

## **Conselho Pedagógico**

### **Ata nº 47**

---

Aos dias vinte e um do mês de março de dois mil e dezanove, reuniu-se o Conselho Pedagógico da Escola Superior de Comunicação Social, na sala 4G4 às 17.00.

A reunião foi convocada pela Presidente do Conselho Pedagógico com a seguinte ordem de trabalhos:

1. Informações
2. Calendário Escolar Ano Letivo 2019-20
3. Pós-Graduação em Indústrias Criativas e Culturais
4. Pós-Graduação em Storytelling
5. Assuntos supervenientes

À reunião estiveram presentes: Ana Raposo; Ana Varela; Catarina Afonso; Daniela Nascimento; Fernanda Bonacho; Filipa Subtil; Guilherme Carvalho; Helena Pina; Igor Nascimento; Luís Guilherme Freitas; Madalena Pinheiro; Manuel Reis; Maria João Centeno; Maria José Mata; Mariana Lopes; Paula Nobre; Ricardo Pereira Rodrigues; Rosário Correia; Sofia Nunes; Vanda Sousa e Zélia Santos.

Não estiveram presentes: João Ferreira, que justificou a sua ausência; Gonçalo Taborda e Bárbara Vieira, que não justificaram a sua ausência.

#### **Ponto 1**

##### **Informações**

A Presidente informou o conselho que a Prof.<sup>a</sup> Alexandra David vai tomar posse no dia 27 de março como Vice-Presidente da ESCS.

Informou igualmente que no final de fevereiro decorreu mais uma oficina formativa sobre a utilização da plataforma Moodle que teve como objetivo aumentar e melhorar o uso da plataforma. Por fim, referiu que o espaço do antigo bar no piso -1 está a aguardar por obras para poder funcionar como Espaço Comida de Casa e local de estudo.

## Ponto 2

### Calendário Escolar Ano Letivo 2019-20

A Presidente apresentou uma proposta de Calendário Escolar para o ano letivo 2019-20, explicitando que a mesma deriva de uma proposta conjunta da direção da ESCS e da Presidente do conselho (anexo 1 – proposta A).

A conselheira Ana Raposo, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Relações Públicas e Comunicação Empresarial, apresentou uma outra proposta de calendário escolar para as licenciaturas/mestrados/Pós-Graduações em BCM e Storytelling, atendendo ao facto de, no 2º semestre, a décima quarta semana coincidir com a semana dos feriados de junho. Tratando-se de uma semana em que ocorrem momentos de avaliação nas UC em regime de avaliação contínua, propôs que o 2º semestre fosse antecipado em uma semana, começando na semana do Carnaval (anexo 2 – proposta B).

A Presidente referiu que tal proposta, ao reduzir o período de tempo entre as épocas normal e de recurso, pode comprometer o cumprimento dos prazos de lançamento de notas dos exames. A Presidente referiu ainda que, de acordo com os Estatutos da escola, é o Presidente que aprova o calendário escolar; aos Conselhos Pedagógico e Técnico Científico compete pronunciar-se sobre a proposta da direção.

O conselheiro Manuel Reis, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Publicidade e Marketing, questionou sobre qual a possibilidade de o 1º semestre começar uma semana mais cedo para que a décima quarta semana do semestre acontecesse antes da interrupção do Natal.

A conselheira Fernanda Bonacho, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Jornalismo, considera que se deveria combater o medo da mudança e por isso encontrar uma solução para que o 1.º semestre termine antes da interrupção do Natal.

A Presidente referiu que a data proposta para iniciar o semestre (23 de setembro) decorre do tempo necessário para que as inscrições quer dos alunos do 1º ano, quer dos anos seguintes possam estar concluídas.

A conselheira Maria José Mata, representante do corpo docente do curso de mestrado em Jornalismo, referiu que não considera adequado que, no documento relativo ao calendário escolar e especificamente nas semanas intercalares, surja a indicação 'aulas de dúvidas'; considera desadequado que, no ensino superior, exista uma semana destinada a dúvidas, quando, no seu entender, elas não deveriam culminar numa semana mas antes ao longo do semestre.

No seguimento da observação da conselheira Maria José Mata, foi retirada das propostas a indicação de 'aulas de dúvidas' nas semanas intercalares e clarificadas as notas relativas às últimas semanas dos períodos letivos e semanas intercalares.

As propostas foram colocadas, em alternativa, a votação:

Proposta A - 8 votos.

Proposta B - 12 votos.

Foi aprovada a proposta B.

