

Animação e dinamização de Bibliotecas: Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria

Correia, Dulce - IPL (dulce.correia@ipleiria.pt)

Bento, Elisa - IPL (elisa.bento@ipleiria.pt)

Resumo

O presente artigo perspetiva uma reflexão sobre a relação da Animação Cultural, na sua vertente Socioeducativa, enquanto componente tributária para o desenvolvimento pleno e harmonioso da comunidade interna ao Instituto Politécnico de Leiria (IPL), aos níveis cognitivo/intelectual e afetivo/relacional. Deste modo procedemos a uma avaliação do comportamento da comunidade interna ao IPL, em relação às Atividades Culturais aqui promovidas e procurando perceber, o que poderá estimular esta relação.

Palavras chave: Animação Cultural, Arte/Cultura, Comunidade Académica, Educação, Participação

Abstrat

This article is a reflection about the relationship of Cultural Animation in its aspects Socio educational, while tributary component for the full and harmonious development of the internal Community of Leiria Polytechnic Institute, at the cognitive/intellectual and emotional/relational levels. Thus we carried out an evaluation of the behavior of the institute internal community, in relation of the Cultural Activities promoted and trying to understand, what can encourage this relationship.

Keywords: Academic Community, Art/Culture, Cultural Animation, Education, Participation

1 Introdução

A Biblioteca José Saramago, sediada no *campus* 2 do Instituto Politécnico de Leiria (IPL), iniciou a prática de realização de eventos culturais, em meados de 2003 de forma esporádica, uma vez que nesse mesmo ano ocupou o novo edifício, construído de raiz.

Este novo espaço está capacitado com uma zona própria para eventos.

Em 2007, com a reestruturação dos serviços, foram criados os Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria (SDIPL) que englobam as quatro Bibliotecas.

O projeto que havia para o *foyer*, o de acolhimento de atividades culturais como prática regular, começava a ganhar contornos e em 2009 foi criado o Gabinete de Atividades

Culturais e Formação do Utilizador (GACFU), sediado na Biblioteca José Saramago, mas no contexto dos Serviços de Documentação dos SDIPL.

O GACFU tem por missão fortalecer a ligação das pessoas (comunidade académica e público externo) à arte e à cultura e, para tal, dirige os seus esforços e criatividade na organização e realização de atividades culturais nos diversos *campi* do IPL.

Das atividades organizadas pelo GACFU, destacam-se: exposições de pintura, escultura e fotografia; lançamentos de publicações; palestras, conferências, seminários e *workshops*; artes performativas e, ainda, comemorações de dias nacionais e internacionais, designadamente, Dia do Livro Infantil, Dia da Europa, Dia Mundial da Criança, Semana da Saúde e Semana da Leitura.

Em síntese, a presente comunicação visa demonstrar/conhecer e avaliar a participação e envolvimento, sobretudo da comunidade académica do IPL, mas também da comunidade externa a esta instituição, nas Artes/Atividades Culturais, e mais concretamente, nos eventos promovidos pelos SDIPL.

1.1 Bibliotecas e atividades culturais

Muito se tem escrito sobre a adoção de técnicas modernas de administração pelas organizações sem fins lucrativos. Segundo Oliveira (1985, p.1), “ ... *as bibliotecas pertencem a um setor da comunidade chamado o setor terciário*”. “*Nos centros de informação o produto transacionado é intangível, a informação e a formação. Que precisa satisfazer as necessidades sociais sem recorrer a fins lucrativos*”. Uma destas técnicas de gestão são os eventos culturais que podem contribuir para, além do crescimento do indivíduo, para divulgação dos serviços de informação e das necessidades do utilizador.

O conceito ‘Biblioteca’ tem evoluído a partir do momento que se começou a considerar como espaço aberto, com diferentes compromissos e objetivos definidos no seu fazer social, onde atividades básicas de organização, administração e disseminação do conhecimento humano passam por modificações significativas, fundamentadas em três vetores complementares: atendimento, informação e participação. A juntar a estes,

consideramos merecer particular destaque, pela sua relevância, um quarto vetor, que, no entanto, sempre deverá manter-se integrado na complementaridade com os anteriores, como a Formação/Educação. O mesmo acontece na Arte/Atividades Culturais. Ambos são elementos constituintes da história da humanidade, devem assumir-se como parte integrante e dinâmica da construção da nossa identidade, numa bidirecionalidade de ação e inserção sobre e na cultura.

2 Gabinete de Atividades Culturais e Formação do Utilizador dos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria

2.1 Bibliotecas: Animação/Dinamização e o papel do Animador Cultural

Torna-se evidente a relevância da animação cultural no quadro teórico-concetual que desenvolvemos. Assim, sublinhamos que esta tem sido praticada como um campo de luta pela afirmação da cidadania, da valorização social e do fortalecimento da democracia, na qual se pressupõe a participação dos sujeitos. A animação cultural tenta desenvolver o diálogo, a ação comunicativa e a solidariedade, ou seja, é uma estratégia para a transformação social. De facto, este tipo de animação poderá dar origem a novos modos de pensamento, novas racionalizações e perspetivas, que irão contribuir para a renovação de princípios organizacionais das sociedades, sendo a figura 1, representativa destas relações.

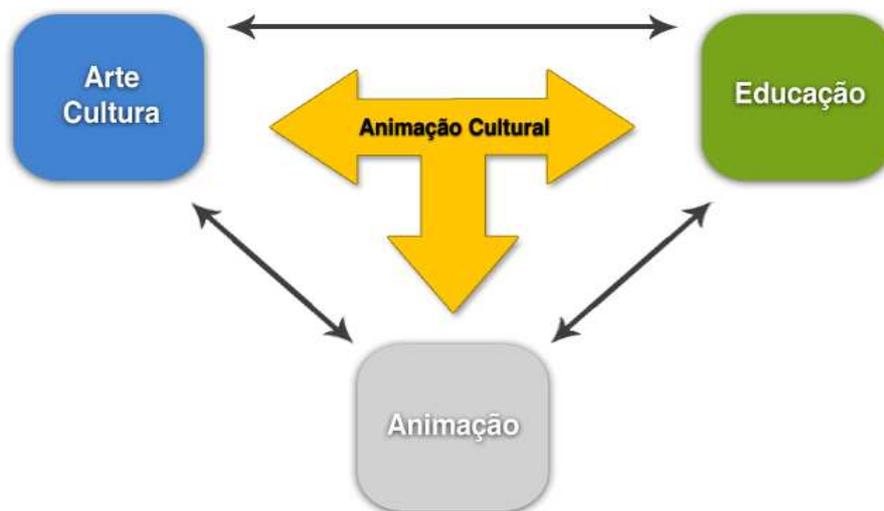


Figura 1 - Animação Cultural: relação com Arte/educação, Educação e Animação

Assim, a animação cultural atua como instrumento de difusão, contribuindo para a adaptação social e melhor compreensão do mundo que nos rodeia. Entendida deste modo, a animação cultural não é apenas instrumento da cultura mas também da educação. Mais do que isso, ousamos chamar-lhe “escola paralela” que visa contribuir para a formação de públicos, corrigir deficiências e contribuir para o enriquecimento de uma comunidade em particular, a do IPL.

Assume-se, assim, em contexto educativo, uma dinâmica de transformação da passividade, resignação e fatalismo do viver humano em participação, autonomia e emancipação. No entanto, a organização de programas educacionais/culturais não pode ser feita de forma ligeira e simplista, antes tem de ser fruto de esforço, empenho, zelo e conquista.

Não só na Educação, como em tudo na vida, é essencial ir ao encontro das necessidades com vista à sua satisfação. É certo que muitas necessidades são artificialmente criadas. No entanto, esta é a realidade com que nos deparamos e perante a qual temos de responder. Reforçando a ideia de Edgar Morin (1999, p.123), “... cada ser é munido de

distintos, gostos, saberes, histórias, vivências, atitudes, hábitos (...) É também essa característica que faz ver a cada um de nós a diferença no meio da semelhança”. De facto, é essencial intuir e encontrar interesses comuns, vontades habituais, hábitos correntes, necessidades idênticas e desejos semelhantes no meio da individualidade de cada ser que compõe a comunidade, por forma a promoverem-se eventos que, de um modo geral, correspondam aos interesses daqueles a quem se dirigem.

Na análise de campo, percebe-se que as Exposições não são o tipo de eventos que reúnam grandes adeptos da comunidade interna. Pelo contrário, os seminários, palestras, tertúlias, *workshops* e *as artes performativas* são os eventos mais apreciados. Esta informação alerta para a importância de se estudar e conhecer o mercado como ferramenta que possibilite “*a observação de tendências e a criação de novas oportunidades de consumo visando a satisfação do cliente e respondendo aos objetivos financeiros e mercadológicos das empresas de produção ou prestação de serviços*” (Fraga, Robson, 2006).

