




4293 – Intervenção em espaços culturais

Curso: Animador/a SocioCultural



Objetivos do módulo

- Intervir na dinamização cultura/escola, cultura/ruralidade, cultura/centros urbanos.
 - Promover o intercâmbio cultural.
 - Avaliar as questões suscitadas pela intervenção nas várias áreas da cultura.
- 



Conteúdos



- Legislação Cultural
- Intervenção em produtos e espaços culturais
- Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais
- Produção de programas culturais
 - Rentabilização de programações já existentes nos Municípios
 - Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades
- Atividade nos recintos culturais e apoio a grupos e atividades públicas e privadas que se movem em seu torno (alojamentos, restauração e atividades culturais gerais das comunidades envolvidas)



Legislação Cultural

► Definição de cultura

- Um dos conceitos fundamentais ligado ao discurso teórico da Animação Sociocultural é o de **cultura**, o que nos remete desde logo para a sua dimensão cultural. O conceito de cultura é extremamente rico e extravasa várias disciplinas e ciências apesar de até ao século XV a palavra cultura só se aplicar ao trabalho da terra.
- Etimologicamente, cultura deriva do verbo latim "colere" que significa o ato de "cultivar a terra", como também o de "honrar, render culto, tributo, em especial aos deuses".



Legislação Cultural



- Contudo, a ideia de cultura que interessa à Animação sociocultural é extraída da antropologia cultural expressa na definição do antropólogo britânico Tyler (1871) citado por Quintas e Sanchez(1995: 14) e que **define cultura** como "aquele conjunto complexo que abarca os conhecimentos, as crenças, a arte, o direito, a moral, os costumes e os demais hábitos e aptidões que o homem adquire enquanto membro da sociedade".
- A cultura é tudo aquilo (conhecimentos, valores, tradições, costumes, etc.) que se transmite e adquire socialmente, ou seja, é fruto da própria vida social.



Legislação Cultural

- Mais do que perceber e situar o conceito de cultura é também necessário abordar o que a **Animação sociocultural faz ao nível da cultura?**



Legislação Cultural



- A **Animação sociocultural** tem como função fazer circular todo o tipo de discurso cultural e gerar processos de participação de maneira mais ampla. Já ao animador cabe fazer a **mediação entre a arte e o público e facilitar a divulgação dos bens culturais**.
- A **Animação sociocultural** tem como principal preocupação os interesses e aspirações dos indivíduos, leva a cabo um conjunto de ações que potenciam o seu próprio desenvolvimento e contribuem para a sua autonomia a vários níveis (cultural, psicológico, social, afetivo e político), provocando a participação ativa.



Legislação Cultural


- A **Animação sociocultural** contribui para o desenvolvimento cultural da sociedade, entendido como "a promoção das condições institucionais favoráveis e das competências necessárias à criação de obras e saberes, sejam eles tratados de filosofia ou receitas culinárias, danças tradicionais ou música de vanguarda, conhecimentos políticos ou aptidões técnicas, artesanato ou domínio de línguas estrangeiras, exercícios desportivos ou assistência a espetáculos, pintura ou frequência de museus".



Legislação Cultural




- Ligado ao desenvolvimento cultural está o conceito de **tempo livre** que surgiu em meados do século XX e tem a sua época de esplendor na atual sociedade pós-industrial. Os avanços tecnológicos e a modernização industrial permitiram a diminuição do tempo de trabalho e consequente aumento do tempo livre.
- Assim surge o conceito de **ócio cultural**, que podemos definir como uma forma de "permitir às massas o acesso às grandes obras culturais, de estender ao povo a cultura existente, de que o povo elabore uma cultura nova".



Legislação Cultural – Constituição da República Portuguesa

► **Artigo 42.º Liberdade de criação cultural**


1. É livre a criação intelectual, artística e científica.
2. Esta liberdade compreende o direito à invenção, produção e divulgação da obra científica, literária ou artística, incluindo a proteção legal dos direitos de autor.



Legislação Cultural – Constituição da República Portuguesa

► Artigo 73.º Educação, cultura e ciência


1. Todos têm direito à educação e à cultura.
2. O Estado promove a democratização da educação e as demais condições para que a educação, realizada através da escola e de outros meios formativos, contribua para a igualdade de oportunidades, a superação das desigualdades económicas, sociais e culturais, o desenvolvimento da personalidade e do espírito de tolerância, de compreensão mútua, de solidariedade e de responsabilidade, para o progresso social e para a participação democrática na vida coletiva.
3. O Estado promove a democratização da cultura, incentivando e assegurando o acesso de todos os cidadãos à fruição e criação cultural, em colaboração com os órgãos de comunicação social, as associações e fundações de fins culturais, as coletividades de cultura e recreio, as associações de defesa do património cultural, as organizações de moradores e outros agentes culturais.
4. A criação e a investigação científicas, bem como a inovação tecnológica, são incentivadas e apoiadas pelo Estado, por forma a assegurar a respetiva liberdade e autonomia, o reforço da competitividade e a articulação entre as instituições científicas e as empresas.



