Gastos com anúncios na web decepcionam nos EUA
Richard Waters

Os gastos com publicidade na internet nos Estados Unidos caíram bastante, mesmo antes da crise financeira, comprometendo as expectativas de que a principal fonte de dinheiro para a economia de consumo na internet continuará em larga medida resiliente em meio a uma recessão, segundo números divulgados ontem.

Os números mais recentes, do Interactive Advertising Bureau, sugerem que o mercado publicitário na web pode revelar-se mais vulnerável a um desaquecimento econômico do que se esperava. No segundo trimestre deste ano, os gastos com publicidade on-line nos EUA cresceram 12,8%, para US$ 5,7 bilhões, segundo o IAB. Isso representa um acentuado desaquecimento em comparação com o crescimento de 18,2% nos três meses anteriores e os 25% em 2007.

Mesmo com a crise financeira, a expectativa da maioria dos analistas era de que 2008 trouxesse um crescimento geral de 17% a 20%, mas esses números agora parecem inviáveis.

A pressão será sentida especialmente pelas muitas companhias de internet constituídas em anos recentes, segundo financistas no Vale do Silício Valley. "Para quem ainda não tem contratos publicitários, 2009 será um ano muito difícil", disse Theresia Gouw Ranzetta, da Accel Partners. Entretanto, ela previu que o mercado publicitário on-line deverá suportar o desaquecimento económico melhor do que no estouro da bolha da internet.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 8 out. 2008, Empresas & Tecnologia, p.B5.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais