



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

PLANO DE ENSINO

Universidade Federal do Espírito Santo (unidade): Campus Goiabeiras			
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento responsável: Comunicação Social			
Data de aprovação (art.nº91): 18/06/2018			
Docente Responsável: Júlio Cesar M. Silva (jcms1506@gmail.com - 27-999464409)			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/2106823079702838			
Disciplina: TPPME - RÁDIO (TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS - RÁDIO)		Código: COS 04862	Semestre: 2018/2
Pré-requisito: Não consta			Carga Horária Semestral 60h
Créditos:	Distribuição da carga horária semestral - T.E.L. (conf. currículo)		
1	30	30	0

EMENTA:
Manipulação dos códigos sonoros utilizados na criação da mensagem publicitária para rádio. Criação, análise e crítica de anúncios radiofônicos. Criatividade e adequação técnica da produção de anúncios radiofônicos aos objetivos da publicidade e propaganda.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:
Proporcionar ao aluno um contato com os principais elementos da linguagem do rádio, aplicando-os na produção de textos publicitários (spots, jingles, vinhetas, chamadas de programas). Estimular o aluno a desenvolver um senso crítico sobre a linguagem do meio sonoro (não limitado somente ao rádio) e das demandas de mercado, aplicando esses conhecimentos de modo a elaborar textos capazes de adequar a mensagem publicitária ao contexto de produção sonora para diversas plataformas (incluindo o Rádio) local, nacional e online.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: Unidade I - Introdução e conceituação Meios sonoros e linguagem sonora A oralidade na Cultura; a evolução da linguagem sonora; o surgimento dos meios de comunicação sonoros; o surgimento do rádio e a produção de comerciais para meios sonoros; Radio broadcast e Webradio. O texto publicitário para o rádio e outras mídias sonoras Formatos e linguagens do spot publicitário; estrutura do texto publicitário para rádio; O texto para ser ouvido: elementos da linguagem radiofônica aplicados à mensagem publicitária; a noção de tempo no spot publicitário; o reforço da mensagem no texto para rádio; O spot publicitário de varejo; o jingle. Unidade II - Técnicas e estilos de produção Composição das peças sonoras (fonogramas) Música e propaganda; as relações entre texto e trilha sonora; o papel dos efeitos sonoros na construção da paisagem sonora; o ritmo na peça publicitária a partir do uso criativo do texto e dos efeitos sonoros; marcações textuais para a locução e entonação. Tipos e formatos especiais de peças publicitárias para meios sonoros A assinatura musical para o cliente/produto; Vinhetas, foguetes e teasers; Testemunhais; Documentais e/ou informativos; instrucionais; Radioteatro e Radionovela; Podcasting. Unidade III - Exercícios de Criação e de produção de roteiros Exercícios de criação e roteirização para diversos estilos de fonograma para mídia sonora. Exercício 1 (E01) - Adaptação de uma piada inserindo merchandising Exercício 2 (E02) - Criação e roteirização de spot comercial Exercício 3 (E03) - Criação e roteirização de Infomercial 2" de produto (surreal/nonsense) Exercício 4 (E04) - Criação e roteirização spot com narrativa sonora, não verbal. Exercício 5 (E05) - Criação e roteirização de peça publicitária de cunho instrucional/didático Exercício 6 (E06) - Radionovela 3 capítulos
METODOLOGIA: Produção de textos para peças publicitárias para rádio (individuais ou em grupo): spots, jingles, vinhetas, chamadas, testemunhais, radionovela, radioteatro e rádio documentário. Os textos serão gravados na disciplina Prod. Publicitária em Rádio.
CRITÉRIOS/PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM: A avaliação da aprendizagem se dará por meio da análise dos roteiros das peças publicitárias criadas gravadas ou não. a nota final será atribuída ao grupo, e por extensão aos seus componentes. A nota será assim composta: 40% avaliação do professor; 40% Avaliação dos alunos de todos os trabalhos exceto o de seu grupo; 20% cumprimento dos requisitos de cada trabalho.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:
BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos : os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.
BIGAL, Solange. O que é criação publicitária: ou o estético na Publicidade . São Paulo: Nobel, 1999. 104 p.
FERRARETO, L. A. & KOPLIM E. Técnica de Redação Radiofônica . Sagra.
MARTINS, Jorge R. Redação publicitária: Teoria e prática . São Paulo: Atlas, 1997.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:
SIMÕES, Roberto. “Do pregão ao Jingle” . In CASTELO BRANCO Renato et al. História da propaganda no Brasil. São Paulo: T. A. Queiroz, 1990.
SANTAELLA, Lúcia. Semiótica Aplicada . São Paulo: Thomsom, 2002. 186 p.
MEDEIROS, Marcello Santos de. “Podcasting: Produção descentralizada de conteúdo sonoro” . In Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2005.
CARRASCOZA, João Anzanelo. A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade . 3.ed. São Paulo: Futura, 2002. 186 p.
MCLEISH, Robert. Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica . São Paulo: Summus, 2001.

CRONOGRAMA	
Aula 01	Aula expositiva - apresentação do programa, formação de grupos de trabalho.
Aula 02	Aula exposit. - Unid I - Introdução e conceituação - Meios sonoros e linguagem sonora - Parte 1/2
Aula 03	Aula exposit. - Unid I - Introdução e conceituação - O texto publicitário para o rádio - 2/2
Aula 04	Aula exposit. - Unid II - Técnicas e estilos de produção - Composição das peças sonoras (fonogramas)
Aula 05	Aula exposit. - Unid II - Técnicas e estilos de produção - Tipos e formatos especiais de peças publicitárias para meios sonoros
Aula 06	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E01)
Aula 07	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E02)
Aula 08	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E03)
Aula 09	Aula prática - Unid.III - análise, discussão e avaliação do exercício de criação e roteirização - (E01, E02 e E03)
Aula 10	Apresentação e avaliação dos trabalhos 1, 2 e 3
Aula 11	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E04)
Aula 12	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E05)
Aula 13	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E06)
Aula 14	Aula prática - Unid.III - análise, discussão e avaliação do exercício de criação e roteirização - (E04, E05 e E06)
Aula 15	Apresentação e avaliação final dos trabalhos