



CIDADÃOS ATIVOS QUE EXPLORAM A CULTURA

Guia Metodológico e
de Estratégias de
Implementação para
Decisores Locais

Erasmus+ KA227 – 66555BD1A

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflita apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Guia Metodológico e de
Estratégias de
Implementação para
Decisores Locais

CIDADÃOS ATIVOS QUE EXPLORAM A CULTURA

Agradecimentos



**Sürdürülebilir
Kalkınma Derneği**



1898
COOPERATIVA
OPERÁRIA PORTALEGRENSE

symplexis



Índice

1ª PARTE

Artigo 1 – Participação nas Artes e na Cultura: uma abordagem ‘de cima para baixo’ (<i>top-down</i>) , Eldeberry.....	18
Artigo 2 – Estudo de caso de Lozells: uma abordagem popular (<i>bottom-up</i>) nas artes e no património, Compass	22
Artigo 3 – Obstáculos no Acesso à Cultura, Symplexis.....	26
Artigo 4 – Rumo a uma Cultura Sustentável: um estudo de caso nacional, SDA	30
Artigo 5 – O Papel da Cultura Empreendedora: o caso de duas empreendedoras culturais	34
Artigo 6 – A Arte de Contar Histórias e a Tecnologia, Gryd	41

2ª PARTE

Tema 1 – Democratização da Cultura Erudita (top- down): práticas pan-europeias de museus e galerias.....	45
Tema 2 – Cultura Popular	52
Boas Práticas de Desenvolvimento Rural Local através de um Festival de Base Comunitária.....	52
Acesso Democrático à Cultura	56
Theme 3 – Obstáculos no Acesso à Cultura.....	59
Theme 4 – Cultura Sustentável.....	60

Prefácio

"Toda a pessoa tem o direito de participar livremente na vida cultural da comunidade, de desfrutar das artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam". *Artigo 27 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas em 1948*. O direito fundamental que todas as pessoas têm de participar nas artes e na cultura e de ter acesso ao património, tornou-se central nos últimos regulamentos, diretivas e outros atos legislativos adotados pela União Europeia e pelo Conselho da Europa.

Os cidadãos têm o direito não só de participar em atividades culturais, mas também de participar na gestão e curadoria da cultura e do património cultural. As conclusões do Conselho da União Europeia sobre a governação participativa do património cultural e a Comunicação da Comissão Europeia "*Rumo a uma abordagem integrada do património cultural na Europa*", publicada em 2014, identificam o património cultural como um recurso estratégico para uma Europa sustentável e reconhecem a sua dimensão social, sublinhando a importância de ativar sinergias entre as diferentes entidades para salvaguardá-lo e valorizá-lo. Reconhecem igualmente a importância de uma governação participada e transparente, assente em sistemas participativos (partilhados com as pessoas), a quem as artes e a cultura pertencem em última análise.

Os profissionais do setor das artes e do património esforçam-se frequentemente para que este seja inclusivo e acessível a todos, sendo a acessibilidade uma condição prévia para a participação. A acessibilidade, no entanto, é um conceito multifacetado: engloba a dimensão física, intelectual, financeira, social, emocional, comportamental, etc.. O acesso, o uso e mesmo a exploração da cultura é um direito fundamental de todos e a necessidade de encorajar uma abordagem centrada nas pessoas é fundamental neste projeto, do ponto de vista de investigação, técnico e de formação. Desta forma, primeiramente, o projeto analisa as barreiras que tendem a limitar a participação das pessoas nas artes e na cultura.

Existem muitos exemplos na Europa de organizações artísticas e culturais que tomaram a iniciativa de fazer chegar iniciativas e projetos às comunidades, que muitas vezes não conseguiriam ter acesso se não fosse por esta via. Por exemplo, a grupos de mulheres envolvidas em ambiciosos projetos de habitação social, a utentes de serviços de saúde mental, a comunidades negras, asiáticas e outras minorias étnicas, a refugiados e requerentes de asilo, a desempregados, a pessoas em situação sem-abrigo, etc.. Algumas iniciativas provaram ser um recurso extraordinário para o envolvimento do público e o envolvimento de comunidades específicas e, em sentido lato, tendo conseguido tornar os objetos culturais significativos para os indivíduos e/ou grupos. Infelizmente, muitos destes programas são de curta duração, pois, quando as economias entram em crise, por norma, as instituições, tendem a fazer opções ou desinvestir em determinadas áreas e concentram-se nas suas áreas de atividade principais ligadas à investigação, conservação, interpretação e exibição.

Este é um problema transnacional que requer soluções transnacionais. As comunidades precisam de se reconectar com o valor dos seus bens culturais e serem capacitadas para melhor afirmar e

celebrar a sua própria cultura de uma forma que construa capital social. O objetivo do ACE Culture é repensar o conceito de educação de adultos, no sentido de ampliar processos democráticos, necessários para o desenvolvimento cultural. Utilizaremos como recurso os métodos de aprendizagem tradicional e digital para abrir portas à participação cívica e ao envolvimento cultural. É imperioso apoiar as instituições de base comunitária, centros de formação e outras organizações que invistam na educação não-formal para devolver o poder às comunidades, para que se consiga melhorar a importância, a qualidade e o impacto da educação de adultos e permitir que estas organizações estimulem o processo de envolvimento da comunidade no setor da cultura.

Um outro objetivo do projeto ACE Culture é deslindar como é que os cidadãos poderão envolver-se no setor, enquanto consumidores e profissionais das artes, sendo agentes ativos na produção cultural contemporânea. Este guia analisa, através de artigos e exemplos de boas práticas Europeias, de que forma as artes e a cultura podem tornar-se mais relevantes e presentes na vida quotidiana das comunidades, fugindo a um posicionamento da cultura direcionado apenas para as elites. Este guia apresenta algumas das principais teorias, debates atuais e boas práticas no sentido de permitir que os cidadãos tenham acesso e desempenhem um papel ativo na criação e curadoria das artes e da cultura. Por último, este sustenta e complementa os outros resultados do projeto, incluindo os conjuntos de recursos *online* e o currículo.

A parceria identificou uma série de temas relevantes para a criação de uma cultura dos cidadãos:

1. Acesso democrático à cultura - no século XXI as artes e a cultura são um direito democrático fundamental, semelhante ao direito de voto e a outras normas democráticas – é apresentada uma visão geral dos princípios e das questões de acesso democrático à cultura. A introdução enquadra artigos e estudos de caso presentes no guia.
2. Arte e cultura de erudita (*Top-down*) – são apresentadas estratégias para assegurar o acesso dos cidadãos, enquanto consumidores e agentes ativos em expressões culturais mais tradicionais, como sejam o teatro, os museus e galerias de arte, o ballet, a poesia e a literatura e a música clássica. O nosso primeiro artigo, **intitulado “Participação nas Artes e Cultura”** - Uma Abordagem de ‘Cima para Baixo’ (*Top-Down*)”, examina este tema na perspetiva do setor das Galerias, Bibliotecas, Arquivos e Museus (GLAM) na Europa. O artigo sustenta-se em nove exemplos de boas práticas de Museus europeus que abrem as suas portas para maximizar o acesso dos cidadãos às suas variadas ofertas culturais.
3. Artes e património criativo popular (*bottom-up*)- o segundo artigo é um estudo de caso que retrata perfeitamente uma abordagem “*de baixo para cima*” da cultura num bairro do centro da cidade em Birmingham, Lozells. Ele descreve como é que um bairro inteiro se torna numa tela expressionista, imbuindo a iniciativa criativa e retratando a história e a herança locais. O artigo sustenta-se em duas boas práticas, a primeira da Cooperativa Operária Portalegrense, mostrando como o desenvolvimento rural pode ser estimulado através de um festival comunitário e a segunda da Compass Support Services mostra como é que dois grandes eventos (um nacional e um internacional) podem captar investimento para apoiar a atividade cultural a nível local.

4. Obstáculos no acesso à cultura - este tema explora os obstáculos que impedem os cidadãos de aceder, participar e serem criadores de artes e cultura. Este tema inclui um artigo e uma boa prática desenvolvida pela SYMPLEXIS.
5. Cultura sustentável - este tema expõe quais os ingredientes que permitem que cultura seja sustentável e prospere em diversos contextos, a nível nacional, regional, urbano ou a nível local, através de uma série de empreendimentos culturais. O artigo de Surdurulebilir Kalkinina Derneği *Rumo a uma Cultura Sustentável* retrata como é que o desenvolvimento cultural sustentável está a ser encarado na Turquia contemporânea.
6. Cultura empreendedora – este tema debruça-se sobre como os criadores e produtores de arte e cultura criativa, sejam elas pessoas singulares, grupos de indivíduos ou empresas que mantêm o seu emprego e atividade. Esta tornou-se uma questão bastante relevante, em particular, durante os dois últimos anos com o impacto do Covid-19 nas indústrias criativas. O artigo da Compass Support Services aborda esta questão com algumas definições e exemplos de cultura empreendedora, seguido de um estudo de caso sobre duas empreendedoras culturais que narram a sua abordagem.
7. A Arte de Contar Histórias e a Tecnologia - a tecnologia tem vindo a tornar-se, cada vez mais, uma ferramenta vital para a narração de histórias. O artigo da Gryd ajuda a dar vida a este tema através de uma série de exemplos.

Introdução



Definindo **os termos** ‘cultura’ e ‘acesso democrático à cultura’

Definição de cultura

"São frequentemente os artistas, os especialistas e os profissionais da cultura que indiciam a existência de problemas, explicam verdades incômodas, expressam pensamentos coletivos latentes e tornam visível o não-visto - utilizando os seus meios artísticos e culturais, e criando espaços de debate dentro e fora dos organismos políticos principais". (Grupo de Especialistas: Jaoslav Andel, Giuliana De Francesco, Kata Krasznahorakai, Mary Ann Devlleg, Sara Whyatt e Levan Kharatishvili, 2020)".

Este manual explora o tema do acesso democrático à cultura, dando ênfase à forma como os cidadãos acedem, como se envolvem e participam no setor da cultura. O guia tem início com uma definição abrangente do termo "cultura", explorando noções de "cultura de cima para baixo (*top-down*)" e "cultura de baixo para cima (*bottom-up*)", segue-se uma reflexão sobre as barreiras que inibem o acesso à cultura, abordagens sustentáveis e empreendedoras e o papel da tecnologia e da narração de histórias.

Quando pensamos em cultura, tendemos a pensar em ópera, arte clássica, teatro, pintura clássica ou música clássica. Estas expressões artísticas são frequentemente encaradas como abordagens culturais "de cima para baixo (*top-down*)" ou como cultura estabelecida. O acesso a estas formas de arte é limitado a um segmento relativamente pequeno da sociedade. A título de exemplo, um inquérito realizado recentemente sobre o acesso cultural no Reino Unido, salientou que "oito por cento da população mais rica (do Reino Unido), com melhor educação e também menos diversificada do ponto de vista étnico foi o segmento culturalmente mais ativo (The University of Warwick, 2015)". O mesmo estudo revelou que a maioria dos programas de bolsas de estudo das principais entidades financiadoras (por exemplo, o Arts Council) canalizaram fundos para esta pequena percentagem da população. Quando analisados em termos numéricos, estes valores representam 5,3 milhões de pessoas com papel ativo na cultura no total de uma população de 67,2 milhões – representa pouco menos de oito por cento.

No entanto, há outra corrente/aceção cultural, cujos produtos e atividades culturais são encarados como uma "atividade habitual e não elitista" com a missão de dar forma a uma "abordagem democrática às artes" (Muro, 2016). Esta corrente fornece uma análise convincente do ousado ensaio de Raymond Williams "*A cultura é de todos*" (Williams, *Culture is Ordinary*, 1958) que foi tão "decisivo na formação dos estudos culturais". O ensaio descreve o conceito de Williams, da dualidade do significado de cultura moldado pela vida quotidiana e experiências "no sentido antropológico", bem como as "formas de significação (romances, filmes, mas também publicidade e televisão)".

Esta abordagem e forma de pensamento representou um campo totalmente novo relativamente à forma de veicular a atividade criativa por parte dos atores culturais. Acabou por ganhar o reconhecimento e valor enquanto arte (e cultura) fora das normas tradicionais da chamada "**arte erudita**" ou "**cultura erudita**". Os movimentos culturais dos anos 60 em diante, criaram uma vasta diversidade de novas expressões criativas, desde a cultura de rua e diversos estilos de música, arte, movimento e dança, entre outras expressões artísticas e culturais.

Cultura erudita (*top-down*) e popular (*bottom-up*)

A tabela abaixo apresenta uma comparação entre duas formas artísticas - dança (UMS, 2014) e arte (Widewalls, 2014) sob a ótica de duas abordagens distintas: 'de cima para baixo' e 'de baixo para cima' e delinea estratégias para democratizar ambas.

Cultura Erudita (*Top-down*)

Definição geral

- Cultura erudita
- Cultura e formas de arte há muito estabelecidas na ópera, música clássica, ballet, teatro, literatura e poesia;

Ballet

- Atuar num edifício formal, por exemplo, num teatro para grandes audiências;
- Acesso limitado devido à existência de barreiras culturais e financeiras - em termos de vestuário e custos no acesso;
- Habilidades aperfeiçoadas ao longo de um longo período de tempo. Por exemplo, conservatórios musicais, escolas de ballet com uma longa história. A escola de ballet da Ópera de Paris é uma escola icónica, que funciona há mais de 300 anos;
- Estilo ligado à música clássica e ópera;
- Influenciada por uma diversidade de estilos de dança, incluindo a dança urbana;
- É maioritariamente profissional;

Belas Artes

- Belas artes - pintura, escultura, arquitetura, música e poesia; Exibidas em museus, galerias de arte e instituições culturais ou em coleções privadas;
- Exibidas em museus, galerias de arte e instituições culturais ou em coleções privadas;
- **É uma cultura erudita ou cultura dominante, 'de cima para baixo';**
- Os artistas formam-se em escolas superiores de arte, por exemplo, o Royal College of Art, Londres; a Universidade de Gotemburgo, a Academia de Belas Artes, Viena;
- Correntes artísticas - clássica, neoclássica, moderna e surrealista;

Estratégias para democratizar a cultura erudita ou 'de cima para baixo'

- Aumentar o acesso de segmentos mais abrangentes da sociedade às academias de artes plásticas;
- Reduzir os custos de acesso às artes plásticas em galerias, teatros, salas de música;
- Melhorar a ligação dos transportes, permitindo às comunidades desfavorecidas o acesso a instituições culturais e a espetáculos de arte;
- Encorajar a fusão e a colaboração com outras formas de expressão criativas

Cultura Popular (*Bottom -up*)

Divisão geral

- Cultura de massas / cultura popular;
- Cultura e artes desenvolvidas durante o séc. XX - jazz, rock and roll, novelas, comédias, etc.;

Dança Urbana

- Atuar numa rua ou ao ar livre;
- Habilidades aperfeiçoadas durante o quotidiano – ex.: desenvolver a área de interesse ou uma aptidão numa discoteca - DJ;
- Atração por diversos estilos e influências - latino, hip hop, rock, artes marciais;
- Coreografias frequentemente desenvolvidas em e pelo grupo;
- Utilizar o gosto, conhecimento e/ou experiência pessoal para adaptar, improvisar e reinterpretar estilos musicais. Por exemplo, Jazz e músicas tradicionais africanas (New Orleans Marching Bands);
- Atuações amadoras;

Arte Urbana

- Exibida numa superfície de parede ou numa porta;
- Cultura popular (bottom-up);
- Surge através do autodidatismo e da aprendizagem entre pares;
- Incorpora expressões criativas para interpretar a vida quotidiana;
- São feitas declarações políticas explícitas – slogans;
- É uma forma de contracultura - arte fora das normas estabelecidas por uma cultura dominante;

Estratégias para a democratização da cultura popular

- Aumentar o financiamento disponível para esta cultura, através de subsídios, bolsas, patrocínios e mecenato;
- Incorporar a arte e dança urbana e outras formas de cultura nos currículos universitários e de aprendizagem ao longo da vida;
- Incentivar a fusão e cruzamento entre as belas artes e as diversas formas de arte urbana;
- Utilizar as redes sociais e a tecnologia no geral para democratizar o acesso a estes meios.
- Colmatar questões relacionadas com a legalização, por exemplo, do *graffiti* urbano..

Acesso democrático à cultura

Um dos momentos-chave que levou a repensar a democratização da cultura na Europa aconteceu numa reunião do Conselho da Europa em Oslo, quando "os políticos eleitos começaram a perspetivar a cultura não apenas do ponto de vista do Estado, ou mesmo da do artista, mas do ponto de vista do cidadão" (Matarasso, 2018). A intenção original era democratizá-la, tornando-a mais acessível, mas os políticos adotaram uma posição mais radical, o que, em muitos aspetos, tem orientado o debate desde então. Matarasso cita um trecho de um dos relatórios da conferência:

"A democracia cultural implica dar importância à criação de condições que permitam às pessoas escolherem ser participantes ativos e não apenas recetores de cultura". A partir daqui, a democracia passou a consistir não apenas em disponibilizar a cultura de forma mais equitativa, mas de capacitar os cidadãos como atores e criadores ativos na vida cultural, em assumir "que todos eram capazes de criar arte, e a diferença entre artistas e outros cidadãos, era somente uma licenciatura".

No Reino Unido, dois importantes relatórios académicos produzidos pela Universidade de Warwick e pelo Kings College publicados em 2015 e 2017, respetivamente, deram um impulso significativo ao debate sobre a democratização da cultura, a política e o financiamento da cultura em geral. O relatório minucioso de Warwick (The University of Warwick, 2015) foi redigido após um inquérito independente de 12 meses que defendeu uma "campanha popular para celebrar a arte britânica...para tornar o nosso panorama cultural mais visível ao público e para reconectar o público com a cultura a nível nacional e local". O relatório também foi fundamental para identificar que o investimento através do Arts Council (órgão nacional de financiamento das artes e da cultura do Reino Unido) em produtores de cultura e artistas estava a beneficiar menos de dez por cento da população do Reino Unido - os estratos mais abastados e menos diversificados da população.

O relatório também salientou "a criatividade cultural fora das artes profissionais e das indústrias criativas rentáveis" e, em particular, reiterou a necessidade de "proporcionar novas oportunidades para que o público exerça a sua própria criatividade". Classificou isto (o acesso exclusivo à cultura de um estrato restrito da sociedade e o aumento de novas atividades não financiadas fora do domínio estabelecido pela cultura e pelas artes) como um "modelo deficitário".

Sob uma ótica negativa, há o debate que ao ansiar uma maior democracia cultural podemos correr o risco de depreciar e desvalorizar o papel das artes. No entanto, o relatório do Kings College (College, 2017) argumenta o contrário, expondo que este movimento "cria potencial para construir públicos maiores, mais diversos e mais comprometidos - além de permitir uma comunidade de artistas mais ampla e diversificada".

Em termos de definição de acesso democrático à cultura, o relatório do Kings College resume sucintamente como "quando as pessoas têm a liberdade substantiva de fazer suas próprias versões de cultura". Outros como Adams e Goldbard dos Estados Unidos que a democracia cultural pressupõe a coexistência de muitas tradições culturais (ver o nosso artigo sobre cultura sustentável na Turquia), uma vida cultural onde todos podem participar e a vigilância da vida cultural através de medidas de supervisão democráticas. Matarasso conclui que "se a democracia cultural tem um ideal, não é um paraíso distante para o qual somos guiados, mas a qualidade daquilo que estamos a fazer neste momento. Partilhar, viver agora. Trata-se de compreender onde estamos, através da interação criativa e artística com os outros".

O debate e o discurso político à volta da cultura é cada vez mais polarizado e contestado, o que tem sido denominado de "guerras culturais". Isto é particularmente evidente nos discursos sobre cultura a nível político e sociológico no Reino Unido e pode vir a ser uma tendência crescente nos debates de outros países deste projeto, refletindo as dinâmicas nacionais de cada país. A narrativa em torno dos conflitos culturais foi introduzida por James Davison Hunter nos anos 90, onde "ele utilizou (a frase) para descrever a tensão profunda ...entre visões do mundo 'ortodoxas' e 'progressistas'... apreendendo aquilo que era uma luta política sobre questões

culturais (e) um conflito 'sobre o significado da América', sobre quem fomos no passado, quem somos agora, e quem aspiramos a ser enquanto nação" (Bobby Duffy, 2021). Uma série de pontos críticos no Reino Unido moldaram o debate:

- O assassinato de George Floyd - isto teve um impacto que extrapolou os EUA. Não apenas no Reino Unido, impressionou a Europa em geral.
- A questão da estátua de Rodes na Universidade de Oxford – é encarado como um símbolo provocador do imperialismo britânico e da supremacia branca.
- O Edward Colston, Bristol Salver - foi derrubado por manifestantes e atirado para Bristol Harbour e foi sujeito a um processo judicial, embora as pessoas detidas tenham sido consideradas inocentes.

Enquanto estes debates estiverem na agenda do discurso político, independentemente das posições tomadas, o objetivo de aumentar o acesso e a democratização da cultura tornam-se mais difíceis, uma vez que a cultura está a ser convertida num campo de batalha. Isto é algo que, pelo menos os profissionais e os decisores políticos deveriam estar cientes.

Para concluir, a tabela seguinte apresenta, de uma forma resumida, o enquadramento político e legislativo nacional dos diversos países no setor da cultura. Algo transversal a todos os países, é que há uma ausência de uma "carta de direitos" definida que consagre a cultura nas suas estruturas democráticas mais amplas.

País	Legislação / enquadramento políticas públicas
Suécia	2009 - Lei do Governo sobre cultura descentralizou o apoio do Estado às artes e à cultura, tanto em termos de política cultural como de distribuição de fundos, os objetivos incluem assegurar que "A cultura deve ser dinâmica, uma força independente instigadora baseada na liberdade de expressão. Todos devem ser capazes de participar na vida cultural. A criatividade, a diversidade e a qualidade artística devem marcar o desenvolvimento da sociedade...a política cultural deve garantir que existem oportunidades para todos terem experiências culturais, educação cultural e de desenvolverem as suas capacidades criativas; promover a qualidade e a renovação artística; promover um património cultural vivo...promover intercâmbio e cooperação internacional e intercultural...ressalva para o direito à cultura por parte das crianças e jovens", (Tobias Harding, Country Profile; http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php), acedido 1/2/22.
Reino Unido	A mais recente declaração política e enquadramento político nacional foi definida no Livro Branco da Cultura publicado em 2016. Neste livro, estabeleceu-se o compromisso de aumentar a participação no setor da cultura, particularmente aumentar a participação de grupos marginalizados de todo o país, unindo os atuais financiadores das artes e da cultura.
França	A lei 2016 sobre a liberdade criativa, arquitetura e património procurou "afirmar e garantir a liberdade criativa e diversidade cultural, defender o papel dos artistas na sociedade, promover um acesso cultural cada vez melhor e mais amplo e reforçar e modernizar a proteção do património" (Compêndio cultural sobre as políticas e tendências, França, culturalpolicies.net).
Turquia	A proteção da cultura tem um estatuto constitucional, garantindo as liberdades artísticas.

Portugal

Constituição da República Portuguesa consagra direitos e deveres culturais.

Lei n.º 46/2006. Proíbe e pune a discriminação com base na deficiência e na existência de risco agravado para a saúde.

Decreto-Lei n.º 163/2006. Define as condições de acessibilidade a cumprir na conceção e construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais.

Lei n.º 67/2007. Aprova o regime de responsabilidade civil extracontratual do Estado.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 9/2007. Aprova o Plano Nacional para a Promoção da Acessibilidade (PNPA).

Resolução da Assembleia da República n.º 56/2009. Aprova a Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, adotada em Nova Iorque em 30 de março de 2007.

Resolução da Assembleia da República n.º 131 e 132/2012. Recomenda ao Governo uma estratégia para promover o turismo acessível em Portugal.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013. Aprova a revisão do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) para o período 2013-2015.

Resolução do Conselho de Ministros n.º 4/2020. Cria a Estrutura de Missão para a Promoção de Acessibilidades.

Despacho n.º 2183/2020. Cria o Grupo de Trabalho para desenvolver e apresentar a Estratégia Nacional de Promoção da Acessibilidade e da Inclusão dos Museus, Monumentos e Palácios na Dependência da Direção-Geral do Património Cultural e as Direções Regionais de Cultura.

Grécia

A política cultural e patrimonial é dirigida pelo Ministério da Cultura e do Turismo, que também inclui o desporto. O Parlamento grego tem um papel fundamental nos assuntos culturais. As políticas atuais procuram consolidar a governação e a transparência na atribuição de fundos públicos à arte e à cultura, apesar dos constrangimentos óbvios que as medidas de austeridade têm tido a nível de financiamento. O financiamento da UE desempenha um papel importante no financiamento de iniciativas relacionadas com a cultura.

1^a Parte



Artigo 1

Participação nas Artes e na Cultura, uma abordagem de ‘Cima para Baixo’ (*Top-down*), Elderberry

Este artigo expõe exemplos de acessibilidade, práticas de extensão cultural e correspondentes serviços de proximidade (outreach) encetados, em particular, para grupos específicos dentro do setor das Galerias, Arquivo de Bibliotecas e Museus (GLAM) a nível Europeu. Este artigo surge com o intuito de destacar alguns bons exemplos onde a cultura está a ser tornada acessível através de **uma abordagem ‘de cima para baixo’, tendo em consideração critérios como a Educação, o Envolvimento dos Públicos, a Acessibilidade e a Extensão Cultural e os seus correspondentes Serviços de Proximidade.**

Evidências científicas sugerem que a participação cultural fomenta o envolvimento das comunidades; proporciona um maior bem-estar aos cidadãos e amplia a diversidade social e cultural. Se existirem serviços de proximidade e práticas de extensão cultural consistentes (*outreach*¹) nas organizações, em vez de serem viabilizadas através do financiamento de projetos de curta duração, irá se gerar uma maior sustentabilidade no seio da organização e da cultura, no geral. A participação e envolvimento de grupos vulneráveis e marginalizados através de serviços de proximidade e/ou atividades de extensão cultural deverá ser contemplada no planeamento estratégico das GLAM, pois esta é uma oportunidade para evidenciar este tipo de iniciativas e centrar as organizações no seu impacto e nas soluções a longo prazo.

Qual é o papel das organizações GLAM ao oferecer serviços de proximidade e/ou de extensão cultural e o respetivo acesso à cultura? Segundo o ICOM - Conselho Internacional de Museus "Um museu é uma instituição permanente ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe o património tangível e intangível da humanidade e do seu ambiente, para fins de educação, estudo e fruição". A partir desta afirmação podemos ver que um museu deve envolver a sociedade e propiciar o seu desenvolvimento. Num contexto europeu, estávamos conscientes de que o contexto, o significado e o desenvolvimento da sociedade são diferentes em toda a Europa, o que influencia o estado dos serviços de proximidade nos Museus.

A palavra inglesa "museum" advém da palavra latina, e é pluralizada como "museums". É originária do grego "Mouseion" que denota um lugar ou templo dedicado às Musas - as divindades femininas, padroeiras da mitologia grega, guardiãs das artes e da cultura. Os museus podem ser vistos como os anjos da guarda das histórias, ideias, conceitos e objetos que uma sociedade decide preservar para a posteridade. No entanto, algumas instituições, talvez inadvertidamente, em vez disso, tornam-se seguranças das artes e da cultura, afastadas de grande parte da sociedade e de muitos dos seus cidadãos. Muitos cidadãos são de facto excluídos do acesso e da representação nas artes e na cultura presente nas organizações GLAM. Por este motivo, muitas organizações reconheceram a necessidade de programas educativos, de serviços de proximidade e de atividades de extensão cultural. Muitas organizações GLAM têm sido mais ambiciosas e têm envolvido ativamente determinados segmentos da sociedade que correm maior risco em serem excluídos do acesso e representatividade na arte e na cultura.

¹ São atividades ou serviços de uma organização no contacto e fornecimento de um serviço ou aconselhamento às pessoas de uma comunidade, especialmente fora dos seus centros habituais

O primeiro museu/biblioteca é frequentemente considerado como sendo o de Platão em Atenas. Muitos dos nobres da Europa recolheram armários de curiosidades² para alojar e expôr objetos que serviriam para a educação dos seus filhos, como o armário de Ausburgo agora instalado no Museu Uppsala, na Suécia. O primeiro museu "moderno" é frequentemente considerado como sendo o Museu Britânico criado em 1753, originalmente para a educação de "cavalheiros" e, aberto ao público, um pouco mais tarde. A partir de meados de 1800, galerias e museus passaram a refletir o desenvolvimento do Estado Nação em que se encontravam. Os "grandes" museus nacionais tornaram-se importantes nas grandes cidades e capitais ao longo dos períodos de unificação da Europa. A título de exemplo, a Alemanha e a Itália, de forma a criar uma identidade agregadora entre a metrópole e as colónias, estas jovens potências construíram museus para alojar os artefactos dos seus impérios.

A partir da década de 1890, os museus foram cada vez mais associados à educação das classes trabalhadoras, que com a crescente industrialização se mudaram para as cidades e tinham à sua disposição algum tempo livre. Tornou-se moda, entre as classes altas, idealizar a herança "perdida" do campo e depois alojá-la em museus. A partir de meados do século XX, alguns museus começaram a trabalhar com questões sociais e políticas e, em alguns casos, começaram a ser alavancas de mudança social, em vez de refletirem apenas o passado. As organizações GLAM começaram a envolver-se mais na sociedade e na educação. Um grande desenvolvimento nos museus europeus surgiu com o turismo de massas, a partir do início dos anos 70, e os voos baratos de fim-de-semana desencadearam um súbito fluxo de visitantes e de dinheiro.

O objetivo de uma organização contemporânea GLAM é permitir às pessoas explorar coleções que alimentem a sua inspiração, possibilitem um momento de aprendizagem e prazer, e reconhecer também que delas se encontram excluídas. As organizações GLAM são instituições que recolhem, salvagam e tornam acessíveis artefactos e espécimes, que mantêm salvaguardados para usufruto da sociedade. O objetivo depende do contexto do visitante: uma família, eventualmente, procura uma forma divertida e esclarecedora de passar o dia; um líder cidadão pode querer ostentar o poder económico e o bem-estar da comunidade local. Os propósitos do museu variam de instituição para instituição. Alguns favorecem a educação em detrimento da conservação, outros as exposições em detrimento da educação. É necessário ter em consideração todo o contexto da história e do desenvolvimento de cada museu e galeria.

Os serviços de proximidade e as atividades de extensão cultural dos GLAM em comunidades excluídas e a inclusão das pessoas destas comunidades é uma iniciativa que já vem com atraso. O nível de maturidade dos serviços de proximidade e das atividades de extensão cultural destas organizações dependerá, portanto, de onde as organizações se encontram neste processo de desenvolvimento e, mais importante ainda, que tipo de sociedade ou comunidade o museu representa. Os museus são locais de encontro entre o especialista e o público, onde é apresentado um diálogo a partir de coleções onde os curadores selecionam o material para exibição. Temos de nos perguntar: o que influencia estas organizações e quem se encontra incluído e excluído à partida? Ao curar uma exposição ou ao delinear programas para museus e galerias constrói-se certas narrativas (histórias). O visitante, por outro lado, lê a exposição ou participa no programa e, ao fazê-lo, significa a experiência (através do seu conhecimento) utilizando certos pontos de referência. Tais encontros podem muitas vezes ser excludentes, alcançando apenas uma parte do público que, por várias razões, visita ou participa nas atividades do museu. A investigação mostra que a prática destas organizações tem sido tradicionalmente restrita apenas a partes da sociedade e exclui muitas pessoas da comunidade. Os museus e galerias na Europa fazem parte de uma sociedade democrática e, portanto, devem refletir toda a natureza dessa sociedade. Os museus são instituições de cidadania em ação. Os museus são textos construídos que precisam ser lidos criticamente - mas podemos todos lê-los, já que a interpretação é um ato de cidadania ativa e informada?

Os serviços de proximidade e as atividades de extensão cultural potencialmente criados estão intimamente ligados à acessibilidade, ao envolvimento público e à educação nos museus. Os serviços de proximidade e, conseqüentemente, as atividades de extensão cultural podem ter início com uma revisão das exposições e coleções realizadas até então nos museus, com o intuito de analisar o que foi recolhido e exposto e dirigido a quem. Os museus podem começar por elaborar os textos escritos a um nível adequado a diversos públicos (apenas 10% dos textos dos museus são lidos pelos visitantes, de acordo com a pesquisa do ICOM). Os textos dos Museus e Galerias podem ser lidos como textos de qualquer outro tipo de meio de comunicação. Habitualmente, os textos são

² Em inglês, "curiosity cabinets".

complexos e com diversas camadas, que incluem artefactos, imagens, sons, palavras. As narrativas podem ser lógicas, lineares, ordenadas ou aleatórias e espontâneas. Para começar a entender o conceito dos serviços de proximidade e das atividades de extensão cultural poderíamos perguntar:

- Quem criou, concebeu e “escreveu” o museu ou a galeria?
- Para quem é que o conceberam e “escreveram”?
- Por que é que o conceberam/ “escreveram”?
- Quem o “lê” agora?

Quando tiver lido o museu como um texto, poderá então perguntar-se:

- vi-me representado?

Finalmente, este raciocínio instiga uma pergunta: e se nunca visitar um museu, galeria ou usar instituições culturais?

Tendo em consideração que a sociedade é diferente de país para país do continente Europeu, também os conceitos de serviços de proximidade e de atividades de extensão (outreach) podem diferir em toda a Europa. Contudo, a proximidade pode ter um objetivo transversal a todos os países - os museus podem ajudar-nos a compreender o local onde vivemos e a assumir uma responsabilidade ativa pelo seu desenvolvimento. Para um museu ou galeria numa pequena aldeia na província, gerido principalmente por voluntários, a proximidade pode significar simplesmente tentar tornar o museu ou galeria acessível através de textos melhores ou de um pequeno programa educativo para as escolas. Para um grande museu estatal numa grande cidade, a proximidade pode representar um programa ou exposição especialmente concebido para alcançar grupos que, por várias razões, podem sentir-se (e ser) excluídos do museu, como os portadores de deficiências, os socialmente desfavorecidos, os idosos, as pessoas em situação sem-abrigo, os desempregados, os imigrantes, etc..

Em seguida, apresentamos diversos exemplos de uma abordagem ‘de cima para baixo’ (top-down) relativamente à acessibilidade e ao envolvimento cultural ativo das organizações GLAM na Europa, incluindo várias formas de fomentar esses serviços de proximidade.

- Acessibilidade - tornar o museu acessível fisicamente para grupos específicos - acesso para portadores de deficiência, legendas em braille, etc. . A organização GLAM leva os seus programas tradicionais, exposições e workshops à comunidade – a título de exemplo, o Museu do Fado organiza passeios musicais a pé por Lisboa, excursões pela cidade, workshops na comunidade; o Museu Vasa envia um cofre marítimo num comboio e organiza exposições itinerantes em museus nacionais, etc.
- Uma Organização GLAM que se dedica a grupos "minoritários" específicos – ex. Museu GAIA na Dinamarca, que dá acesso a artistas de fora;
- Uma organização GLAM que faz programas ou workshops específicos para grupos específicos dentro da comunidade; sejam estes portadores de deficiência, com problemas de saúde mental e demência, idosos, desempregados, minorias étnicas, pessoas em situação sem-abrigo, pessoas não-nativas da língua oficial do país, aqueles que se encontram distantes e excluídos de oportunidades culturais, etc. – Ex. a Galeria Bethlem no Reino Unido.

Referências

‘Whose cake is it anyway?’

Um relatório encomendado pela Fundação Paul Hamlyn, concluiu que os serviços de proximidade e a participação existem à margem das atividades do setor, e não como sendo a sua atividade principal e, sugere que décadas de investimento em atividades relacionadas com a participação financiadas numa ótica de “projeto a projeto” (sem visão estratégica), não só falharam em incorporar práticas participativas nos museus e galerias, como parecem ter sido fundamentais para manter esta parte do seu trabalho de lado. Como resultado, as comunidades não sentem um verdadeiro sentimento de propriedade relativamente aos seus museus e galerias e consideram-se “beneficiárias” em vez de parceiras ativas do trabalho (Arts Professional, Issue no 238, 2011, UK).

Art into Life: gallery workshops for older adults

Um relatório do SLAM concluiu haver um impacto positivo no bem-estar mental de adultos de terceira idade, com problemas de saúde mental e demência, que participaram nos workshops inclusivos e interativos nas galerias da Tate Modern, Art into Life. O facto de os participantes terem acesso a um espaço público de prestígio e experienciarem a liberdade de um espaço aberto, onde diferentes tipos de interações aconteciam, foi benéfico. Este relatório também se debruçou sobre o que as pessoas sentiam relativamente à ala onde estes workshops decorreram. Elas percecionaram este ambiente como sendo menos terapêutico. As atividades permitiram que as pessoas se envolvessem em atividades de grupo, expressassem os seus pontos de vista, fizessem ligações com as suas "histórias de vida" e sentissem um sentimento de pertença e ligação à galeria.

Artigo 2

Estudo de caso de Lozzels: uma abordagem popular (*bottom-up*) na Artes e no Património, Compass Support Services

Todas as imagens e a propriedade do projeto são da Punch Records em colaboração com a Sathi House para o Projeto Galeria 37.

A iniciativa Downlow faz parte da Gallery 37 North, que é um empreendimento criativo, um programa que investe em Birmingham e nos seus artistas criativos através de Masterclasses, comissões hiperlocais, residências e workshops. A Gallery 37 North irá transformar áreas de Birmingham Norte com artistas contratados, e organizações artísticas, que irão realizar projetos de arte pública e envolver as comunidades locais. O foco principal dos programas é co-desenhar iniciativas de arte a um nível hiperlocal e trabalhar com aqueles que muitas vezes são negligenciados. Downlow é um programa sediado em Lozzels, que liga vários locais através de atividades criativas participativas e ação social. O G37 é financiado pelo Arts Council England e é dinamizado pela Saathi House em colaboração com a Punch.

No fundo, Downlow é um circuito de arte mural com ilustrações recentes sobre histórias inéditas, citações e pensamentos instigadores de mudança. O artista urbano Mr. Bunny Bread do coletivo de arte CREATENOTDESTROY, internacionalmente reconhecido, desenhou, ilustrou e instalou murais de arte ao ar livre na zona de Lozzels, para promover a coesão comunitária, a cultura e uma voz coletiva. Downlow foi encomendado como parte integrante da Gallery37, um programa de desenvolvimento criativo que investe no Norte de Birmingham.

Percurso de Murais

Os murais são sobre a comunidade local e além de se ver e explorar Lozzels com a família e amigos, ficam-se a conhecer histórias que nunca foram contadas. Cada mural tem seu próprio código QR que dá indicações às pessoas ao longo do percurso e podemos ouvir o artista urbano, Bunny Bread, falar sobre as razões e elementos gráficos subjacentes a cada mural.



Parque de *Skate*,
GeorgesPark
Localizado no centro de Georges
Park, este é um parque de skate
onde nos sentimos seguros,
podemos patinar, brincar e
desfrutar.



Criar uma criança, 1 George St
"O provérbio africano 'É preciso uma aldeia
para criar uma criança' pretende espelhar a
própria natureza de Lozells e da comunidade
que vive dentro dela".



Rapariga Patinadora Muçulmana, 250 George St / Lozells Rd

"Sim, uma rapariga patinadora! Vamos representar as mulheres jovens ativas da comunidade que fazem coisas fixes!"

Muhammad Ali, 64 Lozells Rd

"Um tributo a Muhammad Ali quando ele veio para Lozells em 1982."



Windrush / NHS, 15 Heathfield Rd

"Não há melhor altura para louvar as enfermeiras do Sistema Nacional de Saúde que entraram durante o *Windrush* e se tornaram o pilar de uma estrutura em falência na altura. Obrigado!"

Sound System Culture, 56B Lozells Rd

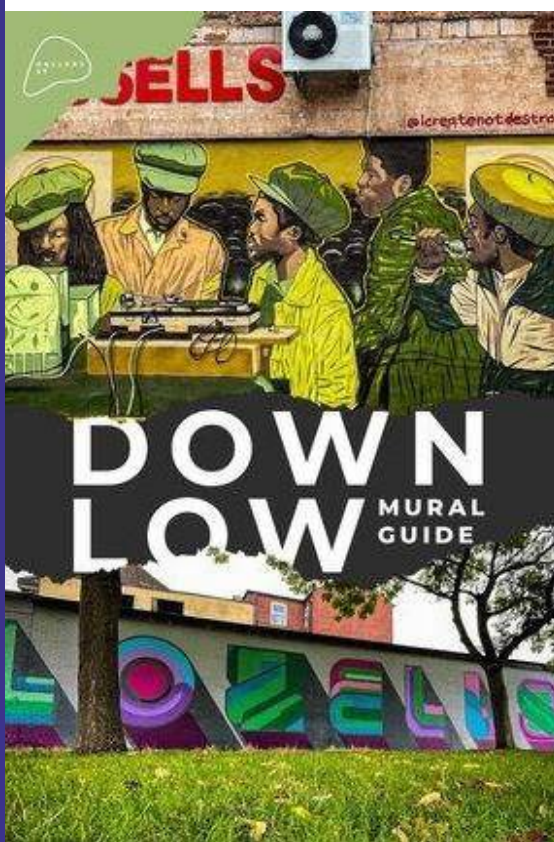
"O que é Handsworth e Lozells sem a Cultura *Sound System*? Grite Siffa Sound System, enquanto atuam no Handsworth Carnival 1983 (De Vanley Burke)".





Arte Abstrata, 24 Lozells Rd & 1 Guildford St

“Edifício SKN inspirado nas cores e arquitetura dos edifícios da empresa e a parede traseira do Edifício SKN faz lembrar a cromoterapia”.



Welcome to Lozells, 1 Lozells Rd

“Por último, mas não menos importante, um grande bem-vindo a Lozells para cumprimentar todos e cada um que o visite!”

Artigo 3

Obstáculos no acesso à cultura, Symplexis

Compreendendo as barreiras de acessibilidade

O consórcio do projeto ACE Culture tem como objetivo sensibilizar para a importância de proporcionar a todos um acesso igualitário à cultura na Europa. Ao fazê-lo, o Projecto ACE - através da investigação e da formação - centra-se em todos os aspetos da sociedade, dando especial destaque aos grupos mais vulneráveis. "O nosso património é um bem comum, estando este em localizações mais remotas ou precisamente no local onde nos encontramos, este deve ser acessível aos públicos-alvo e às suas necessidades". Através do projeto, disponibilizamos um amplo espectro de métodos e recursos para melhorar a experiência cultural e patrimonial.

A acessibilidade para todos sugere que estamos todos preocupados com este conceito, independentemente do nosso perfil, como afirma S. Martinez. Posto isto, quer sejamos deficientes visuais ou tenhamos problemas motores ou sejamos simplesmente mais velhos ou não tenhamos nenhuma das características acima mencionadas, a acessibilidade representa uma meta a ser alcançada por todos nós.

Numa tentativa de definir a expressão 'barreiras de acessibilidade', a primeira e a abordagem mais comum poderia ser a que se segue: "as barreiras de acessibilidade são condições ou obstáculos que impedem os indivíduos portadores de deficiência de utilizar ou aceder a conhecimento e recursos tão eficazmente quanto os indivíduos sem qualquer incapacidade".

Uma definição mais ampla poderia ser: "Acessibilidade é o grau em que um produto, dispositivo, serviço, ambiente ou instalação é utilizável pelo maior número de pessoas possível, inclusive por pessoas com alguma incapacidade" ou "quando todos têm acesso a tudo". Esta aceção é aplicável quando todos os obstáculos são removidos.

Neste artigo, iremos analisar as potenciais barreiras de acessibilidade para todos e fazer o nosso melhor para conceber um programa de formação inclusivo que ajude a extinguir todos os tipos de barreiras para que as pessoas com todas as (in)capacidades possam participar e, deste modo, (re)definir a vida cultural da Europa.

A categorização das barreiras de acesso para pessoas com deficiência será utilizada como referência, ampliada e aplicada a pessoas com todas as (in)capacidades e usada como ponto de partida para o design inclusivo e para o design universal do Guia ACE. Relativamente a este aspeto, é relevante mencionar que a teoria do 'Design Universal' descreve exatamente o acesso sem barreiras de diferentes pessoas a diferentes serviços e produtos e, esse processo significa 'Design para todos'. O objetivo do design universal é assegurar a acessibilidade para todos, a acessibilidade aos edifícios, às estruturas, às salas de aula e à internet. A aplicação dos princípios do design universal



tem por intuito minimizar a utilização de tecnologias de apoio para pessoas com deficiência e, por sua vez, produzir produtos compatíveis com as tecnologias de apoio, passíveis de serem utilizados por muitos grupos de pessoas, e não apenas por pessoas com deficiência.

As seis barreiras mais comuns na sociedade podem ser listadas da seguinte forma:

1. Comportamentais,
2. Organizacionais ou sistêmicas,
3. Arquitetônicas ou físicas,
4. Acesso à informação ou comunicação,
5. Sociais,
6. Tecnológicas.

Quando se faz referência a barreiras comportamentais, a percepção das pessoas é uma das barreiras estruturantes. O estigma, o estereótipo, a discriminação e o preconceito são alguns exemplos de atitudes que podem dificultar a participação social e a execução de atividades da vida diária de alguém com uma deficiência, uma necessidade especial ou uma (in)capacidade diversa. Essas barreiras muitas vezes emergem num contexto em que existe falta de compreensão, o que pode levar as pessoas a ignorar, a julgar ou a ter concepções erradas sobre as pessoas com capacidades ou necessidades diversas. Por exemplo, quando fazemos a outra pessoa sentir que lhe estamos a fazer um "grande favor" nas seguintes situações: quando acedemos aos seus pedidos ou quando fazemos adaptações necessárias; ou quando formamos idéias pré-concebidas sobre uma pessoa devido à nossa falta de conhecimento; ou quando somos um pouco negligentes (não prestamos a devida atenção ou prestamos todo o cuidado que a situação exige).

As barreiras organizacionais ou sistêmicas são "políticas, procedimentos ou práticas que discriminam injustamente e podem impedir os indivíduos de participar plenamente numa dada circunstância". As barreiras organizacionais ou sistêmicas são frequentemente colocadas de forma não intencional. Frequentemente, essas barreiras são também barreiras físicas.

Exemplos de barreiras organizacionais ou sistêmicas podem ser o horário de expediente definido numa organização ou a oportunidade de uma situação ser esclarecida/resolvida apenas pessoalmente, não sendo permitido que as pessoas tenham acesso a informações ou serviços por telefone, e-mail ou outros meios de comunicação.

As barreiras arquitetônicas ou físicas são elementos de edifícios ou espaços exteriores que constituem barreiras às pessoas com deficiência. Estas barreiras podem ser elementos como o desenho das escadas ou as portas de um edifício, a disposição das divisões ou a largura dos corredores e as calçadas.

Viver em áreas rurais isoladas, aldeias de montanha, ilhas, ou locais "de difícil acesso" também podem ser consideradas barreiras físicas que inibem a participação na vida social e cultural.

Alguns exemplos de barreiras arquitetônicas ou físicas incluem:

- Não garantir a acessibilidade ao prédio de pais com carrinhos de bebê, idosos ou pessoas em cadeiras de rodas.
- Calçadas, portas demasiado estreitas ou altas para uma cadeira de rodas, para trotinetes, alcofas de bebês, andarilhos ou a não existência de elevador para os andares superiores.
- Móveis desajustados ao espaço, tais como mesas demasiado altas para uma pessoa que esteja a usar uma cadeira de rodas ou outro dispositivo de mobilidade. A má iluminação também pode dificultar a visão de uma pessoa com pouca visão ou de uma pessoa que habitualmente recorre à leitura de lábios para interagir.

As barreiras no acesso à informação ou comunicação ocorrem quando "deficiências sensoriais, como deficiências auditivas, visuais ou de aprendizagem, não foram consideradas", bem como quando a pessoa não compreende a língua de comunicação, ou quando os canais de comunicação não são adequados ou acessíveis a todos. É importante mencionar que as barreiras de comunicação podem ser, e muitas vezes são também, barreiras sistêmicas: as pessoas que providenciam algum serviço podem ignorar as pessoas portadoras de deficiência, retirarem-se ou recusarem-se a dar informações. Estas barreiras estão relacionadas tanto com o envio, como com a receção de informação e resultam na exclusão de pessoas com diversas (in)capacidades, analfabetas ou pessoas estrangeiras que não falem o idioma.

Alguns exemplos característicos de barreiras de informação ou comunicação - além da (não) comunicação presencial - podem ser documentos eletrônicos que não estão devidamente formatados e/ou não podem ser lidos por leitores de ecrã, serviços mal organizados ou a utilização de um tipo de linguagem que não é suficientemente clara ou compreensível, e também impressões de documentos de má qualidade.

