



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Pós-Graduação *Lato Sensu*

Produção audiovisual para web

Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento.....	3
2. Características Técnicas do Curso	3
3. Público-alvo	3
4. Critérios de Seleção.....	4
5. Justificativa do Curso.....	4
6. Objetivos do Curso	5
7. Competências e Habilidades do Egresso.....	5
8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
Composição do Corpo Docente	8
9. Estágio Não Obrigatório	9
10. Matriz Curricular	10
11. Carga Horária.....	10
12. Conteúdo programático	10
13. Infraestrutura Física e Pedagógica	26

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Produção audiovisual para web

Área de Avaliação (CAPES): Comunicação e Informação

Grande Área (CAPES): 60000007 – Ciências Sociais Aplicadas

Área do Conhecimento (CAPES): 60900008 Comunicação

Classificação OCDE: Artes e Humanidades

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público-alvo

Profissionais graduados que atuam nas áreas de gestão de mídias sociais, bem como jornalistas, professores, pesquisadores, publicitários, profissionais de marketing, ou profissionais que pretendem aprimorar seus conhecimentos na área. A formação prévia pode ser em Jornalismo, Publicidade e

Comunicação, cursos Tecnólogos do eixo de Produção Cultural e Design a seguir, que estão listados no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia: Produção Multimídia, Produção Publicitária, Produção Audiovisual, Design de Animação, e cursos superiores, principalmente aqueles que abordem marketing digital e redes sociais.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

Com o crescimento do mercado de comunicação digital, também se evidenciou a linguagem audiovisual como predominante em diversas mídias. Num cenário em que as novas personalidades surgem em aplicativos de *streaming*, principalmente os que armazenam e reproduzem vídeos, os produtores entregam conteúdos diretamente para o consumidor final. O esporte, por exemplo, pode ser visto ao vivo de qualquer lugar. Um adolescente com apenas um celular e aplicativos de edição de vídeos pode mover milhões de mentes com seus conteúdos. Portanto, é fundamental dominar as ferramentas que estão revolucionando a indústria audiovisual. O Curso MBA em Produção audiovisual para web/Produção de vídeos para a internet se insere nesse plano: o de capacitar profissionais para execução de todo o processo de produção audiovisual, partindo do planejamento, gestão, gerenciamento do produto e dos resultados, inclusive operação de softwares de edição, dentre outras aptidões. O curso oferece capacitação técnica, gerencial e estratégica, destinada a desenvolver competências relevantes aos profissionais que desejam atuar neste ramo.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Habilitar profissionais com conhecimentos teóricos, práticos e técnicos, preparados para criar, pesquisar, roteirizar, planejar, fotografar, sonorizar, editar, dirigir e gerenciar projetos, conteúdos e produtos audiovisuais em todas as etapas.

6.2. Objetivos Específicos

- Desenvolver no profissional uma visão integrada e inovadora do mercado Audiovisual.
- Capacitar o cursista para roteirizar ideias, produzir, gravar e publicar vídeos utilizando técnicas e equipamentos de captação de imagens e sons portáteis.
- Preparar o aluno de forma a identificar e utilizar técnicas e caminhos para publicação e gerenciamento de vídeos em sites da internet.

Desenvolver competências e habilidades profissionais e pessoais fundamentais para exercício das práticas abordadas no curso.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

O aluno fará uma imersão entre teoria e prática, através de estudos de caso, para compreender a linguagem audiovisual desempenhada nos mais variados campos da comunicação. Fará um resgate de marcos importantes da história do audiovisual e serão apresentados modelos de narrativas para a TV, o Cinema, e a Internet. Será capaz de utilizar ferramentas tecnológicas para a aplicação de *storytelling* e *storyboard*, produção de conteúdo escrito e audiovisual, técnicas de narrativas, técnicas de criatividade e planos de enquadramento. É fundamental, discutir a cadeia de produção, desde a

concepção de um projeto até a distribuição e exibição das obras. Por fim, deverá ser capaz de utilizar recursos digitais como base para inovar e começar seu próprio projeto.

Habilidades

- Produzir e executar propostas teórico-práticas inovadoras que reconheçam espaços digitais de produção e consumo de diversos produtos e processos.
- Utilizar as ferramentas corretas para que seus vídeos alcancem o público e a repercussão planejada, usando técnicas e estratégias eficientes, para ampliar o alcance à partir da avaliação e insights vindo das métricas e *analytics*.
- Produzir, captar e editar conteúdos que gerem engajamento, sejam eficientes e pertinentes para plataformas de vídeos como Youtube, Instagram, Tik Tok, entre outros.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);

- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por

cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado compromissado com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e
- II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Introdução ao audiovisual	0 h	40 h	40 h
Criação de storyboard e storytelling	0 h	40 h	40 h
Processos de produção no audiovisual	0 h	40 h	40 h
Edição, pós-produção e direção de arte	0 h	40 h	40 h
Efeitos especiais e áudio	0 h	40 h	40 h
Estética e arte: processos de inovação e criatividade no audiovisual	0 h	40 h	40 h
Produção de conteúdo midiático: formatos e novas tendências	0 h	40 h	40 h
Legislação no audiovisual	0 h	40 h	40 h
Marketing e publicidade em mídias sociais	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

12. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim informativo Cybercentro Castelo Branco**. Castelo Branco, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. (2022). Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Introdução ao audiovisual

Ementa: A disciplina trará uma imersão entre teoria e prática, através de exercícios, para que o aluno compreenda a linguagem audiovisual desempenhada nos mais variados campos da comunicação. Fará um resgate de

marcos importantes da história do audiovisual e serão apresentados modelos de narrativas para a TV, o Cinema, e a Internet. Nesta disciplina, o aluno terá suporte para compreender a funcionalidade básica da operação de equipamentos de captação de som e imagem, além de elementos técnicos visuais próprios da linguagem audiovisual.

Competências e Habilidades:

- Desenvolver habilidades de produção de conteúdo audiovisual;
- Identificar as diferentes linguagens audiovisuais;
- Estimular a criatividade na produção de narrativas;
- Desenvolver narrativas para plataformas distintas.

Conteúdo Programático 1: História do audiovisual. Resgate histórico contextualizado o tempo e os adventos tecnológicos que proporcionaram o que temos hoje na produção e disseminação de conteúdos nas multiplataformas. De Gutenberg à internet.

Conteúdo Programático 2: Construção da linguagem audiovisual. Diferentes narrativas, estéticas e construções de sentido através dos gêneros e formatos audiovisuais

Conteúdo Programático 3: Discussão de obras audiovisuais através da construção de roteiros. História-base, pensata, storyline, desenvolvimento da trama e estratégias de narrativas. Narrativa ficcional e não ficcional.

Conteúdo Programático 4: Elementos visuais da linguagem audiovisual: técnicas de enquadramento, planos e ângulos, iluminação, movimentos de câmera.

Conteúdo Programático 5: Fotografia: uso da imagem na narrativa. Estruturas atuais, estética para as mídias digitais.

Conteúdo Programático 6: Discussão de situações dramáticas e personagens em roteiros de audiovisual. Elementos da narrativa. Jornada do herói.

Conteúdo Programático 7: Prática: Redação de roteiro para curta-metragem de ficção, desenvolvendo uma linguagem possível para a exibição na TV, internet ou cinema.

Bibliografia Básica:

BRIGGS, A. e BURKE, P. Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CARRIÈRE, Jean-Claude. A Linguagem secreta do cinema. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

COSTELLA, ANTONIO F. Comunicação - do grito ao satélite. Mantiqueira, 2002.

RODRIGUES, C. O Cinema e a Produção. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

RODRIGUES, Sonia. Como Escrever Séries - Roteiro A Partir Dos Maiores Sucessos da TV. São Paulo: Aleph, 2014.

ROUILLE, A. A fotografia: entre o documento e a arte contemporânea. São Paulo: Editora SENAC, 2009

Disciplina: Criação de storyboard e storytelling.

Ementa: Conceito de storytelling. A aplicação do storytelling na educação. Ferramentas tecnológicas para a aplicação de storytelling e storyboard. Produção de conteúdo escrito e audiovisual. Técnicas de narrativas. Técnicas de criatividade. Planos de enquadramento.

