

UGO VOLLI

SEMIÓTICA DA PUBLICIDADE

A criação do texto publicitário



ARTE & COMUNICAÇÃO

edições 70

Resumo de Semiótica da Publicidade. A Criação do Texto Publicitário

A publicidade como signo, como texto complexo e sedutor, como mensagem condicionada pelos meios de comunicação social, e como veículo de significados e valores. A semiótica pretende simultaneamente desmontar e explicar a linguagem na origem do texto publicitário.

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