A parceria do ACE Culture considera que a desigualdade social é uma enorme barreira e não deveria constituir um obstáculo à participação na vida cultural da comunidade. É certo que a desigualdade a todos os níveis e áreas da sociedade está diretamente ligada a barreiras sociais sistémicas. Ao criar um programa cultural inclusivo, é crucial mencionar que serviços com honorários (elevados) não podem ser utilizados por pessoas com rendimentos baixos. A falta de equipamento, capacidades e programas de capacitação são algumas das barreiras mais comuns identificadas entre as pessoas com menores rendimentos ou que vivem na pobreza.

As desigualdades baseadas na identidade também podem ser constatadas em todos os países desta parceria. Muitas pessoas são excluídas ou marginalizadas com base nas sua identidade, tais como a raça, a religião, a orientação sexual, o sexo, a idade, a etnia, a nacionalidade, etc..

A implementação de iniciativas comunitárias, gratuitas e inclusivas é uma necessidade para combater as desigualdades, permitindo que todos participem ativamente na vida cultural das suas comunidades.

As barreiras tecnológicas ocorrem quando um dispositivo ou plataforma tecnológica não é acessível ao seu público-alvo e não pode ser utilizado com recurso a tecnologias de apoio. Estes tipos de barreiras estão muitas vezes relacionadas com barreiras de informação e comunicação, ou barreiras sociais.

Exemplos de barreiras tecnológicas incluem documentos eletrônicos sem recursos de acessibilidade, como texto alternativo (Alt Text), que os leitores de ecrã lêem para descrever uma imagem; ou mais comumente, um material que está disponível apenas em cópias impressas ou num website que não responde aos padrões de acessibilidade.

Muitas evidências sugerem que a participação cultural ajuda o envolvimento das comunidades; possibilita um maior bem-estar e amplia a diversidade social e cultural. Se os serviços de proximidade e as atividades de extensão cultural forem uma realidade vigente e bem estabelecida nas organizações, em vez de serem uma realidade almejada ou tornada realidade através do financiamento de projetos de curta duração, estarão criadas as condições para uma maior sustentabilidade. Esta acaba por ser uma oportunidade para todas as organizações rentabilizarem o trabalho já efetuado e se concentrarem no seu planeamento estratégico, incluindo o impacto destas atividades e as soluções a longo prazo, em vez de não considerarem a participação plena dos cidadãos.

O projeto Outreach Europe mapeou e investigou de que forma as organizações GLAM de toda a Europa envolvem os seus públicos, reinventando as atividades tradicionais de extensão cultural e dos serviços de proximidade. Este mesmo projeto analisou a melhor forma de trabalhar com grupos (que são frequentemente negligenciados), através dos serviços de proximidade, inclusão e voluntariado. Para além disso, refletiu sobre como encaramos a acessibilidade à cultura, tendo em consideração:

- Pessoas portadores de deficiência/com incapacidades (deficiência física e mental);
- Pessoas idosas com problemas de saúde mental e demência;
- Minorias étnicas – não- nativos;
- Pessoas em situação de sem-abrigo.



<http://outreach-europe.eu/wp-content/uploads/Survey.report.Outreach.s3.pdf>

Artigo 4

Rumo a uma Cultura Sustentável: Um Estudo de Caso Nacional, *Surdurulebilir Kalkinina Dernegi*

Enquadramento da cultura turca

O património histórico e cultural proporciona uma vasta gama de oportunidades e benefícios às comunidades. Por exemplo, proporciona a um país uma forte identidade tanto a nível internacional como nacional e fortalece o sentimento de pertença e confiança social dos povos. Do mesmo modo, o património e a cultura granjeiam benefícios económicos e aumentam a resiliência das economias locais, regionais e nacionais e melhoram a qualidade de vida das comunidades locais. A herança e a cultura turcas baseiam-se nestas premissas, mas também têm uma série de elementos únicos, uma vez que se sustentam numa rica tapeçaria de várias culturas provenientes do Mediterrâneo Oriental, Ásia Ocidental, Ásia Central, Médio Oriente, Europa Oriental e de tradições caucasianas.

Estas influências heterogéneas têm desempenhado um papel essencial na definição da identidade turca moderna, com uma fusão das culturas, arte e tradições do Ocidente e do Oriente, criando uma matriz única de valores religiosos e históricos. A arte, a música e a literatura turcas são grandes exemplos desta mistura de influências culturais. Elas incorporam muitos elementos que se misturam em diferentes géneros, do arabesco ao *hip-hop*. A literatura turca em particular, tem sido fortemente influenciada pela literatura árabe e persa que começou com a história do período Otomano até ao período contemporâneo.

Para além disso, os elementos arquitetónicos encontrados na Turquia são também uma prova da mescla única de tradições que dominaram a região durante séculos. Com a perfeita fusão das culturas local e islâmica, inúmeras obras de arquitetura otomana posterior foram descobertas em todo o país e em muitos locais antigos do Império Otomano. Heranças culturais como a Grande Mesquita e o Hospital de Divriği, Hattusa, a antiga capital dos Hittites, o Monte Nemrut e as ruínas de Xanthos-Letoon, a cidade de Safranbolu e o local arqueológico de Tróia fazem parte desta património único. Além disso, o reconhecimento da UNESCO da região do Parque Nacional de Göreme, das áreas rochosas da Capadócia e das obras Hierapolis-Pamukkale como sendo áreas de importância cultural e natural na Turquia, é prova suficiente de que existem belezas que valem a pena proteger neste país.

Paralelamente, há muitos artefatos bizantinos em muitas partes da Turquia. Desde o século XVIII, a arquitetura turca tem sido influenciada por um estilo ocidental. Isto é especialmente evidente em Istambul, onde se encontram edifícios como a Mesquita Azul e o Palácio Dolmabahçe se encontram também muitos arranha-céus modernos que representam diferentes tradições. Como resultado, os produtos criados pelos turcos em domínios como a organização estatal, língua, arte e literatura durante os seus milhares de anos de história, são indicadores de que foi alcançado um nível cultural e civilizacional próspero profundamente enraizado na sociedade.

Características únicas da cultura turca

A cultura na Turquia contém alguns elementos únicos, porque está localizada numa geografia que tem múltiplas culturas dentro das suas fronteiras. Como consequência, o turco é simultaneamente variado e assente em camadas e camadas de artefactos culturais e numerosas obras pertencentes a diferentes civilizações históricas. A política cultural turca ambiciona partilhar as suas estruturas arquitetónicas civis, produtos de arte, coleções e todos os produtos do seu património, que fazem parte da sua identidade cultural, com todos. Ela alcança este objetivo, criando oportunidades de turismo cultural.

Promover a natureza, a história, a riqueza cultural e a diversidade da geografia anatoliana para o mundo inteiro através do turismo cultural é essencial para preservar e desenvolver o património cultural da Turquia.

Para garantir a sustentabilidade da Cultura e Turismo Turcos, o Ministério da Cultura e Turismo da Turquia tem como objetivo proteger e desenvolver as atrações regionais e locais do país, que são fontes de turismo. E para assegurar o turismo sustentável no país, é assegurada a coordenação mútua entre o setor do turismo e o público. Assim, uma experiência de alta qualidade é proporcionada aos visitantes. O turismo cultural inclui ver regiões culturalmente diversas, observar estilos de vida cada vez mais em desuso e visitar artefactos históricos de culturas ancestrais.

Esta continuidade é mantida através da organização de eventos artísticos como festivais, eventos de folclore, teatro e exposições, que se realizam todos os anos. Embora o turismo na Turquia satisfaça as necessidades dos turistas de hoje e da nossa sociedade local, também é permitido que medidas protecionistas sejam implementadas, já a pensar no futuro. Na oferta de turismo sustentável, as necessidades das gerações futuras e as necessidades da sociedade atual devem ser tidas em consideração. Neste aspeto, o Ministério do Turismo e os governos locais apoiam e determinam estratégias para assegurar o desenvolvimento equilibrado da região em termos de turismo. Despertos para a importância do turismo na Turquia, é criada uma nova e robusta imagem de destino, que é aceite como um passo crucial para a continuidade e sustentabilidade das atividades de turismo cultural.

Culturalmente, como em muitos outros campos, a Turquia situa-se entre o Oriente e o Ocidente, convocando elementos de ambos o que produz a sua mistura única. A região que agora forma a república tem estado sujeita a uma impressionante variedade de influências culturais com uma rica herança cultural das civilizações da Europa clássica e do Médio Oriente islâmico. A título de exemplo, são exemplos de uma rica herança cultural as áreas históricas em torno de Istambul, a antiga capital hitita **de Hattusa**, a **Mesquita e Hospital de Divriği**, as **ruínas da montanha Nemrut**, e a **cidade Safranbolu Xanthos-Letoon** e o local arqueológico de Tróia.

Ruínas do cidade antiga de Xanthos, Turquia



Para além destas heranças, a região do Parque Nacional de Göreme, tem duas características interessantes e únicas no que diz respeito ao património na Turquia. São as suas formações rochosas na Capadócia, conhecidas pela sua estrutura dramática e os traços da arte bizantina. O património Mundial da UNESCO na Turquia é conhecido pela sua paisagem rochosa e pelas suas bacias de formações minerais únicas e as suas cachoeiras petrificadas, Hierapolis-Pamukkale é um exemplo da riqueza cultural da Turquia, com o banho termal e as ruínas dos templos construídos aqui no século II a.C..



Balões de ar quente ao nascer do sol, no Parque Nacional de Goreme, Capadócia

É importante ressaltar que as práticas culturais, as atitudes sociais e os estilos de vida diferem significativamente no país entre os seus habitantes. Existem diferenças significativas entre as localidades (rurais/urbanas), as regiões, o estatuto socioeconómico, a etnia e níveis de educação. No entanto, os turcos estão frequentemente unidos por uma sólida identidade nacional. Eles também partilham certos valores culturais fundamentais, como a dignidade, a hospitalidade e a proximidade entre vizinhos.

Preservação cultural no centro da agenda política nacional cultural

O objetivo do Ministério do Turismo e da Cultura é a promoção cultural e natural a nível mundial e proteger os valores turcos, fazendo uso dos recursos internacionais para melhor transmiti-los às gerações futuras. Por esta razão, a prioridade do Ministério é sustentar e promover os valores culturais, artísticos e turísticos universais do nosso país, assegurando uma proteção sustentável, facilitando o acesso à informação para fomentar a formação de uma maior consciência social e aumentar a quota do nosso país no turismo mundial. A importância da cultura na Turquia está estabelecida no seu 11º plano de desenvolvimento. O plano de desenvolvimento ambiciona a proteção do património natural e cultural e é referido no Relatório de Avaliação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Presidência da Estratégia e do Orçamento. A preservação do património cultural e dos projetos de turismo sustentável do Ministério da Cultura e do Turismo está na vanguarda deste objetivo. Além disso, a Lei n.º 2863 sobre a Proteção do Património Cultural e Natural tem requisitos muito específicos para salvaguardar o património cultural e natural mundial.

Na legislação estão expostos os seguintes passos fundamentais: determinar as definições de bens culturais e naturais móveis e imóveis que necessitam de ser protegidos, organizar as ações e atividades a serem realizadas, elaborar e controlar planos de desenvolvimento para preservar o património cultural, planejar, investigar, gerir e supervisionar as áreas protegidas. Para além disso, é mencionado o objetivo de utilizar os recursos naturais, culturais, históricos e geográficos da Turquia equilibradamente, protegendo e dando uso aos recursos, e resolver os problemas das infraestruturas e ambientais com o apoio dos governos locais e do setor privado. Todas estas referências foram incluídas para o plano estratégico de 2023 no Plano de Ação da Estratégia Turística da Turquia.

Em resumo, podemos compreender que a Turquia percorreu um longo caminho em termos do que deve ser feito pelo Estado, assinando documentos internacionais sobre a proteção do património cultural, tomando medidas legais semelhantes às dos países europeus e criando organizações responsáveis e aprovadas pelo Estado. Nos próximos anos, a Turquia irá produzir novas políticas culturais e de preservação do património cultural. Deste modo, a cultura e a proteção da cultura na Turquia encontram-se no topo da hierarquia das prioridades nacionais.

Empreendedorismo cultural na Turquia

O empreendedorismo cultural é uma pedra angular que pode ser legitimada por investidores, concorrentes e consumidores, proporcionando acesso a novos capitais e oportunidades de mercado. Há dois exemplos bem-sucedidos de empreendedorismo cultural na Turquia. Um desses casos de sucesso é o projeto de empreendedorismo criado pela Nar Women's Environment Culture and Business Cooperative. O outro é o projeto Troy Culture Route.

Nar Women's Environment Culture and Business Cooperative angariou dezasseis parceiros com o encontro de sete mulheres **empresárias no distrito de Edremit de Balıkesir e depois, com a participação de nove mulheres, abriu uma "Gourmet House"** para promover os pratos locais do bairro e disseminá-los pelo território nacional. Deste modo, estas mulheres aproveitaram a oportunidade para evidenciar e impulsionar a rica cultura alimentar da sua região a nível nacional. Esta ideia de negócio foi concebida com o intuito de dar relevância, criar e aumentar a exposição de uma marca no mercado e apoiar o turismo gourmet **recheado de sabores locais, como o azeite do bairro de Edremit, em Balıkesir. Neste âmbito, foi dada formação de** desenvolvimento pessoal e profissional a 40 mulheres da região sobre empreendedorismo, higiene, comunicação, competitividade e métodos de utilização do azeite. Estas medidas conduziram a que se transformasse um produto localmente produzido num produto turístico e esta iniciativa converteu-se num exemplo de sustentabilidade na área do turismo.

O projeto Troy Culture Route é dinamizado pela Fundação História e Cultura de Çanakkale (ÇATKAV) e pelo Governo de Çanakkale. O objetivo é preservar a identidade cultural e a história e fortalecer os laços entre os visitantes e os residentes locais. O projeto é apoiado através do Programa Turístico do Futuro, realizado em parceria com o Ministério da Cultura e Turismo da Turquia, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), e Anadolu Efes. Um dos objetivos deste projeto é a implementação do percurso de 120 km, que inclui os antigos caminhos entre Çanakkale e Assos. Desta forma, é estimulado o turismo sustentável, para usufruto dos caminhadores e ciclistas, e promovido o desenvolvimento social e económico das aldeias deste percurso. Pretende-se manter viva a história cultural ao longo do caminho pedestre que passa em Ezine em Çanakkale e **nos bairros e aldeias de Ayvacık. Nesta região, foram concluídos os trabalhos de delimitação e pintura, foram realizadas** preparações ambientais e de arruamento, estabelecendo-se medidas de proteção, e foi elaborado um mapa turístico com **grande precisão. Çanakkale, Çubuk Village, Yeniköy, Kumburnu, Çamoba, Kalafat, Dalyan Village Ancient Harbor, Tavaklı, Babadere, Kösedere, Tuzla, Gülpınar, Kocaköy, Bademli, Koyunevi, Balabanlı, Bektaş, Kuruoba, Korubaşı, Behramkale, Assos** formam uma antiga rota portuária. O turismo sustentável, que terá início em breve, abrange uma grande diversidade de domínios, desde o alojamento em casas de locais, comércio de lembranças, legislação à proteção dos valores históricos, culturais e naturais da área circundante.

Artigo 5

O papel da cultura empreendedora: o caso de duas empreendedoras culturais

Definição de empreendedorismo cultural

"Os empreendedores culturais são agentes de mudança cultural e visionários criativos que organizam o capital cultural, financeiro, social e humano, para gerar receitas e/ou juros a partir de uma atividade cultural. As suas soluções inovadoras resultam em empreendimentos culturais economicamente sustentáveis que melhoram a subsistência das pessoas e criam valor cultural e riqueza para si próprios e valorizam as suas comunidades/ bairros" (Culent - Laapodi, 2013).

Determinado empresário cultural referiu: "Um empreendedor cultural, dito de forma simples, é um empreendedor que cria um negócio baseado nas artes, tendencialmente criativo e/ou é relevante para o património cultural de uma comunidade em particular. O objetivo dos seus projetos empresariais é abordar os problemas sociais através da mudança de sistemas de crenças e atitudes. O empreendedorismo cultural tem sido encarado como um segmento do empreendedorismo social". Por outras palavras, os empreendedores culturais são visionários empresariais que querem transformar o mundo para melhor com práticas empresariais criativas e negócios escaláveis.

O empreendedorismo cultural é definido como uma empresa ou atividade destinada principalmente à comercialização/marketing de bens e serviços de natureza cultural e artística, que estejam ligados ao património cultural ou histórico de uma região/bairro. O empreendedorismo cultural abre empresas economicamente sustentáveis que criam valor e riqueza cultural tanto para os produtores como para os consumidores de serviços e produtos culturais.

Retrato de duas artistas empreendedoras - à procura de um estilo de vida autossustentável enquanto criativas dos tempos modernos

"Acredito que há potencial criativo em todos nós - e algumas pessoas podem não querer ir por esse caminho, estão felizes a fazer o trabalho que fazem". Mas devemos ter essa crença bem enraizada em nós mesmos, que todos podemos ser criativos." (Tracey Thorne, fotógrafa e artista fotográfica)

O 'artista esforçado' é uma imagem romântica de uma época passada, desde os poetas desolados que deambulavam sobre as encostas de Itália, às leis da insubordinação que levaram William Blake a escrever o seu poema épico 'Milton' (1) - a angústia foi quase um distintivo de honra. Para ser-se verdadeiramente criativo, deve-se primeiro sofrer pela sua arte.

Mas a história é muitas vezes o reflexo de um futuro pelo qual ansiamos, um futuro que talvez esteja fora do nosso alcance mas que ainda permanece nas nossas mais sólidas aspirações. E hoje em dia, a indústria criativa é apenas isso - criativa, mas uma indústria. Vivemos numa nova era, num novo renascimento, onde os artistas podem trabalhar com o estômago cheio, e candidatarem-se a seguros e empréstimos habitação (2).

As indústrias criativas do Reino Unido geraram uma receita de £111,7 mil milhões para o Reino Unido em 2018, o equivalente a £306 milhões todos os dias - crescendo a uma taxa cinco vezes mais rápida do que o resto da economia (3). De artista plástico a designer gráfico, os criativos de hoje influenciam bastante o Produto Interno Bruto do país.

Mas mesmo na era da tecnologia digital, dos estúdios portáteis e da plataforma de vendas mais omnipresente da história, muitas pessoas e colegas ainda veem a arte como apenas um passatempo - as palavras "um trabalho em condições" continuam a ser utilizadas com bastante frequência.

Tracey Thorne criou a Ghost Streets CIC, em 2017, uma empresa de interesse comunitário, deixando para trás mais de duas décadas de trabalho em saúde pública e serviço social para se dedicar à fotografia a tempo inteiro.

Expôs em Birmingham e em Cornwall, com um portfólio crescente dedicado a 'paisagens efémeras, objetos encontrados e ativismo fotográfico', Tracey tem vivido de forma autossuficiente desde então - atualmente a trabalhar em projetos no Reino Unido e na Jamaica.

No entanto, mesmo sendo uma mulher bastante reconhecida na sua área, que geriu equipas, que angariou e desenvolveu projetos e no valor de vários milhões de libras, Tracey ainda estava sujeita à mesma suspeita quando deixou o emprego convencional para trabalhar como artista.

"Curiosamente, quando eu trabalhava para o Serviço Nacional de Saúde, na realidade, ninguém entendia o que eu fazia", explicou Tracey, "mas, de uma forma geral, consideravam que eu era 'bem-sucedida' e correspondia às expectativas de ser uma adulta 'funcional' - porque tinha este trabalho de grande responsabilidade com direito a uma reforma. Mas, quando decidi dedicar-me à arte, realmente não entendiam como é que eu iria sobreviver".

Porém, os dois caminhos não se encontravam tão distantes um do outro como as pessoas podiam ter inicialmente pensado, com a sua vida artística a começar enquanto ela trabalhava como Gestora de Bairro para a Câmara Municipal de Birmingham – tendo sido enviada para Handsworth com o objetivo de promover o envolvimento social e a regeneração deste bairro.

"Eu tinha, literalmente, um mapa da área e foi-me dito para sair e explorar todas as ruas, ver o que havia lá e pensar sobre isso de forma diferente. Acho que adquiri esta competência através da minha experiência em saúde pública, mas há algo maravilhoso, bonito e interessante para ser descoberto em todos os espaços e lugares".

"A ideia era ser a Coordenadora de Regeneração das organizações do setor público que estavam a gerir o financiamento das subvenções que nos foram concedidas. Era o fim do Governo Trabalhista e havia dinheiro para o financiamento da renovação dos bairros".

Tracey começou a capacitar as pessoas em Handsworth para dar o salto que ela ainda não tinha dado, emitindo subsídios de £5 000 a £10 000 para projetos comunitários, que muitas vezes se desenrolavam através da arte. Esta seria a sequência subtil de acontecimentos para dar o seu próprio salto de fé cheio de criatividade alguns anos mais tarde.

"Fazíamos projetos ambientais, culturais e coisas sobre crime e segurança", referiu Tracey. "Eu fiz muitos projetos realmente criativos, de modo que, naturalmente, a artista em mim começou a desabrochar. Fizemos uma revista dedicada ao jornalismo cidadão, chamada Handsworth, e eu andava por aí a tirar fotografias.- e a pagar a outras pessoas para capacitar as pessoas neste processo participativo e tornarem-se jornalistas-cidadãos". Também fizemos um mapa patrimonial, e eu comecei a usar muito a minha fotografia no trabalho - porque eu conseguia. Comecei a tirar fotografias para o meu 'emprego principal'".

No entanto, viria a ser um trabalho de puro amor pela Birmingham Conservation Trust (BCT) que deu origem ao projeto titular da sua empresa de Interesse Comunitário *Tracey's, Ghost Streets*, quando lhe foi pedido para tirar fotografias da cidade para a sua newsletter semanal. O que começou como uma foto por semana, transformou-se num projeto documental de longa duração que levou Tracey a visitar metade do mundo.



Foto: Tracey Thorne, com permissão: Ghost Signs, Birmingham

"Uma das fotos que tirei foi de uma sinalética de publicidade pintada à mão em Kings Heath", ghost signs é o termo coloquial para a publicidade desbotada e pintada à mão ainda visível em muitas aglomerações urbanas (4), "e eu perguntava-me que outros sinais existiriam nos arredores de Birmingham".

"O meu trabalho em Handsworth tinha-me ensinado a ir passear pelos bairros. Pensei, ingenuamente, que talvez só houvesse alguns em Birmingham, mas essa busca converteu-se num projeto realmente ambicioso que durou anos".

"Estava realmente interessada no que estava escrito nas paredes. Tendo crescido nos anos 80, interessava-me o movimento breakdance e hip-hop, e o graffiti é uma parte substancial disso. Então, quando comecei a andar pelas ruas e a fotografar, tirava fotos de graffitis e de arte urbana. Mas, eu também gosto muito de sinalética de publicidade antiga pintada à mão, e da maneira como o velho e o novo às vezes colidem e do que esse processo nos pode revelar. É sobre as histórias na rua. Acho muito acessível; é como as histórias veiculadas pelos murais para as pessoas em geral."

O impulso final para a Tracey surgiu alguns anos mais tarde, quando a constante reestruturação dentro do Serviço Nacional de Saúde a conduziu a um *"trabalho horrível que eu não queria fazer. Havia uma decisão a tomar, continuar a trabalhar persistentemente num serviço de saúde caprichoso ou dar os seus primeiros passos como artista profissional"*.

Ao analisar as vantagens e desvantagens entre o dinheiro e a saúde mental, imediatamente ficou claro para a Tracey que uma mudança era necessária na sua vida, uma mudança que "abriu um novo mundo", também ele repleto de medo e ansiedade.

"Eu estava preocupada com o aspeto financeiro", admitiu Tracey, "e acho que, frequentemente, isso é uma barreira para as pessoas - eu quero fazer isso, mas como posso é que posso tornar isso viável e sustentável?"

"Eu tinha um crédito habitação, entre outros compromissos, por isso, estava de alguma forma a ganhar a confiança para chegar a um ponto e informar que me ia despedir, com uma reforma, mas isso já não era relevante do ponto de vista emocional. Eu percebi que não era o que eu queria fazer com a minha vida".

A loja online da Tracey é uma coleção de impressões fotográficas e feitas à mão, juntamente com uma série de fanzines de edição limitada, que evidenciam a sua paixão por sinalética antiga pintada à mão e as culturas que a inspiram.

Pode adquirir uma peça de Tracey Thorne a partir de apenas £8, comprando um dos seus fanzines de edição limitada sobre sinalética *Dance Hall* da Jamaica (5). Ou pode pendurar na sua parede uma das três serigrafias monocromáticas de uma sinalética antiga para o New Palladium em Soho Hill em Hockley, Birmingham, por £350, assinada pela artista (6). Todos estes produtos encontram-se disponíveis numa 'loja' online no seu website.



Foto de Tracey Thorne, com permissão: Sinalética Jamaicana Pintada à Mão

A experiência de Tracey no passado em avaliação de candidaturas a financiamento e na reformulação de serviços, juntamente com sua paixão por investigação e análise, revelou ser a base perfeita para o financiamento da sua arte - ajudando-a a ter acesso ao apoio do Arts Council England.

"Acho que a estratégia do Art's Council é boa, ao afirmarem 'acreditamos que a arte deve ter lugar em todos os espaços e todos têm potencial criativo'. Essa era a busca em que eu estava".

"Eu fazia-me passar por artista quando era mais nova, mas perdemo-nos com isso, porque muitos dos nossos trabalhos não nos permitem ser artistas ou criativos".

"Mas fazer aquele trabalho em Handsworth desencadeou essa tendência novamente. Uma vez que temos a oportunidade de obter financiamento através do Arts Council no Reino Unido, se conseguirmos alinhar tudo o resto, então conseguimos realmente dar esse salto".

Jayne Murray fundou a sua empresa, *Place Prospectors*, em 2011, quando os modelos de negócio da empresa de caridade limitada "eram muito novos na altura... baseados num modelo sem fins lucrativos que trabalha especificamente com uma comunidade".

Através de colaborações e projetos de serviços de proximidade (outreach) públicos, a *Place Prospectors* 'especializou-se a trabalhar criativamente com comunidades para desenvolver e representar ideias e projetos' e tem liderado um programa multifacetado e financiado no *Druids Heath* chamado *A Level Playing Field*, desde 2018.

"A fotografia ou outra forma de arte, em geral, pode ter um impacto extremamente positivo numa comunidade", explicou Jayne. "Na comunidade como um todo, ou nos indivíduos".

"Pode parecer óbvio, mas a representação visual torna uma comunidade mais visível - o que para algumas comunidades e lugares que têm sido negligenciados - é realmente importante. Para as pessoas pode ser uma forma de criar ou reafirmar ou ligar a comunidade a uma identidade".



Fotografia de Jayne Murray, Druids Heath Residents Alliance,

Descobriu o mundo da arte através da educação, tendo abraçado a fotografia tanto no seu bacharelato como na licenciatura, a viagem de Jayne para as indústrias criativas foi direta desde o período académico. Mas o destino a que ela chegou é similar ao de Tracey Thorne, um lugar de "reconhecimento de oportunidades... onde o meu trabalho fosse útil ou impressionasse as pessoas", e encontrar dinheiro para tornar isso realidade.

"Penso que por estar sempre interessada numa ideia de 'público' e querer situar o meu trabalho lá, envolver-me com as pessoas através dele, levou a que aprendesse muito sobre outras organizações que trabalham em espaços públicos e esforcei-me para estabelecer uma relação com elas. É um processo contínuo, pois a sociedade está sempre a mudar de alguma forma".

"Da mesma forma, aprender sobre e acompanhar o financiamento foi essencial, porque se captares financiamento és capaz de iniciar projetos, bem como responder a projetos e é um círculo ascendente".

A *Place Prospectors* conseguiu financiamento de vários organismos para implementar o agora perene, projeto *A Level Playing Field*, ligando-se a jovens e idosos pela de *Druids Heath* através da fotografia, de arquivos sociais, clubes de artes, e até mesmo através do 'Museu do Povo' da antiga escola secundária de *Baverstock*.

A Level Playing Field fez uma encomenda ao célebre "artista urbano" *Mohammad Ali MBE* para conceber e fazer um mural para *Druids Heath* (*A Mural for Druids Heath*), através de um conjunto de fundos da *Lottery*, doações locais e de financiamento da *The Active Well Being Society* (7).



Fotografia de Jayme Murray, Graffiti, *Druids Heath*

"Seja relevante", concluiu Jayne. "Uma das razões pelas quais a empresa e eu, enquanto artista, somos capazes de subsistir é devido ao envolvimento das comunidades. Preocupamo-nos com as questões que afetam as pessoas e as comunidades, o que é, comumente, apelidado de "arte participativa"³".

"Nós dedicamo-nos às iniciativas e criamos também as nossas, que contribuem para que os lugares se tornem melhores, para

³ *Socially engaged practice.*

serem considerados lugares com valor e, portanto, serem financiados”.

"Não teríamos sucesso se estivéssemos a praticar num estúdio desconectados do que está a acontecer no mundo").

Referências:



(1)<https://www.britannica.com/biography/William-Blake/Charged-with-sedition>

(2)<https://londonmortgagepartners.co.uk/creative-industries/>

(3)<https://www.gov.uk/government/news/uks-creative-industries-contributes-almost-13-million-to-the-uk-economy-every-hour>

(4)<https://www.theguardian.com/travel/2021/feb/10/art-of-taking-uk-ghost-sign-spotting-walk-advertisements-old-building>

(5)<https://www.traceythorne.org/online-store/Lots-of-Signs-Jamaican-Dancehall-Signs-p210704531>

(6)<https://www.traceythorne.org/online-store/New-Palladium-Bingo-&-Social-Club-Ghost-Sign-p207567202>

(7)<http://prospectors.org.uk/project/a-mural-for-druids-heath/>

Artigo 6

A Arte de Contar Histórias e a Tecnologia, Gryd

Ao longo da história humana, a narrativa tem desempenhado um papel crucial na compreensão do mundo à nossa volta e na comunicação de novas ideias. Durante milhares de anos estas histórias foram comunicadas apenas através da tradição oral, do discurso ou da canção. Embora a arte de contar histórias tenha permanecido inalterada, os métodos através dos quais os humanos contam histórias evoluíram consistentemente com a tecnologia. Ao mudar o método, cada inovação técnica também influencia as histórias contadas, quem as está a contá-las e a quem.

Olhando para a história da Humanidade, o ritmo de evolução da tecnologia das comunicações atingiu o seu pico, neste momento, e está cada vez mais célere. A imprensa gráfica, a fotografia, o rádio, o cinema, a televisão, os computadores, a internet, os telemóveis, os smartphones, os tablets, a banda larga de alta velocidade; todas estas tecnologias têm contribuído para o acréscimo do número de histórias gravadas e para a quantidade de pessoas capazes de as criar e partilhar. Além disso, o custo de acesso a estas tecnologias tende a ser cada vez mais reduzido, o que perfaz cerca de mil milhões de pessoas em todo o mundo com um dispositivo no bolso, com capacidade para gravar, editar, curar e partilhar a sua história. Algo que não tínhamos capacidade de encarar como uma possibilidade há apenas algumas décadas atrás.

Os meios de comunicação de massa e as redes sociais privilegiam cada vez mais a história pessoal - os participantes que concorrem a programas de talentos são enquadrados dentro de uma história pessoal para que se crie empatia com o telespectador; os anúncios de televisão tentam vender a história do seu produto ou do seu criador aos consumidores; e as publicações nas redes sociais fazem parte de mini-histórias. Nos últimos anos, todas as plataformas sociais mais populares incorporaram a funcionalidade de criar histórias, através da qual os utilizadores curam uma série de ficheiros multimédia do seu dispositivo eletrónico e apresentam essa coleção de artefactos dentro de uma narrativa/história à sua comunidade.

"Qualquer um" pode ser o escritor, diretor, produtor e o publicitário de uma história e partilhá-la a baixo custo com o mundo. O mesmo desejo humano que impulsionou o homem a fazer desenhos nas cavernas, a transmitir conhecimento e permitir que outros entendam as nossas comunidades, é o mesmo que impulsiona a criação de histórias no Instagram, vídeos no TikTok, histórias no Facebook, e *vlogs* no YouTube.

A democratização da narrativa promoverá a disseminação de histórias mais diversificadas, partilhadas por um público mais amplo, contudo, a acessibilidade e capacidade de compra ainda são uma barreira para muitos. Precisamos de garantir que não perdemos as histórias destas pessoas e comunidades. Temos de criar ferramentas e técnicas que permitam que todos os membros da comunidade documentem e partilhem as suas histórias.

