



INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense

ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS

Rodrigo Nascimento da Silva
Leonardo Betemps Kontz
Jander Luis Fernandes Monks
Rosélia Souza de Oliveira
Margarete Hirdes Antunes

Publicações PROEN
2024







INSTITUTO FEDERAL
Sul-rio-grandense

ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO - MOOC

Publicações PROEN
2024



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUL-RIO-GRANDENSE (IFSUL)

Flávio Luis Barbosa Nunes
Reitor

Rodrigo Nascimento da Silva
Pró-reitor de Ensino

Leonardo Betemps Kontz
Diretor de Políticas de Ensino e Inclusão

Jander Luis Fernandes Monks
Chefe de Departamento de Educação a
Distância e Novas Tecnologias

Rosélia Souza de Oliveira
Coordenadora da Coordenadoria de Produção
de Tecnologias Educacionais
Coordenadora Geral da Rede e-Tec Brasil no
âmbito do IFSUL

Daiani Nogueira Luche
Coordenadora de Projetos Especiais

Conteúdo e apresentação
Conteudista
Wagner Valente dos Passos

Desenvolvimento e suporte AVA
Andressa Oliveira da Silveira
Luís Fernando da Silva Mendes
Coordenadoria de Produção de
Tecnologias Educacionais

Design educacional
João José de Moraes Vetromila
Lisandra Xavier Guterres
Coordenadoria de Produção de
Tecnologia Educacional

Design gráfico e digital
Ariane da Silva Behling
Lucia Elena Korth Sedrez
Coordenadoria de Produção de
Tecnologias Educacionais

Edição de áudio e vídeo
José Pedro Minho Mello
Camila Zurchimitten Barbachã
Eduardo Walerko Moreira
Coordenadoria de Produção de
Tecnologias Educacionais

Revisão linguística
Ana Paula de Araujo Cunha
Equipe multidisciplinar do DETE

Revisão pedagógica
Margarete Hirdes Antunes
Coordenadoria de Produção de
Tecnologias Educacionais

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
SUL-RIO-GRANDENSE (IFSUL)

Elaboração de projetos culturais
Projeto Pedagógico de Curso

Rodrigo Nascimento da Silva
Leonardo Betemps Kontz
Jander Luis Fernandes Monks
Rosélia Souza de Oliveira
Margarete Hirdes Antunes

Publicações PROEN
1ª Edição – Copyright© 2024
Todos os Direitos Reservados

Coordenação da edição
Jander Luis Fernandes Monks
Rosélia Souza de Oliveira
cpte@ifsul.edu.br

Diagramação e Projeto Visual
João José de Moraes Vetromila
Lisandra Xavier Guterres
Matheus Eslabão da Silva
Natália Schein

Catálogo na Fonte
Elaborado por Gislaíne da Silva Maciel
Bibliotecária CRB 10/1481

| | |
|-----|---|
| E37 | Elaboração de projetos culturais : Projeto Pedagógico do Curso (PPC) / organizadores : Rodrigo Nascimento da Silva, Leonardo Betemps Kontz, Jander Luís Fernandes Monks, Rosélia Souza de Oliveira, Margarete Hirdes Antunes.— Pelotas, RS : Publicações PROEN/IFSul, 2024. 38 p. : il. , color. ISBN 978-65-01-19675-6 IFSul - Cursos Online, Livres e Massivos (MOOC) https://www.ifsul.edu.br/publicacoes-pm-2/publicacoes-proen/publicacoes-proen-2 1. Educação a distância - Cursos de Capacitação 2. Projetos Culturais 3. IFSul - Cursos MOOC I. Silva, Rodrigo Nascimento da II. Kontz, Leonardo Betemps III. Monks, Jander Luis Fernandes IV. Oliveira, Rosélia Souza de V. Antunes, Margarete Hirdes |
|-----|---|

CDD 371.35

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense.
Pró-reitoria de Ensino.
Departamento de Educação a Distância e Novas Tecnologias.
Rua Gonçalves Chaves, 3218, Centro.
Pelotas/RS – CEP 96015-560
Tel: (53) 3026-6050
if-proen@ifsul.edu.br
www.ifsul.edu.br

Prefácio

A elaboração deste material adveio da intencionalidade da Pró-reitoria de Ensino e do Departamento de Educação a Distância e Novas Tecnologias do IFSul de apresentar aos leitores(as) o projeto pedagógico de seus Cursos online, livres e massivos (MOOC).

Convidamos você para conhecer um pouco de nossa Instituição entendendo o que é um Curso MOOC, onde ele está hospedado, quem pode acessá-lo e qual o conteúdo do projeto pedagógico do curso apresentado neste material. Boa leitura!

Sumário

| | | |
|----|--|----|
| 01 | APRESENTAÇÃO DA INSTITUIÇÃO | 9 |
| 02 | O QUE É UM MOOC? | 11 |
| 03 | O QUE É A PLATAFORMA MUNDI? | 11 |
| 04 | COMO FAZER A MINHA INSCRIÇÃO EM UM CURSO DA MUNDI? | 11 |
| 05 | PÚBLICO-ALVO | 15 |
| 06 | COMO OBTER A CERTIFICAÇÃO? | 16 |
| 07 | SUPORTE TÉCNICO | 16 |
| 08 | ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS | 16 |
| 09 | IDENTIFICAÇÃO DO CURSO | 17 |
| 10 | JUSTIFICATIVA | 18 |

| | | |
|----|--|----|
| 11 | INFORMAÇÕES DO CURSO | 19 |
| 12 | OBJETIVOS DO CURSO | 19 |
| | 12.1 OBJETIVO GERAL | 19 |
| | 12.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 20 |
| 13 | ESTRUTURA DO CURSO | 20 |
| 14 | METODOLOGIA DE ENSINO DO CURSO | 23 |
| | 14.1 METODOLOGIA DE ENSINO PARA PESSOA COM DEFICIÊNCIA | 23 |
| | 14.2 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR | 24 |
| | 14.2.1 PROGRAMA | 25 |
| | 14.3 AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM | 29 |
| | 14.4 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO | 30 |
| 15 | ATIVIDADES AVALIATIVAS | 31 |
| | REFERÊNCIAS | 47 |

1. APRESENTAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense (IFSul) é uma instituição pública e gratuita vinculada ao MEC, com sede e foro na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. Criado a partir da transformação do CEFET RS, nos termos da Lei n.º 11.892, de 29 de dezembro de 2008, o IFSul possui natureza jurídica de autarquia, detentora de autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar.

O IFSul é uma instituição de educação caracterizada pela verticalização do ensino. Oferece educação profissional e tecnológica em diferentes níveis e modalidades de ensino e articula a educação superior, básica e tecnológica. É pluricurricular e multicampi, tendo como base a conjugação de conhecimentos técnicos e tecnológicos com sua prática pedagógica. O IFSul possui a relevan-

te missão de promover uma educação pública de excelência, por meio da junção indissociável entre ensino, pesquisa e extensão. Agrega pessoas, conhecimentos e tecnologias, visando proporcionar a ampliação do desenvolvimento técnico e tecnológico das regiões de abrangência de seus campi e dos polos de apoio presencial para as ofertas de cursos na modalidade a distância.

O IFSul é formado pela Reitoria, por 12 campi e 2 campi Avançados, a saber: Câmpus Pelotas, Câmpus Pelotas - Visconde da Graça, Câmpus Charqueadas, Câmpus Sapucaia do Sul, Câmpus Passo Fundo, Câmpus Camaquã, Câmpus Venâncio Aires, Câmpus Bagé, Câmpus Santana do Livramento, Câmpus Sapiranga, Câmpus Gravataí, Câmpus Lajeado, Câmpus Avançado Jaguarão e Câmpus Avançado Novo Hamburgo (figura 1).

Figura 1 – Distribuição das unidades do IFSul no RS.

Câmpus do IFSul

- 1 Reitoria | Câmpus Pelotas | Câmpus Pelotas-Visconde da Graça
- 2 Câmpus Bagé
- 3 Câmpus Camaquã
- 4 Câmpus Charqueadas
- 5 Câmpus Gravataí
- 6 Câmpus Campus Avançado Jaguarão
- 7 Câmpus Lajeado
- 8 Câmpus Novo Hamburgo
- 9 Câmpus Passo Fundo
- 10 Câmpus Santana do Livramento
- 11 Câmpus Sapiranga
- 12 Câmpus Sapucaia do Sul
- 13 Câmpus Venâncio Aires



Atuando na modalidade de Educação a Distância (EaD) o IFSul amplia sua área de abrangência dentro do estado do Rio Grande do Sul, ofertando cursos técnicos, superiores e cursos de formação inicial continuada.

A Instituição utiliza, para este fim, além dos seus 14 câmpus, a estrutura de polos municipais (figura 2) devidamente credenciados nos programas da Rede e-Tec Brasil e do Sistema Universidade Aberta do Brasil (UAB/Capes).

Figura 2 – Mapa dos polos municipais de atuação do IFSul para cursos na modalidade a distância.

Mapa dos Polos de atuação do IFSul



Para obter informações dos cursos ofertados pelo IFSul basta acessar os seguintes endereços eletrônicos www.mundi.ifsul.edu.br/cursos/ e <https://intranet.ifsul.edu.br/catalogo/campus>.

2. O QUE É UM MOOC?

MOOC é a sigla para Massive Open Online Courses, que em português significa “cursos online abertos e massivos”. Como o termo indica, esses cursos são disponibilizados na web para um grande número de pessoas e, por isso, são considerados massivos.

3. O QUE É A PLATAFORMA MUNDI?

Mundi é uma plataforma de cursos online do Instituto Federal Sul-rio-grandense (IFSul), que oferece de forma gratuita cursos em formato MOOC.

É uma iniciativa do Departamento de Educação a Distância e Novas Tecnologias (DETE) do IFSul, desenvolvida pela Coordenadoria de Produção de Tecnologias Educacionais (CPTE), visando levar o conhecimen-

to à toda comunidade, de forma totalmente gratuita, com cursos 100% online, permitindo a flexibilidade para estudar onde e quando quiser.

Os cursos disponibilizados na Plataforma Mundi são de autoria de servidores de diversas áreas do IFSul e de outros profissionais, que cederam seus direitos autorais para que as ofertas fossem realizadas de forma gratuita. O acesso ocorre pelo endereço eletrônico <https://mundi.ifsul.edu.br/portal/>.

4. COMO FAZER A MINHA INSCRIÇÃO EM UM CURSO DA MUNDI?

Todos os cursos são de inscrição livre para qualquer pessoa. Para se cadastrar (figura 3), selecione o curso que deseja realizar, leia a descrição e, caso seja de seu interesse, clique no botão “Entrar”.

Figura 3 – Como fazer a inscrição em um curso da Mundi?





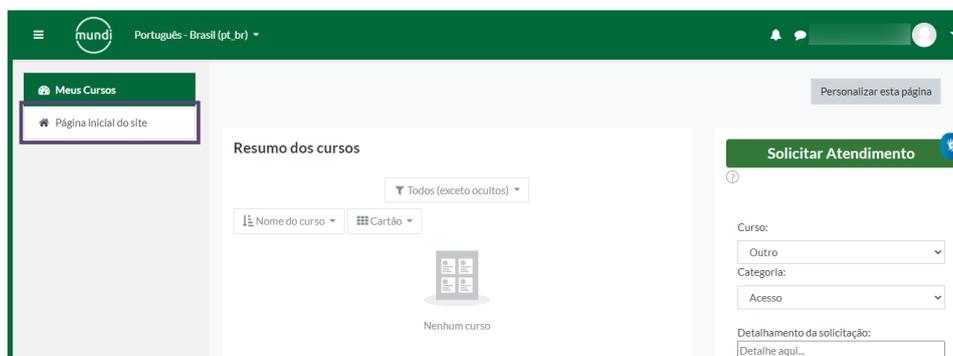
Passo 1: Ao entrar, faça seu cadastro (figura 4). Com ele você poderá fazer login na Plataforma Mundi.

Figura 4 – Faça seu cadastro



No primeiro acesso, a sua lista pessoal de cursos ainda estará vazia, conforme a figura 5. Para dar início à sua inscrição em algum curso, clique na aba “Página inicial do site”, no menu lateral da esquerda, conforme destacado na figura 5:

Figura 5 – Página inicial do site



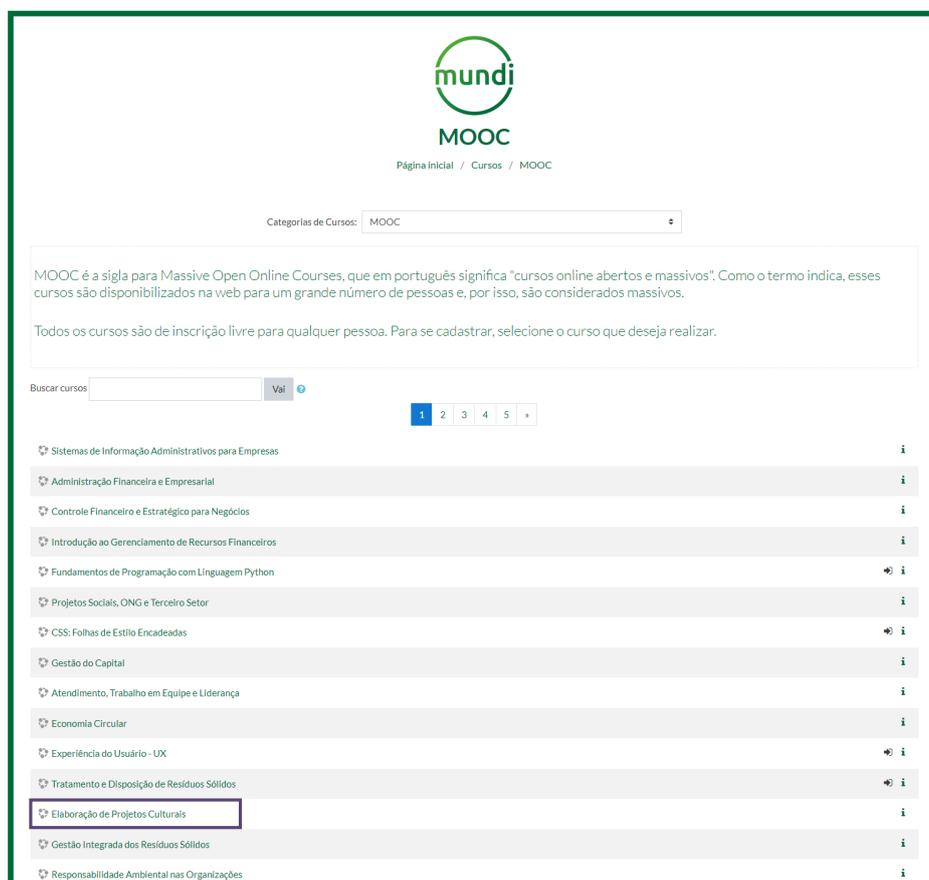
Passo 2: Após isso, a tela acessada será a demonstrada, conforme a figura 6. Uma vez nessa página, clique na Categoria de Curso chamada “**MOOCs**”, conforme destacado:

Figura 6 – Categoria de Curso



Passo 3: Após acessar a listagem dos MOOCs, clique no título do curso de sua escolha, conforme a figura 7:

Figura 7 – Listagem dos MOOCs



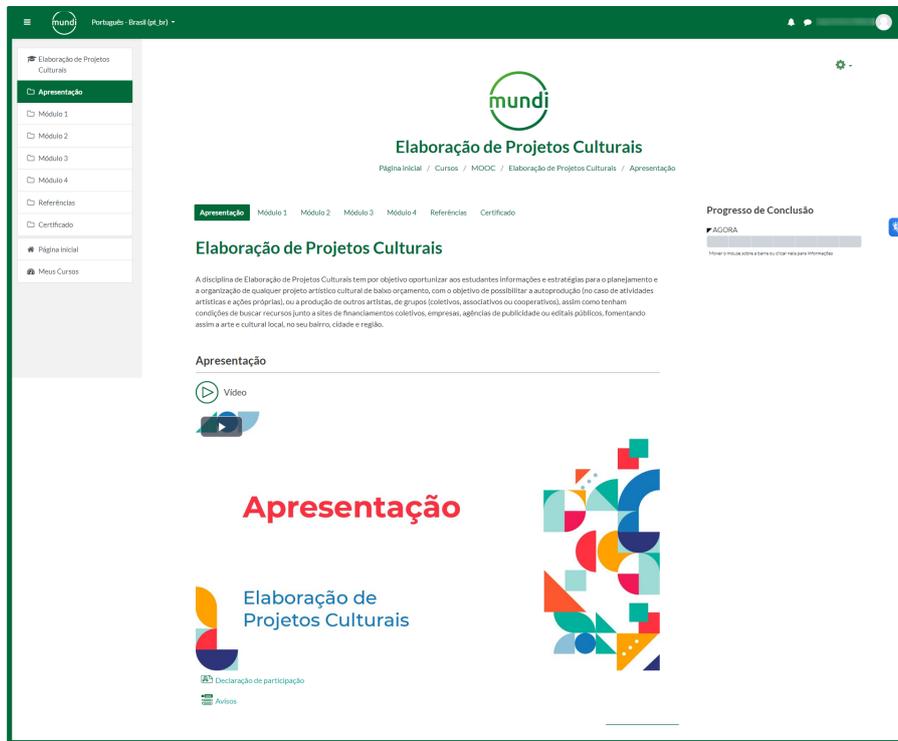
Passo 4: Após, basta clicar no botão “Inscreva-me”, conforme figura 8:

Figura 8 – Autoinscrição do estudante



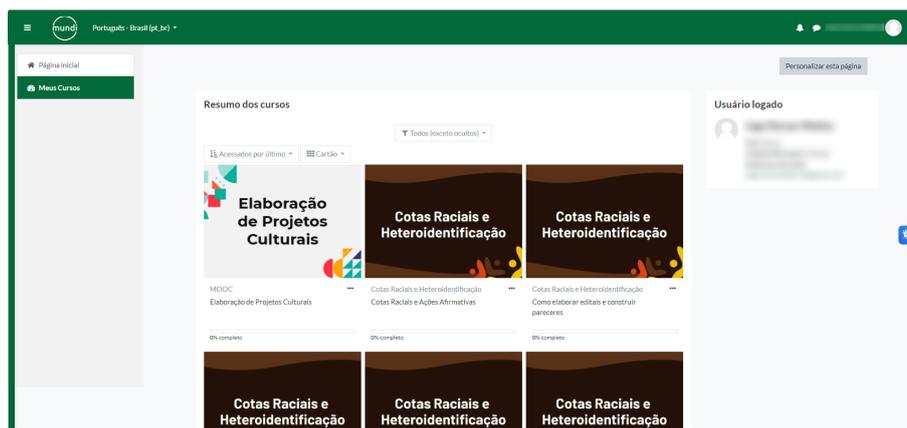
Passo 5: Pronto! Sua inscrição foi realizada com sucesso e a página inicial do curso já estará disponível para acesso, conforme figura 9:

Figura 9 – Página inicial do curso



Passo 6: Ao acessar a página inicial da Plataforma Mundi novamente, seu curso já estará listado na aba “**Meus cursos**”, conforme figura 10:

Figura 10 – Área de cursos do estudante



5. PÚBLICO-ALVO

Não há definição de pré-requisitos para acesso ao curso. Porém, recomenda-se ter, no mínimo, o Ensino Fundamental II (6ª a 9ª série) incompleto.

6. COMO OBTER A CERTIFICAÇÃO?

Todos os cursos possuem certificados. Para isso, você deve atingir, no mínimo, a nota 6 (seis) em todas as atividades exigidas. Cumprido o requisito, a plataforma irá disponibilizar gratuitamente seu certificado. O tempo para conseguir a certificação fica a critério do estudante, não havendo limite nem mínimo, nem máximo de tempo.

7. SUPORTE TÉCNICO

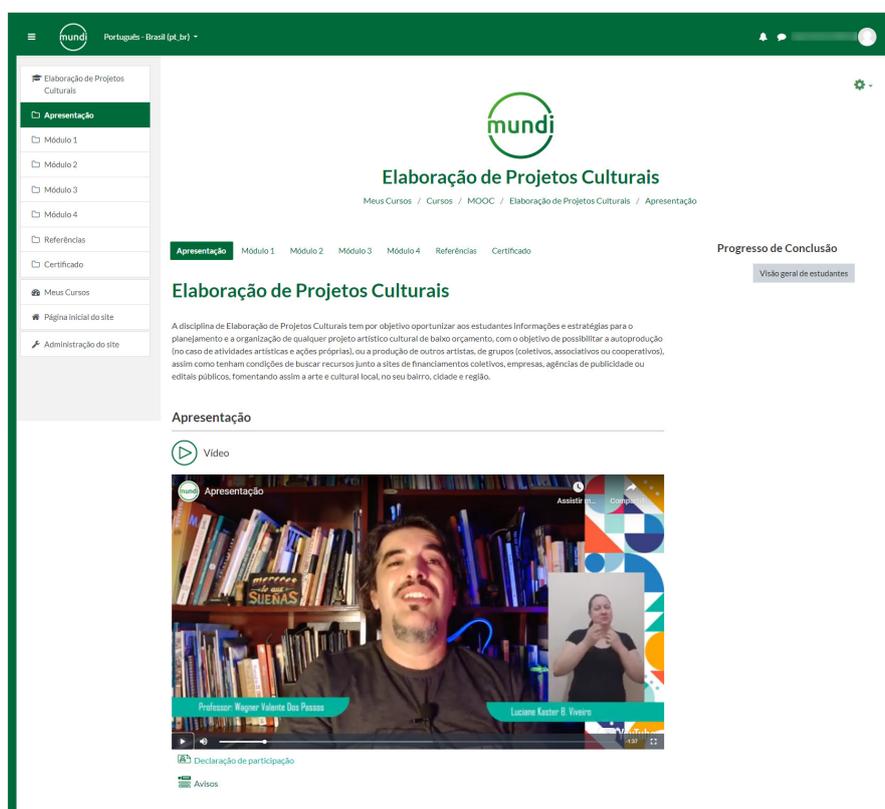
Havendo qualquer dificuldade para acessar o curso ou emitir seu certificado, abra um chamado em <http://cpte.ifsul.edu.br/suporte/>.

Veja os tutoriais para abertura e acompanhamento de chamados por meio do site <https://www.youtube.com/@CPTEIFSUL/videos>.

8. ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS

Este curso apresenta formas e ferramentas para o planejamento, organização, financiamento e produção de projetos de arte e cultura de baixo orçamento e independentes, contribuindo para a formação profissional do agente cultural, sua capacidade para a autoprodução, assim como a produção de artistas, de coletivos, oficinas e eventos.

Figura 11 – Boas-vindas



9. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

DADOS DA INSTITUIÇÃO RESPONSÁVEL PELO CURSO

INSTITUTO FEDERAL SUL-RIO-GRANDENSE - IFSul
CNPJ: 10.729.992/0001-46

Razão Social:
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA SUL-RIO-GRANDENSE

Endereço:
IFSul - Reitoria: Rua Gonçalves Chaves, 3218 Centro.

Cidade/UF/CEP: Pelotas/RS – CEP 96015-560

Telefone: (53) 3026-6050

Site da Instituição: www.ifsul.edu.br

DADOS GERAIS DO CURSO

Nome: Elaboração de Projetos Culturais

Modalidade de oferta:
a distância, de natureza Massive Open Online Course (MOOC)

Carga Horária: 40 horas

10. JUSTIFICATIVA

O Curso MOOC em Elaboração de Projetos Culturais busca qualificar pessoas interessadas em trabalhar como agente cultural, conhecendo processos de planejamento, organização e financiamento de projetos culturais próprios, de outros artistas, coletivos e de movimentos sociais.

O avanço tecnológico possibilitou essa nova realidade educacional: o ensino mediado pelo computador. A oferta de Educação a Distância, apoiada por Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVAs), tem se expandido, rapidamente, como resposta à crescente necessidade de formação continuada, resultante das transformações dos meios e modos de produção. Nessa perspectiva, e tendo em conta o fato de o IFSul ser uma instituição plural e multicampi, tal modalidade de ensino torna-se importante estratégia de qualificação dos cidadãos provenientes de diferentes contextos.

Em síntese, o Instituto Federal Sul-rio-grandense, por meio deste curso, provê uma excelente opção para a atualização e a formação de profissionais qualificados, favorecendo a sua inserção no mundo do trabalho e capacitando-os a protagonizar ações empreendedoras e/ou atuar em instituições públicas e privadas.

11. INFORMAÇÕES DO CURSO

Figura 12 – Dados gerais

| Curso | Elaboração de Projetos Culturais |
|--------------------------|--|
| Disciplina | Elaboração de Projetos Culturais |
| Sigla | EPC |
| Objetivos | Oportunizar aos estudantes informações e estratégias para o planejamento e a organização de qualquer projeto artístico cultural de baixo orçamento, com o objetivo de possibilitar a autoprodução (no caso de atividades artísticas e ações próprias), ou a produção de outros artistas, de grupos (coletivos, associativos ou cooperativos), assim como tenham condições de buscar recursos junto a sites de financiamentos coletivos, empresas, agências de publicidade ou editais públicos, fomentando assim a arte e cultural local, no seu bairro, cidade e região. |
| Carga horária (CH) total | 40h |
| Nº Módulos | 4 |
| Nº Unidades | 24 |
| Nível | <input checked="" type="checkbox"/> Básico <input type="checkbox"/> Intermediário <input type="checkbox"/> Avançado |
| Pré-requisitos | Não há. |

12. OBJETIVOS DO CURSO

12.1 Objetivo Geral

Oportunizar aos/às estudantes informações e estratégias para o planejamento e a organização de qualquer projeto artístico cultural de baixo orçamento, com o objetivo de possibilitar a autoprodução (no caso de atividades artísticas e ações próprias), ou a produção de outros artistas, de grupos (coletivos, associativos ou cooperativos), no sentido de que venham a ter condições de buscar recursos junto a sites de financiamentos coletivos, empresas, agências de publicidade ou editais públicos, fomentando, assim, a arte e a cultura locais, no seu bairro, na sua cidade e região.

12.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos do curso compreendem:

- Aprender os conceitos e as definições do que é um projeto; Refletir sobre os impactos das TIC na sociedade;
- Compreender como fazer o planejamento e a organização do projeto;
- Reconhecer as etapas de financiamento de um projeto;
- Escrever e produzir seu projeto cultural.

13. ESTRUTURA DO CURSO

Módulo 1 - Qual é o seu projeto?

Unidade 1: Qual a ideia do projeto?

Unidade 2: Como fazer a autoprodução

Unidade 3: Produção de artistas parceiros e comissões

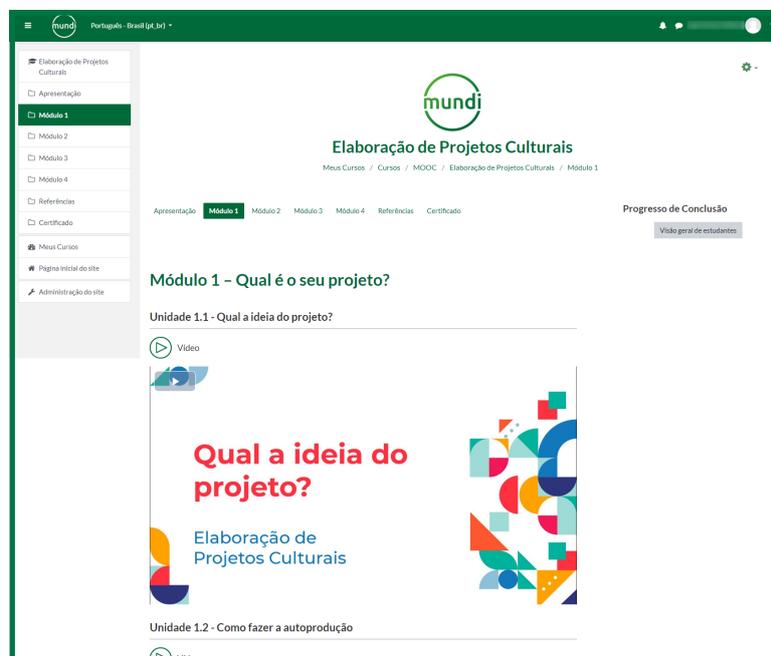
Unidade 4: Produção de coletivos

Unidade 5: Organização de eventos

Unidade 6: Venda de arte independente

Contém 6 vídeos, 8 atividades

Figura 13 – Módulo 1



Módulo 2 - Planejamento do projeto

Unidade 1: O que e por que fazer?

Unidade 2: Para quem e quem irá fazer?

Unidade 3: Onde e quando?

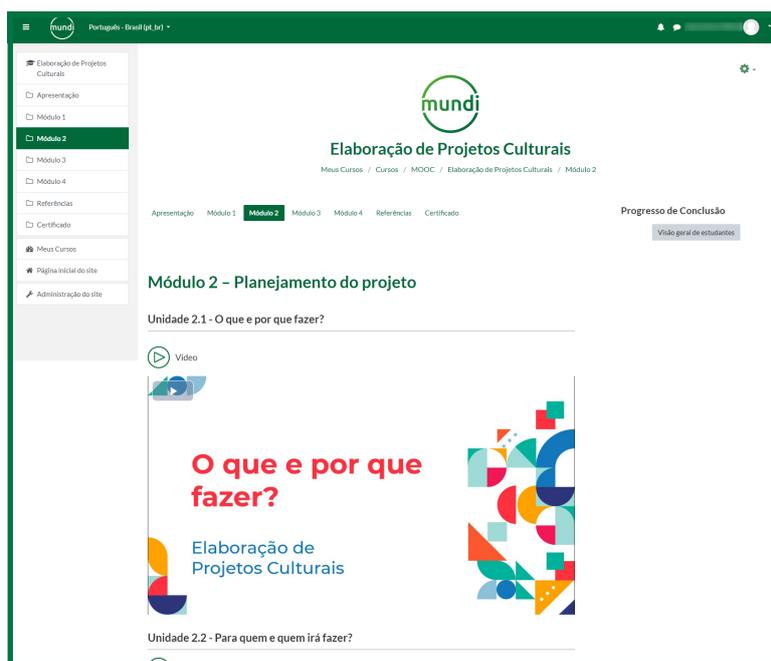
Unidade 4: Histórico, imagens e referências

Unidade 5: Como planejar etapas de produção?

Unidade 6: Registro, divulgação e distribuição

Contém 6 vídeos, 7 atividades

Figura 14 – Módulo 2



Módulo 3 - Financiamento do projeto

Unidade 1: Autofinanciamento e financiamento cooperativo

Unidade 2: Financiamento coletivo

Unidade 3: Identificando parceiros e empresas patrocinadoras

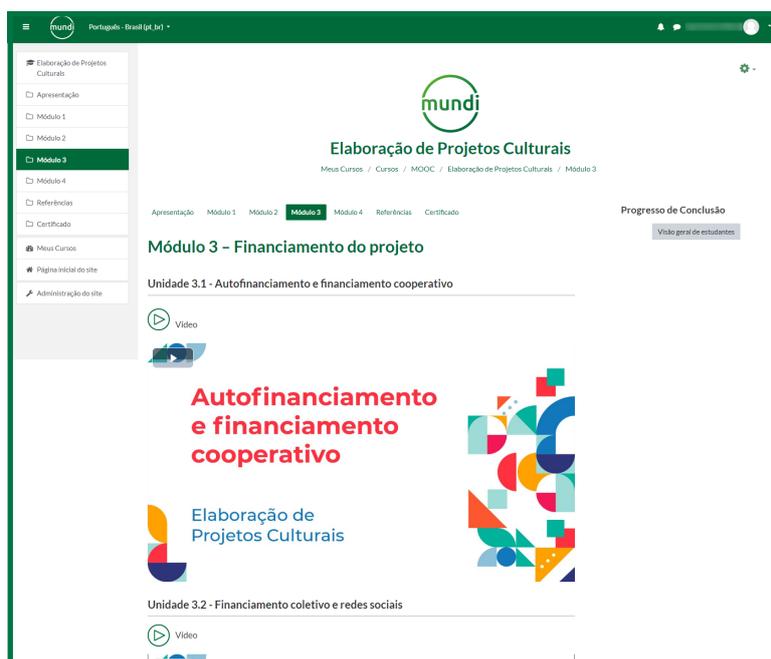
Unidade 4: Projeto para agências de publicidade

Unidade 5: Editais públicos

Unidade 6: Venda direta, feiras e internet

Contém 6 vídeos, 9 atividades

Figura 15 – Módulo 3



Módulo 4 - Escrevendo e produzindo o projeto cultural

Unidade 1: A escrita, imagens e organização

Unidade 2: Informações complementares para a escrita do projeto

Unidade 3: Custos de produção e orçamentos

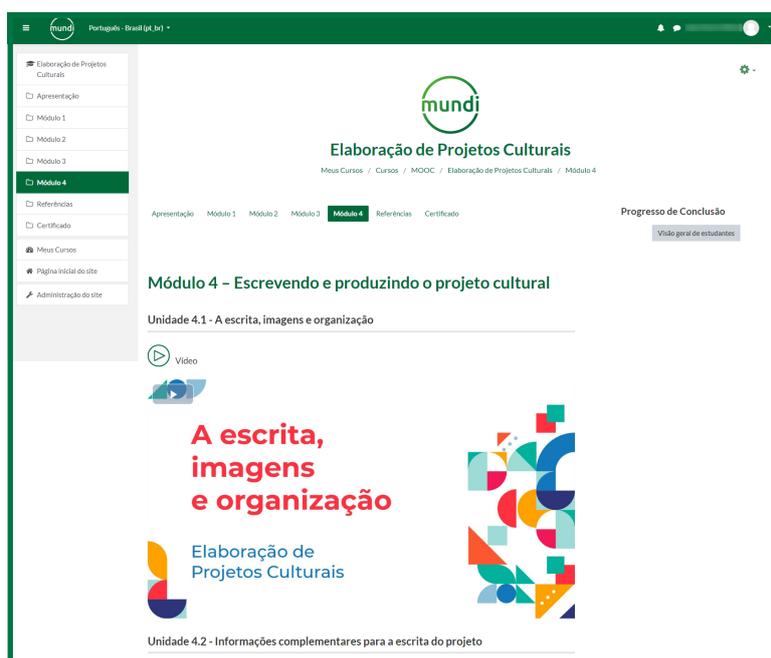
Unidade 4: Plano de divulgação do projeto

Unidade 5: Documentos de patrocínio e direitos autorais

Unidade 6: Detalhes finais para elaboração de seu projeto cultural

Contém 6 vídeos, 9 atividades

Figura 16 – Módulo 4



14. METODOLOGIA DE ENSINO DO CURSO

A proposta metodológica está configurada de forma a oportunizar a formação integral do/a estudante, buscando contribuir para o seu desenvolvimento profissional e pessoal, prático e crítico, por meio da atualização profissional. Nessa direção, a estrutura curricular, alinhada às práticas pedagógicas, visa estimular o estudante a criar soluções e a ter iniciativas nas organizações de seu trânsito.

A metodologia de ensino, no âmbito do curso, contemplará videoaulas e atividades avaliativas, que auxiliarão os/as alunos/as no desenvolvimento de habilidades intelectuais, procedimentais e atitudinais. Há, também, a preocupação em organizar o ambiente educativo de modo a articular as atividades propostas às diversas dimensões de formação dos jovens e adultos, favorecendo a transformação das informações em conhecimentos, diante das situações reais de vida.

Por fim, pode-se dizer que a gestão dos processos pedagógicos deste curso orienta-se pelos princípios da construção coletiva do conhecimento, da vinculação entre educação e trabalho, da interdisciplinaridade e da avaliação como processo.

O curso de Elaboração de Projetos Culturais, na modalidade a distância, conta com uma estrutura curricular de 4 módulos. Cada módulo disponibilizado contém uma proposta de trabalho com questionamentos (tarefa de aprendizagem) sobre o tema estudado.

14.1 Metodologia de ensino para pessoa com deficiência

A Política de Inclusão e Acessibilidade do IFSul, amparada na Resolução do Conselho Superior (CONSUP) nº 51/2016, contempla ações inclusivas, respeitando as diferenças individuais, especificamente das pessoas com deficiência, diferenças étnicas, de gênero, culturais, socioeconômicas, entre outras. Para a efetivação da Educação Inclusiva, o curso considera todo o regramento jurídico acerca dos direitos das pessoas com deficiência, instituído na Lei de Diretrizes e Bases – LDB 9394/1996; na Política de Educação Especial na Perspectiva da Educação Inclusiva/2008; no Decreto nº 5.296/2004, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com Deficiência ou com mobilidade reduzida; na Resolução CNE/CEB nº 2/2001, que institui as Diretrizes Nacionais para a Educação Especial na Educação Básica; no Decreto nº 5.626/2005, dispondo sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras; no Decreto nº 7.611/2011, que versa sobre a Educação Especial e o Atendimento Educacional Especializado; na Resolução nº 4/2010, que define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Básica; na Lei nº 12.764/2012, que Institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista; e na Lei nº 13.146/ 2015, que institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência, conhecida como o Estatuto da Pessoa com Deficiência.

A partir das referências legais supracitadas, o curso busca a acessibilidade com a produção de material acessível para leitores de tela e tradução para Libras, chamando a atenção para a importância de pensar cada ação de forma que tais iniciativas sejam democráticas e ao alcance de todo/as.

14.2 Organização Curricular

A organização curricular do curso de Administração de Recursos Humanos foi estruturada considerando o princípio sociológico de que o conhecimento é uma produção histórica. Com base em tal concepção, a matriz curricular se efetiva no comprometimento em promover a construção de novos saberes, alicerçada em princípios teóricos e pedagógicos que propiciem aos/às estudantes desempenhar, futuramente, as atividades propostas no curso.

Faz-se importante destacar que o propósito de trabalho e a construção dos materiais didáticos nos cursos de qualificação do IFSul buscam a promoção do acesso e da autonomia do/a educando/a, num espaço pedagógico constantemente “lido”, interpretado, “escrito” e “reescrito” (FREIRE, 1996, p. 109). Nesse viés, os módulos que compõem a matriz curricular estão articulados e fundamentados numa perspectiva interdisciplinar.

O Quadro 1 descreve os módulos do curso e, no seguimento, é apresentado o programa. No entanto, pode haver adaptações para melhor atender aos estudantes, tanto na primeira oferta dos cursos, como em futuras edições, uma vez que a atividade oferece oportunidade de aprendizado teórico inserido na prática.

Quadro 1 – Matriz curricular do curso de
Elaboração de Projetos Culturais, na modalidade a distância.

| Módulo | Conteudista | CH |
|--|---------------------------|-----|
| Módulo 1 Qual é o seu projeto? | Wagner Valente dos Passos | 10h |
| Módulo 2 Planejamento do projeto | Wagner Valente dos Passos | 10h |
| Módulo 3 Financiamento do projeto | Wagner Valente dos Passos | 10h |
| Módulo 4 Escrevendo e produzindo o projeto cultural | Wagner Valente dos Passos | 10h |
| Carga horária total do curso | | 40h |

14.2.1 Programa

| Curso | Elaboração de Projetos Culturais |
|--|----------------------------------|
| Carga horária | 40h |
| Ementa Este curso apresenta formas e ferramentas para o planejamento, a organização, o financiamento e a produção de projetos de arte e cultura de baixo orçamento e independentes, contribuindo para a formação profissional do agente cultural, tendo em vista sua capacidade para a autoprodução, assim como a produção de artistas, de coletivos, oficinas e eventos. | |
| Objetivos Objetivo geral: Oportunizar aos/às estudantes informações e estratégias para o planejamento e a organização de qualquer projeto artístico cultural de baixo orçamento, com o objetivo de possibilitar a autoprodução (no caso de atividades artísticas e ações próprias), ou a produção de outros artistas, de grupos (coletivos, associativos ou cooperativos), no sentido de que venham a ter condições de buscar recursos junto a sites de financiamentos coletivos, empresas, agências de publicidade ou editais públicos, fomentando, assim, a arte e a cultura locais, no seu bairro, na sua cidade e região. Objetivos Específicos: <ul style="list-style-type: none">- Apreender os conceitos e as definições do que é um projeto;- Compreender como fazer o planejamento e a organização do projeto;- Reconhecer as etapas de financiamento de um projeto;- Escrever e produzir seu projeto cultural. | |
| Conteúdos: Módulo 1 - Qual é o seu projeto? Unidade 1: Qual a ideia do projeto? Unidade 2: Como fazer a autoprodução Unidade 3: Produção de artistas parceiros e comissões Unidade 4: Produção de coletivos Unidade 5: Organização de eventos Unidade 6: Venda de arte independente | |

| Curso | Elaboração de Projetos Culturais |
|---|----------------------------------|
| Carga horária | 40h |
| <p>Conteúdos:</p> <p>Módulo 2 - Planejamento do projeto Unidade 1: O que e por que fazer? Unidade 2: Para quem e quem irá fazer? Unidade 3: Onde e quando? Unidade 4: Histórico, imagens e referências Unidade 5: Como planejar etapas de produção? Unidade 6: Registro, divulgação e distribuição</p> <p>Módulo 3 - Financiamento do projeto Unidade 1: Autofinanciamento e financiamento cooperativo Unidade 2: Financiamento coletivo Unidade 3: Identificando parceiros e empresas patrocinadoras Unidade 4: Projeto para agências de publicidade Unidade 5: Editais públicos Unidade 6: Venda direta, feiras e internet</p> <p>Módulo 4 - Escrevendo e produzindo o projeto cultural Unidade 1: A escrita, imagens e organização Unidade 2: Informações complementares para a escrita do projeto Unidade 3: Custos de produção e orçamentos Unidade 4: Plano de divulgação do projeto Unidade 5: Documentos de patrocínio e direitos autorais Unidade 6: Detalhes finais para elaboração de seu projeto cultural</p> | |
| <p>Metodologia</p> <p>O curso será desenvolvido por meio da Plataforma Mundi - plataforma de cursos online do IFSul para cursos em formato MOOC. MOOC é a sigla para Massive Open Online Courses, que, em português, significa “cursos online abertos e massivos”. Como o termo indica, esses cursos são disponibilizados na web para um grande número de pessoas e, por isso, são considerados massivos.</p> <p>Nessa Plataforma, os cursos são divididos em módulos (a cada 10 horas, um módulo); esses módulos são separados em até seis (6) unidades, onde são disponibilizadas videoaulas de curta duração, bem como atividades avaliativas a serem realizadas pelos/as estudantes.</p> | |

| Curso | Elaboração de Projetos Culturais |
|--|----------------------------------|
| Carga horária | 40h |
| <p>Bibliografia básica:</p> <p>ACSELRAD, Henri; MELLO, Cecília Campelo Amaral; BEZERRA, Gustavo das Neves. O que é justiça ambiental? Rio de Janeiro: Garamond, 2009.</p> <p>BADIOU, Alain. Em busca do real perdido. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.</p> <p>BARRETO, Alê. Aprenda a organizar um show. Porto Alegre: Imagina Editora, 2010. Disponível em: https://producaoculturalindependente-embh.wordpress.com. Acesso em: 19 jan. 2021.</p> <p>BOAL, Augusto. A estética do oprimido. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.</p> <p>DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.</p> <p>DUARTE, Rodrigo (org). O belo autônomo: textos clássicos de estética. Belo Horizonte: Autêntica Editora; Crisálida, 2013.</p> <p>ESTÉVEZ, Pablo. R. La revolución estética en la educación. Ciudad de La Habana: Editorial Pueblo y Educación. 2004.</p> <p>FARTHING, Stephen. 501 grandes artistas. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.</p> <p>FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. Leitura sem palavras. São Paulo: Editora Ática S.A, 1986.</p> <p>FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.</p> <p>FREIRE, Paulo; NOGUEIRA, Adriano. Que fazer: teoria e prática em educação popular. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.</p> <p>GUATTARI, Félix. As três ecologias. Campinas: Papyrus. 1990.</p> <p>Instituto Alvorada Brasil. Projetos Culturais: como elaborar, executar e prestar contas. Brasília: Instituto Alvorada Brasil: Sebrae Nacional, 2014.</p> <p>KOTLER, Philip. Princípios de marketing. 9.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.</p> <p>MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.</p> | |

| | |
|----------------------|---|
| Curso | Elaboração de Projetos Culturais |
| Carga horária | 40h |

Bibliografia básica:

PASSOS, Wagner Valente dos. **Humor Gráfico: linguagem e crítica para uma Educação Ambiental sem fronteiras.**2013. 176f. Dissertação (Mestrado em Educação Ambiental). Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Universidade Federal do Rio Grande - FURG: Rio Grande, 2013. Disponível em: <https://argo.furg.br/?BDTD10347>. Acesso em: 20 mai. 2016.

PASSOS, Wagner Valente dos. **O Menino do Mar.** Rio Grande: Vagão do Humor, 2007.

PASSOS, Wagner Valente dos; PASSOS, Ivonei Peraça dos. **Cidade dos Ventos.** Rio Grande: Vagão do Humor, 2009.

PASSOS, Wagner Valente dos; PASSOS, Ivonei Peraça dos. **Eclipse: os 50 anos do lançamento dos foguetes da NASA na Praia do Cassino.** Rio Grande: Usina das Artes, 2016.

PASSOS, Wagner Valente dos. **Revolução estética e Educação Ambiental: uma proposta de oposição ao fetichismo, à alienação e a ideologia capitalista.** 2018. 190f. Tese (Doutorado em Educação Ambiental). Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental, Universidade Federal do Rio Grande - FURG: Rio Grande, 2018. Disponível em <https://argo.furg.br/?BDTD11999>. Acesso em: 02 jan. 2021.

PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre R. **Administração da produção: operações industriais e serviços.** Curitiba: UnicenP, 2007.

RANCIÈRE, Jacques. A revolução estética e seus resultados. *New Left Review*, NLR 14, 2002. In: **Projeto Revoluções.** São Paulo: Instituto de Tecnologia Social - ITS BRASIL, Secretaria Nacional de Direitos Humanos da Presidência da República, SESC-SP, Boitempo Editorial, 2011. Disponível em: http://www.revolucoes.org.br/v1/sites/default/files/a_revolucao_estetica_jacques_ranciere.pdf. Acesso em: 20 mai. 2018.

RANCIÈRE, Jacques. **Partilha do sensível**, 2.ed. Rio de Janeiro: Editora 34, 2009a.

RANCIÈRE, Jacques. **O inconsciente estético.** São Paulo: Editora 34. 2009b.

Serviço Social da Indústria. Departamento Nacional. **O desafio de elaborar e viabilizar projetos culturais sob as diretrizes da tecnologia SESI cultura.** Brasília: SESI-DN, 2007.

| Curso | Elaboração de Projetos Culturais |
|---|----------------------------------|
| Carga horária | 40h |
| <p>Bibliografia básica:</p> <p>SUASSUNA, Ariano. Iniciação à estética. Recife: Editora Universitária da Universidade Federal de Pernambuco, 1979.</p> <p>THIRY-CHERQUES, Hermano R. Projetos culturais: técnicas de modelagem. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.</p> <p>VASQUES, Edgar; UBERTI, Fernando. O Cartum no 1º Fórum Social Mundial. Porto Alegre: Corag, 2001.</p> | |
| <p>Bibliografia complementar:</p> <p>CHINEM, Rivaldo. Jornalismo de guerrilha: a imprensa alternativa brasileira da ditadura à internet. São Paulo: Disal, 2004.</p> <p>FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. 50.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.</p> <p>GERBASE, Carlos. Cinema: primeiro filme: descobrindo, fazendo, pensando. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2012.</p> <p>GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.</p> | |

14.3 Avaliação do processo ensino-aprendizagem

A avaliação da aprendizagem se constitui como processo formativo e investigativo, tendo por objetivo maior o acompanhamento e redirecionamento do processo de ensino-aprendizagem, voltado para o pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o mundo do trabalho.

