



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Concurso em Publicidade e Propaganda - **Redação Publicitária** - (provas de 30 de novembro a 04 de dezembro de 2015).

Área: **Comunicação** (cód. CNPq: 6.09.00.00.8)

Subárea: **Relações Públicas e Propaganda** (Cód. CNPq: 6.09.04.00-3)

PROGRAMA:

- 1) O lugar da publicidade no contexto sócio-econômico, político e cultural contemporâneo;
- 2) Referências culturais da publicidade e da propaganda e sua utilização no processo criativo;
- 3) História da publicidade no Brasil;
- 4) O mercado de bens e o mercado consumidor;
- 5) O papel do consumidor contemporâneo e o consumidor-cidadão;
- 6) Diferentes tipos de campanhas;
- 7) Publicidade: informação e persuasão: a retórica do consumo;
- 8) Publicidade, imaginário e poder simbólico;
- 9) O texto publicitário para diferentes mídias;
- 10) Adequação texto/imagem em publicidade;
- 11) O texto racional e o texto emocional;
- 12) Recursos estilísticos, discursivos e retóricos da publicidade;
- 13) Tendências da publicidade: impactos teóricos e implicações sociais das práticas publicitárias;
- 14) Técnicas para desenvolvimento de roteiros de comerciais para rádio e TV/cinema;
- 15) Veículos publicitários: a mídia tradicional versus as novas estratégias criativas para mídias digitais;
- 16) A criação publicitária em novos formatos eletrônicos (guerrilha, advertainment, viral etc.).

Bibliografia Sugerida:

BARBOSA, E. PEREZ, C. (orgs.). *Hiperpublicidade, vol. 1. Fundamentos e interfaces*. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

BARBOSA, E. PEREZ, C. (orgs.). *Hiperpublicidade, vol. 2. Atividades e tendências*. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007.

BERTOMEU, C. V.J. *Criação na propaganda impressa*. São Paulo. Futura. 2002.

Av. Fernando Ferrari, s/nº - Goiabeiras - Vitória/ES - CEP: 29.060-900
Centro de Artes - Coordenação de Comunicação Social
Telefone: (027) 3335-2603



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

CANCLÍNI, N.G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. São Paulo. Ed.UFRJ. 1995.

CARRASCOZA, J. A. *A evolução do texto publicitário*. São Paulo, Futura, 1999.

CARRASCOZA, J. A. *Do caos à criação publicitária*. São Paulo: Saraiva, 2014.

CARRASCOZA, J. A.; ROCHA, R. M. *Consumo midiático e culturas da convergência*. São Paulo: Miro Editorial, 2012.

COVALESKI, R. *Publicidade híbrida*. Maxi Editora, Curitiba, 2010.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Aleph, São Paulo, 2008.

ROCHA, M.M. *A nova retórica do capital. A publicidade brasileira em tempos neoliberais*. Edusp, São Paulo, 2010.