

Tesis
2476

Universidad del Salvador

Facultad de ciencias de la Educación y la Comunicación Social



Tesis monográfica
Tema: Publicidad en Internet
Autor: Sebastián Groppa

Seminario de Investigación Publicitaria
Cátedra: Raúl H. Burzaco

Buenos Aires Julio 1998

Indice:

Prologo 5

Introducción 7

Capítulo I: Internet 8

- Antes de la gran red 10
- ¿Qué es Internet? 15
- ¿Cómo funciona Internet? 18
- World Wide Web, suena difícil pero se usa fácil 21
- Internet: un medio de comunicación 24

Capítulo II: Publicidad 30

- De Hapu a Ries 32
- ¿Qué es publicidad? (y que no) 36
- Las funciones de la publicidad 39
- Tipología general de la publicidad 41
- Objetivos publicitarios 47
- En resumen 54

Capítulo III: Publicidad en Internet 55

- Como comenzó la publicidad en la red 57
- ¿Porque Internet y no, otro medio? 60
- Formas para la publicidad en la red 68
- El público de la red 72

Capítulo IV: Internet, si. Publicidad, no. 76

- Una red con obstáculos 78
- Un público difícil 86
- Un motivo para cada caso 92

Conclusión 102

Bibliografía 105

Prólogo

Propósito del trabajo

Con este trabajo pretendemos abordar las posibilidades de Internet como medio de comunicación y su imposibilidad actual como soporte de publicidad. Así mismo, sentar una base para su futura utilización a partir de la creación de nuevos mecanismos que hagan viable a Internet como medio capaz de transmitir mensajes publicitarios.

Necesidad Social: Es una manera de explicarle a las empresas las desventajas de la red como medio publicitario. Así también, sus ventajas como medio que permite desarrollar una nueva comunicación con el cliente y un canal de venta.

Pertinencia: Este trabajo demostrara, contra lo que supone el sentido común, que Internet es un medio sumamente precario para la utilización de campañas publicitarias. De esta forma evitar se continúe con el derroche de recursos en algo completamente desconocido: la publicidad en Internet.

Viabilidad: Expondremos una serie de fundamentos teóricos que serán confrontados con casos concretos.

Interés Social: Dado que Internet es un medio nuevo, de increíble expansión y completamente desconocido tanto en sus posibilidades futuras como en alcance actual. Pretendo echar algo de luz sobre el tema para facilitar su comprensión por aquellas personas que trabajan en publicidad o marketing.

Interés Individual: Personalmente considero indispensable mantenerse actualizado en esta materia, y dado que Internet parece perfilarse como el medio de

comunicación que regirá a partir del siglo que viene. Es indispensable conocerlo hoy, para estar preparados cuando el medio y su público permitan el acceso de la publicidad.

Problema

Si bien existen muchas empresas que se lanzaron a la red, es obvio que ninguna se detuvo a analizar su verdadero potencial o sus desventajas. Olvidaron por completo su carácter de nuevo medio y copiaron esquemas ya utilizados en los medios clásicos. Así mismo, no tuvieron en cuenta las características del público al que se enfrentaban o las consecuencias de su desconocimiento.

A partir de esto demostraremos que Internet presenta una nueva característica a las ya conocidas de los medios clásicos. Donde el medio es un mercado.

Técnica de recolección de datos

- Compulsa de bibliografía especializada.
- Entrevistas personales a especialistas.
- Investigación de casos concretos.

Marco Teórico

Para ello se realizó un estudio desde el punto de vista de la publicidad como rama de la Comunicación Social y en particular su uso dentro de los objetivos de marketing.

Introducción

Nadie sabe cuando o como paso, pero en un momento estabamos todos intercambiando direcciones de correo electrónico como quien se da el teléfono. Tal vez el hecho es sencillo, la red estaba adoptada antes que se tendiera el cableado. O la red ya existía e Internet la redefinió agregándole un menor costo y mayor velocidad. Lo cierto es que la red llevo para quedarse y negarla seria como negar el teléfono o la TV. Pero aceptarla sin reparos seria muy de nuestro tiempo.