Competências e Habilidades:

- Produzir storyboard e aplicar storytelling em estratégias pedagógicas;
- Analisar criticamente o uso de tecnologias para a produção de storytelling e storyboard para determinadas estratégias pedagógicas;
- Desenvolver habilidades de comunicação no processo de ensino e aprendizagem.

Conteúdo Programático 1: A comunicação no processo de ensino-aprendizagem. Storytelling. O uso de storytelling na sua sala de aula em diferentes modelos de ensino.

Conteúdo Programático 2: Narrativa linear e não-linear. Elementos da narrativa.

Conteúdo Programático 3: Brainstorm. Práticas de storytelling na educação.

Conteúdo Programático 4: Storyboard e a organização das ideias. Planos de enquadramentos. Diferentes formatos de aplicação de storyboard.

Conteúdo Programático 5: Storyboard e suas aplicações na educação.

Conteúdo Programático 6: O uso da tecnologia para storyboard e storytelling. Digital storytelling.

Conteúdo Programático 7: Estudo de caso e práticas sobre os temas: storyboard e storytelling.

Bibliografia Básica:

AMARAL, Marília A.; OLIVEIRA, Kethure Aline; BARTHOLO, Viviane Fátima. UMA EXPERIÊNCIA PARA DEFINIÇÃO DE STORYBOARD EM METODOLOGIA DE DESENVOLVIMENTO COLABORATIVO DE OBJETOS DE APRENDIZAGEM. *Ciências & Cognição*, [S.l.], v. 15, n. 1, p. pp. 19-32, abr. 2010. ISSN 1806-5821. Disponível em: <<http://www.cienciasecognicao.org/revista/index.php/cec/article/view/279/158>>. Acesso em: 29 Nov. 2018.

FASANELLO, Marina Tarnowski; PORTO, Marcelo Firpo de Souza. **A arte de contar histórias, integrada a outras linguagens de arte: uma prática pedagógica na educação básica.** *Pro-Posições*, [S.l.], v. 23, n. 3, p. 123-131, jan. 2016. ISSN 1982-6248. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/proposic/article/view/8642839>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

FILATRO, Andrea; CAIRO, Sabrina. **Produção de Conteúdos Educacionais: design instrucional, tecnologia, gestão, educação, comunicação.** Saraiva: São Paulo, 2015.

FILATRO, Andrea. **Design instrucional na prática.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

FRANCO, Max. **A Jornada do aprendiz: storytelling e metodologias ativas na educação.** São Paulo: Unitá Editora, 2018.

GORGULHO JÚNIOR, José Hamilton Chaves. **O designer instrucional e a equipe multidisciplinar.** Minas Gerais: Gráfica Storbem. 2012.

GALVAO, Joni. **O menino que só tinha uma chance.** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=svMhIBETITk>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II – como criar e produzir livros.** São Paulo: Rosari, 2007

MACSILL, James. **Cinco lições de storytelling: fatos, ficção e fantasia.** São Paulo: DVS Editora, 2013.

MCCLOUD, Scott. **Desenhando quadrinhos: os segredos das narrativas de quadrinhos, mangás e graphic novels.** São Paulo: Makron Books, 2008.

PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. **O Guia Completo do Storytelling.** Alta Book: Rio de Janeiro, 2016.

STANCHFIELD, Walt. **Gesture Drawing for Animation**. Disponível em: <<http://www.flooby.nooby.com/pdfs/gesturedrawingforanimation.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

XAVIER, Adilson. **Storytelling: histórias que deixam marcas**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.

WATTS, Harris. **Os câmeras: o curso de produção de filme e vídeo da BBC**. 5ª ed. SUMMUS: São Paulo, 1990

Disciplina: Edição, pós-produção e direção de arte.

Ementa: Nessa disciplina serão vistos os pontos principais do processo de edição, para que a animação esteja adequada ao meio de comunicação escolhido para sua veiculação, além de técnicas para finalizar o projeto, em especial a correção de cor e a renderização. Além disso, serão vistos os principais conceitos que permeiam a área de direção de arte voltada para o mercado de animação, como composição de cena, criação de estilo, entre outros, além de exercitar o processo de direção de arte, da concepção ao projeto final, de forma a estimular o pensamento reflexivo da linguagem visual adotada.

Competências e Habilidades:

- Editar projetos de animação de acordo com os princípios de montagem como simultaneidade, contraste, etc, adequados para o suporte escolhido para exibição.
- Realizar ajustes finos em um projeto e renderizar arquivos nos formatos que melhor se adequem ao propósito da exibição do projeto.
- Compor conceitos visuais para animações conforme as necessidades de um briefing bem como de um repertório cultural condizente com a proposta midiática e de veiculação.

Conteúdo Programático 1: evolução histórica do processo de edição, edição não linear, fundamentos do corte, corte seco, jump cut, plano sequência, técnicas para transições, fade, zoom, continuidade, raccord. Princípios de Pudovkin (contraste, paralelismo, simbolismo, simultaneidade, leitmotiv) e Eisenstein

(montagem métrica, rítmica, tonal, supertonal e intelectual). Exemplos de aplicação de tais fundamentos.

Conteúdo Programático 2: definição de cor, teorias de cor, padrões de cor, conceitos sobre psicologia das cores, contraste, calibração, lut, gráficos de scope, balanço de cor, uso de máscara, luminância.

Conteúdo Programático 3: formatos de arquivo (MP4, AVI, MOV, entre outros), exportação de vídeo, áudio e imagem estática, uso de HDR, codecs, filtros, bitrate, bitrate encoding, metadados, resolução e qualidade de tela, inserção de legendas.

Conteúdo Programático 4: fundamentos de direção de arte, estética no audiovisual, técnicas para construção de repertório, composição visual de cena, estilos cinematográficos, gêneros narrativos, .

Bibliografia Básica:

MARLAND, John; RAWLE, Steven; EDGAR, Robert. **A Linguagem do Cinema**. Porto Alegre: Grupo A, 2013.

MURCH, Walter. **Num piscar de olhos:** A edição de filmes sob a ótica de um mestre. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

HAMBURGER, Vera. **Arte em cena:** A direção de arte no cinema brasileiro. São Paulo: Senac, 2014.

Bibliografia Complementar:

FAXINA, Elson (org.) **Edição de Áudio e Vídeo**. Curitiba: InterSaberes, 2018.

TARKOVSKI, Andrei. **Esculpir o Tempo**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WILLIAMS, Richard. **Manual de animação:** manual de métodos, princípios e fórmulas para animadores clássicos, de computador, de jogos, de stop motion e de internet. Editora Senac São Paulo, 2019.

Disciplina: Efeitos especiais e áudio.

Ementa: Nesta disciplina serão abordados dois tópicos de grande importância para um projeto de audiovisual, a aplicação de efeitos especiais e a aplicação de

áudio. Para o áudio são abordados os conceitos básicos do som, como tratar e aplicar filtros, como implementar trilhas e falas em uma animação. Para os efeitos especiais, abordaremos como aplicá-los, quais são os principais tipos, além da implementação de partículas.

Competências e Habilidades:

- Implementar efeitos de áudio, trilhas sonoras e dublagem em projetos de animação.
- Editar e tratar arquivos de áudio para uso em projetos de audiovisual, com técnicas de redução de ruído, equalização e aplicação de outros filtros.
- Criar efeitos especiais em projetos audiovisuais, integrando-os com as principais técnicas de animação existentes (vetorial, stop motion com bonecos, pixilation, etc).

Conteúdo Programático 1: princípios fundamentais do som (altura, duração, intensidade e timbre), principais bancos de áudio disponíveis (pagos e gratuitos), estilos musicais para trilha sonora, captação e edição de dublagem e narração, loop de som.

Conteúdo Programático 2: trabalhar com áudio nos principais softwares de animação e edição (After Effects, Premiere, Vegas, etc), criando tracks, equalização, tratamento de ruído, mixagem de áudio, uso de filtros, formatos de arquivo (MP3, WMA, Ogg, AAC, WAV, AIFF, FLAC, entre outros).

Conteúdo Programático 3: definições de efeitos visuais, aplicação de efeitos de chroma key, luma key e máscaras, tracking de objetos, entre outros..

Conteúdo Programático 4: aplicação de partículas, propriedades de efeitos de partículas, partículas em animações e jogos, simulação de fumaça, fluidos tecidos e de colisão entre objetos, rigidez e elasticidade de objetos.

Bibliografia Básica:

JOSÉ, Marcel Fialho; REIS, Bruna de Souza. **Projetos Gráficos** - Fundamentos 2D e 3D. São Paulo: Saraiva, 2015.

MOLETA, Alex. **Você na Tela:** criação audiovisual para a Internet. São Paulo: Summus Editorial, 2019.

PETRY, Daniel Bassan. **Efeitos Visuais e Softwares.** O Cinema da Nova Hollywood. Curitiba: Appris, 2015.

Bibliografia Complementar:

C. JÚNIOR, Anibal; CARMO, Liana. **Adobe After Effects CC.** São Paulo: Editora Senac, 2017.

CARVALHO, Vinicius Augusto. **Efeitos Visuais de Transição na Montagem Cinematográfica.** Jundiaí: Paco Editorial, 2018.

FAXINA, Elson (org.) **Edição de Áudio e Vídeo.** Curitiba: InterSaberes, 2018.

Disciplina: Estética e arte: processos de inovação e criatividade no audiovisual

Ementa: A disciplina discutirá acerca das produções audiovisuais que estão em curso, traçando um panorama histórico com a trajetória do audiovisual no mundo a partir das realizações criativas aclamadas pela crítica, seja na TV e no cinema, seja na internet, através das redes sociais e plataformas de serviço Streaming. Filmes, séries, novelas, documentários serão trazidos ao debate para que seja analisada a estética de cada formato, assim como as características criativas e releituras utilizadas ao longo do tempo.

Competências e habilidades:

- Compreender a influência dos movimentos artísticos na produção de conteúdo audiovisual;
- Compreender a história da Linguagem Audiovisual;
- Desenvolver habilidade de crítica da estética utilizada na produção de cinema, TV e internet;
- Desenvolver repertório criativo para a produção de conteúdo.

Conteúdo Programático 1: História da Arte: breve contextualização dos períodos que antecedem a arte na idade moderna, dando ênfase também à história da arte no Brasil. Semana de Arte Moderna como marco.

Conteúdo Programático 2: Da cultura popular à cultura de massa e o Kitsch. Discutir as formas de manifestações culturais e a utilização das mesmas como produto pela indústria cultural.

Conteúdo Programático 3: Produção de TV no Brasil: Estética das novelas. Narrativas e conteúdo; público consumidor e transformação da produção com o crescente das novas tecnologias.

Conteúdo Programático 4: Análise de filmes clássicos. Observação da estética, da linguagem audiovisual empregada nas obras de grande relevância para estudos da história do cinema.

Conteúdo Programático 5: Produção Nacional: análise da estética e linguagem de documentários, filmes e séries. Identidade nacional. Influência de produções estrangeiras.

Conteúdo Programático 6: Produção na internet: análise da estética e da linguagem de produções voltadas para plataformas digitais, redes sociais, Youtube. Ascensão de conteúdo produzido por youtubers.

Conteúdo Programático 7: Análise dos novos modelos de produção audiovisual: formatos streaming: Netflix, Globo Play, Amazon.

Bibliografia:

GOMBRICH, E. H. **A história da arte**. 16. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2000.

ADORNO, Theodor. **A indústria cultural**. In: COHN, G. Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Edusp, 1971.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: neurose**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

JOSÉ, Carmem Lucia. **Do brega ao emergente**. São Paulo: Marco Zero, 2002.

MIGUEL, L. F. Falar bonito: **o Kitsch como estratégia discursiva**. **Revista Brasileira de Ciência Política**, no 6. Brasília, julho - dezembro de 2011, pp. 183-202.

Disciplina: Produção de conteúdo midiático: formatos e novas tendências

Ementa: A disciplina está alicerçada nas produções contemporâneas de maior apelo da audiência. Trará para a discussão uma série de formatos e tecnologias que são tendência no Brasil e no mundo, como as produções para redes sociais (TikTok, Instagram etc.), uso de smartphones, wearables, programações feitas para streaming, dentre tantas outras possibilidades que cativam a hiperaudiência.

