



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



INSTITUTO DE ARTES  
COLEGIADO DO CURSO DE MÚSICA

PLANO DE ENSINO

**1. Identificação:**

<b>Componente curricular:</b> Oficina de Projetos 2				
<b>Unidade Ofertante:</b> IARTE Música				
<b>Código:</b> IARTE31621		<b>Período:</b> 2º		<b>Turma:</b> Marcelo Madureira
<b>Carga Horária:</b>			<b>Natureza:</b>	
<b>Teórica:</b> 45h	<b>Prática:</b> 45	<b>Total:</b> 90h	<b>Obrigatória:</b> (X)	<b>Optativa:</b> ( )
<b>Professor:</b> Marcelo Madureira			<b>Ano/Semestre:</b> 2023/2	
<b>Observações:</b>				

**1- Ementa:**

A disciplina oportuniza ao aluno o desenvolvimento da capacidade de elaborar e executar projetos culturais na área da música, bem como ampliar a percepção sobre as oportunidades de submissão existentes em leis e programas públicos e privados de incentivo.

**2 - Justificativa:**

O estudo da disciplina proporciona ao aluno o domínio técnico necessário para a construção de projetos culturais na área musical, noções sobre as principais políticas culturais de fomento e o mercado de produção cultural, além da experiência direta com a execução dos projetos, numa oficina que oportuniza a teoria e a prática simultânea e coletivamente.

**3 - Objetivo Geral:**

Desenvolver e executar projetos culturais na área musical.

**Objetivos Específicos:**

- Desenvolver capacidade técnica para a elaboração de projetos culturais;
- Aprender a diferença entre projetos culturais, de pesquisa e acadêmicos;
- Conhecer Principais formas de financiamento cultural;
- Vivenciar a oportunidade de executar o projeto desenvolvido;
- Apresentar ao público os resultados dos trabalhos;

#### **4 - Programa:**

##### **Módulo 1: Introdução à Escrita de Projetos**

Revisão sobre os pontos principais a serem seguidos na escrita de projetos (objeto, objetivos, justificativa, metodologia, entre outros);

Escolha dos projetos por cada aluno e aplicação prática.

##### **Módulo 2: Mapeamento de oportunidades**

Conhecimento sobre as principais oportunidades de fomento à cultura;

Acessar profissionais de mercado desse segmento.

##### **Módulo 3: Definição dos projetos e agenda de ensaios**

Escolha dos projetos a serem executados, bem como repertório;

Ensaio do (s) grupo (s);

##### **Módulo 4: Preparação para Apresentação Pública**

Pré-produção, produção e pós-produção do (s) projeto (s);

Realização do evento.

#### **5 - Metodologia:**

Aulas coletivas teóricas e práticas;

Utilização de textos, artigos e livros da bibliografia da disciplina;

Apresentação das oportunidades de leis e programas de fomento;

Palestras com profissionais do segmento de produção cultural;

Demonstração de projetos culturais que são referência no mercado da música;

Aplicação prática dos projetos escritos em todas as suas etapas;

## 6 - Avaliação:

### Atividades em Aula e Extra Classe (50 pontos):

Critérios de avaliação: Pontualidade, participação e cumprimento das diretrizes estipuladas pelo orientador.

### Relatório Parcial (50 pontos):

Critérios de avaliação: Adequação à proposta teórica da oficina, disposição para a aplicação prática, capacidade de trabalhar em grupo.

**Total: 100 pontos**

## 7 - Bibliografia:

### Básica:

COMO ELABORAR PROJETO CULTURAL. Roteiro para elaborar um projeto. Disponível em: . <https://elaborarprojetocultural.blogspot.com/2009/04/roteiro-para-elaborar-um-projeto.html> . Acesso em 22/12/2023.

MALAGODI, MARIA EUGÊNIA; CESNIK, FABIO DE SÁ; INSTITUTO PENSARTE. **Projetos culturais: elaboração, aspectos legais, administração, busca de patrocínio**. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Escrituras, Instituto Pensarte, 2004. 351 p.

NATALE, Edson; OLIVIERI, Cristiane. **Guia brasileiro de produção cultural 2013/2014**. São Paulo: SESC, 2013.

Política cultural e gestão democrática no Brasil / Albino Rubim (organizador). – São Paulo : Editora Fundação Perseu Abramo, 2016. Disponível em <https://fpabramo.org.br/publicacoes/wp-content/uploads/sites/5/2017/07/Cultura-WEB-1.pdf>. Acesso em 22/12/23.

SEBRAE. Projetos culturais: **Como elaborar, executar e prestar contas**. 1 ed. Brasília, DF: [s.n.], 2014.

### Complementar:

ALMEIDA, Cândido J.M. de. **A arte é capital**. Visão aplicada do marketing cultural. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. ALVES, Paulo César (org). Cultura. Múltiplas leituras. Bauru: EDUSC; Salvador: EDUFBA, 2010.

AVELAR, Romulo. **O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural**. 3. ed. Belo Horizonte, MG: Ed Do Autor, 2013. 490 p.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um Conceito Antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2019. Disponível em [https://www.academia.edu/38962598/LARAIA\\_Roque\\_de\\_Barros\\_Cultura\\_um\\_conceito\\_antropol%C3%B3gico\\_pdf](https://www.academia.edu/38962598/LARAIA_Roque_de_Barros_Cultura_um_conceito_antropol%C3%B3gico_pdf) . Acessado em 23/12/23.

DUISENBERG, Edna dos Santos. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento** - A Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável? São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

CANCLINI, Néstor García. Política Cultural: Conceitos, trajetória e Reflexões; organizadores Renata Rocha e Juan Ignacio Brizuela. - Salvador : EDUFBA, 2019. 159 p. Disponível em <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/32115/1/POLITICA-CULTURAL%20-%20RI.pdf>. Acessado em 22/12/23.

### **8 - Recursos:**

Sala espaçosa, computador, impressora, equipamentos de som e instrumentos, ferramenta digital para apoiar a gestão do projeto (Trello)

### **9 - Aprovação:**

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

**Coordenação do Curso de Graduação em Música:** \_\_\_\_\_