



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

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Publicidade e Propaganda			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b>			
<b>Docente Responsável:</b> Hervacy Brito			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/0586909324787046">http://lattes.cnpq.br/0586909324787046</a>			
<b>Disciplina:</b> TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS: TV		<b>Código:</b> COS 04865	
<b>Pré-requisito:</b>	COS04946/COS04826	<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h	
<b>Créditos</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	30h	30h	
<b>Ementa:</b> Manipulação dos códigos sonoros e visuais utilizados na criação da mensagem publicitária para a TV. Criação, análise e crítica de anúncios televisivos. Criatividade e adequação técnica da produção de anúncios televisivos aos objetivos da publicidade e propaganda.			
<b>Objetivos Específicos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Apreender as características da linguagem publicitária na TV, analisando os tipos de peças tradicionais;</li><li>- Analisar os elementos que compõem o roteiro publicitário para TV;</li><li>- Aplicar técnicas de construção de roteiros publicitários para TV à luz do debate atual sobre a responsabilidade da publicidade frente às novas demandas;</li><li>- Aplicar técnicas de produção de texto e conteúdo para internet, tendo em vista o diálogo crescente entre as mídias e as narrativas transmidiáticas presentes na criação publicitária.</li></ul>			
<b>Objetivo principal:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aplicar as técnicas de construção de roteiros e peças publicitárias à luz do contexto atual das demandas para a criação publicitária.</li></ul>			

<b>Conteúdo Programático</b> <b>Unidade 1 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA NA TV</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1.1 Características do meio TV</li><li>1.2 Características da Linguagem Publicitária na TV</li><li>1.3 Tipos de peças publicitárias tradicionais para TV</li></ul>
--

## **Unidade 2 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA: MODELOS E DIFERENCIAÇÕES**

2.1 Personagens, diálogos, narrador, locução, lettering e trilha.

2.2 Termos mais comuns em roteiros de TV.

2.3 Modelo de roteiro.

## **Unidade 3 – CRIATIVIDADE NA PUBLICIDADE TELEVISIVA**

3.1 A publicidade televisiva e as novas demandas do público (feminismo, antirracismo, LGBT, sustentabilidade)

3.2 Novos formatos na publicidade televisiva

3.3 Conteúdo e Entretenimento na publicidade televisiva

## **Unidade 4 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA: TEXTO PARA INTERNET**

4.1 O texto publicitário para internet.

4.2 Estratégias textuais para internet.

4.3 Transmídia, TV, internet e outros diálogos.

### **Metodologia:**

Aulas expositivas e dialogadas, análise de vídeos e cases, produção de roteiros e peças/textos publicitários para os meios eletrônicos. As aulas são divididas: o primeiro horário é dedicado ao estudo teórico e na segunda metade da aula os alunos produzem roteiros e textos de acordo com o briefing. Também constam como atividades práticas outras atividades não específicas de criação desenvolvidas em sala, como análises e produção textual.

### **Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:**

As avaliações serão feitas a partir da produção feita em sala, também fazendo parte dos critérios participação, pontualidade e domínio do assunto. Os alunos que faltarem sem motivo justificado podem entregar na aula seguinte (7 dias), porém o trabalho valerá somente 70% da nota. Para os alunos que não totalizarem o mínimo de pontos necessários para aprovação será aplicada uma prova de exame final, que será somada com a nota obtida no semestre e dividida por dois.

Como requisito básico para aprovação, é importante alcançar o mínimo de 75% de frequência.

### **Bibliografia básica:**

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos**: manual do roteiro para filme publicitário. 2. ed. São Paulo: Senac, 2010.

COVALESKI, Rogério. **Cinema e publicidade**: intertextos e hibridismos. Rio de Janeiro, RJ: Confraria do vento, 2015.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária**: sedução pela palavra. São Paulo: Cengage Learning, 2014

NEGRI, Marina. **Contribuições da língua portuguesa para a redação publicitária**. São Paulo: Cengage Learning, 2016

RODRIGUES, Bruno. **Webriting: redação para a mídia digital**. São Paulo: Atlas, 2014.

### **Bibliografia complementar:**

ARNDT, Gilmara Joanol et al. “Como uma garota”: novas regras na publicidade de absorventes. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 26, n. 2, e45585, 2018.

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. 8. ed. São Paulo: Futura, 1999.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Razão e sensibilidade no texto publicitário**: como são feitos os anúncios que contam histórias. São Paulo: Futura, 2004.

MARTINS, Jorge S. **Redação publicitária**: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997

MAZZEI, Victor Reis; PIMENTEL, Lucas Alves. Publicidade paga ou parte do roteiro: o Product Placement em Mad Men. **Revista de Audiovisual Sala 206**, 2017

SOBRAL, A. R.; COVALESKI, R. Níveis de engajamento nas narrativas do product placement a partir das estratégias transmídia. **Revista GEMInIS**, v. 10, n. 2, p. 120-136, 26 set. 2019.

TRINDADE, Eneus. **Merchandising televisivo: tie-in**. In: PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan Santo (Orgs.). Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces. V. 1. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

**Cronograma:**

<b>Aula</b>	<b>Dia</b>	<b>Conteúdo</b>
1	03/03	Apresentação do plano de ensino, da disciplina, dos alunos e professora. Acordo sobre datas, formas de avaliação e condução do semestre. <b>Unidade 1 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA NA TV</b> 1.1 Características do meio TV
2	10/03	1.2 Características da Linguagem Publicitária na TV
3	17/03	1.3 Tipos de peças publicitárias tradicionais para TV
4	24/03	Análise de peças – atividades sobre conteúdo da unidade 1
5	31/03	<b>Unidade 2 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA: MODELOS E DIFERENCIAÇÕES</b> 2.1 Personagens, diálogos, narrador, locução, lettering e trilha.
6	07/04	2.2 Termos mais comuns em roteiros de TV.
7	14/04	Apresentação de trabalhos sobre elementos do roteiro
8	21/04	<b>Feriado Nacional e Semana do Respiro</b>
9	28/04	2.3 Modelo de roteiro.
10	05/05	Prática de Redação
11	12/05	<b>Unidade 3 - CRIATIVIDADE NA PUBLICIDADE TELEVISIVA</b> 3.1 A publicidade televisiva e as novas demandas do público (feminismo, antirracismo, LGBT, sustentabilidade)
12	19/05	3.2 Novos formatos na publicidade televisiva
13	26/05	3.3 Conteúdo e Entretenimento na publicidade televisiva
14	02/06	Prática de Redação
15	09/06	<b>Unidade 4 - REDAÇÃO PUBLICITÁRIA: TEXTO PARA INTERNET</b> 4.1 O texto publicitário para internet.
16	16/06	4.2 Estratégias textuais para internet.
17	23/06	4.3 Transmídia, TV, internet e outros diálogos.
18	30/06	Prática de Redação
19	07/07	<b>Prova - Exame final</b>
20	14/07	<b>Entrega de notas e resultados</b>