### **Ponto 3**

#### **Pós-Graduação em Indústrias Criativas e Culturais**

A Presidente informou o Conselho que tinha convidado o professor José Cavaleiro Rodrigues para apresentar a proposta de Pós-graduação em Indústrias Criativas e Culturais que resulta de uma alteração à Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Estratégias, Políticas e Empreendedorismo. O professor José Cavaleiro Rodrigues apresentou a proposta de Pós-Graduação em Indústrias Criativas e Culturais (anexo 3), afirmando que a proposta resulta da experiência acumulada das edições anteriores da pós-graduação que funcionou, nos últimos dois anos, em conjunto com a Universidade de Lisboa, Faculdades de Belas Artes e Letras. No próximo ano letivo, a pós-graduação é uma oferta exclusiva da ESCS. A designação é diferente das edições anteriores e ao plano de estudos foram acrescentadas três UC – Modelos e Técnicas de Criatividade, Direitos de Autor, Direitos Conexos e Regime das Marcas e Estudos de Mercado. Referiu igualmente que considera fundamental que as pós-graduações se posicionem no mercado internacional, para isso seria importante antecipar o período de candidatura para captar estudantes internacionais. A conselheira Fernanda Bonacho, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Jornalismo, questionou qual tem sido a receção da pós-graduação em termos de candidatos e como se perspetiva a internacionalização da mesma.

O professor José Cavaleiro Rodrigues referiu que a aposta em termos de internacionalização é o espaço lusófono, nomeadamente o Brasil. Em termos de candidaturas, a primeira edição no ano letivo 2015-16 contou com 15 candidaturas, das quais resultaram 10 alunos inscritos. As edições posteriores, já em parceria com a Universidade de Lisboa, contaram com 40 a 60 candidatos para 20 vagas. Este ano, a coordenação do curso já recebeu mais de 20 pedidos de informação, a que ainda não respondeu em virtude de só após a aprovação nos órgãos competentes se dar início à divulgação da pós-graduação.

A Presidente propôs que o Conselho se pronunciasse favoravelmente à proposta de alteração da Pós-Graduação em Indústrias Criativas: Estratégias, Políticas e Empreendedorismo que passa doravante a designar-se por Pós-Graduação em Indústrias Criativas e Culturais; a proposta foi colocada a votação e aprovada por maioria com uma abstenção.

A Presidente agradeceu a presença do Professor José Cavaleiro Rodrigues que entretanto saiu da reunião.

### **Ponto 4**

#### **Pós-Graduação em Storytelling**

A Presidente passou a palavra à professora Ana Varela para apresentar a proposta de alteração à Pós-graduação em Storytelling.

A professora Ana Varela apresentou a proposta de alteração à Pós-Graduação em Storytelling (anexo 4), afirmando que as alterações fundamentais decorrem de passar a funcionar em dois semestres e não em dois períodos de 10 semanas, o aumento no número de ECTS e a introdução de temas que não vigoravam até aqui, nomeadamente nas UC de Escrita para Documentário,

Escrita para Videojogos e Transmedia e Indústria dos Media. A proposta resulta também de uma nova parceria entre a escola e a SIC que se vem juntar ao parceiro já existente, SP Televisão. O conselheiro Manuel Reis, representante do corpo discente do curso de licenciatura em Publicidade e Marketing, referiu que a UC de Escrita para Marcas parece coincidir com a UC opcional Branding Storytelling oferecida no curso de licenciatura em Publicidade e Marketing. A professora Ana Varela referiu que são UC de diferentes planos de estudo e além disso, o enfoque na UC de Escrita para Marcas é, como a designação da UC revela, na escrita. O conselheiro Manuel Reis, representante do corpo discente do curso de licenciatura em Publicidade e Marketing, felicitou a proponente pelo facto de a pós-graduação contemplar a UC de Escrita para Documentário. A Presidente propôs que o Conselho se pronunciasse favoravelmente à proposta de alteração à Pós-Graduação em Storytelling, a proposta foi colocada a votação e aprovada por unanimidade.

## **Ponto 5**

### **Assuntos supervenientes**

A conselheira Rosário Correia, representante do corpo docente do curso de licenciatura em Publicidade e Marketing, referiu que tinha ficado de averiguar a situação identificada na reunião de balanço do 1º semestre relativamente à UC de Ateliê de Planeamento Estratégico da Comunicação. Falou com os dois docentes que lecionam a UC e efetivamente as notas parciais que um deles terá disponibilizado durante o semestre não coincidiam com as facultadas no final porque as primeiras não contemplavam a percentagem destinada à assiduidade e participação. Foi um lapso que a conselheira já esclareceu também com a conselheira Fernanda Farias que referiu a situação na reunião anterior.

Nada mais havendo a tratar, a Presidente deu por encerrada a reunião.

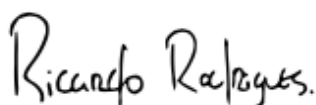
Lisboa, 21 de março de 2019

### **A PRESIDENTE DO CONSELHO PEDAGÓGICO**



(Maria João Centeno)

### **O VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO PEDAGÓGICO**



(Ricardo Pereira Rodrigues)