Tanto neste caso em particular, como em qualquer outra organização, o *marketing* é cada vez mais uma ferramenta crucial para se chegar aos mercados. Surgiu como forma de atender às necessidades de mercado, sem se limitar aos bens de consumo, e é amplamente usado para "vender" ideias e programas sociais. Técnicas de *marketing* são aplicadas em todos os sistemas políticos e em muitos aspetos da vida.

Pela análise de campo auferida, verifica-se que a maioria da população que assiste aos eventos realizados pelos SDIPL são discentes, já se começa a “conquistar” os docentes e, com maior dificuldade, os estudantes. Será sobretudo este o público-alvo para o qual se terão de realizar ações que possam “*despertar nos consumidores suas necessidades reprimidas e demonstrar como supri-las através de produtos e/ou serviços*” (Nóbrega, Moacir, 2008, sp).

Assim sendo, e tomando por referência o conceito de Animação Cultural antes explicitado como forma de integrar e elevar o ser humano, pondo-o a participar nos desafios que se lhe deparam como protagonista e até promotor, pode também afirmar-se

que o Animador Cultural deverá, entre outras características, ser também um *marketeer*. Esta característica visa potenciar a necessária criatividade e inteligência social, de modo a avaliar a realidade em que se insere e responder a problemas existentes e/ou futuros. Já que a Animação Cultural tem como principal objetivo aproximar públicos e obras, há necessidade de adequar os “produtos culturais” à comunidade interna e externa, de modo a fomentar a sua participação. Neste contexto, importa reforçar, de acordo com Lopes (2008, sp), que deverá existir “*uma íntima relação entre o plano educativo e o plano social, uma vez que a educação é condicionada e condiciona a sociedade*”.

Se o processo de educar engloba as vertentes *ensinar e aprender*, deduz-se que também se educa ensinando a apreciar a Arte e a Cultura. É este um dos domínios de atuação do Animador Cultural. E é aí que *Marketing* e Animação Cultural se deverão fundir, para que haja “*um instrumento/um meio educativo, assim como uma metodologia activa e participativa de comunicação, motivação e criatividade bem como um recurso didáctico para conseguir uma educação integral e integrada no meio*” (Ventosa, 2003, p.16).

Outro aspeto a merecer destaque relaciona-se com a necessidade de trabalhar melhor a divulgação, para que chegue ao maior número de pessoas. Recorrendo uma vez mais ao *marketing* como ferramenta a ser utilizada pela Animação Cultural no apoio à divulgação da Cultura/Artes e incremento da participação do seus públicos, consideremos agora um dos “P” do *MarketingMix*: a Promoção. Importa lembrar que uma das suas formas é Comunicar. No entanto, esta comunicação não se limita ao P de Promover, mas engloba também Preço, Produto e Ponto de Venda/Distribuição. Comunicar torna-se uma ferramenta decisiva para o Animador Cultural, impulsionada pela sua criatividade, capacidade crítica e sensibilidade para interpretar os públicos, com o objetivo de alcançar os melhores resultados. Esta ferramenta é, assim, o seu grande auxílio para conhecer, ler, atingir, incentivar, avaliar e melhorar. Comunicar é também uma forma de Arte, sobretudo a partir de percepções, emoções e ideias, visando estimular essas instâncias de consciência nos espectadores.

2.2 Missão dos Serviços de Documentação

Os Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria têm como Missão, *“Processar informação, produzir conhecimento!”*. De um modo mais alargado, a Missão dos SDIPL assume-se como *“apoio às atividades de ensino e investigação desenvolvidas no IPL”* e visa *“fornecer de forma eficaz e eficiente serviços de biblioteca que satisfaçam as necessidades da sua comunidade de utilizadores, proporcionar formas de acesso privilegiado à informação e facilitar a aprendizagem ao longo da vida.”*

De forma contínua, assiste-se a um IPL que, através dos seus Serviços de Documentação e como comunidade viva, tem desenvolvido um trabalho sistemático, proporcionando cada vez maior oferta de atividades extracurriculares à comunidade interna e externa ao IPL, cobrindo todos os *campi* e pólos da instituição, localizados em Leiria, Caldas da Rainha e Peniche. O seu propósito radica na convicção de que, promovendo a realização de atividades culturais, científicas e artísticas extracurriculares destinadas à comunidade, contribui fortemente para a formação integral da personalidade dos seus elementos, complementando a formação académica que lhes é proporcionada no percurso escolar. Ao proporcionar aos estudantes oportunidades de encontro e discussão com personalidades de diferentes áreas do conhecimento, através da implementação de um Plano de Atividades Culturais e Formativas extracurriculares, os SDIPL procuram contribuir para a consolidação dos seus conhecimentos na dimensão sociocultural, para o desenvolvimento da sua consciência de cidadania e para o despertar de referências e valores humanos.

A Animação Cultural é uma metodologia importante num processo educativo cuja missão consiste numa aprendizagem, em que deve imperar a coabitação entre o intelectual, o afetivo e o relacional. O mesmo acontece na Arte/Atividades Culturais e como elementos constituintes da história da humanidade, devem assumir-se como parte integrante e dinâmica da construção da nossa identidade, numa bidirecionalidade de ação e inserção sobre e na cultura.

Podemos ainda observar a função e importância da Arte/Atividades Culturais na educação, numa dupla perspectiva: não só no que respeita à sua funcionalidade como experiência estética, mas também no que concerne ao seu carácter facilitador no processo ensino/aprendizagem. Estes dois aspetos contribuem decididamente para converter a escola num espaço mais cativante e acolhedor.

Neste contexto, torna-se premente encarar a educação como algo mais que um meio de transmitir conhecimentos; ela é também, e acima de tudo, atividade holística em constante articulação, um meio para comunicar e promover a expressividade, a criatividade, a socialização, a auto-confiança e a ligação do indivíduo à comunidade, objetivando uma conceção do seu crescimento e desenvolvimento, bem como da formação integral e harmoniosa da sua personalidade.

Assim, o papel do educador é fundamental na promoção de uma educação que desenvolva plenamente as potencialidades de cada educando, fomentado a sua criatividade, inovação, descoberta e realização pessoal e grupal.

2.3 Plano de Atividades Culturais

Em 2010, implementou-se o primeiro “Plano de Atividades Culturais” para definir as atividades e os campi, onde as mesmas decorreriam ao longo do ano.

É importante referir que das quatro bibliotecas dos SDIPL, a Biblioteca José Saramago é a que tem as infraestruturas mais indicadas/com espaço próprio e é também a que abrange um maior número de potenciais utilizadores/público, dada a sua localização e pelo facto de estar situada entre a Escola Superior de Saúde (ESSLei) e a Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG).

Para a elaboração do Plano de Atividades Culturais, o GACFU realiza um processo de seleção de vários tipos de propostas oriundas de espetáculos, artistas/instituições/empresas (internas e externas ao IPL).

Após esta triagem, segue-se o contacto com os respetivos artistas/instituições/empresas para solicitar orçamentos e perceber a logística da atividade. Terminada a pesquisa, a reflexão, a elaboração das fichas técnicas dos eventos e a orçamentação das atividades, o Plano de Atividades segue para a avaliação superior e para aprovação.

Desde 2008 até à data, os SDIPL realizaram cerca de 100 atividades, de acordo com a tabela 1:

Tabela 1: Quantificação de atividades

ATIVIDADES CULTURAIS (organização/acolhimento)						
2008	2009	2010	2011	2012	2013	TOTAL
5	14	32	22	14	13	100

Tomando como ponto de partida a tabela acima e a do estudo de campo, a percepção é de que, em geral, os eventos têm despertado baixos índices de participação da comunidade interna, ao contrário da externa que cada vez mais afluí ao espaço. Após a realização e aplicação de alguns inquéritos elaborados em estágios curriculares, esse facto comprova-se.

2.4 Análise de Evento

Um dos objetivos de pesquisa do GACFU é:

- ❖ Identificar as razões pelas quais os sujeitos participam, ou não, nos eventos propostos;
- ❖ Compreender e desenvolver novas formas de promover eventos culturais que despertem interesse na comunidade em referência;
- ❖ Organizar estratégias para melhorar o envolvimento da comunidade nos eventos.

Segundo um estudo recente elaborado pela estagiária do curso de Licenciatura de Animação Cultural, Flávia Bento, que na inauguração de exposição

“Contemporaneidades” e lançamento de livro do autor Micael Sousa, (colaborador do IPL), inquiriu os convidados, percecionou-se de forma mais objetiva o que explicamos na comunicação.

Os dados abaixo patentes foram retirados do inquérito realizado pela estagiária Flávia Bento, sob orientação do GACFU.

Na inauguração da exposição acima referida, estavam presentes cerca de cem pessoas. Foram então entregues cem questionários, das quais sessenta e quatro responderam e devolveram o inquérito entregue no início do evento.

Na questão “**A que grupo de utilizadores da Biblioteca José Saramago pertence?**”, seis pessoas responderam que eram estudantes, três pessoas responderam que eram funcionários docentes, cinco pessoas responderam que eram funcionários não docentes e cinquenta pessoas responderam que eram utilizadores externos, (figura 2).

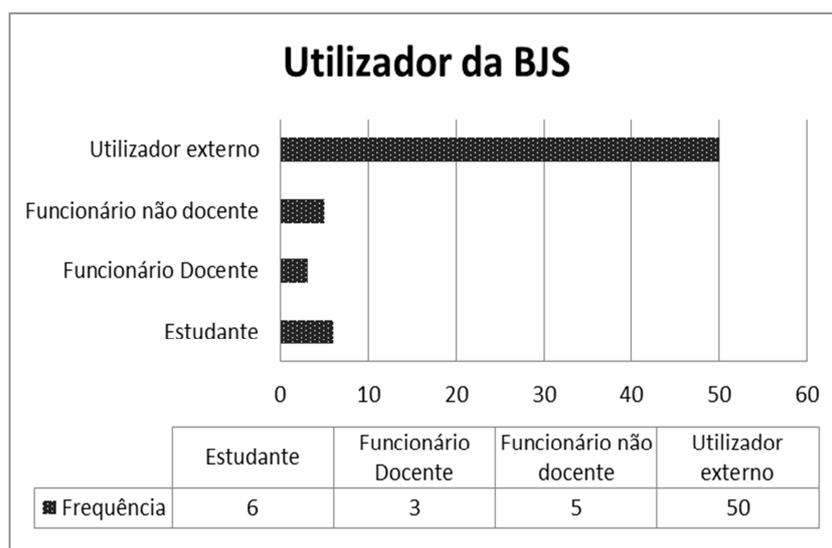


Figura 2 - Utilizadores da BJS (Biblioteca José Saramago)

Na pergunta “Qual a razão que o levaram a frequentar este evento cultural promovido pelos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria?”, obtiveram-se os seguintes resultados:



Figura 3- Motivo de presença no evento

Na pergunta “Costuma frequentar regularmente os eventos culturais promovidos pelos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria?”, quinze pessoas responderam que sim e quarenta e nove pessoas responderam que não, figura 4.

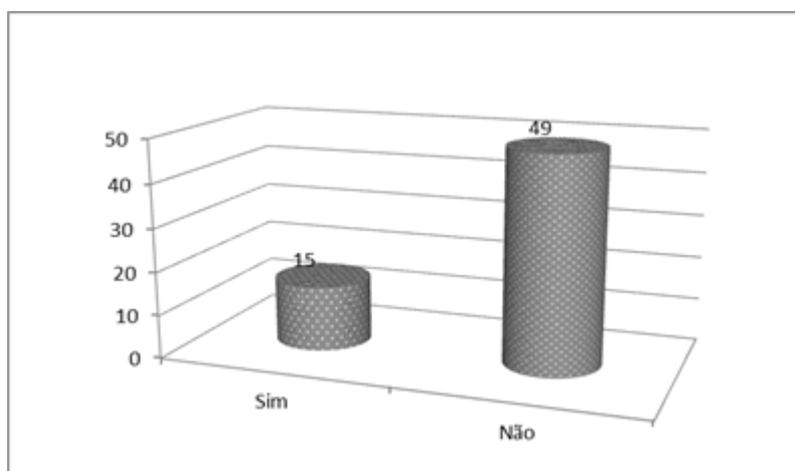


Figura 4 - Eventos promovidos pelos SDIPL

Na questão **“Porque é que frequenta regularmente os eventos culturais promovidos pelos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria?”**, obtiveram-se as seguintes respostas:

