# La responsabilidad en la comunicación de masas

*Bach. Sellene Castro Navarro*

## I. Comunicación de masas

La expresión "comunicación de masas" se tiende a vincular con la televisión, el cine, la radio, y la prensa, precisamente por que utilizamos estos medios de comunicación para difundir los mensajes que llevamos diariamente a miles de personas.

La propaganda comercial al estar abierta a la atención pública en general, tiene un gran impacto social, razón fundamental por la cual los encargados de realizarla, en este caso los publicistas, debemos manejar seriamente la responsabilidad que esto implica.

Aunque exista una segmentación de mercados para alcanzar a los grupos de interés o mercados meta, como una valiosa estrategia publicitaria, no podemos obviar que al utilizar cualquier medio de comunicación, estamos alcanzando a toda una población, conformada por niños, mujeres y hombres de todas las edades, costumbres y niveles socio- económicos.

## II. Publicidad o Propaganda Comercial

La publicidad como un instrumento de comunicación, tiene como funciones primordiales: informar la existencia de un producto o servicio y promover la venta de los mismos a través de la persuasión.

El mensaje publicitario tiene como misión fundamental exaltar las cualidades del producto o servicio, en mayor o menor grado , según la importancia dada por el creativo a las funciones que desempeñan el texto y la imagen.