



A PUBLICIDADE E OS CÂNONES RETÓRICOS: DA ESTRATÉGIA À CRIATIVIDADE

by Jorge Veríssimo

Coleção: Livros LabCom

Ano da edição: 2021

ISBN: 978-989-654-748-6

Download PDF - [AQUI](#)

Sinopse

O livro é dedicado ao estudo do sistema publicitário na sua dimensão discursiva e persuasiva. Neste contexto, procura abordar as temáticas da intencionalidade da mensagem publicitária, do processo criativo em publicidade, dos constituintes do discurso publicitário e da relevância da aplicação das figuras de estilo para o processo criativo em publicidade.

Recorrendo ao esquema *inventio*, *dispositio* e *elocutio*, pretende evidenciar que a retórica clássica está presente no âmago de diversas atividades do fenómeno publicitário, simultaneamente que será uma forma pragmática de despertar os leitores para a relevância e para a importância da retórica na publicidade, enquanto técnica de comunicação persuasiva.

Procura, ainda, mostrar que a publicidade, tal como a retórica, visa a adesão do público às questões enunciadas e que a mensagem deverá ser adequada às circunstâncias (objetivos propostos) e ao público, havendo, também, um cuidado com o estilo e a forma de produzir discursos atrativos e cativantes, que simultaneamente terão de revelar credibilidade (da fonte/marca).

Índice

Introdução - 11

1. Enquadramento do sistema publicitário quanto à atividade, aos *media* e às marcas - 15

1.1 As agências de publicidade - 17

1.2 A publicidade e os *media* - 19

1.3 A publicidade e as marcas - 23

2. O discurso publicitário e a abordagem ao consumidor - 27

3. A publicidade e os cânones retóricos - 35

3.1 A retórica clássica (de Aristóteles) na publicidade - 38

3.2 Retórica e publicidade na sociedade mediatizada - 41

3.3 *Inventio* e o processo criativo em Publicidade - 46

3.4 *Dispositio* e os constituintes do discurso publicitário - 79

3.5 *Elocutio* e as figuras de retórica na publicidade - 104

4. Conclusões - 127

5. Bibliografia citada - 131

Anexos - 141