

¡Mírame! Teoría y práctica de los mensajes publicitarios

14,00 €



La publicidad constituye uno de los fenómenos más significativos de la sociedad contemporánea, una sociedad dominada por los grandes medios de comunicación de masas. El mensaje publicitario se refiere tanto al acto de dar a conocer un hecho, transformado en noticia, como al conjunto de medios que se emplean para divulgarlo. Un mundo complejo que incide no sólo en el campo de las ideas sino en el de las conductas y valores de los sujetos receptores a través de los personajes, las escenas, las figuras o los textos que contiene. Este libro nos permite desentrañar los componentes icónicos y verbales de los mensajes publicitarios, los mecanismos persuasivos utilizados por sus autores así como los valores que, con frecuencia de manera subliminal, nos son transmitidos a través de ellos.

Con la aportación de Aureliano Sáinz Martín, arquitecto y Catedrático de Didáctica de la Expresión Plástica en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Córdoba, podremos llegar a comprender las claves de este potente fenómeno mediático, y, además, como señala acertadamente Juan Daniel Ramírez Garrido (Catedrático de Psicología en la Universidad de Sevilla), autor del prólogo: [...] *Únicamente conociendo en profundidad el mundo de la publicidad y la propaganda será posible desentrañar la ética de su discurso.*

[Información](#)

Opiniones de los usuarios: No hay opiniones para este producto.
Por favor, regístrese para escribir una opinión.