



# PUBLICIDAD EN LA VÍA PÚBLICA

Con el apoyo de la Asociación  
Argentina de Empresas de  
Publicidad Exterior (APE), en esta  
sección encontrarás todas las  
novedades de la industria.



## PUBLICIDAD EXTERIOR

# El soporte más visto

---

**Novedades tecnológicas y de tendencias en todas sus formas impactan en los tipos de carteles que pueden verse en la vía pública, pero ¿cuál es el mayor diferencial que ofrecen estos soportes?**

---

### **Por Gustavo Brizuela**

Presidente de la Asociación Argentina de Empresas de Publicidad Exterior

La publicidad en vía pública o publicidad exterior es el medio con mayor historia de la comunicación. Durante años se buscaron alternativas innovadoras con el fin de convencer al anunciante, para que confíe en un medio realmente espectacular. Así surgieron los distintos formatos de carteles o anuncios, que en su desarrollo lograron grandes producciones, por sus imágenes impactantes, por su carácter

colorido, o por sus estructuras representativas, con sensación o con movimiento mecánico.

Pero las necesidades del mercado fueron transformando el medio de la publicidad exterior al considerarlo una alternativa más de comunicación territorial que de impacto; y, en consecuencia fueron apareciendo formatos más pequeños, pero con distribución mucho más amplia, como fue el caso de las vallas en obras en construcción.





Mientras el sector trataba de satisfacer la demanda de los anunciantes con estos cambios, la publicidad exterior era considerada como un medio que finalizaba una campaña, que comenzaba en televisión, en radio, en gráfica, para mencionar otros medios llamados tradicionales.

### **DEJAR DE SER ESTÁTICA**

Fueron tendencias que se consolidaron a través de los años, pero la verdadera revolución de la publicidad exterior comenzó con la animación, el dinamismo, el dejar de ser publicidad estática. Con la incorporación de los dispositivos digitales o pantallas led se cambió el concepto de creatividad, de tiempo y oportunidad en la comunicación. Hoy se planifica una campaña en tiempo real, para difun-

dir los mensajes en los horarios que el anunciante considere adecuado, repitiendo la información las veces que se consideren necesarias.

Las planificaciones de horarios y repeticiones, se conforman según la información brindada por las empresas propietarias de los dispositivos, quienes presentan cada posición con medición de audiencia, presencia diaria de personas. Es decir, los carteles digitales pueden asociarse en simultáneo con distintas ubicaciones territoriales, teléfonos celulares, etc.

### **LA NOVEDAD**

Lo novedoso y genuino de este medio de comunicación es que, aun considerando la incorporación de la dinámica en el anuncio como un

avance fundamental, la vía pública o publicidad exterior tradicional, en vallados de obras, transporte público de pasajeros, carteles espectaculares, murales o medianeras, siguió creciendo en interés, recordación y presupuestos. Por este motivo, creemos que el hecho de que se lo presente como un verdadero canal de comunicación masiva es tan sencillo y abarcativo como el concepto general la publicidad exterior. En tanto y en cuanto como sociedad transitamos las ciudades y vivimos nuestras vidas en el exterior, en la vía pública. Más allá de las novedades tecnológicas, las plataformas siguen siendo lo más importante. Y cada novedad técnica se irá adoptando y adaptando para mejorar y profesionalizar este sector.