

Manual do avaliador



Cultura e
Comunicação



Este Manual foi elaborado para orientar os avaliadores no trabalho de leitura das fichas de inscrição e de análise das iniciativas inscritas na **3ª edição do Prêmio Cultura Viva**. Aqui se encontram os conceitos e eixos avaliativos que servirão de parâmetro para a avaliação das iniciativas, de modo que todos os avaliadores trabalhem com o mesmo referencial, respeitadas as particularidades regionais.

Manual do avaliador

Sumário

Cultura e comunicação	4
Categorias de inscrição	6
O processo de seleção	6
O trabalho do avaliador	8
Eixos avaliativos	11
Particularidades do olhar sobre as categorias	17

Cultura e comunicação

A **3ª edição do Prêmio Cultura Viva** valoriza iniciativas com caráter de continuidade que atuam na articulação entre cultura e comunicação, criando situações comunicativas com conteúdos culturais que ampliem os espaços de diálogo e estimulem a fluência comunicativa de grupos ou entre vários grupos sociais.

- **Por iniciativa** entende-se um conjunto delimitado de ações, com objetivos e públicos-alvo previamente definidos, que tenha sido iniciada antes ou pelo menos até a data de 30/06/2009.
- **Caráter de continuidade** é um atributo de iniciativas que compreendem uma ação ou um conjunto de ações articuladas entre si, ao longo do tempo, de modo a assegurar o bom termo de sua proposta.
- **Situações comunicativas** são processos que favorecem o diálogo entre pessoas, entre pessoas e grupos e entre diferentes grupos culturais, sejam diálogos mediados (aqueles que utilizam mídias) ou não mediados (que ocorrem por meio de oralidade, gestos ou movimentos corporais).
- Por **conteúdos culturais** entendem-se produções e produtos que estejam no campo das Artes (artes cênicas, audiovisual, artes visuais, artes

musicais, artes da palavra) e do **Patrimônio Cultural** (todas as criações materiais e imateriais que consideramos valiosas e significativas e, por isso, desejamos preservar. São os monumentos, as obras de arte, os modos de vida, as festas, as comidas, as danças, as brincadeiras, as palavras e expressões, enfim, os saberes, fazeres e falares valorizados por um determinado grupo social¹).

- **Por fluência comunicativa** entende-se a capacidade de indivíduos ou grupos de expressar pensamentos, conhecimentos, experiências e idéias de forma que sejam compreendidos por outros indivíduos ou grupos.

Com o tema cultura e comunicação, buscamos destacar nesta edição do **Prêmio Cultura Viva**, as iniciativas culturais que estimulam a fluência comunicativa – a expressão, o compartilhamento de informações e conhecimentos – e o trabalho colaborativo como condições preciosas para o reconhecimento da influência das práticas culturais no processo de construção de identidades, convivência e desenvolvimento.

Assim, o Prêmio é dirigido a iniciativas culturais que:

- **Apropriam-se dos meios de comunicação para a criação, a expressão ou a divulgação de suas práticas culturais;**

¹ Adaptado de LONDRES, Cecília. "Patrimônio e performance: uma relação interessante". In: *Patrimônio imaterial, performance e (re) tradicionalização*. Brasília/DF: UnB, 2004.

- **Fazem uso dos meios de comunicação para possibilitar o intercâmbio entre grupos, favorecendo o acesso e a troca de conteúdos culturais (relacionados às artes ou ao patrimônio cultural);**
- **Desenvolvem experiências de produção de conteúdos culturais em mídias variadas²;**
- **Estimulam a criação de conteúdos culturais por diversos sujeitos coletivamente, de forma colaborativa;**
- **Propiciam experiências de tradição oral, com a transmissão de saberes e histórias que mantêm viva a memória de um grupo social.**

No âmbito da 3ª edição do Prêmio Cultura Viva, **meios de comunicação** abrangem desde técnicas de comunicação mais tradicionais (como orais e gestuais) até as mais contemporâneas (que incluem os ambientes digitais), bem como mídias (suporte físico ou tecnológico) utilizadas por indivíduos ou grupos para acesso, produção, registro e divulgação de conteúdos culturais.

Também serão destacadas as experiências de comunicação que propiciem, aos sujeitos envolvidos na situação comunicativa, a troca e o aprendizado de saberes, assim como a ampliação de sua capacidade de percepção, compreensão e intervenção na realidade, desenvolvendo novas formas de atenção às questões de seu cotidiano.

