

# OMiD Academia de Áudio



OMiD Academia de Áudio™ apresenta os procedimentos de trabalho de estúdios de gravação em Los Angeles, considerados os melhores do mundo. A diferença destes estúdios é a valorização do 'know-how' ou o valor do conhecimento e a sua aplicação na boa produção. O conhecimento tem o mesmo peso que o conjunto de Acústica, Equipamentos e Rede Elétrica de um estúdio de gravação.

Não é suficiente aprender a operar as ferramentas, como trabalhar numa mesa de som, por exemplo. Para fazer as escolhas certas, o técnico/produtor deve conhecer todas as operações envolvidas. O método OMiD™ desenvolve o conhecimento através de conceitos que permitam livre substituição das ferramentas, sejam acústicas, analógicas ou digitais. Através do domínio desse conhecimento é possível balancear o trabalho da acústica do estúdio de gravação com o potencial dos equipamentos. Aplicando este método, é possível trabalhar dos conceitos as ferramentas, obtendo um resultado final que é independente do equipamento usado, como nas melhores produções de Los Angeles.



## Omid Bürgin



Omid Bürgin. Suíço-americano atuou por 12 anos como produtor, músico e arranjador nos principais estúdios de Los Angeles. No Brasil, idealizou como autor em vários projetos de acústica para estúdios de som de grande e médio porte, auditórios e igrejas, conquistou grande credibilidade neste setor.

Sempre atualizado com as últimas pesquisas e tendências internacionais, incorpora aos projetos sua experiência adquirida no exterior, adaptando-os criativamente à realidade brasileira. Ministrou cursos na área de acústica, áudio e produção musical em escolas de renome, como a UCLA, Musician's Institute (MI - Hollywood), Santa Marcelina e USP. Atualmente, OMiD dá aulas de acústica, áudio e produção em seu próprio estúdio, em São Paulo.

Omid recebeu vários prêmios de instituições como o Electronic Arts Research Institute (LA) e o Freunde der Guten Musik (Berlim). Também produziu festivais de várias culturas musicais do mundo e foi crítico musical do Daily Bruin e apresentador/pesquisador do Center of Performing Arts, de Los Angeles. Mais recentemente foi nomeado Técnico de Música, sendo destaque em 2004 pela revista guia ProMusic.

### Comissões:

- Kronos Quartet
- Freunde der Guten Musik, Berlin

### Premiações:

- Electronic Arts Research Institute (EAR)
- UCLA Scholarships

### Nominações:

- Henry Mancini Award
- Elaine Krown Klein Award
- Guia ProMusic

### Palestras Internacionais:

- New York University (NY)
- University of Los Angeles (LA)
- Universität Hamburg (Hamburg)
- Berklee College of Music (Boston)
- SAE (NY)
- Manhattan School of Music (NY)
- Musician's Institute (LA)
- Audio Engineering Society (Zürich)



## CURSOS DE MUSIC BUSINESS E INDÚSTRIA MUSICAL BRASILEIRA

No **Music Business Program** (*Programa de Music Business*), convidados reconhecidos no mercado abordam as práticas e métodos da **Indústria Musical Brasileira e Internacional**.

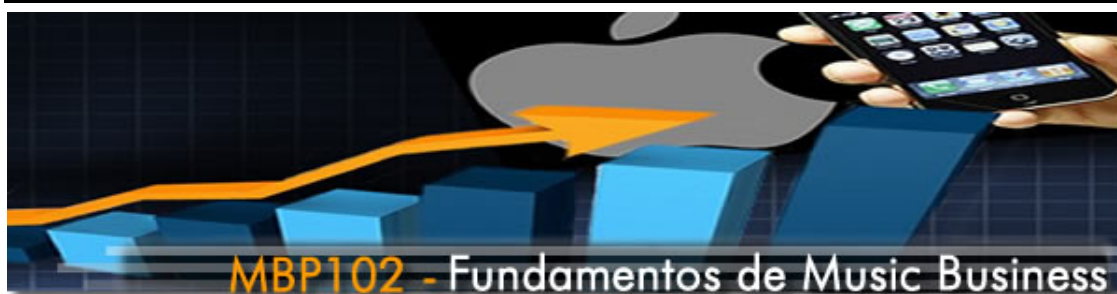


**Music Business Program**

- MBP102 - Fundamentos de Music Business
- MBP110 - Produção e Distribuição Musical
- MBP120 - Marketing e Produção de Shows
- MBP130 - Direitos Autorais e Leis de Incentivo
- MBP140 - Music Publishing e Outros Mercados

EMPRESÁRIO AGENTE





No curso “Fundamentos de Music Business e Produção Cultural” serão resumidos todos os aspectos abordados durante o programa completo de Music Business, desde a definição de objetivos e metas do projeto; o traçar de um planejamento, assim como introduzir algumas questões os esquemas de produção independente de como se auto-gerenciar; como criar um selo independente; como trabalhar com leis de incentivos; como se inscrever em editais culturais e participar de feiras e festivais e, por fim, conhecer de perto as questões jurídicas e financeiras e como divulgar seu projeto, dentro do âmbito nacional e internacional. Para isso, é necessário aprender a utilizar planilhas de custos, lidar com orçamentos, criar cronogramas de trabalho e fazer planos de mídia e de marketing.

No mundo do Music Business há diferentes facetas que você pode se ocupar, sendo assim, é importante compreender todas elas para fazer a escolha certa. Durante este curso, iremos abordar tanto ações e estratégias no esquema independente, quanto como se comportar diante do mercado das grandes gravadoras, atualmente vivendo uma séria crise.

#### **Palestrantes:**

- ✓ **Magda Pucci:** *Cantora, compositora e arranjadora, diretora musical do grupo Mawaca e diretora da Ethos Produtora de Arte e Cultura.*
- ✓ **Tiago Barizon:** *da Barizon Identidade Musical*
- ✓ **Alexandre Fontanetti:** *Produtor Musical (Rita Lee, etc..)*
- ✓ **Juan Wallace:** *Produtor Musical*

#### **Programa do Curso:**

##### **A. Introdução Geral:**

01. Introdução à produção independente
02. Auto-gerenciamento
03. Criação de selos independentes
04. Introdução à leis de incentivos

##### **B. Quem é quem / Tipos de Produção e Mercados Musicais:**

01. “Quem é Quem” na Indústria Cultural
02. Diferenças principais entre os Estados Unidos e o Brasil

##### **C. A Estrutura de uma Gravadora:**

01. Os Pequenos, Médios e Grandes
02. Gravadoras e Distribuidoras
03. Entender Royalties



**Pré-requisitos:**

*Nenhum*

**Público Alvo:**

Produtores, Compositores, Técnicos, Músicos, Escritores, Advogados, Empresários, Administradores, Contadores e qualquer pessoa interessada em compreender as relações entre produção e mercado na indústria cultural, bem como quem queira conhecer as ferramentas que temos à nossa disposição para viabilizar um projeto cultural.





O curso **Produção e Distribuição Musical** é voltada para músicos que queiram compreender como se organizar em relação à produção do seu projeto musical (gravação de CD, produzir shows etc.) num esquema diferenciado, sem depender de grandes gravadoras.

Produção Musical se ocupará de propor caminhos para a produção executiva de um CD independente, isto é, como estabelecer estimativas orçamentárias a partir das etapas da produção de um CD (produção musical; gravação; mixagem; masterização) assim como formatar projetos para captação de patrocínio; aprender a lidar com advogados, autorizações e contratos; acompanhar a produção do encarte e da capa; gerar o ISRC; analisar as condições de prensagem, entender o processo de distribuição e saber controlar as vendas.

Em Distribuição Musical, serão comentado como se dá a distribuição independente; como ocorre a divisão dos valores para o produtor fonográfico, para o distribuidor e o para artista entre outros assuntos. A distribuição, que é um dos elos que ligam o artista a seu público, vem sofrendo recentemente uma profunda transformação, não só por conta do advento da música digital, mas também pelas oportunidades que a Internet oferece, principalmente aos independentes.

#### **Palestrantes:**

- ✓ **Magda Pucci:** *Cantora, compositora e arranjadora, diretora musical do grupo Mawaca e diretora da Ethos Produtora de Arte e Cultura.*
- ✓ **Tiago Barizon:** *da Barizon Identidade Musical*
- ✓ **Alexandre Fontanetti:** *Produtor Musical (Rita Lee, etc..)*
- ✓ **Produtor Feio:** *Produtor Musical (Chitãozinho e Xororó, Daniel, Sandy e Junior, etc.)*
- ✓ **Juan Wallace:** *Produtor Musical*
- ✓ **Mauricio Bussab:** *Fundador e diretor da famosa distribuidora independente - a Tratore - A Distribuidora dos Independentes.*
- ✓ **Andrea Colmatti:** *produtora de shows, eventos, discos, dvds e programas de TV. Atualmente é gerente de produção e conteúdo da Trama.*