Competências e habilidades:

- Capacidade para perceber as novas tendências de produção de conteúdo multiplataforma e como adaptar formatos antigos dentro de novas linguagens;
- Habilidade para pensar estratégias de marketing focadas em diferentes segmentos, sabendo como utilizar a cauda longa e os hits de nicho para o sucesso;
- Compreensão das rupturas tecnológicas inerentes da ampliação da conectividade, principalmente móvel, do crescente aumento do uso e das possibilidades com smartphones e outros wearables;
- Capacidade de pensar as características de cada plataforma e as necessidades de suas audiências, a fim de tornar o conteúdo propagável e fazer com que ele tenha potencial viralizante.

Conteúdo Programático 1: Hipertelevisão, hipercinema e hiperaudiovisual. Desbravando a hiperaudiência. Diferenças da produção em VOD, TV paga e TV aberta. Desafios e tendências com o crescimento da comunicação digital e com a ampliação de canais de streaming. A verdade por trás da nuvem: Data centers e CDN.

Conteúdo Programático 2: Narrativa transmidiática, intermídia, crossmídia. Realidade virtual. Hologramas. Wearables. Intra-pan-óptico: Entendendo o

algoritmo por trás das escolhas de produtos, programações, músicas e demais itens de desejo e consumo. Streaming: Formatos e interatividade. Binge-watching.

Conteúdo Programático 3: Conteúdos nas redes sociais: (YouTube, Vimeo, Facebook, Instagram, TikTok). Estética e linguagem. O audiovisual móvel. O que muda com o 5G, internet ultrarrápida e smartphones. Youtubers, TikTokers e Instagramers: Tendências e monetização dos grandes canais de influenciadores digitais na contemporaneidade.

Conteúdo Programático 4: Publicidade para a internet: mercado em expansão. Formato, estética, linguagem e cuidados. Demandas, nichos de mercado. Conteúdos com foco no digital. Cauda Longa. O surgimento dos hits de nicho. Cultura da propagação. Cultura da participação. Realizando o grande objetivo: o conteúdo com potencial viralizante.

Bibliografia básica:

ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CARDOSO, J. C. **Plataformas de *streaming*, rupturas tecnológicas e alterações nas dinâmicas das audiências do espaço audiovisual brasileiro (2011-2021)**. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão: Criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

Bibliografia complementar:

BAUMAN, Z. **Vigilância líquida: Diálogos com David Lyon**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CANNITO, N. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CARDOSO, J. C. **Binge-watching como um novo modo de assistir televisão**: uma análise comparativa entre o fenômeno em arquivo e em fluxo. Ponta Grossa: Atena, 2021.

ECO, U. **La estratégia de la ilusión**. Barcelona: Lumen, 1986.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: Nascimento da Prisão. 26 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

INNIS, H. A. **O viés da comunicação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom pra você**: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies Television, and Video Games**: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press, 1991.

OROZCO GÓMEZ, G. **Televisión en tiempos de Netflix**: una nueva oferta mediática (eBook) México: Universidad de Guadalajara, 2020.

SCOLARI, C. A. This is the end: as intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario e FECHINE, Yvana (Orgs). **O fim da televisão**. Tradução Diego Andres Salceno. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014b.

WOLTON, D. **Elogio do grande público**: Uma teoria crítica da televisão. Tradução José Rubens Siqueira. São Paulo: Editora Ática, 1996.

Disciplina: Legislação no audiovisual

Ementa: A disciplina abordará aspectos jurídicos que envolvem as produções audiovisuais. Temas como ética na comunicação e responsabilidade social estarão lado a lado com a legislação vigente no que tange direitos autorais, direitos de imagem, leis essenciais para a produção de conteúdo nacional como a lei 11.437 (2006) que estabeleceu o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), e fundamental para a diminuição do preconceito e discriminação como a lei 13.146 (2015) de Acessibilidade que permite o acesso de pessoas com deficiência às produções audiovisuais.

Competências e habilidades:

- Conhecimento da legislação do audiovisual vigente;
- Habilidade para escrever projetos para editais, dentro das diretrizes das leis do audiovisual;
- Capacidade para identificar oportunidades no mercado;
- Estímulo ao desenvolvimento de políticas públicas para o audiovisual.

Conteúdo Programático 1: Ética na comunicação: traz um apanhado de questões filosóficas com o propósito de nortear o aluno na forma de pensar a produção de conteúdo audiovisual.

