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):
20/07/2026

Docente Responsável:
Júlio Cesar M. Silva (jcms1506@gmail.com – 27- 999464409)

Qualificação / link para o Currículo Lattes:
http://lattes.cnpq.br/2106823079702838 (Júlio)

Disciplina:	**Código:**	**Semestre:**
PPR - PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO	COS 04863	**2026/2**

Pré-requisito:	**Carga Horária Semestral**
Não consta	60h

Créditos:	**Distribuição da carga horária semestral - T.E.L. (conf. currículo)**		
1	0	0	60

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 ESPECÍFICOS:

1. Capacitar o aluno a compreender a natureza e finalidade das peças publicitárias sonoras, o uso adequado do texto, música e efeitos sonoros;

2. A entender que a produção de mensagens para o meio sonoro deve independer das circunstâncias atuais de veiculação e/ou exibição;

3. Estimular o aluno Produzir peças sonoras que respeitem as características da percepção auditiva e sonora.

4. 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, através do ensino sistemático das diversas técnicas de produção e edição de áudio em estúdio.

5. Estimular as capacidades criativas, dos alunos, para usarem adequadamente e criativamente os recursos e possibilidades do meio sonoro.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Unidade I - Conceituação e definições

INTRODUÇÃO E HISTÓRICO:

O meio Rádio. O Produtor de RTVC e/ou Produtor de áudio. Tipos de peças publicitárias para exibição em rádio. Análise comparativa entre peças publicitárias para rádio. O briefing. Um breve histórico do Rádio. O nascimento da publicidade no Rádio. Os Jingles. O papel do produtor musical. Produção de áudio em publicidade. A direção de produção. Locução. A dublagem.

Unidade II - Fundamentação teórica

SOM, ACÚSTICA E ÁUDIO: BREVE INTRODUÇÃO

Som como fenômeno físico. Transdutores. Ondas sonoras. Notas musicais e freqüência. Tom, timbre e intensidade. Reverberação, delay e Eco.

EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DA GRAVAÇÃO DE ÁUDIO

Gravação multipistas analógica e seus diversos formatos. Vantagens e desvantagens de cada um. Cenários futuros. Padrões e formatos de armazenamento: Analógicos; Digitais lineares e não-lineares.

ASPECTOS TÉCNICOS DA PRODUÇÃO DE ÁUDIO

Os papéis distintos entre produtores e exibidores de mensagens. Captação, gravação e reprodução do sinal de áudio. Edição e masterização no domínio digital.

Unidade III - Produção de áudio em estúdio:

Técnicas de produção de áudio: captação, processamento e edição.

Trabalhos Práticos de gravação e edição de peças publicitárias sonoras em estúdio.

METODOLOGIA:

As aulas serão presenciais com atendimento de dois grupos de até 6 alunos (cada) por vez.
Na primeira parte será dado um treinamento para operação de equipamentos e software de gravação e edição de áudio.
Na segunda parte serão apenas atividades práticas de gravação e edição.

CRITÉRIOS/PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM:

A avaliação será feita através da audição, análise e julgamento dos trabalhos produzidos, de acordo com os critérios de criação (roteiro), produção (captação), processamento e edição de peças publicitárias sonoras.
O julgamento dos trabalhos será individual (cada aluno julga os trabalhos de todos os grupos menos o do seu). A composição da nota final será a seguinte: 40% avaliação do professor; 40% avaliação dos alunos e 20% pelo cumprimento dos requisitos de cadas trabalho;
Estão previstas atividades para a gravação e edição de até 5 trabalhos por grupo, dependendo da velocidade de aprendizado prático dos alunos.
Ocorrerá uma avaliação durante o semestre e ao final da produção dos trabalhos durante o semestre, sendo uma por cada trabalho efetivamente realizado.
A participação na avaliação é obrigtória e vale 0,7 pts acrescentados à media final; Isso significa que ao não participar da apresentação e avaliação coletiva, o aluno é penalizado apenas com a respectiva ausência na aula.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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.

FERRARETO, L. A & KOPLIM E. **Técnica de Redação Radiofônica**. Sagra.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

JOHNSON, Steven. **Cultura da interface:** como o computador transforma a nossa maneira de criar e comunicar. Trad. Maria Luísa X. de A. Borges; revisão técnica, Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. 190 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.

RODRIGUEZ, Ángel. **A dimensão sonora da linguagem audiovisual.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. 344 p. ISBN 85-7359-500-0.

RATTON, Miguel. **Criação de música e sons no computador: uma abordagem prática para utilização do computador em aplicações musicais.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus,1995.204 p.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Thomsom, 2002. 186 p.

TEIXEIRA Jr., Sérgio. **MP3: a revolução da música digital.** Tradução: Rosângela Dantas. São Paulo: Abril, 2002. (Coleção para saber mais – Superinteressante). 102 p.

VALLE, Sólon do. **Microfones**: Tecnologia e aplicação. 1ª ed. Rio de Janeiro: Música & Tecnologia, 1997. 80 p.

CRONOGRAMA

Aula 01	Apresentação do plano de ensino - apresentação da metodologia de ensino e de avaliação. Formação dos grupos de produção.
Aula 02	Aula expositiva - Unidade I - Conceituação e definições : Introdução e histórico - Os papéis distintos entre produtores e exibidores de mensagens. Som, acústica e áudio: Breve introdução;
Aula 03	Aula expositiva - Unidade II- Fundamentação teórica das técnicas de produção de áudio :
Aula 04	Aula expositiva - Unidade III- Produção de áudio em estúdio Técnicas e procedimentos; preparação para aulas práticas de gravação e edição
Aula 05	Treinamento em Gravação de áudio - Parte 1 – para o trabalho 1 (**T1**) Neste dia atendimento aos Grupos: **1º grupo** 8 às 10 – **2º grupo**; 10 às 12
Aula 06	Treinamento em Gravação de áudio - Parte 1 – para o trabalho 1 (**T1**) Neste dia atendimento aos Grupos: **1º grupo** 8 às 10 – **2º grupo**; 10 às 12
Aula 07	Treinamento em Edição de áudio - Parte 2 – para o trabalho 1 (**T1**) Neste dia atendimento aos Grupos: **1º grupo** 8 às 10 – **2º grupo**; 10 às 12
Aula 08	Treinamento em Edição de áudio - Parte 2 – para o trabalho 1 (**T1**) Neste dia atendimento aos Grupos: **1º grupo** 8 às 10 – **2º grupo**; 10 às 12
Aula 09	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio : Captação/Edição de áudio: **1º grupo** – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: **2º grupo** – 10 às 12h
Aula 10	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio: Captação/Edição de áudio: **1º grupo** – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: **2º grupo** – 10 às 12h
Aula 11	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio: Captação/Edição de áudio: **1º grupo** – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: **2º grupo** – 10 às 12h
Aula 12	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdi: Captação/Edição de áudio: **1º grupo** – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: **2º grupo** – 10 às 12h
Aula 13	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio: Captação/Edição de áudio: **1º grupo** – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: **2º grupo** – 10 às 12h
Aula 14	Aula prática presencial - Produção de áudio em estúdio: Captação/Edição de áudio: **1º grupo** – 8 às 10h Captação/Edição de áudio: **2º grupo** – 10 às 12h
Aula 15	Aula prática – Finalização da edição dos trabalhos