

Temas: Cuento fantástico; propaganda y publicidad.

El cuento fantástico

En los **cuentos fantásticos** se narran historias que suceden en un **mundo muy similar al real**, pero en el que ocurre un **hecho inexplicable**. Desde un punto de vista racional, este hecho implica una ruptura con el orden conocido. Las acciones se presentan en forma tal que no se sabe si lo que se cuenta podría suceder o si responde a hechos sobrenaturales. Por eso, lo que nunca falta en un relato fantástico es un **momento de vacilación o incertidumbre** en el que el lector duda sobre cómo interpretar lo que se le cuenta.

Para que se produzca la incertidumbre, la narración tiene que poseer verosimilitud: el mundo que se describe es parecido a la realidad efectiva. En este mundo es donde irrumpe un elemento que ni el lector ni los personajes pueden atribuir a la lógica que conocen, y cuya explicación es de carácter sobrenatural.

- 1- ¿Qué son los cuentos fantásticos? Dar sus características.
- 2- Leer el cuento “El gesto de la muerte” y responder:
 - a- ¿Quiénes son los personajes? Describirlos.
 - b- ¿Dónde ocurre la historia?
 - c- ¿Cuál es la confusión que surge? ¿A qué se debe?
 - d- ¿Es este un cuento fantástico? ¿Por qué?

“El gesto de la muerte” por Jean Cocteau

Un joven jardinero persa dice a su príncipe:

-¡Sálvame! Encontré a la Muerte esta mañana. Me hizo un gesto de amenaza. Esta noche, por milagro, quisiera estar en Ispahán.

El bondadoso príncipe le presta sus caballos. Por la tarde, el príncipe encuentra a la Muerte y le pregunta:

-Esta mañana ¿por qué hiciste a nuestro jardinero un gesto de amenaza?

-No fue un gesto de amenaza -le responde- sino un gesto de sorpresa. Pues lo veía lejos de Ispahán esta mañana y debo tomarlo esta noche en Ispahán.

Propaganda y publicidad

La propaganda tiene como fin persuadir al receptor para que realice determinadas acciones o adhiera a determinada idea, es decir, busca lograr un cambio en determinadas conductas sociales.

Se emplean propagandas en campañas de prevención y concientización relacionadas con temas del cuidado del medio ambiente y de la salud, la promoción de actividades culturales o la difusión de valores para una buena convivencia familiar y social. La propaganda también ocupa un importante lugar en la vida democrática, ya que es empleada en el ámbito político.

En cambio, en las publicidades el objetivo es lograr que el destinatario compre un producto o contrate un servicio. Es el caso de las publicidades de gaseosas, teléfonos celulares, etcétera.

Las publicidades suelen usar un eslogan, que es una palabra o frase que da un mensaje distintivo y atractivo acerca de una marca.

Así, una frase publicitaria es un lema que identifica un producto o una empresa, aunque también puede abarcar el ámbito político.

Mientras que los logotipos son representaciones visuales de una marca, **los eslóganes son representaciones auditivas**. Ambos formatos captan la atención de los consumidores más rápidamente que el nombre de una empresa o un producto. Además, son más fáciles de entender y recordar.

¿Cuál es el objetivo? Dejar grabado un mensaje clave de la marca en la mente de los consumidores para que, aunque estos no recuerden nada más de un anuncio, aún se acuerden del eslogan.

Algunos ejemplos de eslogan serían:

- Coca-Cola: «Destapa la felicidad»
- Motorola: «Hello, Moto!»

3- Definir propaganda y publicidad.

4- ¿Qué es un eslogan? ¿Cuáles son sus características?

5- Hacer una propaganda sobre el cuidado del ambiente y una publicidad sobre una marca de yerba mate (vos tenés que inventar la marca y el eslogan).

6- Observar las siguientes imágenes y determinen si son propaganda o publicidad. Justificar.



Traducción: "Vení tal cual eres"



Traducción: "Pará el cambio climático, antes de que este te cambie"