

CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA: LINGUAGEM E PROCESSO

Edina Regina Pugas Panichi (UEL)
edinapanichi@sercomtel.com.br

A presente comunicação tem por objetivo demonstrar que as vivências de cada indivíduo interferem na percepção do produto a ser veiculado numa peça publicitária. O nível de informatividade de determinada mensagem é proporcional à quantidade de surpresa que ela produz. A construção da coerência dos conteúdos decorre de uma multiplicidade de fatores de ordens linguísticas, discursivas, cognitivas, culturais e interacionais, levando o receptor a aceitar ou rejeitar as referências presentes na construção com a qual se depara. Em seu trabalho de pesquisa, o crítico genético passa a conviver com o ambiente do fazer artístico, sendo conduzido pelo universo de quem o produz.

Palavras-chave: Criação Publicitária. Crítica Genética. Processo de Criação.