Legislação Cultural – Constituição da República Portuguesa

► Artigo 78.º Fruição e criação cultural

1. Todos têm direito à fruição e criação cultural, bem como o dever de preservar, defender e valorizar o património cultural.
2. Incumbe ao Estado, em colaboração com todos os agentes culturais:
 - a) Incentivar e assegurar o acesso de todos os cidadãos aos meios e instrumentos de ação cultural, bem como corrigir as assimetrias existentes no país em tal domínio;
 - b) Apoiar as iniciativas que estimulem a criação individual e coletiva, nas suas múltiplas formas e expressões, e uma maior circulação das obras e dos bens culturais de qualidade;
 - c) Promover a salvaguarda e a valorização do património cultural, tornando-o elemento vivificador da identidade cultural comum;
 - d) Desenvolver as relações culturais com todos os povos, especialmente os de língua portuguesa, e assegurar a defesa e a promoção da cultura portuguesa no estrangeiro;
 - e) Articular a política cultural e as demais políticas sectoriais.




Legislação Cultural – Lei n.º 47/2004 - Lei Quadro dos Museus Portugueses

Artigo 3.º – Conceito de Museu

1— Museu é uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite:


- a) Garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objetivos científicos, educativos e lúdicos;
- b) Facultar acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade.



Legislação Cultural – Lei n.º 47/2004 - Lei Quadro dos Museus Portugueses

Artigo 3.º – Conceito de Museu

2— Consideram-se museus as instituições, com diferentes designações, que apresentem as características e cumpram as funções museológicas previstas na presente lei para o museu, ainda que o respetivo acervo integre espécies vivas, tanto botânicas como zoológicas, testemunhos resultantes da materialização de ideias, representações de realidades existentes ou virtuais, assim como bens de património cultural imóvel, ambiental e paisagístico.




Legislação Cultural – Lei n.º 47/2004 - Lei Quadro dos Museus Portugueses

Artigo 7.º – Funções do Museu

O museu prossegue as seguintes funções:


- a) Estudo e investigação;
- b) Incorporação;
- c) Inventário e documentação;
- d) Conservação;
- e) Segurança;
- f) Interpretação e exposição;
- g) Educação



Legislação Cultural – Lei n.º 47/2004 - Lei Quadro dos Museus Portugueses

Artigo 42.º - Educação


- 1— O museu desenvolve de forma sistemática programas de mediação cultural e atividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais.
- 2— O museu promove a função educativa no respeito pela diversidade cultural tendo em vista a educação permanente, a participação da comunidade, o aumento e a diversificação dos públicos.
- 3— Os programas referidos no n.º1 do presente artigo são articulados com as políticas públicas sectoriais respeitantes à família, juventude, apoio às pessoas com deficiência, turismo e combate à exclusão social.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► **Animação e associativismo**


- O associativismo é um dos vetores de intervenção no território. Ele é escola de cidadania ativa, espaço de Animação Sociocultural e de desenvolvimento de percursos de educação não formal, fomentador da democracia cultural.
- As coletividades locais deverão ser agentes da valorização e preservação da cultura popular e contribuintes da mudança social.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e associativismo


- O contexto social e as sequelas que as atuais comunidades acarretam, fruto de diversas contingências do campo social, económico, cultural e político obrigam a que as gentes procurem de forma mais objetiva e participativa a filiação em estruturas associativas com o intuito da defesa de interesses coletivos e na procura de um debate esclarecedor e de ações participativas, afirmando-se assim, novas áreas de luta e de participação, a destacar a preservação do património cultural e natural; a problemática do desenvolvimento local; a Animação Sociocultural; a ocupação de tempos livres e recreação; o voluntariado e a defesa dos direitos humanos e culturais.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e associativismo


- As associações como espaços de debate, escola de cidadania, de participação e de prática de Animação Sociocultural deverão proporcionar no seu seio a reclamação de direitos e liberdades de uma participação solidária e consequente participação da comunidade local em campos de intervenção que muitas vezes lhe são apresentados como cenários utópicos.



Intervenção em produtos e espaços culturais

- **Animação e associativismo**


- Estes espaços de sociabilidades comunitárias devem estar ao serviço da comunidade local, serem estruturas de contracultura, de (re)aprendizagem da cidadania participativa solidária e democrática na busca de valores e princípios fundamentais à vida do Homem em sociedade permitindo-lhe a sua emancipação face ao poder instituído.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação em bibliotecas


- Os projetos de Animação da Leitura são tão válidos e tão importantes como qualquer outro projeto de animação, devendo ser entendidos como algo que pode ser extremamente eficaz no que concerne à aquisição de hábitos de leitura.
- Quando nos relacionamos com o significante Animação da Leitura quase que conseguimos visualizar de imediato vários significados, certamente diferentes daqueles que nos fazem lembrar uma biblioteca ausente, desprovida de cor, de dinâmica e interação com o livro.



Intervenção em produtos e espaços culturais

- **Animação em bibliotecas**

- Na verdade, o conceito de Animação da Leitura pode ser definido como “um ato consciente realizado para produzir uma aproximação afetiva e intelectual a um livro concreto, para que este produza uma estima genérica face aos livros”.




Intervenção em produtos e espaços culturais

➤ **Animação em bibliotecas**


➤ A Animação da Leitura tem assim quatro grandes objetivos, segundo Juan J. L.Fernández:

- Possibilitar que a criança não leitora – ou pouco leitora – descubra o livro;
- Ajudar a passar da leitura passiva para a leitura ativa;
- Desenvolver na criança o prazer de ler;
- Ajudar a descobrir a diversidade de livros.



Intervenção em produtos e espaços culturais


- Os projetos de Animação da Leitura são projetos de desenvolvimento pessoal e social, fundamentais para o crescimento pleno do ser humano do século XXI. Quando se concebem projetos de Animação da Leitura concebe-se toda uma estrutura complexa mas eficaz que exige determinadas atitudes e qualidades por parte do animador:
- **Paciência:** A criação de hábitos de leitura não é fruto produzido da noite para o dia.
- **Prudência:** O importante não é ensinar as crianças a devorarem muitos livros e a escreverem muitos textos, mas a lerem e a escreverem com prazer.



Intervenção em produtos e espaços culturais


■ Animação em bibliotecas

- Estes objetivos adaptam-se também a outras faixas etárias, tendo no entanto atenção ao facto de que o seu cumprimento pode tornar-se mais utópico no caso dos adultos e idosos. É do conhecimento comum que comportamentos já enraizados tornam a sua alteração um processo complexo.
- A Animação da Leitura foca-se essencialmente em promover a leitura. Mas o que é a promoção da leitura? Esta pode ser entendida como “a execução de um conjunto de ações sucessivas e sistemáticas, de diversa natureza, encaminhadas para despertar ou fortalecer o interesse pelos materiais de leitura e pela sua utilização quotidiana, não só como instrumentos informativos ou educativos, mas também como fontes de entretenimento e prazer”




Intervenção em produtos e espaços culturais

- **Persistência:** Ao longo do processo de formação de leitores existirão momentos de euforia mas também momentos de crise, pelo que o animador não se deve dar por vencido nesta nobre causa;
- **Confiança:** Autoconfiança e convencimento de que os hábitos de leitura podem adquirir-se em qualquer idade e em qualquer contexto sociocultural por muito adverso que pareça;
- **Rigor:** É preciso trabalhar em equipa, experimentar, investigar, avaliar, e proceder à autocritica das próprias atitudes e métodos;




Intervenção em produtos e espaços culturais

- **Criador de ambientes:** Não só de ambientes físicos, mas sobretudo de atmosferas afetivas, sensuais e sedutoras;
- **Planificação:** Devem ser fixados objetivos concretos, ações, estratégias, livros utilizados, etc. mas de forma alguma deve ser criado um modelo tão rígido que a criança, o jovem, o adulto ou o idoso se sintam dirigidos, presos, adestrados;
- **Criatividade:** Fantasia, imaginação, espírito renovador e crítico.




Intervenção em produtos e espaços culturais

- **Respeito:** Mostrar respeito pelos interesses, nível de maturação e competência leitora de todos e de cada um dos leitores, entendidos como seres únicos e irrepetíveis;
- **Coerência:** Agir em conformidade com aquilo que se diz e que se aconselha aos outros;
- **Modéstia:** O autêntico protagonismo deve ser exclusivo dos destinatários dos projetos de animação da leitura e não do animador;




Intervenção em produtos e espaços culturais

- **Sensibilidade:** É necessário um sexto sentido, uma capacidade especial para captar as necessidades e inclinações de cada leitor e para aceitar que também o animador está envolvido numa constante dinâmica de aprendizagem;
- **Profissionalismo:** Preocupação em estar a par das novidades em termos de literatura, materiais e suportes para a leitura. Se possível participar e/ou visitar feiras, exposições, congressos...etc. Contactar instituições e consultar revista especializadas;