# Anexo 1

## Proposta A

---

## Calendário escolar ano letivo 2019-2020

<b>— LICENCIATURAS, MESTRADOS e Pós-graduação em <i>Branding e Content Marketing e Storytelling</i></b>	
<b>1º SEMESTRE</b>	<b>23 de setembro a 27 de fevereiro</b>
Período letivo (14 semanas) *	23 de setembro a 10 de janeiro
Semana intercalar (aulas de dúvidas) **	13 a 17 de janeiro
Exames Época Normal do 1º Semestre	20 de janeiro a 31 de janeiro
Exames Época de Recurso do 1º Semestre	12 a 27 de fevereiro
<b>2º SEMESTRE</b>	<b>2 de março a 25 de julho</b>
Período letivo (14 semanas) ***	2 de março a 12 de junho
Semana intercalar (aulas de dúvidas) **	15 de junho a 19 de junho
Exames Época Normal do 2º Semestre	22 de junho a 3 de julho
Exames Época de Recurso do 2º Semestre	13 a 24 de julho
Época Especial (Finalistas e Trabalhadores- Estudantes)	1 de setembro a 12 de setembro
<p>* Na semana de 6 a 10 de janeiro, só podem ocorrer momentos de avaliação nas unidades curriculares em regime de avaliação contínua.</p> <p>** Semana destinada unicamente a aulas de dúvidas, nas unidades curriculares em regime de avaliação periódica ou de avaliação por exame</p> <p>*** Na semana de 8 a 12 de junho, só podem ocorrer momentos de avaliação nas unidades curriculares em regime de avaliação contínua.</p>	

<b>— INTERRUPTÕES</b>	
Férias de Natal	23 de dezembro a 3 de janeiro
Férias da Páscoa	6 a 9 de abril

<b>— Pós-graduação em Indústrias Criativas e Culturais</b>	
<b>1º PERÍODO</b>	<b>21 de outubro a 10 de janeiro</b>
Exames Época Normal do 1º Período	20 a 24 de janeiro
Exames Época de Recurso/Melhoria do 1º Período	3 a 7 de fevereiro
<b>2º PERÍODO</b>	<b>2 de março a 15 de maio</b>
Exames Época Normal do 2º Período	25 a 29 de maio

Exames Época de Recurso/Melhoria do 2º Período	8 a 12 de junho
Exames de Época Especial (Finalistas e Trabalhadores-Estudantes)	Marcação direta com os Serviços Académicos

<b>— INTERRUPÇÕES</b>	
Férias de Natal	23 de dezembro a 3 de janeiro
Férias da Páscoa	6 a 9 de abril

## Anexo 2

### Proposta B

---



## Calendário escolar ano letivo 2019-2020

<b>— LICENCIATURAS, MESTRADOS e Pós-graduação em <i>Branding e Content Marketing e Storytelling</i></b>	
<b>1º SEMESTRE</b>	<b>23 de setembro a 21 de fevereiro</b>
Período letivo (14 semanas) *	23 de setembro a 10 de janeiro
Semana intercalar **	13 a 17 de janeiro
Exames Época Normal do 1º Semestre	20 de janeiro a 31 de janeiro
Exames Época de Recurso do 1º Semestre	10 a 21 de fevereiro
<b>2º SEMESTRE</b>	<b>24 de fevereiro a 17 de julho</b>
Período letivo (14 semanas) ***	24 de fevereiro a 5 de junho
Semana intercalar ****	8 a 12 de junho
Exames Época Normal do 2º Semestre	15 a 26 de junho
Exames Época de Recurso do 2º Semestre	6 a 17 de julho
Época Especial (Finalistas e Trabalhadores- Estudantes)	1 a 12 setembro
<p>* A semana de 6 a 10 de janeiro é destinada a momentos de avaliação nas unidades curriculares em regime de avaliação contínua.</p> <p>** A semana de 13 a 17 de janeiro é destinada unicamente a aulas de dúvidas nas unidades curriculares em regime de avaliação periódica ou exame.</p> <p>*** A semana de 1 a 5 de junho é destinada a momentos de avaliação nas unidades curriculares em regime de avaliação contínua.</p> <p>**** A semana de 8 a 12 de junho é destinada unicamente a aulas de dúvidas nas unidades curriculares em regime de avaliação periódica ou exame.</p>	

<b>— INTERRUPTÕES</b>	
Férias de Natal	23 de dezembro a 3 de janeiro
Férias da Páscoa	6 a 9 de abril

<b>— Pós-graduação em Indústrias Criativas e Culturais</b>	
<b>1º PERÍODO</b>	<b>21 de outubro a 10 de janeiro</b>
Exames Época Normal do 1º Período	20 a 24 de janeiro
Exames Época de Recurso/Melhoria do 1º Período	3 a 7 de fevereiro
<b>2º PERÍODO</b>	<b>2 de março a 15 de maio</b>

Exames Época Normal do 2º Período	25 a 29 de maio
Exames Época de Recurso/Melhoria do 2º Período	8 a 12 de junho
Exames de Época Especial (Finalistas e Trabalhadores-Estudantes)	Marcação direta com os Serviços Académicos

<b>— INTERRUPÇÕES</b>	
Férias de Natal	23 de dezembro a 3 de janeiro
Férias da Páscoa	6 a 9 de abril

## Anexo 3

### Pós-Graduação em Indústrias Criativas e Culturais

---

# **Pós-Graduação em Indústrias Criativas e Culturais**

## **Escola Superior de Comunicação Social (ESCS-IPL)**

No sentido de dar continuidade e expandir o seu projeto educativo, a ESCS reformula o seu anterior curso de pós-graduação em **Indústrias Criativas: Estratégias, Políticas e Empreendedorismo, passando no futuro a dar-lhe a designação de Indústrias Criativas e Culturais.**

O intuito desta iniciativa, reflete de um dos eixos estratégicos da Escola – a aproximação ao mundo empresarial – e das políticas públicas relacionadas com o setor criativo e cultural, combinando, numa única oferta formativa, as dimensões teórica/concetual e prática/experimental.

