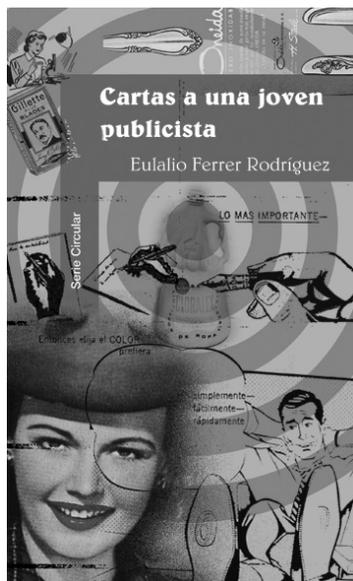


# Cartas a un joven publicista



## AUTOR

Eulalio Ferrer Rodríguez

## GÉNERO

Narrativa epistolar

## PÁGINAS

152

## TEMAS

Cooperación y trabajo en equipo, creatividad, ingenio e iniciativa.

## TEMAS TRANSVERSALES

Activismo o emprendedurismo, ética y moral, liderazgo, TIC.

EULALIO Ferrer pone de manifiesto su experiencia en el área de la publicidad, y muestra su punto de vista de acuerdo con el cual ésta es en sí misma la esencia de la reciprocidad. Para el autor no basta tener la verdad, sino dar confianza al consumidor y credibilidad al oficio publicitario.

En este libro se aborda, entre otros temas, el uso del color y la relevancia que esta disciplina ha cobrado en la sociedad.

Uno de los efectos que ha tenido la serie estadounidense *Mad Men* en nuestras vidas es que abrió los ojos del sorprendido ciudadano al mundo secreto y apasionante de la publicidad. Quienquiera que esté considerando iniciarse en esta profesión y que desee entender la relevancia de las imágenes en este mundo, no puede dejar de leer este libro. ➤

## **Eulalio Ferrer Rodríguez**

Nació en Santander, Cantabria, en 1921. Fue un empresario de la comunicación y publicista hispano-mexicano. En 1960 fundó en sociedad su compañía bajo el nombre Anuncios Modernos, y posteriormente emprendió por su cuenta la agencia de publicidad Ferrer, que más tarde tomaría el nombre de Ferrer Comunicación.

Fue miembro de la Academia Mexicana de la Lengua, miembro correspondiente de la Real Academia Española y de la Academia Norteamericana de la Lengua Española. También formó parte de Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística. Murió en la Ciudad de México en 2009. ➤

## Yo y el libro



### Lectura individual

Dimensiones afectiva, cognitiva y estética

Comprensión global, elaboración de una interpretación y obtención de información

El autor escribe en su segunda carta:

A veces la publicidad confiere un signo de identidad.

Efectivamente, en un mundo globalizado en donde las mismas marcas pueblan casi todos los continentes y nos dan puntos de referencia visuales en común, aunque viajemos al otro lado del mundo, necesitamos trabajar sobre nuestra propia identidad, construirla desde un plano más íntimo, personal y auténtico. Sólo así seremos capaces de ponderar nuestra individualidad sobre todo lo demás.

- Reflexione con el grupo sobre la leyenda “marca registrada” que acompaña a los logotipos más famosos.
- Proponga a los alumnos un ejercicio de imaginación en el que cada uno de ellos represente a una compañía importante. Deberán desarrollar su imagen apelando al universo simbólico que va de la emoción a la imaginación, al cual se refiere Ferrer en su libro. El objetivo de la actividad es que coloquen en el logotipo y en su imagen corporativa la mayor cantidad de elementos que los represente, por lo que debe ser un ejercicio individual. Motíuelos a iniciar con un listado de lo que les gusta, les molesta, sus características más notorias (físicas y cognitivas), sus fortalezas y debilidades. Con esta información desarrollarán sus diseños y definirán el nombre de la empresa que logre transmitir el mensaje que quieran dar.
- Para poder mostrar al resto del equipo sus creaciones, pida que usen una plantilla de Prezi o PowerPoint. Pueden organizar una sesión ejecutiva para hacer la presentación. ☺

## El libro y el otro



### Lectura en pequeños grupos

Dimensiones afectiva, sociocultural y cognitiva

Comprensión global, elaboración de una interpretación y obtención de información

En el inicio de la carta III, Ferrer escribe:

No sólo es asunto de vocación, sino de capacidad, de conocimiento y disciplina.

- Conversen sobre estos conceptos e intenten profundizar en cada uno y en sus implicaciones en el mundo social y laboral.
- Compartan algunas ideas sobre las carreras que quieren estudiar y analicen si consideran que tienen las aptitudes requeridas o, en caso contrario, qué acciones tendrían que tomar para mejorar.
- Lean juntos la siguiente frase de Ferrer:  
  
El publicista debe aprender a leer ese semáforo de tránsitos emocionales que es el rostro humano, capaz de reflejar más de cinco mil expresiones distintas.
- Con base en la reflexión de Ferrer, pida al grupo que dibuje o busque en internet la expresión que caracterice su rostro al pensar en el futuro. Forme equipos de tres integrantes para que compartan las imágenes creadas. Además de las expresiones que los representan, indique que cada equipo deberá buscar tres expresiones faciales más, evitando repetirlas. Motíuelos a buscar rostros de distintas etnias, culturas, géneros y edades para hacer un mosaico repleto de color y diversidad.
- Una vez que todos hayan compartido cómo se sienten y que muestren las expresiones que seleccionaron, reúnan todas las imágenes, tomen fotografías a los dibujos y hagan un archivo común con la intención de hacer el “mural de las cinco mil expresiones”, que compartirán en las redes sociales de su preferencia. ☺

