

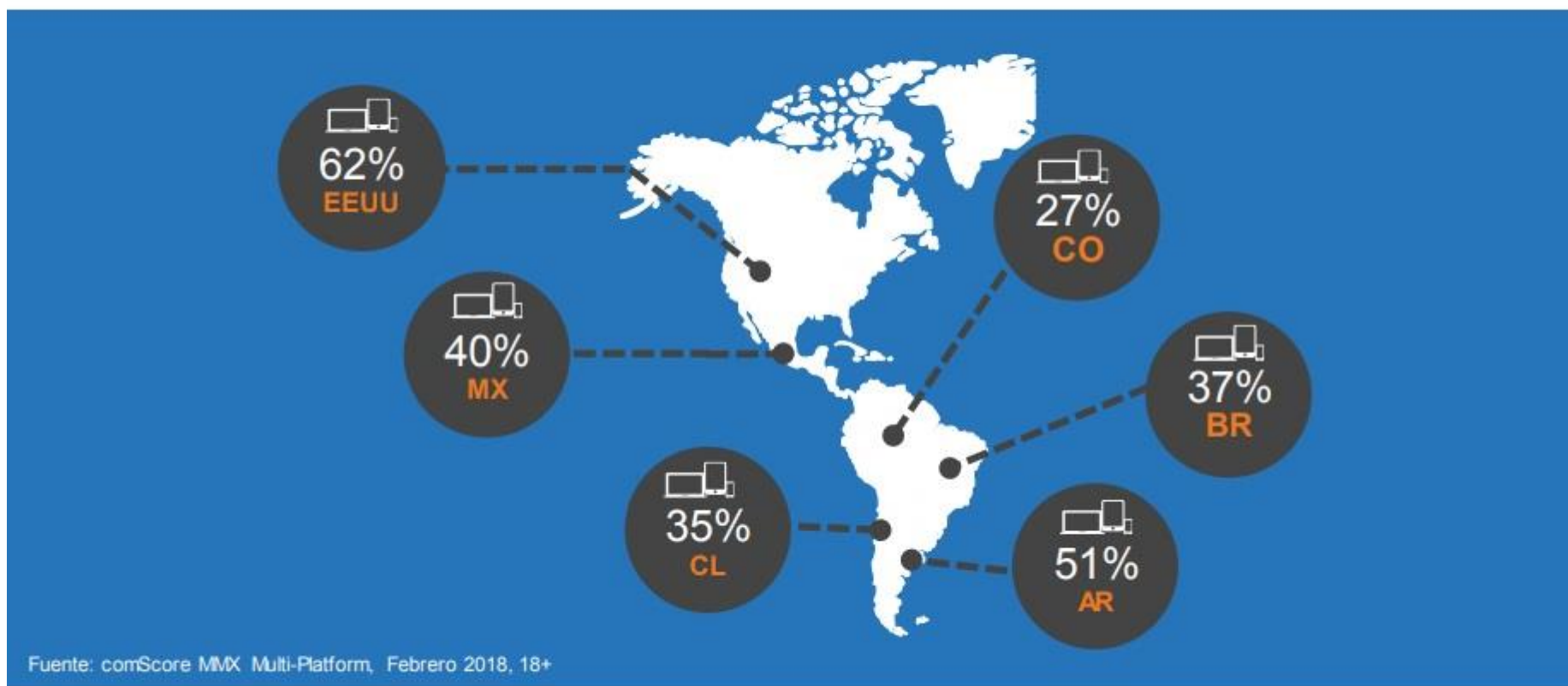


Audiencias: estrategias para entenderlas, expandirlas y fidelizarlas



Las mayorías **MULTIPLATAFORMA** toman el control

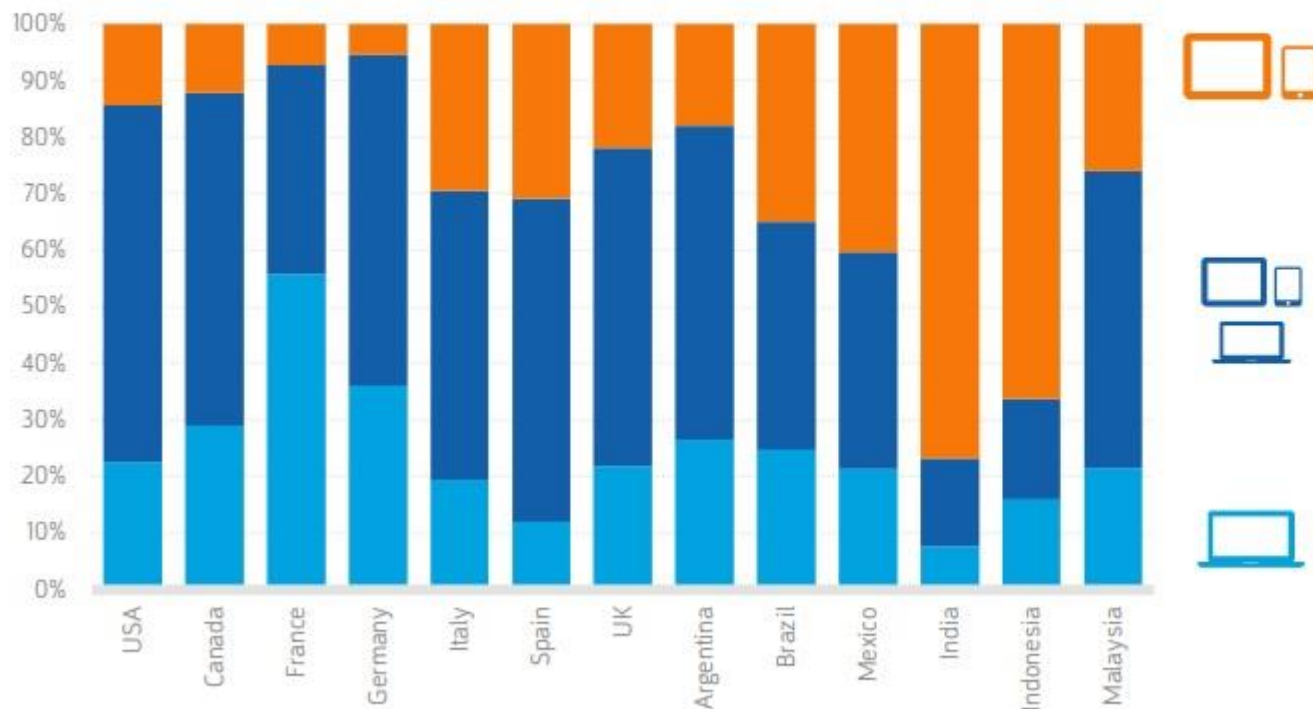
(% de acceso a contenido social en más de un dispositivo en un mes)





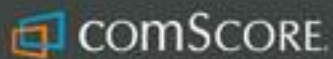
Multi-platformers remain a majority in most markets

% of Total Digital Audience by Platform (Desktop only, Multi-platform, Mobile only)



Multi-platform users (those who access online content via desktop and smartphone / tablet in a month) remain the majority overall, with an average across markets of 46% of the total population.

Mobile only usage now averages just above desktop only consumption with a cross-market average of 30%, driven heavily by large share in APAC markets, versus 24% for desktop only.