### **Coordenador do curso**

José Cavaleiro Rodrigues

### **Subcoordenador do curso**

Paulo Faustino

### **Comissão Técnico-Científica do Curso**

#### **Nacional**

José Cavaleiro Rodrigues

Paulo Faustino

Pedro Jorge Braumann

## **Internacional**

Terry Flew (Queensland University)

Robert Picard (University of Oxford)

## **Corpo docente**

O curso é lecionado por docentes da ESCS e especialistas convidados de reconhecido mérito.

## **Convidados (a confirmar)**

António Pedro Vasconcelos, Inês de Medeiros, Nélson Pinheiro, Paula Cunha e Patrick Vals.

## **Duração e créditos do curso**

O curso tem a duração 180 horas e 30 ETCS.

## **Objetivos do curso**

O curso de pós-graduação em Indústrias Criativas e Culturais tem como objetivos **gerais**:

- Proporcionar formação integrada e compreensão crítica das indústrias criativas e culturais, para os alunos que procuram um percurso profissional nas artes ou indústrias criativas e culturais;
- Apoiar a qualificação de profissionais que desejam aprofundar os seus conhecimentos e perspetivas de carreira no setor criativo e cultural, assim como adoção de uma atitude empreendedora para a criação de projetos e negócios na área;
- Preparar os alunos para aprofundamento da investigação académica, combinada com uma vertente prática e aplicada, na área das indústrias criativas e culturais, nomeadamente em futuros programas de mestrado ou doutoramento.

O curso tem como objetivos mais específicos garantir aos alunos competências fundamentais e aplicadas, que lhes permitam:

- Aprofundar conhecimentos sobre Indústrias Criativas e Culturais, desenvolvendo componentes aplicadas de Estratégias, Políticas e Empreendedorismo, numa perspetiva interdisciplinar;
- Desenvolver a capacidade de análise da realidade das Indústrias Criativas e Culturais, das suas transformações e tendências, particularmente nas redes digitais (Internet, dispositivos móveis, redes sociais, etc.);
- Desenvolver projetos e produtos no sector das Indústrias Criativas e Culturais, criando competências no âmbito da criação e gestão de projetos, negócios e empresas;
- Conhecer e identificar fontes de informação e oportunidades para apresentar projetos, nomeadamente nos principais programas públicos nacionais, europeus e internacionais de apoio às indústrias criativas e culturais;
- Estimular o desenvolvimento de uma visão integrada e completa do setor das Indústrias Criativas e Culturais, incluindo oportunidades e ameaças, assim como a compreensão geral dos fatores de competitividade presentes no sector;
- Experimentar casos práticos aplicados, integrando a área criativa e cultural com os modelos de negócio, as políticas comerciais, as estratégias de gestão, as fontes de financiamento, de forma a estimular uma atitude empreendedora.

## **Destinatários**

O curso está concebido para interessar a um potencial conjunto de públicos, oriundos de diferentes áreas e com diferentes perfis:

- técnicos de entidades públicas ligadas à atividade criativa e cultural, a nível nacional, regional e local;
- técnicos de empresas e organizações privadas (responsáveis de projetos, dirigentes e colaboradores ativos em negócios da área);
- produtores de conteúdos e animadores, ligados às indústrias criativas e culturais;
- profissionais com interesse pelas políticas públicas, pelo empreendedorismo criativo e pelo desenvolvimento regional e local;

- empresários, trabalhadores e empreendedores que direta ou indiretamente estejam envolvidos em organizações que produzam e comercializem produtos ou serviços relacionados com o setor criativo e cultural;
- públicos que pretendam, pela via académica e profissionalizante, adquirir ou reforçar os conhecimentos sobre aspetos teóricos e práticos de funcionamento e desenvolvimento das indústrias criativas e culturais.

## **Funcionamento do Curso**

O Curso é composto por 2 (dois) períodos letivos, cada período com 10 (dez) semanas, numa duração total de 20 (vinte) semanas.

As aulas decorrerão em 3 (três) dias por semana (segunda, terça e quarta-feira), entre as 18:30 e as 22:00, com 30 minutos de intervalo.

## **Vagas**

25

Propinas (acrescidas de taxa de inscrição)

- 1.500€ (público em geral)
- 1.200€ (professores da ESCS, alunos e ex-alunos da ESCS e colaboradores dos parceiros institucionais do curso de pós-graduação)

## **Candidaturas:**

As candidaturas decorrem a partir de maio.

## PLANO DE ESTUDOS

	<b>Unidades Curriculares</b>	<b>Áreas Científicas</b>	<b>Carga Horária</b>	<b>ECTS</b>
	<b>1.º Período</b>			
1	Empreendedorismo, Inovação e Modelos de Negócio (Responsável: Paulo Faustino)	CS	30	5
2	Estudos de Mercado (Responsável: Madalena Santo)	EPM	15	2,5
3	Metodologias de Investigação e de Projeto (Responsável: José Cavaleiro Rodrigues)	CS	15	2,5
4	Direitos de Autor, Direitos Conexos e Regime das Marcas (Responsável: João Pedro Figueiredo)	CS	15	2,5
5	Indústrias Criativas e Políticas Públicas (Responsável: Maria João Centeno)	CS	15	2,5
	<b>2.º Período</b>			
6	Produção e Gestão de Projetos Criativos e Digitais (Responsável: Paulo Faustino)	CS	30	5
7	Economia, Indústrias Criativas e Desenvolvimento (Responsável: Pedro Jorge Braumann)	CS	15	2,5
8	Marketing, Comunicação de Organizações e Produtos Criativos (Responsável: Ana Teresa Machado)	EPM	15	2,5
9	Modelos e Técnicas de Criatividade (Responsável: Helena Pina)	EPM	15	2,5
10	Seminário: Interação com a Indústria e Comunidade Cultural (Pedro Jorge Braumann)	CS	15	2,5
			<b>180</b>	<b>30</b>

### **Empreendedorismo, Inovação e Modelos de Negócio**

Nesta unidade curricular o foco será a inovação e criatividade na gestão e modelos de negócio, nomeadamente: a identificação de ideias de negócio e oportunidades; transformar ideias em capital intelectual e económico; o processo criativo, inovação incremental e radical, transformação e digitalização de empresas existentes; a natureza do processo criativo e barreiras à criatividade. Outro tema central será o empreendedorismo, especialmente: as características de um empreendedor; as ferramentas e apoios nacionais, europeus e internacionais; as necessidades do consumidor, financiamento e angariação de recursos, o planeamento estratégico e o modelo de negócio, entre outros.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Paulo Faustino



## **Metodologias de Investigação e de Projeto**

Esta unidade curricular combina, numa lógica de complementaridade, abordagens teóricas e práticas fundamentais ao nível da recolha e análise de informação associadas às atividades do setor criativo. Pretende-se, recorrendo às técnicas de métodos de investigação científica, preparar os formandos para desenvolverem capacidades críticas, conceptuais e práticas que permitam não só criar instrumentos de procura de dados, como também a sua compreensão, aplicação e utilidade para iniciativas e negócios criativos. Neste contexto, também será apresentada informação relevante, sobre a conceção, planeamento e desenvolvimento de projetos, bem dados estatísticos, estudos de casos, técnicas de benchmark, para identificar oportunidades de mercado no setor criativo e cultural.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** José Cavaleiro Rodrigues

## **Estudos de Mercado**

Esta unidade curricular pretende abordar os elementos básicos do que são os estudos de mercado, como se fazem, para que servem e a que necessidades dão resposta. O papel desempenhado pelos Estudos de Mercado na estrutura das empresas. Os objetivos estratégicos, gerais e específicos dos diferentes tipos de estudos. Abordar as diferentes metodologias que respondem aos diferentes objetivos e respetivos critérios de aplicação, bem como as técnicas de análise quantitativas e qualitativas respetivos critérios de utilização.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Madalena Santo

## **Direitos de Autor, Direitos Conexos e Regime das Marcas**

Natureza do Direito de Autor: história e conceptualização, o sistema anglo-saxónico e o sistema continental, conceito e referências legais. Âmbito de proteção do direito de autor: finalidade e objeto, conceito de obra, condições de proteção, exclusão da proteção. O conteúdo do direito de autor: faculdades pessoais e patrimoniais, autorização de utilização, utilizações livres, licenças obrigatórias. Titularidade e duração do direito de autor. Das utilizações em especial. Direitos conexos: prestações dos executantes, produtores e radiodifusores. Utilizações abusivas: usurpação e contrafação. Propriedade industrial: função (âmbito e efeitos), as marcas, Os logótipos. Infrações à propriedade industrial.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** João Pedro Figueiredo

## **Indústrias Criativas e Políticas Públicas**

Pretende-se analisar e mapear as políticas públicas do setor das Indústrias Culturais e Criativas. Será também prestada especial atenção à política cultural e à investigação, nomeadamente a importância das Indústrias Criativas no panorama cultural, os contextos nacional e internacional do setor, a política europeia e os programas da Comissão Europeia e o valor social das Indústrias Culturais e Criativas.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Maria João Centeno

### **Produção e Gestão de Projetos Criativos e Digitais**

Esta unidade curricular visa, numa perspetiva de aproximação à realidade setorial, fazer um acompanhamento de projetos individuais ou em grupo (tutoria), análise de estudos de caso que permitam aplicar uma observação e abordagem prática ao nível concretização e avaliação de ideias e negócios, incluindo o lançamento de produtos e serviços criativos e digitais. A partilha de experiências dos alunos com especialistas e outros profissionais de referência do setor criativo merecerá especial atenção, através da realização de seminários e visitas de estudo a instituições relevantes da área cultural e criativa, incluindo organizações e empresas de media.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Paulo Faustino

