



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

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Cinema e Audiovisual			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 01/02/2021			
Docente Responsável: Arthur Fiel			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/7349087526723649			
Disciplina: PRODUÇÃO EXECUTIVA E MERCADO AUDIOVISUAL			Código: COS11338
Pré-requisito:	x		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	36	24	0
EMENTA: <p>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.</p>			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS: <ol style="list-style-type: none">1. Capacitar o aluno a exercer as funções e atividades da produção executiva para a realização de produtos audiovisuais de TV, cinema e internet;2. Compreender as funções da produção executiva numa equipe audiovisual;3. Compreender as etapas de gerenciamento de recursos e administração do orçamento;4. Conhecer estratégias, meios e técnicas para captação de recursos e patrocínios;5. Compreender a estrutura do mercado audiovisual local, nacional, latino-americano e mundial;6. Conhecer o impacto mercadológico das novas tecnologias audiovisuais			

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Unidade 1 – Produção Executiva

- a. Funções e competência da P.E. em audiovisual
- b. Planejamento, preparação e pré-produção
- c. Estratégias de captação
- d. Gerenciamento e supervisão

Unidade 2 – Mercado Audiovisual Brasileiro

- a. História do mercado e do desenvolvimento audiovisual brasileiro
- b. Regulação, fiscalização e fomento do audiovisual nacional
- c. Leis de incentivo, editais privados, rodadas de negócio e dinâmicas do mercado nacional
- d. Formatação, estrutura e apresentação de projetos
- e. Co-Produção e Janelas de Exibição

METODOLOGIA:

Devido à pandemia causada pelo novo coronavírus (COVID-19), utilizaremos a plataforma G-Suit para o planejamento e organização das atividades a partir do Google Class-Room; Google Drive, para compartilhamento de arquivos e materiais; e o Google Meet, para os momentos de aulas síncronas.

Os encontros terão duração mínima de 1h e máxima de 2h, sendo realizados a partir das 10h dentro do dia designado para realização da disciplina. A carga horária será composta por 50% de aulas síncronas e 50% de aulas não-síncronas. As atividades das aulas não-síncronas podem incluir a visualização prévia de conteúdos audiovisuais indicados pelo professor e/ou grupo de alunos, diretamente ligados ao conteúdo de cada aula. Os encontros síncronos incluirão uma exposição oral do professor e da turma para a discussão.

CRITÉRIOS/PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM:

1. Participação **ATIVA** nas discussões em sala
2. **Pitching** de projeto final – política pública OU obra audiovisual

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

RODRIGUES, Chris. **O Cinema e a Produção**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2010.

MARQUES, Aída. **Ideias em Movimento**: produzindo e realizando filmes no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

MARTINS, Vinícius Alves Portela. **Fundamentos da atividade cinematográfica e audiovisual**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALMEIDA, P.S.; BUTCHER, P. **Cinema**: Desenvolvimento e Mercado. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

AMANCIO, Tunico. **Artes e manhas da EMBRAFILME**: cinema estatal brasileiro em sua época de

ouro (1977.1981). 2ª ed. Niterói: Eduff, 2011.

BAHIA, Lia. **Discursos, políticas e ações**: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro. São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2012.

LIMA, Heverton de Souza. **A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual**. Dissertação de Mestrado, São Paulo, USP, 2015.

NETO, Julio Valerio. **Fundo Setorial do Audiovisual**: a corporação audiovisual e o Estado no Século XXI. Dissertação de Mestrado. Niterói, UFF, 2019.

SILVA, H.C. **O filme nas telas**: a distribuição do cinema nacional. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2010.

ZAVERUCHA, Vera. **Desvendando a Ancine**. Rio de Janeiro: Ed. do Autor, 2017.

CRONOGRAMA:

Aula 1 – Apresentação do programa de disciplina

Aula 2 – Produção Executiva: habilidades e competências

Aula 3 – Planejamento, preparação e pré-produção

Aula 4 – Estratégias de Captação: chamadas públicas e privadas

Aula 5 – Gerenciamento e supervisão

Aula 6 – O mercado audiovisual brasileiro: INCE à EMBRAFILME

Aula 7 – O mercado audiovisual brasileiro: Lei Rouanet, Lei do Audiovisual e ANCINE

Aula 8 – O mercado audiovisual brasileiro: FSA e Lei da TV Paga

Aula 9 – Mecanismos de financiamento ao audiovisual: Fomento Direto / Fomento Indireto

Aula 10 – Formatação, estrutura e apresentação de projetos: PRODAV, PRODECINE

Aula 11 – Co-Produção

Aula 12 – Distribuição e Janelas de Exibição

Aula 13 – Elaboração de Projetos para apresentação

Aula 14 – Sessão de Pitching

Aula 15 – Sessão de Pitching

Aula 16 – Finalização