



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**CENTRO DE ARTES**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

<b>Plano de Ensino</b>			
<b>Universidade Federal do Espírito Santo</b>	Campus Goiabeiras		
<b>Curso:</b> Cinema e Audiovisual			
<b>Departamento Responsável:</b> Comunicação Social			
<b>Data de Aprovação (Art. nº91):</b> 18/06/2018			
<b>Docente Responsável:</b> Klaus'Berg Nippes Bragança			
<b>Qualificação / link para o Currículo Lattes:</b> <a href="http://lattes.cnpq.br/1939263360341255">http://lattes.cnpq.br/1939263360341255</a>			
<b>Disciplina:</b> PRODUÇÃO EXECUTIVA E MERCADO AUDIOVISUAL			<b>Código:</b> COS11338
<b>Pré-requisito:</b>			<b>Carga Horária Semestral:</b> 60h
<b>Créditos</b>	<b>Distribuição da Carga Horária Semestral</b>		
	<b>Teórica</b>	<b>Exercício</b>	<b>Laboratório</b>
	32	28	0
<b>Ementa:</b> As funções do produtor executivo. Gerenciamento de recursos e administração do orçamento. Leis de incentivo. Formatação de projetos para captação de patrocínios. Estrutura do mercado audiovisual local, nacional, latino-americano e mundial. O audiovisual dentro da indústria do entretenimento. Circuitos de distribuição e exibição. O impacto mercadológico das novas tecnologias audiovisuais.			
<b>Objetivos Específicos:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Capacitar o aluno a exercer as funções e atividades da produção executiva para a realização de produtos audiovisuais de TV, cinema e internet;</li><li>2. Compreender as funções da produção executiva numa equipe audiovisual;</li><li>3. Compreender as etapas de gerenciamento de recursos e administração do orçamento;</li><li>4. Conhecer estratégias, meios e técnicas para captação de recursos e patrocínios;</li><li>5. Compreender a estrutura do mercado audiovisual local, nacional, latino-americano e mundial;</li><li>6. Conhecer o impacto mercadológico das novas tecnologias audiovisuais;</li></ol>			

## Conteúdo Programático

### Unidade 1 –Mercado.

1. As funções do produtor executivo.
2. A estrutura do mercado audiovisual nacional, latino-americano e mundial: circuitos de distribuição e exibição.
3. Meios e plataformas audiovisuais: cinema, TV paga, TV aberta, mídias móveis, *home video*, DTV, VOD e canais virtuais.
4. O impacto mercadológico das novas janelas e tecnologias audiovisuais.
5. Economia criativa do setor audiovisual: o audiovisual dentro da indústria do entretenimento.
6. Classificação, registro e propriedade autoral de produtos audiovisuais.
7. Fontes oficiais e governamentais de dados: ANCINE/OCA.
8. Apresentação de seminário sobre pesquisa de mercado audiovisual.

### Unidade 2 – Planejamento e Projeto.

9. Gerenciamento de recursos e administração do orçamento.
10. Leis de incentivo, editais privados, rodadas de negócio, festivais, *crowdfunding* e *pitching*.
11. Elaboração de projetos em audiovisual: projeto e plano de negócios.
12. Elaboração de projetos em audiovisual: *bible*, *one sheet*, promo e *teaser*.
13. Licenciamento, comercialização e circulação audiovisual na era da mídia digital.
14. Formatação de projetos para captação de financiamento e patrocínio.
15. *Pitching*: Apresentação de projetos de produção em audiovisual.

### Metodologia:

A disciplina é introduzida conceitualmente e se desenvolve em torno de discussões, exercícios e aulas práticas de produção executiva.

- . Aula expositiva/dialogada;
- . Exibição de vídeos e debates;
- . Exercícios técnicos e artísticos;

Como recursos serão necessários: Computador com acesso à internet, data show e som; quadro e pincel.

### Critérios/Processo de avaliação da aprendizagem:

- **Avaliação 1:** Prova discursiva (5,0) (data: 26/09/18).
- **Avaliação 2:** Projetos de produção audiovisual com projeto técnico e defesa (*pitching*) (5,0).

### Bibliografia básica:

MATTA, João Paulo Rodrigues. “Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp.37-52; pp.103-134. (número de chamada: 791.43 C574).

SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. “A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Escrituras, 2009, pp.39-61. (número de chamada: 791.43 C574).

WASKO, Janet. “Por que Hollywood é global?”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **O Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. Vol. IV – Estados Unidos. São Paulo: Escrituras, 2007, pp.29-50. (número de chamada: 791.43 C574).

