

## Los microvideos y la mensajería instantánea se impondrán entre las redes sociales

[Enlace de documentos de ProQuest](#)

**Resumen (Abstract):** El informe 2013 de Comscore afirma que el consumo de contenidos a través de teléfonos inteligentes aumentó en Chile de un 2,7% en el año 2012 a un 8% durante 2013. "Esta tendencia subirá aún más de la mano de las plataformas de mensajería instantánea orientadas a comunicarse con pequeños videos, minimizando el uso del texto", dice Walter Yenes, gerente general de la agencia digital Asteorid.

De la mano de este tipo de plataformas habrá un rápido crecimiento de alternativas a WhatsApp, tales como Line y WeChat. "Esta última podría convertirse en la aplicación de chat más popular del mundo ya que cuenta con más de 600 millones de usuarios", aventura el director de Promoplan.

Mientras que los internautas compartirán cada vez más contenidos visuales, las marcas se adecuarán y crearán publicidad que sea interesante para ellos. Así, por ejemplo, los usuarios deberán aprender a convivir con los videos publicitarios en Facebook e Instagram, que intentarán camuflarse como historias sociales.

**Enlaces:** [Biblioteca Digital TEC](#)

**Texto completo:** Opacando a Facebook y Twitter, las plataformas más orientadas a las imágenes incorporarán la publicidad como contenido y mejorarán la experiencia del usuario desde su dispositivo móvil.

Este será el año en que aplicaciones como Instagram, Vine, Snapchat o Pinterest jugarán un rol preponderante en la vida de los internautas.

Principalmente, porque dos grandes del ecosistema de las redes sociales, Facebook y Twitter, comenzarán a perder espacio ante estas plataformas alternativas.

Ahora el usuario prefiere una comunicación más personalizada, directa y original desde sus teléfonos inteligentes. Y bien es sabido que Facebook y Twitter no entregan una experiencia móvil satisfactoria para ellos.

De esta manera, se espera que en 2014 el uso de los dispositivos móviles alcance su punto más alto, en parte porque los cibernautas compartirán mucho más contenido visual.

El informe 2013 de Comscore afirma que el consumo de contenidos a través de teléfonos inteligentes aumentó en Chile de un 2,7% en el año 2012 a un 8% durante 2013. "Esta tendencia subirá aún más de la mano de las plataformas de mensajería instantánea orientadas a comunicarse con pequeños videos, minimizando el uso del texto", dice Walter Yenes, gerente general de la agencia digital Asteorid.

Así, el usuario preferirá comunicarse con videos cortos y le dará más importancia a la imagen como su medio de expresión principal, asegura Yenes.

Lo que conllevará que aplicaciones de microvideo como Vine, Keek, Instagram y Snapchat aumenten su popularidad. Particularmente esta última vivirá un año exitoso, augura Néstor Leal, director digital de la agencia Promoplan.

Esta aplicación, que funciona con imágenes y videos que se autodestruyen después de compartirse, poco a poco se ha posicionado como la más descargada entre los usuarios chilenos en Google Play y en App Store. Diariamente se comparten 350 millones de mensajes a través de ella.

"Facebook ya ofreció hasta 3 mil millones de dólares por la plataforma, oferta que fue rechazada por Snapchat, entendiendo que en un futuro no muy lejano la compañía podría valer mucho más", agrega Leal.

"Su principal desafío será mejorar la seguridad de los usuarios. El contenido que se comparte es muy privado, y pese a la promesa de borrarlos, lo cierto es que quedan guardados en sus servidores", advierte Yenes.

De la mano de este tipo de plataformas habrá un rápido crecimiento de alternativas a WhatsApp, tales como Line y WeChat. "Esta última podría convertirse en la aplicación de chat más popular del mundo ya que cuenta con más de 600 millones de usuarios", aventura el director de Promoplan.

Convivencia comercial

Mientras que los internautas compartirán cada vez más contenidos visuales, las marcas se adecuarán y crearán publicidad que sea interesante para ellos. Así, por ejemplo, los usuarios deberán aprender a convivir con los videos publicitarios en Facebook e Instagram, que intentarán camuflarse como historias sociales. "Las marcas hoy en día no quieren ser spam, quieren estar dentro del corazón del consumidor. Por eso mismo intentarán conectarse uno a uno, de la forma más personalizada que exista a través de la pantalla móvil", explica Néstor Leal.

La promesa es no molestar al usuario, por eso los anuncios se enfocarán en sus gustos ofreciéndole contenido original.

Copyright Grupo de Diarios Ameyacute;rica-GDA/El Mercurio/Chile. Todos los derechos reservados. Prohibido su uso o reproducir en Chile ©NoticiasFinancieras - ©GDA - El Mercurio - All rights reserved

**Título:** Los microvideos y la mensajería instantánea se impondrán entre las redes sociales

**Autor:** El Mercurio<sup>11</sup> El Mercurio

**Título de publicación:** El Mercurio

**Año de publicación:** 2014

**Fecha de publicación:** Jan 6, 2014

**Año:** 2014

**Sección:** Science/Technology

**Editorial:** Global Network Content Services LLC, DBA Noticias Financieras LLC

**Lugar de publicación:** Santiago, Chile

**País de publicación:** United States

**Materia de publicación:** General Interest Periodicals--Chile

**Tipo de fuente:** Newspapers

**Idioma de la publicación:** Spanish

**Tipo de documento:** NEWSPAPER

**ID del documento de ProQuest:** 1474182051

**URL del documento:** <http://search.proquest.com/docview/1474182051?accountid=11643>

**Copyright:** Copyright (c) 2014 El Mercurio

**Última actualización:** 2014-01-06

**Base de datos:** Latin American Newsstand

---

**Contactar con ProQuest**

Copyright © 2014 ProQuest LLC. Reservados todos los derechos. - [Términos y condiciones](#)