

**ENSINO ARTÍSTICO ESPECIALIZADO**

**ARTES VISUAIS E AUDIOVISUAIS**

# **PROGRAMA**

**Componente de Formação Técnica-Artística**

**Disciplina de Opção**

## **Gestão das Artes**

**11º e 12º Anos**

**Autores**

**José Carlos Alvarez – 11º e 12º anos (coordenador)**

**José Ramalho -12º ano**

**2006**

## Índice:

	Página
<b>1. Introdução .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Apresentação do Programa .....</b>	<b>4</b>
2.1. Finalidades. ....	4
2.2. Objectivos .....	5
2.3. Visão Geral dos Temas/Conteúdos.....	6
2.4. Sugestões Metodológicas Gerais.....	13
2.5. Competências .....	15
2.6. Recursos .....	16
2.7. Avaliação .....	17
<b>3. Desenvolvimento .....</b>	<b>19</b>
3.1. 11º ano .....	19
3.2. 12º ano .....	29
<b>4. Bibliografia .....</b>	<b>37</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A inclusão da disciplina de opção de Gestão das Artes na componente técnico-artística dos planos de estudo dos 11º e 12º anos dos cursos de Comunicação Audiovisual, Design de Comunicação, Design de Produto e Produção Artística, do Ensino Artístico Especializado de Artes Visuais e Audiovisuais, tem como objectivo dotar os alunos de competências e saberes que lhes permitam, integrar equipas de produção artística e divulgação cultural.

O conjunto de competências a adquirir deve ter em conta o potencial que os alunos reúnem para poder desenvolver trabalho em regime de auto-emprego ou numa unidade de produção artística. A interacção com outras áreas artísticas, desenvolvida no âmbito escolar, deve ser entendida como fundamental quer para a aquisição dessas competências e saberes, quer para a implementação de projectos emergentes que traduzam essas relações.

O papel específico desta disciplina, apesar do seu carácter opcional, é determinante para a compreensão e conhecimento dos mecanismos que regem a realidade do mercado artístico nas suas diferentes vertentes (criação, produção, programação, recepção) e das múltiplas organizações artísticas que intervêm na vida cultural portuguesa.

A implementação desta disciplina implica, necessariamente, o seu carácter prático, quer pela natureza inovadora do enquadramento no actual sistema de ensino, quer pela faixa etária dos alunos por ela abrangidos. Assim, esta dimensão deve ser entendida como uma condição fundamental para a sua aplicabilidade, devendo funcionar como um *laboratório*, tendo em conta que o reconhecimento de qualquer acto artístico pode depender, não só, da capacidade criativa do seu criador, mas também da capacidade de ampliar e tornar visível esse acto artístico por parte do gestor artístico.

Se adicionarmos a este carácter experimental o desafio dinâmico, flexível e criativo que se coloca na aplicação deste programa, torna-se claro que o seu sucesso deriva, em muito, das práticas pedagógicas a adoptar e, também, da permanente atenção à criação contemporânea.

Refira-se ainda o papel da disciplina como organizadora de conceitos, competências que se entrecruzam com os de outras disciplinas do plano de estudos, não sendo alheia a esta situação a sua exclusiva aplicação em escolas artísticas, privilegiando-se assim a sua permanente convivência com o *fazer artístico*.

O programa de Gestão das Artes combina conteúdos de ordem teórica com algumas aplicações práticas de forma à aquisição de conhecimentos e desenvolvimento de competências básicas no domínio da gestão cultural/gestão das artes.

Esta disciplina bienal de opção está integrada na componente de formação técnica-artística, com uma carga horária semanal de dois tempos lectivos, estando a gestão horária deste programa prevista para 33 semanas.

## **2. APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA**

### **2.1. FINALIDADES**

- Compreender o papel da Gestão das Artes enquanto actividade criativa.
- Fomentar o respeito pela diferença artística.
- Promover o conhecimento da diversidade das artes nas sociedades contemporâneas.
- Conhecer, comparativamente, os múltiplos contextos nacionais e internacionais da gestão das artes.
- Identificar as dinâmicas que presidem à formação de públicos.
- Qualificar para a integração em equipas de produção artística e divulgação cultural.
- Proporcionar o desenvolvimento de capacidades de negociação e de argumentação.
- Desenvolver o pensamento estratégico aplicado à Gestão das Artes.
- Conhecer a dimensão económica do Bem Artístico.
- Promover o conhecimento de programas artísticos e políticas de programação de instituições culturais.
- Reconhecer os discursos estéticos contemporâneos e a sua aplicabilidade na gestão das artes.

## **2.2. OBJECTIVOS**

- Compreender as artes enquanto geradoras de um conjunto de actividades desenvolvidas por diversos agentes.
- Compreender o mercado das artes e as suas consequências para os sectores público e privado.
- Identificar conceitos, contextos e metodologias relacionadas com a gestão das artes.
- Analisar o papel desempenhado pelos gestores das artes nas sociedades contemporâneas.
- Reconhecer os contextos nos quais emergiu a figura do gestor das artes e o significado deste na afirmação das novas profissões artísticas.
- Reconhecer os conceitos fundamentais para a abordagem das organizações culturais.
- Identificar as relações dos gestores das artes com os criadores e os públicos.
- Compreender as lógicas subjacentes ao consumo cultural.
- Equacionar a natureza socialmente construída da figura do criador, enquanto protagonista de uma carreira artística e os mecanismos através dos quais esta se desenvolve.
- Conceber e desenvolver um projecto no âmbito da gestão das artes.

## 2.3. VISÃO GERAL DOS TEMAS/CONTEÚDOS

A Gestão das Artes é um fenómeno relativamente recente na História das Artes e da Gestão, tendo surgido sobretudo nos países com economias mais estáveis e saudáveis, onde a Cultura e a Produção Artística são entendidas como *bens económicos* em si e, sobretudo, como processos geradores de desenvolvimento social (em toda a sua amplitude), sendo encarada como um meio imprescindível na implementação, crescimento e afirmação da criação artística junto dos públicos e dos agentes económicos.

É precisamente na tomada de consciência e no conhecimento do binómio Cultura-Economia e das suas múltiplas relações, que se deve privilegiar a formação dos futuros profissionais da Gestão das Artes. O sucesso deste programa passa, entre outros aspectos, por uma sólida aquisição de conceitos no domínio das Artes e da Economia. O contacto permanente com a literatura do universo das Artes é tão importante como com a do universo da Economia e do mundo dos negócios.

Enquanto o programa do 11º ano se destina a dotar os alunos de informação e conhecimentos sobre as artes e o sector artístico, abrangendo os aspectos estéticos (actividade artística), sociológicos e antropológicos (sociologia da arte, da produção e criação artística e da recepção/públicos) e simbólicos (símbolos e discursos), o do 12º ano, incide na análise estratégica da gestão das artes, entrando-se no desenvolvimento de aspectos gerais de ordem económica e jurídica e na análise das lógicas de intervenção e interacção nas artes e na cultura, nas suas vertentes mais empíricas e sinópticas (direito, *marketing*, história e economia das artes).

### 11º ano

Os quatro módulos que o constituem integram uma primeira parte de carácter mais conceptual, em torno de questões gerais que pretendem introduzir os alunos num conjunto de teorias, conceitos e problemáticas que os enquadrem na prática da

gestão das artes e da sua relação com a sociedade em geral e a comunidade em que estão inseridos.

Em seguida é abordado o enquadramento teórico da gestão das artes e das suas práticas, com a produção artística e as suas relações com o mercado das artes.

### **Módulo I – As artes antes da Gestão das Artes**

No início deste primeiro módulo deve-se recorrer aos conhecimentos da História da Arte, para ajudar a situar alguns fenómenos artísticos que caracterizaram diferentes épocas históricas e que tiveram como suporte a decisiva intervenção de mecenas/gestores, muitos deles ainda hoje universalmente apreciados.

Depois, a abordagem de um núcleo de temáticas subjacentes à prática de qualquer produtor das artes, de índole eminentemente teórico e cruzando perspectivas disciplinares diversas, introduz o aluno a um conjunto de teorias, conceitos e problemáticas que lhe proporcionarão obter uma série de competências necessárias ao desenvolvimento da sua actividade no campo artístico.

