



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): 21 de junho de 2021

Docente Responsável: Marcello Francisco Miranda

Qualificação / link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4078996394348073>

Disciplina:
PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA EM RÁDIO

Código: COS04863

**Pré-
requisito:**

**Carga Horária
Semestral:** 60h

Créditos: 4

Distribuição da Carga Horária Semestral

Teórica

Exercício

Laboratório

30

30

0

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 estaduais. Trabalho em laboratório. Alternativas não comerciais de produção publicitária para rádio.

Objetivos:

Capacitar o aluno a compreender a natureza e finalidade das peças publicitárias sonoras, o uso adequado do texto, música e efeitos sonoros; a entender que a produção de mensagens para o meio sonoro deve independer das circunstâncias atuais de veiculação e/ou exibição; que em quaisquer casos, devemos respeitar as características da percepção auditiva. 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. Estimular as capacidades criativas, dos alunos, para usarem adequadamente e criativamente os recursos e possibilidades do meio sonoro.

Conteúdo Programático:

UNIDADE 1 - CARACTERÍSTICAS DOS MEIOS RADIOFÔNICOS.

1. A invenção do Rádio e sua contribuição social.
2. História do Rádio no Brasil e no mundo.
3. Linguagem auditiva.
4. Tipos de peças publicitárias para exibição em rádio.
5. Análise comparativa entre peças publicitárias para rádio.
6. Aspectos técnicos da produção de áudio
7. Departamentos de rádio e produtoras de áudio.

UNIDADE 2. REDAÇÃO E PRODUÇÃO PARA RÁDIO

1. Recursos da comunicação sonora: voz, música, efeitos sonoros
2. Produção de áudio em publicidade.
3. A direção de produção.
4. Locução e dublagem.
5. Técnicas de criação. A imaginação no lugar da imagem: etapas na construção do roteiro de rádio
6. Estilos de redação.
7. Desenvolvimento de roteiros para rádio: ideia, monólogos, diálogos, situação, jingle
8. Redação de spots institucionais, de produto e de varejo
9. Técnicas de produção de áudio: captação, processamento e edição.
10. Integrando o rádio à campanha publicitária.

UNIDADE 3. RÁDIO: UMA MÍDIA EM TRANSFORMAÇÃO

1. Produção, circulação e consumo na era digital
2. Recursos dos meios interativos - a hipermídia
3. Redação de roteiro hipertextual, interativo colaborativo que atravessa os vários tipos de canais digitais.
4. Novas linguagens e novas fórmulas: web radio, podcasts, streaming

Metodologia:

Tem-se como proposta desenvolver no aluno a capacidade analítica e aplicativa relativa à sua atuação como publicitário no meio rádio. Ainda fazem parte da metodologia simulação de situações reais de utilização de rádio em campanhas publicitárias, seminários para apresentação de trabalhos de pesquisa e estudos dirigidos em sala de aula.

As aulas serão divididas em síncronas e assíncronas, com aproximadamente 1h30min cada. Nas aulas síncronas, serão abordadas questões teóricas constantes no programa da disciplina, ilustradas pela produção na área ao longo de sua história, com a participação dos alunos. Nas aulas assíncronas, os alunos deverão ler textos e elaborar trabalhos solicitados nas síncronas, solicitação que será reforçada no Portal do Professor e por outros meios que serão usados para manter contato com os alunos, como o WhatsApp ou o email pessoal. Considerando a excepcionalidade do semestre, é preciso ressaltar que as opções de ensino aprendizagem adotadas neste Plano de Ensino podem vir a ser alteradas, dependendo de como transcorrerem suas possibilidades junto aos alunos, e entre alunos e professor. As eventuais mudanças a serem adotadas serão previamente combinadas com os alunos e comunicadas a eles com o prazo de uma semana.

As aulas síncronas acontecerão todos as quintas-feiras, 9h, preferencialmente via Google Meet ou Live com Chat no Youtube. Os links serão disponibilizados previamente aos alunos / informados na sala de aula virtual do Google Classroom.

Link da Sala de Aula: <https://classroom.google.com/c/MzA0NzQ4NDU0ODM1?cjc=4iwwcmi>

Link do Google Meet: <https://meet.google.com/lookup/cfnp63amew?authuser=0&hs=179>

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

A avaliação constará de três notas: a primeira e segunda, relativas a trabalhos práticos, resenhas e a análises de mensagens publicitárias, realizados ao longo do semestre; e a terceira constará de um produto para meio radiofônico, realizado em grupo.

Bibliografia básica

BIGAL, Solange. O que é criação publicitária: ou o estético na Publicidade. São Paulo: Nobel, 1999. 104 p.

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.

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

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

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.

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.

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

Cronograma:

Aula 1: 14/06 – Definição, história e desenvolvimento do rádio

Aula 2: 21/06 – O rádio como mídia: características do meio

Aula 3: 28/06 - A linguagem em áudio

Aula 4: 05/07 – Gêneros e Formatos Radiofônicos

Aula 5: 12/07 – Redação e produção de texto para rádio. Roteiro de áudio

Aula 6: 19/07 - Elementos da Peça Radiofônica.

Aula 7: 26/07 – Produção e edição em áudio

Aula 8: 02/08 – Gravação e edição. Recursos sonoros. Armazenamento de áudio

Aula 9: 09/08 - Integrando o rádio à campanha publicitária

Aula 10: 16/08 – Análise de jingle, spots e locuções

Aula 11: 23/08 – Legislação e normas para rádio off e online

Aula 12: 30/08 – Produção, circulação e consumo na era digital

Aula 13: 06/09 - Meios interativos e o rádio

Aula 14: 13/09 - Novas linguagens e novas fórmulas: web radio, podcasts, streaming

Aula 15: 20/09 – Apresentação da atividade final