Estimación del Universo de Audiencia

ARGENTINA

Data a partir de noviembre 2017

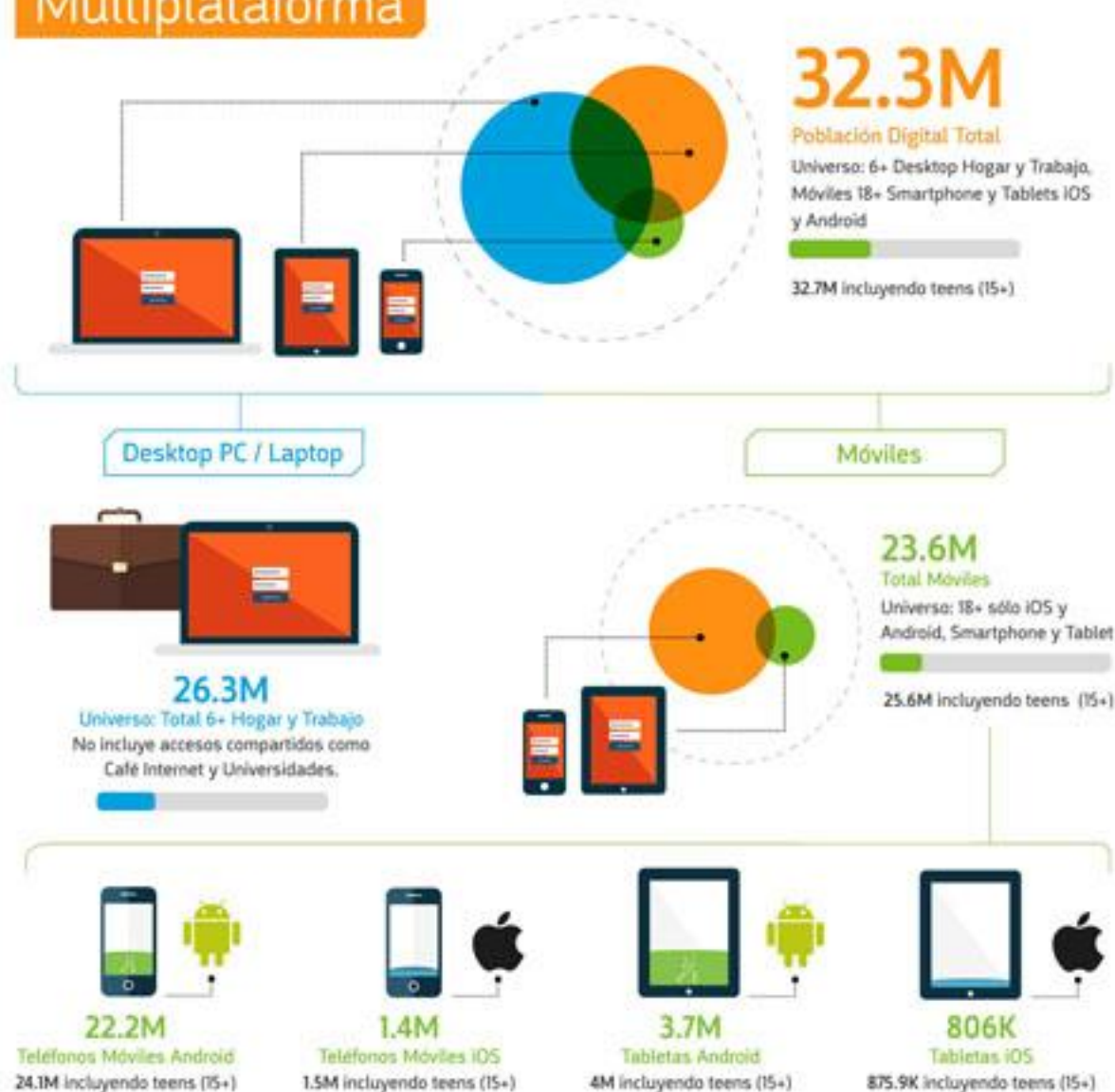


comScore actualiza regularmente las estimaciones del universo basadas en los últimos resultados del estudio de enumeración. A partir de los datos de noviembre 2017, utilizaremos las estimaciones del universo de Argentina mostradas en este documento para los productos: MMX, Video Metrix, Mobile Metrix y MMX Multi-Platform.



www.comscore.com/lat/

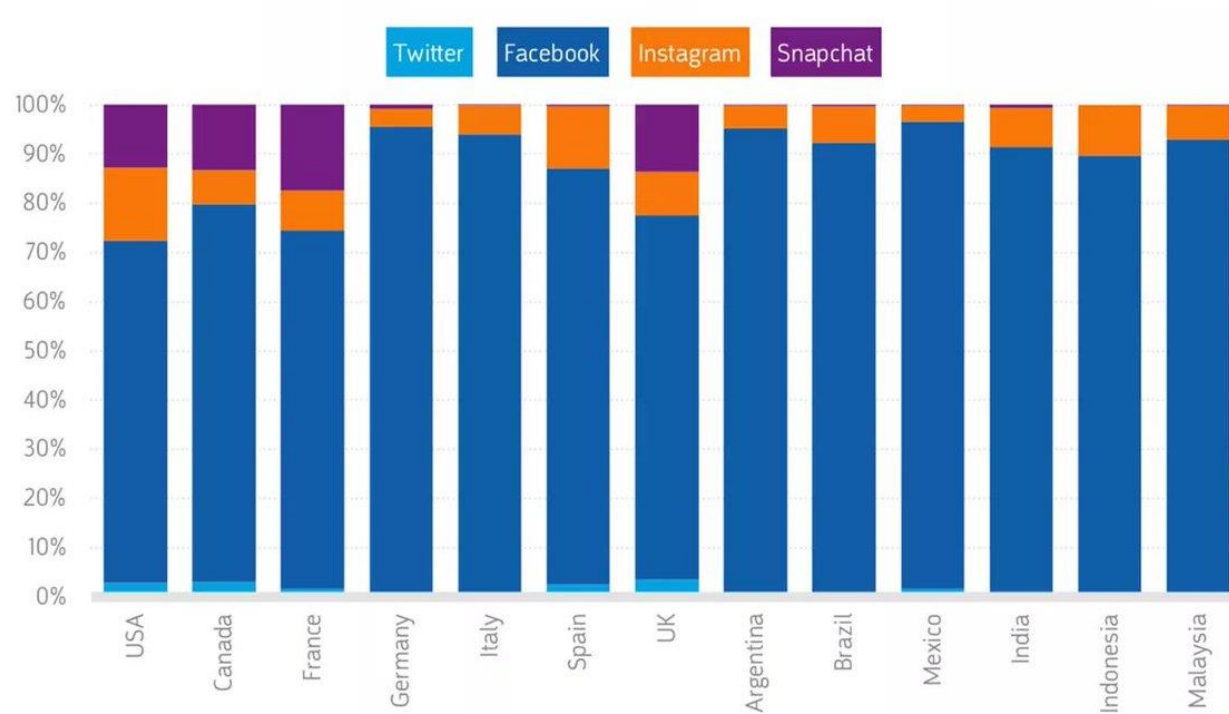
Multiplataforma





Social Networks' Share of Time

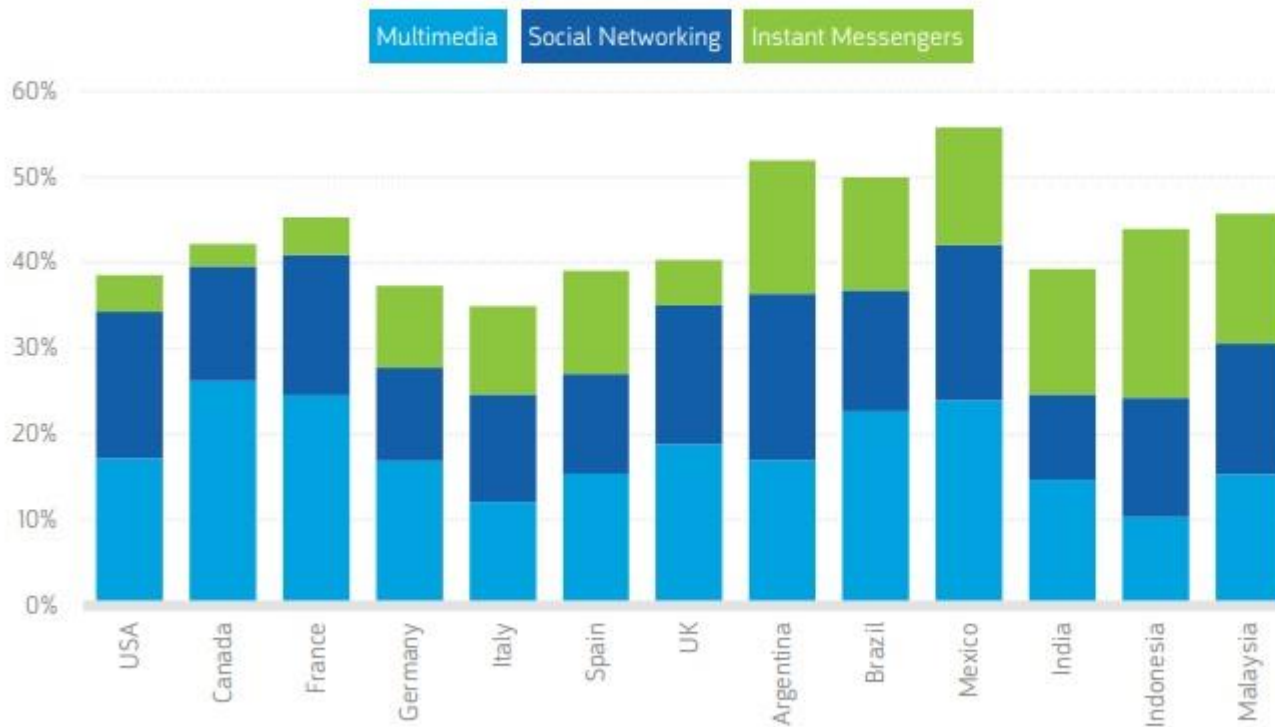
Share of Combined Minutes for 4 Major Social Networking Apps





Three subcategories capturing over a third of digital time

Share of Total Digital Minutes



In some markets, three subcategories capture more than half of all digital time.