Traça-se um panorama das diversas modalidades de relação entre as artes e os regimes de criação, evidenciando-se os processos através dos quais as artes estão socialmente organizadas na actualidade. O entendimento da dimensão simbólica deste domínio é base da reflexão, bem como o seu enquadramento entre uma fileira próxima das indústrias culturais e uma espécie de artesanato necessariamente assistido pelo Estado.

Um segundo ponto analisa as artes sob a perspectiva do criador, assinalando como o estatuto deste último sofreu alterações significativas desde o século XIX, discutindo o dilema entre as autorias e a prossecução de estratégias ditas comerciais e evidenciando os processos através dos quais se constrói o valor artístico.

O terceiro ponto analisa as artes sob a perspectiva dos públicos, evidenciando como os consumos culturais ocorrem no âmbito de estratégias de afirmação



individual ou colectiva em termos de *status* subordinadas às lógicas da própria sociedade. Discutindo-se a diversificação dos públicos e os modos como estes interagem com as obras, assinalar-se-ão os processos através dos quais aqueles reagem a estas, no que respeita às possibilidades ou impossibilidades de percepção estética.

O quarto ponto analisa as artes sob a perspectiva dos produtores, discutindo o papel desempenhado hoje pelos intermediários e como os processos de intermediação são fundamentais na própria dinâmica do campo artístico, assinalando os constrangimentos que a produção impõe à criação e as maneiras possíveis de lidar com eles. É ainda evidenciado o *boom* verificado nas profissões artísticas e as diversas hipóteses que estas assumem para além das já tradicionais.

## **Módulo II – As Artes na Cidade e a Cidade das Artes**

O exercício da Gestão das Artes tem uma cadeia de saberes e experiências que deve resultar, não só, da formação em contexto de aula, mas também da formação cívica e cultural adquirida antes e durante todo o percurso de vida enquanto *cidadão cultural*.

Este módulo aborda, assim, a relação entre os conceitos de cultura e cidadania, sempre na perspectiva de respeito pela diversidade. Evidencia-se o acesso à cultura e à livre capacidade de criar como condições fundamentais para o exercício pleno da cidadania e como valores fundamentais de um estado de direito.

Introduz as relações da cidade (*polis*) com as diferentes artes, reconhecendo as actuais necessidades para o consumo cultural, e ainda, distinguindo as diferentes missões e estatutos das instituições, organizações, entidades e estruturas, que gerem as artes na cidade.

## **Módulo III – Gestão Cultural/ Gestão das Artes**

Este módulo enquadra do ponto de vista teórico, e no âmbito da economia da cultura, a função e destinatários das actividades relativas à gestão das artes/gestão cultural. Abordam-se as diferentes políticas culturais e quem as define. Faz-se a distinção entre bem público e bem privado, a propósito da produção e distribuição nas artes e da criação e existência de empresas e organizações para esse efeito.

#### **Módulo IV – O produtor enquanto gestor**

Neste módulo explicita-se o conceito de bem artístico nas diferentes perspectivas do consumidor, espectador e produtor. Avalia-se o funcionamento e o desenvolvimento do mercado dos bens artísticos com os diferentes conceitos que nele intervêm – mecenas, Estado, crítica e público.

É fundamental que o aluno entenda, do ponto de vista conceptual como o produtor é uma figura essencial para a realização artística, financeira, administrativa e legal do espectáculo propriamente dito, e que, simultaneamente, seja capaz de dominar, do ponto de vista prático, alguns dos instrumentos que suportam esse processo de produção.

#### **12º ano**

No 12º ano contempla-se a componente prática, para que os alunos afirmem no âmbito do terreno escolar a aplicabilidade dos conhecimentos adquiridos no ano anterior e se confrontem com as vicissitudes do processo de gestão artística. Uma vez que as escolas, onde vai ser aplicado este programa, são de âmbito artístico, logo, promotoras de saberes e produtoras de produtos artísticos, propõe-se que o desenvolvimento programático seja orientado para um evento de fim de ano, tipo Mostra de Artes, que pela sua natureza constitui o laboratório necessário e ideal para que o aluno de Gestão das Artes coloque em prática os saberes adquiridos. A divisão do ano lectivo em 3 trimestres facilita a elaboração do plano de trabalho e respectivo cronograma nas 3 fases: **Definição de Projecto, Produção Executiva e Realização do Evento.**

Esta proposta ganha maior validade, tendo em conta que será a primeira e última vez que os alunos de Gestão das Artes poderão beneficiar de uma forma muito

acessível do contacto directo com uma vasta mostra de produtos artísticos, acompanhando todo o processo criativo, realçando a transdisciplinaridade tão necessária e com a qual terão que conviver se vierem a assumir uma função de gestores artísticos. Por outro lado, terão a cobertura da instituição escola, com todo o património de credibilidade que oferece, tornando-se um agente facilitador nos contactos com potenciais parceiros nas múltiplas esferas públicas e privadas. Cada módulo do programa desenvolver-se-á num trimestre a partir dos seguintes conteúdos:

### **Módulo I – Gestão Estratégica**

Neste módulo pretende-se que os alunos adquiram conhecimento jurídico sobre:

- o exercício da Gestão das Artes e da articulação desta profissão com o mercado das artes;
- a constituição de entidades com personalidade jurídica (Unipessoais, ONG's, Fundações, Sociedades comerciais);
- a figura de gestor e de programador;
- os requisitos necessários para a realização de um evento artístico;
- a Inspeção-Geral de Actividades Culturais e o seu papel na legalização de recintos, na classificação etária de espectáculos, na segurança de recintos, no registo de entidades promotoras de actividades culturais;
- direitos de autor, direitos conexos e das respectivas entidades gestoras (Gabinete do Direito de Autor e Sociedade Portuguesa de Autores);
- a Lei do Mecenato.

E ainda, proporcionar aos alunos o desenvolvimento de competências de análise de estudos de mercado e da relação produto-consumidor cultural, reconhecendo-os como factores determinantes na definição de estratégias de gestão.

No contexto deste módulo, os alunos iniciam a 1ª fase do projecto artístico que consiste na identificação e planificação dos cenários de intervenção para definir a aplicação da estratégia de gestão.

## Módulo II – Gestão Aplicada

Pretende-se que neste módulo os alunos adquiram conhecimentos e desenvolvam competências fundamentais, a aplicar na estratégia de gestão artística, nas áreas de:

- gestão de recursos humanos, no que respeita à definição da equipa de trabalho e sua articulação com o plano de gestão artística, assim como a atribuição de tarefas e responsabilidades. É de salientar a importância da comunicação intraequipa como factor importante para o sucesso da gestão.
- *marketing* – estudo de mercado, comportamento de consumidores culturais, públicos-alvo;
- técnicas de negociação, como ferramenta de contacto ao serviço do plano estratégico;
- comunicação – imagem gráfica (logotipo, *outdoor*, cartaz, *flyer*, *banner*, *site*, bilhete);
- divulgação – imprensa escrita, falada, televisão, *internet*, *sms*;
- publicidade – associação ao produto ou marca;
- *merchandising* – o potencial dos múltiplos, associados ao produto artístico e sua importância;
- criação do *press release* – memória descritiva do produto artístico, lista dos intervenientes e respectivas biografias sucintas, cronograma do projecto, enquadramento social e cultural, imagens.

Neste módulo os alunos tomam contacto com o léxico do universo da contabilidade – POC (Plano Oficial de Contabilidade) - centros de custos, balancetes, despesas elegíveis, caixa, e do papel do contabilista no processo de gestão. Dentro dos exercícios propostos aos alunos consta o preenchimento de declarações de: IRC, IRS, IVA, folhas de salário, contribuições sociais e fiscais – Segurança Social e Finanças. O conhecimento do processo de abertura ou criação de contas bancárias – solidárias, colectivas, pessoais.

No segundo período lectivo, os alunos elaboram o projecto e as respectivas grelhas de planificação.

### **Módulo III – Gestão do Produto Artístico**

Neste módulo pretende-se que os alunos apliquem os conhecimentos adquiridos na instalação e realização do projecto artístico, já elaborado e planificado no período lectivo anterior e contactem com a gestão orçamental financeira e logística, com novos âmbitos da gestão cultural, designadamente no que se refere a redes nacionais e internacionais e fundos comunitários.

Deverá também ser feito o acompanhamento final da Mostra de Artes e avaliação global no âmbito da gestão das artes.

## 2.4. SUGESTÕES METODOLÓGICAS GERAIS

De acordo com as áreas temáticas a desenvolver propõe-se, a leitura de textos introdutórios para cada área temática, sobretudo para aquelas em que a vertente teórica é dominante e o convite a profissionais, a personalidades ou a criadores artísticos para participarem em aulas ou pequenas conferências.

O contacto com a manifestação artística propriamente dita, implicará um diálogo entre os estudantes e o gestor das artes responsável pelo evento cultural, procurando-se que este potencie não só um maior entendimento do papel desempenhado pela actividade de gestão das artes em geral, mas também o deste em particular, sobretudo no caso de pertencer a uma instituição ou organização.

A actividade pedagógica pressupõe um permanente acompanhamento das unidades teóricas com materiais audiovisuais, assim como a aplicação da metodologia *brainstorming* para gerar ideias e soluções referentes à construção do projecto. No decorrer do ano lectivo cada aluno organiza um dossier de trabalho que reúna a documentação recolhida e analisada.

Ao longo dos dois anos deverá ser prevista e incrementada a realização de um trabalho pelos alunos a partir das práticas de uma instituição cultural ou no âmbito de um evento artístico da própria escola. Para tal, recomenda-se vivamente a utilização de um programa informático para gestão de projectos.

Quer no primeiro, quer no segundo anos, deve ser programada uma prática regular de análise de estudos de casos, bem como de visitas orientadas a estruturas e instituições de criação, produção, gestão artística e cultural tais como: museus, galerias, bibliotecas públicas, organização/produção de festivais, teatros e companhias/grupos de teatro e dança. É desejável a realização de um protocolo de colaboração entre a escola e a instituição parceira, de forma a agilizar a realização de pequenos seminários ou aulas práticas, ou estágios de curta duração, de acordo com o projecto desenvolvido ao longo dos dois anos da disciplina.

A articulação entre a vertente prática e teórica da disciplina é extremamente importante para o desenvolvimento das competências fundamentais nos domínios cognitivo, afectivo e social. Refira-se também a relação privilegiada que esta disciplina pode estabelecer com as Especializações do curso de Produção Artística.

No que se refere ao módulo III, do 12º ano, sugere-se que sempre que possível, sejam envolvidos profissionais do universo das Artes, exercendo estes o papel de tutor.

Pretende-se que os alunos tenham um contacto total com a produção artística, acompanhando de perto o criador e/ou criadores, nas suas necessidades técnicas, financeiras, logísticas e alterações que poderão ocorrer no processo criativo, estabelecendo uma articulação entre o plano e a respectiva estratégia de acção.

Entende-se que a gestão orçamental, financeira e logística implica um contacto muito próximo com o universo das indústrias da cultura e sua interacção com outros sectores de serviços para a materialização do projecto artístico – licenças, *catering*, transportes, meios técnicos audiovisuais, estruturas cenotécnicas, recursos humanos, higiene e segurança.

Torna-se ainda relevante, o contacto com outros âmbitos da gestão cultural tomando especial importância os fundos comunitários e o estabelecimento de redes nacionais e internacionais.

## 2.5. COMPETÊNCIAS

O aluno deve ser capaz de:

- Reconhecer o Bem Artístico.
- Pesquisar informação artística e específica do sector (espectáculos, festivais, eventos culturais, artísticos, revistas e sítios na *internet*).
- Identificar as principais tendências e correntes da produção artística contemporânea a nível nacional e internacional.
- Analisar os programas artísticos e as políticas de programação de instituições culturais.
- Recorrer a programas e instrumentos de financiamento.
- Analisar estudos de mercado e comportamentos sociais.
- Identificar os pontos fracos e os pontos fortes de um projecto artístico.
- Aplicar os processos legais para a realização de um evento artístico.
- Elaborar um projecto e respectivas grelhas de planificação.
- Participar colaborativamente no trabalho em equipa, assumindo o seu papel no contexto do projecto.
- Apresentar de forma clara os argumentos que suportam os seus pontos de vista.



## 2.6. RECURSOS

Para o sucesso na implementação deste programa, considera-se necessário a utilização de um programa informático de gestão de projectos, a existência de computadores com acesso à Internet e a disponibilização de equipamento audiovisual (leitor de vídeo, *CD*, *DVD* e projector de dados).

É desejável a realização de protocolos de colaboração entre a escola e as diferentes instituições de produção, de criação e de gestão artística, quer para a realização de pequenos seminários e aulas práticas, quer para o acolhimento dos alunos nessas instituições, de acordo com o projecto desenvolvido ao longo dos dois anos da disciplina.

Face ao reduzido número de títulos bibliográficos em língua portuguesa, seria de toda a conveniência a constituição de uma compilação de textos de apoio que pudesse vir a ser progressivamente enriquecida. Será também de contemplar o recurso à pesquisa em *sites*, *blogues* e *newsletters*.

## 2.7. AVALIAÇÃO

Em consonância com o legalmente previsto deverá a avaliação nesta disciplina contemplar as várias modalidades de avaliação - formativa e sumativa –, tendo sido contempladas na gestão horária que se apresenta nos módulos do ponto 3. - *Desenvolvimento do Programa* - as unidades lectivas necessárias para a sua realização.

A avaliação formativa *é contínua e sistemática e tem função diagnóstica*, permitindo identificar a situação dos alunos no que respeita às aprendizagens desenvolvidas com vista à definição e ajustamento das estratégias de ensino-aprendizagem.

Esta avaliação permitirá orientar e reorientar, ao longo do ano, a planificação do professor, de forma a adequá-la ao levantamento dos problemas identificados com vista à sua resolução. Propõe-se que, no início do ano, se aplique um instrumento de avaliação com a finalidade de diagnosticar o nível de saberes e competências dos alunos na área da Gestão das Artes, de forma a estabelecer as estratégias adequadas ao sucesso dos mesmos.

Reconhece-se a importância da auto-avaliação com vista a uma consciencialização progressiva do trabalho realizado e ao desenvolvimento de atitudes e valores. Ou seja, a avaliação não se deverá centrar apenas no despiste dos conceitos adquiridos, devendo também tomar em consideração a aquisição de competências processuais e valorativas.

É de realçar a importância de definir critérios claros de avaliação, fazendo a apresentação dos mesmos aos alunos. Propomos a utilização de diversos instrumentos de avaliação – testes, relatórios de actividades, trabalhos de grupo, participações na aula, etc.

Salienta-se, ainda, a realização de um projecto (cf. Sugestões Metodológicas Gerais) que terá a sua conclusão no segundo ano de leccionação da disciplina,

mas que começará a ser preparado no 11º ano, ano em que o aluno deverá apresentar uma memória descritiva desse projecto.

### 3. Desenvolvimento do Programa

#### 3.1. 11º Ano

#### Módulo I – AS ARTES ANTES DA GESTÃO DAS ARTES

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>Introdução</b>  História de Arte como História do Património  Os ambientes sociais e culturais da Arte  História da Arte e Mecenato	<p>Compreender o conceito contemporâneo de património e a sua evolução histórica (conservação, comunicação, consumo e produção).</p> <p>Identificar o conceito de mecenas e abordar sumariamente a história do mecenato.</p>	<p>Propõe-se o cruzamento de informação com o programa de História de Arte, de forma a reconhecer o nível de informação e competências detidas pelos alunos neste âmbito.</p> <p>Análise de alguns exemplos de mecenato, desde a Antiguidade até aos nossos dias - D. Fernando II e os Jerónimos (património e mecenato), Olga de Cadaval, Gulbenkian, ou, a um outro nível, os museus Guggenheim e Thyssen-Bornemisza. A Culturgest e os grandes patrocínios. Sugerem-se visitas à Gulbenkian e à Culturgest.</p>	6 unidades lectivas
<b>1. Artes e regimes de criação</b>  1.1 Bens materiais e bens simbólicos	Compreender conceitos, teorias e problemáticas da prática da produção das artes.	É desejável que o professor procure conhecer as competências dos alunos e os seus hábitos de consumo cultural.	
1.2 A economia dos bens simbólicos	Reconhecer os domínios nos quais as “artes” existem nas sociedades contemporâneas.	Propõe-se a leitura de um texto introdutório por exemplo <i>Cultura e Economia</i> (M. L. Lima dos Santos) ou <i>Arte e Dinheiro</i> (Alexandre Melo), acompanhado de discussão orientada pelo professor.	

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
1.3 O que é um Bem Artístico	Identificar o conceito de Bem Artístico  Desenvolver a noção de Bem Artístico na perspectiva do consumidor, do espectador e do produtor.	É muito importante fazer entender que o produto artístico (que não é, necessariamente, bem artístico) deve resultar, em primeiro lugar, não das necessidades dos consumidores, mas de um acto isolado de criação que, inicialmente, apenas cumpre as capacidades de expressão artística do seu criador – não sendo a sua primeira finalidade satisfazer as necessidades dos mercados.	
1.4 As indústrias culturais e o impacto económico das artes	Reconhecer o papel central das “artes” no conjunto de actividades desenvolvidas por diversos agentes.  Compreender a sua inserção no mercado e as consequências daí decorrentes para os sectores público e privado nas sociedades contemporâneas.	É importante que o aluno compreenda que a “Gestão das Artes” é mais uma área de trabalho do complexo sistema artístico que caracteriza as sociedades contemporâneas  Aconselha-se uma leitura orientada de “Indústrias da Cultura” de T. Adorno e de “L’economie de la Culture” de F. Benhamou. (cf. bibliografia)  Deve-se incentivar a leitura transversal, e não exclusivamente para este tema, de “bolsas de arte” em periódicos generalistas, catálogos de leilões, revistas especializadas, etc.  Análise dos casos Tate Gallery, Museu Guggenheim de Bilbao e Fundação de Serralves, como pólos de desenvolvimento económico local.	
1.5 As políticas estatais para as artes e a democratização cultural	Conhecer os sistemas que regulamentam os sectores público e privado no domínio da produção e criação artísticas.	Sugere-se que este tema possa ser trabalhado em grupos, distribuindo-se a cada um a tarefa de pesquisar Leis Orgânicas ou Estatutos de diferentes instituições e	

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
		organizações que se dediquem à gestão cultural (Institutos do Ministério da Cultura, Fundações, etc.). A informação recolhida organizar-se-á num dossier de trabalho, constituindo-se num instrumento de consulta permanente e de análise mais detalhada ao longo do desenvolvimento do programa.	
<b>2. As Artes: do lado dos criadores</b>  2.1 “Como classificar o inclassificável?": a construção do valor artístico  2.2 Representações sociais do artista e redefinições do estatuto de criador	Compreender o conceito contemporâneo de arte e criação artística.  Reconhecer os contextos nos quais emergiu a figura do artista.	Sugere-se que este tema seja trabalhado com base em imagens e sons de peças emblemáticas da arte contemporânea, (instalações, pintura e dança contemporâneas, música, etc.) nacional e internacional, a partir das quais se problematize os conceitos de arte, artista e criação artística.  Sugere-se a realização de uma pequena conferência ou debate com dois criadores reconhecidos, de áreas distintas, a organizar pelos alunos como primeira abordagem prática desta matéria.	4 unidades lectivas
<b>3. As artes: do lado dos públicos</b>  3.1 Público ou públicos? As audiências das artes	Equacionar as dinâmicas que presidem à constituição de públicos.  Compreender as lógicas subjacentes ao consumo cultural e entender os	Sugere-se que, de uma forma experimental, se utilizem os recursos disponibilizados pela Internet que permitem diversos tipos de consumos (visitas virtuais a museus e galerias, acesso à produção musical	4 unidades lectivas

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<p>3.2 Práticas de distinção e consumos culturais</p> <p>3.2.1 Cenários do consumo e da prática cultural em Portugal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Situação actual</li> <li>. As alterações provocadas pela globalização nos hábitos de consumo</li> <li>. Tendências de evolução</li> </ul>	<p>problemas em termos de percepção estética decorrentes das particularidades das artes nas sociedades contemporâneas.</p> <p>Distinguir os diferentes tipos de públicos: público/audiência ou público fortuito.</p> <p>Caracterizar as práticas culturais em Portugal e os hábitos de consumo.</p> <p>Reconhecer as alterações introduzidas nas práticas e consumos culturais decorrentes da utilização das novas tecnologias e da globalização.</p> <p>Identificar as principais tendências.</p>	<p>contemporânea, acesso virtual a bibliotecas e centros de documentação de arte, chats, etc.).</p> <p>Comparação e identificação, localmente, como exemplos de públicos distintos, do público dum concerto na Gulbenkian, dum festival de música pop, de uma exposição no CCB e de uma exposição numa galeria experimental (ZDB).</p> <p>Identificação de conceitos de “turismo cultural”, “cultura de massas”, “elites culturais”. As novas tribos urbanas = novos públicos.</p> <p>Apresentação e exploração de situações que permitam reconhecer e experimentar a importância global da <i>Internet</i>; do <i>mp3</i> e do consumo universal de música. O cinema em casa (<i>DVD</i>, écran de grande formato). O fenómeno FNAC; o sucesso e insucesso das salas de cinema multiplex.</p> <p>É aconselhável analisar dados estatísticos comparativos de consumos culturais em Portugal e na EU, por exemplo.</p>	
<p><b>4. As artes: do lado do gestor</b></p> <p>4.1 Os autores e os outros: entre a arte e o mercado?</p> <p>4.1.1 A intermediação nas artes: o papel</p>	<p>Identificar o gestor das artes e o significado deste na afirmação das novas profissões artísticas.</p> <p>Distinguir gestor das artes de empresário artístico.</p>	<p>Partindo de um exemplo concreto (por exemplo, <i>Festival do Sudoeste ou a Festa da Música</i>) identificar o papel do programador e de outras novas profissões artísticas como intermediários entre os criadores</p>	<p>4 unidades lectivas</p>

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
desempenhado pelos diversos agentes	Reconhecer a importância do gestor das artes na intermediação entre os criadores e os públicos.	e o público.	
4.2 As encomendas artísticas e a autonomia criativa do criador	Analisar as relações sociais, estéticas e ideológicas inerentes à prática da encomenda artística.	<p>Propõe-se que seja feita uma abordagem que permita identificar e contextualizar a “encomenda” na produção artística dos grandes compositores da Viena oitocentista. Ou a nível nacional, o caso de Almada Negreiros e as encomendas do Estado Novo.</p> <p>Assim, sugere-se a audição de um quarteto de Bethoven encomendado por um príncipe austríaco, a visita à Gare Marítima de Alcântara ou à Cidade Universitária ou ainda, na criação contemporânea, a título de exemplo, o contacto com as encomendas a Bob Wilson e Philip Glass para a Expo98 (<i>O Corvo Branco</i>) ou a ópera <i>Os Fugitivos</i>, com libreto de Rui Zink, no Teatro da Trindade.</p>	
4.3 As novas profissões artísticas e a pluralidade de carreiras nas artes	<p>Equacionar a natureza socialmente construída da figura do criador.</p> <p>Compreender como funcionam os criadores enquanto protagonistas de uma carreira artística e entender os mecanismos através dos quais esta se desenvolve.</p>	<p>Sugere-se a leitura e análise do <i>Guia das Artes do Espectáculo</i> de Miguel Abreu e do <i>Roteiro para criadores, produtores e programadores</i>, de Pisa-Papéis <a href="http://www.pisa-papeis.com/">http://www.pisa-papeis.com/</a></p> <p>Sugere-se também o início da organização de um léxico de todas as profissões artísticas.</p>	



## Módulo II – AS ARTES NA CIDADE E A CIDADE DAS ARTES

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>1. Cultura, artes e cidadania; cultura é cidadania</b>	<p>Aprofundar conceitos de cultura e cidadania.</p> <p>Reconhecer as diferentes valências da cultura como educação, memória, liberdade, criatividade, solidariedade, intercâmbio partilha, acção.</p> <p>Enunciar o conceito de acesso à cultura como um elemento fundamental de cidadania, para compreender a cidade, para entender a vida, convivendo com todas as diferenças no sentido de um futuro mais global.</p>	<p>Identificação e visionamento de obras de arte nos regimes totalitários: a arte como um meio para um fim – ilustrar com exemplos de estética fascista e estalinista. A arquitectura do Estado Novo – o INE, as casas dos pobres de Salazar (Alvito, Caselas, etc.).</p> <p>A censura – sugere-se a visita ao Museu da República e Resistência.</p> <p>A organização cultural da cidade democrática – exemplos da biblioteca <u>pública</u>, do museu <u>nacional</u>, do teatro nacional, dos festivais, da rua como espaço público.</p> <p>Discussão e análise dos conceitos de <i>diferença</i> e <i>produção artística</i>: a diferença como direito e a diferença da criação na arte (nenhum quadro é igual a outro); réplicas e consumos de massas.</p>	6 unidades lectivas
<b>2. A cidade das artes:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a cidade dos museus</li> <li>- a cidade da arte contemporânea</li> <li>- a cidade do teatro e da dança</li> <li>- a cidade da música</li> <li>- a cidade da festa</li> <li>- a cidade do cinema</li> <li>- a cidade dos</li> </ul>	<p>Compreender e identificar as diferentes relações propostas neste tema/conteúdo.</p> <p>Reconhecer que as actuais necessidades dos cidadãos para o consumo da cultura quotidiana são muitas e muito diversificadas.</p>	<p>Este ponto do programa é de extrema importância, por um lado para a compreensão daquilo que efectivamente se pretende transmitir e discutir e, por outro, para a escolha do projecto/trabalho prático que cada aluno terá que desenvolver (individualmente ou em grupo) ao longo dos dois</p>	18 unidades lectivas

<p>festivais</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a cidade das bibliotecas</li> <li>- a cidade da multiculturalidade</li> <li>- a cidade para os cidadãos</li> </ul>	<p>Distinguir, nas artes, entre o que é preservação e conservação, difusão, informação e criação.</p> <p>Identificar, a partir da experiência das diferentes instituições/organizações, conceitos de bem, de serviço público e entidade privada; organizações governamentais, organizações privadas, organizações sem fins lucrativos e organizações não governamentais.</p>	<p>anos desta disciplina.</p> <p>Sugere-se que para a elaboração do projecto se utilize um programa informático específico para gestão de projectos.</p> <p>Visitas orientadas a instituições e organizações como museus, galerias de arte, teatros, bibliotecas e o conhecimento detalhado de festivais (de música, teatro, dança).</p>	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

### Módulo III - GESTÃO CULTURAL/GESTÃO DAS ARTES

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>1. A economia da cultura: da economia de base industrial à economia de serviços</b>  1.1. As artes na economia e as artes e o mercado de trabalho – a internacionalização dos mercados  1.2. A gestão dos recursos humanos nas artes e a emergência de novas profissões.  1.3. A “intermitência” das profissões artísticas  1.4 Artes e <i>capital de risco</i>	<p>Compreender a emergência das artes na economia actual e o papel das indústrias culturais nas sociedades contemporâneas.</p> <p>Reconhecer as artes como um centro de desenvolvimento de economias regionais.</p> <p>Reconhecer que ao crescimento exponencial das profissões artísticas se opõe a constante intermitência no mercado de trabalho.</p> <p>Caracterizar o investimento económico nas artes.</p>	<p>Sugere-se que este tema seja trabalhado a partir de um caso concreto de uma organização cultural (por ex. Serralves, CCB, biblioteca pública, ou festival) em que se analise o desenvolvimento económico e urbanístico, a inserção e o papel das profissões artísticas, a gestão dos recursos, o papel da internacionalização, etc.</p> <p>Os conceitos de “trabalho intermitente”, <i>capital de risco</i>, poderão ser aprofundados através da leitura de textos de referência. (conf. Bibliografia)</p>	4 unidades lectivas
<b>2. Análise das políticas culturais públicas e privadas: a administração central as autarquias locais, as fundações, as produtoras privadas, as estruturas efémeras, as empresas de produção e distribuição</b>	<p>Identificar organizações públicas e privadas que determinam as linhas de força das políticas culturais.</p> <p>Distinguir os campos de intervenção das políticas culturais: património edificado/criação artística contemporânea.</p> <p>Reconhecer as normas e</p>	<p>A partir da anterior recolha de Leis Orgânicas e Estatutos de organizações públicas e privadas prevista no Módulo I, analisar a missão e os objectivos elencados que contribuem para a definição das políticas culturais.</p> <p>Pesquisar informações sobre algumas empresas privadas de produção e distribuição de</p>	6 unidades lectivas

	as necessidades do mercado que presidem à criação de empresas e organizações culturais privadas.	bens culturais: as editoras livreiras e discográficas, como exemplo.	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	--

## Módulo IV. O PRODUTOR ENQUANTO GESTOR

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>1. A Organização da gestão: as tarefas do gestor das artes</b>	Entender como a Pesquisa, a Gestão Comercial, a Gestão Financeira, a Gestão de Pessoal e a Gestão Artística são funções essenciais da organização da Gestão das Artes.	Esta primeira abordagem ao conceito de gestor das artes poderá ser apoiada através da leitura e discussão de textos com o cruzamento de casos práticos já analisados nos módulos anteriores.	6 unidades lectivas
<b>2. O Gestor de Artes e o Mercado dos Bens Artísticos</b>  2.1 A composição do Mercado dos Bens Artísticos	Compreender o funcionamento do Mercado dos Bens Artísticos.  Caracterizar a área de intervenção do gestor das artes através da exploração dos conceitos de: Produtor, Concorrência, Artista, Técnico, Espaço de criação e de <i>reprodução</i> artística, Mecenaz, Estado, Crítica e Público.	Sugere-se o convite a dois ou três gestores de artes (programadores, directores artísticos, curadores, etc.) de instituições reconhecidas e distintas, que possam constituir um painel, ou uma pequena conferência sobre este tema, cuja organização também estará a cargo dos alunos.	8 unidades lectivas

### 3.2. 12º Ano

#### Módulo I – GESTÃO ESTRATÉGICA

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>1. Bases jurídicas da Gestão das Artes</b>  1.1 A figura do gestor artístico  1.2 O programador artístico  1.3 A lei do mecenato  1.4 A constituição de uma organização com personalidade jurídica	<p>Compreender o conceito do gestor artístico na legislação portuguesa e europeia.</p> <p>Compreender o conceito do programador artístico na legislação portuguesa e europeia.</p> <p>Interpretar o modelo da lei portuguesa do mecenato e a sua aplicabilidade.</p> <p>Identificar os diferentes modelos de entidades societárias – Unipessoais, ONG's, Fundações e sociedades comerciais.</p>	<p>Análise da legislação referente à Classificação das Actividades Económicas com vista a uma caracterização da profissão de Gestor das Artes na lista do IEFP – Ministério do Trabalho.</p> <p>Análise da legislação comunitária e de outros países da Europa Central onde a figura do Gestor das Artes assume um papel relevante no tecido empresarial da gestão artística.</p> <p>Realização de entrevistas a gestores e programadores artísticos.</p> <p>Estudo da lei do mecenato, testando-a através de exercícios virtuais com base em modelos propostos em sala de aula. Descrição das suas vantagens e deficiências.</p> <p>Elaboração de estudo comparativo com leis equivalentes. Dadas as suas características sugere-se que se estudem, preferencialmente, as leis de Inglaterra, França, Brasil e E.U.A.</p> <p>Análise da lei de constituição de entidades societárias e sua aplicação aos estatutos de diferentes modelos de organizações. Propõe-se que</p>	12 unidades lectivas

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
1.5 Eventos artísticos - legislação aplicável	Relacionar os diferentes regimes jurídicos e respectivo enquadramento nos sectores público, privado e semiprivado.	os alunos contactem com os documentos necessários para a constituição de organizações com personalidade jurídica e se exercitem no seu preenchimento, identificando os processos legais e os respectivos serviços: Registo Nacional de Pessoas Colectivas, Finanças, Cartório, Segurança Social.	10 unidades lectivas
1.6 A lei dos direitos de autor e dos direitos conexos	Conhecer os processos legais a que estão sujeitos os eventos artísticos junto dos organismos competentes.	Recolha de toda a documentação afecta ao exercício da função de promotor cultural e à realização dos eventos artísticos junto da IGAC – Inspecção-Geral das Actividades Culturais.  Análise da documentação e seu preenchimento.	
	Compreender o conceito do direito de autor e o respectivo enquadramento histórico.  Interpretar o direito de propriedade intelectual e os direitos conexos.  Aplicar os procedimentos relativos ao registo do produto artístico.	Contacto com o código do direito de autor. Solicitar ao GDA – Gabinete do Direito de Autor da IGAC, e da SPA – Sociedade Portuguesa de Autores a documentação referente ao registo de propriedade intelectual, direito de autor e direitos conexos.  Simulação do registo de obras de alunos de natureza diversa.	
<b>2. Cenários de intervenção e gestão estratégica</b>			
2.1 A programação cultural na organização	Conhecer a actividade do programador em contexto.	Análise específica de grelhas e conceitos de programação de várias regiões a partir de estudos de caso (a título de exemplo.: ACERT-Tondela, Casa das Artes de Famalicão,	

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
2.2 O produto artístico	Identificar a realidade artística no seio da escola.	Centro de Artes de Sines, Centro Cultural Olga Cadaval, Centro Cultural de Belém, Centro Cultural Raiano de Idanha-a-Nova, Centro Cultural Vila Flor, Centro de Artes do Espectáculo da Figueira da Foz, Culturgest, Espaço do Tempo, Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação de Serralves, Teatro de Bragança, Teatro de Vila Real, Teatro Municipal da Guarda, Teatro Municipal de Faro, Teatro Viriato, Teatro-Cine de Torres Vedras).  Identificação dos projectos artísticos dos alunos da escola através da elaboração de um inquérito, com o objectivo de caracterizar a produção artística nas disciplinas de artes, prevista para o ano lectivo.	
2.3 O projecto artístico	Analisar os resultados do inquérito e elencar os projectos a incluir no evento - Mostra de Artes.	Identificação das áreas artísticas e respectivos produtos a criar, quer no âmbito das disciplinas quer da iniciativa dos alunos.  Avaliação do potencial artístico dos projectos.  Programação da Mostra de Artes.	
2.4 A gestão estratégica	Interpretar o produto artístico: Mostra de Artes e o seu enquadramento socio-cultural.  Identificar os cenários de intervenção.	Análise de estudos de mercado associados a produtos artísticos e avaliação da recepção no consumidor cultural. Propõe-se o recurso à pesquisa aos estudos do OAC – Observatório das Actividades Culturais.	



TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
	Planificar a estratégia conceptual e de gestão para viabilizar a materialização do produto artístico.	<p>Aplicação dos resultados obtidos ao contexto da Mostra de Artes.</p> <p>Planificação do projecto artístico, identificando as finalidades, objectivos e metodologias de avaliação da Mostra de Arte, bem como as necessidades técnicas e artísticas, organizando os conteúdos e elaborando o Cronograma da Produção - divisão de equipas.</p> <p>Atribuição de competências funcionais a cada grupo.</p>	

## Módulo II – GESTÃO APLICADA

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>1. Técnicas de planificação de projectos</b>	<p>Analisar projectos artísticos já realizados.</p> <p>Preparar o projecto – Mostra de Artes e elaborar a sua apresentação.</p> <p>Elaborar orçamento.</p>	<p>Análise de estudos de caso especificamente nos aspectos da estrutura organizativa da entidade produtora de projectos artísticos (missão, objectivos, estratégias e ainda formas de captação de recursos externos, parcerias estabelecidas).</p> <p>Elaboração do projecto tendo por base o preenchimento de grelhas de planificação de projectos.</p> <p>Desenvolvimento do trabalho, em equipa, com vista à apresentação do projecto tendo em conta as razões da sua criação, os objectivos e a sua apresentação gráfica.</p> <p>Levantamento exaustivo dos recursos físicos, materiais e das necessidades financeiras para a realização do projecto.</p>	16 unidades lectivas
<b>2. Introdução à gestão de recursos humanos</b>	<p>Entender a importância da existência de parcerias como forma de captação de recursos: patrocinadores exclusivos, financiadores, co-produtores e apoios.</p> <p>Elaborar o organograma de uma organização.</p> <p>Identificar as competências de cada elemento da equipa</p>	<p>Análise do projecto e do produto artístico elencando uma lista de potenciais parceiros desencadeando os mecanismos necessários ao desenvolvimento do projecto.</p> <p>Elaboração da representação gráfica da organização da Mostra de Artes, identificando os recursos humanos que a constituem, as relações entre eles e as suas funções.</p> <p>Atribuição de tarefas a cada elemento em articulação com o</p>	6 unidades lectivas

	de trabalho.	plano de gestão artística.  Criação dos canais de comunicação interna em cada equipa.  Circulação da informação para acompanhamento do desenvolvimento do projecto artístico e aferição com o plano estratégico.	
<b>3. Introdução ao marketing</b>	<p>Reconhecer o papel do <i>marketing</i> na gestão artística.</p> <p>Identificar públicos-alvo.</p> <p>Elaborar o plano de <i>marketing</i>.</p> <p>Conhecer técnicas de negociação.</p>	<p>Leitura de textos sobre <i>marketing</i> e sua aplicação na gestão artística.</p> <p>Análise dos vários instrumentos para a definição do plano de <i>marketing</i>: estudos de mercado, comportamento dos consumidores culturais, identificação do público-alvo.</p> <p>Recolha de documentação referente a este tema junto de promotores artísticos: Festivais de Música (Sudoeste, Rock in Rio), de Teatro (Teatros Nacionais), Artes Visuais (CCB, Culturgest, Fundação Calouste Gulbenkian).</p> <p>Avaliação dos planos de <i>marketing</i> de instituições de grande dimensão permitindo reconhecer a eficácia de cada plano estratégico.</p> <p>Concepção de uma estratégia de divulgação da Mostra de Artes.</p> <p>Simulação de situações em que seja necessário recorrer a técnicas de negociação.</p> <p>Análise crítica de produtos artísticos para a identificação de situações de publicidade, como por exemplo a publicidade sublimada.</p>	6 unidades lectivas

<b>4. Introdução à contabilidade</b>	<p>Conhecer o léxico do universo da contabilidade.</p> <p>Reconhecer a validade fiscal de documentos e as despesas elegíveis.</p> <p>Compreender o papel do contabilista no processo de gestão.</p>	<p>Estudo sobre o POC – Plano Oficial de Contabilidade para reconhecer a definição de centros de custo, balancetes, factura, recibo, recibo verde, caixa, tesouraria.</p> <p>Exercícios de preenchimento de declarações: IVA, IRC e IRS, folhas de salário, contribuições sociais e fiscais – Segurança Social e Finanças.</p> <p>Estudo das funções do contabilista no processo de gestão.</p>	<p>6 unidades lectivas</p>

## Módulo III – GESTÃO DO PRODUTO ARTÍSTICO

TEMAS/CONTEÚDOS	OBJECTIVOS (de aprendizagem)	SUGESTÕES METODOLÓGICAS	Carga horária (unidades lect. de 90 m)
<b>1. Gestão orçamental, financeira e logística</b>	Compreender que o universo das indústrias da cultura interage com outros sectores de serviços.	Com base no projecto artístico sugerido propõe-se, na medida do possível e adequável, a aplicação prática de sectores de serviços como: licenças, seguros, <i>catering</i> , transportes, meios técnicos audiovisuais, estruturas cenotécnicas, recursos humanos, higiene e segurança à realidade da - Mostra de Artes	10 unidades lectivas
<b>2. Novos âmbitos da gestão cultural</b>	Conhecer os novos âmbitos da gestão cultural.	Pesquisa na bibliografia proposta e sítios da <i>internet</i> .	
<b>a) Redes nacionais e internacionais</b>	Conhecer o universo das redes nacionais e internacionais.		
<b>b) Fundos comunitários</b>	Diferenciar os diversos fundos comunitários.	Pesquisa nos serviços de comunicação e informação da União Europeia com vista ao exercício de simulação da elaboração de uma candidatura.	
<b>3. A avaliação da Mostra de Artes</b>	Aplicar metodologias de avaliação - processual e final.	Acompanhamento do processo relativo à apresentação pública da Mostra de Artes.  Reflexão crítica sobre a adequação dos procedimentos aos resultados obtidos.	

## 4. BIBLIOGRAFIA

Dada a ausência de traduções da maioria das principais obras, optou-se por referenciar os trabalhos em línguas comuns aos licenciados: inglês, francês e espanhol. Contudo, sempre que possível, citam-se as versões em português.

Assinalam-se com asterisco os títulos de consulta recomendada para os alunos.

AAVV. **PISA-PAPÉIS: roteiro para criadores, produtores e programadores**, (2006)  
Lisboa: Procur.arte. \*

O Pisa-Papéis é um Roteiro direccionado aos profissionais da área das artes do espectáculo. Junta, na mesma publicação, quem cria e quem vende, quem programa e quem compra, quem fornece e viabiliza tecnicamente os diferentes espectáculos apresentados em Portugal. É dividido por áreas temáticas: Teatro, Dança, Música, Pluridisciplinares, Animadores, Artes Circenses, Infantil, Áreas Criativas Complementares, Formação, Organizações, Festivais, Espaços e Serviços.

