

## **A promissora publicidade online**

*Claudete Tavares*

O mercado publicitário na internet relativamente pequeno na América Latina – deve crescer substancialmente nos próximos cinco anos. A região terá o maior aumento no mundo em relação aos gastos com publicidade na internet, crescendo a uma taxa média anual de 15,9% e movimentando US\$ 1,7 bilhão em 2014. Estes são os dados da pesquisa “Global Entertainment and Media Outlook 2010-2014” da PricewaterhouseCoopers – PwC, publicada recentemente, que analisa 12 segmentos do setor de comunicação, fazendo projeções do mercado para os próximos cinco anos.

A importância da internet para o mercado da publicidade é visível quando analisamos os dados da América Latina. Essa é a região que deve apresentar o maior crescimento nos gastos com acesso à internet nos próximos cinco anos, segundo a mesma pesquisa. O valor total, que em 2009 foi de US\$ 9,8 bilhões, atingirá US\$ 20,9 bilhões em 2014, com uma taxa média anual de 16,4%.

O crescimento da banda larga doméstica irá ampliar a plataforma para a publicidade na internet no mundo inteiro, o que fará o mercado saltar dos US\$ 808 milhões, em 2009, para US\$ 1,6 bilhão em 2014, registrando um aumento médio de 14,2% por ano. Com a expansão da infraestrutura, o Brasil deverá ter 61 milhões de lares com banda larga em 2014, conforme dados da PwC.

No cenário mundial, a internet já ocupa a terceira posição com relação aos investimentos publicitários, perdendo apenas para televisão e jornais. O estudo da PwC afirma que, em quatro anos, a internet ocupará a segunda posição, perdendo apenas para a televisão, sendo que essas duas serão os únicos meios de comunicação analisados na pesquisa que ultrapassarão a marca dos US\$ 100 bilhões em investimentos.

A chave para compreender todo esse desenvolvimento é a própria internet e a necessidade que ela gera nas populações. A análise da PwC também afirma que os gastos mundiais com acesso à rede (tanto móvel quanto cabeada) saltarão de US\$ 228 bilhões em 2009 para US\$ 351 bilhões em 2014. Isso significa que o número de consumidores de internet e seus produtos estão em franco crescimento, gerando um novo público-alvo e, com ele, uma mudança que exige que a publicidade se aproprie e dê mais atenção aos meios por ele consumidos.

Com a crescente quantidade de usuários de internet no Brasil e a democratização do acesso no País, a tendência é de que os investimentos de publicidade em internet cresçam ainda mais. De acordo com a pesquisa, o Brasil, cujos gastos com acesso somaram US\$ 4,14 bilhões em 2009, é o maior mercado entre os países da América Latina, respondendo por 42% do total. Até 2014, o País deve duplicar esse valor. O México, com US\$ 1,9 bilhão, é o segundo entre os latinos e a Argentina o terceiro, com US\$ 1,7 bilhão.

A chegada da internet aos telefones celulares promete ampliar ainda mais esses valores. Melhorias nas redes sem fio estimularão o aumento dos gastos com acesso à internet móvel, que passará de US\$ 609 milhões em 2009 para US\$ 3,7 bilhões em 2014. O crescimento no consumo tende a se refletir no crescimento da internet móvel, ou seja, o mercado da publicidade móvel também vai crescer.

Segundo o relatório da PricewaterhouseCoopers, os valores de mídia aplicados a essa modalidade crescerão a uma taxa média de 85,8% ao ano.

Como pudemos ver através de dados e pesquisas, existem muitos motivos para o mercado da publicidade sorrir, especialmente se os seus olhos estiverem voltados para as novas mídias.

O mercado dá provas de que inicia a década com uma nova mentalidade, após um 2009 economicamente turbulento, investindo em publicidade na internet e acreditando no retorno do consumo crescente dessas ferramentas de comunicação.

Com as eleições no segundo semestre, e as novas diretrizes para o uso de propaganda eleitoral online, os números dos próximos bimestres deverão ser ainda mais positivos. Assim esperamos!

**Fonte: Propmark, São Paulo, 9 ago. 2010, p. 24.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais