

Publicidad y Propaganda

Miss Carolina Espíndola Marambio
Teacher Cristian Morales Morales



EDUCACIÓN
BÁSICA



NORTH AMERICAN COLLEGE
HACIA UN FUTURO CON FE
BUILD YOUR FUTURE WITH FAITH



Frase del día

Alimento para el alma 





Estimados estudiantes:

✓ Observen esta presentación del contenido correspondiente a la clase N° 10.

✓ Para ver el video adjunto en la diapositiva 5, deben ver la presentación presionando el icono que está en la barra inferior, a mano derecha y dice “presentación con diapositivas”



✓ Otra opción, es posicionarse sobre el link y hacer clic en el botón derecho y clic en abrir hipervínculo.

✓ Tomen apuntes y desarrollen las actividades en sus cuadernos.





Objetivo: Analizar los mensajes publicitarios y propagandísticos, identificando su intención para comprender su propósito.



Activación:

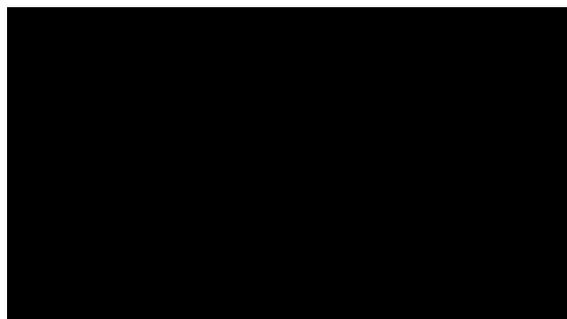
- ✓ Observa los siguientes videos.
- ✓ Escribe en tu cuaderno el número de cada video y señala si es publicidad o propaganda.

1



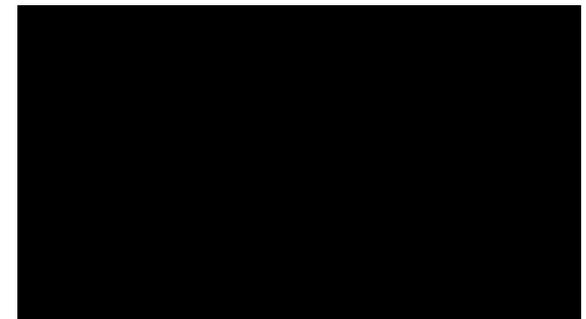
<https://www.youtube.com/watch?v=dLI-erxJjag&t=69s>

2



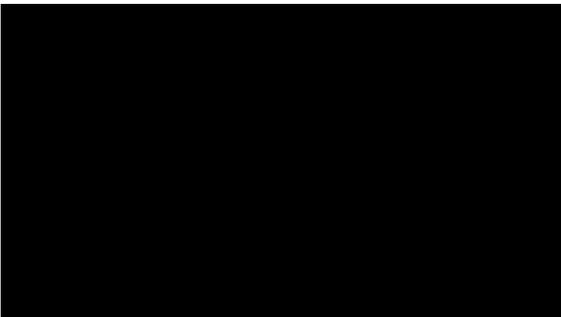
<https://www.youtube.com/watch?v=0BNcxu2HoGA>

3



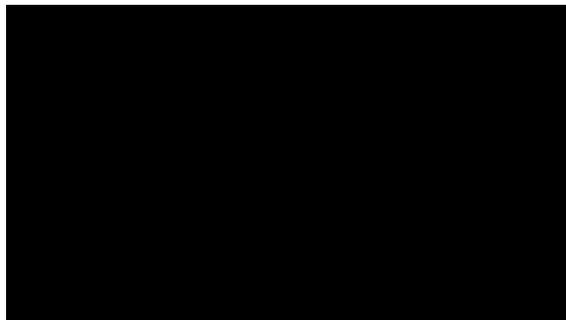
<https://www.youtube.com/watch?v=Ri6VU3OsC98>

4



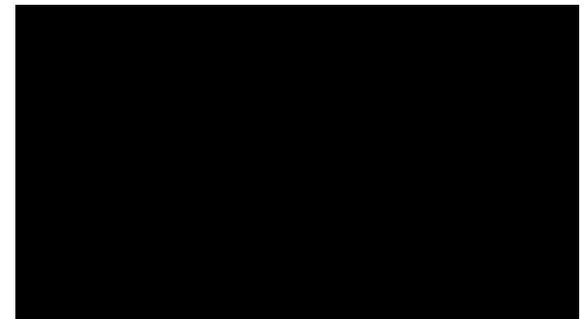
<https://www.youtube.com/watch?v=zsuxRGLjss>

5



<https://www.youtube.com/watch?v=11kcGOuBqFM>

6



https://www.youtube.com/watch?v=7ZH0mwW_g04



Publicidad

Propaganda

se transmite a través de

Medios de comunicación masivos, lugares públicos, etc.

utiliza y construye

**Visiones de mundo
y estereotipos**

Representaciones
de formas de vida.

sus objetivos son

Convencer y persuadir

A través de
razonamientos lógicos.

emplea recursos

Verbales y visuales

- Función apelativa
- Logo
- Mensajes breves
- Figuras literarias



Publicidad

Consiste en la divulgación de anuncios comerciales para atraer a posibles consumidores; esto significa que su principal objetivo es lograr que los receptores ejecuten la acción de comprar el producto o servicio promocionado.





