

## LENGUAJE PUBLICITARIO

---

**Precio:** 170€ (matrícula incluida)

**Matrícula:** 50€

**Duración:** 18 horas (12 clases de 90 minutos)

**Modalidad:** Presencial

### Presentación

El curso aborda la complejidad de elaboración del discurso mediático más representativo de nuestras sociedades de consumo: la publicidad.

La realidad es cada vez más publicitaria; todo se publicita y todo tiene una intención publicitaria.

Ante tal avalancha, aquella que triunfa es la publicidad que sabe salir del ruido mediático, y de ahí que este sea un curso práctico que desea aportar al alumno la capacidad para generar lenguajes publicitarios diferenciadores tanto desde el punto de vista estratégico como creativo.

### Programa

El curso se divide en cuatro bloques bien diferenciados:

#### **Bloque 1**

Desarrolla la capacidad de crear historias o relatos. Utiliza procedimientos de la Literatura narrativa para la redacción publicitaria, pues en definitiva, la publicidad consiste en contar una historia, un relato.

#### **Bloque 2**

Analiza la producción, consumo, y obsolescencia de la iconografía. El "principio" icono y la relación escritura-icono, así como las funciones y modelos icónicos y su personalización como imagen de marca.

#### **Bloque 3**

Aborda el aspecto estratégico de la publicidad: qué hay que decir; cuál es la idea básica o concepto que se quiere comunicar a un público objetivo para que se sientan influenciados por la publicidad. Este concepto que se quiere comunicar al público es el posicionamiento de la marca, su territorio. Se verán casos diferentes y se crearán, en colectivo, nuevos posicionamientos.

#### **Bloque 4**

Profundiza en los aspectos esencialmente creativos de la publicidad: cómo hay que decir lo que hay que decir; partir de qué idea publicitaria o qué enfoque creativo es posible comunicar un aspecto de la marca o del producto. Sumamente interesante es determinar los códigos de comunicación utilizados por ciertos mercados o productos y cómo inventar códigos novedosos y originales.

## Profesores

**Juan Carlos Monroy:** Nacido en Segovia, en 1970. Creativo publicitario y asesor creativo desde 1995. Ha trabajado en agencias de publicidad como McCann Erickson, Saatchi & Saatchi y S.C.P.F. para clientes como BMW, Ikea, J&B, Procter & Gamble, Volvo, etc. y obtenido premios en los festivales más prestigiosos de creatividad publicitaria como Cannes, El Sol, FIAP, Clio, New York Festival, Eurobest incluso un premio Ondas por la mejor creatividad en radio. Fundó en 2006 la empresa DEMOCRAZY dedicada a la cultura visual contemporánea en el sector editorial. Actualmente compatibiliza el asesoramiento creativo con la dirección de un programa de radio y conferencias en universidades.

**Tomás Camarero:** Nacido en Mondragón (Guipúzcoa), en 1961. Fundador y director de la boutique estratégica FOCO, consultora especializada en Marketing conceptual y de marca. Doctor en Semiótica por la Universidad del País Vasco, ha sido profesor en las universidades de Perpignan, París- Sorbona (Francia), Southampton (Inglaterra), en la escuela de negocios BAI (Madrid) y profesor invitado en la Universidad Autónoma de Barcelona.

**Fernando Millán:** Nacido en Villarrodrigo, Jaén, en 1944. Periodista especializado en información sanitaria. Trabajó en Problemática-63, con Julio Campal y fue miembro fundador del grupo N.O. Entre 1968 y 1976, mantuvo una actividad de difusión y promoción de la poesía experimental en España, pronunciando conferencias, organizando actividades y proyectos editoriales. Sus trabajos creativos están recogidos en publicaciones internacionales de carácter antológico, y ha publicado los libros: *Este protervo Zas* (1969), *Textos y Antitextos*, (1970), *Mitogramas*, *Beltenebros* (1978), *Prosa* (1981). *La depresión en España* (1993), *Ariadna o la búsqueda* (1996). *Poemas NO* (1997). *Hai Kai para los ojos* (1999). Y el libro de conversaciones (con Chema de Francisco) *Vanguardias y vanguardismos ante el siglo XXI*. *Ardora Exprés*, Madrid, 1998. Articulista y crítico, como antólogo destaca su trabajo *La escritura en libertad* (en colaboración con J. García Sánchez), Alianza Editorial *Alianza 3*, Madrid, 1975.