



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): 21/06/2021			
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: 2021/1 EARTE
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.

METODOLOGIA:

A carga horária total da disciplina será dividida entre atividades síncronas – requerendo obrigatoriamente a presença remota dos alunos – e atividades assíncronas – que não requerem a presença remota.

As atividades síncronas serão realizadas via *Google Meet* em endereço próprio.

As atividades assíncronas serão disponibilizadas por meio da ferramenta *Google Classroom* em ambiente virtual, específico da disciplina.

Eventualmente, quando necessário e/ou aplicável alguns materiais serão disponibilizados no Youtube em canal próprio ou mediante link de outros canais.

As atividades síncronas terão duração entre 60 e 90 minutos, com exposição teórica.

Trabalharemos em duplas na etapa de exercícios. Cada dupla cria um roteiro de acordo com o briefing proposto.

A Comunicação diária professor/alunos se dará mediante aplicativo de mensagens TELEGRAM, em grupo criado para este fim e, também, por e-mail, quando necessário e/ou aplicável.

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 à dupla. 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) - parte 1 Apresentação dos grupos pares
Aula 07	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E02) - parte 2 Apresentação dos grupos ímpares
Aula 08	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E03) - parte 1 Apresentação dos grupos pares
Aula 09	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E03) - parte 2 Apresentação dos grupos ímpares
Aula 10	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E04) - parte 1 Apresentação dos grupos pares
Aula 11	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E04) - parte 2 Apresentação dos grupos ímpares
Aula 12	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E05) Apresentação de todos os grupos
Aula 13	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E06)
Aula 14	Aula prática - Unid.III - exercício de criação e roteirização (E07)
Aula 15	Reapresentação de todos os trabalhos e avaliação coletiva