



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.