Para a metodologia que se propõe, a avaliação torna-se instrumento fundamental. O mecanismo ação-reflexão-ação é importante para que a avaliação cumpra o seu papel, ou seja, para que o julgamento qualitativo da ação esteja em função do aprimoramento desta mesma ação.

Desse modo, a avaliação da aprendizagem tem a finalidade de acompanhar e aperfeiçoar o processo de aprendizagem dos alunos, obedecendo aos princípios da formação integral e da interdisciplinaridade, expressando os resultados de aproveitamento no curso por meio de notas.

Ao final do curso, o aluno deverá obter, pelo menos, 60% da nota da avaliação para ser considerado aprovado.

14.4 Avaliação do Projeto Pedagógico do Curso

Este documento, além de orientar e sistematizar os processos avaliativos do curso, precisa contemplar a avaliação do próprio Projeto Pedagógico do Curso (PPC). Compreendemos o PPC como um documento “em processo”. Assim, torna-se necessário um acompanhamento sistemático, com a participação dos sujeitos envolvidos, a fim de que seja um instrumento democrático e participativo. A avaliação é compreendida, aqui, não como término do processo, mas como momento de reflexão e diagnóstico, apresentando elementos que irão subsidiar decisões e ações em busca de qualidade.

Como apresenta Luckesi, “a avaliação como crítica de percurso é uma ferramenta necessária ao ser humano no processo de construção dos resultados que planejou produzir, assim como o é no redimensionamento da direção da ação” (LUCKESI, 1998, p. 116).

Em termos de acompanhamento e monitoramento interno, as atividades acadêmicas e administrativas serão acompanhadas e monitoradas por meio da utilização de diferentes procedimentos e instrumentos, contemplando, também, a autoavaliação (refletir sobre a própria atuação), sempre visando a melhorias e não à punição nem à responsabilização de nenhum envolvido.

Alterações neste documento poderão ser propostas, com base em necessidades e/ou nos dados e estudos, mediante justificativa, seguindo os procedimentos apresentados pela Pró-Reitoria de Ensino do IFSul.

15. ATIVIDADES AVALIATIVAS

Todos os módulos possuem 6 questões e no mínimo 3 atividades extra para o banco de questões da plataforma Mundi.

Módulo 1

| Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta) | |
|--|--|
| 1) Ao começar a produzir um projeto cultural é necessário seguir algumas etapas para o seu planejamento e organização. Assinale a alternativa que melhor sintetiza esse processo. | |
| a) | Defina uma ideia; capte recursos; divulgue seu projeto; venda seu produto; convide artistas parceiros. |
| b) | Defina uma ideia; estabeleça objetivos; elabore um plano e descreva resultados; divulgue seu projeto. |
| c) | Capte recursos; defina uma ideia; elabore um plano e descreva resultados; estabeleça objetivos. |
| d) | Defina uma ideia; estabeleça objetivos; identifique o seu ambiente; elabore um plano e descreva resultados. |
| Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta) | |
| 2) Artistas iniciantes, ou até mesmo artistas que já possuem uma trajetória e querem produzir uma obra, precisam, muitas vezes, desenvolver a autoprodução, que acaba sendo algumas vezes a forma possível de realizar o seu projeto. Sobre este tema, qual alternativa é FALSA? | |
| a) | Para a autoprodução, é importante procurar parcerias com sindicatos, empresas, agências de publicidade ou financiamento coletivo garantindo o recurso necessário para o seu projeto. |
| b) | Para a autoprodução, é importante esperar ser descoberto pela grande mídia para só assim produzir e garantir o sucesso do seu projeto. |
| c) | Na autoprodução, o artista pode autofinanciar seu projeto com recursos próprios, precisando trabalhar também a venda de seu produto para recuperar o valor investido. |
| d) | Na autoprodução, o artista pode buscar participar de editais públicos, produzindo, inscrevendo e, caso aprovado, executando seu projeto. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

3) Para iniciar profissionalmente como agente cultural é preciso estudo e conhecimento de processos de planejamento, organização, assim como conhecer pessoas, artistas e possíveis fornecedores de serviços e equipamentos, a fim de conseguir produzir e realizar seus projetos. Logo, marque a alternativa que melhor representa a forma como esse processo acontece.

| | |
|----|---|
| a) | É preciso ter dinheiro e patrocinadores, pois pagar anúncios em redes sociais é a melhor forma de conhecer pessoas, artistas e possíveis fornecedores de serviços e equipamentos. |
| b) | O agente cultural precisa participar da cena cultural da sua cidade, a fim de conhecer pessoas, artistas e possíveis fornecedores de serviços e equipamentos. |
| c) | A visita a agências de publicidade, sindicatos e empresas parceiras é importante para se conhecer pessoas, artistas e possíveis fornecedores de serviços e equipamentos. |
| d) | Realizar pesquisa nas redes sociais são a melhor forma de conhecer pessoas, artistas e possíveis fornecedores de serviços e equipamentos. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

4) Uma das melhores formas de conseguir produzir projetos de arte e cultura com uma produção diversa e de qualidade é organizando e contribuindo para a formação de coletivos. Normalmente estes acontecem e se conectam por amizade e identidade artística. Neste sentido, quais as principais características que fazem dos coletivos uma forma importante de organização?

| | |
|----|---|
| a) | Quando vários artistas se reúnem, é mais fácil organizar um projeto com consistência para obter apoiadores e financiamento de seus projetos. |
| b) | Um coletivo, por ser composto por vários artistas, reúne um público que gosta de determinado artista e acabam conhecendo o trabalho dos demais. |
| c) | Um coletivo permite que os artistas atuem juntos em um processo, no qual o talento de um potencializa o trabalho de outro. |
| d) | Artistas que atuam em coletivo desenvolvem uma atuação baseada na competição, na concorrência e na superação de um pelo outro. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

5) Um dos principais processos de divulgação para o lançamento de um produto artístico é a participação, ou organização de um evento. Desta forma, qual das alternativas a seguir justifica a realização desta atividade?

- | | |
|----|--|
| a) | Eventos de lançamento são a forma mais rápida de se vender a maior quantidade do produto artístico e assim, recuperar o seu custo de produção. |
| b) | Eventos de lançamento são uma forma de divulgar e interagir com as pessoas e formar público. |
| c) | Para vender sua arte para muitas pessoas é preciso organizar seu evento de lançamento aos finais de semana devido a garantia de público. |
| d) | Organizar ou participar de um evento com muitas pessoas é importante, porque o objetivo do artista é ser conhecido. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

6) A arte independente registra o tempo, a história, características locais em suas obras que as grandes empresas do entretenimento, da arte e cultura, raramente estão dispostas a custear e produzir. Logo, por que a venda de arte independente é importante para a economia da sua cidade e região?

- | | |
|----|--|
| a) | Porque, além de gerar trabalho e renda para os artistas, torna-se atrativo turístico, contribuindo e reforçando a identidade local. |
| b) | Porque, além de gerar trabalho e renda para os turistas, torna-se atrativo artístico, contribuindo e reforçando a identidade local. |
| c) | Porque, ao não gerar trabalho e renda para os turistas, torna-se atrativo para artistas, que contribuem e reforçam a identidade local. |
| d) | Porque, além de gerar trabalho e renda para os turistas, torna-se o artista atrativo, contribuindo e reforçando a identidade local. |

Questões extras - para banco de questões

| Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta) | |
|--|---|
| 1) O que faz das feiras de livros serem consideradas um dos principais eventos de arte e cultura de uma cidade e região? | |
| a) | Porque congrega artistas e público, diversidade de produtos artísticos, movimentando a cena cultural local. |
| b) | Porque, ao oportunizar a venda de livros de grandes editoras, best-sellers, o público poderá inteirar-se de obras lidas em todo o mundo. |
| c) | Porque oportuniza aos livreiros oferecer uma diversidade de publicações com descontos, o que movimenta a cena da arte e cultura local. |
| d) | Porque congrega artistas e público, além de oportunizar a venda de livros de grandes editoras, best-sellers, movimentando a cena da arte e cultura local. |
| Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta) | |
| 2) Para a criação de uma cena local é preciso a mobilização coletiva e o desenvolvimento de meios para a troca e encontros dos artistas e do público local. Que mecanismo pode ser criado a fim de construir este movimento? | |
| a) | Buscar financiamento em agências de publicidade, sindicatos e empresas para obtenção de recursos para projetos e eventos. |
| b) | Criação de mídias locais, como jornal de bairro, a fim de desenvolver um espaço onde os artistas e público possam se ver e serem vistos. |
| c) | Incentivar o turismo para que os visitantes possam prestigiar a arte e cultura local e assim construir uma cena. |
| d) | Esperar a criação de editais públicos de fomento a arte e cultura para que possam assim, produzir um movimento e uma cena local. |

Módulo 2

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

1) O planejamento é um instrumento da administração importante para a organização e previsão de etapas e processos para se chegar a um objetivo definido. Entre as alternativas apresentadas marque aquela que melhor corresponde o motivo pelo qual o agente cultural deve dar atenção a este momento na elaboração de seu projeto cultural:

- | | |
|----|--|
| a) | O planejamento é responsável pela venda de mais produtos culturais definidos a partir da ideia ou de um problema, é ele que possibilitará decidir o preço de venda e o lucro. |
| b) | O planejamento é o que define como será a liderança e o controle do projeto, a fim de que o agente cultural possa dedicar seu tempo à produção e delegar funções a terceiros. |
| c) | O planejamento é a base do projeto, é a partir dele que o agente cultural definirá tudo o que será necessário para a produção e realização de seu projeto. |
| d) | O planejamento tem por base o orçamento e a definição dos custos de produção, possibilitando saber a lucratividade e o sucesso que se obterá com o projeto a partir de sua divulgação. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

2) No planejamento uma das principais ações é conhecer o público a quem se destina o produto. Como o agente cultural poderá fazer esta pesquisa a fim de saber mais sobre as pessoas e os gostos da sua comunidade?