### **Economia, Indústrias Criativas e Desenvolvimento**

A cultura digital: revolução digital, mudanças socioeconómicas, redes sociais e Web 2.0, a revolução tecnológica, a compreensão básica da tecnologia e a Economia da Internet. Economia criativa: história e definições da economia criativa e das indústrias criativas; o papel da tecnologia; o conceito de economia criativa e a sociedade do conhecimento. Desenvolvimento Regional e Local. O mercado global e local. Regiões Criativas e Cidades Inteligentes: conceptualização, contexto nacional e exemplos internacionais e transnacionais.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Pedro Jorge Braumann

### **Marketing, Comunicação de Organizações e Produtos Criativos**

Nesta unidade curricular, serão abordados os fundamentos de marketing, nomeadamente: a Identificação e captação da audiência; o marketing estratégico; o marketing digital; o marketing relacional; o marketing internacional; o comportamento do consumidor e o marketing específico aplicado aos produtos criativos e culturais. Por seu lado, a vertente da comunicação será igualmente analisada, desde os seus conceitos basilares de comunicação, até outros temas atuais, como a comunicação global interna e externa, as redes sociais, os media e as relações públicas, e o content branding (marca através de conteúdos).

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Ana Teresa Machado

### **Modelos e Técnicas de Criatividade**

O objetivo da UC é que, individualmente e em contexto colaborativo, os estudantes possam desenvolver capacidades para explorar os processos criativos, orientando-os para os desafios do setor e da sua comunicação estratégica com os diferentes públicos. Neste sentido, são apresentadas as modernas abordagens e conceitos fundamentais da criatividade aplicada; a especificidade da criação aplicada, orientada e estratégica; os processos criativos e suas etapas; as formas de pensamento convergentes e divergentes e as diversas ferramentas de estimulação da criatividade aplicada, seus objetivos e operacionalização. Exercícios práticos disruptivos, de treino e aplicação, bem como projetos integrados no contexto profissional, são parte fundamental dos processos de aprendizagem.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Helena Pina

### **Seminário: Interação com a Indústria e Comunidade Cultural**

O seminário é aberto a académicos, profissionais, especialistas do sector e empresários da área das indústrias criativas e culturais, pretendendo abordar diferentes áreas temáticas consideradas relevantes, bem como debater tendências de evolução contemporâneas, estabelecendo uma ponte de intercâmbio de experiências entre ensino e a realidade profissional. Serão abordadas diferentes temáticas relacionadas com as indústrias culturais e criativas, com as mutações do mercado e o empreendedorismo. Diferentes aspetos da evolução das indústrias criativas e culturais serão debatidos com diferentes especialistas, com vista a melhorar o conhecimento práticos, colocando os discentes perante situações concretas que lhes permitam ligar conhecimentos anteriormente adquiridos com assuntos problematizados por agentes que podem questionar diretamente.

**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Pedro Braumann

## Anexo 4

### Pós-Graduação em Storytelling

---

# PÓS-GRADUAÇÃO EM STORYTELLING

## Proposta de Reformulação

Ano letivo 2019-2020

### CONTEXTO E OBJETIVOS

Num tempo em que as tendências no mercado audiovisual se reinventam ou se transformam de forma célere, quer ao nível tecnológico, quer ao nível dos conteúdos, propomos atualizar o projeto de pós-graduação em Storytelling com o objetivo de melhorar a resposta formativa do curso, tendo em conta as características específicas deste tipo de formação e a expectativa de aprendizagem dos alunos.

A proposta de reformulação da Pós-graduação em Storytelling surge da nossa reflexão sobre o seu funcionamento, ao longo dos três primeiros anos, ouvidos também os alunos que a têm frequentado e os professores que a lecionam.

Assim, ao nível do formato, propomos alargar o período de duração da pós-graduação para dois semestres completos, convertendo as unidades curriculares à mesma carga horária, duas horas, e ao mesmo número créditos, cinco ECTS, a atribuir a cada uma das doze unidades curriculares do curso. A conclusão do curso de pós-graduação em Storytelling corresponderá a sessenta ECTS.

À proposta do novo formato do curso corresponde também: ou a reformulação de algumas temáticas e conteúdos existentes, ou a introdução de novos conteúdos que, quer pela relevância que têm adquirindo na indústria da produção de conteúdos, quer pela qualidade da abordagem que será proporcionada aos alunos, serão também uma mais-valia para o curso e para a Escola.

Correspondem à introdução de novos conteúdos, unidades temáticas como a Escrita para Videojogos e Transmedia, a cargo de Nuno Bernardo (beActive), a Escrita para Documentário pela mão de Joana Pontes (ESCS), ou a Escrita para Marcas, na voz de Ricardo Miranda (WONDER/WHY). Juntar-se-á, também, a este renovado formato da pós-graduação em

Storytelling, um novo parceiro estratégico — a SIC— que terá um espaço no plano curricular, em formato de seminários temáticos: a unidade curricular designada por Indústria dos Media, terá como convidados profissionais de referência, especialistas em várias áreas de interesse, com uma perspetiva atual e futura do ciclo de negócio da produção digital de conteúdos.