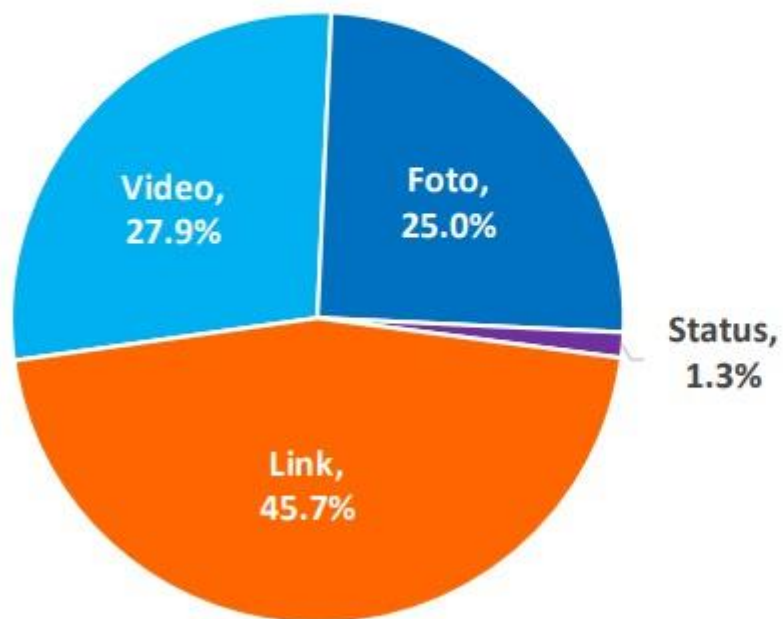
Multimedia (which includes several large video streaming services) and social networking drive the largest share in most markets.

The relative scale of instant messaging is particularly noteworthy since the minutes typically come almost exclusively from mobile platforms.

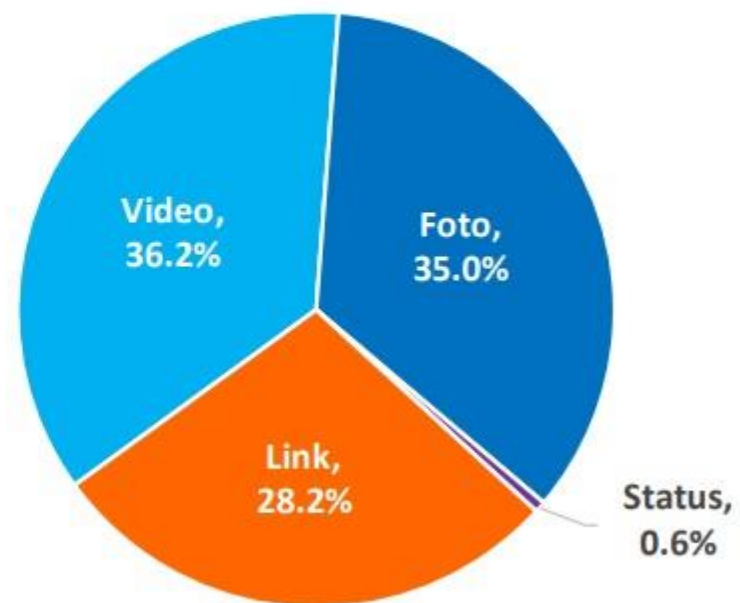


Participación por Tipo de Contenido

Share por publicación de contenido



Share por interacción en contenido





Relaciones en contextos digitales.



Relaciones tradicionales

Fuente: IRIGARAY, Fernando y LOVATO, Anahí. Hacia la comunicación transmedia. Rosario : UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2014. “Redes, fuentes y calidad de la información”. Pág. 12 y 13.



“Burbujas de filtro”

- Discurso autorreferencial.**
- Posverdad y convivencia.**



¿Hay un nuevo contrato?

- Pagar por calidad.**
- Comunidad de marcas.**
- Medios y redes, control compartido.**



¿Preguntas?
¿Dudas?

 uures@perfil.com

 @ursulaup