jornada van versar sobre com les agències de planificació de mitjans han d'afrontar aquesta nova manera de fer publicitat en "nous mitjans": l'adaptació a les noves tecnologies i el nou context són claus.



Dijous 16 va finalitzar la Setmana de la comunicació amb l'última taula rodona enfocada a les *"oportunitats i amenaces de la nova publicitat social"*.

El ponents van parlar de com i perquè es fa publicitat a les xarxes socials com Facebook, Twitter, LinkedIn i Youtube avui en dia.

Els membres de la taula van ser professionals especialitzats en aquest sector com **Marc Elena**, CEO d'Adsmurai, empresa especialitzada en la inversió de publicitat social; **Víctor Puig**, soci director de Zinkdo; **Sergi Garcia**, social media strategist a Grupo LEWIS PR; **Sofia Mayoral**, marketing digital director a Banc Sabadell; **Cristina Rius**, social media a Stradivarius; i com a moderador en **Francesc Grau**, especialista en comunicació estratègica online a Comsultor i vocal del Col·legi.