Intervenção em produtos e espaços culturais


- **Psicologia:** Conhecer os rasgos psicológicos, interesses, inquietudes, preocupações e experiências de leitura das pessoas para quem se concebe projetos de animação, bem como os seus diferentes contextos socioculturais.
- **Persuasão.** Especialista em marketing, em sedução para ganhar a confiança e implicar nos projetos de animação da leitura os distintos agentes da educação para a leitura: professores, pais, bibliotecários, animadores, autores, etc.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação em museus


- A definição de museu mudou muito ao longo dos tempos. Atualmente é sabido que a sua função não se limita ao ato de coletar, restaurar, pesquisar e expor objetos. Nos últimos tempos, desenvolveu-se um novo conceito de museu e das funções museológicas, no qual se concebe o público como um sujeito ativo e participativo, que interage com a mensagem expositiva.
- As exposições, não possuem um único “significado”. Este é interpretado e “resignificado” pelos visitantes de acordo com as vivências, os seus conhecimentos, e de acordo com a sua própria história. Com esta alteração, o museu sentiu necessidade de possuir pessoal especializado, capaz de utilizar o museu em proveito destes “novos” visitantes, criando-se os chamados Serviços Educativos.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação em museus


- A divulgação e a sociabilização do conhecimento tornaram-se com o passar dos tempos, elementos determinantes nas funções dos museus. Cada vez mais, o objeto dos museus é ajudar as pessoas a compreenderem o mundo que as rodeia, visando atingir, a população num sentido global, orientando as ações específicas para crianças e jovens em idade escolar e captando novos públicos.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação em museus


- O museu promove um ambiente de aprendizagem lúdica, como espaço paralelo à educação formal, pois pode ser visto como um local estimulante e aberto, como um espaço de encontro, convivência, investigação e confrontação das diversidades de linguagens.
- O museu é uma instituição ao serviço da sociedade.



Intervenção em produtos e espaços culturais

■ **Animação em museus**


- A educação em museus deverá operar-se promovendo atividades baseadas em metodologias próprias que permitam a formação de um sujeito histórico-social que analisa criticamente, recria e participa ativamente.
- Estas instituições são uma alternativa para construir conhecimento, despertando a investigação e desenvolvendo a capacidade de solucionar problemas. Têm condições de desempenhar uma função importante para o crescimento do nível educacional da população, completando a aprendizagem quer dos alunos que ainda frequentam as escolas, como o público em geral.



Intervenção em produtos e espaços culturais


► Animação em museus

- Os técnicos dos Serviços Educativos instigam o visitante a investigar, encorajam-no a observar, a procurar relações e a fazerem as suas próprias conclusões.
- A metodologia de educação patrimonial, baseada no diálogo, na indagação ativa e na experimentação, visa facilitar a aprendizagem mútua que se desencadeia por meio das memórias e experiências compartilhadas, da herança patrimonial e do próprio património coletivo, estendendo as suas cações a todos os grupos sociais e etários.




Intervenção em produtos e espaços culturais

- O que são os **Serviços Educativos** de um museu?
- Estes serviços constituem um mediador entre o público e o significado daquilo que é exposto:
- Proporcionam aos visitantes, uma leitura adequada da informação que se pretende transmitir.
- Organizam eventos de carácter cultural com o objetivo de estreitar a relação entre o museu e a comunidade, participando ativamente no seu desenvolvimento.



Intervenção em produtos e espaços culturais

- Os objetivos gerais dos **Técnicos dos Serviços Educativos**:
- Dar a conhecer de forma participativa o património etnográfico regional;
- Promover a ligação escola/museu/comunidade;
- Sensibilizar para a importância do conhecimento e preservação do património cultural;
- Despertar o sentido crítico e a sensibilidade estética;
- Incentivar o gosto pela descoberta.




Intervenção em produtos e espaços culturais

- Os objetivos gerais dos **Técnicos dos Serviços Educativos**:
- Exemplos de atividades desenvolvidas por estes serviços:

Atividades diárias;

- Visitas orientadas para os diferentes níveis de ensino;
- Fichas-guia;
- Atividades lúdicas e outras tendo em conta os níveis de escolaridade e interesses temáticos a abordar, numa perspetiva de educação não formal.



Intervenção em produtos e espaços culturais

➤ Os objetivos gerais dos **Técnicos dos Serviços Educativos**:

Atividades pontuais

Teatro e música

Promover a ligação: escola / museu / comunidade;

Permitir o acesso ao teatro e música à população em geral;

Divulgar, descentralizar e cativar novos públicos;


Os amigos do museu

Incentivar o voluntariado;

Envolver toda a comunidade;

Preservar as tradições;

Transmitir valores e conhecimentos, muitos dos quais correm o risco de se perderem, visto que os seus detentores já possuem uma idade avançada.



