

CAMPO 13

EMENTA, METODOLOGIA, BIBLIOGRAFIA, CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E PÚBLICO-ALVO

1. EMENTA

Programa formativo de caráter profissionalizante voltado à capacitação de agentes culturais residentes em Boa Vista/RR, com foco na inclusão, qualificação e fortalecimento do setor cultural local. O programa é estruturado em três eixos integrados: (i) produção cultural e elaboração de projetos; (ii) gestão de eventos culturais; e (iii) captação de recursos e leis de incentivo. A formação combina abordagem teórico-prática, participativa e orientada a resultados, com foco no desenvolvimento de competências aplicáveis à realidade do setor cultural de Boa Vista/RR, resultando na entrega de três produtos concretos por participante.

2. METODOLOGIA

A metodologia do projeto CULTURA EM AÇÃO será orientada por uma abordagem teórico-prática, participativa e orientada a resultados, com foco no desenvolvimento de competências aplicáveis à realidade do setor cultural de Boa Vista/RR.

O programa será estruturado em 3 módulos integrados, com carga horária total de 120 horas, distribuídas da seguinte forma:

Módulo 1 — Produção Cultural e Elaboração de Projetos (40h)

Introdução aos conceitos de cultura, economia criativa e políticas públicas culturais; estruturação de projetos culturais; definição de objetivos, justificativa, público-alvo, cronograma, orçamento e indicadores.

Módulo 2 — Gestão de Eventos Culturais (40h)

Planejamento e execução de eventos; logística, operação, formação de equipes, fornecedores, cronogramas executivos e gestão de riscos.

Módulo 3 — Captação de Recursos e Leis de Incentivo (40h)

Estratégias de financiamento; elaboração de planos de captação; leis de incentivo (com ênfase no ICMS); relacionamento com patrocinadores e elaboração de pitch.

Abordagem Metodológica

A execução do projeto adotará as seguintes estratégias:

1. Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP): Cada participante desenvolverá, ao longo do curso, um projeto real, sendo acompanhado por instrutores e mentores, garantindo a aplicação prática dos conteúdos.

2. Aulas Expositivas Dialogadas: Apresentação dos conteúdos com estímulo à participação ativa dos alunos, promovendo troca de experiências e construção coletiva do conhecimento.

3. Oficinas Práticas: Atividades voltadas à construção dos produtos finais (projeto cultural, plano de evento e plano de captação), com exercícios orientados.

4. Mentorias Individuais e Coletivas: Acompanhamento técnico para orientação personalizada, correção de projetos e apoio na estruturação das propostas.

5. Estudos de Caso: Análise de projetos culturais reais, aprovados e executados, para compreensão de boas práticas e erros comuns.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

MÓDULO 1 — Produção Cultural e Elaboração de Projetos (40h)

1.1. Introdução aos conceitos de cultura, economia criativa e políticas públicas culturais

1.2. Estruturação de projetos culturais para editais estaduais e federais

1.3. Elaboração de justificativa com impacto social e cultural

1.4. Definição de objetivos, público-alvo, metodologia e indicadores

1.5. Orçamento cultural: como calcular, justificar e apresentar

1.6. Cronograma: planejamento e execução por fases

1.7. Erros comuns que reprovam projetos — estudos de caso reais

1.8. Elaboração do projeto cultural individual (trabalho prático)

Entrega: Projeto cultural individual pronto para inscrição em edital.

MÓDULO 2 — Gestão de Eventos Culturais (40h)

2.1. Planejamento e execução de eventos culturais

2.2. Logística, operação e infraestrutura de eventos

2.3. Formação de equipes e gestão de fornecedores

2.4. Cronogramas executivos e gestão de riscos

2.5. Experiência do público: acessibilidade e democratização

2.6. Contratos, documentação e prestação de contas

2.7. Indicadores de sucesso e avaliação de impacto cultural

2.8. Plano de evento cultural (trabalho prático)

Entrega: Plano de gestão de evento cultural estruturado.

MÓDULO 3 — Captação de Recursos e Leis de Incentivo à Cultura (40h)

- 3.1. Estratégias de financiamento cultural
- 3.2. Elaboração de planos de captação de recursos
- 3.3. Leis de incentivo à cultura (com ênfase no ICMS — Lei nº 1.545/2021)
- 3.4. Lei Rouanet (Lei nº 8.313/1991): mecanismos e estratégias
- 3.5. Relacionamento com patrocinadores e incentivadores
- 3.6. Construção de proposta de valor para patrocinadores
- 3.7. Pitch cultural: como apresentar projetos para empresas — simulação com feedback
- 3.8. Plano de captação individual (trabalho prático)

Entrega: Plano de captação real + pitch estruturado para apresentação a incentivadores.

4. BIBLIOGRAFIA DE REFERÊNCIA

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Lei Rouanet). Institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura.

RORAIMA. Lei nº 1.545, de 30 de junho de 2021. Dispõe sobre a Lei de Incentivo à Cultura do Estado de Roraima.

RORAIMA. Decreto nº 33.611-E, de 2022. Regulamenta a Lei de Incentivo à Cultura do Estado de Roraima.

RORAIMA. Edital nº 001/2026 — SECULT/RR. Seleção de Projetos Culturais para Incentivo Fiscal.

CALABRE, Lia. Políticas Culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

OLIVIERI, Cristiane Garcia; NATALE, Edson (Orgs.). Guia Brasileiro de Produção Cultural. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2016.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas Culturais no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2007.

SEBRAE. Manual de Elaboração de Projetos Culturais. Brasília: SEBRAE, 2015.

REIS, Ana Carla Fonseca. Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

AVELAR, Romulo. O Averso da Cena: Notas sobre Produção e Gestão Cultural. Belo Horizonte: DUO Editorial, 2013.

5. PÚBLICO-ALVO

O projeto CULTURA EM AÇÃO é direcionado a agentes culturais residentes em Boa Vista/RR, com foco na inclusão, qualificação e fortalecimento do setor cultural local.

Público-alvo prioritário:

- a) Jovens em situação de vulnerabilidade social, a partir de 16 anos;
- b) Artistas independentes (músicos, artesãos, atores, produtores audiovisuais, entre outros);
- c) Produtores culturais iniciantes ou em fase de estruturação;

- d) Empreendedores da economia criativa;
- e) Integrantes de coletivos culturais e movimentos artísticos locais.

Público-alvo complementar:

- a) Estudantes e profissionais das áreas de artes, comunicação, turismo e áreas correlatas;
- b) Gestores de espaços culturais, públicos ou privados;
- c) Interessados em atuar com produção cultural e captação de recursos.

Crítérios de Prioridade

Serão adotados critérios de priorização para seleção dos participantes, visando ampliar o impacto social do projeto:

- a) Pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica;
- b) Participantes sem acesso prévio à formação técnica na área cultural;
- c) Representantes de comunidades periféricas;
- d) Diversidade de gênero, raça e segmentos culturais.

Perfil dos Participantes

Espera-se que os participantes:

- a) Tenham interesse em desenvolver projetos culturais;
- b) Busquem qualificação prática para atuação no setor;
- c) Possuam disponibilidade para participação nas atividades do curso;
- d) Estejam comprometidos com a entrega dos produtos finais do programa.