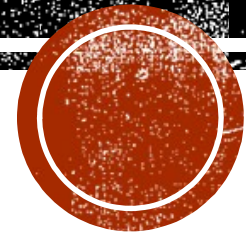


# LA PUBLICIDAD Y LA PROPAGANDA

El poder de convencer

Por: Elaine Teixeira



ES NECESARIO QUE DISTINGAS  
ENTRE **PUBLICIDAD** Y **PROPAGANDA**, PUES AMBAS  
TIENEN PROPÓSITOS DISTINTOS.

LAS DOS PUEDEN APELAR A LA EMOTIVIDAD DEL  
RECEPTOR (PROVOCAN EL MISMO EFECTO), PERO  
PODEMOS RECONOCER UNA DIFERENCIA IMPORTANTE:



# ATENCIÓN:

- No es lo mismo un comercial de gaseosa que una campaña en contra del consumo de drogas, pues el propósito del primero es que compres los zapatos, mientras la segunda espera que asumas una determinada opinión acerca de las drogas.



CON EL OBJETIVO DE VENDER UN PRODUCTO, UNA IDEA O UN SERVICIO PARA UN DETERMINADO PÚBLICO, LA PUBLICIDAD Y LA PROPAGANDA TIENEN ARGUMENTOS PARA UN DE ESTOS PROPÓSITOS:

- Práctico - interés personal relacionado a la salud, seguridad, economía...
- Ético - deberes y responsabilidades sociales, familiares.
- Placer - satisfacción emocional y física, apreciación de la belleza, diversión ...



# EJEMPLO DE PUBLICIDAD

**Publicidad:** su objetivo es la promoción de productos para su venta, arriendo o transacción comercial.



# EJEMPLO DE PROPAGANDA

**Propaganda:** se encarga de difundir una idea, valor o forma de ver el mundo.





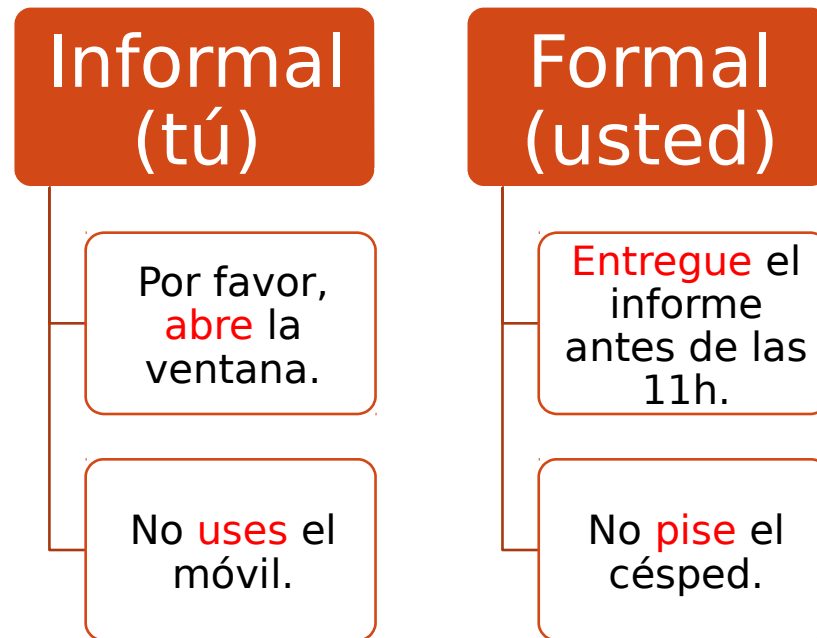
# OTRO ELEMENTO COMÚN EN LAS PROPAGANDAS ES EL ESLOGAN. ¿SABES LO QUÉ ES ESLOGAN?

- Eslogan es una frase o una expresión breve y fácil de acordar y que buscamos rápidamente al producto.



# OTRO RECURSO USADO PARA CONVENCER ES EL USO DEL MODO IMPERATIVO.

- El modo imperativo se usa para expresar **consejos, órdenes, instrucciones**, e incluso, **amabilidad**.
- Se puede usar de modo formal o informal.

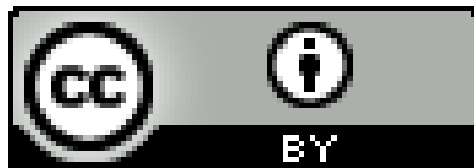




# FUENTE:

- <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=200643>
- Currículo Mínimo SEEDUC/RJ
- Imágenes: google.com





Os slides "La Publicidad y la Propaganda", de autoria de Elaine Teixeira, membro do projeto REALPTL, estão licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