O Pisa-Papéis é sobretudo um instrumento para profissionais, produtores, jornalistas, artistas e programadores e funciona como uma espécie de páginas amarelas do mundo do espectáculo.

**ABBING**, Hans (2002) **Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts**.  
Amesterdão: Amsterdam University Press.

O livro parte de uma observação do mundo das artes visuais e assenta numa desconstrução do discurso artístico, propondo confrontos teóricos entre modelos de apoio europeus e norte-americanos não só para essa disciplina mas também para a música, no cinema, nas artes performativas ou visuais.

**ABREU**, Miguel (coordenação, 2006) **GAVE Guia das Artes Visuais e do Espectáculo**.  
Lisboa: Cassefaz/MC. \*

Continuando com o formato de uma agenda de contactos, esta nova edição tem uma componente mais direccionada para a formação. Se as edições anteriores eram mais viradas para a produção de espectáculos, este novo Guia é elaborado mais na óptica do artista criador, seja ele encenador, músico ou artista plástico, indicando todos os passos que um criador, um produtor ou um gestor cultural têm que dar em Portugal ou no estrangeiro no que respeita à exibição, produção ou planificação do seu trabalho.

É, não só, um instrumento de trabalho imprescindível para profissionais, mas também, ao incluir uma repescagem de toda a legislação sobre o sector artístico um meio de informação e de apoio dirigida a galeristas, produtores, estudantes e até autarcas.

**ADORNO**, Theodor W. (2003) ***Sobre a Indústria da Cultura***. Coimbra: Angelus Novus Editora.

Obra fundamental do pensamento contemporâneo, trata de assuntos como a administração da cultura, o tempo livre, a televisão, o cinema, a propaganda, a música erudita e o jazz. Perante uma cultura a caminho da renúncia, o confronto com a imposição do mercado e a hegemonia do mesmo é para o autor um imperativo crítico.

**BECK**, Andrew; **PETRI**, Fabio (2002) ***Cultural Work: Understanding the Cultural Industries***. Ed. Routledge.

Nesta obra são analisadas as condições de produção da cultura, as alterações provocadas pelo aparecimento das indústrias da cultura e o aumento da diversidade da produção cultural e artística. São descritas opiniões de profissionais e estudantes sobre a produção de cultura num contexto industrializado.

**BENHAMOU**, Françoise (2004) ***L'économie de la culture***. Paris: La Découverte, Repères nº192.

Pequeno guia de bolso sobre a economia da cultura, apresentando as múltiplas facetas desta actividade social, quer no que diz respeito ao consumo de bens e de serviços culturais, quer quanto às estratégias dos poderes públicos e das empresas privadas do sector das indústrias da cultura. Este ensaio organiza-se entre os consumos e o emprego, os mercados de arte e o património, as indústrias da cultura e as políticas.

**CHOAY**, Françoise (2000) ***A Alegoria do Património***. Lisboa: Edições 70.

A autora trata da noção de monumento e de património histórico, na sua relação com a história, a memória e o tempo, analisa os excessos deste novo culto do património e descobre as suas ligações profundas com a crise da arquitectura e das cidades.

**COLOMBRES**, Adolfo (1990) ***Manual del Promotor Cultural***, Buenos Aires: Editorial Hvmánitas – Ediciones Colihue.

São analisados os múltiplos conceitos que é necessário conhecer para destacar devidamente a acção cultural evitando que esta derive para o folclorismo e sujeita a manipulações. Nesta obra pretende-se dar ao promotor cultural – profissional ou não –

ideias claras, operativas e instrumentos de trabalho que facilitem a gestão em autogestão cultural criada e controlada por sectores populares.

**CONDE**, Idalina (coord.) (1992) *Percepção estética e públicos da cultura*. Lisboa: Acarte/Fundação Calouste Gulbenkian. \*

Compilação das comunicações apresentadas no Colóquio realizado em 11 e 12 de Outubro de 1991.

**FERREIRA**, Claudino (2002) *Intermediários culturais, espaço público e cultura urbana. Estudo sobre a influência dos circuitos culturais globais em algumas cidades portuguesas*. Coimbra: Centro de Estudos Sociais da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, nº167 de Janeiro de 2002. \*

Importante estudo sociológico sobre a relação entre a cidade e a cultura. Na sociedade portuguesa, como de resto também na generalidade da Europa, as questões relativas à emergência de uma renovada cultura urbana, ou às formas de resistência e afirmação das expressões culturais localizadas, ou, ainda, a pertinência cultural dos diferentes modos de deslocalização, têm conduzido ao reconhecimento da necessidade de uma avaliação, tão rigorosa como atempada, dos vários parâmetros socioculturais que condicionam hoje os modos de organização da vida social.

**FREY**, Bruno S. (2000) *Arts & Economics. Analysis & Cultural Policy*. Berlin: Springer Verlag.

Partindo de um ponto de vista económico para analisar os fenómenos relacionados com as actividades artísticas, este livro não põe apenas em causa os pontos de vista mais comumente aceites, como sugere uma perspectiva alternativa às abordagens sociológicas ou oriundas da história da arte.

**GARRIGOU**, Marcel (1990) *La Culture, Richesse de l'Entreprise*. [Paris]: Éditions Aubier. Esta obra analisa as implicações económicas da explosão cultural que actualmente se vive, das políticas e dos orçamentos culturais dos municípios. É estudada também a relação Economia-Cultura através dos apoios dos patrocinadores e dos mecenas no seu desenvolvimento. São sugeridas acções concretas para dar uma nova energia à figura do patrocinador e do mecenas através de um diálogo igualitário entre o artista e o decisor económico.



**GINSBURGH, V.; THROSBY, David (2006) *Handbook on the Economics of Art and Culture*. Amesterdão: Pub. Elsevier.**

Este manual trata de questões fundamentais para a compreensão do papel do gestor artístico nas sociedades contemporâneas. Da produção e consumo nas artes, do mercado das artes e das suas implicações legais até às indústrias da cultura e das políticas de apoio e incentivo, são alguns dos temas concisamente trabalhados nesta obra.

**GUILLAME, Marc (2003) *A Política do Património*. Porto: Campo das Letras. \***

Esta obra desenvolve-se em torno do conceito de património e da noção de política de património, através das variáveis “conservação, consumo; comunicação e produção do saber”, bem como dos objectos da memória, do museu e dos monumentos como memória das cidades.

**GREFFE, Xavier (2003) *Art and Artists from an Economic Perspective*. Londres: UNESCO Publisher.**

O autor faz três abordagens para apresentar uma perspectiva económica das artes. Oferece um misto de: descobertas económicas acerca das artes, como por exemplo o seu papel no desenvolvimento urbano e regional; referências artísticas astutas, como por exemplo a sua análise de Baudelaire e análise política e soluções.

**LACOMBE, Robert (2005) *Le Spectacle Vivant en Europe: modeles d'organisation et politiques de soutien*. Paris: La Documentation Française.**

Importante estudo comparativo entre diferentes modelos de apoio ao espectáculo vivo na União Europeia. Em cinco monografias analisam-se, em estudos cruzados, as situações na Alemanha, Espanha, Itália, Hungria e Reino Unido.

**MADEIRA, Cláudia, *Novos Notáveis – Os Programadores Culturais* \***

*Comunicação apresentada ao IV Congresso Português de Sociologia, Coimbra 2000.* (editado em formato PDF em [www.aps.pt/ivcong-actas/Acta141.PDF](http://www.aps.pt/ivcong-actas/Acta141.PDF) - acedido em 14/11/2006).

**MELO, Alexandre (2002) *O que é a Arte?*. Lisboa: Quimera Editora. \***

Obra de consulta permanente fundamental para responder a questões como: O que é arte? Como funciona o sistema da arte contemporânea? Qual o lugar da arte no conjunto da vida social? Quais os agentes e as relações que dão conteúdo ao mundo da arte? Quais os mecanismos que regulam a produção, a circulação e a recepção das obras de arte? Para

responder a estas questões, o autor optou pela perspectiva sociológica. Uma opção justificada pela persistência de concepções mitificadoras e quase místicas da figura do artista e pela raridade dos estudos nesta área, sobretudo no âmbito da arte contemporânea. Resultado de uma experiência vivida de envolvimento directo, esta síntese é uma original contribuição para o esclarecimento e compreensão desse fenómeno tão complexo que é a Arte.