## **Bibliografia complementar:**

CANDIDO, Marcia Rangel; MORATELLI, Gabriela; DAFLON, Verônica Toste; FERES JÚNIOR, João. “A Cara Do Cinema Nacional: gênero e cor dos atores, diretores e roteiristas dos filmes brasileiros (2002-2012)”. In: **Textos para discussão GEMAA (IESP-UERJ)**, n.6, 2014, pp.1-25. (disponível em: [http://gema.iesp.uerj.br/images/publicacoes/TpD/TpD6\\_Gemaa.pdf](http://gema.iesp.uerj.br/images/publicacoes/TpD/TpD6_Gemaa.pdf)).

MASSAROLO, João C.; ALVARENGA, Marcos Vinícius T. de. “A indústria audiovisual e os novos arranjos da economia digital” In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp.119-134. (número de chamada: 791.43 C574).

MORAN, Patrícia. **Oficina de Formação de Projetos em Audiovisual**. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, 2007. (disponível em: <http://www.cultura.mg.gov.br/arquivos/AcaoCultural/File/apostila-formatacao-de-projetos-web.pdf>).

NUDELIMAN, Sabrina; PFEIFFER, Daniela. “Novas Janelas” In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp.103-117. (número de chamada: 791.43 C574).

ROPPA, Bruna Fontes. **TV aberta no Brasil: aspectos econômicos e estruturais**. Rio de Janeiro: Ancine/Superintendência de Análise do Mercado, 2015. (disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/EstudoTVAberta\\_versao\\_publicacao.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/EstudoTVAberta_versao_publicacao.pdf)).

ROPPA, Bruna Fontes; MARANHÃO, Magno; REIS, Sérgio; LEANDRO, Tainá. **TV por assinatura no Brasil: aspectos econômicos e estruturais**. Rio de Janeiro: Ancine/Superintendência de Análise do Mercado, 2016. (disponível em: [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/TV\\_por\\_Assinatura\\_no\\_Brasil\\_aspectos\\_economicos\\_e\\_estruturais.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/TV_por_Assinatura_no_Brasil_aspectos_economicos_e_estruturais.pdf)).

## **Cronograma:**

**01 a 03/08** – Recepção dos Calouros 2018/2.

(08/08) Aula 1 – Apresentação do programa de disciplina. Aula expositiva: Panorama do mercado audiovisual contemporâneo.

(15/08) Aula 2 – Aula expositiva do texto: MATTA, João Paulo Rodrigues. “Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp.37-52.

(22/08) Aula 3 – Aula expositiva sobre o texto: WASKO, Janet. “Por que Hollywood é global?”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **O Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. Vol. IV – Estados Unidos. São Paulo: Escrituras, 2007, pp.29-50.

(29/08) Aula 4 – Aula expositiva sobre o texto: CANDIDO, Marcia Rangel; MORATELLI, Gabriela; DAFLON, Verônica Toste; FERES JÚNIOR, João. “A Cara Do Cinema Nacional: gênero e cor dos atores, diretores e roteiristas dos filmes brasileiros (2002-2012)”. In: **Textos para discussão GEMAA (IESP-UERJ)**, n.6, 2014, pp.1-25.

**03 a 08/09** – 25º Festival de Cinema de Vitória.

**02 a 08/09** – 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom – Univille/SC.

(12/09) Aula 5 – Aula expositiva sobre o texto: NUDELIMAN, Sabrina; PFEIFFER, Daniela. “Novas

Janelas” In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp.103-117.

(19/09) Aula 6 – Aula expositiva sobre o texto: MASSAROLO, João C.; ALVARENGA, Marcos Vinícius T. de. “A indústria audiovisual e os novos arranjos da economia digital” In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010, pp.119-134.

(26/09) Aula 7 – PROVA DISCURSIVA (5,0).

(03/10) Aula 8 – Aula expositiva sobre o texto: SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. “A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Escrituras, 2009, pp.39-61.

(10/10) Aula 9 – Aula expositiva sobre o texto: MORAN, Patrícia. **Oficina de Formação de Projetos em Audiovisual**. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, 2007. Estudos de caso: projetos Rubem Braga, DocTV, Secult, Lumlab e RioFilme.

(17/10) Aula 10 – Formação de projetos de produtos audiovisuais (workshop).

**23 a 26/10** – XXII Encontro Socine – UFG.

(31/10) Aula 11 – Formação de projetos de produtos audiovisuais (workshop).

(07/11) Aula 12 – Formação de projetos de produtos audiovisuais (workshop).

(14/11) Aula 13 – Formação de projetos de produtos audiovisuais (workshop).

**21/11** - Entrega dos projetos de produtos audiovisuais.

(28/11) Aula 14 – *Pitching*: Apresentação em sala dos projetos de produtos audiovisuais.

(05/12) Aula 15 – *Pitching*: Apresentação em sala dos projetos de produtos audiovisuais.