


coleccionas **UNIVERSITARIAS**

 **Planeta**

Miguel Garcí-Gómez  
"Mio Cid". Estudios de endocrítica

Gabriel Guzmán  
El Desarrollo latinoamericano y la  
CEPAL

Manuel Alvar  
Teoría Lingüística de las regiones

James W. Harris  
Fonología generativa del español

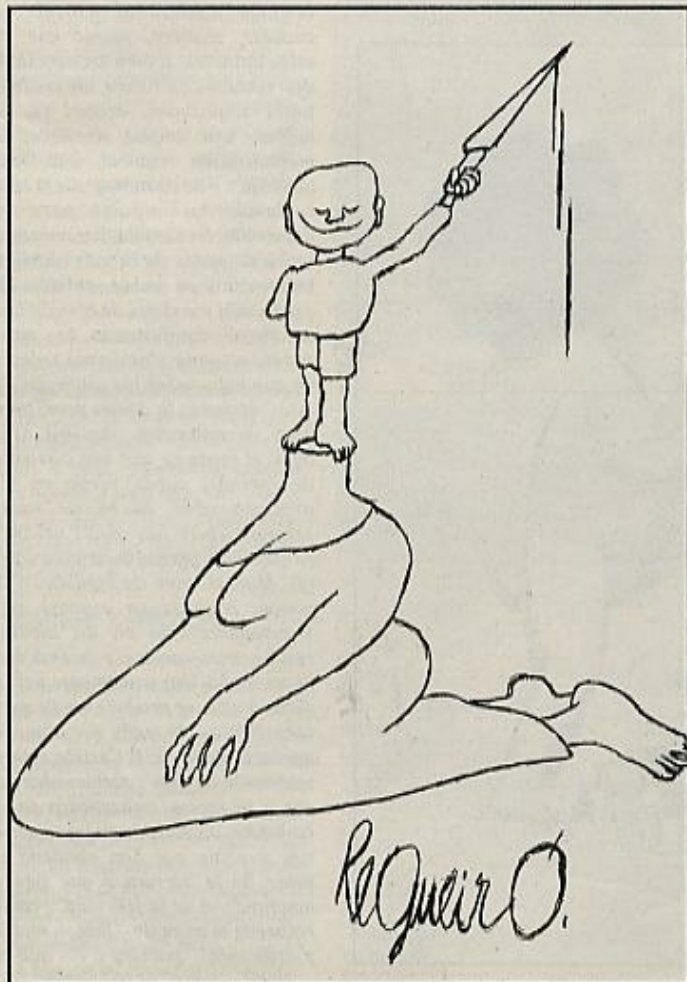
Wallace L. Chafe  
Significado y estructura de la lengua

Sklovski, Victor  
La cuerda del arco

Ulrich Weisstein  
Introducción a la literatura comparada

Juan Villegas  
Estructuras míticas y arquetipos en el  
"Canto General" de Neruda.

EDITORIAL PLANETA, S. A. C/. Ponzano, 74 - MADRID-3



### BRAUN ESPAÑOLA RECIBE SUS DOS OSCARS DE ORO

En el transcurso de la velada organizada por Cuadernos de Publicidad, entidad creadora de los OSCARS DE ORO DE LA COMUNICACION, tuvo lugar la entrega de los citados galardones a las empresas que se han hecho acreedoras de ellos. BRAUN ESPAÑOLA, que estuvo representada por don Antonio Moneris, subdirector general y director de Marketing, recibió el OSCAR DE ORO A LA MEJOR IMAGEN DE EMPRESA Y EL OSCAR DE ORO AL MEJOR HOMBRE DE MARKETING, que le fue concedido a título personal.

### EN OPINION DE LOS PUBLICITARIOS ESPAÑOLES, LA PUBLICIDAD NO COARTA AL CONSUMIDOR

Según una encuesta realizada por la revista "Campaña", que se publica en su último número, los publicitarios españoles opinan que la publicidad no condiciona la libertad de elección del consumidor, y que sólo en casos muy concretos puede considerarse culpable de ciertos males que padece la sociedad (fraude, alcoholismo, etc.), señalando en este sentido que es necesario, no obstante, una legislación más rigurosa que regule la publicidad de bebidas alcohólicas y tabacos. Esta encuesta aparece publicada en un número especial de "Campaña" (revista profesional de publicidad y relaciones públicas), publicado bajo el lema genérico de "Campaña en defensa de la publicidad". En él se incluyen asimismo un elevado número de colaboraciones de publicitarios de gran representatividad profesional, así como diversos trabajos documentativos sobre la publicidad, entre los que destaca un análisis de evolución producida en la inversión dentro del sector, que, según publica "Campaña", se elevó en 1974 a más de cuarenta y dos mil millones de pesetas (42.000.000.000), lo que supone un incremento de más de cuatro mil millones de pesetas con respecto a 1973.



### METODO AUDIOVISUAL "ALL'S WELL"

Un grupo de doce personas, compuesto en su mayor parte por directivos de importantes empresas barcelonesas, se reúnen durante seis horas cada tarde. Están entusiasmados aprendiendo inglés en un curso intensivo de cuatro semanas de duración, una cada mes, que con el nuevo método audiovisual "ALL'S WELL" ha organizado NORTE IDIOMAS, por primera vez en España. El método audiovisual globo-estructural "ALL'S WELL", del que tanto se habla en los medios relacionados con la enseñanza de idiomas, representa un definitivo avance pedagógico tanto por su efectividad como por la rapidez de sus resultados. Sus autores, los lingüistas Dickinson, Levêque y Segot, se han basado en los principios definidos por el profesor Rivenc, fundador del Crédif, y el doctor Guberina, de la Universidad de Zagreb (Yugoslavia). Ha sido producido por DIDIER, de París, la editorial de material audiovisual para la enseñanza de idiomas más importante del mundo. Se está presentando simultáneamente en Inglaterra, Francia y España, y para dar este primer curso en nuestro país se ha desplazado personalmente la profesora Eve Ogonowski, directora del CAVEL (Centre Audio-Visuel d'Enseignement de Langues), la cual se encargará en Barcelona de la formación de los profesores de Norte Idiomas. Así, pues, gracias a este famoso centro de la calle Beethoven, 9, y a la inquietud profesional de su director, don Severo Figarola, España se sitúa en la vanguardia de la enseñanza de idiomas en Europa.