Intervenção em produtos e espaços culturais

➤ Os objetivos gerais dos **Técnicos dos Serviços Educativos**:

Atividades pontuais


Realizar atividades de atelier, inseridas nos temas das exposições temporárias ou dias comemorativos

Sensibilizar as crianças para o tema apresentado e ajudá-las a interiorizar aquilo que viram;

Apelar à fruição das obras, estimulando o diálogo/opinião;

Incentivar a criação;

Conceber de forma lúdico-pedagógica os trabalhos referentes à exposição, através dos seus pontos de vista.




Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e teatro

Faz sentido, antes de nos debruçarmos sobre o teatro e a animação, convocar a perspectiva democratizadora da arte. Esta, do ponto de vista da fruição e criação contemporâneas, não pode ser entendida como um privilégio nem tão pouco como um luxo! O seu objetivo primeiro é fazer com que as pessoas, no contacto com a diversidade de linguagens expressivas e artísticas, adquiram um desenvolvimento harmonioso e global. Nos dias de hoje, esta questão não é apanágio de uns, mas um direito de todos!

Esta conceção leva a que os programas de política cultural, mas também os de animação sociocultural, não ignorem as atividades artísticas. É, de facto, pelo seu intermédio, que as capacidades da pessoa são desenvolvidas, de maneira singular por vezes, face à descoberta da expressão individual e à perceção que se tem da comunicação coletiva.




Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e teatro

É por esta razão que as expressões artísticas, em contexto de animação sociocultural, traduzem a essência da vida das pessoas, isto é, ajudam a identificar a origem ou afonte da sensibilidade, da imaginação e da criatividade.

É preciso então estimulá-las e desenvolvê-las.

Para além desta função, a atividade artística em contexto de animação sociocultural subverte todo o tipo de limitações. É esta subversão que a torna um instrumento de dimensão cultural bastante consistente ao serviço da pessoa, das populações e das comunidades e que se traduz através do desenvolvimento estético, emocional, intelectual, expressivo e social do indivíduo e do grupo.




Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e teatro

A importância e o significado cultural do teatro em contexto de animação sociocultural são mostrados em duas dimensões fundamentais: uma, de tipo individual, que se faz a partir dos processos de desinibição, da melhoria da expressão oral e da capacidade de utilizar a memória em processos de maturidade, de afirmação da personalidade mas, também, como um modo de ultrapassar receios e inibições.


Outra, de tipo social ou o ponto de vista coletivo, que mostra claramente como as atividades teatrais são um meio de sensibilização cultural, de encontro e de partilha.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e teatro

Naturalmente que falamos de coisas distintas quando fazemos animação teatral e quando fazemos **animação sociocultural**. Os objetivos da animação teatral estão associados à construção de um potencial projeto artístico-teatral que se poderá ou não concretizar em espetáculo, enquanto que os objetivos da animação sociocultural, desenvolvida através do teatro, estão associados às questões gerais e específicas do desenvolvimento cultural, social, educativo e artístico.



Intervenção em produtos e espaços culturais

► Animação e teatro

O ponto verdadeiramente comum entre ambos os processos é a capacidade que têm de criar novos interesses e mobilizar para novas dinâmicas de participação social e cultural. Assim, a animação sociocultural é desenvolvida pelo animador generalista que, pontualmente, poderá recorrer-se dos animadores especialistas. Mas quem faz a animação teatral é o animador teatral .



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

- A construção de equipamentos culturais, a recuperação de edifícios de valor patrimonial para a instalação de serviços de cariz cultural, a programação regular de atividades em diferentes domínios artísticos, assim como promoção de eventos culturais de dimensão nacional ou internacional, são alguns exemplos da intervenção nas artes e na cultura a este nível da administração pública.
- De acordo com o Quadro de transferência de atribuições e competências para autarquias locais (Lei nº 159/99, de 14 de Setembro), **constituem tarefa das autarquias as seguintes ações no domínio cultural:**



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

- **Artigo 20º**

- **Património, cultura e ciência**

- 1 - É da competência dos órgãos municipais o planeamento, a gestão e a realização de investimentos públicos nos seguintes domínios:
 - a) Centros de cultura, centros de ciência, bibliotecas, teatros e museus municipais;
 - b) Património cultural, paisagístico e urbanístico do município;



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

■ 2 - É igualmente da competência dos órgãos municipais:

- a) Propor a classificação de imóveis, conjuntos ou sítios nos termos legais;
- b) Proceder à classificação de imóveis conjuntos ou sítios considerados de interesse municipal e assegurar a sua manutenção e recuperação;
- c) Participar, mediante a celebração de protocolos com entidades públicas, particulares ou cooperativas, na conservação e recuperação do património e das áreas classificadas;
- d) Organizar e manter atualizado um inventário do património cultural, urbanístico e paisagístico existente na área do município;



