



Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes – Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

2017/01

PROGRAMA DE DISCIPLINA

COS 04862

TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS
ELETRÔNICOS: RÁDIO

4º período

Carga Horária Total 60h	Créditos 03	Distribuição da Carga Horária Semanal		
		Teoria	Exercício	Laboratório
Turma: 01		2h	2h	0h

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. Redação publicitária para rádio.

OBJETIVOS

Geral: Redigir peças publicitárias para rádio. **Específicos:** Conhecer a história da publicidade radiofônica brasileira. Compreender os diferentes formatos e suportes da publicidade radiofônica contemporânea. Produzir textos publicitários radiofônicos adequados a diferentes públicos-alvo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade 1 – Breve história da publicidade radiofônica no Brasil: de 1922 à contemporaneidade. Transformações na publicidade em decorrência da evolução tecnológica, do crescimento e pluralidade do público e das mudanças econômicas, políticas e sociais.

Unidade 2 – O texto publicitário radiofônico. Gêneros, formatos e estratégias criativas para a elaboração de textos publicitários para mídias sonoras. Do spot à rádio customizada.

Unidade 3 – Criação de uma rádio customizada. Definição de cliente, público-alvo e roteirização.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos:** os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

CARRASCOZA, João Anzanel o. **Razão e sensibilidade no texto publicitário.** São Paulo: Futura, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AITCHISON, Jim. **A propaganda de rádio do século XXI.** São Paulo: Bossa Nova, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. “Rádios corporativas e customizadas: novos atores no mercado da radiodifusão sonora”. São Paulo: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, ano 12, número 22, 1º sem. 2015. Disponível em :

<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/856/618>

KLOCKNER, Luciano. “O Repórter Esso chega ao Brasil” in **O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história.** Porto Alegre: AGE/Edipucrs, 2011. Pp.55 – pp.76. Disponível em:

https://books.google.com.br/books?id=1ON_nu5ejHsC&lpg=PA13&dq=o%20rep%C3%B3rter%20esso%20hega%20ao%20brasil&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q=o%20rep%C3%B3rter%20esso%20chega%20ao%20brasil&f=false

REIS, Clóvis. “A evolução histórica da publicidade radiofônica no Brasil (1922-1990)”. Florianópolis: II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2004. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/2o-encontro-2004->

[1/A%20evolucao%20historica%20da%20publicidade%20radiofonica%20no%20Brasil%20-1922-1990.doc](#)

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 3ª ed. São Paulo: Loyola, 2003.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

As avaliações ocorrerão em três etapas ao longo do período:

1. Avaliação teórica individual dissertativa (Unidade 1). Peso 1
2. Produção de textos publicitários radiofônicos – roteiros. O aluno poderá selecionar 5 (cinco) produções para avaliação, produzidas individualmente ou em dupla. Peso 1
3. Criação/roteirização de programas para rádio customizada. Atividade em grupo. Peso 1

METODOLOGIA

As aulas se dividirão entre atividades teóricas, que compreendem a leitura e discussão da bibliografia indicada, e práticas, com a produção de textos publicitários radiofônicos com diferentes formatos e objetivos. Também serão utilizados recursos audiovisuais, palestras e visitas técnicas.

PLANEJAMENTO

(03/04) Apresentação do programa de disciplina.

(06/04 a 24/04) Unidade 1 - Breve história da publicidade radiofônica no Brasil: de 1922 à contemporaneidade.

Bibliografia de apoio:

REIS, Clóvis. “A evolução histórica da publicidade radiofônica no Brasil (1922-1990)”. Florianópolis: II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2004. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/2o-encontro-2004-1/A%20evolucao%20historica%20da%20publicidade%20radiofonica%20no%20Brasil%20-1922-1990.doc>

KLOCKNER, Luciano. “O Repórter Esso chega ao Brasil” *In O Repórter Esso: a síntese radiofônica mundial que fez história*. Porto Alegre: AGE/Edipucrs, 2011. pp.55 – pp.76. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=1ON_nu5ejHsC&lpg=PA13&dq=o%20rep%C3%B3rter%20esso%20chega%20ao%20brasil&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q=o%20rep%C3%B3rter%20esso%20chega%20ao%20brasil&f=false

Vídeos:

“90 anos de rádio no Brasil”, Observatório da Imprensa. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_0s3Y-Mtibg

“A era do Rádio”, Woody Allen

(27/04 a 22/06) Unidade 2 – O texto publicitário radiofônico.

Bibliografia de apoio:

AITCHISON, Jim. **A propaganda de rádio do século XXI**. São Paulo: Bossa Nova, 2009.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Razão e sensibilidade no texto publicitário**. São Paulo: Futura, 2004.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. “Rádios corporativas e customizadas: novos atores no mercado da radiodifusão sonora”. São Paulo: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, ano 12, número 22, 1º sem. 2015. Disponível em:

<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/856/618>

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo na publicidade**. 3ª ed. São Paulo: Loyola, 2003.

(26/06 a 24/07) Unidade 3 – Criação de uma rádio customizada. Atividade em grupo.

PROFESSOR(A): **Janaina Leite** – janainaleite@hotmail.com

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2766374401689663>