



La publicidad de la significación (Marco, concepto y taxonomía) /

Caro, Antonio (Caro Almela)

1993

Manuscrito

El objetivo de la investigación consiste en construir un modelo semiótico que de cuenta de las peculiaridades de lo vigente publicidad. Sobre la base de un corpus a cerca de zona de anuncios, se parte de examinar el marca donde actúa dicha publicidad, antes de proponer el modelo semiótico, inconcebible en términos lingüísticos y que proyecta la vigenta práctica publicitaria en una dirección ineptable (y también inconcebible e irrefutable), inasimilable en términos de realidad simbólica. La última parte de la investigación consiste en una innagación taxonómica, donde se examinan las acategorías, modelidades significantes y reperorios textuales detectables en el seno del corpus analizado

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVlcmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzAyOTUwMDg>

Título: La publicidad de la significación (Marco, concepto y taxonomía) Antonio Caro Almela ; [director] Juan Antonio González Martín

Editorial: 1993

Nota general: El acceso electrónico de la tesis corresponde a la edición digital publicada con el ISBN 978-84-669-0021-8 El acceso electrónico de la tesis corresponde a la edición digital publicada con el ISBN 978-84-669-0021-8

Tesis: Tesis inédita de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, leída el 28-06-1993

Bibliografía: Bibliografía e índice

Materia: Publicidad- Tesis inéditas. Publicidad- Tesis inéditas.

Autores: González Martín, Juan Antonio, dir González Martín, Juan Antonio, dir

Entidades: Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I.

Enlace a formato físico adicional: Publicidad de la significación (Marco, concepto y taxonomía) [Recurso electrónico]

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es