



UNIVERSIDADE D
COIMBRA

Daniela Patrícia Lages Fernandes

ADMINISTRAÇÃO E CULTURA
TEATRO ACADÉMICO DE GIL VICENTE: UM CASO DE
ESTUDO

**Relatório de estágio no âmbito do Mestrado de Administração
Público-Privada orientada pelo Professor Doutor João José Nogueira
de Almeida e apresentada Faculdade de Direito da Universidade de
Coimbra.**

Outubro de 2020



FDUC FACULDADE DE DIREITO
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Daniela Patrícia Lages Fernandes

**Administração e Cultura. Teatro Académico Gil Vicente:
um caso de estudo**

*Relatório de Estágio apresentado à Faculdade de Direito da
Universidade de Coimbra no âmbito do 2.º Ciclo de Estudos em
Administração Público Privada*

Orientador: Doutor João José Nogueira de Almeida

Coimbra, 2020

ao meu pai

Agradecimentos

Toda a trajetória é feita de imprevistos e percalços, devem estes ser ultrapassados para alcançar o objetivo final. Com isso quero agradecer a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão deste trabalho.

Agradeço à minha mãe, irmão e amigos pelo apoio incondicional na conclusão desta etapa da minha vida. Um especial agradecimento à Adriana Filipa e à Tânia Filipa pelo apoio.

Ao Excelentíssimo Doutor João José Nogueira de Almeida pela orientação e os saberes transmitidos.

Ao Excelentíssimo Doutor Fernando Matos Oliveira e Dr.^a Luísa Lopes pela receção no Teatro Académico de Gil Vicente, a disponibilidade do seu tempo e partilha de conhecimentos.

A toda a equipa do Teatro Académico de Gil Vicente por proporcionar o melhor ambiente de trabalho durante o processo de aprendizagem no estágio realizado.

Um especial agradecimento ao António Patrício pelos ensinamentos, paciência e amizade.

A todos o meu mais sincero e profundo agradecimento, obrigada.

RESUMO

É notável a importância da cultura para a economia de um país. As indústrias da cultura são cada vez mais relevantes e na época em que vivemos veio demonstrar a extrema importância de todas as atividades culturais e/ou turísticas e como estas têm impacto na economia.

O Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV) é um teatro universitário e parte integrante da Universidade de Coimbra, desempenha um papel predominante na oferta cultural da cidade de Coimbra. Como conclusão do Mestrado em Administração Público-privada foi realizado o estágio no departamento administrativo do TAGV, que permitiu conhecer a dinâmica entre a burocracia administrativa e as necessidades da indústria cultural.

A proposta do autor é a análise da relação entre administração e cultura, e quanto as organizações culturais ganham com a identificação dos seus públicos, através das tipologias de públicos da cultura. Compreendendo o público como um consumidor de práticas culturais, com acesso indeterminado a todo o tipo de informação e num mercado com ofertas infinitas. As instituições enquanto polos do consumo de práticas e objetos culturais têm de saber filtrar diversas ofertas de mercado, construindo uma oferta que responda às necessidades do seu público.

Como conclusão do estágio foi realizado um caso de estudo sobre o público do TAGV. O caso de estudo baseou-se na recolha de dados de inquérito por questionário. Da amostra obtida foram retiradas conclusões que ajudaram os investigadores a apresentar uma definição do público TAGV e do público da cidade de Coimbra, enquanto consumidores de práticas culturais.

Palavras-chave: Administração, Cultura, TAGV, Universidade de Coimbra, Públicos da Cultura

ABSTRACT

The importance of culture for a country's economy is remarkable. The cultural industries are more and more relevant and in the times we currently live demonstrated the extreme importance of all cultural and/or tourist activities and how these have an impact on the economy.

The Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV) is a university theater and part of the University of Coimbra, it plays a predominant role in the cultural offer of the city of Coimbra. As a conclusion to the Master's Degree in Public-Private Administration, an internship was held in the administrative department of the TAGV, which allowed to know the dynamics between the administrative bureaucracy and the needs of the cultural industry. The author's proposal is the analysis of the relationship between administration and culture, and how much cultural organizations gain from the identification of their audiences, through the typologies of cultural audiences.

Understanding the public as a consumer of cultural practices, with undetermined access to all kinds of information and in a market with endless offers. As poles of consumption of cultural practices and objects, institutions have to know how to filter various market offers, building one that meets the needs of its audience.

As a conclusion of the internship, a case study on the TAGV public was conducted. The study was based on the collection of data by survey. From the sample obtained, conclusions were drawn that helped the researchers to present a definition of the TAGV public and the public of the city of Coimbra, as consumers of cultural practices.

Keywords: Administration, Culture, TAGV, University of Coimbra, Publics of culture

Lista siglas e abreviaturas

CC – Conselho Consultivo

CIVA – Código do IVA

RH – Recursos Humanos

TAGV – Teatro Académico de Gil Vicente

UC – Universidade de Coimbra

UECAF – Unidade de extensão cultural e de apoio à formação

Lista de figuras

Figura 1: Organograma a Universidade de Coimbra

Figura 2: Mapa de Excel da Receita Arrecadada do período de 6 a 18 de janeiro de 2020

Figura 3: Exemplo de um relatório de um espetáculo com bilheteira partilhada

Figura 4: Exemplo de uma folha de bilheteira

Figura 5: Pedido genérico

Figura 6: Mapa de Excel do PEP do mês de janeiro

Figura 7: Pedido de reconstituição do fundo de maneio

Figura 8: Mapa de receitas da Bol no mês de dezembro de 2019

Figura 9: Pedido de aquisição de bens ou prestação de serviços

Figura 10: Públicos da Cultura

Lista de gráficos

Gráfico 1: Equipa TAGV segundo gênero (2019)

Gráfico 2: Equipa TAGV segundo escalão etário (2019)

Gráfico 3: Estágios acolhidos pelo TAGV no período de 2016-2019 distribuídos por departamentos

Gráfico 4: Regularidade de frequência dos inquiridos

Gráfico 5: Frequência das rúbricas programáticas

Gráfico 6: Conhecimento da programação TAGV

Gráfico 7: Motivos de frequentar o TAGV

Gráfico 8: Iniciativas programáticas reconhecidas pelos inquiridos

Gráfico 9: Motivos da rara ou inexistência frequência ao TAGV

Gráfico 10: Níveis de interesse nas rúbricas programáticas TAGV

Gráfico 11: Hábitos Culturais no último mês

Gráfico 12: Frequência de participação em atividades de teor cultural na cidade de Coimbra

Gráfico 13: Estudantes universitários e não universitários

Gráfico 14: Conhecimento sobre a iniciativa - espaço curricular

Gráfico 15: Frequência à iniciativa espaço curricular

Gráfico 16: Regularidade de frequência dos estudantes universitários ao TAGV

Gráfico 17: Presença da amostra nas redes sociais

Gráfico 18: Seguidores TAGV

Gráfico 19: Dia da semana mais favorável a assistir um espetáculo no TAGV

Lista de quadros

Quadro 1: Equipe TAGV por categoria profissional e colaboradores desde 2016 a 2019

Quadro 2: Caracterização das tarefas realizadas durante o estágio

Quadro 3: Tipologia de públicos

Quadro 4: Públicos da cultura (tipologia)

Quadro 5: Caracterização da amostra

Quadro 6: Caracterização da amostra de acordo com o distrito de residência

Quadro 7: Resultados dos critérios de importância e afluência ao TAGV

Quadro 8: Percentagens da frequência das rubricas programáticas

Quadro 9: Percentagens dos níveis de interesse nas rubricas programáticas

Quadro 10: Percentagens dos hábitos culturais nos últimos 6 meses

Quadro 11: Resultados dos critérios de importância e afluência ao TAGV para estudantes universitários

Lista de documentos

Documento 1: Guião de entrevista

Documento 2: Proposta de aquisição de um espetáculo

Documento 3: Questionário

Índice

Agradecimentos.....	4
Resumo.....	5
Abstract	6
Lista siglas e abreviaturas.....	7
Lista de figuras	7
Lista de gráficos	8
Lista de quadros.....	9
Lista de documentos.....	9
Introdução.....	11
Capítulo I – Entidade Acolhedora	12
Caraterização do Teatro Académico de Gil Vicente.....	12
Caraterização das tarefas desempenhadas.....	23
Capítulo II – Revisão bibliográfica.....	32
Administração e cultura	32
Os públicos da cultura.....	35
Metodologia.....	41
Resultados da Análise.....	44
Conclusões, limitações e implicações para estudos futuros	59
Bibliografia.....	63
Anexos.....	68

Introdução

Com vista à obtenção do grau de Mestre em Administração Público-privada pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, resulta o presente relatório do estágio curricular realizado no Teatro Académico de Gil Vicente, unidade cultural da Universidade de Coimbra.

A proposta do tema: *Administração e Cultura. Teatro Académico Gil Vicente: um caso de estudo*, resultou de uma ideia geral sobre a pretensão do que seria o resultado, e das temáticas a desenvolver no trabalho final a ser apresentado à Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra. A escolha pela entidade de acolhimento - Teatro Académico de Gil Vicente, decorreu de um trajeto académico traçado desde a licenciatura em Estudos Artísticos até à opção por um mestrado em Administração. De forma a complementar o ciclo de estudos em artes performativas a escolha por formação numa área em administração pareceu a decisão mais sensata para o percurso profissional pretendido - gestão das organizações culturais.

O tema em pesquisa foi a problemática em torno dos conceitos de administração e cultura, como os dois conceitos se relacionam e complementam. Na formulação da questão da pesquisa e como fundamento do caso de estudo são estudadas as tipologias de públicos da cultura, as condicionantes e como se caracteriza cada grupo. Consequentemente, o objetivo deste trabalho é conhecer, analisar e compreender o público do TAGV.

Estruturalmente o presente trabalho organiza-se em três partes. O primeiro capítulo caracteriza a entidade de estágio enquanto parte estrutural da Universidade de Coimbra, destaca as particularidades da instituição enquanto polo cultural e apresentadas as atividades desempenhadas durante o estágio. O segundo capítulo, a revisão bibliográfica, analisa a relação entre administração e cultura e pretende caracterizar os públicos da cultura. O terceiro e último capítulo debruça-se sobre o caso do estudo – os públicos do TAGV.

Capítulo I – Entidade Acolhedora

Caraterização do Teatro Académico de Gil Vicente

O Teatro Académico de Gil Vicente, designado por TAGV, faz parte integrante da Universidade de Coimbra como uma unidade de extensão cultural e de apoio à formação (UECAF), — Figura 1 em anexo (artigo 26.º dos Estatutos da Universidade de Coimbra). Inaugurado em 1961 o TAGV destaca-se pelo seu papel singular na oferta cultural da Universidade de Coimbra e da cidade de Coimbra, sendo o único edifício teatral universitário do país. (Regulamento n.º 955/2016).

A missão do TAGV enquanto equipamento cultural é promover e acolher atividades de carácter artístico e cultural, assim como apoiar a formação e produção de conhecimento artístico em diversas áreas visual-performativas, como o cinema, o teatro, a performance, a fotografia, entre outras.

“Nos termos do número 2 do artigo 2.º do Regulamento do Teatro Académico de Gil Vicente (regulamento n.º 955/2016) compete ao TAGV:

- Apoiar o estudo das artes na Universidade de Coimbra, no âmbito reflexivo e prático, em articulação com os cursos, unidades de investigação e de extensão que têm componentes artísticas;
- Promover a realização de espetáculos e de outras manifestações de índole cultural e artística;
- Proporcionar à comunidade universitária, em especial à Associação Académica de Coimbra (AAC), às suas seções e aos organismos autónomos, um espaço adequado à apresentação pública das suas atividades artísticas e culturais.”¹

O TAGV enquanto UECAF – Unidade de Extensão Cultural e Apoio ao Ensino e Formação (figura 1) tem um enquadramento semelhante ao da Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, do Estádio Universitário ou mesmo o Centro de

¹ Regulamento n.º 955/2016 de 20 de outubro. *Diário da República n.º 202/2016 - Série II*. Universidade de Coimbra. Entidades administrativas independentes e Administração autónoma. Lisboa

Documentação 25 de Abril. Estas unidades complementam a oferta académica e permitem que a experiência na universidade seja enriquecida em diversas zonas de intervenção, tais como nas áreas do desporto, uma relação contínua com as artes, arquivo, investigação e no aprofundar de conhecimentos.

As UECAFs possibilitam a diferenciação da Universidade de Coimbra na academia e na sociedade. Sendo o TAGV o único edifício teatral universitário do país, orgulha-se de se diferenciar por uma “programação consolidada, continuada, transdisciplinar e interdisciplinar”². Permite o aproximar da teoria à prática e o acesso à criação contemporânea das artes no seu sentido plural (música, dança, teatro, cinema, performance, fotografia), aos alunos da academia e à comunidade conimbricense.

Nos últimos anos o teatro procurou consolidar a identidade TAGV primando pela diferenciação da oferta programática e apoio à formação, com workshops, debates, eventos de formação, parcerias com entidades nacionais e internacionais, ciclos relacionados com estruturas curriculares desenvolvidas pelos alunos e práticas como investigação. Simultaneamente ajustou o seu percurso às transformações que se realizaram nos espaços culturais da cidade de Coimbra, distinguindo-se por uma oferta programática especializada e diversificada, reinterpretando a sua missão perante a comunidade académica e o território onde se encontra.

Estrutura Organizacional do TAGV

O TAGV é constituído por dois órgãos: o Diretor e o Conselho Consultivo. O Diretor é nomeado pelo Reitor, e o mandato deste corresponde ao término do Reitor que o tenha nomeado. Aquando do término do mandato do Reitor, e consequentemente do Diretor do teatro, este “mantém-se em gestão corrente por um prazo máximo de 90 dias seguidos”, — (artigo n. °4 regulamento TAGV), — até que seja renomeado ou nomeado o novo Diretor. Entre as competências do Diretor

² Entrevista à direção do TAGV

está a representação, o planeamento funcional e orçamental, elaboração e prestação de contas e de supervisão. O Diretor para todos os efeitos é a figura que representa o TAGV perante as estruturas internas e externas à UC, o plano funcional e orçamental têm de estar em concordância com a política e missão geral dos órgãos que constituem a UC, sendo que o plano orçamental passa pela aprovação do Reitor. (artigo 5.º).³

O Conselho Consultivo é composto por três a cinco personalidades de mérito, incluindo um estudante – nomeadas pelo Reitor, ouvido pelo Diretor e AAC. O mandato é de quatro anos. Ao CC cabe pronunciar-se sobre as linhas gerais de orientação do TAGV, sobre o plano e relatório de atividades anuais, o orçamento e as contas anuais. Este reúne pelos menos duas vezes por ano ou quando considerado relevante.

O Coordenador de Unidade, cargo criado em 2013⁴, tem competências técnicas e diretivas, garante “o funcionamento corrente do TAGV” em conformidade com as diretrizes do Diretor com o qual colabora diretamente. Entre outras, dirige o pessoal do TAGV em “matéria de gestão corrente”, coopera com os serviços da UC em matéria de recursos humanos, serviços administrativos e financeiros.⁵

³ Despacho n.º 9458/2019 de 18 de outubro. Diário da República n.º 201/2019 - Série II. Universidade de Coimbra. Entidades administrativas independentes e Administração autónoma. Lisboa

⁴ Regulamento n.º 11/2011, de 7 de janeiro, com as alterações introduzidas pelo Despacho n.º 13731/2013, de 28 de outubro

⁵ Artigo 7.º Regulamento TAGV

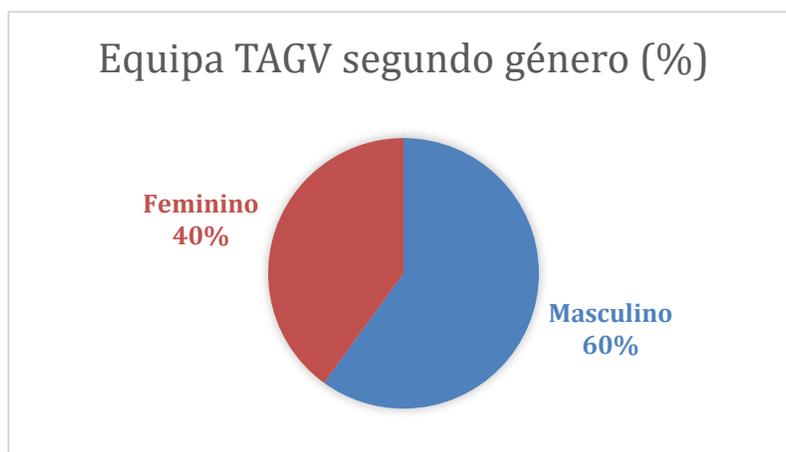


Gráfico 1: Equipa TAGV segundo género (2019)

A equipa TAGV integra quinze elementos, distribuídos pelos diferentes departamentos de atuação e inclusive a direção - administração, produção, equipa técnica, comunicação e imagem, frente de casa e limpeza. Além da equipa conta-se com a colaboração dos assistentes de sala, estágios de carácter curricular e extracurricular e bolsiros, observável no quadro 1. Como poderemos analisar nos gráficos 1 e 2, a equipa pertencente aos quadros efetivos do TAGV, dos 15 elementos 60% é do género masculino e 40% do género feminino. Estes situam-se na faixa etária dos 30 aos 69, sendo que o maior número de trabalhadores se encontra entre os 50-59 anos.

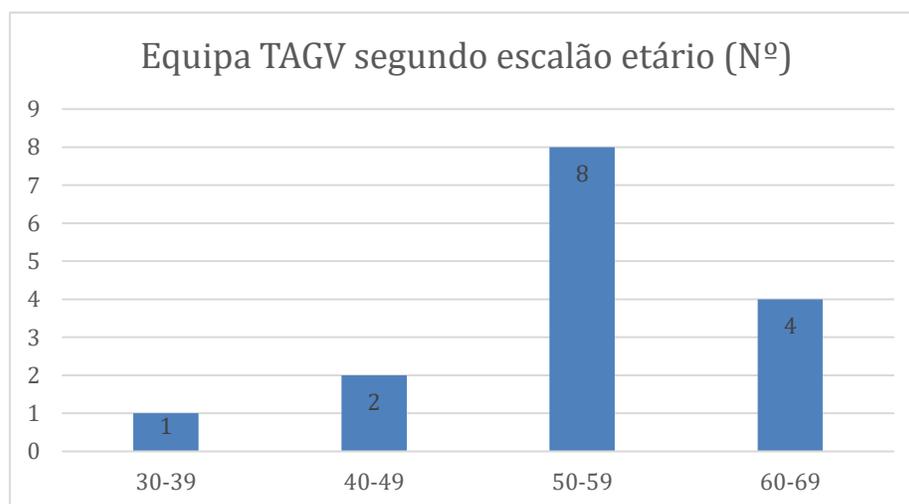


Gráfico 2: Equipa TAGV segundo escalão etário (2019)

Equipa TAGV por categoria profissional e colaboradores desde 2016 a 2019

	2016	2017	2018	2019
<i>Dirigentes</i>	1	2	2	2
<i>Técnicos Superiores</i>	2	2	3	5
<i>Assistentes Técnicos</i>	6	6	6	5
<i>Assistentes Operacionais</i>	3	3	3	3
<i>Colaboradores frente de casa</i>	22	21	20	23
<i>Estagiários</i>	5	7	17	9
<i>Outros</i>	3	-	-	1
TOTAIS	42	41	51	48

Quadro 1: Equipa por categoria profissional e colaboradores

Denota-se que a tendência é de aumentar, ou manter, os cargos pré-existentes, assim como o número de estágio acolhidos (gráfico 3). Em conversa com a direção é realçado o importante contributo dos estagiários para o TAGV. Sendo este um polo de apoio à formação dos alunos, os estágios acolhidos não ficam circunscritos à comunidade UC, abrangendo o politécnico e instituições profissionalizantes da região de Coimbra, bem como estágio de carácter extracurricular.

É claro o benefício comum, para o estagiário e para o TAGV, cria-se um contacto entre a academia e o teatro, e o proveito da troca de conhecimentos. De certo modo também são claras as limitações do teatro na área dos recursos humanos, tendo uma equipa reduzida, e sendo que toda a ajuda é uma “mais valia, uma ajuda preciosa” no desenvolvimento de certos projetos. O teatro na receção aos estagiários tenta dentro das suas capacidades acolhê-los nas condições dignas para desenvolverem o trabalho a que se propõem. Além do apoio que os estagiários proporcionam, alguns projetos, como exemplo o Arquivo TAGV e certas rúbricas programáticas, nascem em contexto de estágio, enriquecendo a experiência académica dos demais e as grelhas de programação do teatro.

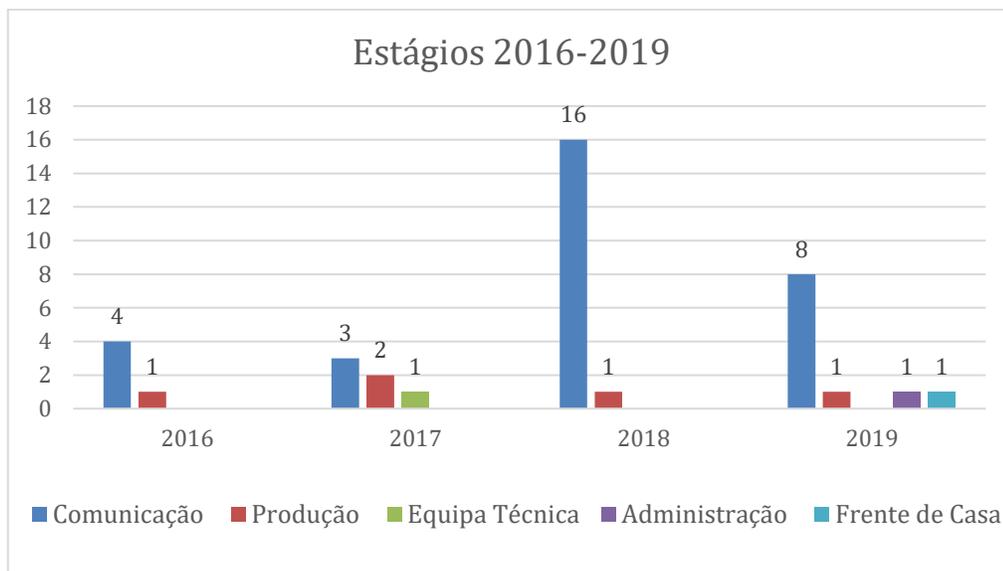


Gráfico 3: Estágios acolhidos pelo TAGV no período de 2016-2019 distribuídos por departamentos

No sentido de continuidade na formação dos trabalhadores do quadro, o teatro, em colaboração com a UC, aposta na sua formação complementar, havendo formações de carácter obrigatório à atualização dos processos de trabalho e necessárias à instrução dos recursos humanos do teatro. Idealmente cada funcionário realiza uma formação por ano, proporcionada pela UC ou possibilitada pelo próprio teatro justificável às necessidades deste, o que tem sido realizado é uma procura por ofertas formativas na região centro ou fora além das oferecidas pela universidade. Revela-se o interesse e importância que as formações têm para o desenvolvimento da instituição e o esforço realizado para que sejam alcançadas.

TAGV- polo artístico e comunitário

O teatro enquanto equipamento cultural e polo artístico da Universidade de Coimbra, revela ser uma instituição de valor à comunidade conimbricense, que durante muito tempo foi um dos poucos espaços de relação alargada com as artes. Desde sempre serviu a comunidade académica e a comunidade da cidade onde se encontra, por isso preza por valorizar as parcerias com entidades de criação da cidade, dando lhes prioridade. Àquelas, que por falta de espaço optam pelo TAGV na apresentação dos seus trabalhos no âmbito artístico e veem no teatro o “concheço

de uma casa” que os recebe de bom grado. São realizadas parcerias com entidades culturais da cidade, para que determinados projetos venham a público através da cedência do espaço TAGV. A exemplo, “colaborações com a Casa da Esquina, parcerias com a *Marionet*, com a Escola da Noite, com a Oficina de Teatro (Teatrão) que se traduzem no acolhimento de apresentações de peças de teatro, ciclos, eventos, coproduções, edições e projetos formativos”. Neste âmbito de abertura à comunidade a direção do teatro revela a preocupação de que este não seja “um armazém onde passa tudo e de todas as formas”.

Enquanto entidade representante da UC é necessário um cuidado e a definição de critérios no apoio a qualquer projeto dentro ou fora da comunidade UC, critério esse que prevalece para manter a identidade do TAGV. Além da comunidade da cidade de Coimbra, o TAGV primeiramente serve o propósito de complementaridade à formação da comunidade académica UC, sendo que muitos dos espetáculos que integram a grelha de programação do teatro partem de propostas da academia, das seções ou como exemplo no âmbito da amostra de teatro universitário.

Enquanto polo artístico revela importância da sua presença em projetos nacionais e internacionais, parcerias com entidades de renome na comunidade artística e que proporcionam o reconhecimento do TAGV, não só como um mero teatro universitário, mas como uma entidade cultural de importância acrescida. Referenciam-se parcerias nacionais como a participação do teatro na *rede 5 sentidos*, que junta dez estruturas teatrais nacionais que coproduzem dois espetáculos por ano, um de música e outro de dança ou teatro. Parcerias internacionais como é o caso da *École de Maîtres*, um projeto de que fazem parte integrante cinco países e que promovem todos os anos durante dois meses uma formação avançada, com um artista consagrado, aberta a atores e a público de interesse na temática desenvolvida. Estes projetos permitem que o teatro enriqueça a sua oferta e proporcionam a vinda de criadores a Coimbra que noutras condições não seria possível. Complementarmente ao papel do teatro, têm vindo a ser realizadas edições de alguns espetáculos apresentados no TAGV, escolhidos seletivamente, e que através da

parceria com a imprensa da UC permite a publicação destes textos, integrados na coleção de dramaturgia do teatro.

Além das redes e das parcerias que o teatro integra, existem entidades que procuram o teatro para a realização dos seus eventos, como escolas, associações culturais, empresas, entre outras que integram a grelha de programação como programação de acolhimento e acentuam a importância e relação com a cidade.⁶

Programar TAGV

A programação TAGV decorre em vários ciclos de atuação, os programas internacionais são planeados e programados com uma maior antecedência em comparação com os projetos de carácter nacional. A normalidade é de uma programação feita a cada dois ou três meses, em que os espetáculos na sua maioria já estão todos programados com alguma antecedência, para que não “haja ruído” entre a programação e as atividades de divulgação e comunicação. Acontecem sempre casos de espetáculos que se fecham muito em cima da hora, no entanto, é a exceção à regra. A estratégia é elaborarem-se quatro cadernos de programação em cada ano, nos quais é anunciada a programação artística e por vezes alguma de acolhimento.

A programação realizada pelo TAGV tem diversas vertentes de intervenção e de exposição. Como vimos o teatro tem um papel predominante na comunidade académica e na sociedade conimbricense o que lhe permite realizar programação de acolhimento que por vezes não faz parte da dita programação artística. Portanto, nem todos os eventos que decorrem no teatro fazem parte do caderno de programação do TAGV.

A antecedência necessária ao agendamento da programação permite que a nível administrativo tudo seja realizado em conformidade com o pedido, há que organizar toda a tramitação da gestão nos prazos indicados. A dificuldade do teatro a este nível (administrativo) prende-se com a questão de se lidar com o definido

⁶ Entrevista à direção TAGV

termo “artes vivas”. Por vezes existem entraves à criação artística no desenvolver de um espetáculo, que têm de ser resolvidos também e não só no âmbito administrativo, o que por vezes leva a pequenos imprevistos. A dependência à UC, nestes termos, dificulta o encontro de soluções mais rápidas a questões burocráticas.

Existe uma programação variada, que abrange um público diverso, não se concentra só nos interesses académicos ou só nos interesses da comunidade. Entre espéculos de teatro e concertos de música, o teatro tem tido uma forte aposta no cinema. Com ciclos de cinema francês, italiano e português, dedica as segundas feiras ao cinema, com sessões durante o dia e a noite e além disso tem a rubrica *cinema em família* aos sábados de manhã. Não é só de cinema que se faz o TAGV, como também de humor e riso, com os especiais de *stand up*, os debates que se realizam normalmente no Café Teatro levam ao público a explorar outros espaços, que não o palco, o que ajuda a criar uma relação de proximidade. Da programação faz parte a comemoração do *Dia Mundial do Teatro*, mostra do *Teatro Universitário*, entre tantos outros que integram a programação artística.

*“Somos um teatro da universidade, portanto há uma vocação para pensar a criação contemporânea para pensar os temas, os modos de criação, os processos de produção, a programação tem sempre uma componente de reflexão associada.”*⁷

A componente de reflexão resulta quase sempre numa apreciação do que se acabou de assistir, no final de um espetáculo há um debate sobre as temáticas, num filme há uma conversa com o realizador, os ciclos criam cruzamento e conversa entre alunos, professores, criadores e artistas. Perpetua-se a relação de proximidade entre o que o teatro programa e a dimensão curricular.

Como apoio à formação e enquanto estrutura da Universidade de Coimbra, o TAGV desenvolve um projeto intitulado de *Espaço Curricular*. Aposta assim numa programação para áreas da UC, como cinema, estudos teatrais, estudos sociais, direitos, património e questões da atualidade. O teatro tenta produzir uma

⁷ Entrevista à direção TAGV citação do Doutor Fernando Matos Oliveira

relação de proximidade com as áreas curriculares para que os alunos em contexto de aula possam assistir a espetáculos, debates, workshops e exposições de forma gratuita.⁸

Complementarmente a uma sensibilidade para a criação contemporânea e artística, existe uma atenção para as novas questões artísticas, ao cinema de autor, ao cinema independente, a novas experiências, a diferentes abordagens das tradicionais obras artísticas – este tipo de criação é uma mais valia para o teatro no sentido da gestão orçamental, por serem projetos menos onerosos. É autêntica a dificuldade do teatro em questões orçamentais, a sua flexibilidade financeira não se compara a outras grandes entidades culturais. Porém este entrave é meramente financeiro pois a dependência à UC não coloca qualquer tipo de censura nos temas apresentados, “existe uma total liberdade para fazer tudo o que seja adequado no contexto e no sentido da missão do teatro”⁹

Dinâmica organizacional do teatro

O teatro presa por uma comunicação ativa entre departamentos, diariamente existe uma dinâmica entre estes, cada um depende de outro na conclusão das suas tarefas. Para um bom funcionamento da instituição é realizada semanalmente uma reunião intersectorial com os representantes de cada área de intervenção (administração, comunicação, técnica, produção e frente de casa), para discutir e debater assuntos de interesse, grelha de programação e coordenação dos processos para atingir objetivos. Servem estas reuniões para delimitar os passos que cada um terá de dar e os tempos de intervenção (planear atividades a longo prazo), coordenadas pelo diretor e pela coordenadora da unidade.

Além da comunicação interna, os serviços administrativos diariamente comunicam com departamentos internos da UC, em questões como processamento

⁸ Espaço Curricular site TAGV

⁹ Entrevista à direção TAGV

de despesas, contratos, recursos humanos e qualquer questão que não consiga ser resolvida.

Gestão administrativa e financeira

O TAGV enquanto parte integrante da UC é lhe financeiramente dependente. A gestão administrativa, financeira e de recursos humanos é realizada pelos departamentos competentes aos fins da UC. Nos trâmites orçamentais, a universidade assume despesas estruturais como os custos fixos (água, eletricidade, despesas com o pessoal (ordenados) e manutenção (orçamento estrutural). Para fazer face às despesas com a programação artística existe uma verba independente do *orçamento estrutural*, designado de *orçamento de desenvolvimento*, este é utilizado para as despesas correntes de promoção, consumíveis e despesas de comunicação. Complementarmente, o teatro consegue gerar receitas próprias resultantes da venda de bilheteira, aluguer do auditório, venda de *merchandising* e parcerias nacionais e internacionais em coprodução e ou/cofinanciador. Perante as restrições orçamentais do teatro assume-se uma atitude estratégica direcionada para parcerias, aproveitar a participação em redes internacionais e nacionais e com associações locais. “*Estratégias que visam majorar o orçamento que o teatro tem, que é um orçamento pequeno se pensarmos na média de um teatro municipal por exemplo.*”¹⁰

O maior entrave para o teatro em questões orçamentais é ser produtor de espetáculos. A estratégia utilizada é de coprodução nas já mencionadas redes e parcerias, por exemplo, assumindo um valor inferior aos dos restantes parceiros ou oferecendo outros serviços de apoio. A questão da coprodução prevê que a opção seja por contexto prioritário face à missão do TAGV. A limitação da dependência perante a UC é a impossibilidade do teatro de concorrer diretamente a concursos da DGArtes, na possibilidade este poderia usufruir de um financiamento público complementar, nestes termos, deve colocar-se a questão de repensar o

¹⁰ Entrevista à direção TAGV citação do Doutor Fernando Matos Oliveira

enquadramento legal do teatro. Em contexto de financiamento o teatro procura sempre novos apoios, realizar novas parcerias e protocolos.

Apoios e protocolos

O teatro beneficia de alguns apoios que obtém através de protocolos realizados com entidades privadas e tem vindo a procurar entidades para parcerias de mecenato, dentro da lei de mecenato, tarefa que se vê dificultada por uma economia debilitada. Com isso os apoios conseguidos resultam de projetos concretos, a exemplo, protocolo realizado com a *Cin*, um acordo a título de patrocínio, em que foram fornecidos um conjunto de materiais para uma intervenção realizada na estrutura do teatro.

Enquanto parte integrante da UC o TAGV favorece de verbas resultantes do protocolo entre a universidade e o *Santander*, verbas essas que proporcionaram obras como projeto de substituição e modernização das cadeiras da plateia do auditório.

No âmbito da comunicação o teatro tem protocolos com a RUC e o Diário de Coimbra, que funcionam como troca de serviços, de salientar que este tipo de acordo só se realiza estritamente na área da comunicação.

Caraterização das tarefas desempenhadas

O estágio realizado no TAGV foi inserido no departamento administrativo, de recursos humanos e financeiro orientado pelo responsável da divisão António Patrício sob a coordenação da diretora adjunta Dr.^a Luísa Lopes.

A particularidade do TAGV, e sendo uma UECAF, prende-se pela dependência administrativa que tem perante a UC, assim, um considerado número de tarefas carecem da intervenção e um contacto permanente com administração da UC. Este contacto é realizado através da plataforma Lugas, o sistema de suporte utilizado pelos serviços financeiros e administrativos da Universidade de Coimbra, ou telefonicamente assegurando diariamente o funcionamento da unidade nas áreas administrativa, financeira e de recursos humanos.

Assim sendo, esta preservação por parte da UC, carece que toda e qualquer tarefa realizada pela administração seja submetida na plataforma Lugus sob a aprovação da direção, a título de exemplo - aquando da necessidade de uma deslocação em serviço por parte de um trabalhador é realizado o designado pedido Lugus, na plataforma, sujeito à aprovação da direção que segue de imediato para o departamento ao fim necessário.

À administração TAGV competem os conteúdos administrativos económico-financeiros, património, protocolos, candidaturas a fundos de financiamento culturais nacionais e internacionais, contabilidade geral, relatórios financeiros, controlo do fluxo de despesa e receita, pedidos de faturação, aquisição de bens e serviços, controlo de inventário, minutas de contratos, gestão de recursos humanos e os pareceres técnicos quando solicitados pelo Diretor da Unidade.

Durante o estágio foram realizadas tarefas de carácter diário, quinzenal, mensal e pontual.

Tarefas realizadas durante o estágio no Teatro Académico de Gil Vicente

<i>Diárias</i>	<i>Quinzenais</i>	<i>Mensais</i>	<i>Pontuais</i>
Registo da receita arrecadada	Fecho da receita	Fecho do PEP mensal	Reuniões administração-produção
Registo de receita e despesa		Reconstituição do fundo de manio	Elaboração de minutas de contratos
Relatórios dos espetáculos		Apuramento da receita das vendas BOL	Pedido de aquisição ou prestação de serviços
Pedido de faturação			ECONOMATO
			Recursos Humanos

Quadro 2: Caraterização das tarefas realizadas durante o estágio

As tarefas realizadas diariamente destinam-se a gerir o fluxo de receita arrecadada, registo da receita e despesa, realização dos relatórios dos espetáculos e o pedido de faturação à contabilidade da universidade, tudo referente ao dia anterior, ou em caso de fim de semana, dos espetáculos realizados na sexta, sábado e domingo.

