

El futuro de la publicidad a debate en la Universidad Complutense

Martes, 4 de marzo a partir de las 9:30 horas en el Salón de Actos de la Facultad de Ciencias de la Información (Avenida Complutense, s/n)

Madrid, 3 de marzo de 2014. La Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y la productora audiovisual DIP TV organizan la segunda edición de BC Day, un encuentro sobre el concepto "[Branded Content](#)" (contenido de marca) dirigido a profesionales y estudiantes de publicidad.

El Branded Content es una forma de publicidad que no interrumpe al espectador mientras consume otro contenido. Es la publicidad del futuro que ya se abre paso. La segunda edición de BC Day se centrará en la relación entre las marcas y los usuarios, en la conversación entre anunciantes y consumidores. En esta segunda entrega se dedicará una parte de la jornada a proponer el balance de un año, que para muchos terminará siendo "el año del Branded Content".

Creativos, agencias publicitarias, agencias de medios, televisiones, portales de internet, profesores, investigadores, estudiantes y usuarios serán en la segunda edición de BC Day los protagonistas de una jornada en la que primará la reflexión práctica sobre la teórica. Con su innovador formato de programa de televisión articulado por diferentes entrevistas y con un claro tono de entretenimiento, BC Day estará presentado por el actor **Luis Larrodera**. En la jornada está prevista la intervención de nombres como **Carlos Jean y Roberto Ferreras**, de Muwom; Pepe López de Ayala, de Twitter; Manuel Román, de YouTube; **Marta Rojo**, de A3 Advertising; **Eduardo Prádanos**, de Havas, **Carlos Casado**, de Newcast; **Javier Regueira**, de Pop Up Música; o **Carlos Bosch**, de Danone, entre otros. Además, y en consonancia con el destacado papel que tendrá la música ese día, BC Day 2 contará con la **actuación de Los Gandules**.

Dirección de Comunicación
Universidad Complutense de Madrid
Teléfono: 91 394 36 06
gprensa@ucm.es