Todas as comunidades têm histórias para partilhar, tanto com os outros membros dessa comunidade como com o mundo em geral. Histórias interessantes e impactantes encontram-se nos museus, arquivos, bibliotecas e nas casas de pessoas em comunidades, sejam elas grandes ou pequenas.

A Plataforma de Curadoria Comunitária do ACE Culture permite que os Mediadores Culturais possam partilhar artefactos interativos e histórias criadas e curadas por membros da comunidade local. O objetivo é dar-lhes o espaço, as ferramentas e as competências necessárias para partilharem as histórias da sua comunidade através de fotografias, ficheiros áudio, vídeo, mapas, cronologias e objetos 3D recolhidos, capturadas em museus ou com e através de outros membros da comunidade.

Através dessa mesma plataforma multilingue, os utilizadores podem facilmente criar artefactos individuais e partilhá-los juntamente com alguns textos introdutórios e etiquetas descritivas (*tags*). O objetivo é que a plataforma aloje um arquivo cada vez mais robusto de recursos multimédia interativos criados pelo utilizador.

Estes artefactos individuais podem ser agrupados em coleções para contar uma determinada história. Todos os artefactos e coleções são facilmente pesquisáveis através de um código QR e passíveis de serem redimensionados para melhor visualização. O código QR pode ser impresso e colocado em locais físicos relacionados com esse artefacto/história. Esta funcionalidade permite aos membros da comunidade interagir facilmente com os artefactos e histórias da comunidade enquanto estão em movimento ou fora de casa.

Os artefactos e as coleções podem ser explorados em excursões de realidade aumentada. A título ilustrativo, os membros da comunidade podem circular no espaço físico e utilizar os códigos QR para consumir as histórias online de cada local. Os códigos QR também permitem que o conteúdo seja digitalizado através de um dispositivo móvel num local histórico, num centro de uma cidade ou num local com valor patrimonial.

A plataforma colaborativa centra-se na partilha de histórias culturais da comunidade local. A mesma reúne de forma colaborativa diferentes tipos de recursos multimédia, que normalmente se encontram dispersos na internet.

Alguns exemplos de cultura local e comunitária curada pelo utilizador são:

- Ficheiros Áudio: Relato de histórias locais, discussões e documentários áudio;
- Ficheiros Vídeo: Gerações que se entrevistam umas às outras para reunir as histórias da comunidade;
- Modelos 3D: As digitalizações 3D de objetos de coleções familiares ou museus e arquivos. Estas digitalizações são conseguidas através de simples aplicações móveis;

Tecnologias multimédia



- Mapas: Mapas colaborativos *online* podem ser criados para mostrar lugares de interesse, acompanhados por histórias locais
- Cronologias: É possível criar cronologias interativas para assinalar datas importantes e acompanhar essas datas com algum tipo de ficheiros
- Fotografias: recolhidas em coleções familiares, a nível local ou em organizações ligadas ao património local;
- Imagens comparativas do passado e da atualidade: os membros da comunidade podem encontrar imagens antigas da comunidade nas suas coleções familiares e nas organizações locais, tirar uma foto da atualidade na mesma localização e posição e usar a funcionalidade da plataforma que permite ao utilizador comparar o passado e a atualidade, deslizando a foto.

A plataforma contém uma série de guias que explicam de forma simples como é que se criam e partilham os diversos recursos multimédia, desde como criar tutoriais em vídeo, como escrever o texto descritivo/história, como partilhar cada tipo de multimédia na plataforma, e quais os *links* para fazer transferência dos recursos ou aceder à aplicação ou ao *website*.

Como já descrito, as funcionalidades incorporadas na plataforma são as seguintes:

- Criação e edição de vídeo num dispositivo móvel e partilha através do YouTube ou do Vimeo;
- Digitalização 3D de objetos com um dispositivo móvel, utilizando o Qlone ou o TRNIO;
- Fazer mapas colaborativos com o Google My Maps;
- Fazer cronologias com o Timeline JS.

As histórias são fundamentais para a experiência humana, e as boas histórias têm o poder de nos emocionar. Desde o período Neolítico até à era moderna, muitas histórias ficaram perdidas no tempo. A tecnologia permite-nos agora registar e partilhar 'todas' as histórias para as gerações futuras. Temos simplesmente de decidir quais as histórias que queremos imortalizar e como catalogá-las e partilhá-las para garantir que chegue ao maior número de pessoas possível, ao mesmo tempo que vemos e lemos as histórias da nossa comunidade.

2ª Parte

**Boas
práticas**



Introdução

A segunda parte do guia é dedicada à ilustração dos temas abordados na primeira parte deste manual, recorrendo a casos reais considerados boas práticas. Estes temas espelham os temas centrais do projeto ACE e a abordagem geral subjacente ao mesmo. Nesta secção, é feita referência a pelo menos uma boa prática por tema, a saber:

1. Cultura erudita (*top-down*)
2. Acesso democrático à cultura, incluindo a cultura popular (*bottom-up*)
3. Cultura sustentável
4. Remover barreiras no acesso à cultura
5. Empreendedorismo cultural
6. A arte de contar histórias e a tecnologia

Tema 1: Democratização da cultura erudita (*top-down*): práticas pan-europeias de museus e galerias

1

Museu Jamtli Östersund, Suécia

Website: www.jamtli.com

Entidades Parceiras

Público-alvo: setor da saúde e portadores de deficiência (deficiência física, com dificuldades de aprendizagem, com problemas de saúde mental, com adições), idosos, minorias étnicas, imigrantes, refugiados, pessoas em situação sem-abrigo, desempregados, jovens NEET (que não trabalham, não estudam, nem frequentam nenhuma formação).

Iniciativas: atividades para relembrar o passado. Em cooperação com estruturas residenciais para idosos ou centros de dia, o museu recebe pessoas com demência numa fase inicial. O museu oferece um programa especial que se realiza numa cabana similar às da juventude dos visitantes. Nesse espaço, podem ouvir música, comer, fazer bolos, beber café, fazer uma fogueira e olhar para objetos e imagens desse período. São trabalhados temas diferentes de cada vez (por exemplo, viver como um guarda florestal, ir a um baile, fazer jardinagem, etc.).

Língua sueca para imigrantes

O Museu colabora com diferentes escolas, que ensinam sueco a imigrantes. As escolas vêm ao museu com um grupo, são organizadas sessões temáticas e visitadas as exposições. São proporcionadas experiências que façam as pessoas sentir uma ligação entre a sua cultura e tradições e as tradições e cultura suecas. O museu já recebeu nómadas que apreciavam aprender sobre o povo Sami que viveu nessa região sueca (também nómadas). O museu também chegou a cozer pão num forno tradicional, o que, inevitavelmente, estimula a troca de impressões sobre como os imigrantes fazem o seu pão. O reconhecimento de semelhanças e diferenças faz com que muitos deles queiram contar as suas histórias, envolver-se de outra forma nas atividades, o que é uma boa maneira de aprender a língua.

Introdução

Refugiados

Iniciativas: O Museu trabalha indiretamente com refugiados. Tem uma iniciativa para crianças de 15 anos, que todas as crianças do município frequentam. É uma simulação, num museu ao ar livre, com cenários de vários países e obstáculos que têm de enfrentar, baseada em entrevistas que foram conduzidas antes da montagem desta experiência. As crianças assumem o papel de refugiados e os funcionários do Museu desempenham muitos outros papéis.

Sumariamente, as crianças são capturadas por contrabandistas e têm de enfrentar desafios como percorrer fronteiras debaixo de tiroteios, esconderem-se numa cave e sofrerem coações para se prostituírem e pagarem os seus honorários aos contrabandistas.

Eventualmente, as crianças chegam ao seu novo país, onde todos falam uma língua que elas não entendem, o intérprete não traduz de forma correta e precisa o que elas dizem e elas têm de esperar infinitamente para que o seu pedido de asilo seja aprovado ou rejeitado, sendo que a rejeição do pedido de asilo é a situação mais comum. Através desta iniciativa os jovens ficam com uma impressão muito intensa do que é ser refugiado, devido a todas as situações pavorosas que têm de ser enfrentadas e o desconforto e dificuldades associadas à entrada num novo país.

Desempregados

O governo tem diferentes programas para pessoas desempregadas de longa duração. O Museu coopera com o Governo e são recebidas pessoas que estejam a realizar estágios ou à experiência em determinados empregos. Frequentemente, o programa devolve a confiança e a autoestima às pessoas. O Museu tenta proporcionar um ambiente de reconhecimento, compreensão e solidariedade.

Em cooperação com outras autoridades, o Museu oferece emprego a pessoas com incapacidades mentais e físicas. Procura encontrar e adaptar as tarefas à pessoa. Normalmente, o município ou o Ministério da Saúde atribui um supervisor ou assistente a um grupo de pessoas com deficiência, para que elas recebam o apoio de que necessitam.

O museu considera que é uma parte importante da sociedade e quer criar uma sociedade melhor. **Quer que o museu seja para todos, e segundo eles “não conseguimos estar com e chegar verdadeiramente a todos, exceto se estendermos a mão e tentarmos envolver pessoas que, eventualmente, pensam que os museus não são para eles. Acreditamos que a coesão social é importante numa sociedade - sabemos que tais sociedades têm um maior bem-estar e menos criminalidade - por isso, é claro que queremos contribuir para isso!”**

Resultados

2

Entidades
Parceiras

Introdução

Museu Nacional Estoniano Tartu, Estónia

Website: www.erm.ee

Público-alvo: pessoas em situação sem-abrigo/desempregados/ jovens NEET.

Iniciativa: "Regressar ao trabalho através do artesanato" direcionada a pessoas desempregadas.

Resultados: para ajudar as pessoas desempregadas a ganhar competências e conhecimentos sobre como desenvolver o seu negócio artesanal, o programa organizou palestras sobre como utilizar coleções de museus, como encontrar inspiração para iniciar o *marketing* dos seus próprios produtos, como

desenvolver determinadas competências como fazer artesanato.

Impacto no público-alvo: metade dos participantes criaram pequenas empresas e começaram a vender diferentes peças de artesanato.

Resultados

Recomendações/ dicas!

Dicas e recomendações: é essencial que o museu faça uma boa gestão dos projetos, da comunicação e do tempo.

3

Museu da Gastronomia de Praga, Praga, República Checa

Website: www.muzeumgastronomie.cz

Entidades Parceiras

Público-alvo: setor da saúde e portadores de deficiência (deficiência física e dificuldades de aprendizagem, problemas de saúde mental, com adições).

Entidades parceiras: o Museu de Gastronomia Praga tem uma parceria com escolas para pessoas portadores de deficiência visual e/ou estudantes com problemas de aprendizagem, incluindo crianças com autismo.

Introdução

Iniciativas: o Museu da Gastronomia de Praga retrata a história da culinária. Este retrato da culinária abrange a preparação de alimentos desde os primórdios da humanidade, passando pela idade da pedra, a cozinha medieval baseada no fumo, até à cozinha palaciana renascentista e barroca. Apresenta a origem dos diferentes alimentos, as diferentes formas de fabricar cerveja, a história das bebidas destiladas e apresenta uma lista de chefs famosos na história das artes culinárias. De uma forma geral, é uma grande ode ao talento humano e ao respeito pelo meio ambiente.

Resultados

Resultados: evitar que este público experience o sentimento de exclusão social, ao mesmo tempo que se amplia as competências deles para lidarem com tarefas quotidianas como fazer as compras, cozinhar e conhecer termos relacionados com a gastronomia em geral.

Impacto no público-alvo: o museu representa uma oportunidade única para os alunos interagirem com o público numa série de contextos diferentes. Segundo o museu: *“ao personalizar as nossas visitas guiadas por grupo específico, conseguimos dar uma atenção especial aos visitantes de forma individualizada”*.

Recomendações/ dicas!

Dicas e recomendações: no caso do museu, o mais importante é tornar a maioria dos artefactos acessíveis, apresentá-los sob a forma de oficinas, não só tocar e sentir, mas também maximizar as possibilidades de utilização prática. Desta forma, evitamos ao máximo as tradicionais vitrinas de vidro e funciona também com o público em geral.

4

Kvindemuseet (O Museu da Mulher/O Museu do Género) Aarhus, Dinamarca

Website: <https://konmuseum.dk/>

Entidades Parceiras

Público-alvo: minorias étnicas, imigrantes, refugiados, outras minorias (género, sexualidade e religiosas).

Introdução

Iniciativas: o Museu do Género é um museu nacional especializado na investigação e divulgação da vida e do trabalho das mulheres ao longo da história dinamarquesa. É uma parte integrante do movimento feminino que surgiu em 1984, ano em que o museu foi fundado. O museu está situado num edifício do século XIX, desde a sua fundação, no centro de Aarhus. Reune uma impressionante coleção de objetos históricos que descrevem a vida tradicional e moderna das mulheres dinamarquesas. Para além da coleção permanente o museu oferece uma grande variedade de coleções especiais sobre temas históricos e atuais e tem uma galeria com arte de artistas femininas. Ao longo dos anos, o antigo Museu da Mulher, atual Museu do Género, tem realizado diferentes programas de investigação e estudo direcionado para as mulheres no âmbito da formação profissional para aprenderem sobre o desenvolvimento histórico-cultural e as condições atuais das mulheres na Dinamarca. Um desses programas intitulam-se "Encontros Culturais do Museu do Género", que, essencialmente, consiste numa rede de mentores estabelecida para apoiar mulheres refugiadas, imigrantes, que residem na Dinamarca.

No âmbito do museu, as mulheres de origem não-dinamarquesa têm mentoria individual, com o intuito de reforçar as suas oportunidades de entrar no mercado de trabalho. O museu dá formação aos mentores, bem como às mentoradas sobre como se familiarizarem com a cultura e mentalidade dinamarquesas, sobre as regras oficiosas do mercado de trabalho, as formas de abordar as autoridades dinamarquesas, etc.. Ao fazê-lo, o museu transforma-se numa espécie de plataforma, onde a aprendizagem ocorre em ambos os sentidos; os imigrantes e os mentores encontram-se, discutem e familiarizam-se com as diferentes origens culturais e aprendem a compreender as formas de pensar e de viver uns dos outros. Estas relações individuais revelaram-se um grande sucesso na integração de mulheres de origem imigrante nas comunidades dinamarquesas. Os "Encontros Culturais" da rede do Museu do Género conta agora com mais de 800 membros.

5

Museo CajaGRANADA Granada, Espanha

Website: www.cajagranadafundacion.es

Entidades Parceiras

Público-alvo: delinquentes e reclusos.

Introdução

Iniciativas: o Museu CajaGRANADA disponibiliza atividades para muitos segmentos. O museu tem uma atividade abundante para todos os tipos de público e está especializado, particularmente, em comunidades marginalizadas. O museu ganhou um Louvor Especial do Prémio Museu da Europeu 2011 pelo seu trabalho.

Resultados

Resultados: no âmbito do programa "Reflexões Prisionais Expandidas", o projeto surge através colaboração entre estabelecimento prisional (Estabelecimento Prisional de Albolete), uma universidade (Faculdade de Belas Artes da Universidade de Granada) e um museu (Museo CajaGRANADA). As três organizações aderiram a este projeto com um objetivo primordialmente social.

Impacto no público-alvo: o programa tem permitido às reclusas refletir sobre as suas próprias experiências e expressar-se através da criação artística.

Recomendações/dicas!

Dicas e recomendações: para o museu, foi muito importante trabalhar e conceber o projeto com todos os atores implicados na iniciativa e é precisamente esta implicação dos atores que sugere como dica.

6

Museum Slaskie (The Silesian Museum) Katowice, Polónia

Website: <http://www.muzeumslaskie.pl/en/>

Entidades Parceiras

Público-alvo: setor da saúde e portadores de deficiência (deficiência física, com dificuldades de aprendizagem), com problemas de saúde mental, com adições.

Introdução

Iniciativas: as atividades são direcionadas para alunos portadores de deficiência mental leve a moderada, em cooperação com escolas de educação especial. As atividades são interativas, combinadas com a visita às exposições e adaptadas às necessidades dos jovens com autismo sobre, por exemplo "O que é a pintura?"