A pós-graduação em Storytelling, que resulta de uma parceria entre a ESCS e a SP Televisão, às quais se junta agora a SIC, vem preencher um espaço vazio no âmbito da formação em narrativas audiovisuais, nas várias especificidades do ambiente digital, para um mercado em que a arte e a técnica de contar histórias e ficcioná-las têm um papel cada vez mais relevante, na estratégia da comunicação digital.

## **COMPETÊNCIAS**

- Desenvolver a capacidade de criar narrativas lineares e não lineares para diferentes plataformas.
- Identificar, compreender e escrever para diferentes géneros e formatos.
- Adquirir competências de análise crítica de um projeto, nas suas diversas componentes e estratégias narrativas.
- Desenvolver conhecimentos avançados de escrita, pesquisa, análise, apresentação escrita e oral de projetos audiovisuais.

## **DESTINATÁRIOS**

- Profissionais de comunicação que procuram especializar-se na área da narrativa e dos conteúdos digitais.
- Profissionais dos media que procuram aprofundar conhecimentos na área do storytelling,
- Estudantes de comunicação, cinema e televisão que pretendam enriquecer os seus conhecimentos e competências na área profissional da escrita para audiovisual.

## **SAÍDAS PROFISSIONAIS**

Os detentores da pós-graduação em Storytelling são preparados para corresponder a um alargado número de atividades profissionais, podendo trabalhar na área criativa mas também

executiva, com particular destaque para as funções de argumentista, editor ou produtor de conteúdos.

## **ENTRADA EM VIGOR DO NOVO PLANO DE ESTUDOS**

Início previsto em Setembro de 2019.

## **PLANO DE ESTUDOS**

A pós-graduação é composta por 12 unidades curriculares obrigatórias, num total de 60 ECTS

## **HORÁRIO**

As aulas decorrerão em três dias por semana, durante dois semestres letivos.

## **VAGAS**

25 Alunos

## **PLANO DE ESTUDOS**

<b>Unidades Curriculares</b>	<b>Áreas Científicas</b>	<b>Carga Horária</b>	<b>ECTS</b>
<b>1.º Semestre</b>			
Desenho de Narrativas	EAM	2	5,0
Géneros e Formatos	EAM	2	5,0
Teorias da Narrativa e Adaptações	CC	2	5,0
Escrita para Curtas e Longas-metragens	EAM	2	5,0
Dramaturgia	EAM	2	5,0
Indústria dos <i>Media</i>	EAM	2	5,0
<b>2.º Semestre</b>			
Escrita para Televisão e <i>Webséries</i>	EAM	2	5,0

Escrita para Videojogos e <i>Transmedia</i>	EAM	2	5,0
Escrita para Documentário	EAM	2	5,0
Escrita para Marcas	EAM	2	5,0
<i>Readers, Script Doctors e Script Editors</i>	EAM	2	5,0
<i>Pitching</i>	EAM		
			<b>60</b>

## RESUMO DAS UNIDADES CURRICULARES

### Desenho de narrativas

Tomando como ponto de partida o formato de storytelling, esta unidade curricular reflete sobre o modelo da narrativa clássica, nas suas variadas vertentes. Com base na reflexão sobre a estrutura teórica, assenta a introdução ao conceito de escrita para o audiovisual: num primeiro momento, centrada na narrativa linear e, num segundo momento, abrindo-se à narrativa não linear. O percurso teórico sustentará a prática da escrita, em contexto de storytelling audiovisual, um dos principais objetivos desta unidade curricular.

### Géneros e formatos

Esta unidade curricular tem como objetivo a prática da construção de modelos de guião, adaptados a vários conteúdos e formatos. Através do estudo e análise crítica de vários casos práticos, pretende-se desenvolver a capacidade e a técnica de escrita para vários géneros e formatos do audiovisual. Será atribuído um destaque especial ao género Comédia, dada a sua complexidade e especificidade.

### Teorias da narrativa e adaptações

Teoria da Narrativa e Adaptação desenvolver-se-á em dois momentos distintos: um dedicado aos fundamentos essenciais do texto narrativo, o outro dedicado à adaptação para um suporte audiovisual. O principal objetivo da unidade curricular será dotar os discentes dos instrumentos necessários para a compreensão das estruturas fundacionais do texto narrativo e suas condições de narratividade, permitindo-lhes a aquisição das estratégias necessárias para uma posterior adaptação ou reescrita.



## **Pitching**

Esta unidade curricular pretende levar os alunos à compreensão da natureza e importância do pitching. A importância de conhecer as etapas na elaboração de uma proposta para pitching. Comunicar a proposta - técnicas e estratégias para a elaboração de um pitching eficaz. Identificar diferentes tipos de pitch - Logline, elevator pitch, pitch escrito. Saber o que fazer quando o pitch falha - conhecimento dos principais obstáculos e respostas possíveis.

