



Unidade Universitária: Centro de Comunicação e Letras		
Disciplina: FUNDAMENTOS DE REDAÇÃO PUBLICITÁRIA (LF em Marketing e Criação)		Código da Disciplina: ENEX00959
Curso: Publicidade e Propaganda	Eixo Temático: Linguagens	
Carga horária: 25,5h	(X) Teórica (X) Prática	Etapa: 3ª
Ementa: Estudo da Linguagem Publicitária propriamente dita: sua abrangência, sua história e seu papel cultural, suas características enquanto discurso persuasivo e os elementos que fazem parte de sua construção. Aplicação da linguagem publicitária aplicada especificamente em anúncios de jornal. Análise dos aspectos formais da redação para anúncios de jornal, com ênfase nas figuras de linguagem. Apresentação de um panorama das possibilidades do meio e sua adequação a certos tipos de anunciante. Análise de mensagens publicitárias. Elaboração de textos publicitários.		
Objetivos: Estimular o aluno a apresentar ideias e solução de problemas, por meio do pensar criativo, propondo o desenvolvimento de formatos e conteúdos publicitários impressos variados. Incentivar o aluno a ler, analisar, escrever e conhecer os elementos do texto publicitário.		
Fatos e Conceitos	Procedimentos e Habilidades	Atitudes, Normas e Valores
Conhecer fundamentos teóricos dos processos persuasivos; Identificar os elementos constituintes do anúncio publicitário; Analisar criticamente os textos publicitários, reconhecendo seus argumentos, suas informações implícitas e as ideologias; Desenvolver o interesse pela pesquisa sobre a linguagem da propaganda e o potencial criativo para elaboração da mesma.	Exercitar a criatividade aplicada à redação de títulos, textos e assinaturas publicitárias; Desenvolver capacidade de transmissão da mensagem por meio de recursos retóricos; Fazer interagir a linguagem verbal/visual com os demais códigos que compõem os textos publicitários no contexto social.	Apreciar e interessar-se pelos fundamentos teóricos para compreensão da eficiência do texto publicitário; Perceber a importância dos elementos textuais no conjunto persuasivo da publicidade; Estar consciente do poder dessa ferramenta de comunicação e atuar de maneira íntegra na sociedade.



Conteúdo Programático

- Resgate do conteúdo de Linguagem verbal.
- As características do texto persuasivo.
- AIDA (atenção, interesse, desejo, ação).
- O discurso Aristotélico –
 - Exórdio
 - Narração
 - Provas
 - Peroração
- Slogans - conceituação
- Função do slogan publicitário
- Slogans de marca e slogans de campanha
- Assinatura.
- Estrutura do texto publicitário
- Título
 - Função do título e do subtítulo.
 - Tipos de título.
- A relação do título com a imagem (verbal/visual).
- O texto no contexto
- Características do Texto: contexto, referência, estrutura, etc.
- Interpretação do Briefing de criação

Metodologia

Aulas teóricas.

Leitura de capítulo de livro e discussão.

Prova individual e trabalho em grupo.

Critérios de avaliação

P 1 – Prova

P 2 - Desenvolvimento de trabalho em grupo - análise de campanha.

A prova vale de 0 a 10.

O trabalho vale de 0 a 10.

Bibliografia básica

CARRASCOZA, João Anzanello. *Razão e sensibilidade no texto publicitário*: como são feitos os anúncios que contam histórias. São Paulo: Futura, 2007. (659.1 C311r)

FIGUEIREDO, Celso. *A última impressão é a que fica*. São Paulo: Thomson, 2007. (659.113 F475u)

IASBECK, Luiz Carlos Assis. *A arte dos slogans*: as técnicas de construção das frases de efeito do texto publicitário. São Paulo: Annablume, 2007. (659.1 I11a)



Bibliografia complementar

CARRASCOZA, João Anzanello. *Do caos a criação publicitária*: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008. (659.1C313c)

FIGUEIREDO, Celso. *Redação publicitária*: sedução pela palavra. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2009. (659.132 F475r)

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. *Propaganda & linguagem*: análise e evolução. São Bernardo do Campo: Metodista, 2006. (659.1014 G635p)

LINGUAGEM e Ideologia - 8ª edição. Atica 92 ISBN 9788508091638. (livro eletrônico)

MARCONDES, Pyr. *História da propaganda brasileira*. 2. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002. (659.10981 M321h)