



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







ROBERTO PRESIDENTE



2006
ANDRÉS MANUEL
LÓPEZ OBRADOR
PRESIDENTE



PRD



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 GARRAYO, 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
MOTIVEL 2008

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



*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 _____