

¿Y si mi hijo se queda atrapado por una red social?

El Festival Internacional de Comunicación Infantil 'El Chupete' nació para encauzar la comunicación dirigida a los más pequeños e impulsar y mejorar la calidad de esta información: se premiarán los mejores trabajos de comunicación infantil.

El Festival tendrá lugar los próximos 30 de junio y 1 de julio en la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia y tratará sobre los "Niños, Adolescentes y Redes Sociales".

Se trata de una reflexión sobre las ventajas y los inconvenientes que pueden ocasionar el mal uso de las redes sociales entre los críos.

¿Conectados o atrapados? [Es una campaña muy clara, que ayuda a cómo emplear las redes sociales, sin olvidarnos de los riesgos que entraña su mal uso.](#)

Es bueno conocer que las redes sociales son una publicidad no invasiva ya que se adapta al usuario. Facebook no sirve para enganchar al público. ¿Cómo va a funcionar, si el usuario ha aprendido a navegar esquivando los anuncios? Los estudios así lo demuestran, los movimientos de los ojos del navegante han sido medidos por aparatos capaces de captar sus recorridos. Publicidad no intrusiva es la que tienen Facebook y Twitter. En las redes sociales son muy eficaces las acciones de marketing. Son las que más beneficios están dando. El público tiene ahora todo el poder a través de las redes sociales. Una sola persona, con su discernimiento, [puede hacer temblar a una determinada marca.](#)

Conocer lo que quiere una persona y relacionar ese deseo con un anuncio de forma instantánea es lo que logra generar ventas y se ha convertido en un negocio de más de 12.000 millones de dólares sólo en Estados Unidos. Ahora, [Facebook](#) está empezando a probar su propia versión de publicidad basada en las intenciones, lanzando anuncios en tiempo real basados en los comentarios de sus usuarios. Las pruebas se están realizando con sólo un 1% de los usuarios de la red social y un grupo de estudio de 6 millones de personas. Durante este período, según publica la revista AdAge, Facebook intentará relacionar los anuncios ya existentes en su sistema con los comentarios. Cuando estos anuncios comiencen, los anunciantes estarán dispuestos a pagar precios muy altos, superando los 2.000 millones de dólares [que Facebook ingresó en 2010.](#)

Clemente Ferrer

clementeferrer3@gmail.com