Também são organizadas oficinas de apresentação do mundo das artes visuais para crianças invisuais e deficientes visuais. São organizadas visitas sensoriais para pessoas cegas intituladas: "Arte através do toque". O museu disponibiliza a coleção de quadros aos visitantes com deficiência visual, permitindo que cada pessoa explore, individualmente, uma obra de arte (especialmente a pintura) e o museu através do toque e de descrições cuidadosamente preparadas. As pinturas selecionadas são reproduzidas em escultura em relevo, feita de plástico de alta qualidade. Cada visitante tem a oportunidade de utilizar o audioguia e auscultadores de ouvido.

Resultados

Resultados: para a maioria das pessoas que visitou o museu pela primeira vez; foi uma experiência nova e marcante. Foi uma ocasião para eles aprenderem algo novo e diferente do usual.

Recomendações / dicas!

Dicas e recomendações: as instituições ao conceberem estas iniciativas ou programas, devem consultar especialistas e representantes das comunidades com as quais desejam trabalhar

7

Tate Modern Londres, Reino Unido

Website: www.tate.org.uk

Entidades Parceiras

Público-alvo: setor da saúde e portadores de deficiência (deficiência física e com dificuldades de aprendizagem, problemas de saúde mental, com adições), idosos, minorias étnicas, imigrantes, refugiados, pessoas em situação sem-abrigo/desempregados/jovens NEET, agressores, reclusos, outras minorias (incluindo de género, sexuais e religiosas).

Introdução

Iniciativas: A iniciativa 'Arte na Vida' consiste em workshops semanais gratuitos que decorrem no Tate Modern e no Tate Britain para grupos de adultos. Também são organizados workshops e seminários públicos sobre abordagens interdisciplinares para trabalhar a justiça social e os direitos de acesso à cultura. O programa da galeria para adultos mais velhos "50 anos +" que integra a Semana da Criatividade e Bem-estar (Creativity and Well-being Week) é organizado em conjunto com a London Arts and Health e é concebido pelos cidadãos. É uma palestra pública, organizada anualmente, que assinala o Dia Mundial da Saúde Mental.

Recomendações / dicas!

Dicas e recomendações: Conhecer os vizinhos da sua rua, nacionais e internacionais! Ir a festivais, à biblioteca, a hospitais, etc., onde se encontram (ou não) formas de arte diferentes. Ouvir, fazer perguntas e partilhar esta iniciativa internacionalmente.

Refletir sobre as seguintes questões: o que motiva a sua organização a estar envolvida neste tipo de trabalho. Tem conhecimento da Estratégia Nacional para a Inclusão das Pessoas com Deficiência?⁴ Tem-na como referência em diversos contextos? A direção do local onde trabalha sabe em que consiste esta estratégia?⁴ Em inglês, Modelo social da deficiência.

8

Museu de Cultura Bizantina, Thessalónica, Grécia

Website: www.mbp.gr

Entidades Parceiras

Público-alvo: setor da saúde e portadores de deficiência (deficiência física e com dificuldades de aprendizagem), com problemas de saúde mental, com adições, minorias étnicas, imigrantes e refugiados.

Introdução

O objetivo do Museu é abri-lo ao maior número possível de grupos e pessoas. Considerando também os desafios experienciados por minorias ou por pessoas portadoras de deficiência ao visitar o Museu, o nosso objetivo é proporcionar acesso, educação e momentos de lazer. As pessoas familiarizam-se com o Museu e percebem que os museus são para todos e não apenas para uma minoria. Além disso, os visitantes adquirirão conhecimentos de uma forma lúdica, através de brincadeiras.

Recomendações / dicas!

Dicas e recomendações: Definir um público-alvo. Agendar uma reunião com alguém do público-alvo com o intuito de obter informações sobre especificidades dos destinatários. Não ser muito ambicioso. Estabelecer poucas metas e objetivos muito específicos. Após dar por terminada a preparação do programa, divulgar o programa tanto com os participantes como com os colegas de trabalho.

9

Bethlem Gallery Beckenham, Kent, Reino Unido

Website: www.bethlemgallery.com

Entidades Parceiras

Público-alvo: setor da saúde e portadores de deficiência (deficiência física e com dificuldades de aprendizagem), problemas de saúde mental e com adições.

Introdução

Iniciativas: a Galeria Bethlem é uma plataforma profissional para artistas com dificuldades do foro mental, assim sendo, todo o programa apoia grupos marginalizados. O Museu ambiciona apoiar o desenvolvimento profissional de artistas que tenham experienciado doenças e dificuldades na área da saúde mental.

Impacto no público-alvo: o Museu apoia a sua recuperação enquanto a este público-alvo enquanto está hospitalizado e fomenta o seu bem-estar para além do contexto hospitalar.

Recomendações / dicas!

Recomendações: a recomendação mais relevante é colocar o indivíduo no centro do que quer que se dinamize e faça. Consultar as pessoas com quem se vai trabalhar antes de realizar qualquer atividade e auscultá-las de forma contínua, para ir adaptando o as atividades às necessidades dos indivíduos. Não ser demasiado prescritivo, dar abertura às pessoas para sugerirem as suas ideias e serem criativas. Garantir que oferece uma ampla variedade de oportunidades de envolvimento adaptadas às necessidades das pessoas e que estas possam decidir sobre o seu tipo de envolvimento nas iniciativas.

Por último, assegurar que todos os níveis de envolvimento são de alta qualidade. Documentar o processo de desenvolvimento das pessoas e resultados, refletir regularmente sobre isso e partilhar com os participantes.

10

Den Gamle By Aarhus, Danmark

Website: www.dengamleby.dk

Entidades Parceiras

Público-alvo: pessoas idosas com demência.

Introdução

Iniciativa: grupos de séniores, juntamente com os funcionários da sua Estrutura Residencial Para Idosos, visitam um apartamento do Museu para lanchar durante cerca de duas horas, onde podem **ajudar a "dona de casa" a fazer café e a servir bolos e biscoitos. Nesta sessão, podem "explorar" a casa e os seus utensílios, incluindo de cozinha e de vestuário.** Outra das sessões realiza-se nos jardins históricos durante o verão e outra decorre no museu sobre a Segunda Guerra Mundial. Neste espaço, os convidados podem ver e tocar em muitos objetos alusivos à vida quotidiana do período de guerra, enquanto lancham com os funcionários do museu e do lar de idosos. Para mais informações, visite o site do Museu, especificamente, a secção dedicada a programas de aprendizagem para os profissionais (do setor social e da saúde) que trabalham com pessoas com demência.

O Museu ambiciona oferecer uma visita especial aos convidados que não podem usufruir das exposições e visitas guiadas normais. Ambiciona chegar aos visitantes que não podem usufruir do museu. O Museu trabalha em colaboração com o município para criar novas iniciativas para as pessoas com demência, os seus familiares, os profissionais deste setor e os voluntários.

Resultados

Impacto no público-alvo: existe uma necessidade efetiva de eventos culturais para pessoas com demência.

"Validamos, através da nossa experiência, que a história importa até mesmo para pessoas com demência. Encorajamos e transmitimos aos profissionais diferentes formas de abordar a história e trabalhar com cenários históricos, para possibilitar que o visitante encontre a sua identidade e as resgate as suas memórias pessoais".

Recomendações / dicas!

Recomendações: *"Recomendamos que sejam encontrados os parceiros certos para assegurar a cooperação entre o museu e o município, organizações ou empresas privadas interessadas em comprar as sessões e utilizar as iniciativas disponíveis. Outro conselho seria visitar outros museus e aprender com as experiências deles" ..*

Tema 2 Cultura popular: Boas Práticas de Desenvolvimento Rural Local através de um Festival de Base Comunitária



Fonte: Instagram Bons Sons



Fonte: Observador

Contexto

Cem Soldos é uma vila rural do interior de Portugal, situada no concelho de Tomar (distrito de Santarém), na região centro deste país. As zonas rurais do interior têm enfrentado diversos desafios ao longo dos anos, nomeadamente, uma intensa perda demográfica, existência de poucas oportunidades de emprego, falta de infraestruturas e de prestadores de serviços e uma coesão social frágil. Cem Soldos não é exceção à regra. Excetuando a abordagem dos residentes para lidarem com a realidade em que vivem, que única e distinta. Os habitantes de Cem Soldos são reconhecidos pelo seu envolvimento na esfera comunitária, principalmente através da associação cultural e recreativa local chamada Sport Club Operário de Cem Soldos (SCOCS). Tradicionalmente, esta associação recorre às artes e à cultura para satirizar e intervir no domínio público.

O SCOCS foi fundado em 1975, após um período ditatorial em Portugal, e foi legalizada em 1981. Desde os anos 60 do século passado, os cidadãos tinham por hábito encontrar-se e organizar eventos desportivos e peças de teatro para satirizar a política.

Atualmente, o SCOCS dedica-se ao bem-estar social, cultural, recreativo e cultural da comunidade. Ao longo dos anos, a associação, de forma conjunta e concertada com a comunidade, alcançou grandes marcos e conquistas. Em uníssono com a comunidade, devido às suas reivindicações, conseguiram garantir que a população tivesse acesso a um médico na sua Extensão de Saúde e evitar que a escola fechasse devido à falta de alunos. Juntamente com outras entidades locais, a população encontrou uma nova solução para colmatar esta situação, incluindo a implementação de uma nova abordagem educativa. Neste momento, está a decorrer a requalificação do largo da aldeia, amplamente incentivado pelos seus habitantes, tendo sido inicialmente proposto por estes, quando entregaram o seu projeto “projeto ao largo”.

Introdução

Atualmente, é difícil deslindar onde começam e onde terminam as atividades organizadas pela associação e pela comunidade. Em termos de identidade, os limites são praticamente inexistentes. As identidades da comunidade e da associação encontram-se enredadas uma na outra.

A comunidade, primeiramente, identifica os problemas e encontra soluções através da associação, usando-a como uma plataforma para uma governança participativa.

Esta abordagem sistémica de baixo para cima (*bottom-up*) em prol do desenvolvimento local em Cem Soldos tornou-se nacionalmente notória, depois do SCOCS ter decidido organizar o festival comunitário "Bons Sons", em 2006, dedicado à música e cultura portuguesas, liderado por jovens Cem-soldenses. Bienalmente, durante quatro dias, em agosto, os espaços públicos da aldeia, as suas ruas e as casas particulares dos seus habitantes acolhem este evento. São experienciados (e não consumidos) pelos festivaleiros concertos de música, peças de teatro, exposições, instalações artísticas, dança e estão disponíveis stands de artesanato nacionais, mantendo como essência a cultura, a língua e os instrumentos portugueses.

Durante este período, Cem Soldos encontra-se fechado. Não são permitidos carros no seu interior. Alguns concertos realizam-se na igreja, que são conciliados com as suas atividades regulares (por exemplo, a missa ao domingo). O edifício que normalmente é utilizado para a realização de atividades infantis durante o ano, é onde o catering é servido aos artistas, o armazém local torna-se muitas vezes num espaço para receber exposições. As residências particulares são convertidas em praças de alimentação com produtos regionais ou receitas especiais caseiras. Os terrenos, por norma, são cedidos pelos moradores para serem utilizados como parque de estacionamento.

O Festival Bons Sons mobiliza toda a população para trabalhar em regime de voluntariado com o intuito de proporcionar uma experiência genuína e íntima a pessoas de fora, sobre o que é viver numa aldeia que abraça a contemporaneidade.

Cada habitante da comunidade tem um papel a desempenhar e não recebe nenhum rendimento. Antes do festival, a população reúne-se e define vários grupos de trabalho e distribui tarefas para preparar e produzir o Bons Sons, desde a preparação do espaço para acampar, montar os palcos, vender os bilhetes, confeccionar a comida, etc..

As habitantes sénior fazem mascotes artesanais ao longo do ano anterior ao festival para vender durante estes dias, no âmbito de uma atividade chamada "Avós e Netos". As duas gerações fazem em conjunto o merchandising para ser vendido durante o festival, cujo lucro é para o SCOCS. O Grupo de Escoteiros é responsável pela manutenção e vigilância do espaço do acampamento durante o Bons Sons.

Resultados

Hoje em dia, o Bons Sons é um marco que atrai milhares de pessoas. Em 2019, foram vendidos 33.800 bilhetes, foram organizados 50 concertos e dezenas de atividades.

Devido a este festival e ao modo de vida desta comunidade, a procura imobiliária nesta zona aumentou vertiginosamente, bem como a valorização imobiliária. Cem Soldos é muito apelativo para as pessoas de fora e elas anseiam fazer parte dela, devido ao modelo de governação em vigor, às atividades de envelhecimento ativo, ao modelo educativo, estratégias de aprendizagem ao longo da vida, ao fácil acesso à educação e aos cuidados de saúde e ao empoderamento

transversal a todas as gerações. Ao longo dos últimos anos, procedeu-se à renovação de edifícios devolutos e à remodelação de casas antigas para os recém-chegados. Em 2019, o festival Bons Sons gerou uma receita na região no valor de cerca de 4.000.000 de euros em termos de alojamento e despesas relacionadas.

Na opinião dos habitantes de Cem Soldos, o festival e o trabalho do SCOCS capacitou as pessoas com um conjunto determinante de competências pessoais, interpessoais e técnicas e proporcionou bons resultados relativamente à tomada de decisões, respeito, promoção de uma vida ativa, melhoria das relações, trabalho em rede e envolvimento comunitário. Com o festival, os residentes aprenderam e, na verdade, são a prova viva do impacto que a contribuição de uma única pessoa tem numa causa em benefício do bem-estar coletivo e do bem-estar da própria aldeia.

Entidades Parceiras

SCOCS - Sport Club Operário de Cem Soldos
Câmara Municipal de Tomar
Paróquia de Madalena e Beselga

Abordagem Metodológica

Esta boa prática é sustentada por alguns ingredientes, nomeadamente, a governança partilhada, o empoderamento, a inovação social e, por último, a cultura, que é o elemento aglutinador que tem vindo a unir toda a população há décadas. (Ribeiro, 2020)

No entanto, outros ingredientes específicos podem ser tidos em consideração:

1. Existência de uma associação histórica no território, sobre a qual os residentes têm memória coletiva das suas atividades e intervenções e à qual é reconhecido o seu papel incontornável que tem desempenhado ao longo de várias gerações;
2. Os habitantes sentem-se responsáveis pelo curso e pelo futuro da sua aldeia;
3. Juntos, os habitantes identificam uma determinada necessidade ou problema, esta é apresentada à associação e depois a resolução do mesmo é conduzido por ela;
4. Uma série de opções para a resolução de problemas é apresentada à população para consulta pública e para que os mesmos participem nas sua resolução;
5. São colocadas em prática iniciativas voluntárias para fazer face aos problemas e os residentes são agentes ativos dessas iniciativas;
6. Todas as iniciativas são decididas e aprovadas numa assembleia que reúne todos os habitantes.

Recomendações/ dicas!

- Cultivar o orgulho coletivo e as raízes e tradições locais;
- Estar aberto à inovação e à mudança em várias dimensões, sem negligenciar a identidade local;
- Valorizar os talentos de cada pessoa para o desenvolvimento da zona rural;
- Abraçar a contemporaneidade.

Em 2019, o festival Bons Sons lançou um manifesto⁴ sobre a missão e essência do festival de Cem Soldos, que é apresentado abaixo:

1. Pela contemporaneidade no campo.

Lutamos por uma visão contemporânea do campo, por um olhar próximo e não paternalista do espaço rural. Há ainda quem pense que a aldeia é o passado e a cidade o futuro. Cabe às novas gerações conquistar os seus caminhos nestas paisagens. Vivemos a aldeia de hoje.

⁴ <https://www.bonssons.pt/i/2019/PR-BS-20190311.html>

2. Por uma plataforma cultural.

Trabalhamos para dar a conhecer a produção cultural que vive e resulta de um contexto. Balizámos a nossa ação nos projetos criados em Portugal, por portugueses ou estrangeiros, em português ou noutra língua. Criamos uma plataforma que coloca artistas e público em lugares de entendimento. Vivemos de projetos que trazem o novo, o aculturado e o refrescante. Somos o encontro.

3. Pelo planeamento do território.

Sabemos que as pessoas só querem estar onde as coisas acontecem. O êxodo rural resulta da falta de perspetivas para o campo. O desapego gera desconhecimento. A cultura deve ser um instrumento para o planeamento, fixação e atração do território. Temos ideias.

4. Pela cidadania participativa.

Defendemos a cidadania participativa. Não desresponsabilizamos as instituições, mas não cruzamos os braços. Fazer é o nosso poder.

