

## **LEY 2: LA LEY DE LA INTERACTIVIDAD**

**“Sin ella, su sitio web y su marca no irán a ninguna parte”.**

A lo largo de la historia, ha habido 5 grandes momentos para la introducción de medios masivos:

1. El libro.
2. Los diarios, publicaciones periódicas y revistas.
3. La radio.
4. La televisión.
5. Internet.

Los nuevos medios de comunicación no reemplazan a los antiguos, pero se sitúan por encima de ellos, alterando y modificando para siempre todos los medios de comunicación existentes.

Ahora bien, Internet presenta una cualidad completamente nueva que lo colocará como el medio de comunicación más importante de todos: **es el único medio de comunicación de masas que permite la interactividad.**

A largo plazo, la interactividad será la que defina lo que funciona en Internet y lo que no. El secreto para crear una marca en Internet depende de nuestra capacidad para presentar la marca de tal manera que los clientes actuales y potenciales puedan interactuar con nuestro mensaje.

Por esta razón, la publicidad tradicional en Internet no funciona, y lo mismo que la publicidad, muchas de las formas tradicionales de comunicación, por ejemplo diarios y revistas: ¿dónde está la interactividad?

La publicidad está desapareciendo de Internet, ya que cada vez con más las empresas que se percatan de su inutilidad en un medio de comunicación masivo. Pero, ¿dónde se gastan los sitios de Internet la mayor parte del dinero que destinan a publicidad? Curiosamente, no se gasta en la red sino en medios tradicionales: televisión, periódicos y radio.

Lo que da resultado en un medio de comunicación no necesariamente funciona en otro. De hecho, es muy probable que el éxito en un medio de comunicación sea el fracaso en otro medio:

¿Qué periódico, revista, marca de radio o televisión se han convertido también en marca de éxito en internet? Ninguna. Las grandes marcas de televisión americana por cable (HBO, ESPN, CNN, A&E, MTV, QVC, etc.) no fueron una ampliación de línea de marcas de cadenas televisivas, sino marcas creadas especialmente para la televisión por cable.

Si usted quiere crear una marca en Internet, tiene que crear una nueva marca diseñada especialmente para el nuevo medio: debe incorporar interactividad a su sitio y en la mayoría de los casos necesitará un nombre nuevo.

La competencia es muy intensa y ya existen más sitios web punto.com que marcas registradas en EE.UU.

### **¿Cómo puedo entonces incorporar interactividad a mi web-site?**

Interactividad no es sólo la posibilidad de elegir entre un menú, pues eso también lo hacemos cuando vamos al restaurante:

- Interactividad es la posibilidad de teclear nuestras instrucciones y hacer que el sitio nos envíe la información que hemos solicitado de la forma en que la hemos solicitado. Por ejemplo, si en Amazon.com tecleamos una materia, el sitio nos mostrará una lista de libros que encajan en su categoría.
- Interactividad es también la posibilidad del sitio de proporcionar información adicional basándose en la consulta que nosotros hemos formulado inicialmente. Al seleccionar un libro en Amazon.com el sitio nos ofrece los nombres de otros libros adquiridos por personas que han comprado el libro que acabamos de elegir.
- Interactividad es también la posibilidad de incorporar nuestra propia información en el sitio. Los mejores site de Internet deben ser vías de doble sentido. En Amazon.com podemos calificar los libros y presentar breves comentarios que son colocados bajo el libro rápidamente.
- Interactividad es también la posibilidad de que el sitio maneje situaciones complejas de determinación de precios de manera casi instantánea. Por ejemplo el sitio web de una compañía aérea que es capaz de elegir entre una gran cantidad de tarifas, vuelos, fechas y condiciones y proporcionarnos un precio al momento.

- Interactividad es también la posibilidad de que el sitio lleve a cabo una amplia variedad de pruebas: pruebas de inteligencia, pruebas de conducción, pruebas de aptitud profesional, pruebas psicológicas. Algunas de estas áreas se van a convertir en grandes marcas y grandes negocios.
- Interactividad es también la posibilidad de que el sitio realice subastas de todo tipo: por ejemplo los sitios Priceline.com y eBay.
- Interactividad es también la posibilidad de que el sitio diagnostique una situación y sugiera soluciones. Haga que la pantalla sea interactiva: plantee a la persona una serie de preguntas y deje que el ordenador le diga a la persona cuál puede ser el problema.

La interactividad es una gran metáfora de la relación médico-paciente o profesor-alumno. Usted acude al médico y le describe sus síntomas. El médico diagnostica el problema y le prescribe el tratamiento adecuado. Este es el tipo de interactividad que se puede conseguir en Internet.

### **Para el debate:**

Al Ries y Laura Ries escribieron este libro en el año 2000 y afirmaron que el único medio de comunicación de masas que incorporaba interactividad y que lo hacía por tanto diferente al resto era Internet. Quizás se olvidaron de la inminente aparición de la televisión interactiva: por Ley, el apagón analógico se producirá en el año 2012. Ya se han realizado en España varias pruebas sobre publicidad interactiva, y otros países europeos como Inglaterra o Francia están mucho más avanzados al respecto.

Ahora bien, hoy por hoy, tampoco podemos considerar a la televisión interactiva como un medio de comunicación masivo.

Algunos estudios afirman que en el año 2012 la televisión interactiva superará a Internet.

¿Qué opináis al respecto?