

CENA
Publicitária

Fronteiras da Publicidade

Faces e disfarces da linguagem persuasiva

Org.
Neusa Demartini Gomes



Editora Sulina

Resumo de Fronteiras da Publicidade. FACES e Disfarces da Linguagem Persuasiva

A coleção 'Cena Publicitária' foi concebida para abrigar textos que contemplem os mais diversos aspectos e abordagens da publicidade, cujo espectro vai das técnicas do fazer às reflexões de cunho teórico e ético.

Neste segundo volume da coleção, o leitor irá encontrar um conjunto de textos, cuja amplitude abarca aspectos históricos da publicidade brasileira, relações entre marketing e publicidade, entre publicidade e propaganda, entre publicidade e televisão, entre estratégias publicitárias e produção de sentido, além da imprescindível discussão sobre ética.

O que entrelaça esta produção textual é o fato de que seus autores são pesquisadores de diversas universidades brasileiras, que integram o Núcleo de Pesquisa Publicidade e Propaganda da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM, um dos poucos espaços acadêmicos que articula a pesquisa brasileira nesta área.

Autores - AdolphoQueirós, Eduardo Refkalefsky, Gino Giacomini, René Henrique Licht, Goiamério Felíciodos Santos Carneiro, Jean-Charles Jacques Zozolli, Maria Lilia Dias de Castro, Mariângela Toaldo, Rosana Sacchet.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)