O registo da receita arrecadada consiste no lançamento em Excel dos valores de bilheteira dos espetáculos que integram o PEP orçamental daquele mês (figura 2), discriminados os valores recebidos por multibanco, numerário ou transferência bancária. Os valores são recolhidos das folhas de caixa, folha de depósito e possíveis transferências ou notas de crédito que a administração recebe da frente de casa, essas mesmas folhas são arquivadas com as faturas, posteriormente retiradas da Bol, a plataforma de bilheteira utilizada pelo teatro.

Paralelamente, são atualizados dois documentos: um designado por *Extrato* com o registo da receita arrecadada em numerário, multibanco ou por transferência, este funciona como um documento de segurança e confirmação dos valores, serve para colmatar possíveis erros; o segundo documento, *Receita & Despesa*, atualizado diariamente com um alcance anual contem cada espetáculo realizado no TAGV, detalhado e completo, incluindo o título do espetáculo, a(s) produtora(s), percentagem de devolução, as despesas, o lucro obtido e a frequência de cada espetáculo.

O registo, verificação e organização dos dados de um modo adequado e ordenado, em suporte digital e físico, possibilita que haja uma maior facilidade e agilidade na sua consulta. Permite a diminuição da perda de informações essenciais ao funcionamento do teatro. Estratégias como esta permitem que se cumpram prazos e a minimização de tempos de trabalho, o que contribui para um ambiente laboral mais produtivo.

De 15 em 15 dias, é realizado o fecho da receita arrecadada, do período do dia x ao dia x, e o envio à contabilidade da universidade, com os valores lançados em Excel e os documentos arquivados diariamente (folhas de caixa, folhas de depósito, transferências e respetivas faturas) já organizados, só é necessário rever e detetar erros de registo. Organizados todos os documentos e enviados à contabilidade da UC, para que haja o encontro entre o que entra na conta TAGV e o que é registado diariamente pela administração.

O TAGV enquanto uma UECAF não tem personalidade jurídica, e todo e qualquer contrato ou transação deve conter o contribuinte da UC. Aquando de um aluguer do espaço do TAGV a entidade externa terá de passar uma fatura recibo à UC com valor da bilheteira apurada, esta informação é facultada pela administração nos relatórios finais de espetáculo, enquanto que a UC passa uma fatura à entidade externa com o valor do aluguer. O valor que a entidade promotora do evento recebe é a diferença entre o aluguer e a receita apurada, caso o saldo seja positivo.

Os espetáculos realizados no TAGV na generalidade são distinguíveis em três âmbitos: aquisição, partilha de bilheteira e aluguer do espaço. Com a exceção da aquisição têm de ser realizados relatórios (figura 3) com a receita apurada do espetáculo, o total a devolver, ou o que reverte da partilha a cada entidade produtora, assim bem como as despesas de aluguer e venda dos bilhetes online, todos estes parâmetros são estipulados previamente em contrato e assinado pelas partes.

O relatório de um espetáculo é elaborado com base no contrato realizado e na folha de bilheteira (figura 4), retirada da plataforma Bol, que fornece os dados sobre a frequência, quantos bilhetes (normais, convites e desconto) foram vendidos e em que pontos de venda (bilheteira TAGV, internet ou outros pontos de venda). Terminado, o relatório é enviado à entidade produtora com a respetiva folha de bilheteira, para que haja transparência entre as partes. Nessa comunicação é pedido à entidade que aguarde pelo envio da nota de compromisso, a emitir pela gestão financeira da UC, para que posteriormente emita a fatura da receita devida. Paralelamente ao envio do relatório à entidade é realizado um pedido genérico (figura 5) na plataforma Lugus a solicitar a devolução da receita a favor da entidade produtora.

A devolução da receita a todas as entidades externas é concluída com o encerramento do PEP mensal, compete à administração TAGV elaborar e reunir a documentação necessária para enviar à UC, o documento com o *PEP mensal* (figura 6) pode ser atualizado diariamente como todos os outros, mas no final são revistos todos os valores. O PEP é um orçamento detalhado de cada mês que integra os

espetáculos a realizar no TAGV por parte de outras entidades, o documento contém a estimativa da receita prevista, a receita efetiva e o total a ser devolvido a cada entidade. O encerramento do PEP é realizado no final do mês, após ser revisto e atualizado é enviado à contabilidade financeira da UC: o documento supramencionado, listagem dos contatos das entidades produtoras dos espetáculos, os relatórios realizados ao longo do mês, as respetivas folhas de bilheteira e os contratos. O envio da documentação realiza-se através da plataforma Lugas.

Todas as despesas realizadas pelo teatro que não sejam de cariz pontual têm de ser cabimentadas no orçamento disponível. O teatro aufere de orçamentos estimados, o *orçamento estrutural* que faz face às despesas de manutenção do edifício e de recursos humanos e o *orçamento de desenvolvimento*, ou seja, a despesa corrente de promoção, consumíveis e despesas de comunicação. Como auxiliar para despesas inesperadas o teatro dispõe de um fundo de maneiço, a utilização deste é sujeita a um determinado número de regras¹¹. O fundo fixo disponível, o valor gasto durante o mês tem de ser restituído para o mês seguinte e assim sucessivamente, para isso todas as despesas pagas com esse fundo tem de ser justificadas adequadamente, as faturas e recibos têm de conter o número de contribuinte da UC, estes são anexados a um modelo interno da contabilidade, que é carimbado e assinado pelo diretor do TAGV. Toda a documentação reunida é enviada através da Lugas para que este seja reconstituído (figura 7).

A venda de bilhetes online dos espetáculos TAGV realiza-se através da plataforma Bol. O valor total obtido das vendas é transferido pela Bol para a conta TAGV com o acerto das comissões e a avença da utilização da plataforma. Mensalmente é elaborado um mapa (figura 8) com os valores totais da venda de cada espetáculo via internet realizados no mês corrente, ordenados por data de realização. Após a elaboração do mapa este é enviado à contabilidade financeira da UC para realizar a distribuição da receita pelos respetivos PEP, sendo esta devolvida

¹¹ Regulamento (extrato) n.º 120/2019 de 31 de janeiro. Diário da República n.º 22/2019 - Série II. Universidade de Coimbra. Entidades administrativas independentes e Administração autónoma. Lisboa

às entidades externas. Em casos de aluguer ou partilha de bilheteira, a fatura da despesa das comissões Bol é solicitada pela administração TAGV à contabilidade financeira da UC, a entidade promotora do evento deve assim aguardar a nota de compromisso dos serviços de gestão financeira da UC e só depois devem emitir a fatura da receita de bilheteira devida.

Administração e Produção

A comunicação entre departamentos demonstra-se essencial ao alcance dos objetivos propostos. Há uma coordenação estratégica entre todos os departamentos, mas existe uma estreita ligação entre o departamento conceptual (produção TAGV) e o financeiro (administração TAGV), estrategicamente inseridos no mesmo espaço de trabalho o que permite a comunicação entre ambos se realize com maior eficácia.

Paralelamente às reuniões intersectoriais, realizadas com a direção e os restantes departamentos, são realizadas reuniões pontuais com uma periodicidade variável, de quinze em quinze dias ou de três em três semanas, dependendo das necessidades que se apresentem. Estas reuniões entre a administração e produção servem como troca de informação para compreenderem mutuamente em que ponto de situação na ordem de trabalhos cada um se encontra referente a cada espetáculo, nomeadamente, falta de informações para a formulação de contrato, comunicações necessárias a realizar, comunicações ao IGAC.

Contratos

A oficialização da realização de um espetáculo no TAGV, realiza-se com o acordo assinado entre as partes. São realizados quatro espécies de contratos: contrato de aquisição, partilha de bilheteira, contrato de aluguer e venda de bilheteira. As minutas são adaptadas de acordo com as necessidades a acordar, todos os dados necessários como nome, morada, número de contribuinte, posto de venda pretendido, título, representante legal e interlocutor, solicitados pela produção à entidade e transmitidos à administração para a elaboração do contrato.

O contrato de aquisição supõe um bem que é adquirido pelo TAGV a uma entidade externa, nos contratos de aquisição as comissões Bol são suportadas pelo teatro. Num contrato de aluguer, se a entidade pretender a venda de bilhetes online, as comissões são suportadas pelos interessados na cedência do espaço e discriminadas no relatório final do espetáculo.

Aquisição de bens e prestação de serviços

A falta de autonomia financeira do teatro obriga a que toda e qualquer necessidade seja comunicada à administração da universidade através da plataforma Lugus. Qualquer despesa tem de ser cabimentada previamente no orçamento estrutural ou no orçamento de desenvolvimento.

Aquando de uma aquisição de um bem ou de uma prestação de serviços existe um processo a respeitar por parte da administração. Averiguada a necessidade e a quantidade é pedido a um x número de entidades um orçamento. Após a receção das propostas é analisada a disponibilidade orçamental. Escolhida a proposta mais favorável é realizado um pedido via Lugus enquadrado no correto orçamento, fundamentado com o orçamento facultado e outra documentação necessária em anexo sujeito a aprovação do diretor e submetido pela administração TAGV (figura 9).

Todo o pedido de compra tem de ser efetuado até dezasseis dias antes da realização da despesa. Existem assim três tipos de compra recorrentes no teatro: aquisição de um bem, aquisição de um espetáculo e aquisição de um serviço.

Aquando da aquisição de um bem, se o valor dessa não ultrapassar os cinco mil euros, pode ser consultada somente uma entidade. Se a aquisição do bem ultrapassar o valor referido, terá de haver uma consulta prévia em forma de proposta de convite a três entidades com o pedido de um orçamento (na proposta devem constar o nome da entidade, dados, contato, a necessidade (bem) a adquirir, quantidade e valor estimado sem o IVA incluído), como regra na proposta não se deve nomear marcas específicas e concluir a proposta com o prazo para a compra do bem.

Podemos distinguir a aquisição de um espetáculo em dois tipos: a compra do espetáculo na sua totalidade, em que o TAGV paga um *cachet* a uma entidade para atuar, ou a aquisição de um espetáculo com partilha de bilheteira. Ambas as aquisições têm de ser precedentes de uma proposta da entidade direcionada à universidade (documento 2) e posteriormente é redigido um contrato com as condições do acordo. Para a realização do espetáculo terá de haver uma fundamentação da escolha “deste face a qualquer outro”.

Toda a despesa só pode ser paga quando faturada à universidade, no caso da aquisição de um espetáculo existe a possibilidade de haver um adiantamento de até 30% do valor acordado em contrato, normalmente esse valor é solicitado para fazer face a possíveis despesas da companhia na montagem do espetáculo. O *cachet* deve incluir as despesas que o prestador terá, como exemplo, transporte e alimentação.

A aquisição da prestação de um serviço decorre dos mesmos moldes que a aquisição de um espetáculo, terá de existir uma proposta precedente da pessoa que em nome individual realiza o serviço, e este tem de ser justificado. Pode haver um adiantamento de 30% e o *cachet* deve conter o valor acordado na prestação do serviço e as despesas de alojamento, transporte e alimentação (se for o caso).

Economato

A pasta economato é referente ao controlo de inventário do TAGV. Compete à administração fazer o controlo dos bens materiais presentes no teatro e facultar, quando pedido, material para a atividade laboral dos restantes departamentos.

As tarefas relacionadas com o economato têm duas fases distintas: a primeira referente à contagem/levantamento de todos os bens materiais a partir de uma lista concedida pela universidade à administração TAGV e a segunda, distribuição e controlo dos materiais em cada departamento. Este controlo é realizado através das fichas de consumo de bens armazenáveis, qualquer colaborador pode requisitar o material que necessita que conseqüentemente é abatido e retirado das listas de material real. Este trabalho deve ser efetuado

mensalmente, mas no final do ano todos os materiais devem ser contabilizados e a lista atualizada.

Recursos Humanos

Em coordenação com os RH da universidade, compete à administração encarregar-se da gestão das atividades relacionadas com os trabalhadores do teatro, tais como, registo de assiduidade, gestão de tempos, justificação de faltas, correção de tempos, marcação e alteração de férias. Posteriormente todas estas ações são comunicadas aos recursos humanos da UC, via Lugas.

