



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO, CULTURA E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS
NÚCLEO DE ENSINO DE LÍNGUAS

LINGUAGEM, MÍDIAS E ESCRITA CRIATIVA

Natureza do Curso: *Extensão*

Objetivos: Introduzir conhecimentos sobre a linguagem, utilizando como parâmetro a linguagem publicitária, capaz de envolver, informar e prender a atenção do público. Compreender as funções da linguagem e as formas de comunicação nas diferentes plataformas e mídias. Ampliar a capacidade de leitura crítica e análise de textos verbais, não verbais e mistos. Ampliar a capacidade de escrever e criar histórias envolventes.

Apresentação: Introdução aos estudos das linguagens por meio da publicidade, do ponto de vista teórico prático. As aulas contam com material didático e de fácil compreensão. As atividades práticas serão desenvolvidas individualmente e em grupos, com o intuito de ampliar a capacidade de compreensão dos estudos da comunicação, linguagem e suas funções, contando com o auxílio da publicidade e da propaganda como base para o estudo, utilizando cases de sucesso e campanhas em diferentes plataformas e mídias, além de introduzir o conhecimento sobre escrita criativa e redação publicitária.

Conteúdo:

- Elementos da Comunicação
- Comunicação e Linguagem
- Tipografias, linguagens visual e verbal
 - As Funções da Linguagem
 - A Publicidade e a Propaganda
- Como a publicidade comunica?
- A força da linguagem publicitária
 - Marcas, Produtos, Serviços e Publicidade
 - A mensagem publicitária
- Estudando cases de sucesso
- Como se comunicar nas diferentes plataformas e mídias
- Publicidade 2.0
 - Os apelos da linguagem publicitária.
- Como destruir barreiras psicológicas na publicidade
- Persuasão e manipulação de informações em publicidade e propaganda.
 - Storytelling

- Redação Publicitária e Escrita Criativa
- O poder da palavra.
- Sedução pelo texto e pela narrativa.
 - Os arquétipos
- Jung e o Inconsciente coletivo
- Os arquétipos primordiais



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO, CULTURA E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS
NÚCLEO DE ENSINO DE LÍNGUAS

- Histórias e arquétipos.
- Como construir histórias e marcas inesquecíveis utilizando o poder dos arquétipos.

Público-alvo: Comunidade UEMS (docentes, acadêmicos, funcionários), estudantes de outras instituições, pós-graduandos, público em geral.

Período de Realização: março a maio de 2020

Horário: Sábados das 13h às 16h

Local: Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Campus Campo Grande/MS
Av. Dom Antônio Barbosa, 4155 - Vila Santo Amaro, Campo Grande – MS
Bloco C – Letras

Frequência Mínima para certificação: 75%

Média de aprovação para certificação: 6,0

Carga Horária: 30h

Material Didático: Apostila e slides elaborados pelo professor

Número de vagas:

Mínimo 5 vagas

Máximo 20 vagas

Idade mínima: 14 anos

Coordenação: Prof^a. Dr^a. Aline Saddi Chaves

Ministrante:

Renan Dalago

Possui bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Ensino Superior de Maringá - UniCesumar (2011-2015). Cursa Licenciatura em Letras - Português/Espanhol e suas Literaturas na Universidade Estadual do Mato Grosso do Sul (UEMS) Campus de Campo Grande/MS (2017-2020). Possui especialização em Comunicação, Semiótica e Linguagens Visuais pela Universidade Braz Cubas – São Paulo/SP (2018-2019). Foi aluno especial da disciplina de Semiótica: Desenvolvimentos pelo Mestrado de Estudos de Linguagens (UFMS) e Historiografia da Língua Portuguesa pelo Mestrado de Letras (UEMS). Atuou como Diretor de Arte da Insight Propaganda (São Paulo/SP). Atua como assistente de marketing e publicidade para na Solabia Biotecnológica França-Brasil. Tem experiência na área de comunicação com ênfase em mídias sociais, redação publicitária, marketing, edição de imagens e storytelling. Produz pesquisas nos seguintes temas: sociolinguística, semiótica peirciana, semiótica greimasiana, arquétipos junguianos aplicados à construção de marcas e personagens em literatura e cinema, adaptação cinematográfica e roteiro de cinema.

Link para currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0417113991344599>

Bibliografia básica

BARFOOT, C. *Fundamentos da publicidade criativa*. Porto Alegre : Bookman, 2010

BORDENAVE, J. E. D. *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 1997.



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO, CULTURA E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS
NÚCLEO DE ENSINO DE LÍNGUAS

CARRASCOZA, J. A. *Estratégias Criativas da Publicidade: Consumo e Narrativa Publicitária*. Estação das Letras, 2015.

FIGUEIREDO, C. *Redação publicitária – sedução pela palavra*. São Paulo : Cengage Learning, 2012.

GUIMARÃES, T. C. *Comunicação e Linguagem*. São Paulo : Pearson Universidades, 2011.

JAKOBSON, R. *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1976.

KOTLER, P. *Marketing 2.0*. Rio de Janeiro : Sextante, 2017.

PEASON, C. MARK, M. *O herói e o fora da lei: como construir marcas extraordinárias utilizando o poder dos arquétipos*. Tradução Merle Scoss. São Paulo : Cultrix, 2017

RANDAZZO, S. *A criação de mitos na publicidade: como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*. Tradução de Mario Fondelli. 2ª edição. Rio de Janeiro : Rocco, 1996

SANTAELLA, L. *Linguagens Líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, L. NOTH, Winfried. *Estratégias semióticas da publicidade*. São Paulo : Cengage Learning, 2011.

XAVIER, A. *Storytelling – histórias que deixam marcas*. Rio de Janeiro: BestSellers, 2015.

VOGLER, C. *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores*. Tradução de Ana Maria Machado. 2ª edição. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1998.