



Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes – Departamento de Comunicação Social
Curso de Cinema e Audiovisual

2015/02

PROGRAMA DE DISCIPLINA

COS 11338 | PRODUÇÃO EXECUTIVA E MERCADO AUDIOVISUAL | 7º período

Carga Horária Total 60h	Créditos 03	Distribuição da Carga Horária Semanal		
		Teoria	Exercício	Laboratório
Turma: 01		2h	2h	0h

EMENTA

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.

OBJETIVOS

Geral: Capacitar o aluno a exercer as funções e atividades do produtor executivo para a realização de produtos audiovisuais de TV, cinema e internet.

Específicos:

- Compreender as funções do produtor executivo.
- Compreender as etapas de gerenciamento de recursos e administração do orçamento.
- Conhecer estratégias, meios e técnicas para captação de recursos e patrocínios.
- Compreender a estrutura do mercado audiovisual local, nacional, latino-americano e mundial.
- Incentivar o pensamento reflexivo e crítico durante o planejamento e a preparação dos projetos.
- Conhecer o impacto mercadológico das novas tecnologias audiovisuais.

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. Apresentação de seminário sobre pesquisa de mercado audiovisual.

Unidade 2 – Planejamento e Projeto.

8. Fontes oficiais e governamentais de dados: ANCINE/OCA e IBGE/SIDRA.
9. Gerenciamento de recursos e administração do orçamento.
10. Leis de incentivo, editais públicos e 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.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DIAS, Adriana; SOUZA, Letícia de (Org.). **Film business**: o negócio do cinema. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, pp.7-48.

MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010.

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.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. **Cinema, Desenvolvimento e Mercado**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009, pp.17-33.

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.

MORAN, Patrícia. **Oficina de Formatação de Projetos em Audiovisual**. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, 2007.

Mapeamentos de mercado (online):

CARVALHO, Thiago. **TV Paga: Mapeamento**. Rio de Janeiro: Superintendência de Acompanhamento do Mercado/Ancine, 2011.

COSTA e SILVA, Ana Lúcia da; SALLAI, Ana; BELELI, Cláudio; PERRUT, Fábio. **Salas de Exibição: Mapeamento**. Rio de Janeiro: Superintendência de Acompanhamento do Mercado/Ancine, 2011.

MAIA, André. **Vídeo Doméstico: Mapeamento**. Rio de Janeiro: Superintendência de Acompanhamento do Mercado/Ancine, 2011.

MARTINS, Fernando Lucas Prudente. **TV Aberta: Mapeamento**. Rio de Janeiro: Superintendência de Acompanhamento do Mercado/Ancine, 2011.

STUCKERT, Gabriel; SCHMALL, Hermann. **Mídias Móveis: Mapeamento**. Rio de Janeiro: Superintendência de Acompanhamento do Mercado/Ancine, 2011.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

- Avaliação 1: Seminários sobre o mercado audiovisual com artigo e defesa (4,0).
- Avaliação 2: Projetos de produção audiovisual com projeto técnico e defesa (*pitching*) (6,0).

PLANEJAMENTO

(04/08) Aula 1 – Apresentação do programa de disciplina.

(11/08) Aula 2 – Aula expositiva sobre o texto: BRITZ, Iafa. “A arte de materializar” In: DIAS, Adriana; SOUZA, Leticia de (Org.). **Film business: o negócio do cinema**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, pp.7-48 (Cap.1). Exibição do vídeo “Trovão Tropical”.

(18/08) Aula 3 – Aula expositiva sobre o texto: ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. **Cinema, Desenvolvimento e Mercado**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003, pp.11-116.

(25/08) Aula 4 – 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. Exibição do vídeo “Argo”.

(01/09) 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. Exibição do vídeo “Quem manda” e Estudo de Caso “Porta dos Fundos”.

(15/09) Aula 6 – Aula expositiva sobre o texto: “A importância do YouTube” In: BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009, pp.17-33 (Cap.1). Exibição do vídeo “Life in a day”.

(22/09) Aula 7 – 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. Estudo de Caso: “Hannibal – the series”.

(29/09) Aula 8 – Apresentação dos seminários sobre mercado audiovisual.

(06/10) Aula 9 – Apresentação dos seminários sobre mercado audiovisual.

(13/10) Aula 10 – 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.

(20/10) Encontro Internacional da Socine 2015 – Campinas/SP.

(27/10) Aula 11 – 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. Estudo de Caso: Co-produção Brasil-Itália em “Estômago”.

(03/11) Aula 12 – 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.

(10/11) Aula 13 – Formação de projetos de produtos audiovisuais (workshop).

(17/11) Aula 14 – Formação de projetos de produtos audiovisuais (workshop).

(24/11) Entrega dos projetos de produtos audiovisuais (4 cópias impressas).

(01/12) Aula 15 – *Pitching*: Apresentação em sala dos projetos de produtos audiovisuais.

PROFESSOR(A): Klaus’Berg Nippes Bragança – klausbraganca@ymail.com.

Atendimento fora da aula: segunda-feira, 14h-16h, CEMUNI V, DepCom.