Além deste trabalho de RH, à administração TAGV compete o tratamento de deslocações em serviço. Para a deslocação em serviço é realizado um pedido na plataforma Lugas, mencionando os custos da deslocação, da formação (se for aplicável), as ajudas de custo (como alimentação, estadia) justificadas e aprovadas pela direção do TAGV. Para comprovar a realização da deslocação devem ser apresentados documentos como o bilhete de transporte da deslocação, faturas de consumíveis ou o diploma se de uma formação se tratar, para que o funcionário seja remunerado.

Capítulo II – Revisão bibliográfica

A finalidade deste capítulo, com base na revisão bibliográfica, é estabelecer a relação entre administração e cultura, ligação entre os dois conceitos e limitações. Compreender a importância dos públicos da cultura para as organizações culturais, analisando as tipologias dos mesmos.

Administração e cultura

Administração define-se como “*a tendência expansionista - quantitativa e qualitativa – de toda a instituição como um traço imanente do jogo burocrático: as burocracias estão destinadas a expandir-se, seguindo uma lei que lhes é intrínseca*”¹².

O laço inquebrável entre administração e cultura sustém-se pela necessidade da atividade cultural de ser regulada e organizada. Contudo, concetualmente, estas duas atividades não deveriam ser equacionadas ao mesmo tempo. A cultura ao ser a “materialização da humanidade na sua forma mais crua e abstraindo-se de qualquer construção social” vai contra os ideais de uma administração que como Adorno, na obra *Sobre a Indústria da Cultura* a define, uma burocracia rígida, com traços de precisão, rigidez, rapidez, clareza, rigor documental e subordinação rigorosa.¹³

Cultura sendo um conjunto de valores e crenças pelos quais se rege a sociedade, transmitidos de geração em geração que se perpetuam e adaptam no tempo. Por outras palavras, cultura é um sistema de transmissão de conhecimentos e estilos de vida partilhados por determinado grupo.¹⁴

O conceito de “cultura” pode ter diversos significados, mas quando falamos em cultura referimo-nos à cultura que se prende com a criação artística – teatro,

¹² Adorno, T. W. (2003). *Sobre a Indústria da Cultura*. (Ribeiro, A. Sousa, Edits., M. Resende, M.A. Amarante, J. M. Justo, A. Graça, & C. Coelho, Trads.) Coimbra: Angelus Novus

¹³ Adorno, T. W. (2003). *Sobre a Indústria da Cultura*. (Ribeiro, A. Sousa, Edits., M. Resende, M.A. Amarante, J. M. Justo, A. Graça, & C. Coelho, Trads.) Coimbra: Angelus Novus.

¹⁴ Miranda, Jorge – *Notas sobre cultura, Constituição e direitos culturais*

cinema, música, dança, performance e a tantas outras formas de expressão, divulgação e fruição artística e intelectual.

De certo modo, não existem grupos sem cultura e, uma vez que os indivíduos raramente sobrevivem sem uma referência a grupos, não existem indivíduos sem cultura ou culturas. Em suma, a cultura ergue-se como uma influência condicionante da ação individual e coletiva, razão pela qual é importante para o comportamento humano. Cultura na sua gênese educacional e de transmissão de valores muito se assemelha ao rigor da administração.

Em Portugal o orçamento da cultura perfaz 0,5% do Orçamento de Estado, sendo apenas de 523,4 milhões de euros. Desses milhões 55,4% vão para a RTP. A Direção-Geral do Património Cultural terá 57,7 milhões disponíveis, o Fundo de Fomento Cultural, por si só, cresceu em 2020 7,5% em relação a 2019. No seu todo, muito aquém do 1% há anos prometido por vários governos.¹⁵

Incluindo o turismo e educação cultural, o lazer e o entretenimento, o sector cultural é um sector com uma crescente importância económica e social. Numa era em que o fator tempo é um ponto decisivo no consumo de práticas culturais, é essencial às instituições culturais compreenderem as necessidades do seu público enquanto consumidor.¹⁶

A gestão cultural tem de ser reger pelas regras burocráticas da administração, para que não seja colocada em causa a sua missão. Um dos maiores problemas da temática administração e cultura é o equacionar da fusão entre o que são as ciências exatas e/ou científicas com a função cultural. É fundamental perceber que, o que compete à cultura é o que escapa à administração e vice-versa.

¹⁵ Portal do Governo - Secretário de Estado da Cultura. (outubro de 2019). Plano de Estudos – Cultura 2020 – uma iniciativa do Governo português. *Cultura e Desenvolvimento: Um Guia Para os Decisores*. Obtido de Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais: <http://www.gepac.gov.pt/cultura-2020.aspx>

¹⁶ Duarte, Ana Maria Rocha Alhandra (2009). *A Satisfação do Consumidor nas Instituições Culturais: o caso o centro Cultural de Belém*. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Marketing. ISCTE Business School.

Economicamente, a administração eficaz de uma prática cultural perfaz o lucro, conseguido através dos processos rigorosos que a administração contém que a cultura descora. Até mesmo instituições não lucrativas necessitam de práticas administrativas.

A nível filosófico, a rígida antítese entre a cultura e a administração resulta num produto de uma relação que socialmente será sempre forçada. Se pensarmos as práticas artísticas de rotura, como a *street art* e a performance, nasceram à margem da sociedade, como revolta contra o sistema. São estas, hoje parte integrante da oferta de instituições oficiais, resultado da pressão da normalização e inclusão social ou pelo simples fato de uma administração eficaz dos objetos culturais, que os perpetua como relevantes.

Os públicos da cultura

“O Público não existe sem a instituição e a instituição não existe sem o seu público.”¹⁷

A análise e caracterização de um público permite que a instituição trabalhe estrategicamente para o seu público e adote novas abordagens para incentivar novos públicos, com novas ofertas, novas propostas e novas atividades culturais, não descorando do já oferecido.

Definir o conceito de *público* é uma tarefa árdua no âmbito da sociologia, dada a heterogeneidade que um público pode ter, suscita a dificuldade de “elaborar o retrato”¹⁸ de um público em particular. Já no âmbito do marketing, analisar o público de uma instituição é analisar um consumidor, um indivíduo que procura uma prática cultural como consumo¹⁹. Podemos expor sem dúvidas que o público cultural pode ser segmentado. É determinante compreender que *ser público*, implica um envolvimento e conhecimento sobre uma instituição em particular.

Em Portugal, nas últimas décadas, surgiram vários estudos sobre os públicos da cultura, o que permitiu a difusão de informações sobre a matéria. No entanto, são claras as dificuldades em definir “públicos culturais”.²⁰

Para conhecermos os públicos da cultura deveremos colocar a seguinte questão “O que leva aos indivíduos à formação enquanto público?”

Existem variáveis que contribuem para a opção de um público no consumo de determinado produto cultural, tais como os hábitos adquiridos no processo de socialização que contribuem para determinados “juízos estéticos”.

¹⁷ e ¹⁷ Duarte, Ana Maria Rocha Alhandra (2009). *A Satisfação do Consumidor nas Instituições Culturais: o caso o centro Cultural de Belém*. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Marketing. ISCTE Business School.

¹⁹ Kotler, Philip (2006). *Principles of marketing*, Prentice Hall

²⁰ AA.VV. (2003), *Públicos da cultura : actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais / coordenação técnica Rui Telmo Gomes*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais, 2004

Se compreendermos o consumo do produto cultural como o consumo de qualquer outro produto não cultural, percebemos que esse mesmo consumo depende do consumidor. A opção de um consumidor por uma prática cultural, face à pluralidade existente de outras práticas culturais prende-se numa questão de gosto, que varia de acordo com fatores como a classe social, género, idade e o nível de escolaridade, que circunscrevem o gosto de um indivíduo. Posteriormente, esses indivíduos assemelham-se com outros indivíduos e assim constroem a coletividade *público* de determinadas práticas culturais ou equipamento cultural.

Os estudos dizem-nos que o consumidor cultural quer diversidade na oferta, isto numa lógica acumulativa. Assim, vão sempre haver condições que criam a diferenciação hierárquica dos gostos de um público e da sua perceção estética, sejam estes concretos, simbólicos ou socioculturais, que circunscrevem as opções por determinadas práticas culturais.

Conclui-se que a receção, frequência e regularidade no consumo de qualquer produto cultural depende da perceção estética dos seus públicos. O público é a chave do sucesso de uma instituição, esta deve preocupar-se em conhecer e perpetuar o seu público e aplicar as estratégias indicadas a mantê-lo como consumidor das suas práticas culturais, eventos e ofertas.

Tipologia de públicos da cultura

A tipologia dos públicos culturais deve ser diferenciada no prisma da regularidade. Este é o fator utilizado quando tipificado o público cultural, através do cruzamento do que são as práticas da receção de objetos e experiências artísticas consideradas cultas e as práticas de lazer. Qualificação e recursos são outros dois fatores que podem ser aplicados na delimitação do público da cultura. Resultado da aplicação destes parâmetros obtemos uma “*pluralidade de públicos ecléticos*” no consumo de diversas práticas culturais.

São diversos os investigadores que defendem uma tipologia dos públicos da cultura, ou seja, uma *segmentação dos perfis sociais dos públicos* ²¹. A identificação de segmentos permite às instituições ter uma perspetiva analítica sobre o perfil social e cultural do seu público, adequando a estratégia necessária à oferta programática aos seus públicos alvo e explorar novos públicos.

A seguinte tipologia resultou do estudo de Rui Telmo Gomes e dos estudos realizados no Observatório das Atividades Culturais. Os dados empíricos emergiram de dois eventos Porto 2001, Capital Europeia da Cultural e Festival internacional de Teatro de Almada.

Públicos Cultivados	É um público qualificado, de elevados recursos e que frequentam com regularidade práticas culturais de índole diversa (práticas ecléticas e de lazer). Representa de grosso modo o grupo de consumidores de cultura fulcral na segmentação de públicos. No entanto, representa uma “ <i>elite</i> ” dentro do que são os praticantes culturais.
Públicos Retraídos	Os públicos retraídos pode dizer-se ser o grupo de público antónimo ao público cultivado, de recursos reduzidos, pouco qualificados e com “ <i>hábitos culturais frágeis</i> ”. Esta tipologia de público é a melhor que representa a generalidade de públicos relativamente ao que diz respeito ao consumo cultural. Que em todo o caso, consome produtos culturais para as massas, de entretenimento e lazer.
Públicos Displícetes	O público displicente caracteriza-se por ser um grupo jovem de elevada qualificação, de hábitos sociais e de convívio regulares, no entanto, é escassa a frequência a

²¹ AA.VV. (2003), *Públicos da cultura: actas do Encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais / coordenação técnica Rui Telmo Gomes*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais, 2004

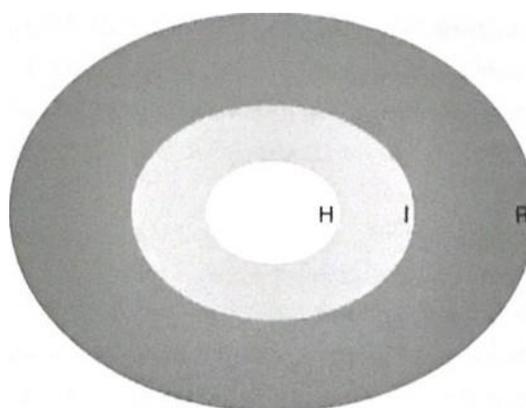
	<p>eventos culturais. O acesso deste público a uma quantidade considerável de recursos financeiros não se traduz numa prática cultural efetiva. O seu potencial coloca-os no patamar de um “<i>quase público</i>”.</p>
--	--

Quadro 3: Tipologia de Públicos

Fonte: Gomes, Rui Telmo – A distinção banalizada? Perfis sociais do público da cultura em AA.VV. (2003), *Públicos da culturais: actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais*.

A partir do estudo de João Teixeira Lopes, “Experiência estética e formação de públicos” apresentamos outra tipologia de públicos.

Públicos da Cultura



H — Habituais I — Irregulares R — Retraídos

Figura 10: Públicos da Cultura

Fonte: Lopes, João Teixeira – Experiência estética e formação de públicos em AA.VV. (2003), *Públicos da cultur : actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais*.

A síntese tipológica desenvolvida por João Teixeira Lopes e como refere o mesmo, é o “desdobramento de tipologias mais complexas”. Este classifica os públicos em três esferas distintas: habituais, irregulares e retraídos.

