

GOMES, Herbert Fagner Silva. Análise Semiótica- Propaganda da Cerveja Skol 360°. Bragança Paulista, SP: FESB, 2011. (IMPRESSO)

## RESUMO

Este trabalho objetiva, através de uma visão semiótica, analisar o comercial da marca de cerveja Skol 360°. Desse modo serão abordados alguns conceitos de linguagens verbais e não-verbais, bem como a apresentação de alguns tipos de signos. Além disso, serão apresentadas algumas técnicas de eficiência das propagandas e os meios pelos quais elas circulam, destacando o sucesso da marca Skol e a importância de analisar seu comercial. Para tanto, pretende-se destacar, durante a análise, como a semiótica contribui para trabalhos publicitários, especificamente no veículo televisivo. Com isso, espera-se que este trabalho possa auxiliar trabalhos universitários ou despertar interesse em pessoas que apreciam as ciências da comunicação, pois vivemos num mundo globalizado que exige cada vez mais da nossa capacidade de enxergar as mensagens que norteiam o mundo significativo. A consciência semiótica é, portanto, uma maneira de alcançar nosso senso crítico e reflexivo, e a propaganda é uma técnica de comunicação que precisa ser exagerada com outras perspectivas, ou continuaremos passíveis diante das informações que nos cercam.