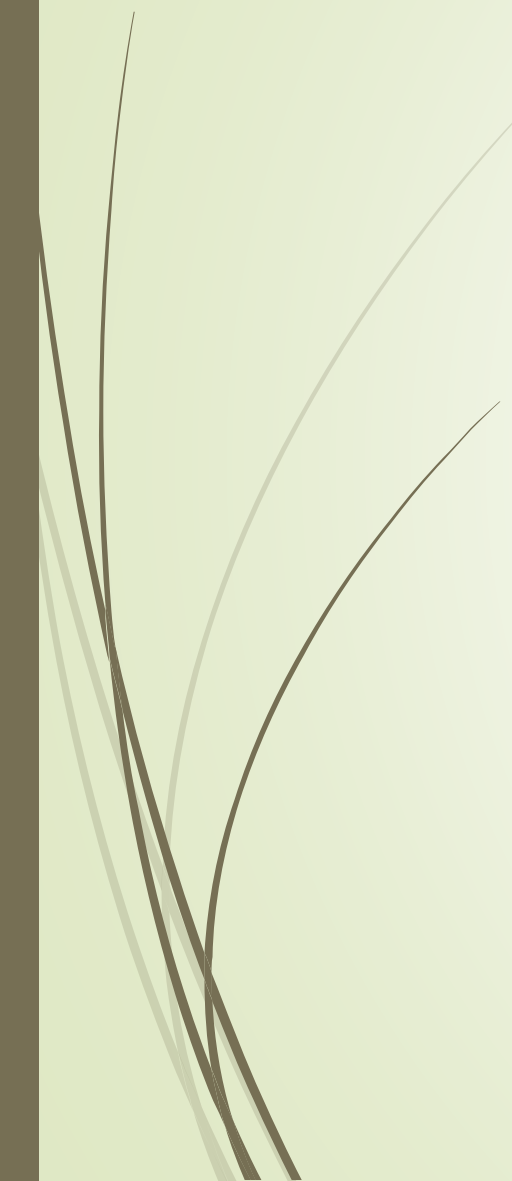
Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

➤ 2 - É igualmente da competência dos órgãos municipais:

- e) **Gerir museus, edifícios e sítios classificados, nos termos a definir por lei;**
- f) Apoiar projetos e agentes culturais não profissionais;
- g) Apoiar atividades culturais de interesse municipal;
- h) **Apoiar a construção e conservação de equipamentos culturais de âmbito local.**



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

- A construção de equipamentos culturais dá uma nova dimensão à oferta cultural local.
 - Os animadores têm mais condições para criarem novos projetos de intervenção para vários públicos, estas condições permitem também a preparação de planos de estratégia cultural.
- 



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

- As câmaras municipais associavam-se entre si e a outras instituições, para promoverem a criação de escolas profissionais e também começavam a recrutar técnicos de animação e de ação social para os seus quadros, levando a que a realidade de hoje. O turismo, a cultura, a educação, a ação social, o associativismo, a problemática juvenil, a Terceira Idade, a proteção de crianças e jovens, a promoção das novas tecnologias, a formação de adultos, o desporto, entre outras, são universo onde se movem as novas atribuições municipais.
- Presentemente os municípios têm novas competências na área socioeducativa, e a responsabilidade de colocar técnicos especializados nas escolas, onde os Animadores Socioculturais voltam a ter um papel imprescindível na preparação e execução de projetos de animação com crianças e adolescentes.



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

- **Enquadramento da animação cultural municipal**
- A animação ao nível municipal insere-se nas políticas de valorização sociocultural e económica dos territórios, sendo desenvolvida pelas entidades com competência de administração municipal (à escala do concelho) e regional (à escala da região).
- A Animação cultural tem como principal preocupação os interesses e aspirações dos indivíduos, leva a cabo um conjunto de ações que potenciam o seu próprio desenvolvimento e contribuem para a sua autonomia a vários níveis (cultural, psicológico, social, afetivo e político), estando presente a participação ativa.



