

Módulo 5

Tipología

Existen distintas maneras de clasificar a la publicidad según el contenido, el destinatario o el medio empleado, pero estudiaremos una clasificación que contemple tanto emisor como receptor.

- **De marca:** Es el tipo más visible y común. Desarrolla una propuesta de identidad e imagen de marca a largo plazo a nivel nacional y/o internacional.
- **Detallista o local:** se enfoca en los fabricantes que venden y comercializan los productos. Los mensajes describen principalmente el producto en término de atributos, a la vez que invita a acercarse al punto de venta.
- **De respuesta directa:** explotada a partir de la interactividad de los medios, intenta provocar una venta directa. A un clic de distancia. Desaparece la mediación de punto de venta y el producto se entrega directamente al consumidor.
- **B2B - business to business:** o negocio a negocio. Dirige sus mensajes a empresas para ofrecer servicios o productos que suplan necesidades del sector empresarial, industrial y profesional.
- **Institucional:** los mensajes se enfocan en establecer una identidad corporativa para informar al público sobre cómo es una organización o institución. Busca construir una imagen sólida y positiva de una entidad.
- **Sin fines de lucro:** generalmente involucra la gestión de una fundación, organización, asociación, hospital, orquesta, museo o instituciones religiosas, anuncia programas sociales o relacionados a una buena causa. Motiva a la participación de programas, a cambiar hábitos en la vida cotidiana o a tomar acciones como la donación o el voluntariado. A menudo los medios donan el espacio y el tiempo necesarios para este tipo de anuncios.
- **Propaganda:** comunicación que se realiza en medios masivas para la difusión de ideas de índole político.