



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):**

25/11/2019

Docente Responsável:

Júlio Cesar M. Silva

(jcms1506@gmail.com - 27-999464409)

Qualificação / link para o Currículo

Lattes:

<http://lattes.cnpq.br/2106823079702838>

Disciplina:

TPPME – RÁDIO

(TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS – RÁDIO)

Código:

COS 04862

Semestre:

2020/1

Pré-requisito:

Não consta

**Carga Horária
Semestral**

60h

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 de peça publicitária de cunho instrucional/didático

Exercício 5 (E05) - Criação e roteirização de peça publicitária Radionovela com três 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.

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	
Aula 01	Aula expositiva - apresentação do programa, formação de grupos de trabalho.
Aula 02	Aula exposit. - Unid I - Introdução e conceituação - Meios sonoros e linguagem sonora - Parte 1/2
Aula 03	Aula exposit. - Unid I - Introdução e conceituação - O texto publicitário para o rádio - 2/2
Aula 04	Aula exposit. - Unid II - Técnicas e estilos de produção - Composição das peças sonoras (fonogramas) - Tipos e formatos especiais de peças publicitárias para meios sonoros
Aula 05	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E01)
Aula 06	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E02)
Aula 07	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E03)
Aula 08	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E04)
Aula 09	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E05)
Aula 10	Aula prática no estúdio – Gravação e/ou edição de áudio Exercícios 01
Aula 11	Aula prática no estúdio – Gravação e/ou edição de áudio Exercícios 02
Aula 12	Aula prática no estúdio – Gravação e/ou edição de áudio Exercícios 03
Aula 13	Aula prática no estúdio – Gravação e/ou edição de áudio Exercícios 04
Aula 14	Aula prática no estúdio – Gravação e/ou edição de áudio Exercícios 05
Aula 15	Apresentação e avaliação final dos trabalhos