

# Para la Web, un año para arrancar con todo

## *Internet se transformará este año*

Por Diego Vasquez  
Extraído de: Media Life Magazine

Mayo 2008

*En los últimos años se ha producido un increíble crecimiento de los gastos de la publicidad en línea. Con el pronóstico de que este aumento comenzará a bajar su ritmo en los próximos años, el desafío para la Web va más allá de la atracción de nuevos anunciantes para darles nuevas formas de hacer conocer sus mensajes, de manera que se integren mejor con el contenido y consigan un alcance más amplio que las técnicas tradicionales de comercialización de la Web. El contenido generado por los usuarios seguirá creciendo, con redes sociales cada vez más generalizadas. El vídeo se volverá más importante. Al mismo tiempo, los usuarios se volverán más cautelosos sobre su vida privada cuando algunos sitios traten de encontrar formas de mejorar la importancia de su publicidad. Geoff Ramsey, presidente de eMarketer, habló con Media Life sobre las tendencias en los nuevos medios para 2008, porque la locura por las redes sociales no ha alcanzado su punto máximo y por qué los teléfonos móviles siguen luchando para abrirse camino.*

### **¿Cuáles son tres tendencias en línea a tener en cuenta en 2008?**

Hay tres cosas que pienso que se presentarán en 2008.

La primera es la consolidación y la expansión simultánea de las redes de anuncios. Seremos testigos de más fusiones y adquisiciones, así como de un crecimiento en la distribución o alcance de las redes de anuncios.

Y relacionado con esto ellas se volverán cada vez más sofisticadas y eficaces en la entrega a audiencias más grandes unidas en su esencia a miles de diversos sitios Web.

El gran desafío que enfrentan los sitios es que hay mucha gente en línea, pero diseminados por todo el lugar. Por lo tanto, los anunciantes pueden obtener el alcance que están buscando, así como la importancia que no siempre consiguen con la TV.

Si bien la búsqueda ha sido el gran impulsor del crecimiento, será esencialmente emparejada por la marca o la publicación de anuncios, y esto es un cambio grande. Ahora va a haber dos pistones yendo a toda marcha. La búsqueda no va a desaparecer, pero su crecimiento será lento.

Y esto nos lleva a la segunda tendencia, la explosión del contenido de los vídeos. Lo veo venir no sólo de clips cortos de aficionados, sino de todas las redes de TV, y de hecho de cualquier otra fuente productora de contenido. Yo inclusive buscaría un aluvión de nuevos modelos de anuncios y aún de modelos de negocios. Pienso que Hulu es un buen comienzo, pero lo que cada red y cada otro productor de contenido están notando es que lo que usted tiene que conseguir es contenido distribuido en tantas plataformas diferentes como sea posible.

Esto nos lleva a la tercera cuestión, que es **la integración**. Vamos a buscar nuevos modelos de anuncios que surgirán de las redes sociales, así como nuevos sitios que supondrán un desafío para MySpace y Facebook. Pienso que lo que comenzaremos a ver son más sitios de redes sociales verticalmente orientados. Las principales marcas de contenido tomarán aplicaciones y herramientas de las redes sociales, y creo que lo que será interesante, y puede que no ocurra este año, es que los sitios

de redes sociales como destinos serán menos importantes, porque las herramientas serán intercambiables.

Si todo el mundo va a estar en todas partes en línea y todo es totalmente fluido, ¿cómo integrar la publicidad en el espacio? Esto requerirá de una publicidad que sea tan irresistible que forme parte del contenido y la gente la abrace. Vamos a tenernos que volver inteligentes.

### **¿Cuál será el único cambio más importante que afrontará la industria en los próximos años?**

Creo que todos estos cambios se montarán unos sobre otros, pero pienso que una señal del cambio que viene es el tema de Facebook cuando entró en problemas con Beacon (donde se publicaron detalles de las compras y actividades de los usuarios sin ofrecer un modo simple de optar por ello.) ¿Cuánto es demasiada información que ellos saben sobre mí, y cuánto control tengo sobre ello?

El aspecto clave de esto es la línea entre el intercambio de información y tener demasiada información personal. También es indicativo de una cuestión más amplia, que es la velocidad a la cual la tecnología evoluciona, eclipsando nuestra capacidad de hacer frente a sus implicaciones sociales.

### **¿Cuál fue la historia más importante en la industria en 2007?**

Creo que fue Facebook, aunque, al mismo tiempo también lo fue la adquisición de Doubleclick por parte de Google. Pienso que surgirán cambios importantes de esta fusión, debido a lo que Google y otros motores han hecho a través de la búsqueda, y lo mismo ocurrirá con la pantalla gráfica o los sitios de demostración de la Web.

