

PROF.: GABRIEL MARTÍNEZ I SURINYAC DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ
Llic. en CC. de la Informació AUDIO-VISUAL I PUBLICITAT
(Publicitat), UAB, 1983.

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESI SIGNIFICATIUS

1. La publicitat televisiva ante las nuevas tecnologías. ¡Que em-
piece el espectáculo!, *Telos* núm. 7, set.-nov. 1986.
2. La inversión publicitaria en radio. *Telos* núm. 14, juny-agost
1988.

ACTIVITATS PROFESSIONALS SIGNIFICATIVES

1. *Viatge a la Batalla de l'Ebre*. Guió Cinematogràfic. Beca de
la Generalitat de Catalunya, 1987-1988.
2. "Trobada amb la Ciència: Fer tots els papers de l'Auca. (Publi-
catat i tecnologies de la informació)". Comissió Interdeparta-
mental de Recerca i Tecnologia de la Generalitat, juliol 1986.
Professor participant.

OBJECTIU DE L'ASSIGNATURA

Conèixer quins són els elements formals i creatius amb els
quals s'ha d'enfrontar el redactor publicitari, i, donada la
importància de la imatge en l'activitat publicitària, fer una
especial incidència en el llenguatge àudio-visual i la relació
existent amb el text. Experimentació amb els mitjans àudio-vi-
suals emprats en publicitat.

TEMARI

1. *La publicitat, una forma de comunicació*.
Control. Contingut. Mitjans. Audiència. Efectes.
2. *El manifest publicitari*.
Identificació. Missatge: gènere, emissor, lingüístic, icònic,
atributs.
3. *El text publicitari*.
Llenguatge i text. Funcions i figures.
4. *Redacció del text*.
Redactor publicitari. Títols, subtítols. Fonts. Investigació.
Tipus i classificacions del text. Pautes. Eslògan i marca.
Visualització, imatge publicitària.
5. *Planificació publicitària*.
6. *Mitjans publicitaris*.
Premsa (diaris i revistes). Ràdio. TV. Cinema.
8. *Guió àudio-visual*.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- ATTANASIO, F.: *La publicidad, hoy*. Deusto.
- BLOCK DE BEHAR, Lisa: *El lenguaje de la publicidad*. México, Siglo
XXI, 3a. ed., 1977.
- CARDONA, Domingo y FERNÁNDEZ BERASARTE, R.: *Lingüística de la pu-
blicitad*. Madrid, Jocar, 1979.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano: *Bibliografía de la información audiovi-
sual*. Madrid. Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1986.
- DOUGLAS, Torin: *Guía completa de la publicidad*. Madrid, Hermann
Blume, 1986.
- DUCH, César: *Los medios publicitarios*. Bellaterra, Universitat
Autònoma de Barcelona, 1986.
- DUNN, S. Watson: *Publicidad*. México, Uteha.
- FELIU GARCÍA, Emilio: *Los lenguajes de la publicidad*. Alicante,
Universidad, 1984.
- GARCÍA RUESCAS, Francisco: *Técnicas de economía y publicidad*. Ma-
drid, Editora Nacional, 1969.
- HAAS, C.R.: *Teoría, técnica y práctica de la publicidad*. Madrid,
Rialp, 3a. ed., 1971.
- HERNANDO CUADRADO, Luis Alberto: *El lenguaje de la Publicidad*. Ma-
drid, Coloquio, 1984.
- HOLTJE, Herbert F.: *Publicidad*. Bogotá, Mc Graw-Hill, 1980.
- MAJOCCHI, R.: *Cómo hacer publicidad*. Bilbao, Deusto, 1969.
- OGILVY, David: *Confesiones de un publicitario*. Vilassar de Mar.
Oikos-Tau, 1968.
- PÉREZ RUIZ, Miguel Angel: *El mensaje publicitario y sus lenguajes*.
Instituto Nacional de Publicidad, 1978.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, José Ramón: *Introducción a la teoría de la publi-
cidad*. Madrid, Tecnos, 1979.

AVALUACIÓ

La nota final es concreta amb un examen de la part teòrica,
pràctiques de redacció d'anuncis, experimentació dels mitjans àu-
dio-visuals, i treball de curs.