

Comentarios:

En esta parte incluiré algunos comentarios a tener en cuenta a la hora de leer el siguiente lineamiento general del proyecto de trabajo de grado. Me parece fundamental e imprescindible para hacer un buen trabajo o medianamente bien, definir el tema de forma correcta y precisa.

Creo que es relevante que el equipo docente sepa que trabajo en la agencia de publicidad en la cual a continuación se propone realizar la investigación, y ya cuento con la autorización y el apoyo de la empresa para llevarla adelante.

Del tema al problema.

El tema que quiero investigar y sobre el cual quiero hacer mi trabajo de grado es la Publicidad en Internet, o a través de los medios digitales en Uruguay. Para problematizar este latente e inmenso tema y poder realizar una no muy extensa investigación, teniendo en cuenta la Normativa Trabajo de Grado publicada en la plataforma EVA, me tendré que enfocar en uno de sus aspectos. Es por esto que me propongo investigar, utilizando una metodología cualitativa y recolectando datos a través de uno de los instrumentos de recopilación de datos más utilizados para la investigación cualitativa, la entrevista, como la llegada e instalación de los medios digitales en Uruguay impactó, si es que lo hizo, en las prácticas profesionales de algunos actores del universo publicitario, por ejemplo Creativos, Planificadores de medios, Estrategas, Agentes de cuentas y Directores, entre otros, específicamente en la agencia uruguaya Havas Worldwide Gurisa y sus colaboradores.

Relevancia para el medio académico o empresarial.

Considero que esta investigación sería más que interesante para el medio académico ya que no hay antecedentes al respecto en Uruguay, y es este medio, no exclusivamente, el que se encarga de formar a futuros profesionales del tema. También sería muy interesante para el medio empresarial ya que es donde se desempeñan los futuros expertos y los actores objeto de estudio. Además de brindarle conocimientos sobre esta no tan lejana irrupción concretamente en el rubro publicitario.

Titulo.

El impacto de los medios de comunicación digitales en las prácticas profesionales de la Publicidad en Uruguay. Caso Havas Worldwide Gurisa.

Aspectos en los que quiera específicamente indagar.

- Prácticas profesionales demandadas por los medios digitales en la Publicidad.
- Implicancias en la estructura de las agencias tradicionales y sus funcionarios.
- El rol de la academia y los centros de enseñanza especializados.

Preguntas

¿Qué impacto tuvo la llegada de los medios de comunicación digitales en las agencias de publicidad en Uruguay?

¿Qué nuevos cargos y roles demandan los medios de comunicación digitales en las agencias de publicidad?

¿Qué nuevos conocimientos demanda el universo digital para con la publicidad?

¿Cómo se vieron afectadas las agencias de publicidad tradicionales y sus colaboradores con la llegada de los medios digitales en Uruguay?

Antecedentes.

- Radakovich, R.; Escuder, S.; Morales J.; Ponce, M. (2013) *Mapa de los Medios Digitales: Uruguay*.
- Fernández Barros, M. (2015) *La publicidad digital y su impacto sobre la estructura publicitaria en México*.
- Carrillo, Ma. Victoria; Castillo, Ana (2005) *La Nueva Publicidad Digital (NPD): Servicios Digitales y Contenidos Interactivos que Generen 'Experiencias' en los Consumidores*. Ecuador.
- Vargas Niño, S. (2009) *NUEVAS FORMAS DE PUBLICIDAD Y MERCADEO EN LA ERA DIGITAL: UNA MIRADA EXPLORATORIA A COMUNIDADES, PORTALES INTERACTIVOS Y ADVERGAMES*. Colombia.
- Kaufmann Argueta, J. (2014) *De la publicidad tradicional a la publicidad digital. Desafíos para agencias y profesionales*. España.
- Tejada Gómez, J. (2014) *Publicidad Online: un modelo emergente en la era digital. El uso de Google AdWords por parte de las Pymes de Buenos Aires Argentina*.