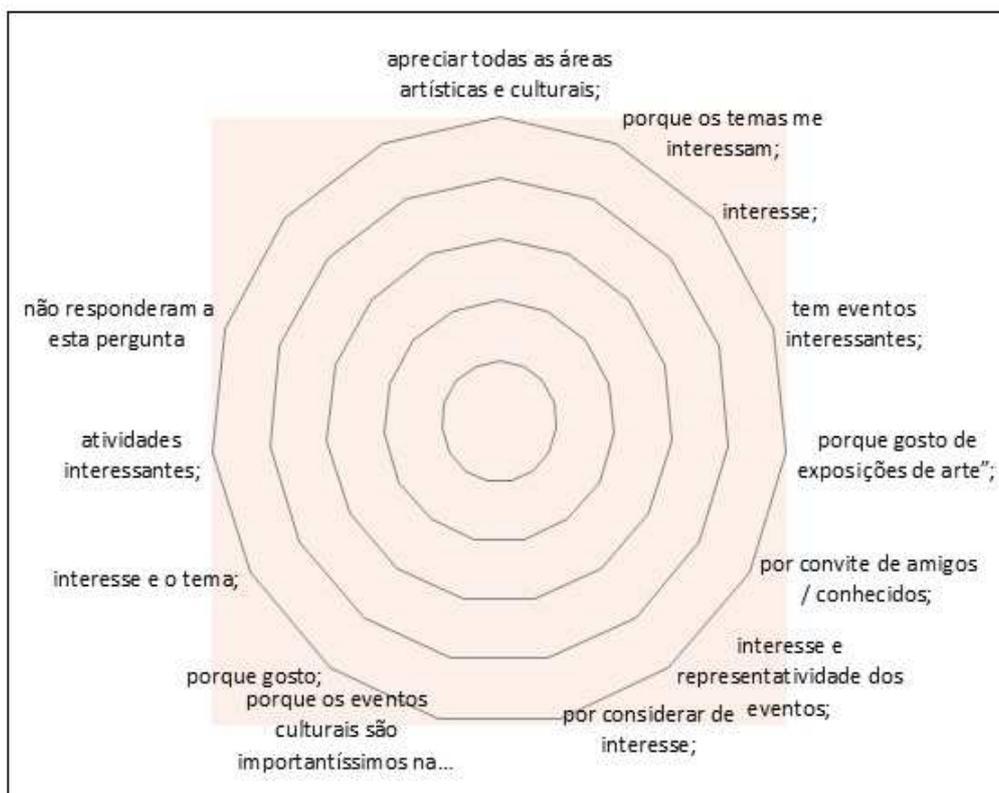


Figura 5 -Resultados das respostas à questão “Porque é que frequenta regularmente os eventos culturais promovidos pelos SDIPL?”

Na pergunta **“Porque é que não frequenta regularmente os eventos culturais promovidos pelos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria?”**, obtiveram-se os seguintes resultados, (figura 6):

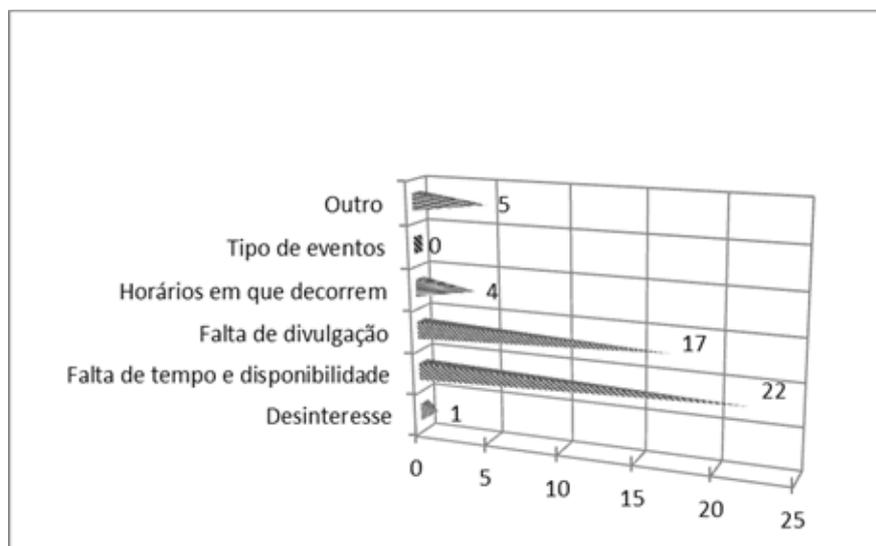


Figura 6 - Questão: Porque é que não frequenta regularmente os eventos culturais promovidos pelos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria?

