

1

Qué es la publicidad

Definimos la publicidad como una comunicación no personal y pagada, de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un promotor identificado.

La primera característica de la publicidad es ser Comunicación. Por tanto existe un **Emisor, un Mensaje, un Medio y unos Receptores**. La publicidad trata de comunicar un mensaje empleando diferentes Medios de Comunicación.

La publicidad es comunicación **Pagada**. Si un periódico habla de nuestra empresa en un artículo no se trata de publicidad. Si el periódico dentro de una noticia o un artículo nos cita será porque nuestra empresa ha generado una noticia.

- Diferenciamos la labor de Relaciones Públicas de lo que es Publicidad. Una de las actividades típicas de las Relaciones Públicas es conseguir que nuestra empresa aparezca en los medios de comunicación y aparezca de modo positivo. Una labor del departamento de Relaciones Públicas es enviar comunicados de prensa e información relevante a los periódicos, radios y televisiones sobre nuestra organización.

Promoción de ideas, bienes o servicios. La publicidad trata de promocionar y por tanto de facilitar la labor de llevar esas ideas, bienes o servicios a los ciudadanos. Normalmente cuando se trata el tema de la publicidad lo primero que se piensa es en la publicidad de productos.

Publicidad de **Productos**. Es cierto que una parte importante de la publicidad es publicidad de productos. La publicidad de coches, detergentes o perfumes son un buen ejemplo de publicidad de productos.

En las economías modernas cada vez adquieren más importancia los **Servicios**. Los bancos, los hospitales, las universidades, los abogados ofrecen servicios a la sociedad. A medida que la renta de un país se eleva una parte más importante de la economía la constituyen los servicios.

- Los bancos o las organizaciones de tarjetas de crédito como Visa publicitan sus servicios bancarios.
- Otro ejemplo de publicidad de servicios es por ejemplo cuando las compañías telefónicas anuncian sus servicios.



Y también existe una publicidad que trata de promover **Ideas**. Las campañas de publicidad en contra del tabaco, las de la Dirección General de Tráfico para que los conductores tengan precaución o las campañas contra la droga son ejemplos de promoción de ideas. Otra cuestión es que algunas de las campañas contra las drogas son ejemplos de mala publicidad y en ocasiones no se sabe si están a favor o en contra. El siguiente ejemplo es una buena campaña contra el consumo de drogas.



Promotor identificado. Legalmente en la mayoría de los países la publicidad debe diferenciarse de los artículos cuando se trata de Prensa o de la programación habitual de la Radio y la Televisión. Los ciudadanos tienen el derecho a saber que parte de la información que facilita un medio es publicidad. La publicidad la realizan empresas u organizaciones que se identifican como Emisores del Mensaje.