**MELO**, Alexandre (org.) (1994), **Arte e dinheiro**. Lisboa: Assírio & Alvim. \*

Textos de Jean Braudrillard e outros importantes pensadores contemporâneos, acerca das relações entre a arte e a economia, a sociologia da arte e da cultura e o fenómeno da criação artística.

**MENDES**, José Vieira. (1991) **Marketing, Patrocínio e Mecenato**, Lisboa: Texto Editora. \*

Guia essencial para todos os agentes culturais, trata-se de uma obra de referência para o acesso à produção geral das artes do espectáculo, clarificando os modelos de relacionamento entre as organizações que gerem os bens culturais e o público que os consome.

**PERRET**, Jacques; **SAEZ**, Guy (2001) **Institutions et Vie Culturelles**. Paris: La Documentation Française.

Obra de referência no domínio da economia da cultura, leva o leitor desde as origens da intervenção pública nas artes e na cultura, através do Estado e das respectivas políticas culturais, até a uma paisagem contemporânea muito mais complexa.

**PUIG**, Toni (2004) **Se Acabó la Diversión: ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía**. Buenos Aires: Ed. Paidós.

Uma das grandes questões desta obra é “que havemos de fazer para que os cidadãos frequentem mais os museus, o teatro, a dança?” Diz o autor que a pergunta é outra, mais profunda “quais são, afinal, as necessidades e os desejos básicos desses cidadãos?” desenvolvendo, a partir daí, o papel das instituições culturais e da cultura na cidade contemporânea e na sua relação com as diferentes comunidades que nela habitam.

**RIBEIRO**, António Pinto (2000) **Ser feliz é imoral? Ensaios sobre cultura, cidades e distribuição**. Lisboa: Livros Cotovia.

*Ser feliz é imoral?* é um conjunto de reflexões sistematizadas sobre política cultural local e internacional, sobre a relação do mercado com as artes e a cultura, sobre as alterações de

produção artística e de circulação de obras na sequência da globalização ocidental e sobre os bastidores da produção artística.

**RIBEIRO**, António Pinto (2004) ***Abrigos: Condições das cidades e energia da cultura***. Lisboa: Livros Cotovia.

*Abrigos: condições das cidades e energia da cultura* é um conjunto de ensaios acerca do lugar da arte e da cultura na vida da cidade contemporânea e dos seus habitantes. Entendendo a cidade como um espaço aberto de permanente circulação de energias, António Pinto Ribeiro reabre o debate em torno de algumas das questões que permitem pensar as esferas culturais actuais, bem como a forma como nestas se jogam factores que determinam o modo como vivemos.

Da análise minuciosa dos sítios que fazem a cidade (a esquina, o metro, o café, para referir apenas alguns) à condição do intelectual pós-moderno no tempo da globalização; das relações entre a arte, o poder e a democracia ao populismo; do documentário à arte contemporânea e desta ao património, o contributo informado, actual e cosmopolita de um pensador da cultura.

**ROUGE**, Isabelle de Maison (2003) ***A Arte Contemporânea***. Mem Martins: Editorial Inquérito. \*

Numa obra que começa por equacionar se a arte está reservada a uma elite, a autora aborda questões como o público perante a obra de arte e o estatuto do artista.

**SANTOS**, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (1994) ***Cultura e Economia***, Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.

Actas do “Colóquio Cultura & Economia”, realizado em 1994 no ISCTE. As diferentes comunicações tratam das relações entre a economia e a arte, e ainda a arte e quotidiano e as políticas culturais.

**SANTOS**, Sofia (2005) ***Pilares Para Uma Cultura de Liberdade***. Coimbra: Editorial Minerva. \*

Partindo de uma perspectiva dominante que faz depender a Cultura da intervenção do Estado/Governo, questiona-se o valor, limites e perigos de uma excessiva dependência. A partir de um desafio crítico aos argumentos que têm marcado o debate em torno desta temática lançam-se pistas para um novo enquadramento político-cultural.

**SOLMER**, Antonino (direcção) (1999) **Manual de Teatro**, Lisboa: Cadernos ContraCena/IPAE. \*

Trata-se de uma obra de informação e iniciação ao teatro, em toda a sua multiplicidade, e destinada a todos os que nele e com ele trabalham (criadores, produtores, gestores, estudantes, técnicos e profissionais). Organizado como um guião das diferentes matérias, artes e saberes que intervêm nesta arte, da arquitectura à cenografia, dos figurinos à caracterização, da música de cena ao som e à luz, contam ainda um utilíssimo léxico teatral e um capítulo dedicado à “Organização de Uma Estrutura de Produção Teatral”.

**TOWSE**, Ruth; **LAROCHE**, Pierre Hoa (coord.) (2003) **A Handbook of Cultural Economics**. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publ.

Um manual sobre economia cultural inclui mais de 60 artigos concisos e esclarecedores da autoria de 50 especialistas. Este manual único e fascinante aborda a economia cultural e outros aspectos com ela relacionados. De leitura acessível, apresenta um estudo muito abrangente.

**TOWSE**, Ruth; **KHAKKEE**, Abdul (1997) **Cultural Economics: the Arts, the Heritage and the Media Industries**, 2 Vols. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publ.

Estes dois importantes volumes contêm uma diversidade de artigos sobre a relação entre a economia e a cultura, sob todos os seus aspectos: as artes do espectáculo e as visuais, o mercado de arte, o património imóvel e as indústrias dos media. Destaca-se a grande evolução que a economia das artes e as indústrias da cultura tiveram nos últimos 30 anos, sendo expressão disso a literatura teórica, académica e institucional saída nestes anos. Os artigos aqui compilados datam de 1959 a 1996, destacando-se os dedicados à História Económica das Artes.

**YÚDICE**, George (2002) **El recurso de la cultura : usos de la cultura en la era global**. Barcelona: Ed. Gedisa.

Obra de grande importância para a compreensão deste programa de Gestão das Artes, aborda e confronta, entre outros, os seguintes temas: desenvolvimento cultural – globalização; conflitos culturais; sociedade civil – aspectos culturais. globalização – impacto cultural; sociologia da cultura; cultura juvenil – identidade; cultura juvenil – decadência; cidadania e multiculturalismo; cultura – sociedade de consumo; política cultural; cidades – globalização – aspectos culturais; economia da cultura; diversidade cultural.

**ZDENEK**, Felix ; **HENTSCHEL**, Beate; **LUCKOW**, Dirk (2002) **Art & Economy**. Hatje Cantz Publishers; Bilingual edition.

A globalização expande-se e contrai-se diariamente, enquanto arte e artistas atravessam fronteiras em vários sentidos. Este livro reúne um conjunto de ensaios que partem de uma multiplicidade de plataformas das suas várias inter-relações, bem como o testemunho de uma diversidade de artistas cujo trabalho está directamente relacionado com a nossa realidade económica.

Referem-se ainda todas as publicações editadas pelo Observatório das Actividades Culturais – OAC, cuja listagem pode ser obtida *on line* em <http://www.oac.pt/>. Trata-se de uma linha editorial com características únicas no nosso país, abordando sempre temáticas que têm o maior interesse (quer como informação, suporte ou instrumento de trabalho, quer como meio de reflexão) para os conteúdos programáticos desta disciplina.

### **ALGUNS SITES ÚTEIS**

<http://www.oac.pt> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.artistas-espectaculos.com> (acedido em 10/11/2006)

[http://www.fl.ul.pt/centros\\_invst/teatro/pagina/centro-estudos-teatro.htm](http://www.fl.ul.pt/centros_invst/teatro/pagina/centro-estudos-teatro.htm) (acedido em 10/11/2006)

<http://www.gri.pt> (acedido em 10/11/2006)

<http://doc-iep.univ-lyon2.fr/Fonds/Periodiques> (acedido em 10/11/2006)

[www.ladocumentationfrancaise.fr](http://www.ladocumentationfrancaise.fr) (acedido em 10/11/2006)

<http://www.novascenas.pt> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.api.co.uk/> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.pisa-papeis.com> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.teatropolis.net> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.unesco.org/culture/> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.gestiondesarts.com> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.economiadellacultura.it/home.html> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.artsmanagement.net/> (acedido em 10/11/2006)

<http://www.eccom.it/> (acedido em 10/11/2006)