



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 28 de janeiro de 2022			
Docente Responsável: Ana Karina Oliveira			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7995013078449341			
Disciplina: Produção Publicitária em Rádio			Código: COS 04863
Pré-requisito:	Não possui		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30h	30h	
EMENTA			
Técnicas de redação e produção para rádio. Estudo teórico e prático sobre a publicidade no rádio brasileiro. Jingles e spots. Contato direto com emissoras de rádio locais e estatais. Trabalho em laboratório. Alternativas não comerciais de produção publicitária para rádio.			
OBJETIVOS			
<ul style="list-style-type: none">- Capacitar o aluno a compreender a natureza e a finalidade das peças publicitárias sonoras, tal como o uso adequado do texto, da música e dos efeitos sonoros;- Estimular o aluno a produzir peças sonoras que respeitem as características da percepção auditiva e sonora;- Estimular a capacidade de cada indivíduo para criar peças publicitárias que sejam adequadas ao briefing, de produção viável, respeitadas as limitações de tempo e verba;- Estimular as capacidades dos alunos para uso adequado e criativo dos recursos e possibilidades do meio sonoro;- Capacitar o aluno a analisar criticamente peças publicitárias sonoras.			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
UNIDADE 1 - RÁDIO E PUBLICIDADE			
1.1. Breve histórico do rádio			
1.2. Linguagem do rádio			
1.3. O rádio como veículo publicitário			
1.4. Rádio, digitalidade e tendências			
UNIDADE 2 - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO			
2.1. Spot			
2.2. Jingle			
2.3. Outros formatos de mídia sonora			
2.4. Gravação e edição			

2.5. Direção de produção

UNIDADE 3 - PRÁTICA DE PRODUÇÃO

3.1. Briefing

3.2. Roteiro

3.3. Redação

3.4. Ferramentas e recursos

3.5. Gravação

3.6. Edição

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GALHARDI, Luciana P.; TREVISAN, Nanci M. **Redação publicitária**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

HAUSMAN, Carl et al. **Rádio: produção, programação e performance**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

KAPLÚN, Mario. **Produção de programas de rádio**. Do roteiro à direção. Florianópolis: Editora Insular, 2017.

SILVEIRA, Guaracy Carlos et al. **Novas linguagens do rádio**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARRASCOZA, João Anzanelo. **A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade**. 3ª ed. São Paulo: Futura, 2002. 186 p.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: Sedução pela palavra**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

MARTINS, Zéca. **Redação publicitária - A prática na prática**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2013. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

MELLO VIANNA, Graziela V. G. **Imagens sonoras no ar: a sugestão de sentido na publicidade radiofônica**. Tese (Doutorado). Área de concentração: Estudo dos meios e da produção midiática. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2009. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-09092009-120319/pt-br.php>.

RADDATZ, Vera Lucia S. et al. **Rádio no Brasil: 100 anos de história em (re)construção**. Ijuí, RS: Editora Unijuí, 2020. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

SANT'ANNA, Armando; ROCHA JUNIOR, Ismael; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015. (BIBLIOTECA DIGITAL – MINHA BIBLIOTECA)

SOARES, Rodolfo Dantas. **A publicidade radiofônica em busca de uma nova configuração**. Dissertação (Mestrado). Área de concentração: Comunicação Social. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006. Disponível em: <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/761>.

METODOLOGIA

Aulas síncronas semanais com duração de 2h (quartas-feiras, das 7h às 9h), pelo Google Meet. Aulas teórico-discursivas, orientações e suporte para desenvolvimento das atividades assíncronas. Pesquisa, seminários e exercícios de análise. Proposta de trabalhos práticos, como criação e produção de peças publicitárias radiofônicas.

Os materiais de referência para as aulas síncronas e assíncronas (textos, vídeos, entrevistas, aulas gravadas etc.), tal como os roteiros dos trabalhos, serão postados na plataforma Google Sala de Aula, por onde, também, os trabalhos serão entregues, avaliados e devolvidos. A plataforma também servirá como canal de comunicação

com a turma. Um grupo de Whatsapp também será proposto para uma comunicação mais dinâmica.

CRITÉRIOS/PROCESSOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

As metodologias de avaliação serão assim divididas:

- 10% da nota em presença, pontualidade e participação (individual) nos encontros síncronos.
- 90% da nota em atividades assíncronas individuais e em grupo.

A frequência dos alunos será verificada tanto pela presença nos momentos síncronos como pela resposta às atividades e acesso aos materiais dentro dos prazos previstos. Para ser aprovado, o estudante deve obter mais de 75% de presença.

O estudante que tenha presença suficiente para passar, mas não atingir a nota ao final das atividades poderá fazer a prova de recuperação final.

CRONOGRAMA

Aula	Dia	Conteúdo
1	26/01	- Abertura da disciplina e apresentações pessoais - Apresentação da disciplina e do plano de ensino - Combinados de trabalho: horários, canais de comunicação, atividades síncronas e assíncronas, distribuição de pontos
2	02/02	UNIDADE 1 - RÁDIO E PUBLICIDADE 1.1. Breve histórico do rádio 1.2. Linguagem do rádio
3	05/02	[Sábado letivo - Atividades assíncronas] UNIDADE 1 - RÁDIO E PUBLICIDADE 1.3. O rádio como veículo publicitário
4	09/02	UNIDADE 1 - RÁDIO E PUBLICIDADE 1.4. Rádio, digitalidade e tendências
5	12/02	[Sábado letivo - Atividades assíncronas] UNIDADE 1 - RÁDIO E PUBLICIDADE Atividade Unidade 1
6	16/02	UNIDADE 2 - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO 2.1. Spot 2.2. Jingle 2.3. Outros formatos de mídia sonora
7	19/02	[Sábado letivo - Atividades assíncronas] UNIDADE 2 - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO 2.1. Spot 2.2. Jingle 2.3. Outros formatos de mídia sonora
8	23/02	UNIDADE 2 - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO 2.4. Gravação e edição 2.5. Direção de produção
-	02/03	FERIADO QUARTA-FEIRA DE CINZAS
9	05/03	[Sábado letivo - Atividades assíncronas] UNIDADE 2 - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO Atividade Unidade 2
10	09/03	UNIDADE 3 - PRÁTICA DE PRODUÇÃO 3.1. Briefing 3.2. Roteiro
11	12/03	[Sábado letivo - Atividades assíncronas] UNIDADE 3 - PRÁTICA DE PRODUÇÃO 3.3. Redação
12	16/03	UNIDADE 3 - PRÁTICA DE PRODUÇÃO 3.4. Ferramentas e recursos Retorno sobre roteiros e textos e orientações para gravação e edição
13	19/03	[Sábado letivo - Atividades assíncronas] UNIDADE 3 - PRÁTICA DE PRODUÇÃO 3.5. Gravação
14	23/03	UNIDADE 3 - PRÁTICA DE PRODUÇÃO

		3.6. Edição Orientações para apresentação do trabalho final
15	30/03	Apresentação do trabalho final

Professora: Ana Karina Oliveira

Email: ana.kc.oliveira@ufes.br