Esto comenzó en 2007 pero no fue activado entonces. Ahora que sí lo está, pienso que comenzaremos a ser testigos de nuevos sucesos.

### **¿Qué es lo más importante que los compradores de medios y planificadores deben conocer sobre Internet para 2008?**

Esto tiene relación con algo que ya dije antes, Internet va a convertirse en el eje central de la mayoría de los medios de comunicación y las campañas de marketing. Y la integración es nuevamente la palabra clave. Cada uno tiene que comprender mejor las funciones de los otros medios de comunicación, los puntos fuertes y débiles de la TV, de los periódicos, etc., porque ellos van a actuar todos juntos. Se trata de atar todas las piezas en una única.

### **Hemos visto el surgimiento de las redes sociales, los videos en línea y los blogs los últimos años, ¿cuáles piensa usted que serán las grandes tendencias que surgirán este año?**

Es difícil predecir algo así. Pienso que algunas cosas surgen de la nada, pero la mayoría de los cambios que veremos tendrá un crecimiento progresivo. Por lo tanto los videos y las redes sociales seguirán evolucionando. También pienso que lo que continuaremos viendo es la siguiente generación de sitios mundiales virtuales, que están menos orientados y tienen un poco más utilidad para la gente.

### **¿Piensa usted que la moda por las redes sociales comienza finalmente a enfriarse, o hay margen para más crecimiento en ese ámbito a medida que las empresas, incluso el gobierno, las comienzan a aceptar?**

Hay plena capacidad para un mayor crecimiento. Cada sitio importante de comercio electrónico o de medios tendrá a las redes sociales como el centro de lo que están ofreciendo. Usted no será capaz de competir a menos que disponga de temas vinculados a una red social. Serán los instrumentos con los cuales la gente podrá comunicarse entre sí alrededor de una marca, un servicio, o de lo que se trate.

### **¿Cuál será el formato más caliente de la publicidad en la Web en 2008 en términos de crecimiento?**

Es difícil dar una respuesta concreta, es difícil hacer una medición porque pienso que las redes sociales van a ser muy penetrantes, pero no girará todo en torno a la publicidad. Yo apostaría al vídeo en línea porque miro lo que está pasando en el mercado generado por los consumidores, así como con las redes de TV. Y esto sacude al universo de medios en su totalidad, ya que pone cierta presión en la TV.

### **¿Ha llegado la búsqueda de publicidad a su punto máximo o hay aún espacio para crecimiento?**

Está cada vez más fuerte por tres razones principales. La primera es que la búsqueda está siendo más gráfica, usted busca cada vez más frecuentemente videos y otras formas de contenido, de modo que es más universal, más rica. La segunda es que se está volviendo más intuitiva o más inteligente. Se sabrá quién es usted y en qué está interesado, de modo que se podrá saber dónde está usted a través de las palabras clave que utilice. Y en tercer lugar, la búsqueda irá hacia todas partes. Hay muchos factores que impulsan el crecimiento de la búsqueda de publicidad.

### **Después de años de crecimiento de la publicidad en la Web, ¿siguen estando aún los proveedores que se resisten a ella, o diría usted que finalmente la han aceptado?**

Creo que la han aceptado, los proveedores se están dando cuenta de que no es una tendencia del momento. Puede haber una tendencia a la baja en la economía global, pero no creo que siga habiendo alguien que piense que es otro auge pasajero. Es una situación mucho más sostenible con el paso del tiempo.

Si el mercado de medios toma una tendencia descendente en 2008, ¿seguirá creciendo Internet al mismo ritmo que ha venido haciéndolo? Sólo por la ley de los grandes números, puede tener una respuesta positiva, pero creo que habrá más experimentación este año que la que hubo hasta 2007. Incluso si los presupuestos totales disminuyen.

Usamos Internet como una fuente de entretenimiento, no sólo como algo de utilidad, de modo que tengo plena confianza en la tasa de crecimiento prevista para el futuro.

### **¿Qué predicción del año 2007 hecha para la Web no se hizo realidad?**

Cada año predijimos la explosión de los dispositivos móviles, y no creo que esto realmente haya terminado en 2007.

Los móviles van a ser un medio de comunicación de excitante crecimiento, pero hay todavía algunas cosas que aclarar. Creo que los portadores van a tener que ceder un poco el control a los proveedores. Uno de los problemas es hay demasiados operadores y hacer una campaña sobre los móviles es increíblemente complejo. La

gente dice que no vale la pena, pero yo creo que esas barreras comenzarán a desmoronarse.

\* \* \* \* \*