

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

Nos **Cursos de Music Business**, convidados reconhecidos no mercado abordam as práticas e métodos da **Indústria Musical Brasileira e Internacional**.



Os alunos do OMiD acompanham as tendências internacionais, adaptadas às especificidades brasileiras, e são regidos por quem tem larga experiência em estúdio, acústica e produção musical no Brasil e no exterior.

O curso tem dois níveis e levam em média dois anos para concluir, mas os alunos podem fazê-los mais rápidos, se precisarem. Os alunos que tem concluído os módulos do primeiro nível e o estágio na OMiD, têm vaga para um estágio em estúdio de gravação profissional garantido!



IMB101: Curso de Music Business - Fundamentos de Music Business e Produção Cultural



Objetivo:

No mundo do Music Business há diferentes facetas que você pode se ocupar e portanto 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.

No curso Fundamentos de Music Business e Produção Cultural serão resumidos todos os aspectos abordados durante todo o Curso 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.

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:

1. Introdução à produção independente
2. Auto-gerenciamento
3. Criação de selos Independentes
4. Introdução à leis de incentivos

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

1. Quem é Quem' na Indústria Cultural
2. Diferenças principais entre os Estados Unidos e o Brasil



IMB102: Curso de Music Business - Produção e Distribuição Musical



Objetivo:

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 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:



----- BLOCO-1 -----

A. Apresentação do Curso

1. Etapas de uma produção independente
2. Produção executiva de shows, gigs, concertos, apresentações
3. Dicas para contatos profissionais
4. Definições de condições técnicas, acertos burocráticos e divulgação do projeto

----- BLOCO-2 -----

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

1. Estabelecer estimativas orçamentárias
2. Formatação de projetos para captação de patrocínio
3. Lidando com advogados, autorizações e contratos
4. Produção do encarte e da capa
5. ISRC
6. Análise das condições de prensagem
7. Processo de distribuição e vendas

----- BLOCO-3 -----

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

1. As fases da Produção:
 - a) Pré-Produção
 - b) Produção
 - c) Pós-Produção
2. Distribuindo sua música
3. Aproveitando as leis e os parceiros
4. Exemplos de modelos de negócios

----- BLOCO-4 -----

D. Distribuição Independente

1. Formas de Distribuição
2. Distribuição de CD's
3. Distribuição Digital
4. Tendências do mercado
5. A distribuidora dos independentes



IMB103: Curso de Music Business - Marketing e Produção de Shows



Objetivo:

No *Marketing e Produção de Shows* será abordado as diferentes etapas de uma produção independente, isto é, como se dá a produção executiva de shows, *gigs*, concertos, apresentações; assim como estabelecer 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:

----- BLOCO-1 -----

A. Produção de Shows1: Show nacional

1. Preparação e envio do material promocional do grupo
2. Contatos com festivais, teatros e instituições
3. Follow up
4. Organização da equipe técnica
5. Logística dos shows e agenda de ensaios



6. Burocracia e divulgação dos shows

----- BLOCO-2 -----

B. Produção de Shows2: Show no exterior

1. Como se colocar no mercado internacional usando recursos alternativos
2. Elaborando o material promocional em diferentes línguas
3. Contratação de profissionais no local para contatos com festivais
4. Apresentação do projeto final
3. Aproveitando as leis e os parceiros
4. Exemplos de modelos de negócios



IMB104: Curso de Music Business - Direitos Autorais e Leis de Incentivo



Objetivo:

O curso *Direitos Autorais* 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:

----- BLOCO-1 -----

A. Direito Prático

1. Contratos em Matéria de Direitos Autorais

- a) Licenciamento
- b) Cessão
- c) Principais Contratos na Área Musical

2. Questões Específicas da Proteção Autoral da Obra Musical

- a) Execução Pública



b) ECAD

3. Direitos Autorais sobre Obra Musical na Internet
4. Novas Tecnologias, DRM e Violação de Direitos Autorais na Internet

----- BLOCO-2 -----

B. Leis de Incentivo Cultural

1. Apresentação das Leis de incentivo e Editais
2. Análise das leis disponíveis no Brasil(Pros e Contras)
4. Editais de cultura
5. Captação de recursos e execução do projeto



IMB105: Music Publishing e Outros Mercados



Objetivo:

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

Music Publishing e outros Mercados mostra como ligar 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. Serão abordados de como supervisionar a emissão de songbooks e partituras por seus artistas, aspectos os 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 Prod Arte e Cultura.
- Tiago Barizon: da Barizon Identidade Musical
- John Telfer: Music Publisher
- Karina Guerreiro: ECAD

Programa do Curso:

----- BLOCO-1 -----

A. Publishing / Edição:

1. Songwriting Royalties
2. Musica impressa
3. Dinheiro de performance
4. Mecânicas de Publishing
5. Contratos
6. Projetos em colaborações (com varios autores)

----- BLOCO-2 -----

A. Outros Mercados:

1. Merchandising



- 2. Tecnologias Digitais
- 3. DRM
- 4. O Futuro da Música