Ao comunicarmos com o mercado, passamos igualmente a conhecê-lo. Existem algumas lacunas, sobretudo as afetas à promoção e divulgação. Importa, pois, redefinir o trabalho realizado nesta área. Efetivamente, quando analisados dados de inquéritos realizados pelos estagiários que passaram pelo GACFU, quer na análise de campo (em conversas informais com a comunidade) sobre os motivos que levaram a comunidade a não participar nos eventos realizados pelo SDIPL, a maioria “não teve conhecimento do mesmo”. Considera-se haver um elevado número de pessoas a não ter conhecimento dos eventos, tendo em conta que todos eles, promovidos por aqueles serviços, são sempre precedidos por formas de divulgação, desde o envio de convite eletrónico, à fixação de cartazes, entrega de convites personalizados, informação transmitida através das redes sociais (*Twitter, Facebook, Blogue, Portais da Instituição* e dos próprios SDIPL, entre outras).

Pela análise dos dados de alguns dos inquéritos realizados nos SDIPL, pode afirmar-se que o Correio Eletrónico é a forma menos eficaz de divulgar eventos uma vez que, é do conhecimento geral que, principalmente os estudantes, não acedem ao *e-mail* da escola.

3 Conclusão

Tendo em consideração os resultados globais, como também alguma experiência e observação em campo, possibilitam descobrir que, apesar da apreciação geral bastante positiva daqueles que participam nos eventos organizados pelos SDIPL, ainda há um longo caminho a percorrer e muito para melhorar, traçando mesmo rotas alternativas ou novas naquele percurso.

Os SDIPL deverão, então, conferir a importância merecida a um processo de avaliação e revisão analítica, o qual permitirá considerar os mesmos ou processos de funcionamento alternativos, tendo em vista a melhoria contínua e um crescimento sustentado de todos os recursos, assentes numa manutenção dos públicos existentes e conquista de novos públicos. O propósito final será sempre incrementar a participação das comunidades.

Neste seguimento, é necessário melhorar o Plano de Atividades Culturais dos SDIPL. Este terá de ser reavaliado, procurando selecionar eventos que interessem mais à população a quem se dirigem e aperfeiçoar a divulgação/promoção, que permitirá chegar a um maior número de pessoas. É fundamental a avaliação de cada evento, para o conhecimento/controlo na captação de um público diferenciado.

O GACFU trabalha com o objetivo de ser um contributo para a melhoria no promover de saberes e valores, que conduzam ao desenvolvimento e crescimento do indivíduo.

Pudemos ainda confirmar a importância da atividade cultural, como complemento da formação académica, através do acesso à cultura e às artes. Para além disto, confirmámos a importância do encontro e discussão da comunidade interna e externa do IPL, com personalidades de diferentes áreas do conhecimento, proporcionados pela implementação de um Plano de Atividades Culturais e Formativas extracurriculares.

Após consolidação desta informação, podemos afirmar que os SDIPL conseguem, através da sua dimensão sociocultural, atingir um desenvolvimento da consciência de cidadania e despertar valores humanos na comunidade com que interagem.

4 Referências Bibliográficas

- **Bento**, Flávia (2013). Relatório de Estágio: Gabinete de Atividades Culturais dos Serviços de Documentação do Instituto Politécnico de Leiria. Leiria;
- **Fraga**, R. e Nóbrega, M. (2006). *Marketing*. Recuperado em 2012, 21 junho, de <http://www.thinkfn.com/wikibolsa/Marketing>;
- **GACFU** – Gabinete de Atividades Culturais dos SDIPL (2010). *Apresentação do GACFU*. Diapositivos internos (não editado):
- **Instituto Politécnico de Leiria** Acedido em 2011 e 2012, de www.ipleiria.pt Portal/Legislação/plano atividades;
- **Lopes**, M. (2008). Animação Sociocultural em Portugal (2ª ed.). Amarante: Intervenção;
- **Morin**, E. (1999). *O desafio do Século XXI: religar os conhecimentos*. Lisboa: Instituto Piaget;
- **Oliveira**, S. (1985). *Marketing e sua aplicação em bibliotecas: uma abordagem preliminar*. Ciência da Informação, vol.14, n.2, p.137-147, jul./dez.;
- **Ventosa**, V. (2003). *Educar para la participación en la escuela*. Madrid: Editorial CCS.