

## **Disciplina: Prospecção e Fomento Cultural**

**Orientação: Denise Agassi**

### **EMENTA**

Criação e Produção Cultural, como via de acesso à concretização de ideias. Desenvolver a capacidade criativa do aluno e fornecer bases de mercado para custeio, captação e administração de recursos para produção e veiculação de audiovisuais. Etapas de pré-produção, produção e pós-produção, observando as condições materiais, conteúdos e as necessidades técnicas. Administrar os recursos técnicos e financeiros, delineamento das estratégias e objetivos das realizações audiovisuais para execução do projeto audiovisual. Formatação de projetos e mercado audiovisual e circuitos culturais. Empreendedorismo, Leis de Incentivo à cultura. Plano de Mídia e Marketing Cultural. A Produção Cultural como ferramenta de inclusão social.

### **OBJETIVO**

- Capacitar o aluno na elaboração de projetos culturais, planilhas de custos, cronogramas de trabalho, redes de relacionamentos e prestação de contas.
- Conhecer as várias leis de incentivo à produção cultural, seus mecanismos e particularidades;
- Destacar a importância da realização de pesquisa para o desenvolvimento de qualquer produção audiovisual;
- Capacitar o aluno para a articulação das etapas de criação e produção em televisão, cinema, rádio e vídeo;
- Proporcionar uma visão empreendedora para produtos independentes, tendo como diferencial um raciocínio lógico e otimizado da concepção, do desenvolvimento e da administração de produtos audiovisuais;
- Fazer com que o aluno conheça a técnica para sua melhor aplicação dentro das etapas de realização;
- Desenvolver a consciência sobre a função social desempenhada pelo produtor audiovisual na sociedade;
- Orientar a iniciativa pessoal e a criatividade para a concepção e realização de programas e conteúdos em fotografia, televisão, cinema, vídeo e internet;
- Conhecer os diversos gêneros audiovisuais - documentários, ficcionais, entretenimento, educativos, infantis, institucionais e sua inserção no mercado.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Etapas para elaboração de um projeto cultural: título e descrição, proposição, objetivos e Metas, justificativas, inserção no mercado, fundamentação teórica e prática, roteiro, análise técnica, orçamento, cronograma, Currículos, Planilha de orçamento, Planos de Mídia e Marketing Cultural, Planos de cotas
- Formatação e redação de projetos na área de audiovisuais
- Leis de Incentivo à Cultura: esferas pública - federal, estadual, municipal – e privada;
- Empreendedorismo
- Economia da Cultura
- Indústria cultural e cultura de massa
- As Indústrias voltadas a produção audiovisual e a articulação de produtos e gêneros, sob a perspectiva histórica;
- Análise da estrutura atual dos principais canais e pesquisa para a criação de um produto audiovisual desses canais;
- Networking
- Organização de um evento no ambiente da instituição
- Prestação de contas

## **METODOLOGIA E AVALIAÇÃO**

- Aulas expositivas e presenciais
- Apresentação de seminários
- Desenvolvimento de trabalhos teóricos e práticos, individuais ou em grupo
- Disponibilização de conteúdo e atividades na internet
- Pesquisas pela Internet, Biblioteca e em mídia segmentada
- A metodologia pontua a teoria com exercícios práticos, sempre considerando a atuação de cada aluno como membro de uma equipe. Os textos de apoio são utilizados para atualizar a bibliografia e complementar com aspectos da atualidade. Com o seminário, o aluno poderá exercitar a retórica da apresentação em público, desenvolvendo um raciocínio único, a partir das temáticas propostas em sala de aula. Esse raciocínio e a prova deste embasamento serão alvos de avaliação na prova semestral, na forma de dissertação.

## **CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**

- Leituras orientadas e elaboração de resenhas
- Participação efetiva nas aulas e atividades práticas
- Trabalhos práticos e seminários

## **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ADORNO, Theodor Wiesengrund. Indústria cultural e sociedade - São Paulo Paz e Terra, 2011

HERMANO R, Thiry-Cherques – Projetos Culturais – Técnicas de Modelagem ed. FGV. Rio de Janeiro 2006.

HINGST, Bruno. Articulação do Cinema e TV no Brasil. INTECOM – Congresso Brasileiro da Ciência da Comunicação. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2318-1.pdf>

MALAGODI, Maria Eugênia e CESNIK, Fábio de Sá - Projetos culturais elaboração, administração, aspectos legais, busca de patrocínio São Paulo Escrituras, 2001.

MOLETTA, Alex. Criação de curta-metragem em vídeo digital: Uma proposta para produções de baixo custo. São Paulo: Summus Editorial, 2009

NATALE, Edson. OLIVIERI, Cristiane (org.). Guia Brasileiro de Produção Cultural 2013-2014. São Paulo: Edições Sesc, 2013.

SANTAELLA. Lúcia. Comunicação e Pesquisa. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BAMBOZZI, Lucas. Microcinema. Publicação criada originalmente para o curso Especialização em Vídeo e Tecnologias Digitais online/ offline do Mecad/ESDi em Barcelona, Espanha.

<http://midiamagia.wordpress.com/2012/08/21/microcinema/>

MARSON, Melina. Cinema e Políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine. Coleção Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira (Volume I) Editora: Escrituras

<http://www.cenacine.com.br/?p=4714>

BANDEIRA, Antonio Alfredo Bertini de Torres. Economia Da Cultura - A Indústria Do Entretenimento e o Audiovisual no Brasil. Saraiva, 2008

SANTANA, Gelson. Cinema, Comunicação e Audiovisual. Alameda Casa Editorial, 2009

Lei de Incentivo à Cultura

<http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/Regulamentacao-e-incentivo/lei-rouanet>

ANCINE - Lei do Audiovisual [http://www.conceitto.com.br/lei\\_ancine.html](http://www.conceitto.com.br/lei_ancine.html)

Editais para pesquisa e elaboração de projeto <http://midiamagia.net/blog/?p=534>

> Disciplina Ministrada no curso de Comunicação Social – Rádio, TV e Vídeo e Produção Cultural, em 2012, 2013 e 2014.

Carga horária: 80h