



Publicidade no plural – análises e reflexões¹

Elizabeth Moraes Gonçalves – org.²
Paulo Rogério Tarsitano - org.³

EDITORA

Universidade Metodista de São Paulo

Rua do Sacramento, 230.

Rudge Ramos– 09640-000 São Bernardo do Campo – SP

Tel. 55 11 4366-5537

editora@metodista.br

WWW.metodista.br/editora

RESUMO

A Publicidade tem recebido cada dia mais a atenção dos acadêmicos, como claro reconhecimento da importância das atividades profissionais dessa área no mundo contemporâneo. A evolução tecnológica também tem aberto caminhos para reflexões sobre o fazer publicitário e o comportamento de profissionais e consumidores. Este livro é o resultado do trabalho de pesquisadores que se dedicam a estudar e compreender os fenômenos no campo da Publicidade e da Propaganda na América Latina. São integrantes do GT de Comunicação Publicitária da ALAIC - Associação Latino Americana de Pesquisadores em Comunicação - que se reuniram em Bogotá, Colômbia, em outubro de 2010. Os textos são de autoria de pesquisadores do Brasil, Equador, Colômbia, México e Venezuela e agora ganham as páginas desta obra que poderá ser compartilhada sem fronteiras, graças a essa fabulosa tecnologia digital.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Publicidade; Propaganda; tecnologia.

¹ Publicação lançada no Publicom – VI Encontro com Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² **Elizabeth Moraes Gonçalves** — Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP (1999). Docente e pesquisadora do Programa de Pós Graduação Stricto Sensu em Comunicação Social da UMESP. Responsável pelo grupo de pesquisa “Estudos Comunicação e Linguagem”. Editora executiva da Revista Comunicação & Sociedade. Organizadora da Obra Publicidade no Plural.
Site: <http://www.elizabethgoncalves.pro.br/> E-mail: bethmgoncalves@terra.com.br

³ **Paulo Rogério Tarsitano** Doutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (1999). Atualmente é diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Docente do programa de Comunicação Social da UMESP. Coordenador do GT de Publicidade do ALAIC. Organizador da obra Publicidade no Plural. e-mail: paulo.tarsitano@metodista.br



Formato e-book: <http://www.metodista.br/fac/publicacoes/>

FOTO

The cover features a central graphic of a globe. A ribbon of various national flags (including Brazil, Chile, Cuba, Colombia, Argentina, and Panama) curves around the globe. In the background, there are white 3D models of skyscrapers and faint line-art illustrations of architectural structures and the Christ the Redeemer statue.

ebook

Publicidade no Plural

Análises e Reflexões

Organização:
Paulo Rogério Tarsitano e Elizabeth Moraes Gonçalves

 Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional
Estabelecida em 1996 na Universidade Metodista de São Paulo – UMESP
Programa UNITWIN/Cátedras UNESCO

ALAIIC

 **Universidade Metodista de São Paulo**
Conectada à Rede Metodista de Educação