

- PORTADA
 - NACIONAL
 - DECISIÓN 2014
 - ECONOMÍA/EMPRESA**
 - MUNDO
 - AGRO
 - DEPORTES
 - BRASIL 2014
 - ESPECTÁCULOS
 - ESTILO
 - TECNOLOGÍA
 - SALUD
 - OPINIÓN
 - VIDEOS
 - INTERACTIVOS
 - ESPECIALES
 - SEISGRADOS
 - REMATES
 - PUBLICACIONES
 - JUST IN 5
 - BLOGS
 - OAPPS
- Añadir un tag...

Feedback

SIGNO DEL MES
Leo
 El Sol ingresa a su signo y activa su intuición permitiendo que la solución a sus problemas llegue por ideas inesperadas, asociaciones mentales y rápidas e inteligentes decisiones.

- + AMPLIAR
- SERVICIOS
- VERSIONES MÓVILES
- CARTAS DE LECTORES
- EL TIEMPO
- FÚNEBRES
- RESTAURANTES
- HORÓSCOPO

SÍGANOS EN:

f t in YouTube

1,161

Nuestros canales en Twitter

Suscríbese a nuestro RSS

ECONOMÍA/EMPRESAS - SOCIAL MEDIA DAY

Redes sociales: un mundo de información desaprovechada

Luces y sombras de las redes sociales en el Social Media Day

+ - 23.07.2014, 16:05 hs - ACTUALIZADO 16:44 Texto: -A / A+



Diego Ventura, ejecutivo comercial de Pimod

“No le estamos dando valor a la información”, dijo el ejecutivo comercial de la agencia digital Pimod, Diego Ventura, al referirse a cómo las personas comparten sus datos personales con grandes empresas como Facebook o Google, a través de sus redes sociales. El experto en publicidad digital fue uno de los disertantes del Social Media Day que se lleva adelante en estos momentos en el Movie Center de Montevideo Shopping y que es organizado por la Universidad ORT. Se trata de un encuentro en el que los profesionales más destacados y entendidos en el tema se dan cita para comentar las tendencias en cuanto a las tecnologías vinculadas a lo social.

Ventura dijo que el problema no es que se cambie información por un servicio, sino que los usuarios no se dan cuenta de que los datos que entregan en sus redes sociales tienen valor. “Hay empresas que se fundan con la promesa de que van a poder segmentar a sus públicos y vender la mejor publicidad para ellos, son empresas que están valuadas en US\$ 5.000 millones y todavía no tienen ningún dato recabado”, aseguró el ejecutivo comercial de Pimod, quien agregó: “no estamos lejos de que esa burbuja explote”.

Por su parte, el publicista argentino, Pablo Surazsky resaltó la importancia de generar contenido en lugar de avisos publicitarios tradicionales. Surazsky lidera un proyecto de agencia publicitaria que elabora estrategia y creatividad de contenidos en plataforma digital.

El argentino definió al contenido como “todo aquello que no es publicidad”. “Mientras que la publicidad es eso que cuando estamos viendo nuestra serie favorita llega un corte y un mensaje que nos dice comprame” el contenido involucra la creación de programas de televisión, radio y hasta películas con fines publicitarios.

Del evento participaron el productor de televisión argentino, Marcos Gorban, el publicista y desarrollador de videojuegos Andrés de la O. Además disertaron el editor jefe del diario El Observador, Gabriel Pereyra; la editora de apertura de El País Digital y responsable de la estrategia en redes sociales de este medio; Ana Laura Pérez, el conductor y coordinador de noticieros de Monte Carlo Televisión, Daniel Castro; la matemática, Jana Rodríguez Hertz; la comunicadora experta en estrategia de redes sociales, Laura Corvalán; el investigador en comunicación, Jorge Castrillón; el creador de la red social Posibl, Martín Parlato; el responsable de deportes de 180.com.uy y el diseñador, Gustavo Lento.

Resultados relacionados by Kalooga



Facebook tendrá menos avisos... pero más grandes

Una foto en bikini que conmovió a millones

Es hora de hablar seriamente del impresionante poder que tiene Facebook

Twitter 2 Recomendar 0 8+1 1

COMPARTE ESTA NOTICIA

Envíala por email

Imprimela

Más Opciones

INFORMAR UN ERROR EN LA NOTICIA

- NOTICIAS RELACIONADAS
- Comunicar la vuelta: la publicidad después del Mundial
 - Real-time Marketing in Social Networks is a Double-edged Sword
 - El doble filo del marketing en tiempo real en redes sociales

- MÁS LEÍDAS
- La Pizzería Trouville desembarcará en Miami
 - Uruguay creció “sin desarrollo” en la última década, según Talvi
 - Una agencia para agregar valor
 - ¿Barbie se jubila?
 - Nuevo mapa para un sector logístico volcado a lo doméstico
 - Brasil venderá nuevo bono global al 2045 y recomprará 8 emisiones
 - Conozca a cinco de los diez oradores que tendrá el TEDxMontevideoED
 - La televisión después de Twitter, Facebook y Youtube
 - “Tiene que haber un ecosistema de riesgo mayor”
 - Participación extranjera en compra de inmuebles cayó tras pico en 2010