<p>Públicos Habituais</p>	<p>Representável por uma pequena percentagem da população caracterizam-se por ser uma fatia jovem escolarizada, culturalmente consolidada e/ou que desenvolvam atividades dentro do meio cultural (licenciados em áreas culturais, indivíduos conectados à produção cultural e gestão cultural). Conhecem bem os cânones da criação cultural e da cultura contemporânea.</p>
<p>Públicos Irregulares</p>	<p>Caraterizam-se como “predominantemente jovens” com uma frequência em práticas culturais irregular, escolarizados, pertencentes à classe média, com tendência a sofrerem com a precariedade. Mantêm uma relação com as práticas culturais através das indústrias culturais ou de comunicação.</p>
<p>Públicos Retraídos</p>	<p>Como o termo ilustra, um público retraído, que se dedica à cultura num âmbito doméstico e local. Exclusivamente pela sociabilidade e não pelos conteúdos culturais. Caraterizam-se pelo baixa escolaridade, representados por escalões etários mais jovens e mais idosos, no entanto sendo “transversais às várias faixas etárias”.</p>

Quadro 4: Públicos da Cultura (tipologia)

Fonte: Lopes, João Teixeira – Experiência estética e formação de públicos em AA.VV. (2003), *Públicos da cultur : actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais*

É determinante a importância da análise dos perfis ou ideais típicos do consumidor cultural. No entanto, este tipo de análise não é linear e definitiva, havendo sempre a possibilidade de cruzamento entre tipologias. O melhor exemplo disso é a facilidade de acesso às tecnologias de comunicação, que permite a um público retraído o acesso a práticas culturais, não só de lazer e entretenimento, como também a práticas culturais eruditas.

Ao analisarmos paralelamente as propostas tipológicas (quadro 3 e 4) veremos que têm semelhanças, mas que não se complementam no rigor da análise. Tendo em conta as 3 medidas de análise (qualificação, recursos e regularidade), comparemos.

Os públicos cultivados tal como os públicos habituais são um grupo qualificado, com recursos elevados e ativos no consumo de objetos culturais, não são um grupo representativo da sociedade por serem somente uma fatia desta.

Os públicos retraídos das duas análises, apesar de homónimos, significam grupos diferentes. Na análise de Rui Telmo Gomes, o grupo caracteriza-se por ter qualificações, no entanto os seus recursos são irregulares e este nem sempre frequenta práticas culturais, poderá dizer-se que este grupo se relaciona de melhor modo com os públicos irregulares da análise de João Teixeira Lopes.

O público displicente na análise de Rui Telmo Gomes (quadro 3) é um grupo com possibilidade de ser um público culturalmente ativo, no entanto, por opção, não o é, este merece ser estudado, não dizendo que este sobrepõe sobre a qualquer outro grupo pelo intelecto. Mas por ser um público que apresenta potencial no consumo de práticas culturais e opta por não o fazer.

Concluindo, a análise tipológica dos públicos da cultura permite identificar os perfis sociais (qualificação e recursos) do consumidor cultural e a correspondência entre padrão das práticas culturais (regularidade).

Metodologia

De acordo com Fortin (1996) a metodologia consiste na descrição das etapas a realizar durante a investigação. A escolha do investigador por determinado método estabelece o modo pelo qual irá obter as respostas às questões da investigação.

Todo o contexto científico é variável pelo fato de receber interferência no ambiente onde se insere. Podemos afirmar que o mesmo investigador pode entender determinado acontecimento de diferentes maneiras dependendo de influências recebidas do ambiente externo, em diferentes contextos.²² Ao compreender o comportamento humano a determinada realidade, a percepção do investigador é influenciada pelo contexto histórico e cultural no qual se insere.

A metodologia utilizada justificará a opção pelo modo de recolha de dados e tratamento dos mesmos. Esta metodologia caracterizou-se nas seguintes etapas:

1. Identificação do tema e da questão de pesquisa – o tema de escolha teria de ter uma estreita relação com cultura e em especial com a entidade de estágio, a questão de pesquisa “público TAGV” surgiu durante o estágio e como proposta da definição deste.
2. Pesquisa de literatura e definição dos critérios a estudar – a revisão da literatura englobou estudos realizados no TAGV e noutras entidades de teor cultural e revisão bibliográfica sobre os temas desenvolvidos (administração, cultura e públicos da cultura).
3. Recolha de informação – a recolha de informação dividiu-se em três partes distintas, a realização das entrevistas semiestruturadas aos representantes de cada departamento do TAGV (administração, comunicação, direção, produção, técnica e frente de casa); a segunda parte consistiu na realização dos questionários e a terceira e última parte partiu da seleção da informação adquirida com a revisão bibliográfica.

²² Matias-Pereira, José (2016). *Manual de metodologia da pesquisa científica*, São Paulo: Editora Atlas 4.º ed.

4. Avaliação da amostragem – concluídos os questionários iniciou-se a recolha dos dados da amostragem para que posteriormente na fase 5 estes fossem avaliados e interpretados.
5. Interpretação dos resultados
6. Conclusão e síntese do estudo.²³

Entende-se a metodologia como a aplicação de um determinado conjunto de procedimentos ou técnicas colocadas em ação para alcançar determinado objetivo, que posteriormente é corroborado pela demonstração dos resultados da aplicação dos métodos pré-definidos. A metodologia permite que o investigador compreenda todas as possíveis conclusões da investigação científica e a obtenção do resultado.

A escolha pelo *estudo de caso* prende-se no fato de simplificar a compreensão que temos dos fenómenos organizacionais, sociais, individuais e políticos. Este tem sido preferido para pesquisas na área da administração e ciências sociais por preservar durante a pesquisa as características mais significativas do estudo em relação com realidade. O estudo de caso foca-se em acontecimentos contemporâneos nos quais o investigador não tem controlo sobre o que permite que se coloque a questão da pesquisa na amplitude do “como? porquê?”.²⁴

O estudo pretende analisar e caracterizar o público TAGV com base na recolha de dados através do inquérito por questionário. O instrumento de recolha de dados caracterizou-se pela análise documental e o inquérito por questionário via google forms (como resposta a um problema de logística). O questionário no google forms foi disponibilizado online durante 3 meses e obtidas 144 respostas, estes foram divulgados nas plataformas de comunicação digital pelos investigadores.

²³ Mendes, K., Silveira, R.& Galvão, C. (2008). Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/tce/v17n4/18.pdf>

²⁴ Yin, Robert K. (2001). *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. trad. Daniel Grassi. 2.ed. Porto Alegre: Bookman

O questionário foi dividido em duas partes, com 7 seções e 88 questões, a primeira parte destinava-se a uma população de estudantes universitários e a segunda à população restante. A resposta dada a determinadas questões direcionava o inquirido para a seguinte seção indicada, até a finalização do mesmo. (documento 3)

A definição da questão da pesquisa pode ser considerado o passo mais importante da pesquisa. Para ser definida deve ter-se total conhecimento sobre o que é o estudo. O estudo deste trabalho é o Teatro Académico de Gil Vicente e o seu público, após ter completo conhecimento sobre o objeto de estudo devem colocar-se as seguintes perguntas “quem”, “porquê”, “como”, “o quê”. o sabermos como responder as estas perguntas conseguiremos compreender a estratégia da pesquisa.

Objetivamente o estudo pretende compreender qual o impacto que o teatro, enquanto instituição cultural, tem na cidade de Coimbra. Espera-se da amostra conseguida uma análise e caracterização do público TAGV compreendo o alcance do teatro.

Na análise colocam-se duas questões generalistas “Quem é o público TAGV?” e “Qual a importância que o teatro tem no âmbito cultural da cidade de Coimbra?”.

Colocamos as seguintes hipóteses de trabalho:

H1: O público TAGV é um público jovem, académico, que frequenta o teatro regularmente.

H2: O público TAGV é um público pontual, com interesses específicos, frequenta o teatro ocasionalmente.

Resultados da Análise

Para melhor análise dos resultados da amostra obtida realizaram-se os seguintes quadros e gráficos com a organização dos dados.

Variável de Caraterização	Categoria	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Idade	Dos 15 aos 29	120	83,3%
	Dos 30 aos 49	14	9,7%
	Dos 50 aos 69	10	6,9%
Gênero	Feminino	103	71,5%
	Masculino	41	28,5%
Habilitações Literárias	Ensino Básico	5	3,5%
	Ensino Secundário	69	47,9%
	Licenciatura	41	28,5%
	Mestrado	20	13,9%
	Doutoramento	1	0,7%
	Outros*	8	5,6%
Ocupação	Estudante	82	56,9%
	Trabalhador/a	37	25,7%
	Trabalhador/a – Estudante	15	10,4%
	Desempregado/a	5	3,5%
	Reformado/a	3	2,1%

	Empresário/a	2	1,4%
--	--------------	---	------

*outros: a resposta foi inconclusiva

Quadro 5: Caracterização da amostra

A disponibilização dos questionários numa plataforma online permitiu que a amostragem se estendesse a outros distritos. Podem colocar-se duas hipóteses: primeira hipótese - as respostas aos questionários partiram de uma população jovem, estudantes universitários que na altura da sua resposta se encontravam no distrito de residência; segunda hipótese - é uma população à qual chegou o questionário pelo alcance que as plataformas digitais têm.

Distrito	Frequência Absoluta	Frequência Relativa (%)
Coimbra	101	70,1%
Aveiro	18	12,5%
Santarém	3	2,1%
Porto	6	4,2%
Lisboa	1	0,7%
Bragança	2	1,4%
Viseu	4	2,8%
Guarda	1	0,7%
Leiria	3	2,1%
Setúbal	1	0,7%
Viana do castelo	2	1,4%
Braga	2	1,4%

Quadro 6: Caraterização da amostra de acordo com o distrito de residência

Grau de importância e frequência

Com o propósito de apurar o grau de importância do TAGV na cidade de Coimbra e compreender a relação entre o estatuto adquirido e a real afluência à instituição, aos inquiridos foi-lhes perguntado numa escala de 1 a 5 em que 1 é nada importante e 5 muito importante, “*Como classifica o TAGV em termos de importância no quadro das instituições culturais da cidade de Coimbra?*” e “*Com que frequência assiste a espetáculos no TAGV?*” com a possibilidade de resposta (Nunca, Raramente, Com frequência e Com Muita frequência). Foi elaborado o seguinte quadro com os resultados obtidos.

Variável de Caracterização	Categoria	Frequência Relativa (%)
Grau de importância do TAGV no quadro das instituições da cidade de Coimbra	Nada importante (1)	0,0%
	Pouco importante (2)	0,7%
	Mais ou menos importante (3)	9,0%
	Importante (4)	41,0%
	Muito importante (5)	49,3%
Frequência que assiste a um espetáculo no TAGV	Nunca	16,7%
	Raramente	56,9%
	Com frequência	24,3%
	Com muita frequência	2,1%

Quadro 7: Resultados dos critérios de importância e afluência ao TAGV

Dos 26,4% dos inquiridos que assistem a espetáculos no TAGV “Com frequência” ou “Com muita frequência”, 15,8% fazem no 1 a 3 vezes ao ano, 47,4% fazem no 4 a 6 vezes ao ano e 36,8% assistem a um espetáculo no TAGV mais de 6 vezes ao ano.

