

# MEDIABITS ENERO 2017

N° 379

Reporte realizado por el departamento de Research de ZenithOptimedia Argentina.

# El video en vivo, la estrella del 2017.

*Diversas fuentes globales mencionan esta nueva funcionalidad de las redes sociales lanzadas en 2016 como la tendencia que va a marcar el nuevo año. La audiencia ya no sólo se dividirá entre televisión tradicional y on-demand, si no que ahora hay una nueva forma de ver el “vivo”.*

**Según WARC el video en vivo es una oportunidad que aun no ha sido explotada por las marcas,** la decisión principal es saber cuáles son las oportunidades correctas para hacer un video en vivo. Las reglas parecen ser que el video sea exclusivo o lo suficientemente “periodístico” para atraer audiencia en vivo, o que requiera un nivel de interacción con los espectadores.

Los primeros signos muestran que indicadores como “compartir” y “comentar” son mayores en los videos en vivo que en los tradicionales.

Las marcas que han experimentado con este formato en redes sociales concluyen en que **la calidad** (en la producción) **es preferible antes que la cantidad** (múltiples videos diferentes), además de **que sólo tienen entre 3 y 5 segundos para atraer la atención** de un usuario social mobile, así que deben trabajar con el “saltar” o “skip” y usar un pequeño espacio de tiempo y recordar que muchas veces los videos online son vistos con el sonido apagado, así que el contenido tiene que ser entendible sin el.



Fuente: WARC. “Toolkit 2017. Executive Summary”.

Global Web Index. “Trends 17. The trends to watch in 2017”

E-Marketer. Key Digital Trends for 2017.

<http://www.adlatina.com/digital/tendencias-digitales-2017-video-online-en-vivo-experiencias-m%C3%B3viles-influencers-y-servicios>

# El video en vivo, la estrella del 2017.

De acuerdo con Global Web Index la gran apuesta de Facebook al video fue una jugada inteligente: los datos muestran que más de la mitad de los usuarios de Facebook miran videos en la plataforma. Si bien la red social no puede (aún) alcanzar las cifras de visualización de Youtube.

A medida que las conexiones móviles continúan mejorando, los **consumidores tendrán más oportunidades de mirar videos "on-the-go"** vía Facebook. Hasta ahora sólo el 20% de los usuarios de Facebook subieron al menos un video al sitio, pero en Snapchat un tercio de los usuarios están compartiendo videos, en el caso de Whatsapp esta cifra alcanza casi al 50%. Es solo una cuestión de tiempo antes de que esta tendencia impacte también en Facebook, especialmente con el empuje que se le esta dando a **"Facebook Live"**.

Por supuesto que no es solo Facebook quien esta intentando subirse a esta tendencia. El año pasado vimos como Instagram lanzaba esta funcionalidad. Tumblr comienza a recibir *streaming* de video en vivo y Twitter apuesta a la transmisión deportiva (transmitiendo la mayoría de los partidos de la NFL). Snapchat anunció el lanzamiento de unas gafas de sol que graban videos para ser subidos a la red social. **Tener una oferta de vídeo fuerte, y hosting de transmisión en vivo, se está convirtiendo rápidamente en un requisito de desarrollo para todas las redes sociales.**



Fuente: WARC. "Toolkit 2017. Executive Summary".

Global Web Index. "Trends 17. The trends to watch in 2017"

E-Marketer. Key Digital Trends for 2017.

<http://www.adlatina.com/digital/tendencias-digitales-2017-video-online-en-vivo-experiencias-m%C3%B3viles-influencers-y-servicios>

# El video en vivo, la estrella del 2017.

Un 93% de los usuarios de internet a nivel global miran videos online cada mes y teniendo en cuenta los beneficios que brinda la tecnología de ver videos cuando y como quiera, **se espera que el consumo de video online aumente en el futuro.**

Para las marcas, esta explosión del video representa una oportunidad obvia: **un cuarto de los consumidores digitales dicen mirar videos de marcas.** Es un medio que ofrece una **solución potencial al creciente uso del “ad-blocking”**

**E-Marketer predice que en 2017 la transmisión de video en vivo superará un gran obstáculo: la audiencia en vivo de la televisión.** Se estima que durante el transcurso del año alguna transmisión online alcance una audiencia tan grande como la que se logra en el prime-time televisivo. Esta audiencia podría ser solo de Facebook o la sumatoria de varias plataformas.

Esto tendrá como consecuencia que la frontera entre servicios de streaming, on-demand y la televisión tradicional se empezará a desdibujar, ya que aumentarán los contenidos de este último canal que pasarán a transmitirse por video online.

