

Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios

El briefing creativo



Un libro extraordinariamente útil para el fomento de la creatividad a todos los niveles, que incorpora las más recientes técnicas y estrategias de cara a la nueva era de la comunicación comercial.

Fernando Labarta

Economía y empresa

Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios

El briefing creativo

En la actualidad las audiencias acceden a pocos contenidos impuestos: ahora eligen. Por ello, más que nunca, la creatividad y la creación de los propios contenidos cobra un papel esencial. De hecho, en el entorno online ya no existe un buen plan estratégico de marketing sin una idea creativa en su eje. El nuevo comunicador ha de estar preparado para desarrollar una creatividad integrada: publicidad, branded content, redes sociales... Su perfil debe aunar el amplio conocimiento existente en comunicación, pues precisa conocer todos los recursos para llegar de forma estratégica a sus distintos targets. El objetivo debe ser contar con una visión global de la creación de contenidos para poder plantear o dirigir la comunicación corporativa e institucional multiplataforma/multipantalla.

Fernando Labarta acusa en este libro al sector de la comunicación de estar vacío de imaginación y desestructurado, y, para predicar con el ejemplo, su visión creativa hace del mismo un texto ameno, divertido, fresco y sorprendente de principio a fin. El autor se obstina en enseñar a crear, a los que desean ser creativos y a todo aquél que quiera conocer los verdaderos fundamentos de la nueva comunicación. En su discurso emplea la teoría —con innumerables citas e inspirándose en todo lo que huele a sustancia creativa—, y la práctica, con numerosos supuestos prácticos. Esta obra pretende ayudarte a caminar, de verdad, hacia las ideas, además de dar sentido y coherencia a la concepción de mensajes y textos de la comunicación comercial.

► Fernando Labarta

Lleva veinte años trabajando en agencias de publicidad como FCA! BMZ Cid, BSB o GRUPO DE COMUNICACIÓN. En los dos últimos años, se ha especializado en branded content, en ATRIUM DIGITAL, productora de televisión del programa Mira la Vida, en METTRE, productora de televisión de los programas: Espacio Protegido, Salud al día y Tecnópolis, y en el sector de las experiencias en NEXT, del grupo MANY COLORS. Ha sido Profesor de Creatividad en el Centro Andaluz de Estudios Empresariales. Es ponente en el Máster de Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad de Sevilla y en el Máster de Community Manager y Marketing Online organizado por CEADE. Autor de la novela *Circuitos Cerrados. La Segunda Guerra de las Marcas* (ECU, 2006), coautor, del libro *Cómo Crear una Marca, Manual de Uso y Gestión* (Almuzara, 2009). Y ha colaborado en los volúmenes colectivos *Aproximación a la Estructura de la Publicidad, y Consumo, Publicidad y Cultura*. Hoy es director de creatividad y contenidos en Lab&Lab.

Economía • Editorial Almuzara



ISBN: 978-84-16100-09-5

240 páginas

IBIC: KJMB

Rústica • 14,5 x 22 cm

PVP: 19€