

# 4

## Los Medios de Comunicación

**Los medios de comunicación** son los canales por los cuales se traslada el Mensaje publicitario del Emisor a los Receptores. Cuando hablamos de medios nos referimos en general al sistema por el cual llevamos el mensaje.

La Televisión, la Prensa, la Radio, son buenos ejemplos de medios de comunicación. Por tanto, cuando en publicidad se emplea el término Medios de Comunicación en sentido estricto se refiere al conjunto de empresas que emplean una cierta tecnología como el Medio televisivo. A un canal concreto de televisión como por ejemplo [Telecinco](#) se le denomina un Soporte.

**La Televisión.** La televisión permite llegar a grandes audiencias. La publicidad en televisión ha dado a conocer muchas marcas de productos y ha contribuido al éxito de numerosos productos. La televisión permite transmitir un mensaje mediante imágenes y sonido. Actualmente la existencia de numerosos canales con programas especializados permite llegar a grupos poblacionales más específicos. Las televisiones locales o regionales y las programaciones regionales de las cadenas nacionales permiten anunciarse en zonas específicas de los países. El anuncio, comercial o spot típico en la televisión Española es de 20 segundo y en la de los Estados Unidos de 30.

**La Prensa.** En los últimos años se ha producido un fenómeno de especialización de las revistas. En España existen varias revistas para los aficionados al buceo y dos para los aficionados a las casas de muñecas. Las revistas especializadas permiten a los anunciantes llevar su mensaje a grupos poblacionales muy definidos como los aficionados a la bicicleta de montaña. Los periódicos locales o las ediciones locales de los periódicos nacionales facilitan el llevar el mensaje a los consumidores de una localidad. Incluso los grandes periódicos de las ciudades importantes suelen tener ediciones por zonas que facilitan a los comerciantes de cada zona el comunicarse con su barrio o comunidad.

**La Radio.** El medio radio permite llevar el mensaje de un modo rápido y flexible. La existencia de emisoras locales permite a los comerciantes dirigir sus mensajes partiendo de presupuestos bajos a los consumidores de su zona. En los últimos años muchas emisoras se han especializado emitiendo por ejemplo solo cierto tipo de música para jóvenes.

**La Publicidad Exterior.** Una parte importante de la publicidad es la publicidad mediante vallas publicitarias, cabinas de teléfono y en general todos los diferentes carteles, rótulos y elementos publicitarios en las calles, carreteras y espacios públicos.

En el siguiente ejemplo una valla gestionada por la Agencia [Arco & MBR](#)



**Internet.** Internet se ha convertido en un nuevo medio publicitario que permite medir con exactitud el número de personas que reciben el mensaje. Internet permite dirigir el mensaje a grupos de personas muy definidos. Si somos una empresa que vende alimento para mascotas puede interesarnos anunciarnos en [Perros](#) .

**Otros Medios.** Además de los grandes Medios de Publicidad las organizaciones emplean numerosos caminos para llevar sus mensajes a los consumidores. La publicidad se coloca en Centros Comerciales, en las tiendas y se reparte mediante folletos al público que circula por la calle. Por ejemplo la prohibición en algunos países de la publicidad en Televisión de ciertas bebidas alcohólicas o de tabaco hace que se anuncien mediante otros Medios como los Cines cuando la legislación lo permite.