



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): 02/03/2026			
Docente Responsável: Hugo Katsuo Othuki Okabayashi			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: https://lattes.cnpq.br/3485335067479420			
Disciplina: TEORIAS E PRÁTICAS PUBLICITÁRIAS PARA MEIOS ELETRÔNICOS: TV			Código: COS 04965
Pré-requisito:	COS04946/COS04826		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30h	30h	0
Ementa: 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.			
Objetivos Específicos: Redigir e analisar peças publicitárias para TV e demais meios de comunicação.			
Objetivo principal: 1. Construir uma base teórica crítica para pensar a articulação entre identidades políticas e representações em peças publicitárias para TV; 2. Compreender dinâmicas específicas de determinadas peças publicitárias para TV em relação às pautas sociais e de identidade a partir das práticas representacionais; 3. Produzir roteiros publicitários audiovisuais com foco nas políticas de representação.			

Conteúdo Programático

Unidade 1 - As políticas de representação e as identidades políticas

1.1. Embasamento teórico para a discussão sobre temas de representatividade, políticas de representação, identidades políticas e práticas representacionais.

Unidade 2 - As políticas de representação na publicidade para TV

2.1. Análise de peças publicitárias para a TV com focos temáticos específicos dentro das políticas de representação.

Unidade 3 - Novas perspectivas na publicidade para TV

3.1. Debate sobre novas possibilidades e perspectivas de se pensar e se fazer publicidade para TV.

Metodologia:

As aulas terão majoritariamente caráter teórico de debate a partir de textos acadêmicos dentro do tema da publicidade na televisão e através do recorte temática das políticas de representação. A partir dessa abordagem teórica, serão utilizados recursos audiovisuais como filmes e peças publicitárias televisivas para serem analisados e discutidos. Além disso, também haverá atividade prática de escrita de roteiro.

Recursos: lousa, data show, computador, textos didáticos, materiais audiovisuais em diferentes formatos.

Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

I - Participação em aula (1 ponto); II - Prova Teórica (4 pontos); III - Produção de Roteiro + Pitching (5 pontos).

Ao final do período, os alunos que não alcançarem a média para serem aprovados, farão uma prova final teórica abrangendo todo o conteúdo da disciplina.

Bibliografia básica:

BARRETO, Tiago. Manual do roteiro para comerciais: transformando ideias em grandes filmes. 3a ed.

São Paulo: Senac, 2015.

BIGAL, Solange. O que é criação publicitária (ou o estético na publicidade). 2a ed. São Paulo: Nobel, 1999.

COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2001.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

Bibliografia complementar:

CAMPBELL, Joseph. O herói de mil faces. São Paulo: Pensamento, 2007.

CASTELO, Hilton. "Televisão e publicidade nos anos 50". Razón y Palabra, vol. 15, núm. 72, mayo-julio,

2010. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199514906017.pdf>

Bibliografia complementar:

Cronograma:

Unidade 1:

AULA 1 (16/03) - Apresentação da disciplina

AULA 2 (23/03) - As Políticas de Representação

AULA 3 (30/03) - Representação e Imaginários

AULA 4 (06/04) - As Identidades Políticas

13/04 - FERIADO

AULA 5 (20/04) - Representação e Lugares de Fala

AULA 6 (27/04) - Representatividade, Mercado e Consumo

AULA 7 (04/05) - FILME + DEBATE

Unidade 2:

AULA 8 (11/05) - Publicidade e PinkMoney

AULA 9 (18/05) - Publicidade e Racismo Recreativo

AULA 10 (25/05) - Publicidade e Empoderamento Feminino

AULA 11 (01/06) - Publicidade, Corpo e Desejo

AULA 12 (08/06) - Publicidade, Classe e Público-Alvo

AULA 13 (15/06) - FILME + DEBATE

Unidade 3:

AULA 14 (22/06) - Novas Perspectivas

AULA 15 (29/06) - Apresentação do Trabalho Final

AULA 16 (06/07) - V.S.