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

■ Entre as principais instituições culturais municipais onde se desenvolvem atividades de animação podemos salientar:

- Os museus;
- Os espaços patrimoniais (monumentos e sítios);
- As bibliotecas;
- Os teatros e salas de espetáculo;
- Os centros culturais;
- As associações locais e os centros cívico



Estratégias de aproveitamento de equipamentos culturais

Seguidamente apresentamos os principais serviços e equipamentos culturais presentes num município e tipologias e atividades que desenvolvem:

Auditório Municipal (ou centro cultural)

Museu Municipal

Biblioteca Municipal

O gabinete Municipal de Turismo





Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- Qualquer programação, seja cultural ou de outro foro qualquer, debate-se, logo à partida, com as questões fundamentais que dão origem aquilo que se chama projeto. Um projeto é definido em função de determinados objetivos a atingir.
- Estes são determinados a partir de uma auscultação de problemas / necessidades. Estando estes determinados, estabelece-se um conjunto de metas a atingir para colmatar / suprimir os problemas / necessidades detetados. Tendo em vista o alcance das metas definidas, estabelecem-se as estratégias.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- É com base nestas, que o programa de atividades se delineia. E este estabelece-se em função, claro está, das estratégias e objetivos, dos recursos existentes (financeiros, materiais e humanos) e dos destinatários.
- Assim, a programação cultural, é o meio pelo qual uma determinada entidade apresenta a sua ideia de cultura. E se a cultura é o modo pelo qual os indivíduos se relacionam com a sociedade, uma programação cultural deve refletir a forma como a sociedade de um determinado contexto geográfico específico se relaciona culturalmente.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- No seio dessa sociedade, culturalmente falando, existem indivíduos que se dedicam à criação cultural, outros que medeiam essa criação e a relacionam com o público (o resto da sociedade).
- Ao falarmos de programação cultural, estamos indubitavelmente a falar de uma sistematização da cultura, uma serialização temporal e geográfica da mesma: nem tudo pode ser apresentado em todos os lugares, nem todos os lugares estão capacitados para receber todo o tipo de cultura.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- Assim surge a primeira questão: porquê programar cultura? Qual o interesse na existência de um programa cultural?
- A resposta parece-me clara e óbvia: porque a cultura é a forma mais visível do engenho humano, do seu poder criativo. É a forma pela qual a humanidade se reclama do seu estatuto de Humano.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- E assim passamos à segunda questão: para quê programar cultura? Com que finalidade?
- Programar cultura é a forma pela qual a sociedade demonstra o seu poder de organização social, é a forma pela qual organiza e dinamiza a sua própria cultura.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- E tudo isto conduz-nos ao para quem? Para quem se dirige a cultura? Quais os seus destinatários? Qual o seu público?
- O público da cultura é aquele que aprecia a cultura. É aquele que se interessa por cultura.
- Logo qualquer programação cultural não pode ter a veleidade de se dirigir a quem a não aprecia.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- Um programador cultural não pode fazer programação para um público que não é o da cultura.
- Um programador de um teatro não pode fazer programação para um público que não gosta de teatro. Tem de fazê-la para aquela réstia de público que aprecia o teatro. Tem de fazê-la para um determinado tipo de público que aprecia certo tipo de teatro.
- Como a cultura é muito diversa e muito abrangente, cabe ao programador, mediante os recursos disponíveis e critérios estéticos próprios, definir qual o tipo de atividade para atingir certas margens de público e qual o melhor modo de o fazer.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- **Tipologias de atividades culturais**
- De modo a facilitar a descrição das atividades culturais, iremos dividir as mesmas de acordo com o papel do público. Assim temos:
- Atividades culturais de realização
- Atividades culturais de contemplação



Produção de programas culturais

- Rentabilização de programações já existentes nos Municípios
- Atividades culturais de realização
- As **atividades culturais de realização** incluem as atividades em que se requer a participação ativa, seja a confeccionar algum objeto, a dar uma opinião, a aprender.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- **Veremos de seguida alguns exemplos:**
 - Ateliers de trabalhos manuais;
 - Degustações gastronómicas;
 - Visitas;
 - Debates e conversas.
 - Biblioteca e leitura.



Produção de programas culturais

- Rentabilização de programações já existentes nos Municípios
- Atividades culturais de contemplação
- O segundo grupo de atividades culturais é constituído pelas **atividades de contemplação** que não requerem uma intervenção ativa por parte do destinatário. O público terá uma atitude mais passiva.



Produção de programas culturais

- **Rentabilização de programações já existentes nos Municípios**
- **Veremos de seguida alguns exemplos:**
 - Espetáculos;
 - Exposições;
 - Audições;
 - Mostras;
 - Conferências;
 - Apresentações.



Produção de programas culturais

► Exemplo:

Ação cultural municipal no Município de Paços de Ferreira

Consciente do seu papel na dinamização cultural do Concelho, a Câmara Municipal de Paços de Ferreira tem vindo a privilegiar uma intervenção no domínio cultural marcada por ações estruturantes.

