



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):  
18/12/2017

Docente Responsável:  
**Júlio Cesar M. Silva** ([jcms1506@gmail.com](mailto:jcms1506@gmail.com) - 27-999464409)

Qualificação / link para o Currículo Lattes:  
<http://lattes.cnpq.br/2106823079702838>

|   |                             |                            |
|---|-----------------------------|----------------------------|
| Disciplina:<br><b>TPPME - RÁDIO</b><br><b>(TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS - RÁDIO)</b> | Código:<br><b>COS 04862</b> | Semestre:<br><b>2018/1</b> |
|---|-----------------------------|----------------------------|

|                                     |                                       |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Pré-requisito:<br><b>Não consta</b> | Carga Horária Semestral<br><b>60h</b> |
|-------------------------------------|---------------------------------------|

| 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.

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

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

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