



UNIDAD 2: CIUDADANÍA Y TRABAJO
Segundo medio 2020

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA



OA: Analizar e interpretar los mensajes de los medios de comunicación.

Diferencias entre:

Publicidad y Propaganda

La Publicidad

Es un conjunto de técnicas y métodos que permiten la comunicación entre el anunciante que vende o presta servicios con el receptor social al que está destinado. Su finalidad es informar, persuadir e incitar a los receptores a consumir.

El receptor de la publicidad

La publicidad está orientada a convertir a su receptor en consumidor.

Para lograr este objetivo, la publicidad se sirve de la psicología para conocer bien quién es su destinatario y cómo debe presentarle los productos para que los adquiera. Por lo tanto el publicista debe saber explotar necesidades materiales, sentimentales y espirituales de su receptor.

La Propaganda

Al igual que la publicidad, también es un sistema de comunicación que emplea técnicas y métodos para persuadir al receptor, pero se diferencia por su contenido ideológico. Mientras la publicidad pretende incitar al consumo de productos y bienes, la propaganda intenta conseguir del receptor una adhesión a una determinada ideología.

Buscan crear en el receptor una determinada conciencia social, fomentar la prevención, promocionar una determinada candidatura política (propaganda electoral), etc.

Coca-Cola

HAVE A COKE



TIGER BRAND
Heineken
PREMIUM QUALITY
LAGER BEER
QUALITY





ROBERTO PRESIDENTE



2006
ANDRÉS MANUEL
LÓPEZ OBRADOR
PRESIDENTE



PT

Por el bien de todos, primero los pobres

Compromisos Estado por Estado

Agenda

Comunicados

Conferencias

Galería Fotográfica

Videos

C



NO CIERRES TUS OJOS



FOTOS: FADOL MENDOZA GABARAY, ALEJANDRO VILA, DIEGO JARDINEY, CONVENIO ALJANDRO VILA, DIEGO JARDINEY, CONVENIO ALJANDRO VILA Y BEATRIZ BARQUEL

TE NECESITAMOS ALERTA

PARA EVITAR

- ◆ La caza furtiva
- ◆ La depredación y el ahuyentamiento por perros
- ◆ La destrucción del bosque nativo
- ◆ La transmisión de enfermedades y la competencia producida por ciervos introducidos y ganado



EL HUEMUL ES PARTE DEL PATRIMONIO NATURAL DEL BOSQUE ANDINO PATAGÓNICO
COMPARTI CON NOSOTROS EL DESAFIO DE CONSERVARLO

PLAN NACIONAL DE CONSERVACIÓN Y RECUPERACIÓN DEL HUEMUL



Con el Apoyo
MAGFOR 2010

Disney · PIXAR



MAY 29
DISNEY DIGITAL
3D
IN SELECT THEATRES



**DON MIGUEL,
CHILENO,
FUMO 20 AÑOS.
PERDIO SU LARINGE
POR CANCER**

Estereotipos

Es una imagen trillada, con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades y características. Por lo general ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conducta. El término se usa a menudo en un sentido negativo, pues limitan la creatividad y sólo se pueden cambiar mediante la educación. **La publicidad se vale muchas veces de estereotipos para el éxito de sus campañas.**



M

- ▶ Etarios
- ▶ Sociales
- ▶ Sexistas
- ▶ Etnicos



MAY 2006-16



*All men are not equal.
Neither are their razors.*



Gillette

The Best a Man Can Get

www.gillette.com

Nuevo Sedal SOS Crecimiento Fortificado



SEDAL

TÉCNICAS PUBLICITARIAS

- ▶ IDENTIFICAR EL PRODUCTO CON ALGÚN PERSONAJE RECONOCIDO PÚBLICAMENTE
- ▶ JUSTIFICAR LAS GARANTÍAS DEL PRODUCTO CON LA OPINIÓN DE UN EXPERTO.
- ▶ COMPARAR PRECIOS
- ▶ MOSTRAR CUALIDADES DEL PRODUCTO
- ▶ PRESENTAR EL PRODUCTO COMO SOLUCIÓN A UN PROBLEMA
- ▶ ASOCIAR EL PRODUCTO CON UN ESTADO DESEABLE

EJERCICIOS PUBLICIDAD O PROPAGANDA

- ▶ 1.- ¡Sea donante de órganos, para que otros puedan vivir!

- ▶ 2.- Única, grande y nuestra _____
- ▶ 3.- Si vas a beber, entrega las llaves _____
- ▶ 4.- Tome Coca - Cola _____
- ▶ 5.- La imagen es nada, la sed es
todo _____
- ▶ 6.- Destapa tu belleza: Sedal _____
- ▶ 7.- Este logro depende de ti. Ponte con la Teletón

- ▶ 8.- Si consumes, te consumes _____