O investimento na criação de equipamentos de qualidade, que permitam garantir suportes físicos e organizativos às atividades dos agentes culturais do concelho e em programas direcionados para a promoção e sensibilização do público, sobretudo as camadas mais jovens da população, através de um cuidadoso trabalho com as escolas, é a prova de que a autarquia não tem deixado de responder às exigências decorrentes das suas atribuições e competências no domínio da Cultura.



Produção de programas culturais

Destacam-se, assim, os seguintes domínios de intervenção que têm sido privilegiados:

- A criação e dinamização de equipamentos culturais, como são exemplos a Casa da Cultura, o Museu Municipal e os projetos em curso de reconstrução da Biblioteca Municipal;
- A programação cultural regular, com uma agenda vasta de eventos, visando a fidelização de públicos;
- A preservação e promoção do património cultural concelhio.



Produção de programas culturais

Destacam-se, assim, os seguintes domínios de intervenção que têm sido privilegiados:

- A criação e dinamização de equipamentos culturais, como são exemplos a Casa da Cultura, o Museu Municipal e os projetos em curso de reconstrução da Biblioteca Municipal;
- A programação cultural regular, com uma agenda vasta de eventos, visando a fidelização de públicos;
- A preservação e promoção do património cultural concelhio.



Produção de programas culturais

Destacam-se, assim, os seguintes domínios de intervenção que têm sido privilegiados:

- Consulta e análise de programas culturais do município;



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

- A função do animador surge face à necessidade de em diversas áreas proceder à dinamização e revitalização de estruturas sociais e culturais. Importa para o efeito formar especialistas, indivíduos que conheçam os diferentes recursos disponíveis no âmbito da sua área de atuação, e que por outro lado identifiquem com exatidão as necessidades e motivações do público-alvo para o qual estão a trabalhar.
- Só desta forma poderão conceber o “programa” mais adequado ou seja o que melhor serve o público.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

➤ Neste sentido pode-se concluir que:

- a) O animador “trabalha” os recursos, concebendo programas que dirige a públicos perfeitamente identificados;
- b) Esta postura de adequação dos programas aos públicos alvo, visando obter a satisfação do consumidor e a rendibilidade máxima para a organização, insere-se numa postura de marketing.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

- **Critérios gerais da promoção**

- **Atracção:** Os meios de promoção escolhidos para o programa de animação devem possuir um suporte atrativo para o público-alvo a que se destinam, gerando uma imagem positiva que se traduza na posterior aceitação e participação nas atividades.
- **Títulos/Temas apelativos:** Independentemente do suporte escolhido, é importante que o título e o tema do programa de animação sejam ser apelativos, de forma a garantir o interesse do turista a participar no referido programa.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

- **Adequação** - Não basta ter um suporte atrativo e um título e tema apelativo. O meio usado para a divulgação deve ser adequado ao contexto espaço-temporal em que se insere. Por exemplo, usar a megafonia durante o tempo de refeições revela-se desadequado e poderá afastar os potenciais interessados.
- **Multiplicidade / Diversificação** - A divulgação e promoção dos programas de animação deve ser feita usando vários meios e suportes e não apenas um único, por forma a diversificar o número e características de públicos a atingir.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

- **Suportes promocionais mais comuns**

- **Cartazes**

- Meio direto, eficaz e de impacto elevado.
- Deve ser atrativo o suficiente para competir com as propostas quem por exemplo, as agências de viagens colocam na recepção dos hotéis. Pode ser utilizado para divulgar uma atividade ou o programa do dia. Relativamente ao programa da semana, o cartaz deve assumir o formato de mupi, dada a quantidade de informação que é necessário transmitir.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

- **Suportes promocionais mais comuns**

- **Sketches promocionais**

- Encenações de cenas ou personagens que vão participar em determinado espetáculo. Devem ser pontuais e realizar-se em locais de grande afluência de clientes, tais como na recepção, no bar e no restaurante.
- Podem ser representados pelos animadores ou pelos próprio sturistas, quando estes são os intervenientes no espetáculo.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

- **Suportes promocionais mais comuns**

- **Flyers**

- Eficazes, fáceis de confeccionar e de distribuir. A relação custo/benefício é bastante positiva. No entanto, convém usar este meio com moderação, uma vez que o seu uso repetitivo pode ter um efeito inverso ao desejado. Os flyers devem reservar-se para atividades que exigem maior organização e esforço económico, no sentido de procurar garantir o retorno do investimento.



Promoção da programação e produção e distribuição de materiais de divulgação de eventos e atividades

➤ **Suportes promocionais mais comuns**

➤ **Publicidade**

- Quando relacionada com outros meios de comunicação da empresa, funciona com as seguintes características:
- Permite alcançar muitos públicos;
- A publicidade utiliza uma mensagem simples, forte e única;
- Na publicidade o conteúdo da mensagem é perfeitamente controlado pelo anunciante