A comunicação influi nos processos de reconhecimento, produção, difusão e consolidação das práticas culturais. E a cultura interfere e mobiliza a capacidade comunicativa dos indivíduos e grupos sociais. Ao estreitar a ligação entre comunicação e cultura, o Ministério da Cultura aponta para a necessidade de reconhecer e fomentar a diversidade cultural e de ampliar o acesso da população aos bens culturais e aos meios de comunicação.



² Experiências desenvolvidas em qualquer suporte típico das comunicações, sejam físicos ou tecnológicos, tais como: texto escrito, som, imagem, vídeo ou multimeio, televisão ou rádio comunitária, blog, site, publicações impressas ou qualquer outro meio que se preste a atividades de comunicação.

Categorias de inscrição

Na **3ª edição do Prêmio Cultura Viva** foram definidas quatro categorias de inscrição, estabelecidas de acordo com a natureza do proponente:

● Gestor Público

Órgãos da administração pública direta ou indireta, inclusive de natureza autárquica ou fundacional, em nível municipal, estadual ou do Distrito Federal.

● Grupo Informal

Grupos de indivíduos, não constituídos sob forma de pessoa jurídica, que desenvolvem ações conjuntas na área da cultura, que compartilham os mesmos valores e/ou convivem em função de interesses e demandas culturais comuns.

● Organização da Sociedade Civil

Organizações sem fins lucrativos tais como ONGs, organizações religiosas, populares, associações de moradores etc.

● Ponto de Cultura

Iniciativa pública ou privada, sem fins lucrativos, selecionada por meio de edital público ou seleção direta, que desenvolve atividades de formação, produção e difusão cultural junto à comunidade local e que faz parte do Programa Cultura Viva e do Programa Mais Cultura do Ministério da Cultura.

O processo de seleção

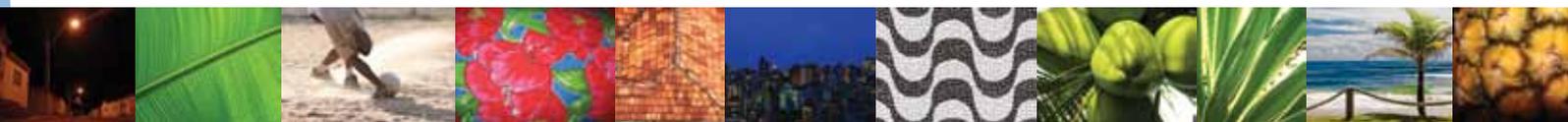
O processo de seleção das iniciativas inscritas na **3ª edição do Prêmio Cultura Viva** divide-se em quatro etapas:

1ª etapa – Análise preliminar

Análise formal de todas as iniciativas inscritas, com o objetivo de verificar se atendem aos requisitos definidos no Regulamento. Nessa etapa são desclassificadas as inscrições realizadas em desacordo com o Regulamento.

Após essa etapa, as iniciativas classificadas são agrupadas, de acordo com o seu local prioritário de atuação, em quatro regionais que seguem a divisão geopolítica do território nacional:

- Nordeste
- Norte e Centro-Oeste
- Sudeste
- Sul



2ª etapa – Seleção das 120 iniciativas semifinalistas

Seleção das iniciativas semifinalistas de modo regionalizado e dentro de um critério de proporcionalidade, considerando o número de iniciativas inscritas em cada regional e em cada categoria. Para cada regional haverá uma Comissão de Seleção.

As Comissões de Seleção de Semifinalistas são compostas por pessoas que têm conhecimento da realidade regional, visando garantir que cada iniciativa seja avaliada por um profissional que conhece o contexto no qual ela é desenvolvida.

A Comissão de Seleção de Semifinalistas de cada uma das quatro regionais se reunirá presencialmente para trocar idéias, discutir os pareceres trazidos pelos avaliadores e analisar as iniciativas em grupos, de maneira que a seleção final seja coletiva.

As 120 iniciativas semifinalistas receberão o **Selo Prêmio Cultura Viva**, uma chancela de reconhecimento desenvolvida para dar visibilidade às iniciativas que se destacam no processo do **Prêmio Cultura Viva**.

3ª etapa – Seleção das 40 iniciativas finalistas

Seleção das 40 iniciativas finalistas, 10 em cada categoria, em âmbito nacional. A Comissão de Seleção de Finalistas será responsável pela análise das 120 iniciativas semifinalistas e pela escolha das finalistas. Cada iniciativa será analisada por dois avaliadores que discutirão seus pareceres em reuniões presenciais. O grupo de avaliadores de cada categoria decidirá conjuntamente sobre as finalistas.

