



## Comunicación 360º y las muertes digitales

**El modelo de comunicación está cambiando, aunque aún queda una gran brecha entre la comunicación 2.0 y la ausencia de comunidades por parte de muchas empresas.**

2010-01-19

Entre las discusiones [locales](#), [regionales](#) e [internacionales](#) sobre si se han muerto canales y medios hasta ayer nuevos, el 2010 ha arrancado con fuertes movimientos directivos en empresas de comunicación, tanto a un lado como al otro del océano y tanto a un lado como al otro de la línea del ecuador.

¿A qué se debe? Directivos más afines a los Social Media que reemplazan a directivos con una mirada más tradicional de públicos y medios (permítidme aquí no abundar en mas enlaces que el de [AdLatina](#), en definitiva, no hay acusaciones de mi parte)

Se trata de un enfrentamiento entre Apocalípticos e Integrados... robando título por enésima vez a mi querido [Umberto Eco](#). Esta contienda esta vez es entre especialistas de la comunicación, discutiendo si la esfera digital social borra como un sinsentido a las emisiones digitales corporativas. Dicho planamente: si Facebook mató al website. Y esto merece una introducción.



Los monstruos sagrados, los protagonistas de la mayor guerra de medios en el siglo pasado, Coca Cola y Pepsi, han decidido ir bajándose de la TV desde hace algún tiempo. Pepsi hizo temblar al mundo publicitario hace no mucho diciendo "[no a la Super Bowl](#)". Todo para concentrarse en los Social Media. Coca Cola abandona el proyecto de reinventar su identidad digital cada tres meses (como [My Coke](#), [Vive positivamente](#), o como [simplemente Coca Cola web](#)) y decide vivir en Facebook y Youtube.

Las grandes agencias deben trabajar por las grandes cuentas, eso está claro. Si ahora entienden que Coca y Pepsi quieren ir por otro lado, reaccionarán cambiando reyes y alfiles. Pasa en toda industria.

Lo que aquí nos pasa es ligeramente distinto. Seguimos necesitando una mirada 360º y esta, aún no ha llegado.

Si te ha gustado, te recomiendo: [Comunicación e identidad digital](#) [14 malas prácticas en la Comunicación corporativa y un video de ejemplo](#) [Cinco precauciones que hay que tomar al entrar en una Red Marketing Viral y Enterprise 2.0 \(y II\)](#) [La Web y el Microsite ha muerto.](#)



**bridgedworld**

Viva el Social Media

**Armando Liussi**

[armando.liussi@bridgedworld.com](mailto:armando.liussi@bridgedworld.com)