



TIPOS DE PUBLICIDAD

Podemos clasificar los mensajes publicitarios atendiendo dos criterios: el canal y la intención.

1. SEGÚN EL CANAL DE RECEPCIÓN:

AUDITIVOS

Es importante la voz de los anunciadores y las palabras habladas. Para que resulte más atractivo se hace participar a los sonidos y la música. Este tipo de mensaje es propio de la radio.

VISUALES

Interviene el lenguaje escrito, la diagramación de imágenes, líneas, colores, letras de diverso tamaño, etc. Es utilizado principalmente por los carteles, afiches, periódicos y revistas.

AUDIOVISUALES

Combina los recursos auditivos y visuales, a los que hay que añadir un elemento: la imagen en movimiento. Es propio del cine, la televisión y, actualmente, de Internet.



2. SEGÚN LA INTENCIÓN DEL ANUNCIADOR:

COMERCIAL

Tiene la intención de vender algún producto o servicio para ganar dinero u obtener algún beneficio lucrativo.

INSTITUCIONAL

Es aquella cuyo objetivo es mejorar la imagen de una empresa o institución y no la de un producto.

POLÍTICA

Su propósito es lograr que la opinión pública acepte como propias determinadas ideologías políticas o partidarias.



ACTIVIDADES

1. Escoge 3 mensajes publicitarios y luego clasifícalos según el canal de recepción y según la intención del publicista.
2. Comenta con tus compañeros esos mensajes en torno a las siguientes preguntas: ¿A quién va dirigido?, ¿Qué ventajas se quiere destacar?, ¿Qué relación existe entre la imagen y el texto verbal?

Desarrollalo aquí