



Ministério da Educação
Universidade Federal do Ceará
Pró-Reitoria de Graduação

PROGRAMA DE DISCIPLINA

| | | | | | | | |
|--|--|-----------------------------------|---------------|-------------------------|---|---------|--|
| 1. Curso: COMUNICAÇÃO SOCIAL | | 2. Código: 84 | | | | | |
| 3. Modalidade(s): | | Bacharelado | X | Licenciatura | | | |
| | | Profissional | | Tecnólogo | | | |
| 4. Currículo(Ano/Semestre): 2012.1 | | | | | | | |
| 5. Turno(s): | | Diurno | X | Vespertino | | Noturno | |
| 6. Unidade Acadêmica: Instituto de Cultura e Arte | | | | | | | |
| 7. Departamento: Comunicação Social | | | | | | | |
| 8. Código PROGRAD: | | ICA 2108 | | | | | |
| 9. Nome da Disciplina: | | Redação Publicitária II | | | | | |
| 10. Pré-Requisito(s): | | Redação Publicitária 1 – ICA 2107 | | | | | |
| 11. Carga Horária/Número de créditos: | | | | | | | |
| Duração em semanas: 16 | | Carga Horária Semanal | | Carga Horária Total 64h | | | |
| | | 4h | | | | | |
| | | Teóricas: 30h | Práticas: 34h | | | | |
| Número de Créditos: 4 | | Semestre: | | | | | |
| 12. Caráter de Oferta da Disciplina: | | | | | | | |
| Obrigatória: | | | Optativa: | | X | | |
| 13. Regime da Disciplina: | | | | | | | |
| Anual: | | | Semestral: | | X | | |
| 14. Justificativa: | | | | | | | |
| A campo de atuação de um redator publicitário se atualiza diariamente com as novas mídias, por isso faz-se necessário que a disciplina tenha um direcionamento a preparação de ordem teórico-prática dos alunos, tornado-os aptos a desenvolver textos para essas diversas mídias. | | | | | | | |
| 15. Ementa: | | | | | | | |
| Análise e desenvolvimento de textos publicitários adequados à especificidade de cada veículo. | | | | | | | |

| (Unidades e Assuntos das Aulas Teóricas e Práticas) | Nº de Horas-aulas |
|---|-------------------|
| UNIDADE 1: O texto publicitário. | |
| 1. O texto e o redator. | 2h |
| 2. Estilos e tipos textuais. | 6h |
| 3. Retórica e semântica. | 6h |
| 4. Figuras de linguagem e argumentação. | 6h |

| UNIDADE 2: O discurso publicitário. | Nº de Horas-aulas |
|---|-------------------|
| 1. Os diferentes discursos publicitários. | 6h |
| 2. Criação e organização textual para diferentes tipos de discursos textuais. | 6h |

| UNIDADE 3: O texto publicitário e a mídia impressa. | Nº de Horas-aulas |
|--|-------------------|
| 1- A linguagem da mídia impressa. | 4h |
| 2- Criação e elaboração de textos para diferentes tipos de mídia impressa. | 4h |
| 3- Título, texto e slogan. | 4h |
| 4- Adequação texto/imagem - Relais, fixação e diferenciação. | 4h |

| UNIDADE 4: O texto publicitário, a mídia eletrônica e as novas mídias. | Nº de Horas-aulas |
|---|-------------------|
| 1- A linguagem da mídia eletrônica. | 4h |
| 2- Criação e elaboração de textos para diferentes tipos de mídia | |

| | |
|-------------------------------|----|
| eletrônica. | 6h |
| 3- O texto e as novas mídias. | 6h |

17. Bibliografia Básica:

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em Propaganda**. 12º ed. São Paulo: Summus, 2004.

CARRASCOZA, João. **A Evolução do Texto Publicitário**. São Paulo: Futura, 1999.

_____. **Redação Publicitária**. São Paulo: Futura, 2003.

_____. **Razão e sensibilidade no texto publicitário**. São Paulo: Futura, 2004.

HOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. **Redação Publicitária**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

MARTINS, Jorge S. **Redação Publicitária: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 1997.

MARTINS, Zeca. **Redação Publicitária: a Prática na Prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: Sedução pela Palavra**. São Paulo: Thomson, 2005.

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. **A Linguagem da Propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

18. Bibliografia Complementar:

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro: teoria e prática**. Ed. rev., atual. e ampl. São Paulo, SP: Summus, 2009.

GAGE, Leighton e MEYER, Cláudio. **O Filme Publicitário**. São Paulo: SSC&B Lintas Brasil, 1985.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting: pensando o texto para a mídia digital**. São Paulo: Berkeley Brasil, 2000.

PINHO, José B. **Publicidade e Vendas na Internet**. São Paulo: Summus, 2000.