**Programa do Curso:**

**A. Apresentação do Curso**

01. Etapas de uma Produção Independente
02. Produção Executiva de Shows, Gigs, Concertos, Apresentações
03. Dicas para Contatos Profissionais
04. Definições de Condições Técnicas, Acertos Burocráticos e Divulgação do Projeto

**B. Produção de CD1: Caminhos para a produção executiva de um CD independente**

01. Estabelecer Estimativas Orçamentárias
02. Formatação de Projetos para Captação de Patrocínio
03. Lidando com Advogados, Autorizações e Contratos
04. Produção do Encarte e da Capa
05. ISRC
06. Análise das Condições de Prensagem
07. Processo de Distribuição e Vendas

**C. Produção de CD2: O que envolve uma produção musical**

01. As Fases da Produção:
  - Pré-Produção
  - Produção
  - Pós-Produção
02. Distribuindo Sua Música
03. Aproveitando as Leis e os Parceiros
04. Exemplos de Modelos de Negócios

**D. Distribuição Independente**

01. Formas de Distribuição
02. Distribuição de CD's
03. Distribuição Digital
04. Tendências do mercado
05. A Distribuidora dos Independentes

**E. O Futuro da Distribuição Musical**

01. iTunes
02. Outras Propostas

**Pré-requisitos:**

*IMB101: Fundamentos de Music Business*

**Público Alvo:**

Produtores, Compositores, Técnicos, Músicos, Escritores, Advogados, Administradores, Contadores e qualquer pessoa interessada em dominar o processo de produção executiva de uma obra musical.



No curso **Marketing e Produção de Shows** serão abordados as diferentes etapas de uma produção independente, isto é, como se dá a produção executiva de shows, *gigs*, concertos e apresentações; assim como estabeleceremos alguns critérios e dicas básicas para os contatos profissionais; definições de condições técnicas, acertos burocráticos e divulgação do projeto.

**Marketing e Produção de Shows** inclui itens como a preparação do material promocional do grupo, contatos com festivais, teatros e instituições, envio de material promocional, alguns critérios básicos para contato e compreensão dos mecanismos de ação com instituições, como fazer o *follow up* e como criar novos projetos. E, depois de definido o show, como se organizar quanto à equipe técnica, à logística dos shows, agenda de ensaios, acertos de burocracias de toda sorte, assim como a divulgação do show.

Serão apresentados alguns aspectos referentes à produção de show no exterior, isto é, como se colocar no mercado internacional usando recursos alternativos, que não estejam atrelados às estruturas de marketing das gravadoras comerciais. Isso inclui a preparação do material promocional em diferentes línguas, a contratação de um profissional local para fazer contatos com festivais europeus ou americanos e como se portar diante de outras realidades.

#### **Palestrantes:**

- ✓ **Tiago Barizon:** *da Barizon Identidade Musical*
- ✓ **Magda Pucci:** *Cantora, compositora e arranjadora, diretora musical do grupo Mawaca e diretora da Ethos Produtora de Arte e Cultura.*
- ✓ **Fabiana Lian:** *Organizadora de Shows Internacionais*

#### **Programa do Curso:**

##### **A. Produção de Shows Nacionais**

01. Preparação e envio do material promocional do grupo
02. Contatos com festivais, teatros e instituições
03. Follow up

##### **B. Administração de Shows Nacionais**

01. Organização da equipe técnica
02. Logística dos shows e agenda de ensaios
03. Burocracia e divulgação dos shows

##### **C. Produção de Shows no exterior**

01. Como se colocar no mercado internacional usando recursos alternativos
02. Elaborando o material promocional em diferentes línguas



#### D. Tópicos Avançados

01. Contratação de profissionais no local para contatos com festivais
02. Apresentação do projeto final
03. Aproveitando as leis e os parceiros
04. Exemplos de modelos de negócios

#### Pré-requisitos:

*IMB101: Fundamentos de Music Business*

#### Público Alvo:

Produtores, Compositores, Músicos, Advogados, Empresários, Administradores e qualquer pessoa interessada em organizar e viabilizar a realização de shows e eventos.



O curso **Direitos Autorais e Leis de Incentivo** visa transmitir aos alunos os conceitos fundamentais dos direitos autorais e direitos conexos, com base na legislação brasileira e nos tratados internacionais a respeito da matéria. Serão abordados, principalmente, os aspectos conceituais, o conteúdo (direitos morais e patrimoniais), o prazo de proteção, a titularidade e as limitações desses direitos.

Se você tem um projeto de caráter mais cultural, com uma abordagem menos comercial talvez seja interessante conhecer os prós e contras das leis de incentivo existentes no Brasil; assim como saber como proceder nos editais de cultura; saber formatar projetos para essas leis para captar recursos para seus projetos. Nas aulas de Leis de Incentivo, iremos abordar os prós e contras de se trabalhar com as Leis de Incentivos e Editais, analisar as leis disponíveis no momento, os editais de cultura, a formatação para lei, a captação de recursos e a execução do projeto.

#### **Palestrantes:**

- ✓ **Magda Pucci:** *Cantora, compositora e arranjadora, diretora musical do grupo Mawaca e diretora da Ethos Produtora de Arte e Cultura.*
- ✓ **Tiago Barizon:** *da Barizon Identidade Musical*
- ✓ **Guilherme Carboni:** *Advogado de Music Business e Direitos Autorais (Guilherme Carboni - Advocacia).*
- ✓ **Pedro Carneiro:** *Advogado de Music Business e Direitos Autorais*
- ✓ **Christiane Oliveira:** *Professora ECA/USP*

#### **Programa do Curso:**

##### **A. Direito Prático: Contratos em Matéria de Direitos Autorais**

01. Licenciamento
02. Cessão
03. Principais Contratos na Área Musical

##### **B. Direito Prático: Questões Específicas da Proteção Autoral da Obra Musical**

01. Execução Pública
02. ECAD

##### **C. Direito Prático: Direitos Autorais sobre Obra Musical na Internet**

01. Direitos Autorais na Internet
02. Downloads
03. Novas Propostas

##### **D. Direito Prático: Novas Tecnologias, DRM e Violação de Direitos Autorais na Internet**

01. Novas Tecnologias
02. DRM
03. Violações Autorais na Internet



#### **E. Leis de Incentivo Cultural**

01. Apresentação das Leis de Incentivo e Editais
02. Análise das leis disponíveis no Brasil (Pros e Contras)

#### **F. Editais e Captação**

01. Editais de Cultura
02. Captação de recursos e execução do projeto

#### **Pré-requisitos:**

*IMB101: Fundamentos de Music Business*

#### **Público Alvo:**

Produtores, Compositores, Músicos, Escritores, Advogados, Administradores, Contadores e qualquer pessoa interessada em compreender os mecanismos de incentivo à cultura disponíveis no Brasil, conhecer o funcionamento das leis de proteção ao criador artístico e qual é a situação desses direitos frente às novas mídias.





O curso de **Music Publishing e Outros Mercados** mostra como os compositores podem receber royalties de vários usos de suas composições. Existem vários tipos de royalties: royalties mecânicos resultam da venda de música gravada, como CDs e downloads digitais. Music Publishing é voltada para músicos que queiram compreender como se organizar em relação à publicação das suas criações, num esquema diferenciado, sem depender de grandes *music publishers*.

**Music Publishing e Outros Mercados** mostra como ofertar as novas músicas de compositores com artistas para gravá-las e colocar músicas dos compositores em outras mídias, como trilhas sonoras de filmes e comerciais. Abordaremos como supervisionar a emissão de songbooks e partituras por seus artistas, os aspectos contratuais em direitos autorais, execução pública e ECAD, e violação de direitos autorais na Internet, novas tecnologias e DRM.

#### **Palestrantes:**

- ✓ **Magda Pucci:** Cantora, compositora e arranjadora, diretora musical do grupo Mawaca e diretora da Ethos Produtora de Arte e Cultura.
- ✓ **Tiago Barizon:** da Barizon Identidade Musical
- ✓ **John Telfer:** Music Publisher
- ✓ **Karina Guerreiro:** ECAD

#### **Programa do Curso:**

##### **A. Publishing / Edição**

01. Songwriting Royalties
02. Musica Impressa
03. Dinheiro de Performance
04. Mecânicas de Publishing
05. Contratos
06. Projetos em colaborações (com vários autores)

##### **B. Outros Mercados**

01. Merchandising
02. Tecnologias Digitais
03. DRM
04. O Futuro da Música



**Pré-requisitos:**

*IMB101: Fundamentos de Music Business*

**Público Alvo:**

Produtores, Compositores, Músicos, Escritores, Advogados, Administradores, Contadores e qualquer pessoa interessada nos processos de edição musical, os direitos envolvidos com a produção cultural e as formas de proteção e comercialização desses direitos.

