



A IMPORTÂNCIA DA SEMIÓTICA NA PUBLICIDADE

Autor(res)

Willian Carlos Millan
Lucas Baldan Simei De Araujo
Gabriel Lugo Arruda
Matheus Paulo Cavalcante De Oliveira

Categoria do Trabalho

Iniciação Científica

Instituição

UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP

Resumo

A semiótica é uma disciplina essencial para a compreensão e criação de estratégias eficazes na publicidade, uma vez que analisa como os signos e seus significados influenciam a percepção do consumidor. Ao estudar a forma como as mensagens publicitárias são construídas, é possível identificar os elementos que capturam a atenção do público e moldam suas respostas emocionais e comportamentais. A aplicação da semiótica na publicidade permite que os profissionais desenvolvam campanhas mais persuasivas, utilizando de maneira estratégica os elementos visuais, verbais e sonoros.

A semiótica ajuda a desvendar como os signos comunicam valores, emoções e ideais, criando associações que impactam diretamente nas decisões de compra. Por exemplo, uma cor específica ou uma imagem evocativa pode transmitir sentimentos de confiança ou desejo, influenciando a forma como um produto é percebido. Além disso, a semiótica também contribui para a construção de narrativas envolventes, que estabelecem conexões emocionais com os consumidores e aumentam o engajamento com a marca.

Através do entendimento de signos, significantes e significados, o trabalho tem por objetivo entender as dinâmicas dessas peças, que são fundamentais para uma comunicação efetiva, para que assim ao utilizar conhecimentos semióticos, a produção da publicitária seja mais efetiva e adaptada ao público alvo, de uma forma pessoal e assertiva.

Para entender o impacto da semiótica na publicidade, é necessário realizar uma revisão bibliográfica em bases de dados acadêmicas e publicações especializadas, buscando artigos recentes que abordem a aplicação dessa teoria em campanhas contemporâneas. A pesquisa deve considerar exemplos de campanhas que utilizaram princípios semióticos de forma bem-sucedida, destacando como esses elementos visuais e textuais colaboram para transmitir a mensagem desejada.

Ademais, uma abordagem multidisciplinar é fundamental para essa análise, integrando conceitos de marketing, psicologia e comunicação. Isso possibilita uma compreensão mais profunda sobre como os signos funcionam em diferentes contextos e como podem ser usados para influenciar o comportamento do consumidor. Ao reconhecer a



UNIVERSIDADE ANHANGUERA UNIDERP

importância da semiótica na publicidade, profissionais podem aprimorar suas estratégias, criando campanhas que não apenas informam, mas também ressoam emocionalmente com o público.

