

Internet y las redes sociales permiten apoyar el trabajo editorial de la versión impresa

El Periódico de la Publicidad lanza su nueva web

Más posiciones de noticias, una apuesta por el contenido multimedia, nuevas secciones y un calendario de eventos para los usuarios, así como novedosas posiciones publicitarias para los anunciantes son las principales novedades de un trabajo desarrollado por y para los amantes de la publicidad.

REDACCIÓN / MADRID

Hace casi diez años que *El Periódico de la Publicidad* salía a la calle con un enfoque claro, informar a los amantes de la publicidad, el marketing y la comunicación de todo cuanto pasaba en el sector. Un periódico semanal repleto de importantes noticias, nombramientos y reportajes que sigue siendo un referente para las empresas y todos quienes por trabajo o por placer se sienten cercanos a un sector que no deja de innovar y de crecer.

Internet llegó con fuerza y *El Periódico de la Publicidad* no se quedó atrás. En 2005 salió la primera versión de www.periodicopublicidad.com, enfocado a la presencia del periódico en internet con una web en versión flash que, a través de los titulares volcados del papel, te animaban a suscribirte a la edición impresa. Fueron años de cambios lentos, de un cierto miedo ante lo que se aproximaba pero con el afán de informar y entretener a nuestros lectores día a día, *El Periódico de la Publi-*

El Periódico de la Publicidad ha adaptado los contenidos, la base del trabajo de todo el equipo

idad lanzó su primer portal de información en 2009. Con una actualización diaria, que se enviaba a primera hora de la mañana a través de la *Newsletter*. Cada tarde, se prepara el programa de la televisión, con noticias internacionales, campañas destacadas y coberturas especiales de presentaciones o eventos a los que acude *El Periódico de la Publicidad* con la edición, realización y post-producción propia.

Poco después, *El Periódico de la Publicidad* abrió su perfil en Facebook y en Twitter para acercar los contenidos a todos los usuarios e iniciamos nuestro recorrido en el marketing mobile, con el lanzamiento de nuestra aplicación móvil, la primera del sector. Desde las redes sociales, no sólo compartimos el conte-

nido de la web sino que se preparan temas especiales, el resumen de la televisión y las portadas de cada uno de nuestros números. Una evolución que se ha ido haciendo paso a paso y con un único objetivo, mantenernos informados al minuto de los contenidos que después analizamos, desarrollamos y publicamos en el periódico impreso. Los contenidos son diferentes porque los productos son diferentes.

En este camino, que lleva a *El Periódico de la Publicidad* a presentaros una nueva web, se han ido adaptando los contenidos, la base del trabajo de todo el equipo. El periódico de papel ha ido evolucionando a un contenido de análisis, tendencias y reportajes, apoyado por las opiniones de los expertos del sector, aportando de este modo una visión más profunda para una lectura más reposada. Los especiales informativos, que

sólo se publican en papel, se dedican a temas específicos y de gran relevancia, que tienen una gran acogida tanto por parte de los lectores como por parte de los anunciantes.

A día 28 de abril de 2011, *El Periódico de la Publicidad* lanza una nueva web con más información, contenido multimedia, nuevas secciones y lo más importante, un cambio de visión en cuanto a la participación de los usuarios. A continuación os detallamos los principales cambios:



OPINIÓN



ESTEFANÍA G. BERMEJO

Internet/Social Media de *El Periódico de la Publicidad*

¡Contamos con vosotros!

Han pasado siete meses desde que me llamaron para empezar un nuevo proyecto en *El Periódico de la Publicidad*, una nueva web que apoyase el trabajo editorial de la versión impresa, aumentase la participación y diese el *feedback* de los lectores al medio. El resultado ve hoy la luz. Han sido siete meses de definir objetivos, de reuniones, de arduo trabajo y de una crisis que ha puesto más frenos que gasolina en el día a día. La gasolina la ha puesto el equipo.