Conteúdo Programático 2: Direitos autorais e direito de uso de imagem: explicação jurídica e mostra de casos no trato com o que se refere a utilização dos direitos dos autores de suas obras intelectuais, artísticas ou científicas.

Conteúdo Programático 3: Políticas Públicas e questões socioculturais: trazer discussões sobre a importância de políticas públicas culturais, sobretudo no audiovisual, reafirmando a necessidade de um resgate cultural contínuo e a pluralidade de vozes sociais.

Conteúdo Programático 4: A Lei do Audiovisual (8.685/93): discorrer sobre a lei que permite que contribuintes (pessoas físicas e jurídicas) tenham abatimento e isenção de tributos.

Conteúdo Programático 5: Lei da TV Paga: esmiuçar os meandros da lei que pretende aumentar a produção, circulação e o fortalecimento da cultura nacional. Versar sobre as questões econômicas que giram em torno desta lei.

Conteúdo Programático 6: Regulamentação dos serviços de Streaming (Netflix, Amazon, Globo Play).

Conteúdo Programático 7: Lei da acessibilidade no audiovisual: discorrer sobre a importância das ferramentas de acessibilidade (LIBRAS, Audiodescrição e Legendagem descritiva) como política inclusiva de pessoas com deficiência.

Bibliografia:

BARROS FILHO, Clovis de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Summus, 2008.

FIUZA, Guilherme; NOGUEIRA, Júlia. **Guia de elaboração de projetos audiovisuais: Leis de Incentivo e Fundos de Financiamento**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. **Ética, Mídia E Comunicação - Relações Sociais Em Um Mundo Conectado**. São Paulo: Summus, 2018.

MEYER, T. **Democracia midiática**. São Paulo: Loyola, 2008.

PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na Comunicação: princípios para uma prática responsável**. Tradução de Joice Elias Costa. Porto Alegre: Penso, 2011. 295 p.

Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: Agência Nacional do Cinema. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/consultas-publicas/PDM%20-FINAL.pdf>. Acesso em: 07 dez. 2018.

Uma nova política para o audiovisual: Agência Nacional do Cinema, os primeiros 15 anos. 1 edição, maio/2017. Disponível em: https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/livros/ANCINE%2015%20ANOS%20WEB%20FINAL_em%20baixa2.pdf. Acesso em: 07 dez. 2018.

Disciplina: Marketing e publicidade em mídias sociais

Ementa: Compreender o fenômeno social através das mídias sociais na internet, o comportamento do consumidor conectado usando essas redes e os formatos disponíveis, além de formular planejamento eficaz.

Competências e Habilidades:

- Compreender o fenômeno social através das mídias sociais na internet;
- Entender o comportamento do consumidor conectado, usando essas redes;
- Identificar os formatos de mídia mais usados atualmente nas mídias sociais para formular um planejamento eficaz, usando estratégias e ferramentas apresentadas.

Conteúdo Programático 1: Marketing nas redes: o consumidor/usuário como protagonista nas mídias sociais.

Conteúdo Programático 2: Pesquisa – principais ferramentas para levantamento de dados. Uso de *analytics* e técnicas de análise de dados.

Conteúdo Programático 3: Estabelecendo objetivos e metas para planejar campanha. Mensuração e otimização de campanha.

Conteúdo Programático 4: Produzindo campanhas efetivas para mídias sociais. Formatos de peças nas mídias sociais.

Bibliografia Básica:

ADOLPHO, C. **Os 8 Ps do Marketing Digital:** o guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Editora Novatec, 2011.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. **Marketing 3.0.** 16ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 215 p.

WORRE, Eric. **Go Pro** – 7 passos para ser um profissional do marketing de rede. Rio de Janeiro: Editora Propósito Eterno, 2014.

Bibliografia Complementar:

Brasil é o maior usuário de redes sociais da América Latina. Disponível em: www.forbes.com.br/fotos/2016/06/brasil-e-o-maior-usuario-de-redes-sociais-da-america-latina/#foto1. Acesso em 24 de outubro de 2019.

Google Trends: como ele pode ajudar a sua empresa? Disponível em: <http://marketingdeconteudo.com/google-trends/>. Acesso em 23 de outubro de 2019. |

13. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

