



Prensa: Mensual  
Tirada: Sin datos OJD  
Difusión: Sin datos OJD

Documento: 1/1  
Impresión: Color  
Sección:

Cód 8276523

# Ser un buen redactor tiene sus SECRETOS

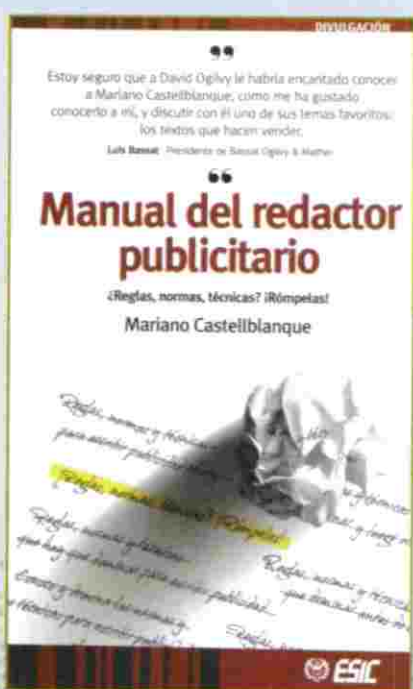
SER REDACTOR PUBLICITARIO ES UNA DE LAS TAREAS MÁS DIFÍCILES DENTRO DEL MUNDO DE LA PUBLICIDAD. TIENE UNA GRAN RESPONSABILIDAD: ESCRIBIR ANUNCIOS PARA SER LEÍDOS, VISTOS O ESCUCHADOS, SIN UNA AUDIENCIA VOLUNTARIA Y CON UN CLIENTE QUE LE EXIGE RESULTADOS. EL REDACTOR PUBLICITARIO ES UN ARRIESGADO COMUNICADOR QUE DEBE CONOCER Y PONER EN PRÁCTICA UNA SERIE DE REGLAS.

Este libro está escrito pensando en todos los estudiantes de publicidad, y especialmente en los que dan sus primeros pasos como redactores aunque, después de una lectura rápida y amena, lo recomiendo a todos los profesionales que quieran aprender algo más del difícil arte de escribir.

No respira el aire de un manual, sino que examina a fondo la figura del redactor publicitario y en qué consiste su trabajo, a la vez que estudia y analiza los elementos clave que hay que utilizar para escribir anuncios de verdadero éxito.

Prologado por Luis Basat, este publicitario escribe: "El libro está lleno de frases y citas interesantes, con lo que el autor nos demuestra no sólo su capacidad de escribir sino también su capacidad de leer y de asimilar, condición necesaria para ser un buen profesor universitario". A lo que añade el propio Castellblanque en el primer capítulo: "Leer mucho y de todo te da una visión muy amplia de la vida y de las cosas, y el redactor publicitario tiene que tener esa amplia visión para hacer bien su trabajo, porque trabaja con ideas, con palabras y con productos y servicios muy diferentes. Cuanto más hayas leído, más hayas viajado, más gente diferente hayas conocido, más rico eres en palabras, en experiencias, en ideas y en su combinación, que es una de las claves de la creatividad. El redactor publicitario es un escritor muy especial, pero sobre todo es un observador, un viajero por la imaginación y un lector".

Tras una impactante apertura, en la que el autor considera que Dios fue el primer redactor publicitario, al escribir Los Diez Mandamientos, y Moisés un excelente ejecutivo de cuentas que conocía muy bien a Dios y perfectamente al Pueblo de Israel... Castellblanque analiza lo que un redactor publicitario tiene que conocer (a sí mismo y a los consumidores) y lo que le interesa aprender (filosofías, principios, estructuras, reglas y técnicas que rigen la redacción de anuncios para seducir). "El redactor publicitario no escribe para los productos, no escribe para el anunciante, escribe para la gente. Por eso tiene que conocer a la gente y conocer el poder de las palabras que mueven a la gente", tal y como explicaba el copy inglés John Bevins. En definitiva, el redactor publicitario es un creador de ideas que se expresan con palabras, sonidos e imágenes, que habla de hechos concretos que han de persuadir al consumidor y han de incitarle a la acción, elementos enormemente difíciles de conseguir. O, como dice el autor, "el redactor publicitario vende, persuade, crea impresiones, crea marcas, crea sensaciones de confianza, fortalece la opinión pública, cambia la opinión o, simplemente, se defiende de ella". Para conseguirlo, debe seguir una estructura, tener una estrategia, crear una gran idea y utilizar las palabras adecuadas. Cómo conseguir todo esto se encuentra en este interesante libro.



Manual del redactor publicitario.  
¿Reglas, normas, técnicas? ¡Rompelas!

Autor: Mariano Castellblanque

Editorial: ESIC

Colección: Divulgación

Año: 2005

154 páginas

9,5 euros

ISBN: 84-7356-431-6