



## Faculdade Anísio Teixeira de Feira de Santana

Autorizada pela Portaria Ministerial nº 552 de 22 de março de 2001 e publicada no Diário Oficial da União de 26 de março de 2001.  
Endereço: Rua Juracy Magalhães, 222 – Ponto Central CEP 44.032-620  
Telefax: (75) 3616-9466 - Feira de Santana-Bahia  
Site: [www.fat.edu.br](http://www.fat.edu.br) E-mail: [fat@fat.edu.br](mailto:fat@fat.edu.br)  
CGC: 01.149.432/0001-21

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>CURSO</b>	<b>ANO LETIVO</b>
COMUNICAÇÃO SOCIAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA	2015.2
<b>CÓDIGO</b>	<b>DISCIPLINA</b>
PUB021	PRODUÇÃO DE ÁUDIO
<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>SEMESTRE DE OFERTA</b>
72H	5º

### EMENTA

O áudio: conceitos sonoros e estéticos; noções de sonorização e técnicas de gravação, mixagem e edição de áudio; a evolução técnica dos equipamentos e gravação e edição; exercícios de planejamento de produção, produção e finalização de áudio em publicidade.

### OBJETIVOS

#### GERAL

Introduzir o aluno no universo da linguagem e estética sonora para capacitá-lo à criação e direção de produção sonora de peças direcionadas à comunicação nas áreas publicidade e propaganda e de obras audiovisuais;

#### ESPECÍFICOS

- \* Desenvolver e estimular a percepção e sensibilidade auditiva do aluno;
- \* Apresentar aos alunos as noções básicas da Teoria do Áudio;
- \* Estimular o aluno à compreensão da relação entre as seguintes linguagens: textual x visual x sonora;
- \* Habilitar os alunos para a sonorização audiovisual;
- \* Habilitar os alunos ao reconhecimento e diferenciação das principais peças do áudio publicitário, como jingles, trilhas e spots; \* Habilitar os alunos à criação de peças sonoras voltadas para o mercado publicitário; \* Habilitar o aluno na produção de peças de áudio para as novas mídias;

## PERFIL DO EGRESSO

O curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da FAT, objetiva formar profissionais com capacidade de gestão, empreendedores, preparados para exercer funções de assessoramento, chefia, gerenciamento, direção de pesquisa e planejamento no âmbito da Publicidade e Propaganda. Esses profissionais devem ter conhecimento científico, técnico, artístico e estético necessários para a compreensão dos fenômenos da comunicação no sentido de propor soluções a partir do domínio desses conhecimentos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### **1.0. Percepção e Teoria do Áudio**

#### 1.1. Som

##### 1.1.1. Percepção sonora

##### 1.1.2. Ondas Sonoras (frequência, amplitude, velocidade, medidas)

##### 1.1.3. A importância do som para o homem

##### 1.1.4. Reprodução Sonora

##### 1.1.4.1. Microfones

##### 1.1.4.2. Tipos e Aplicações de Microfones

### **2.0. Sonorização**

#### 2.1. Técnica de Sonorização

##### 2.1.1. Estúdio de gravação (equipamentos)

##### 2.1.2. Ilha de edição (softwares e plug-ins)

#### 2.2. Imagem e Som, o Audiovisual.

##### 2.2.1. Elementos do Projeto de Som

##### 2.2.2. Combinações Imagem/ Som

#### 2.3. Gravação do Som para Mídias Diferentes

##### 2.3.1. Som de Cinema

##### 2.3.2. Som de Vídeo

### **3.0. Peças de áudio em publicidade (forma e conteúdo)**

#### 3.1. Tipos de Mídia

#### 3.2. Jingle

#### 3.3. Spot

#### 3.4. Trilha

### 3.5. Peças mistas

#### **METODOLOGIA**

Aulas teóricas com exposição de textos e imagens; leitura de textos e debates realizados pelos alunos em sala de aula.

Aulas práticas com realização de atividades/exercícios em sala de aula.

Criação e produção: conceituação, planejamento e produção de peças sonoras e audiovisuais;

#### **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação da disciplina é contínuo. Durante cada encontro os alunos devem cumprir com tarefas.

A disciplina será dividida em DUAS UNIDADES com as seguintes tarefas:

##### **UNIDADE I**

\* Leitura e escritura de textos – resenhas dos temas abordados em sala;

\* Exercícios – atividades práticas executadas em sala de aula; Desenvolvimento e produção de peças sonoras e audiovisuais e apresentação em sala de aula.

##### **UNIDADE II**

\* Leitura e escritura de textos – resenhas dos temas abordados em sala;

\* Exercícios – atividades práticas executadas em sala de aula; Desenvolvimento e produção de peças sonoras e audiovisuais.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MUSBURGER, Robert B. Roteiro para Midia Eletrônica: TV, rádio, animação e treinamento corporativo. Tradução de Natalie Gerhardt. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

RATTON, Miguel. Fundamentos de áudio. Rio de Janeiro: Editora Música & Tecnologia, 2007.

VALLE, S. Microfones. Jacarepaguá-RJ: Ed. Áudio, Música e Tecnologia, 2005.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BARBOSA, A. O Som em Ficção Cinematográfica. Porto-Portugal, Artigo Científico apresentado na Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa, 2000.

CARVALHO, M. De olhos e ouvidos bem abertos. Rio de Janeiro, Artigo Científico apresentado no Intercom em 2005.

JARDIM, G.R. A TRILHA MUSICAL PUBLICITÁRIA: DO BRIEFING À MIXAGEM. São Paulo,  
Dissertação de Mestrado da ECA – USP, 1991.

MACHADO, Renato Muchon. Som ao Vivo – Conceitos e aplicações básicas em sonorização. Rio de Janeiro: H. Sheldon, 2001.

**COLEGIADO DO CURSO PUBLICIDADE E PROPAGANDA**