## **Indústria dos Media**

Esta unidade curricular visa transmitir aos alunos uma perspetiva real do contexto e evolução da indústria dos media, mais especificamente do mercado televisivo. Decorre no formato de seminários e conta com a participação de profissionais de referência no mercado audiovisual, especialistas em várias áreas de interesse do ciclo de negócio da produção digital de conteúdos.

## **Dramaturgia**

Pretende-se dotar os alunos de ferramentas teóricas e práticas, que o habilitem a analisar e conceber projetos na área da dramaturgia teatral, cinematográfica e televisiva.

A unidade curricular será igualmente um espaço de reflexão crítica sobre os processos de criação do texto e da sua relação com os atores e com o público, com especial enfoque nos discursos dramáticos da ficção que emergiram no século XX e XXI.

## **Escrita para Televisão e Webséries**

Partindo da contextualização e evolução dos formatos televisivos de ficção, irá refletir-se sobre o conceito de convergência cultural e sobre a forma como a narrativa audiovisual se estrutura para as diferentes plataformas.

Identificando as características específicas da escrita para televisão e para a web, pretende-se que esta unidade curricular permita operacionalizar a escrita audiovisual, em formato storytelling, para televisão e outros suportes.

## **Escrita para curtas e longas-metragens**

Esta unidade curricular tem como objetivo fornecer aos alunos uma estrutura teórica e prática através da qual reconhecem e analisam criticamente elementos-chave no processo de escrita para curtas e longas-metragens e, através de exercícios práticos, o desenvolvimento de competências para essa escrita.

## **Escrita para videojogos e transmedia**

Os videojogos, nas suas diversas plataformas, não só se apresentam como uma das maiores indústrias de produção e consumo audiovisual, mas também como um meio inteiramente diferente e diversificado de criar e contar histórias. Estes novos videojogos apresentam narrativas sofisticadas e um extenso desenvolvimento da personagem, algo que tradicionalmente só se encontrava na literatura e no cinema. Este crescimento da complexidade e riqueza narrativa dos videojogos vêm assim exigir guionistas e autores que percebam as particularidades deste meio. É por isso essencial estudar, analisar e exercitar os particularismos inerentes à construção de narrativas interativas, quer através de estudos de caso, quer com a elaboração de universos narrativos e guiões que possam ser utilizados em diferentes estruturas e dimensões de videojogos e expandidos numa abordagem transmediática.

É, também, um dos objetivos desta disciplina, explorar as potencialidades deste meio num contexto transmedia, e tentar perceber de que forma os videojogos podem expandir universos narrativos existentes ou como um videojogo e as suas personagens podem-se transformar em produtos multiplataforma, incluindo livros, filmes ou experiências digitais.

## **Readers, Script Doctors & Script Editors**

Esta unidade curricular dá a conhecer e releva a importância dos consultores, no contexto da produção audiovisual, no mundo e em Portugal.

Readers, Script Doctors e Script Editors fornece ferramentas de análise, reescrita e avaliação, aplicáveis aos vários tipos de projeto audiovisual.

## **Escrita para documentário**

Foi John Grierson quem primeiro utilizou o termo documentário a propósito do filme de Robert Flaherty, *Moana*, em 1926. Grierson, figura de grande relevo no documentarismo social inglês, definiu documentário como *creative treatment of actuality*.

Desde essa altura até hoje, o desenvolvimento tecnológico e os diferentes modos de abordar a relação entre a câmara e o seu assunto, estiveram na base das grandes transformações deste género narrativo, dando a ver as múltiplas potencialidades desta arte de contar histórias.

Narrativa com um ponto de vista definido e uma autoria clara, o documentário dá a conhecer e a entender aspetos da vida como nunca antes os havíamos visto. Interpreta a realidade, envolvendo-se com a riqueza e a ambiguidade da vida.

Esta unidade curricular de escrita para documentário vai partir das tendências presentes no género para levar os alunos a construir os seus projetos, desde a ideia até à conclusão do guião que servirá de base à rotação.

### **Escrita para marcas**

Esta unidade curricular reflete sobre o percurso e o interesse crescente pela aplicação das técnicas do storytelling à estratégia de comunicação das marcas. Aborda-se o processo de escrita para as marcas e a relevância das histórias, com recurso ao estudo de casos e a exercícios práticos. Identificam-se as metodologias para o processo de integração das marcas na narrativa de um conteúdo audiovisual, tendo em conta a plataforma a utilizar. Analisam-se igualmente as contingências legais da escrita para soft sponsering e product placement, assim como as implicações que a presença das marcas nos conteúdos traz para os produtores, os atores e os titulares de direitos de autor e conexos.

### **Coordenadora do Curso**

Ana Varela

### **Subcoordenador do Curso**

Pedro Lopes

### **Comissão Científica do Curso**

Ana Varela

Inês Gomes

Joana Pontes

Pedro Lopes

Ricardo Nogueira

Vanda de Sousa