razão e sensibilidade

NO TEXTO PUBLICITÁRIO

JOÃO ANZANELLO CARRASCOZA

PREFÁCIO WASHINGTON OLIVETTO

Futura

Resumo de Razão e Sensibilidade no Texto Publicitário

Os redatores publicitários que elaboram predominantemente textos com argumentos racionais precisam ampliar suas habilidades. Cada vez mais a emoção e o humor são elementos utilizados para seduzir o consumidor. O redator precisa contar boas histórias, o que exige dele capacidade de fabulação, conhecimento da oficina ficcional e cultura literária.

Em 'Razão e sensibilidade no texto publicitário', o leitor aprenderá o segredo dos textos que narram episódios para encantar o público. E mais - poderá viajar no tempo e acompanhar, em mais de uma centena de anúncios, como se formou o cânone da publicidade narrativa brasileira.

Acesse aqui a versão completa deste livro