Propaganda

Es una propuesta que apunta a la adhesión ideológica de los receptores. Es decir, incita a pensar o comportarse de cierta forma, en lugar de intentar vender algo.



Publicidad y Propaganda

SIMILITUDES

- Ambas formas de promover comparten cuatro rasgos fundamentales:
 - Las dos buscan un determinado efecto en el receptor: persuadir y/o convencer.
 - Se articulan como mensajes argumentativos.
 - Utilizan frases breves y precisas (eslóganes) como por ejemplo “Santa Isabel, te conoce” (publicidad) o “Si vas a tomar, pasa las llaves” (propaganda).
 - Ambas se difunden a través de canales similares.

DIFERENCIAS

- La propaganda se transmite gratuitamente y promueve ideas políticas, religiosas, sociales, etc.
- La publicidad siempre tiene un fin comercial, busca vender un determinado producto o servicio.



Convencer y persuadir

Convencer: dirigirse al receptor mediante argumentos que apelen principalmente a su racionalidad. Es decir, a través del énfasis en la objetividad y veracidad de la argumentación. Es el objetivo predominante en la propaganda. Cuando se intenta convencer al receptor de que no haga algo, este procedimiento se denomina **disuasión**.

Persuadir: dirigirse al receptor mediante argumentos que apelen fundamentalmente a su emocionalidad. Es decir, a través del énfasis en la subjetividad y verosimilitud de la argumentación. Este es el objetivo que predomina en la publicidad, donde se busca que el receptor realice una acción concreta: comprar un servicio o producto.



Elementos del mensaje publicitario



Los mensajes publicitarios se caracterizan por utilizar gran variedad de recursos visuales, verbales y auditivos. Son muy llamativos, breves y rápidos de interpretar.

- **Función Apelativa:** predomina esta función, ya que busca llamar la atención del posible consumidor y motivarlo a adquirir un producto o contratar un servicio. Es muy frecuente el uso del modo imperativo.

Ejemplo: “Venga ahora por su crédito hipotecario” ¡Llame ya!

- **Logotipo o logo:** se incluye como un elemento o recurso visual importante del producto o servicio, pues es a través de su identificación y asociación al producto que luego el receptor podrá reconocerlo en el mercado.

Ejemplo:





Eslogan: es una frase breve que acompaña a la marca durante toda la campaña publicitaria y es fácilmente recordable.

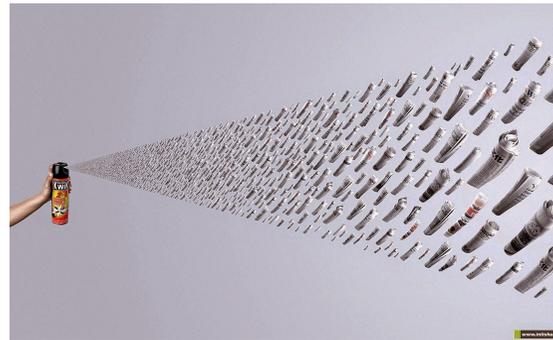
Ejemplo: “Santa Isabel te conoce”

Figuras retóricas: el uso de hipérboles, personificaciones, comparaciones, antítesis o metáforas es muy extendido en la publicidad para destacar las características de lo ofrecido o motivar al consumo.

Ejemplo:



Personificación



Hipérbole



Antítesis



ESTEREOTIPOS

Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable (que no cambia).

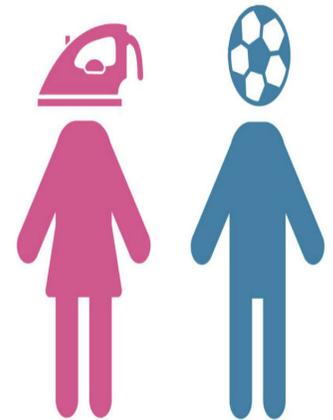


ESTEREOTIPO

Generalización sobre un grupo



que lo distingue de otros.





Clases de estereotipos:

Sociales : Son estereotipos que pesan sobre distintos grupos sociales: ricos, pobres, clase media, grupos que han experimentado movilidad social. En Latinoamérica, los estereotipos sociales comúnmente van asociados a estereotipos étnicos.

