

SUMÁRIO

- Agradecimentos • 11
- Lista de Siglas • 13
- Lista de Quadros e Figuras • 15
1. INTRODUÇÃO • 17
2. IMITAÇÃO: ASPECTOS INTRODUTÓRIOS • 25
- Imitação no Campo Social • 25
- Imitação Organizacional • 27
- Inovação e Imitação • 31
- Imitação: Alguns Aspectos Estéticos • 33
3. TIPOLOGIAS DE INOVAÇÃO E IMITAÇÃO • 37
- Tipologias de Inovação • 37
- Inovação Intrínseca* • 37
- Inovação Percebida* • 40
- Inovação Conjugada* • 41
- Tipologias de Imitação • 43
- Imitação Intrínseca* • 44
- Imitação Percebida* • 45
- Imitação Conjugada* • 47
4. DIRETRIZES IMITATIVAS E AS ORGANIZAÇÕES COMUNICACIONAIS • 51
- Imitação na Comunicação Mercadológica: Ênfase às Marcas e à Propaganda • 54
- Marcas* • 55
- Propaganda Comercial* • 58
5. AÇÕES NORMATIVAS CONTRA A IMITAÇÃO PROMOCIONAL E PUBLICITÁRIA • 67
- Imitação e Prazos de Caducidade • 81

6.	INTERTEXTUALIDADE E SUAS RELAÇÕES COM A PROPAGANDA IMITATIVA	• 83
7.	PUBLICIDADE: TERMINOLOGIA LIGADA À IMITAÇÃO	• 91
	Falsificação	• 92
	Pirataria	• 94
	Plágio	• 95
	<i>Knockoffs</i>	• 98
	Adaptações	• 102
	Paródia	• 104
8.	PARÂMETROS DE IMITAÇÃO DE UMA PEÇA PUBLICITÁRIA	• 107
	Similaridade Estética na Propaganda Comercial	• 111
	Parâmetros Quantitativos de Imitação em Áreas	
	Correlatas à Publicidade	• 116
	<i>Nome de Medicamento</i>	• 117
	<i>Texto Jornalístico</i>	• 117
	<i>Música</i>	• 117
	<i>Documentos Escritos</i>	• 118
	<i>Consolidação dos Parâmetros Quantitativos de Imitação em Áreas Correlatas à Publicidade</i>	• 120
	Parâmetros Quantitativos de Imitação na Publicidade	• 121
	<i>Assinatura</i>	• 122
	<i>Elementos Titulares</i>	• 123
	<i>Texto</i>	• 124
	<i>Elementos Ilustrativos</i>	• 125
	<i>Consolidação dos Parâmetros Quantitativos de Imitação na Publicidade</i>	• 127
9.	VISÃO DE ESPECIALISTAS DO CAMPO PUBLICITÁRIO	• 129
10.	PROPAGANDA IMITATIVA: ALGUNS DELINEAMENTOS FINAIS	• 135
	Bibliografia	• 145