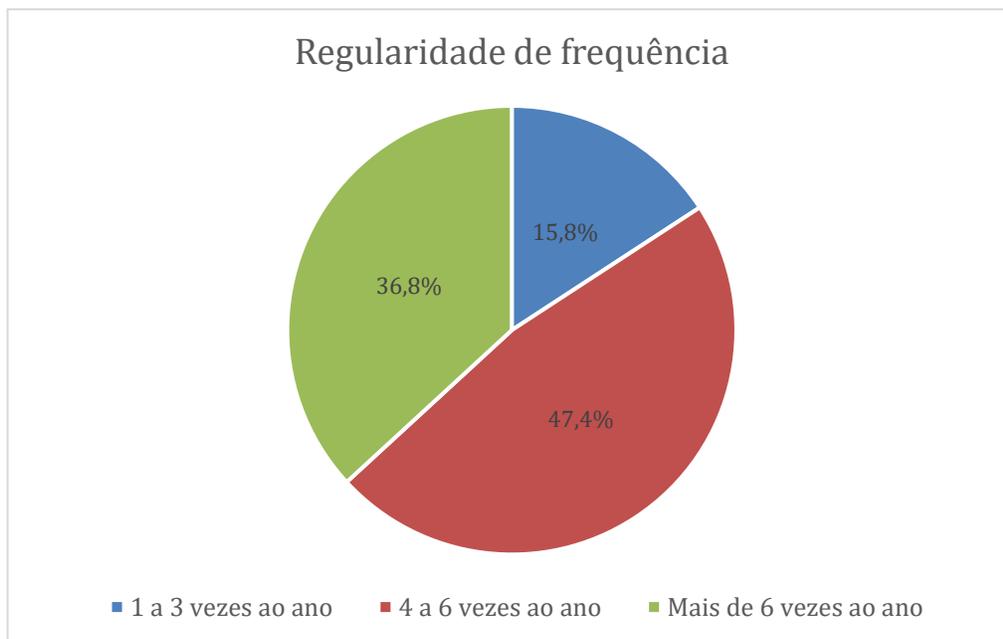


Gráfico 4: Regularidade de frequência dos inquiridos

No gráfico 5 podem ser analisadas as preferências dos 26,4% dos inquiridos que frequentam o teatro “Com frequência” ou “Com muita frequência” em relação as ofertas programáticas do TAGV.

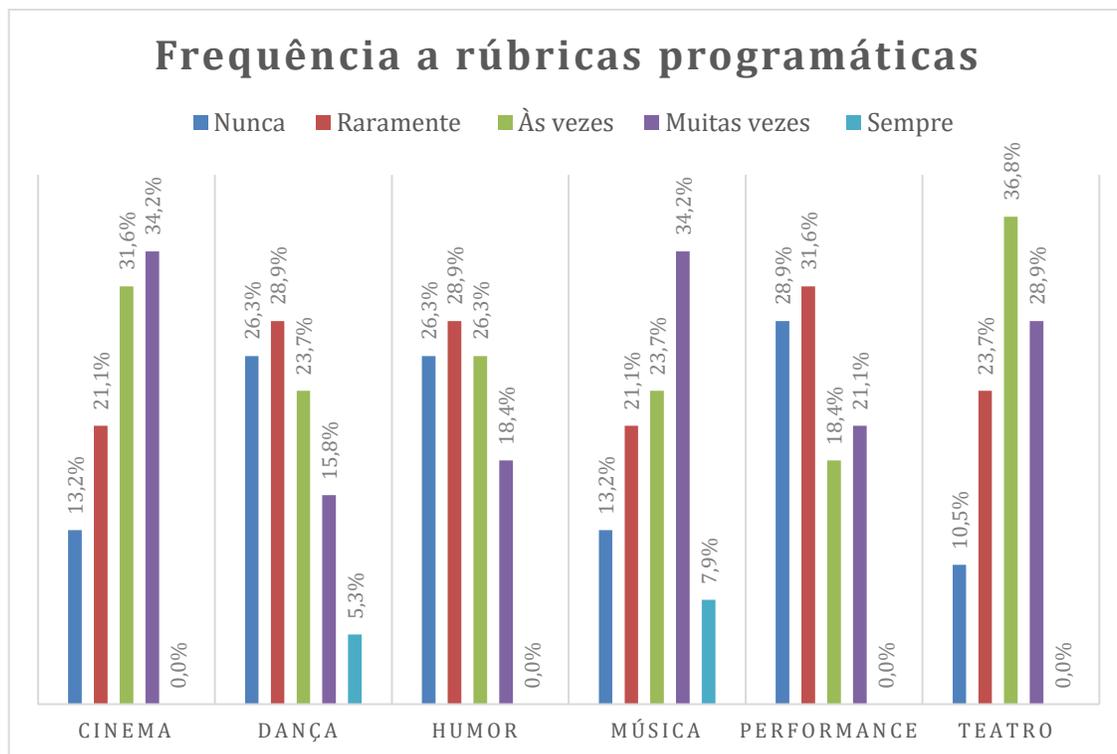


Gráfico 5: Frequência das rúbricas programáticas

No quadro abaixo podem ser consultadas a frequência relativa em percentagem da afluência a cada rúbrica programática que completa com o gráfico 5.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre
Cinema	13,2%	21,1%	31,6%	34,2%	0,0%
Dança	26,3%	28,9%	23,7%	15,8%	5,3%
Humor	26,3%	28,9%	26,3%	18,4%	0,0%
Música	13,2%	21,1%	23,7%	34,2%	7,9%
Performance	28,9%	31,6%	18,4%	21,1%	0,0%
Teatro	10,5%	23,7%	36,8%	28,9%	0,0%

Quadro 8: Percentagem da frequência das rúbricas programáticas

Os seguintes gráficos e quadros representam a população de 26,4% dos inquiridos que frequentam o teatro “Com frequência” ou “Com muita frequência”. Em resposta às seguintes questões, nomeadamente, “*De que forma tem conhecimento do(s) espetáculo(s) realizados no TAGV?*”, “*Quais dos seguintes aspetos o/a faz assistir espetáculos no TAGV?*” e “*Qual destas iniciativas da programação do TAGV tem conhecimento?*”.

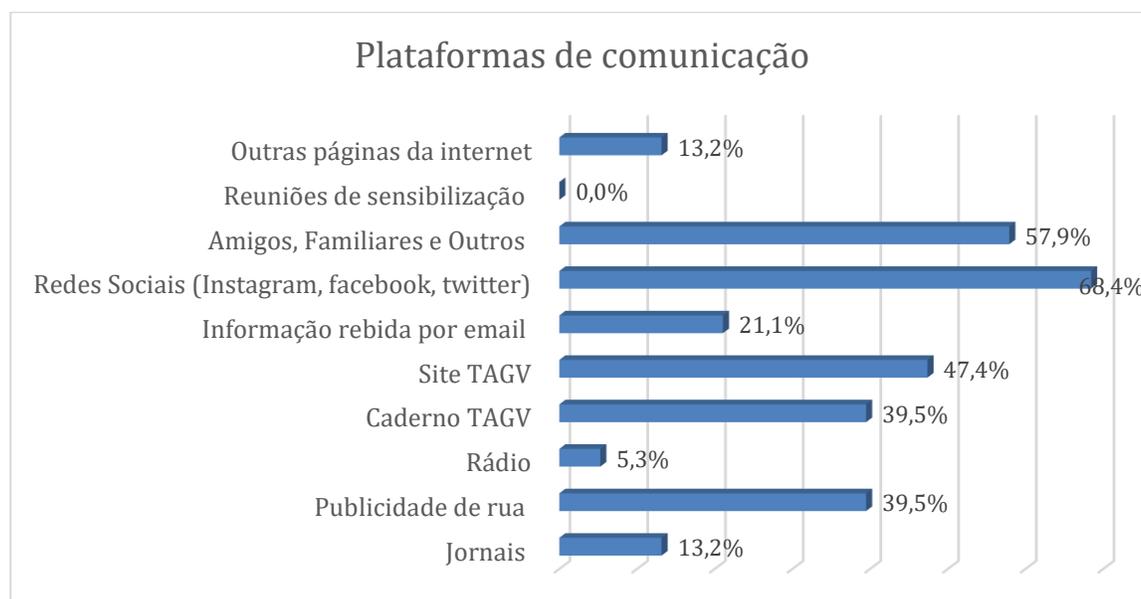


Gráfico 6: Conhecimento da programação TAGV

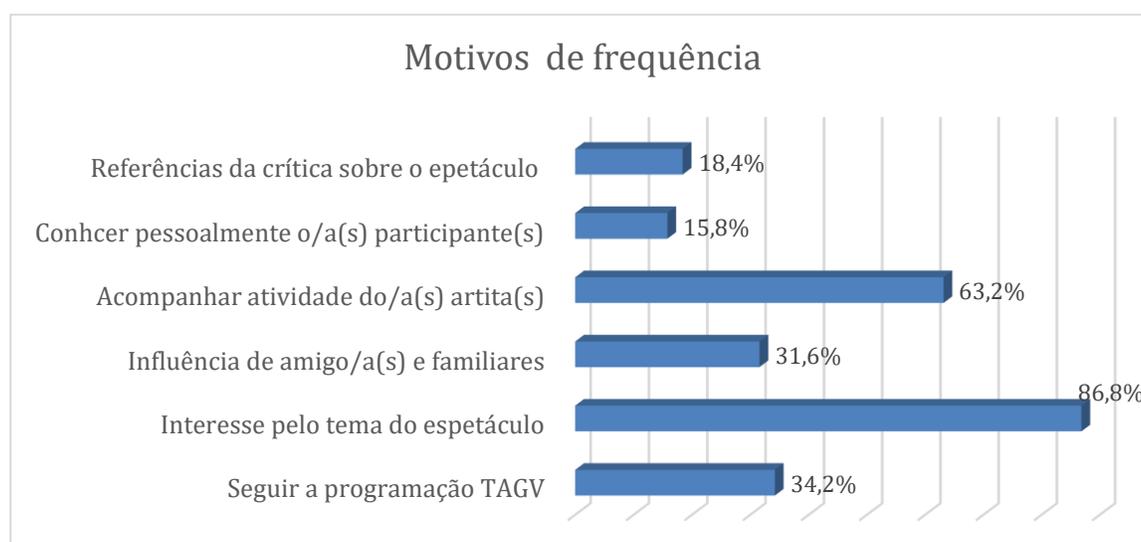


Gráfico 7: Motivos de frequentar o TAGV

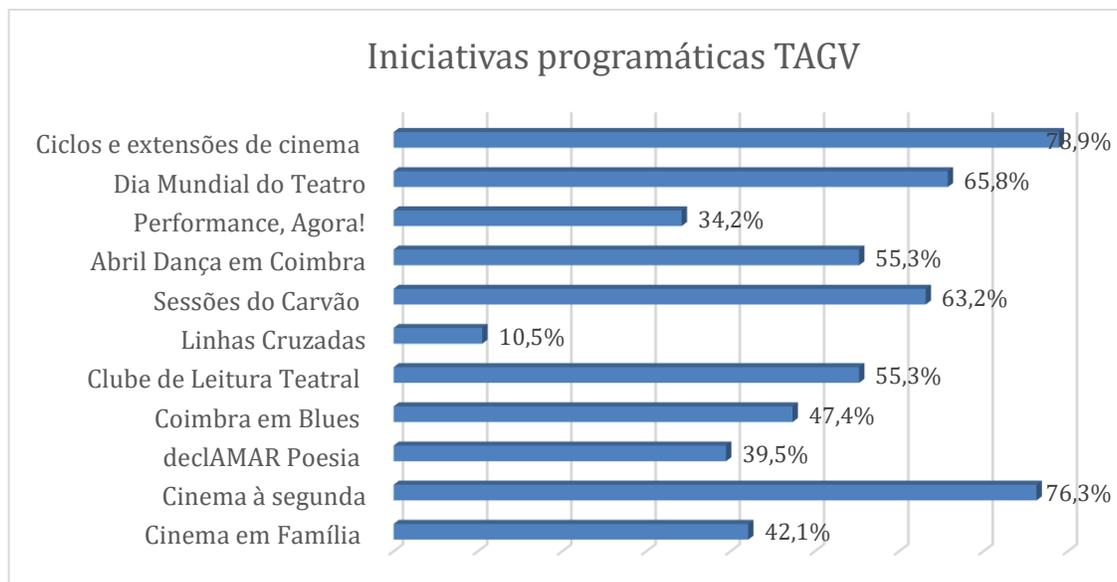


Gráfico 8: Iniciativas programáticas reconhecidas pelos inquiridos

Dos 73,6% dos inquiridos que “Nunca” assistem a um espetáculo no TAGV ou o fazem “Raramente”, apontaram as seguintes razões para tal.