Étnicos: Son los estereotipos que tienen que ver con las diferentes etnias a las que pertenecen las personas. Por ejemplo: gitanos, judíos, mapuches, anglosajones.



Sexistas: Si en un estereotipo se adjudica mayor jerarquía y valor a un sexo que a otro, hablamos de estereotipos sexistas. Por lo general, los estereotipos sexistas tienden a menospreciar a niñas y a mujeres y a sobrevalorar a niños y a hombres, sin que exista una razón para ello.

Etarios: son los que afectan a los distintos grupos etarios (niños, jóvenes, adultos mayores)



Características de los estereotipos

1.- Se vinculan a prejuicios sociales y a acciones discriminatorias: *si no eres alto, guapo y rubio...*

2.- Suponen una generalización y visión simplista del mundo: *así es la vida con...*

3.- No consideran las diferencias entre las personas: *el que no coma sopa Panza...*

4.- Pueden apoyarse o no en hechos reales, pero su interpretación obedece a prejuicios.

5.- Son difíciles de modificar y se transmiten de generación en generación.

6.- Expresan intolerancia ante la diversidad de personas.



Actividad

I.- Observa los afiches y escribe las respuestas en tu cuaderno, anotando el número correspondiente a cada uno e identificando:

- a) es publicidad o propaganda,
- b) a quién va dirigido
- c) qué quiere vender o promover.



Ejemplo:



1

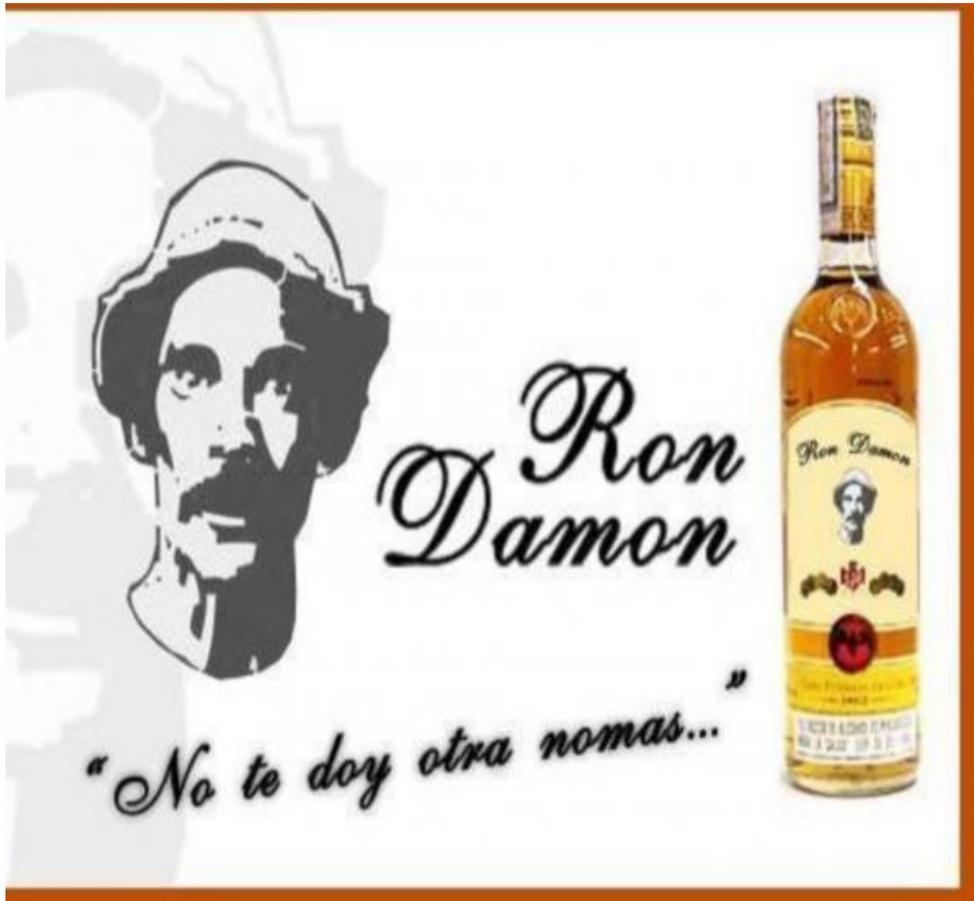
1.
 - a) Publicidad
 - b) A todas las personas
 - c) Bebida Coca cola



1



2



3

TORTURA



**NI ARTE
NI CULTURA**

4



5



6



9



10



Refuerzo

Observa los siguientes videos para reforzar los contenidos vistos en esta presentación.

<https://www.youtube.com/watch?v=Y8uDm4Go28Q>

<https://www.youtube.com/watch?v=pZwOICg1TiA>

<https://www.youtube.com/watch?v=SGNkvRtARy4>



¡Hasta la próxima clase!

