



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

**PLANO DE ENSINO**

**Universidade Federal do Espírito Santo (unidade):**  
Campus Goiabeiras

**Curso:**  
Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

**Departamento responsável:**  
Comunicação Social

**Data de aprovação (art.nº91):**  
07/10/2024

**Docente Responsável:**  
Júlio Cesar M. Silva (jcms1506@gmail.com – 27- 999464409)  
Yasmin Gatto (yasmin.cardoso@ufes.br)

**Qualificação / link para o Currículo Lattes:**  
<http://lattes.cnpq.br/2106823079702838> (Júlio)  
<https://lattes.cnpq.br/9667432414520706> (yasmin)

<b>Disciplina:</b> TPPME - RÁDIO (TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS - RÁDIO)	<b>Código:</b> COS 04862	<b>Semestre:</b> 2024/2
---	-----------------------------	----------------------------

<b>Pré-requisito:</b> NÃO CONSTA	<b>Carga Horária Semestral</b> 60h
-------------------------------------	---------------------------------------

<b>Créditos:</b>	<b>Distribuição da carga horária semestral - T.E.L. (conf. currículo)</b>		
	1	30	30

**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.

## METODOLOGIA:

Aproximadamente 50% da carga horária será utilizada para a produção de textos e outros 50% em atividades práticas de gravação em estúdio na disciplina de Produção Publicitária em Rádio.

A criação de roteiros deverão ser realizadas durante ou após o horário de aula. As atividades de gravação e de edição serão realizadas em grupos em horários pré-determinados para cada grupo.

## 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, ou seja a nota de cada aluno é a mesma do grupo.

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

<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 - - O texto publicitário para o rádio
<b>Aula 03</b>	Aula exposit. - Unid II - Técnicas e estilos de produção - Composição das peças sonoras (fonogramas) - Tipos e formatos especiais de peças publicitárias para meios sonoros
<b>Aula 04</b>	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E01)
<b>Aula 05</b>	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E02)
<b>Aula 06</b>	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E03)
<b>Aula 07</b>	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E04)
<b>Aula 08</b>	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio – Trabalho2: Captação/Edição de áudio: <b>G3</b> – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: <b>G4</b> – 10 às 12h
<b>Aula 09</b>	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio – Trabalho2: Captação/Edição de áudio: <b>G1</b> – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: <b>G2</b> – 10 às 12h
<b>Aula 10</b>	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio – Trabalho3: Captação/Edição de áudio: <b>G3</b> – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: <b>G4</b> – 10 às 12h
<b>Aula 11</b>	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio – Trabalho3: Captação/Edição de áudio: <b>G1</b> – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: <b>G2</b> – 10 às 12h
<b>Aula 12</b>	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio – Trabalho4: Captação/Edição de áudio: <b>G3</b> – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: <b>G4</b> – 10 às 12h
<b>Aula 13</b>	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio – Trabalho43: Captação/Edição de áudio: <b>G1</b> – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: <b>G2</b> – 10 às 12h
<b>Aula 14</b>	Aula prática – Finalização da edição dos trabalhos
<b>Aula 15</b>	Apresentação e julgamento dos trabalhos