5. Pelo envelhecimento ativo.

Acreditamos que todos têm um papel na comunidade em que se inserem. Viver em comunidade é viver num modelo intergeracional, numa relação de proximidade que estabeleça lógicas de interajuda, interesse, curiosidade e partilha entre as várias gerações. Envelhecer ativamente é dar uma oportunidade de crescimento para todos. Somos um imenso lar.

6. Pelo ensino em comunidade.

Consideramos que as escolas têm um papel fundamental para pensar e ativar as comunidades e devem ser permeáveis aos interesses e estímulos das mesmas. É preciso uma aldeia inteira para educar uma criança. Defendemos modelos de ensino práticos, adequados e ajustados que confirmem às crianças uma dimensão local e global. Crescemos com a aldeia.

7. Por projetos no território.

Acreditamos no financiamento de projetos multiplicadores, criadores de sentido e de riquezas. Estamos cansados de projetos que existem enquanto há fundos e acabam assim que as linhas de financiamento mudam. Projetos de gabinete que não tocam o território e que não têm parceiros locais. Investimos nas pessoas.

8. Por uma ação sustentável.

Necessitamos de uma ação local para agir globalmente. A sustentabilidade resulta de um equilíbrio evolutivo resultante das dinâmicas ecológicas, económicas e sociais. Defendemos um processo evolutivo baseado no encontro destas várias perspetivas. "Viver com o que a terra dá" é o nosso lema e Cem Soldos dá pessoas. Não ficamos plantados.

9. Pela criação de espaço público.

Defendemos um espaço público para todos. Aumentar o ego e o sentimento de pertença é essencial ao desenvolvimento humano e dos territórios. Criar espaços de encontro é criar espaço de partilha e de curiosidade sobre o outro. É urgente ativar, programar e habitar a rua. Habitamos a rua.

10. Pela cultura popular.

Defendemos a promoção da cultura popular. Queremos espaço para a cultura participativa, inclusiva e diversa. Uma cultura para todos e de todos. Defendemos um lugar artístico para a cultura popular e a sua devida apropriação pelas suas comunidades. A cultura sem dono.

Acesso Democrático à Cultura

Coventry, Cidade da Cultura 2021 e os Jogos da Commonwealth 2022 de Birmingham: eventos culturais de grande dimensão que investem na cultura popular

Contexto

As West Midlands, com uma população de 2,6 milhões de habitantes, está atualmente a capitalizar os benefícios do facto de se realizarem na região dois festivais nacionais e internacionais, um cultural e um desportivo.

A Cidade da Cultura do Reino Unido é um concurso nacional quadrienal para organizar um festival de grande dimensão no setor da cultura durante o ano. Os vencedores recebem financiamento do governo e, no caso de Coventry, a cidade já recebeu mais de £15,5 milhões. Mais £100 milhões foram angariados através de investimento de capital que será canalizado para apoiar projetos culturais com trabalhos realizados em três grandes locais - a Galeria de Arte Herbert, o Teatro Belgrade e a Catedral de Coventry. A celebração da cultura ao longo do ano atrai comunidades e criativos em para a cidade, para a região e mesmo para os arredores.

Os Jogos da Commonwealth de Birmingham são um evento internacional multidesportivo anual para atletas da Comunidade das Nações realizado de quatro em quatro anos. Os Jogos representam um investimento significativo no desporto e infraestruturas e, à semelhança da Cidade da Cultura, invariavelmente deixam um legado e têm um impacto positivo na requalificação das cidades. A despesa total é de cerca de três quartos de meio milhão de libras na criação de locais desportivos inclusivos de excelência, incluindo a reestruturação do Estádio Alexander, que após os jogos será um ponto central de saúde, bem-estar, desporto, atividades académicas e comunitárias inserido num Parque recentemente requalificado. Um novo Centro de Alto Rendimento com uma piscina aberta a atletas internacionais está a ser construído em Sandwell e será aberta ao público em 2023, após os Jogos. A vila dos atletas terá 1.400 habitações novas preparadas e equipadas para promover viagens sustentáveis e de mobilidade ativa (a mobilidade ativa consiste em caminhar, andar de bicicleta, de trotinete, usar qualquer tipo de apoio à mobilidade, em vez de transportes motorizados).

"O facto de se ser considerada 'Cidade da Cultura do Reino Unido' abre portas a um mundo de oportunidades para artistas locais, trabalhadores por conta própria e organizações artísticas e culturais" (Culture, 2020). Os resultados estimados até ao momento são os seguintes:

- 470 indivíduos e organizações com atividades - pintores, grupos religiosos e recreativos e o setor hoteleiro;
- Oito organizações receberam financiamento, incluindo £40.000 destinadas a artistas negros e £29.000 para apoiar a criatividade, sendo que os beneficiários receberam mentoria de uma pessoa nomeada para o efeito;
- Um programa específico de financiamento para apoiar candidaturas da comunidade local LGBTQ até £5.000 por projeto;
- A iniciativa 64 Million Artists procurou estimular a co-criação e a cultura cidadã, através da:
 - Formação em co-criação e democracia cultural;
 - Facilitação de um Grupo de Coordenação da Coventry 21 Streets para desenvolver uma estratégia para projetos culturais em todos os bairros da cidade;

Impacto para a comunidade e para a cidade de Coventry



- o Co-criação e implementação do programa Coventry Community Connectors com
- o 6 meses de formação e um sistema de apoio entre pares para líderes populares das diversas comunidades da cidade;
- o Coaching individual para os organizadores do festival *Collaborative Team*, que realizam trabalhos com impacto e potenciadores de oportunidades para os residentes.



Impacto dos Jogos Commonwealth para a comunidade

Os jogos são realizados entre 28 de julho e 8 de agosto em Birmingham. Como muitos jogos internacionais são muito competitivos, com 11 dias de natação e mergulho, 8 dias de cricket, dias de ginástica e 7 dias de atletismo numa série de locais novos ou remodelados e num espaço onde se encontram os atletas. Voluntários e atletas dirigem-se a Birmingham para proporcionar um espetáculo único na história da cidade e da região, que será transmitido na televisão.

Porém, esta é apenas uma das facetas dos jogos. De uma forma resumida, o investimento é canalizado para uma série de organizações de base comunitária para que estas possam desenvolver as suas próprias atividades locais e deixar um legado para a posteridade.

Esta iniciativa abrange mais de 100 organizações comunitárias que estão a beneficiar de £2m para envolver 200.000 participantes da comunidade em Birmingham 2022 em atividades relacionadas com a cultura antes dos Jogos da *Commonwealth*.

O comité por trás da organização dos Jogos, antes dos Jogos, realizou um festival com a duração de seis meses no setor da cultura, em Birmingham e em toda a região, de março de 2022 em diante, com o intuito de promover e mostrar os talentos criativos da cidade e da região ao público, assim como apoiar a economia cultural local. O festival representou uma oportunidade para os residentes de toda a cidade se reunirem e se envolverem diretamente em atividades ligadas a obras de arte, eventos e espetáculos nas ruas principais, nos canais, bairros, parques e edifícios públicos.

Paralelamente, o organismo nacional de financiamento desportivo disponibilizou cerca de 6,5 milhões de libras esterlinas para investir em instalações desportivas e culturais comunitárias em toda a região. O objetivo foi combater a inatividade nas comunidades locais e envolver grupos sub-representados. Este financiamento foi apoiado por um programa de investimento mais amplo disponibilizado pela National Lottery de 30 milhões de libras esterlinas, que visou aumentar o acesso da comunidade ao desporto.

Os Jogos também envolveram todas as crianças e jovens nos Jogos, incluindo mais de 400 escolas da cidade. Os jovens são uma das mais-valias da cidade, no entanto, nem sempre têm o início de vida mais propício para triunfarem na vida. O objetivo foi utilizar os Jogos como trampolim com as crianças e jovens da cidade, de forma a que a experiência única de



ser uma cidade anfitriã, os possa inspirar e entusiasmar, os faça sentir importantes, que têm voz e que são ouvidos.

Um Programa de Aprendizagem, implementado em parceria com a Comissão Organizadora, proporcionou uma grande oportunidade para cada criança e jovem de Birmingham se envolver nos Jogos. A Câmara Municipal disponibilizou um investimento complementar de £500,000 para o aumento da atividade em toda a cidade, que foi direcionado para:

- envolver as escolas e as organizações juvenis comunitárias em atividades que possibilitem conhecer as mascotes dos Jogos, visitar os embaixadores dos atletas, os eventos de massas e ter acesso a determinados recursos educativos;
- criar quatro centros de juventude em toda a cidade, considerados pontos de referência para o desporto, música, artes e atividades. Estes realizam workshops semanais, um desafio intercidades para desenvolver competências no basquetebol. Para além disso, os centros oferecem um programa de seis meses de empregabilidade a jovens entre os 17-24 anos, em **risco de se tornarem “NEET”**: não trabalham, não estudam nem estão a frequentar formação;
- oferecer o acesso a uma iniciativa intitulada "*Education is the Commonwealth*" para fomentar a valorização da Commonwealth e aprofundar o conhecimento do que é ter ser-se cidadão desta comunidade internacional;
- dar poder e voz aos jovens através do Conselho Juvenil da Cidade, para que estes forneçam informações-chave para o programa de aprendizagem, para o programa de voluntariado e para os eventos de massas. A Birmingham Children's Trust, juntamente com a Câmara Municipal de Birmingham, trabalhou para garantir que as crianças em risco ou institucionalizadas tenham as melhores oportunidades para participar em eventos desportivos e de bem-estar, fornecendo a cada criança e ao seu acompanhante 2 bilhetes para os Jogos; implementando um programa chamado "Desbloqueando os Jogos" que visou providenciar uma série de experiências e oportunidades emocionantes para comunidades, grupos, famílias e escolas; organizando um "*Bfriends Games 2021/22*" - uma série de experiências, mini-eventos desportivos e oportunidades de voluntariado que se prolongam para além dos Jogos da *Commonwealth* de 2022, terminando com uma cerimónia de entrega de prémios e encerramento.

Tema 3: Obstáculos no acesso à cultura

Contexto

Revisão de boas práticas pan-europeias, nacionais e urbanas.

Níveis de Aplicação – Nível Europeu

A nível Europeu::

O “Prémio Cidade Acessível” é um concurso inovador entre cidades europeias que foi lançado em 2010 para promover a acessibilidade em contexto urbano para pessoas portadoras de deficiência e para satisfazer as necessidades de acessibilidade de TODOS os cidadãos. O Prémio está aberto a todas as cidades da Europa com mais de 50.000 habitantes. Os Estados-membros que tenham menos de duas cidades desta dimensão, com áreas urbanas compostas por duas ou mais cidades também podem participar se a sua população total for superior a 50.000 habitantes. O prémio reconhece ainda, cidades que se empenham em melhorar a acessibilidade para pessoas portadoras de deficiência e que aplicam medidas exemplares para melhorar a acessibilidade no ambiente urbano. A cidade vencedora do prémio em 2021 foi Jönköping, na Suécia.

O “Prémio Cidade Acessível 2021” foi para a cidade de Jönköping por se ter tornado uma cidade mais acessível para as pessoas portadoras de deficiência. Jönköping, no sul da Suécia, introduziu melhorias de forma sistemática, tanto na parte nova como na parte antiga da cidade, em **colaboração com instituições de deficientes. A cidade também criou um ‘Prémio Cidade Acessível’ local, para empresas ou organizações que trabalham com os seus clientes para melhorar a acessibilidade.**

De 50 candidaturas, Jönköping foi designada a vencedora da 11ª edição do “Prémio Cidade Acessível”, na cerimónia online. A cidade de Bremerhaven, na Alemanha, e a cidade de Gdynia, na Polónia, foram os vencedores do segundo e terceiro lugares do “Prémio Cidade Acessível 2021”.

Poznań na Polónia recebeu uma menção honrosa pela acessibilidade dos serviços públicos durante o período de pandemia. Duas outras menções honrosas foram atribuídas a Komotini na Grécia por terem encarado a "acessibilidade como uma oportunidade para toda a cidade" e Florença, na Itália, pelo "ambiente construído".

Níveis de Aplicação – Nível local (urbano)

Boas práticas locais urbanas, em Atenas, Grécia: FALTSO é um grupo de músicos profissionais que ensina as crianças a tocar instrumentos em espaços ao ar livre (parques, praças) em Atenas. As crianças praticam depois da escola e aos fins de semana e realizam mini concertos ao ar livre para todos e de forma gratuita.

Uma boa prática Grega: No 1º domingo do mês, todos os cidadãos têm entrada gratuita nos museus e locais históricos/arqueológicos do Estado.

Tema 4: Cultura Sustentável

Este tema reúne alguns exemplos de programas culturais e artísticos comunitários que aumentem o fortalecimento dos laços entre os seus habitantes, nomeadamente, uma boa prática sobre a Integração da Cultura para o Desenvolvimento Local Sustentável da Cidade de Gaziantep

Contexto

Gaziantep foi classificada como um dos novos pólos industriais locais da Turquia, em 2005. Este crescimento industrial atraiu a população rural da região, criou oportunidades de emprego e aumentou o êxodo rural. Confrontada com este facto, a Câmara de Gaziantep começou a investir no desenvolvimento da infraestruturas na cidade, a desenhar, implementar e a aprovar pacotes de políticas e medidas para revitalizar o turismo e a realizar iniciativas para proteger o património cultural. O património cultural foi uma basilar porque a cidade é rica em património cultural. No entanto, não havia medidas de proteção dos bens culturais em risco, devido à chegada desenfreada dos novos habitantes. Assim, surgiu a política de Integração da Cultura no Desenvolvimento Local Sustentável da Cidade de Gaziantep, com a intenção de desenvolver e proteger o património cultural existente, em paralelo com as políticas de desenvolvimento local que visavam assegurar o desenvolvimento sustentável da cidade, diversificar as fontes de rendimento da mesmas, bem como capacitar as pessoas.

Introdução

Apesar da existência de muitos bens culturais tangíveis e intangíveis em Gaziantep, os potenciais impactos sociais, culturais e económicos dos mesmos não foram suficientemente identificados e os possíveis efeitos destas políticas ainda não foram totalmente alcançados. Antes da implementação destes pacotes de políticas e medidas, as populações locais desconheciam o valor e a potencialidade dos bens culturais. A cultura não era uma fonte essencial de rendimento a nível local. Mais tarde, as políticas de desenvolvimento local de Gaziantep começaram a incentivar a participação das pessoas, enquanto artistas criativos, empreendedores e visitantes, através da conceção de uma cultura acessível a todos na cidade. As políticas da cidade também estimularam um entendimento de género que incentivou as mulheres a tornarem-se ativas na vida social, económica e cultural de Gaziantep.

Neste contexto de remodelação estratégica a nível local, o principal objetivo destas políticas foi manter a perfeição artística na gastronomia, na música e na arte popular para melhorar a reputação de Gaziantep, promover o património cultural para torná-lo acessível a todas as pessoas e promover a inclusão social de grupos vulneráveis e desfavorecidos através do fortalecimento dos laços culturais entre os vários segmentos da sociedade de Gaziantep.


Entidades Parceiras

Associação de Artesãos
Câmara de Comércio
Sindicato das Cidades Históricas do Município de Gaziantep
Representantes dos empresários de turismo, proprietários de restaurantes e agentes de viagens

Abordagem Metodológica

As políticas públicas de Gaziantep visam fomentar o desenvolvimento social e económico do território, protegendo os locais que são considerados património cultural da cidade e promover a cultura local para fortalecer os laços entre os habitantes da cidade.

As abordagens inclusivas e holísticas adotadas por Gaziantep trouxeram muitos benefícios ambientais,



económicos, sociais e culturais para os habitantes da cidade:

Benefícios ambientais - o objetivo de proteger locais e propriedades culturais requer a adoção de várias ações amigas do ambiente. Cada tentativa de preservar os locais e bens do património cultural contribuirá, portanto, para proteger o ambiente e eliminar os efeitos adversos das alterações climáticas, prevenindo potenciais danos às condições naturais.

Benefícios económicos - a proteção de locais e propriedades culturais atrai turistas estrangeiros para visitar a cidade, revitaliza o setor do turismo e cria mais oportunidades de emprego, especialmente para os mais jovens.

Benefícios sociais e culturais - os locais e bens culturais evitam o enfraquecimento dos laços culturais. A sua proteção é, portanto, essencial para o fortalecimento dos laços entre as pessoas da cidade. O estabelecimento de fortes laços culturais promove a inclusão social e a coesão social na cidade.



 **ACE**
CULTURE

Erasmus + KA227 – 66555BD1A