A seleção das iniciativas finalistas será realizada com base na análise das fichas de inscrição, dos materiais complementares, dos pareceres produzidos pelos integrantes das Comissões de Seleção de Semifinalistas e de outras informações consideradas relevantes para a análise que poderão ser solicitadas aos proponentes.



O trabalho do avaliador

4ª etapa – Seleção nacional das 12 iniciativas premiadas

Seleção das 12 iniciativas premiadas – três em cada categoria: Gestor Público, Grupo Informal, Organização da Sociedade Civil e Ponto de Cultura.

A Comissão de Seleção dos Premiados terá como subsídio para a seleção das 12 iniciativas premiadas em âmbito nacional, dentre as 40 finalistas, os seguintes documentos: as fichas de inscrição, os materiais complementares, os pareceres produzidos nas duas etapas anteriores de seleção e os relatórios de Visita Técnica.

Cada uma das 40 iniciativas finalistas será visitada por um profissional da Comissão Técnica de Visitas, que apresentará um relatório com informações adicionais para subsidiar a avaliação da Comissão de Seleção dos Premiados.

Cada iniciativa será avaliada por mais de um profissional e sua classificação final dependerá da discussão dos resultados das análises dos avaliadores, durante encontro presencial. A indicação para premiação será referendada pelo grupo de avaliadores da mesma categoria de inscrição.

As iniciativas premiadas receberão um troféu e os seguintes prêmios em dinheiro:

1º lugar = R\$ 40.000,00

2º lugar = R\$ 25.000,00

3º lugar = R\$ 15.000,00

Para o **Prêmio Cultura Viva**, avaliar é julgar o mérito e a relevância de iniciativas culturais com base em um determinado referencial valorativo, explícito e aceito pelos sujeitos que avaliam. Esse referencial é traduzido em critérios para se julgar o valor das iniciativas.

Na **3ª edição do Prêmio Cultura Viva**, esse referencial foi estabelecido a partir da idéia de que a articulação entre cultura e comunicação pode gerar ações capazes de ampliar a capacidade das pessoas de expressar-se, dialogar, acolher a diversidade, argumentar e negociar posições com base em informações compartilhadas.

No âmbito do **Prêmio Cultura Viva**, a avaliação apresenta algumas peculiaridades. A primeira delas é que as iniciativas são avaliadas prioritariamente com base na análise documental, isto é, a partir dos dados apresentados na Ficha de Inscrição³. Cabe ressaltar que essas informações poderão ser acrescentadas por meio do acesso aos sites das iniciativas, mas solicitamos que não seja estabelecido qualquer contato com as mesmas.

A análise documental conjuga duas perspectivas: uma mais objetiva, que considera informações factuais como conteúdo, estratégias, processos e resultados da ação; e outra subjetiva, que capta valores, atitudes e motivações. Sem dúvida, a diversidade de experiências e conhecimentos acumulados pelos avaliadores traz olhares objetivos e subjetivos também diversos, o que enriquece a avaliação pretendida.

³ As visitas técnicas, que trazem informações adicionais para o processo de seleção, são realizadas apenas às 40 iniciativas finalistas.

A segunda peculiaridade diz respeito ao perfil dos avaliadores. No processo de avaliação do **Prêmio Cultura Viva**, a convocação de agentes sociais do campo da cultura, da política social, da gestão governamental e de organizações da sociedade civil busca democratizar e diversificar o olhar sobre as iniciativas culturais presentes na sociedade brasileira, tornando o processo mais participativo e transparente, além de criar, igualmente, uma rede de parceiros na produção dos retratos de cultura deste país.

A interdisciplinaridade, a experiência e a sensibilidade dos avaliadores permitem compreender as várias potencialidades e igualmente as desigualdades regionais/locais. Vale lembrar que cada avaliador

apresenta pontos de vista e repertórios distintos que podem contribuir para a construção de uma visão mais precisa e cuidadosa sobre a cultura brasileira.

Em síntese, o parecer avaliativo/seletivo no âmbito do **Prêmio Cultura Viva** incide na pertinência, coerência, legitimidade e peso social da iniciativa para seus participantes, aferindo sua relevância enquanto criadora de situações comunicativas e de espaços de diálogo, propiciando formas de interação entre sujeitos e entre sujeitos e a sociedade, a divulgação de conteúdos culturais e/ou a troca de informações e conhecimentos, a partir de diferentes canais de comunicação ou de técnicas de transmissão de informação.



Orientações para o avaliador

Para orientar o trabalho de avaliação das iniciativas, apresentamos algumas sugestões:

1. Leia com atenção o Regulamento e a Ficha de Inscrição da **3ª edição do Prêmio Cultura Viva**. Alguns termos utilizados neste material constam do Glossário, criado especificamente para essa edição. Na dúvida, consulte a página 9 do Regulamento;
2. Leia cuidadosamente este Manual;
3. Faça uma leitura geral de todas as fichas de inscrição das iniciativas a serem avaliadas por você, a fim de se inteirar do universo nelas representado;
4. Leia novamente cada uma das fichas, iniciando a análise individual, com bases no item “Eixos avaliativos” deste Manual. Anote as observações necessárias, levantando questões, registrando dúvidas, ressaltando pontos fortes e fragilidades de cada iniciativa e suas impressões;
5. Verifique como a iniciativa apresenta seus aspectos formais: objetivos, público-alvo, metodologia e resultados, ou seja, *o que é feito, para quem, com quem, para quê e por quê*;
6. Ao final da leitura, procure obter uma visão geral do desempenho de cada iniciativa;
7. Para os avaliadores das etapas de seleção de iniciativas semifinalistas e finalistas: após a leitura do conjunto de iniciativas, preencha, para cada uma delas, o parecer avaliativo/seletivo que consta no site do **Prêmio Cultura Viva**. Lembre-se de que esse parecer subsidiará as próximas etapas de seleção, portanto, sua redação deve ser clara e objetiva.

Se surgirem dúvidas, entre em contato com a equipe da 3ª edição do Prêmio Cultura Viva pelo e-mail avaliadorpcv@cenpec.org.br ou pelo telefone **0800-707-9209** (ligação gratuita)

Eixos avaliativos

Para subsidiar o processo de seleção das iniciativas inscritas na 3ª edição do Prêmio Cultura Viva, elegemos seis eixos avaliativos⁴ para servir de referência ao processo de leitura e análise dos avaliadores.

1. Criação de situações comunicativas com conteúdos culturais, com caráter de continuidade, nas áreas das Artes e/ou do Patrimônio Cultural.
2. Ampliação da fluência comunicativa dos envolvidos na iniciativa.
3. Criação de oportunidades para a produção colaborativa de conteúdos culturais.
4. Ampliação do acesso aos meios de comunicação para produção, registro e divulgação de conteúdos culturais.
5. Formação para apropriação das técnicas e linguagens dos meios de comunicação.
6. Uso inovador das linguagens artísticas em situações comunicativas.

Os eixos avaliativos são válidos para as quatro categorias do Prêmio⁵. A seguir apresentamos a descrição dos seis eixos, com indicação dos aspectos que devem ser considerados na análise das iniciativas. Para auxiliar o trabalho do avaliador, apontamos as questões da Ficha de Inscrição que trazem “pistas” para facilitar a sua observação.



⁴ Os eixos avaliativos foram publicados no item 18 do Regulamento da 3ª edição do Prêmio Cultura Viva.

⁵ As particularidades do olhar sobre cada categoria são indicadas após a apresentação dos eixos avaliativos na página 17.

Eixo 1

Criação de situações comunicativas com conteúdos culturais, com caráter de continuidade, nas áreas das Artes e/ou do Patrimônio Cultural

As situações comunicativas compreendem todos os processos que favorecem o diálogo entre pessoas, entre pessoas e grupos e entre diferentes grupos culturais, sejam diálogos mediados (aqueles que utilizam mídias) ou não mediados (que ocorrem por meio de oralidade, gestos ou movimentos corporais). Essas situações oferecem grandes oportunidades para o compartilhamento de experiências, a ampliação de conhecimentos, o exercício da fluência verbal, o desenvolvimento das capacidades de argumentação e de negociação.

O diálogo envolve pessoas e grupos e é sempre de “dupla direção”, isto é, cria condições para que todos possam expressar suas idéias, percepções e opiniões, seus modos de ver e representar o mundo, mas também escutar, ler, observar e levar em consideração o que foi expresso pelos outros. O objetivo do diálogo é acolher, reconhecer, argumentar e negociar; compartilhar conhecimentos, informações e aprendizados.

