



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS**  
**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO**

**PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR**

**TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

**STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input checked="" type="checkbox"/> ELETIVO	<input type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	---------------------------------------------	-----------------------------------

**DADOS DO COMPONENTE**

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
<b>COMN0030</b>	<b>Redação para os meios de comunicação</b>	30	30	3	60	

Pré-requisitos		Co-Requisitos		Requisitos C.H.	
----------------	--	---------------	--	-----------------	--

**EMENTA**

Estrutura e conteúdo de mensagens informativas e persuasivas. Conceitos e aplicações práticas de técnicas de redação para meios de comunicação. Adequação de mensagens ao público-alvo.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Conceitos básicos da Comunicação;
- Tipos, elementos e problemas;
- Técnica de Brainstorm;
- Comunicação Publicitária;
- Objetivos de comunicação na propaganda: conceito, construção, exemplos bem sucedidos;
- Construção: fatores de textualidade;
- A relação entre título, texto e imagem na propaganda impressa: Linguagens verbais e não-verbais;
- Noções de diagramação voltada para redatores;
- Adequação do texto ao meio de comunicação;
- Principais características do texto para os meios jornal e revista, bem como para mídias alternativas.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

COIMBRA, Oswaldo. O texto na reportagem impressa. São Paulo: Ática, 1985.  
 PREDEBON, José. Propaganda: profissionais ensinam como se faz. São Paulo: Atlas, 2000.  
 REBOUL, Olivier. Introdução à retórica. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

DINES, Alberto. O papel do jornal. São Paulo: Summus, 1986.  
 LAGE, Nilson. Linguagem jornalística. São Paulo: Ática, 1985.  
 HAHN, Fred E. Faça você mesmo propaganda. Rio de Janeiro: Infobook, 1993.  
 OGILVY, David. Confissões de um homem de propaganda. Rio de Janeiro: **Bertrand, 2011.**  
 VIEIRA, Stalimir. Raciocínio criativo na publicidade. São Paulo: Loyola, 1999.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

\_\_\_\_\_  
ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



---

*Emitido em 08/11/2022*

**EMENTA Nº 1819/2022 - SEGEC (12.33.89)**

**(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)**

*(Assinado digitalmente em 08/11/2022 19:20 )*

**MARCELO MACHADO MARTINS**

*COORDENADOR - TITULAR*

*CGCS (12.33.18)*

*Matrícula: 1508076*

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:  
**1819**, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **08/11/2022** e o código de verificação: **d79323941e**