Vivimos en una sociedad donde la única constante es el cambio, nada es para siempre, todo es sustituible y lo nuevo siempre es mejor. Personalmente creo que esta mentalidad tan común en nuestros días no aporta nada. Y si bien los avances tecnológicos son realmente sorprendentes, el hombre a evolucionado muy poco en cuestiones del espíritu. El materialismo se a expandido como una verdad inefable que todos dan por supuesta y que muy pocos se atreven a contradecir.

Pero no es mi objetivo en este trabajo desarrollar un teoría sociológica o analizar la sociedad que nos rodea. Simplemente pretendo adoptar una actitud critica y violar ese principio que supone que lo nuevo es bueno, porque su carácter de novedad así lo manda.

En este caso le toco a Internet y más específicamente a la publicidad que allí se desarrolla. Así, teniendo en cuenta las variables tiempo y espacio que son la clave de todo fenómeno histórico, demostrare que Internet no es un medio idóneo para el desarrollo del oficio mas antiguo del mundo, la publicidad.

Capítulo I: Internet



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



“Y dijo Jehová: He aquí el pueblo es uno, y todos éstos tienen un solo lenguaje; y han comenzado la obra, y nada les hará desistir ahora de lo que han pensado hacer.”

Génesis 11, 6

En 1946 se terminó de construir, por encargo del gobierno de E.E.U.U., la primera computadora, la cual contenía 18.000 válvulas electrónicas, consumía 150 kilovatios¹, y sus funciones máximas eran inferiores a las de cualquier calculadora que se vende por un peso en el colectivo.

Hoy las cosas han cambiado, y cualquier descripción del último avance técnico queda vieja mientras se escribe. Internet no escapa a esta constante, ni tampoco los usos que se le dan. De hecho, Internet no se puede pensar como algo estático, sino, como algo dinámico que está en constante desarrollo.

Pero qué es Internet exactamente sino un gran número de cables que unen unos millones de computadoras. Visto así, es similar a decir que, la raza humana es un montón de personas que nacen, crecen, se reproducen y mueren. Pero la cuestión no es tan sencilla y para entenderla mejor veremos un poco de historia sobre la red de redes que conforma Internet.

Antes de la gran red

La historia de Internet, podemos decir que comenzó a finales de los años '60, pero para ello es necesario que nos remontemos una década anterior, más precisamente al año 1957, cuando la Unión Soviética había lanzado el satélite Sputnik, se estaba en plena guerra fría, y Estados Unidos quería estar seguro de estar a la cabeza de la tecnología militar². En este ambiente, el Departamento de Defensa de Estados Unidos cayó en la cuenta de que la tecnología empleada por la red telefónica tradicional, llamada transmutación de circuitos, era demasiado frágil para resistir el más mínimo ataque, y mucho menos la tan temida guerra nuclear. Si se destruía una conexión entre dos centrales importantes o quedaba una central fuera de servicio, buena parte de las telecomunicaciones de defensa del país podrían quedar inutilizadas. En 1962, Paul Baran, un investigador del gobierno de Estados Unidos, editó el libro sobre las redes de comunicación distribuidas, donde se describen las redes de conmutación de paquetes. Este proyecto brindaba una solución al interrogante planteado por el Departamento de Defensa, Baran propuso un sistema de comunicaciones mediante computadoras conectadas en una red descentralizada. De manera que si uno o varios nodos³ importantes eran destruidos, los demás podían comunicarse entre sí sin ningún inconveniente.

En 1967 se presentó el primer plan sobre las redes de conmutación de paquetes, titulado: *Association for Computing Machinery*. Fue un estudio detallado de una serie de documentos que describen el conjunto de protocolos de Internet y experimentos similares.

Este hecho llevó a que, en 1969, los señores Bolt, Beranek y Newman diseñaran y desarrollaran para la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados (*Advanced*

¹ GOURLAY, Carol, *Informatica*, Ed. Atlántida, Barcelona, 1984

² HAHN, Harley, *Internet, manual de referencia*, Ed. McGraw-Hill, Madrid, 1974

³ Nodo: Cada una de las computadoras que están conectadas a una red.

