Gasto em anúncio na web deve crescer menos

Avanço do investimento no mundo em publicidade na internet é o dobro do de qualquer outra mídia, prevê órgão

Estudo mostra o forte declínio no uso de computadores de mesa nos últimos três anos e o avanço dos tablets

DE SÃO PAULO

O investimento publicitário mundial nos meios digitais deve crescer em um ritmo menos intenso neste ano: 11,2%, ante avanço de 16,9% no ano passado.

A estimativa é da Magnaglobal, que também prevê uma expansão de 5% no faturamento das mídias com publicidade neste ano. O número representa uma pequena melhora em relação a 2011, quando o setor cresceu 4,7%.

Mesmo com a desaceleração, o avanço da internet em 2012 será quase o dobro do de qualquer outra mídia.

De acordo com outro instituto de pesquisa, ZenithOptimedia, os meios digitais deverão se transformar na segunda maior mídia em faturamento publicitário este ano, atrás de televisão.

Os dados integram o "Livro de Tendências da Mídia Global Digital 2012", publicação da World Newsmedia Network (WNMN), associação sem fins lucrativos com sede nos EUA e no Reino Unido.

Com 300 páginas, o livro é uma compilação do que há de mais atualizado sobre investimentos e padrões de consumo de mídias digitais em todo o mundo.

São mais de 500 tabelas com informações públicas e privadas coletadas, com permissão, em 65 institutos de pesquisa e consultorias internacionais.

"A internet já é a segunda mídia em faturamento publicitário. Finalmente, internet, celulares e, logo, tablets vão desfrutar de um aumento nos gastos publicitários proporcional ao vasto uso que se faz deles", afirmou Martha Stone, principal executiva da WNMN.

"Este é um ponto de inflexão para as mídias digitais e, daqui pra frente, acredito que veremos investimentos muito maiores em infraestrutura de publicação de mídia digital e em gastos publicitários, à medida que o uso de novas plataformas cresce de forma exponencial."

Com base em dados do Pew Research Center, o estudo mostra o forte declínio no uso de computadores de mesa nos últimos três anos e a popularização dos tablets.

Nos EUA, por exemplo, a penetração dos tablets deve alcançar 19% neste ano, ante 10% no ano passado.

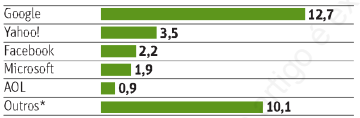
"O aumento do uso de tablets, leitores digitais [e-readers] e celulares tem inspirado editores e anunciantes a repensar suas estratégias editoriais e de marketing", diz o estudo da WNMN.

"À medida que o investimento publicitário aumentar, mais conteúdo será produzido e mais leitores vão querer assinar essas publicações." (MARIANA BARBOSA)

MÍDIA GLOBAL
Internet lidera crescimento nos gastos de anunciantes

Variação anual da receita publicitária no mundo (%)

AS EMPRESAS QUE MAIS FATURAM COM PROPAGANDA ON-LINE NOS EUA
Em US$ bilhões



HOTSPOT DIGITAIS 2012
Intensidade de uso da internet e do celular no mundo (% de penetração)

*Mídia tradicional com negócios digitais e mídia não tradicional. Fontes: Global Digital Media Trendbook, com dados de Magnaglobal, eMarketeter, 2012 World Factbook da CIA

> **Finalmente internet, celulares e, logo, tablets vão desfrutar de um aumento nos gastos publicitários proporcional ao vasto uso que se faz deles**
>
> MARTHA STONE
> principal executiva da WNMN

Matéria

Fonte: Folha de S. Paulo, São Paulo, 17 set. 2012, Folhainvest, p. B7.