



## Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.  
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620  
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia  
Site: [www.fat.edu.br](http://www.fat.edu.br) E-mail: fat@fat.edu.br  
CGC: 01.149.432/0001-21

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

CURSO	ANO LETIVO
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA	2015.2
CÓDIGO	DISCIPLINA
PUB001	LÍNGUA PORTUGUESA I
CARGA HORÁRIA	SEMESTRE DE OFERTA
72H	1º

### EMENTA

O papel da língua e da linguagem. Comunicação verbal. Estudo e aplicação de conceitos linguísticos elementares. Técnicas de comunicação oral e escrita. A criatividade na interpretação e produção de textos.

### OBJETIVOS

**Objetivo Geral:** Subsidiar o aluno para ele perceber e entender a importância que a língua e os fenômenos da mesma desempenham em todo o processo de comunicação, de modo que o discente reconheça, pois, a necessidade do conhecimento da língua materna para o exercício de qualquer profissão.

**Objetivos Específicos:**

- Discutir questões referentes à linguagem e à respectiva utilização da mesma.
- Reconhecer as diferentes modalidades de texto.
- Ler criticamente diferentes textos.
- Fornecer elementos à utilização da norma linguística adequada às diversas situações de comunicação.
- Acionar mecanismos de estruturação da linguagem através da gramática do texto, bem como das articulações sintáticas e semânticas de tudo que se produz em nível de conhecimento/informação acerca de locutor-interlocutor.

- Exercitar técnicas de redação que levem em consideração não só a correção da gramática normativa, mas também que deem ênfase à produção de textos criativos.
- Estudar o papel articulador de elementos coesivos e coerentes no texto para se compreenderem os argumentos existentes enquanto técnicas persuasivas.

### **PERFIL DO EGRESSO**

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

01. Eu, o Outro, o novo contexto: univers (o) idade
02. Linguagem e Língua nos processos de Comunicação Humana
  - Signo Linguístico
  - Língua Oral e Língua Escrita
  - Registro formal e registro informal
  - Variações Linguísticas
03. Funções da Linguagem
04. Estudos sobre a Língua Padrão:
  - Ortografia
  - Acentuação Gráfica
  - Pontuação
  - Concordâncias Verbal e Nominal
  - Regências Verbal e Nominal
  - Crase
05. Técnicas de comunicação escrita
06. O ato de ler: leitura e construção de sentido.
  - Leitura de diferentes modalidades textuais: textos imagéticos, propagandas, crônicas, poemas, artigos, resumos, resenhas, relatórios, cartas, notícias.
07. Texto denotativo e texto conotativo.
08. Texto e Textualidade: intencionalidade, aceitabilidade, informatividade, coesão, coerência, intertextualidade.

#### 09. Argumentação

- Análise da estrutura da monografia
- Paragrafação
- Análise e produção de textos

#### 10. Juízo de fato e juízo de valor

#### 11. Análise e reflexão sobre a língua

10. Estudo de fatos linguísticos a partir dos textos lidos e de dificuldades evidenciadas.

11. Léxico – contexto e significado: a fala do outro: discurso direto/indireto – implicações sintáticas, marcas gráficas; marcas linguísticas no texto dissertativo/argumentativo; pontuação, crase, concordância, regência.

#### 12. Persuasão.

### **METODOLOGIA**

1. Aula Expositiva.
2. Leitura, análise e comentário de textos.
3. Exercícios de expressão oral.
4. Produção de textos.
5. Trabalhos individuais e em grupo.
6. Apreciação e discussão de vídeos.

### **AVALIAÇÃO**

A avaliação deverá ser um processo contínuo e abrangente de leituras, análises e produções de textos; apresentação de seminários; exposição e análise crítica de filmes, campanhas publicitárias; provas escritas.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

1. ABAURRE, Maria Luíza M. e ABAURRE, Maria Bernadete M. *Produção de Texto. Interlocução e Gênero*. São Paulo. Ed. Moderna. 2012.
2. BLIKSTEIN, Izidoro. *Técnicas de Comunicação Escrita*. Série Princípios. São Paulo. Editora Ática, 2007.
3. CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. Série Princípios. Ed. Ática. 2007.
4. CHALUB, Samira. *Funções da Linguagem*. Série Princípios. São Paulo. Editora Ática, 2007.
5. FREIRE, Paulo. *A Importância do Ato de Ler*. São Paulo. Cortez Editora, 2005.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. CHAMADOIRA, João B. Neto, RAMADAN, Maria I. Busnado. **Pensando e escrevendo**. São Paulo: 2002./
2. CEGALLA, Domingos Paschoal. *Novíssima Gramática da Língua Portuguesa*. São Paulo. Companhia Editora Nacional. 2008
3. COSTA VAL, Maria. da Graça. **Redação e textualidade**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004./
4. FARACO, Carlos A.; TEZZA, Cristóvão. **Prática de texto**: língua portuguesa
5. FÁVERO, Leonor Lopes. **Coesão e Coerência Textuais**. 9 ed. São Paulo. Ática. 2003 (Coleção princípios). /
6. KLEIMAN, Ângela B. *Oficina de Leitura: Teoria e Prática*. Campinas: Unicamp. 1993.
7. KOCH, Ingedore G. Villaça. *A Coerência Textual*. 5ed. São Paulo: Contexto 1993.
6. KOCH, Ingedore Villaça e ELIAS, Nanda Maria. *Ler e Compreender os sentidos do Texto*. São Paulo. Editora Contexto. 2010.
7. MAINGUINEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo. Editora Cortez. 2005;
8. MANDRYK, David e FARACO, C. Alberto. *Prática de Redação para Estudantes Universitários*. São Paulo. Editora Vozes. 1987.
9. POLITO, Reinaldo. *Superdicas para falar bem*. São Paulo. Editora Saraiva. 2009.
10. TERRA, Ernani. *Linguagem, Língua e Fala*. São Paulo. Editora Scipione, 2010.
11. TERRA, Ernani. *Curso Prático de Gramática*. São Paulo. Editora Ática, 2012.

**COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA**