RESUMEN DE LA PROPUESTA

**Sección:** ABIERTA

**Nombre y apellido del autor/es:** Silvia García Mirón y Beatriz Legerén Lago

**Título:** Cambios y tendencias de la publicidad a nivel mediático. Más con menos.

**Resumen** (máx. 200 palabras)

No son buenos tiempos para la publicidad. La crisis económica mundial que estamos padeciendo y los cambios en la forma de consumo que se están produciendo, están provocando la transición de una economía física a una economía digital. Los últimos tres años hemos asistido a un decrecimiento en la inversión publicitaria. Aunque las cifras del último trimestre del año 2010 se mostraron más positivas de las inicialmente previstas, el campeonato mundial de fútbol, las elecciones de medio mandato en los Estados Unidos y las Olimpiadas de invierno permitieron una ligera recuperación en la tendencia mantenida en trimestres anteriores. Pero no todos los medios, ni todos los países se han comportado de igual manera. Mientras la inversión en medios online ha subido y se estima que continué en esa línea; pequeñas economías emergentes y no tan pequeñas, como en el caso de China, que pronto se convertirá en el cuarto Mercado Mundial, se encuentran en fase de crecimiento. Por ello la búsqueda de la eficacia a corto plazo pero también el mantener a los consumidores cautivos, es más importante que nunca. Estamos asistiendo a cambios en los modelos de negocio imperantes hasta la fecha, pero todavía no se puede asegurar que los nuevos vayan a resultar rentables, a corto plazo, como se desearía.

**Abstract** (máx. 200 palabras)

They are not good time for the advertising. The world-wide economic crisis that are suffering and the changes in the form of consumption that are producing in the form to Access to tthe contents, is causing the transition of a physical economy to a digital economy. The last three years have assisted to a decreasing in the advertising investment. But the figures of the last quarter of the past year 2010 showed more positive of the initially planned. The world-wide championship of football, the elections of half mandate in the Unites States and the Olympic games of Winter has allowed a light recovery in the tendency kept in previous quarters. But no all the countries have comported of equal way. While the investment in the online has gone up and estimates that continues in this line; small emergent economics and no so small, as in the case of China, are growing.

**Palabras clave** (entre 6 y 8)

Publicidad, medios interactivos, recesión, crecimiento, inversión, estrategias publicitarias.

**Key words** (entre 6 y 8)

Advertising, interactive media, online, investment, recession, growth, advertising strategies.

**Filiación completa del autor/es** (utilizar los campos que sean necesarios, y eliminar el resto)

Beatriz Legerén Lago. Doctora.

Universidad de Vigo. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Campus A Xunqueira, s/n 36005 Pontevedra. beatriz.legeren@interacion.es.

Silvia García Mirón.

Universidad de Vigo. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Campus A Xunqueira, s/n 36005 Pontevedra. silviamiron@uvigo.es

**Responsable de correspondencia**

Beatriz Legerén Lago. Doctora

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Campus A Xunqueira, s/n 36005 Pontevedra. beatriz.legeren@interacion.es