Research Projects Agency, ARPA), perteneciente al Departamento de Defensa de los Estados Unidos, la red experimental ArpaNet. La idea era conseguir una red con una tecnología tal que se asegurase que la información llegara al destino aunque parte de la red quedara destruida. Esta nueva tecnología se conoce con el nombre de *Conmutación de Paquetes*.

Mediante la Conmutación de Paquetes, toda la información que sale de una terminal para ser transmitida por la red es troceada en bloques de una determinada longitud llamados *paquetes*.

A cada uno se le añade una información adicional al comienzo del mismo, formando lo que se llama una *cabecera*. En la cabecera se escribe la información necesaria (identificativos del terminal origen y destino entre otras cosas), para que cada paquete se pueda mover por la red de forma independiente. Si en un momento dado una ruta o un *nodo de comunicaciones* queda fuera de servicio, los paquetes que en principio utilizaban estos medios son enviados de forma automática por otras rutas, sin que quede interrumpida la comunicación. Esta red experimental contaba con apenas unos 4 nodos, una cifra risible si se considera que en la actualidad se estiman más de 48.000 nodos⁴.

Pero ArpaNet no fue la única red desarrollada en esos años, por lo que pronto surgió la necesidad no solamente de contar con un protocolo de comunicaciones seguro, sino también de contar con un protocolo que permitiese interconectar distintas redes entre sí. Esto llevó a que la Agencia ARPA, bajo su nueva denominación DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*), comenzase en 1973 a desarrollar un nuevo proyecto para interconectar distintas redes de conmutación de paquetes. Este proyecto recibió el nombre de *Proyecto Interneting*. En 1974, Robert Kahn, que ya había participado en el desarrollo de ArpaNet, y Vinton Cerf, un experto en

⁴ Fuente: www.att.com

computadoras, presentaron su protocolo TCP/IP. El mismo, usado posteriormente por Internet, no fue un protocolo desarrollado exclusivamente en USA. Noruega y el Reino Unido estuvieron conectados a las redes IP desde el comienzo de estas, y un número considerable de técnicas de IP y TCP tienen su origen en Francia e Inglaterra.

Es difícil decir cuando Internet se convirtió en lo que hoy conocemos. Lo cierto es que en 1980 se interconectaron las redes CSNET (las cuales conectaba computadoras de distintos departamentos de ciencia de algunos estados de Estados Unidos) con ArpaNet, convirtiéndose así en la primer red autónoma que se conectaba a ArpaNet. Sin embargo, la fecha que generalmente se toma como fecha de nacimiento de Internet es el año 1983. En enero de ese año, el departamento de Defensa de Estados Unidos, decidió usar el protocolo TCP/IP en su red ArpaNet, creando la red Arpa Internet. Simultáneamente, dividió la red original ArpaNet en dos: ArpaNet para uso en el terreno de investigación y MilNet para uso militar exclusivamente. La red Arpa Internet empezó a ser usada por otras agencias gubernamentales, entre ellas la NASA, por lo que su nombre fue evolucionando al de Federal Research Internet, TCP/IP Internet y finalmente se quedó con el nombre de Internet. ArpaNet, como tal, desapareció definitivamente en 1990.

El gran despegue de Internet se ha debido en gran medida a la iniciativa de una agencia del gobierno norteamericano llamado *National Science Foundation*. Este organismo, con la idea de permitir el acceso de la comunidad universitaria a las caras supercomputadoras, creó en 1986 una red llamada NSF Net, basada en la tecnología IP y que supuso la base de la expansión de Internet, primera en el ambiente universitario, después en el ambiente educativo y posteriormente de forma general en la sociedad. NSFnet conectaba así a 7 Networks⁵ con los 5 centros de supercomputadoras. Con esta nueva red, la velocidad de transferencia entre los distintos nodos se incrementó a 1.5 Megabits por segundo. Hasta ese momento, la velocidad de transferencia, entre nodos, era de 56 kilobits por segundos.

⁵ Networks: Redes de trabajo que tienen otras computadoras conectadas, también en red.