- | | |
|----|---|
| a) | É possível conhecer o público a partir dos comentários e das redes sociais, acompanhando notícias e informações da mídia. |
| b) | O público é muito diverso e diferente, dificultando conhecer de fato seus interesses e gostos. Todo projeto cultural é uma aposta. |
| c) | O público é quem decide o que será sucesso. É preciso produzir produtos culturais que estão na moda e no gosto das pessoas. |
| d) | É importante para o agente cultural visitar bairros, estudar dados demográficos e econômicos, e perceber que elementos inspiram as pessoas. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

3) A escolha de um local e uma data é, para o agente cultural, determinante para o transcorrer do planejamento de seu projeto. Sobre este tema, qual alternativa é FALSA?

- | | |
|----|---|
| a) | O melhor lugar para a realização de um evento é afastado da cidade, a fim de não infringir a legislação quanto ao volume de som e também por facilidade de acesso. |
| b) | É importante verificar se não há eventos similares marcados para o mesmo dia, para que não haja disputa de público e conseqüentemente, esvaziamento de sua atividade. |
| c) | A previsão do tempo é uma questão que necessita ser observada e acompanhada, principalmente se sua atividade for realizada ao ar livre, a fim de evitar prejuízos, principalmente com a queima de equipamentos. |
| d) | Verifique a lotação máxima do local e se o mesmo possui o PPCI - Plano de Prevenção e Proteção Contra Incêndio, emitido pelos bombeiros, são questões importantes para que sua atividade ocorra com a devida segurança. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

4) Conhecer sua cidade é muito importante para que o agente cultural possa planejar o seu projeto a partir da sua realidade e justificar sua proposta e objetivos. Logo, qual das respostas a seguir corresponde ao que seriam informações demográficas?

- | | |
|----|---|
| a) | Atividades econômicas e Produto Interno Bruto - PIB |
| b) | Características do meio ambiente, tecnologias e natureza. |
| c) | Leis, atividades econômicas e planejamento urbano. |
| d) | População, idade, escolaridade e classe social. |

Modelo verdadeiro ou falso (marque em negrito se é verdadeiro ou falso)

5) "Liderar é uma ação na qual o agente cultural será responsável pela tomada de decisão e por motivar sua equipe." essa afirmativa é verdadeira ou falsa?

- | | |
|----|-------------|
| a) | Verdadeiro. |
| b) | Falso. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

6) O registro de uma obra é importante para que ela tenha reconhecimento e possa ser recomendada, comercializada e distribuída respeitando os direitos autorais e oportunizando o retorno e pagamento ao autor pela sua venda e veiculação. Dos produtos culturais abaixo, qual deles podem ser registrados na Biblioteca Nacional?

- | | |
|----|--|
| a) | Vídeos, filmes e podcasts, aplicativos de celular. |
| b) | Textos de obras literárias, artísticas ou científicas. |
| c) | Softwares, patentes e aplicativos para celular. |
| d) | Patentes e invenções de propriedade industrial. |

Questões extras - para banco de questões

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

1) Com objetivo de produzir, captar recursos e realizar uma atividade, um produto ou uma ação em arte e cultura, o agente cultural realiza o planejamento com objetivo de reunir informações necessárias para a elaboração de seu projeto cultural. Marque a resposta a seguir que NÃO corresponde, no seu entendimento, ao que é um projeto:

- | | |
|----|---|
| a) | Documento que regulamenta a atividade cultural para que a mesma possa ser registrada em entidade que certifique os direitos autorais. |
| b) | Documento necessário para apresentação em edital público, a fim de obter os recursos e patrocínio que viabilizarão a sua realização. |
| c) | Organização de informações, um arranjo sistemático que apresenta os recursos e serviços necessários para a realização de um objetivo. |
| d) | Instrumento técnico e estratégico que define os processos, a complexidade e o tempo para a execução e realização de um objetivo. |

Módulo 3

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

1) Um projeto cultural para ser realizado precisa de recursos para que seja possível o pagamento das despesas e dos custos de sua produção. Logo, quando não se tem patrocínio, quais as possibilidades de financiamento de uma ação?

- | | |
|----|--|
| a) | Empréstimo em banco, financiamento alternativo e fundo de cultura. |
| b) | Autofinanciamento, lei de incentivo e empréstimo em banco. |
| c) | Autofinanciamento, financiamento cooperativo e financiamento coletivo. |
| d) | Empréstimo em banco, lei de incentivo e financiamento alternativo. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

2) O autofinanciamento ocorre quando o artista, ou o produtor, ou o agente cultural financiam com recursos próprios o seu projeto cultural. Qual das afirmações abaixo, sobre a importância do autofinanciamento, está **incorreta**?

- | | |
|----|---|
| a) | É a forma de se viabilizar uma iniciativa quando não se consegue patrocínio e não há políticas públicas para projetos culturais, possibilitando a realização do projeto. |
| b) | Contribui para a valorização da cena cultural local, disponibilizando para a comunidade o acesso a uma produção artística e sensibilizando empresas e poder público ao fomento dessas iniciativas. |
| c) | O autofinanciamento desonera empresas e poder público de incentivar a arte e cultura local, permitindo que estes recursos sejam destinados a outros setores prioritários, como saúde, segurança e educação. |
| d) | O autofinanciamento permite autonomia para o artista, ou produtor, ou agente cultural, possibilitando que os recursos obtidos com a venda dos produtos gerados venham a financiar a produção de novos projetos. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

3) O financiamento cooperativo é uma forma de custeio de um projeto cultural coletivo, no qual os custos são solidários e divididos em partes iguais entre todos os participantes, sendo que cada um recebe como contrapartida um espaço para apresentar a sua arte. Qual a diferença para o financiamento coletivo?

- | | |
|----|---|
| a) | O financiamento coletivo é feito pela internet em plataforma especializada, na qual as pessoas que queiram apoiar o projeto escolhem uma quota, adquirem o produto a ser produzido e recebem recompensas. |
| b) | O financiamento coletivo é também feito pelos participantes do projeto, os quais utilizam uma plataforma online para organizar melhor a forma de obter os recursos necessários para o projeto. |
| c) | O financiamento coletivo é uma forma solidária, na qual empresas que queiram patrocinar o projeto podem se reunir e juntas, custear a produção e as ações de divulgação e lançamento. |
| d) | O financiamento coletivo é quando o artista, o agente cultural, juntamente com empresas e poder público custeiam a produção do projeto e permitem que o mesmo seja distribuído gratuitamente para a comunidade. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

4) Ao se produzir um projeto cultural temos a necessidade de financiá-lo, para isso é importante identificar possíveis parceiros, instituições, sindicatos e empresas patrocinadoras, buscando contatos, agendando reuniões e apresentando o projeto. Qual a importância das agências de publicidade na realização destas parcerias?

- | | |
|----|--|
| a) | As agências de publicidade poderão inscrever seu projeto em editais públicos e assim obter os recursos necessários para a sua produção, podendo também fazer o contato e divulgação para a mídia. |
| b) | As agências de publicidade possuem várias empresas como clientes e poderão apresentar para estes o seu projeto, como um produto de divulgação para as suas marcas, obtendo assim o patrocínio. |
| c) | As agências de publicidade poderão se responsabilizar pela produção de seu projeto cultural, organizando todas as etapas de planejamento e organização a fim de obter o patrocínio junto ao seus clientes. |
| d) | As agências de publicidade poderão direcionar o agente cultural e apontar empresas que venham a se interessar em patrocinar o seu projeto, permitindo o patrocínio por meio da indicação. |

Modelo verdadeiro ou falso (marque em negrito se é verdadeiro ou falso)

5) “Liderar é uma ação na qual o agente cultural será responsável pela tomada de decisão e por motivar sua equipe.” essa afirmativa é verdadeira ou falsa?

a) Verdadeiro.

b) Falso.

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

6) Para venda direta de seu produto cultural o público precisa estar informado e criar interesse em adquiri-lo. Quais ações o agente cultural necessita realizar a fim de informar as pessoas sobre o seu projeto?

a) O agente cultural precisa divulgar ao máximo o seu produto e disponibilizá-lo em pontos de venda para que o público tenha acesso.

b) O agente cultural poderá distribuir o seu produto em escolas e empresas, como ação de divulgação.

c) O agente cultural precisa esperar que, tanto a mídia descubra o seu projeto, assim como os pontos de venda solicitem seu produto para venda.

d) O agente cultural pode oferecer o seu produto para órgãos públicos, a fim de que o mesmo seja adquirido e distribuído gratuitamente.

Questões extras - para banco de questões

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

1) A participação em um edital público exige responsabilidade e organização do agente cultural. Que ação o proponente do edital recorre para verificar que o projeto cultural foi efetivamente realizado e os recursos utilizados de forma correta.

a) São utilizadas as planilhas de orçamento do projeto, com a descrição de todas as despesas e custos a serem realizados.

b) É utilizado o plano de cotas e contrapartidas, a fim de identificar como serão trabalhados os recursos.

c) É utilizada a prestação de contas, que traz cupons, notas fiscais, recibos, notícias e relatos sobre o projeto.

d) É utilizado um aplicativo no qual o órgão financiador acompanha todos os pagamentos feitos pelo projeto.

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

2) Ao apresentar o projeto cultural para uma agência de publicidade, que recursos adicionais precisam ser realizados?