Comenzamos trabajando sobre lo que había, una web que se parecía más a un blog que a un periódico, con algunos problemas que solventar. Los identificamos y fuimos a por ellos. En este sector precisamente hemos escuchado miles de veces aquello de que todo se puede medir, pues no sé si todo, pero sí casi todo. Sabemos lo que os gusta y hemos querido dáoslo de una forma más limpia, sencilla y fresca. Demandáis contenido multimedia, y ha ganado en importancia, utilizáis las redes sociales para enviarnos noticias, comen-

tar vuestras impresiones sobre la actualidad y hemos querido daros voz.

No se trata de un trabajo revolucionario, ni de una inversión millonaria. Se trata de cubrir las necesidades de los lectores, haceros partícipes de nuestro medio porque el medio sois vosotros. Compartís vídeos, votáis las campañas y actualizáis nuestras noticias. Realmente mejoráis y enriquecéis nuestro trabajo.

Un trabajo que no ha sido fácil hasta llegar aquí. No tenemos grandes medios ni dinero pero sí buenos profesionales, que han aportado ideas y han trabajado con ilusión para que esto saliese adelante, unido al respaldo técnico de **Digital Domain**.

Hoy *El Periódico de la Publicidad* presenta una nueva web que ahora hay que alimentar y enriquecer. Seguimos contando con vosotros...



Noticias

Los usuarios, además de la disposición del contenido en la portada, notarán un importante cambio en la visualización de las noticias. Las imágenes y los vídeos toman un papel protagonista, acompañando siempre al desarrollo de la noticia. En este sentido, las noticias serán más cortas, claras y concisas, con los enlaces a las fuentes que puedan aportar más datos al lector. Dentro de cada noticia, los usuarios podrán votar, opinar sin necesidad de registro, compartir en las distintas redes sociales, ver las galerías relacionadas y otras noticias publicadas anteriormente que guarden relación con el tema.



Multimedia

Una de las grandes apuestas del rediseño es la sección de multimedia. Ante la dificultad para encontrar y cargar este contenido en la antigua versión de www.periodicopublicidad.com, los usuarios tendrán ahora acceso directo al contenido más reciente desde un módulo específico de portada, donde se contemplan no sólo vídeos sino también las campañas publicitarias, el programa de la televisión y las galerías de imágenes, un nuevo elemento que pretende enriquecer el contenido con fotografías de los eventos, de las campañas, los festivales, etcétera. Además, se dispone de una pestaña en el menú de navegación de la web.

Participación

Otra de las patas principales de la nueva web es una apuesta clara por la participación del usuario. Hasta ahora era imprescindible el registro en la web para poder comentar las noticias, con la nueva web se pretende abrir el medio a los usuarios, que tendrán disponibles los comentarios no sólo dentro de las noticias sino también en los vídeos y en las imágenes. Además, se ha dado más importancia a los botones sociales para que los lectores puedan compartir las noticias en sus perfiles de Twitter o Facebook, así como en Tuenti. El registro únicamente será necesario para la suscripción a la Newsletter o el Boletín de la Televisión.



Anunciantes

La nueva web está pensada principalmente para los lectores pero no olvidamos a nuestros anunciantes. Para ellos se han aumentado los formatos publicitarios del antiguo site, con novedosos y únicos espacios como el patrocinio del módulo multimedia, los interstitial o la publicación de los diferentes eventos. Igualmente se mantienen los formatos de la antigua web adaptados a los estándares de la IAB.



Eventos

Un producto novedoso y único en el sector es el calendario de eventos, que con un formato sencillo y práctico dispondrá de toda la información sobre las citas más importantes del sector. Ferias, festivales, congresos, presentaciones de productos y cualquier evento relacionado con el sector publicitario o de la comunicación tendrán su espacio en la sección de Eventos.

Tendencias

Como un nuevo vínculo con la versión impresa, *El Periódico de la Publicidad* ha querido dar la posibilidad a sus lectores de acceder a la sección de Tendencias con noticias de ocio y cultura que resultan de un gran atractivo para los lectores y que, a partir de hoy, podrán disfrutar a posteriori los lectores de la versión digital. Las noticias están dispuestas en un pequeño módulo de portada que puede ser patrocinado.

