

Índice

Presentación	4
Programa	6
Conferencias	
Marta Pacheco - <i>Marcas, beneficios y artificios en el marco de la publicidad de la significación.</i>	10
José Luis Taricco - <i>Los nuevos desafíos de la publicidad, Internet de las cosas, Big Data y nuevas generaciones.</i>	35
Fabián Silva Molina - <i>Del capitalismo digital al capitalismo de plataformas.</i>	49
Álvaro Gascue - <i>El futuro de la publicidad digital.</i>	55
Ponencias	
Martín Couceiro - <i>Publicidad para Pymes.</i>	72
Ariadni F. G. F. Loose - <i>Reconhecendo pontos de tensões na formação de jovens publicitarios em um sistema em transformação.</i>	77
Adriana Aguirre Danzi - <i>La internacionalización de las agencias de publicidad uruguayas. Una mirada desde de la cultura organizacional y otros factores claves.</i>	84
Pablo Sebastián García - <i>Ciberculturas. El impacto en el mercado publicitario.</i>	96
Diego Piñeiro - <i>Big Data e incidencia comunicacional.</i>	104
María Elisa Sabre, José Luis Taricco - <i>Jóvenes y consumo: la confianza en los formatos publicitarios y las implicaciones de las recomendaciones boca a boca</i>	121
Eduardo Sánchez Bayona - <i>Mirada crítica al panóptico digital del siglo XXI.</i>	128
Selva Andreoli - <i>La Publicidad, ¿enriquece o empobrece la cultura de una sociedad?</i>	139
Felipe Benzano, Hernán Cutruneo - <i>El perfil del influencer uruguayo</i>	142
Diego Candelone - <i>MicroSegmentación y fragmentación de sentido: el fin de la publicidad.</i>	149
Romina Domínguez, Gonzalo Febles - <i>El fenómeno de las aplicaciones de delivery: el caso Pedidos Ya.</i>	155
Lía Fernández - <i>La influencia del tabaquismo a través de las redes sociales en los jóvenes uruguayos.</i>	160
Leonardo Moreira - <i>La ética marca. Normas, valores y ética en la publicidad uruguayas.</i>	168
Lilian Muneiro - <i>Sífilis não! Stikers e comunicação assertiva.</i>	177
Eduardo Sánchez Bayona - <i>Redefiniendo el aviso publicitario a las nuevas realidades.</i>	189