- | | |
|----|---|
| a) | O agente cultural precisa manter segredo de algumas informações, para evitar que o projeto venha a ser plagiado. |
| b) | A divisão do plano de cotas e contrapartidas não necessita ser diferente, pois cada empresa apoiará com o que pode. |
| c) | O resumo apresentado do projeto deve ser simples e sem imagens, pois o que importa é a informação em si. |
| d) | É importante apresentar um resumo do projeto qualificando visualmente o mesmo com imagens, a fim de causar impacto. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

3) Observe as seguintes afirmativas sobre as características e diferenças entre as leis de incentivo à cultura e os fundos de cultura:

- I. As leis de incentivo autorizam o agente cultural a captar recursos de impostos para o seu projeto.
- II. Os fundos de cultura autorizam o agente cultural a realizar o autofinanciamento do seu projeto.
- III. Os fundos de cultura financiam diretamente o projeto, custeando sua produção.
- IV. As leis de incentivo à cultura custeiam o projeto e autorizam o agente cultural a realizar o autofinanciamento.

Estão corretas:

- | | |
|----|--------------|
| a) | Apenas I. |
| b) | I, II e III. |
| c) | I e III. |
| d) | Apenas III. |

Módulo 4

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

1) A elaboração de projetos culturais tem como objetivo, para além de seu planejamento, a escrita do projeto em si, trazendo todas as informações necessárias para guiar o agente cultural na produção, assim como mostrar para possíveis patrocinadores todas as etapas e processos que serão necessários para a sua realização. Logo, qual estrutura básica de organização e escrita um projeto cultural poderá ter?

- | | |
|----|---|
| a) | 1) Desenvolvimento: apresentação com objetivos; 2) Justificativa: com resumo, informações sobre resultados a serem alcançados; 3) Projeto de patrocínio: com valores e contrapartidas. |
| b) | 1) Introdução: informações do projeto, do proponente e resumo; 2) Desenvolvimento: com objetivos, justificativa, etapas de produção e proposta de patrocínio; 3) Conclusões: resultados a serem alcançados. |
| c) | 1) Desenvolvimento: com lista dos tópicos do projeto; 2) Objetivos: descrevendo os resultados a serem alcançados; 3) Projeto de Divulgação: como será feita a mídia do projeto. |
| d) | 1) Introdução: com o desenvolvimento, informações sobre o projeto; 2) Justificativa: com resumo e informações sobre a produção; 3) Objetivos: com os objetivos a serem alcançados. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

2) A escrita de um projeto cultural reúne informações previamente pesquisadas, debatidas e decididas a fim de serem organizadas e apresentadas em documento. Logo, como se dá o início dessa escrita?

- | | |
|----|--|
| a) | Definindo todas as etapas de produção, incluindo orçamentos e tabelas de custos que apoiem a obtenção de patrocínio. |
| b) | Formatando o projeto para adequá-lo a inscrição e participação em edital público, a fim de obter financiamento. |
| c) | Reunindo todos os esboços e esquemas realizados na fase de planejamento, organizando dentro de uma lógica os passos da produção. |
| d) | Apresentando as possibilidades de inserção das marcas dos patrocinadores no produto e mídia. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

3) Para elaborar seu projeto cultural é importante definir as etapas de produção e os custos necessários, a fim de saber o valor necessário para ser buscado junto a possíveis patrocinadores. Que instrumento é utilizado para fazer este levantamento?

- | | |
|----|---|
| a) | Orçamento: no qual o agente cultural consulta empresas que oferecem produtos e serviços para saber os valores dos mesmos. |
| b) | Planilha de custos: no qual o agente cultural organiza os valores de produtos e serviços para a produção do projeto. |
| c) | Plano de patrocínio: no qual o agente cultural informa os valores necessários para financiar o custo de produção. |
| d) | Plano de divulgação: no qual o agente cultural divulga os valores utilizados para custear o seu projeto. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

4) O plano de divulgação é uma das principais partes do projeto cultural, no qual estarão sendo apresentados não apenas as estratégias e ações de mídia, mas também as contrapartidas e disposição das marcas oferecidas aos patrocinadores. Sobre as ações para montar o plano, qual **não** está correta?

- | | |
|----|--|
| a) | Incluir a marca em cartazes, panfletos, vídeos e imagens de internet. |
| b) | Difusão de propaganda de vídeos dos apoiadores durante o evento, recepção e intervalos. |
| c) | Distribuir porcentagem dos produtos produzidos pelo projeto para os trabalhadores e clientes dos patrocinadores. |
| d) | Colocar a marca apenas nos produtos produzidos que serão distribuídos para os patrocinadores. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

5) A cessão dos direitos de uso da obra é um documento importante que respeita a produção e o artista como criador de um trabalho. Sobre esse tema:

- I) O correto é “cessão dos direitos autorais”, pois o artista deve transferir para quem o contrata todos os direitos de sua produção.
- II) Pagamento de royalties refere-se ao pagamento dos direitos autorais pelo uso de obra intelectual ou artística.
- III) O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição - ECAD, é uma entidade que garante o pagamento pelos direitos autorais na área da música.
- IV) Os direitos autorais, ao serem transferidos para outra pessoa, tornam esta a real autora da obra e não aquela quem a criou.

Estão corretas:

| | |
|----|------------------|
| a) | I, II e III. |
| b) | II e III. |
| c) | I, II, III e IV. |
| d) | Apenas II. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

6) Um projeto cultural ao ser encerrado exige a organização de uma prestação de contas, principalmente para projetos aprovados em editais públicos. Logo, o que seria esse documento?

| | |
|----|--|
| a) | Apresentação do projeto de forma organizada, a fim de obter novos recursos para projetos futuros a serem encaminhados para possíveis patrocinadores que participaram da iniciativa anterior. |
| b) | Proposta de divulgação e patrocínio do projeto cultural a ser inscrito em edital público, deve ser apresentado logo após o encerramento da iniciativa, prevendo projeto futuro. |
| c) | Forma de organizar informações que garantem a realização do projeto e prepara novas iniciativas para obtenção de patrocínio, a fim de garantir o financiamento de projetos futuros. |
| d) | Relato do projeto, incluindo clipping de notícias e fotografias, constando da contabilidade, cupons, notas fiscais e recibos que comprovem o pagamento e a utilização dos recursos. |

Questões extras - para banco de questões

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

1) A escrita do projeto cultural reúne todas as informações obtidas na etapa do planejamento a partir de uma ideia concebida e posteriormente, pesquisa de como produzi-la. Marque a alternativa que melhor sintetiza a diferença entre objetivos e resultados a serem alcançados?

- | | |
|----|--|
| a) | Objetivos são resultados, porém a diferença está na forma da escrita e ideias a serem produzidas pelo projeto. |
| b) | Objetivos são propósitos a serem alcançados. Já os resultados, são os objetivos quantificados, em números ou ações práticas definidas. |
| c) | Objetivos não se relacionam com os resultados, pois ambos não determinam o que se quer de fato com o projeto. |
| d) | Objetivos são estratégias. Já os resultados, são as conclusões que o projeto alcança, sem que sejam de fatos determinados. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

2) A assessoria de imprensa é um serviço importante para a realização do projeto cultural. São atividades da assessoria de imprensa:

- I) Elaboração de releases e notas para jornais, enviando material de divulgação para diversas mídias.
- II) Fazer a contabilidade do projeto, organizando em folhas os cupons, notas fiscais e recibos.
- III) Organizar clipping do projeto, ou seja, reunir e arquivar todas as notícias que saíram na mídia.
- IV) Realizar visita a possíveis patrocinadores, a fim de apresentar o projeto e obter patrocínios.

Estão corretas:

- | | |
|----|------------------|
| a) | I e III. |
| b) | I, II, III e IV. |
| c) | Apenas III. |
| d) | II e IV. |

Modelo múltipla escolha (marque em negrito a alternativa correta)

3) Editais públicos possuem diversas regras, documentos, formulários e solicitam determinadas informações importantes, a fim de que seja provada a qualidade do projeto, sua importância e também, a capacidade das pessoas envolvidas em poder realizá-lo. Logo, na possibilidade de envio, que documentos são importantes disponibilizar em anexo?

| | |
|----|---|
| a) | Plano de cotas e Plano de divulgação. |
| b) | Orçamentos e planilhas de custo. |
| c) | Prestação de contas e etapas de produção. |
| d) | Termos de responsabilidade e portfólios. |

REFERÊNCIAS

BELISÁRIO FILHO, J. F.; CUNHA, P. **A Educação Especial na Perspectiva da Inclusão Escolar**: transtornos globais do desenvolvimento. Vol. 9. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial; Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2010.

CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO – CETIC. **Pesquisa TIC domicílios 2013: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil**. Disponível em: <https://www.cetic.br/media/analises/tic-domicilios-2013.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2020.

PRONATEC. **Cursos FIC**. Disponível em: <http://pronatecportal.mec.gov.br/arquivos/guia.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2020.

ÉGLER, M. T. **Inclusão Escolar**: O que é? Por que? Como Fazer? São Paulo: Moderna, 2003, 2006. (Coleção Cotidiano Escolar).

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia**: saberes necessários à prática educativa. São Paulo: Editora Paz e Terra, 25.ed., 2002.

FRIGOTTO, G.; CIAVATTA, M.; RAMOS, M. A política de educação profissional no governo Lula: um percurso histórico controvertido. **Revista Educação & Sociedade**. Revista de Ciência da Educação. Centro de Estudos Educação e Sociedade. CEDES, Campinas, v. 26, n. 92, p. 1087-1113, Número Especial, out. 2005.

LUCKESI, C. **Avaliação da aprendizagem escolar**. 8.ed. São Paulo: Cortez, 1998.

UNESCO & MEC-Espanha. **Declaração de Salamanca e Linha de Ação**: Sobre Necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1994.