As situações comunicativas mais comuns ocorrem na presença do(s) outro(s) e incluem a fala (oralidade), os gestos (inclusive expressões faciais) e os movimentos corporais. Estão presentes nos encontros presenciais, no teatro, na dança, nas performances, nos espetáculos de mímica ou circo, nas rodas de conversa ou em atividades de transmissão oral, entre outras. As situações comunicativas mediadas, por outro lado, se valem da intermediação das tecnologias digitais ou analógicas. Podem ocorrer utilizando-se o rádio, a televisão, a internet (videoconferências, blogs, e-mail, listas de discussão etc.), a mídia impressa (revistas, jornais, murais, fanzine, HQ etc.) e multimídia (filmes, cinema etc.).

Na **3ª edição do Prêmio Cultura Viva**, as situações comunicativas podem ser criadas tanto para a produção e o acesso, quanto para o registro e a divulgação de conteúdos culturais nas áreas do patrimônio cultural ou das artes. A ênfase é colocada no *processo* ou no *modo de conduzir* a produção, o registro e/ou a divulgação dos vários conteúdos.

Os meios de comunicação podem ser utilizados para o registro, a produção, a difusão ou a preservação das práticas culturais de um determinado grupo de pessoas, propiciando o desenvolvimento de sua capacidade de expressão e a divulgação de seus conteúdos culturais para outros grupos. No campo das artes e do patrimônio cultural, esses conteúdos passam a ser partilhados por um número maior de pessoas, contribuindo para a valorização da diversidade cultural e da convivência na diferença.

Dentro dessa perspectiva, observe os seguintes aspectos

- Se a iniciativa valoriza e incentiva o diálogo e a busca da construção coletiva, se todos se comunicam com todos ou se a comunicação é concentrada nos responsáveis.
- Se os conhecimentos e/ou as informações são compartilhados ou disponibilizados para todos os participantes.
- Se a iniciativa cria situações em que a comunicação fortalece os processos de produção, difusão, consolidação e/ou preservação de conteúdos culturais.
- Se a iniciativa contribui para a ampliação dos conhecimentos sobre as culturas, a história e o patrimônio cultural local, regional, nacional.
- Se a iniciativa favorece a identificação, o registro e a divulgação de práticas artísticas e culturais locais, regionais e nacionais.
- Se a iniciativa estimula o reconhecimento e o respeito à diversidade cultural, como fonte de intercâmbio, inovação e criatividade.

**Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 19, 20 e 30
da Ficha de Inscrição**

Eixo 2

Ampliação da fluência comunicativa dos envolvidos na iniciativa

A fluência comunicativa engloba tanto a capacidade de argumentar logicamente, como de transmitir saberes ou expressar sentimentos. Para que a fluência possa melhorar, é necessário que a iniciativa ofereça condições para que a informação e o conhecimento sejam compartilhados por todos, socializando e estimulando o saber-fazer cultural *da* e *com* a comunidade.

É importante, ainda, que contribua para a formação dos participantes no uso de linguagens e códigos necessários para a criação e/ou participação em situações comunicativas.

Para avaliar esse eixo, observe se a iniciativa

- Favorece o diálogo e a troca de saberes, experiências e conhecimentos entre os participantes.
- Contribui para que o público envolvido utilize ou produza textos, imagens, movimentos corporais e/ou falas para enriquecer suas formas de expressão e contribuir para o diálogo.
- Favorece a criação de ambientes nos quais os participantes possam expor suas idéias e pontos de vista de igual para igual.
- Amplia a comunicação de conteúdos culturais.

**Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 8, 10, 12, 14, 17, 18, 19, 20, 29, 30 e 31
da Ficha de Inscrição**

Eixo 3

Criação de oportunidades para a produção colaborativa de conteúdos culturais

Na **3ª edição do Prêmio Cultura Viva**, a produção colaborativa é entendida como criação de conteúdos culturais por ação de diversos sujeitos coletivamente, sem que haja uma hierarquia entre eles. É importante destacar que a simples divisão em partes elaboradas individualmente não caracteriza a produção colaborativa. A criação coletiva se dá quando há confiança, reconhecimento de potências; quando há discussão, agregação de vários pontos de vista e negociação de pontos polêmicos.

Para avaliar esse eixo é importante observar quais são as formas de participação na iniciativa, se existem meios de comunicação que servem de suporte para a produção coletiva de conteúdos culturais, como plataformas e/ou ferramentas na internet que possibilitem a publicação de textos, imagens, áudio ou vídeos por participantes da iniciativa.

A produção colaborativa pode ocorrer também por meio de debates presenciais e trocas de idéias, nos quais os participantes constroem coletivamente os conteúdos culturais. O importante é que todos tenham voz e possam contribuir para o resultado final.

Dentro dessa perspectiva, observe se a iniciativa

- Oferece espaços para processos de criação coletiva.
- Fomenta a criação e a manutenção de redes sociais e ações em rede.
- Facilita e incentiva a participação dos interessados na produção colaborativa de conteúdos culturais.

**Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 8, 9, 12, 17, 18, 19, 20, 25, 29 e 31
da Ficha de Inscrição**

Eixo 4

Ampliação do acesso aos meios de comunicação para produção, registro e divulgação de conteúdos culturais

No contexto da **3ª edição do Prêmio Cultura Viva**, ampliar o acesso aos meios de comunicação significa favorecer o contato e a apropriação de técnicas variadas de comunicação (das mais tradicionais às mais contemporâneas) e de diversas mídias (suportes físicos ou tecnológicos, típicos da comunicação, tais como texto escrito, som, imagem, vídeo ou multimeio, televisão, rádio comunitária, blog, site, publicações impressas etc.) para a produção, o registro e a divulgação de conteúdos culturais. Além disso, significa ampliar o acesso a conteúdos culturais diversificados e ao fazer cultural de outros sujeitos e grupos, enriquecendo repertórios e oferecendo novas perspectivas para o olhar.

Na perspectiva dos direitos culturais, toda pessoa tem o direito de usufruir da cultura e das artes, assim como de tomar parte da vida cultural da sociedade. Para que esses direitos possam ser efetivamente exercidos, é preciso garantir o acesso e a apropriação dos meios de comunicação. Esse processo, no entanto, enfrenta desafios referentes ao domínio das linguagens, dos códigos e das tecnologias de comunicação.

Para a comunicação verbal interpessoal (oral e escrita), é preciso garantir o aprendizado dos códigos da linguagem, tema que trataremos no próximo eixo. Os meios de comunicação mediados, entretanto, oferecem outros desafios: para se ter acesso a eles, é necessário dominar suas linguagens e códigos próprios. Esse tipo de domínio possibilita aos participantes das iniciativas tanto a produção de conteúdos culturais, como a leitura crítica de mensagens emitidas por outros emissores; permite que eles passem a atuar como protagonistas e não apenas como espectadores.

A produção de um jornal impresso, por exemplo, exige conhecimentos diferentes daqueles que envolvem a elaboração de um jornal divulgado pelo rádio. Assim, não basta a iniciativa proporcionar o acesso físico aos equipamentos para escrever e imprimir um jornal ou para emití-lo por rádio; é preciso facilitar o domínio das linguagens e códigos para que a criação seja possível.

O acesso à infra-estrutura tecnológica – equipamentos (*hardwares*) e programas (*softwares*) –, assim como o uso de programas livres, podem ampliar as possibilidades de trocas de experiências e de criação colaborativa entre os sujeitos envolvidos em uma iniciativa. Também possibilitam o conhecimento de conteúdos e produções culturais diversificados de outros grupos e localidades.

Por fim, o desenvolvimento e a aplicação de técnicas que permitam a participação de pessoas com deficiências motoras, sensoriais e mentais favorecem a inclusão de novos participantes no processo colaborativo de produção, registro e divulgação de conteúdos culturais.

Observe se a iniciativa

- Amplia o acesso aos meios de comunicação por intermédio da oferta de infra-estrutura tecnológica (acesso a equipamentos, programas e ferramentas) ou de outros canais de comunicação.
- Contribui para a ampliação de conhecimento e do “saber fazer” para apropriação das técnicas e linguagens dos meios de comunicação.
- Proporciona o compartilhamento dos códigos utilizados na produção de uma situação comunicativa.
- Propicia a transformação do papel do consumidor para o de produtor cultural.
- Favorece a acessibilidade daqueles que têm limitações motoras, sensoriais e mentais.

**Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19 e 31
da Ficha de Inscrição**

Eixo 5

Formação para apropriação das técnicas e linguagens dos meios de comunicação

A linguagem é um instrumento que nos permite pensar e representar o mundo, expressar nossos sentimentos, falar sobre a realidade ao nosso redor, despertar reações ou reafirmar o contato com o outro, fazer arte, entre outras funções. Dispomos dessa riqueza de possibilidades quando temos o domínio de uma ou várias linguagens.

A própria linguagem verbal tem de ser aprendida. Aprende-se a língua materna quando ainda somos pequenos: em primeiro lugar, adquirimos pela escuta os sons mais utilizados na língua, fixados por meio da repetição; o vocabulário vem em seguida, quando se reconhece não só o som, mas também o sentido das palavras e, mais tarde, quando se consegue repeti-las para obter o que se deseja, aos poucos, adquire-se o domínio também das estruturas gramaticais e de suas regras de uso. Nesse estágio, já dominamos o código da língua falada. Mais tarde, na escola, aprende-se a ler e a escrever, ou seja, outro código de registro da língua materna.

Um processo semelhante ocorre no aprendizado de cada nova linguagem. Todas são compostas por um vocabulário e por regras de uso que precisam ser aprendidos para que se possa produzir dentro de uma determinada linguagem, não importa se da dança, do teatro, do circo, da arte narrativa ou mesmo das mídias eletrônicas e digitais.

No caso das mídias, cada uma delas possui sua linguagem específica. Por exemplo, a linguagem do audiovisual – que conjuga imagem e palavra – assume ritmos e formas variados em um videoclipe, em um longa-metragem para os cinemas e em uma novela para a televisão. Cada uma tem suas especificidades que precisam ser aprendidas pelos participantes, sejam eles produtores ou consumidores críticos.

Para que a apropriação ocorra é preciso ter contato com as linguagens como espectador e como produtor de conteúdos culturais. A orientação de profissionais com experiência nessas linguagens facilita a apropriação das mesmas pelos participantes da iniciativa.

Quando consideramos as mídias contemporâneas – da internet (blogs, redes sociais etc.) ao celular –, percebemos que, por fazerem parte do cotidiano dos jovens, seus códigos já foram assimilados e sofrem adaptações quase que diárias nas mãos dos usuários, que podem inventar novos usos para criação, registro, divulgação e consumo de conteúdos culturais.

Observe se a iniciativa

- Proporciona o domínio dos códigos utilizados na produção de situações comunicativas.
- Estimula a aprendizagem em rede e o aprendizado compartilhado.
- Desenvolve metodologias de capacitação para uso e apropriação das linguagens de diferentes meios de comunicação.
- Favorece a apropriação tecnológica, o domínio de *hardware* (montagem e customização de equipamentos) e *softwares*.
- Contribui para a ampliação da capacidade crítica dos sujeitos e para a decodificação de mensagens de diferentes grupos culturais.
- Oferece oportunidades de discussões entre especialistas e comunidades.

Pistas nas respostas das questões:

6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15,
16, 19, 20 e 25 da Ficha de Inscrição

Eixo 6

Uso inovador das linguagens artísticas em situações comunicativas

A base da inovação é o pensamento criativo, sensível e receptivo ao novo. Considerando que as inovações partem do conhecimento existente, é necessário garantir um ambiente propício ao fluxo de informações entre as pessoas, propiciando a troca de experiências e oportunidades de aprendizado coletivo.

A inovação nas linguagens artísticas – pintura, escultura, desenho, grafite, fotografia, artes gráficas, arquitetura, dança, teatro, circo, ópera, mímica, música, literatura, poesia, cordel, cinema, vídeo, TV, multimídia, videoclipe, videoarte, web-arte etc. – tem estreita ligação com a ampliação da capacidade criativa e de expressão dos indivíduos, o que depende das possibilidades de acesso aos meios de expressão e do domínio dos códigos artísticos.

As linguagens artísticas podem ser usadas de modo tradicional, isto é, respeitando os códigos já consagrados, ou de maneira inovadora, alterando esses códigos, inventando novos usos ou modos de fazer. Como em arte a técnica não está dissociada do conteúdo, ao inovar a linguagem também inovamos o conteúdo. Portanto, o domínio das diferentes linguagens artísticas propicia a criação de novos conteúdos culturais que podem fazer uso dos meios de comunicação para sua produção, registro e divulgação.

A possibilidade de construção de conteúdos culturais novos e/ou a utilização dos meios de comunicação de maneiras inovadoras deve ser estimulada pela iniciativa. O uso de diferentes mídias como suporte para a produção artística é uma prática a ser difundida, e o desenvolvimento de novas experiências em web-arte, videoarte e multimídia deve ser estimulado.

Considerando que a criatividade requer um ambiente que incentive a auto-expressão e o desenvolvimento

das capacidades pessoais, devem ser valorizadas as iniciativas que incorporem estratégias de estímulo à criatividade, que propiciem a formação nas várias linguagens artísticas e que apoiem as formas de arte emergentes e experimentais.

Observe se a iniciativa

- Cria ambientes que fomentem a convivência e o intercâmbio entre grupos e artistas, assim como a mescla de linguagens.
- Propicia que os meios de comunicação sejam utilizados para ampliar as possibilidades de expressão nas artes.
- Favorece a ampliação do repertório artístico e cultural, o aprendizado ou a especialização nas linguagens artísticas.
- Propicia o domínio das linguagens artísticas.
- Estimula o desenvolvimento de pesquisas nas linguagens artísticas.
- Incentiva o uso de mídias como suporte artístico (como web-arte, videoarte etc.).
- Incentiva o uso criativo das linguagens artísticas para apresentar experiências culturais de diferentes formas e por diferentes meios de comunicação.

Pistas nas respostas das questões:

6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16,
19, 20, 25 e 31
da Ficha de Inscrição



Particularidades do olhar sobre as categorias

Os seis eixos avaliativos são comuns a todas as categorias, no entanto, existem algumas características específicas que devem ser observadas nas iniciativas de cada categoria. Essas particularidades devem ser consideradas na avaliação das iniciativas, pois os papéis sociais das organizações/grupos responsáveis podem ser diferentes quando analisamos as iniciativas que articulam cultura e comunicação.

Categorias Grupo Informal e Organização da Sociedade Civil

Observe se a iniciativa

- Possui estratégias que visem à continuidade da iniciativa (qualificação da equipe, geração de renda, desenvolvimento de parcerias, captação de recursos, inscrição em editais/concursos ou programas de fomento à cultura, articulação com outros projetos etc.).
- Compartilha, na prática, as informações entre todos os participantes.
- Se o conteúdo produzido é cultural ou se a iniciativa se satisfaz com o ensino da técnica, independente de seu uso.
- É relevante para os participantes.

Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 12, 19, 20, 24, 25, 26 e 31
da Ficha de Inscrição

Categoria Gestor Público

Observe se a iniciativa

- Desenvolve uma política cultural indutora da articulação entre cultura e comunicação.
- Estimula a formação e/ou ampliação de canais de participação da sociedade na ação pública.
- Promove o acesso aos meios de comunicação e formação para seu uso.
- Assegura uma gestão da política cultural como política de Estado e, portanto, com continuidade.

Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 8, 9, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19,
20, 25, 30 e 31
da Ficha de Inscrição

Categoria Ponto de Cultura

Observe se a iniciativa

- Possui estratégias que visem à continuidade da iniciativa (qualificação da equipe, geração de renda, desenvolvimento de parcerias, captação de recursos, inscrição em editais/concursos ou programas de fomento à cultura, articulação com outros projetos etc.).
- Compartilha, na prática, as informações entre todos os participantes.
- Se o conteúdo produzido é cultural ou se a iniciativa se satisfaz com o ensino da técnica, independente de seu uso.
- É relevante para os participantes.
- Participa da rede de Pontos de Cultura do Programa Cultura Viva, articulando-se com outras entidades, desenvolvendo atividades em conjunto, realizando produções colaborativas e/ou interações artísticas.

Pistas nas respostas das questões:
6, 7, 12, 19, 20, 24, 25, 26 e 31
da Ficha de Inscrição

Ficha técnica

Realização

Governo Federal

Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Ministério da Cultura

Ministro de Estado da Cultura

João Luiz Silva Ferreira (Juca Ferreira)

Secretário Executivo

Alfredo Manevy

Secretário de Cidadania Cultural

TT Catalão

Secretário de Articulação Institucional

Silvana Lumachi Meireles

Secretário do Audiovisual

Newton Cannito

Secretário de Fomento e Incentivo à Cultura

Henilton Parente de Menezes

Secretário da Identidade e Diversidade Cultural

Américo José Córdula Teixeira

Secretário de Políticas Culturais

José Luiz Herencia

Coordenação Técnica

Cenpec – Centro de Estudos e Pesquisas em Educação,
Cultura e Ação Comunitária

Diretora Presidente

Maria Alice Setubal

Superintendente

Maria do Carmo Brant de Carvalho

Coordenadora técnica

Maria Amábilis Mansutti

Créditos do Manual do Avaliador

Coordenação

Ana Regina Carrara

Consultoria

Adriana Mortara Almeida

Liliana Sousa e Silva

Maria Helena Pires Martins

Colaboração

Izabel Brunsizian

Maria do Carmo Brant de Carvalho

Mariana Cetra

Mariana Garcia

Mariana Mota

Sofia Farah

Realização



Patrocínio







Realização



Patrocínio