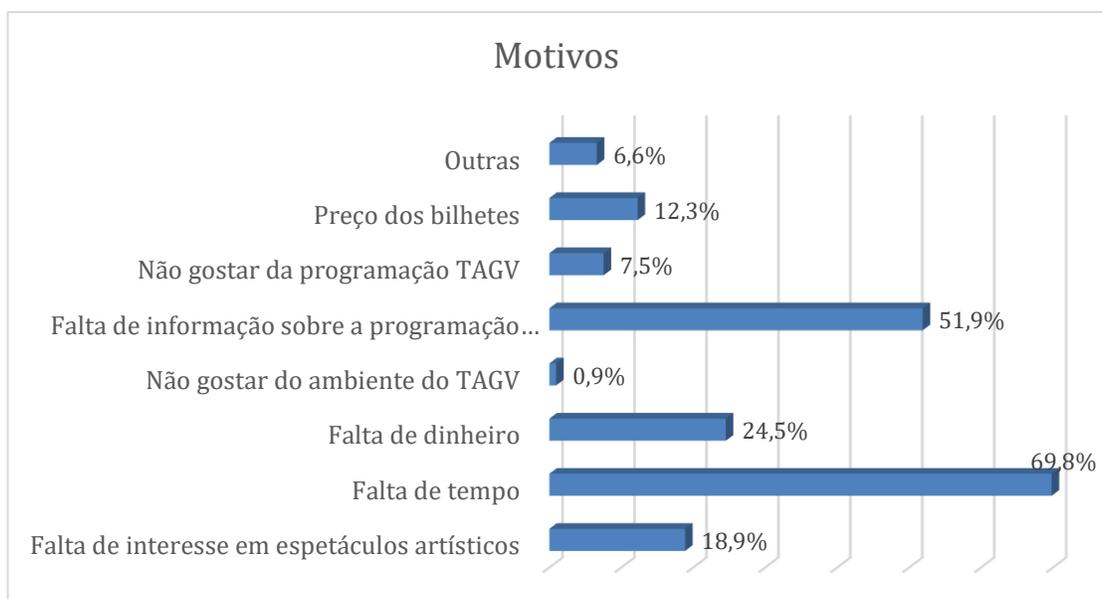


Gráfico 9: Motivos da rara ou inexistente frequência ao TAGV

Quando lhes questionado quais das rúbricas programáticas que demonstravam maior interesse, os resultados foram os seguintes (gráfico 9 e quadro 10).

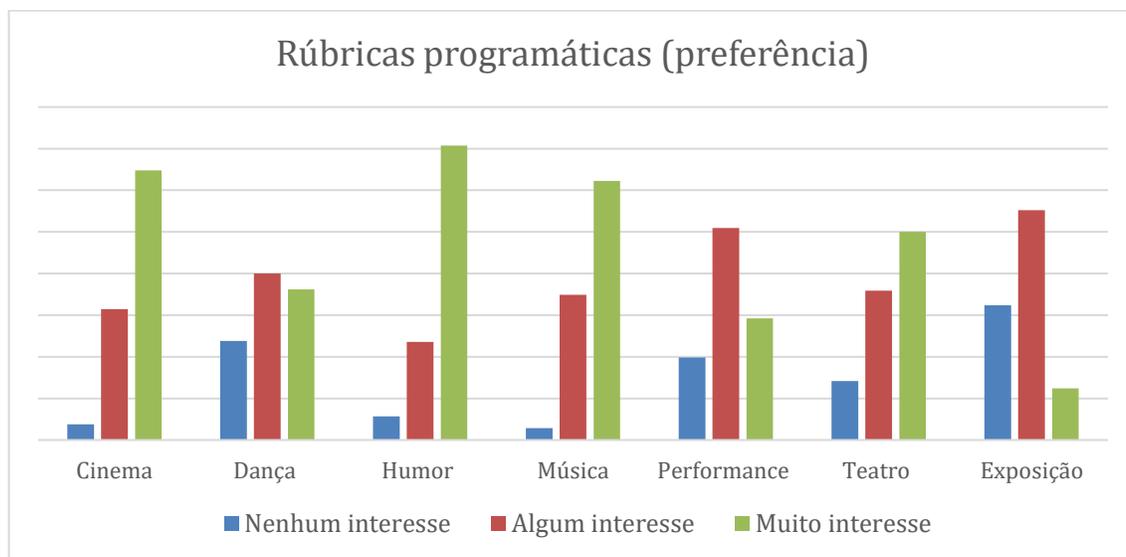


Gráfico 10: Níveis de interesse nas rúbricas programáticas TAGV

	Nenhum interesse	Algum interesse	Muito interesse
Cinema	3,8%	31,4%	64,8%
Dança	23,8%	40,0%	36,2%
Humor	5,7%	23,6%	70,8%
Música	2,8%	34,9%	62,3%
Performance	19,8%	50,9%	29,2%
Teatro	14,2%	35,8%	50,0%
Exposição	32,4%	55,2%	12,4%

Quadro 9: Percentagem dos níveis de interesse nas rúbricas programáticas

Hábitos culturais da amostra

Para apurar os níveis de integração cultural da amostra, elaborou-se uma secção do questionário designada “*Hábitos Culturais*”. Com questões direccionadas ao consumo de propriedade cultural geral “*no último mês e nos últimos 6 meses*” e propriedade cultural desenvolvida na cidade de Coimbra “*no último ano*”.

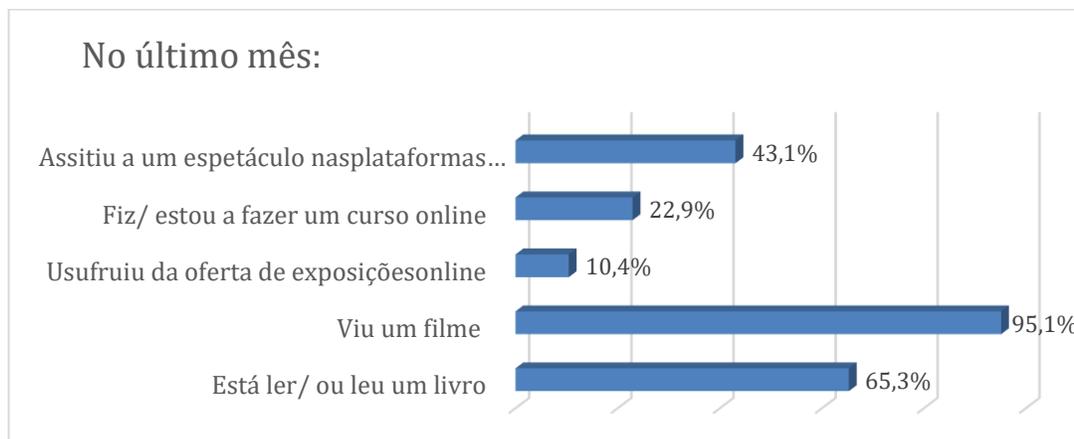


Gráfico 11: Hábitos culturais no último mês

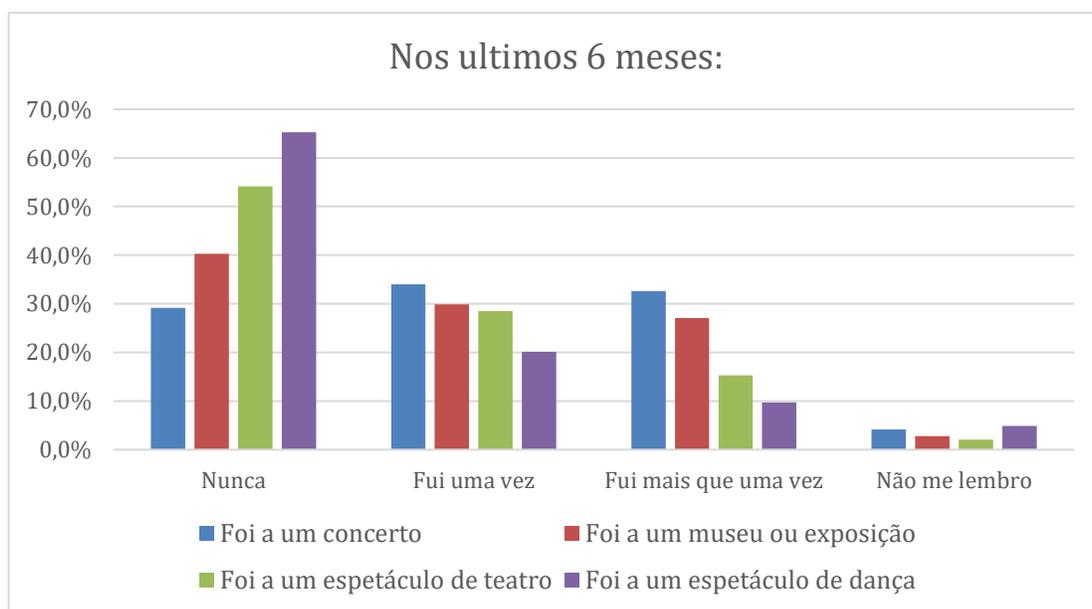


Gráfico 12: Hábitos culturais nos últimos 6 meses

	Nunca	Fui uma vez	Fui mais que uma vez	Não me lembro
Foi a um concerto	29,2%	34,0%	32,6%	4,2%
Foi a um museu ou exposição	40,3%	29,9%	27,1%	2,8%
Foi a um espetáculo de teatro	54,2%	28,5%	15,3%	2,1%
Foi a um espetáculo de dança	65,3%	20,1%	9,7%	4,9%

Quadro 10: Percentagens dos hábitos culturais nos últimos 6 meses

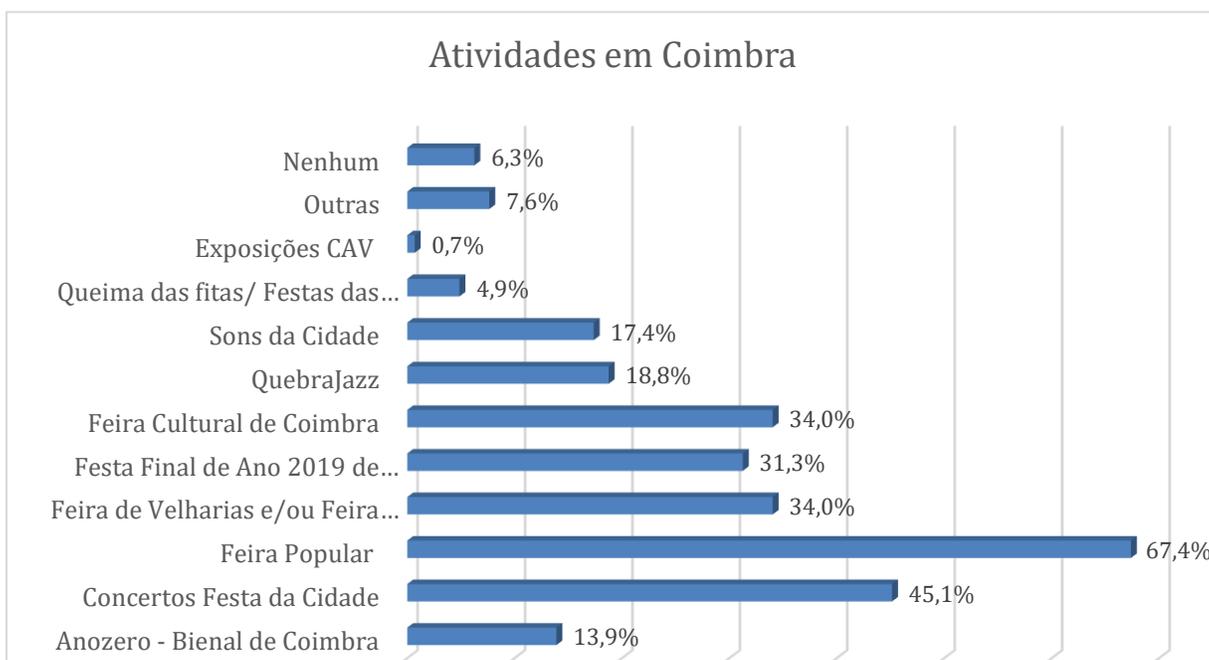


Gráfico 12: Frequência de participação em atividades de teor cultural na cidade de Coimbra

Comunidade académica

O TAGV é um teatro académico que direciona a sua programação para a comunidade académica da universidade de Coimbra e para a comunidade conimbricense. Da amostra obtida 67,4% são estudantes, dos quais 83,5% são estudantes universitários e 16,5% são não universitários.



Gráfico 13: Estudantes universitários e não universitários (%)

Uma das iniciativas do TAGV, é o Espaço Curricular uma rúbrica que permite aos estudantes da UC assistirem a espetáculos, performances, debates, concertos, entre outros no teatro de forma gratuita desde que se encontrem dentro do contexto de aula. Dos inquiridos, estudantes universitários, 65,4% não conhecem a iniciativa - espaço curricular e 34,6% conhecem a iniciativa.

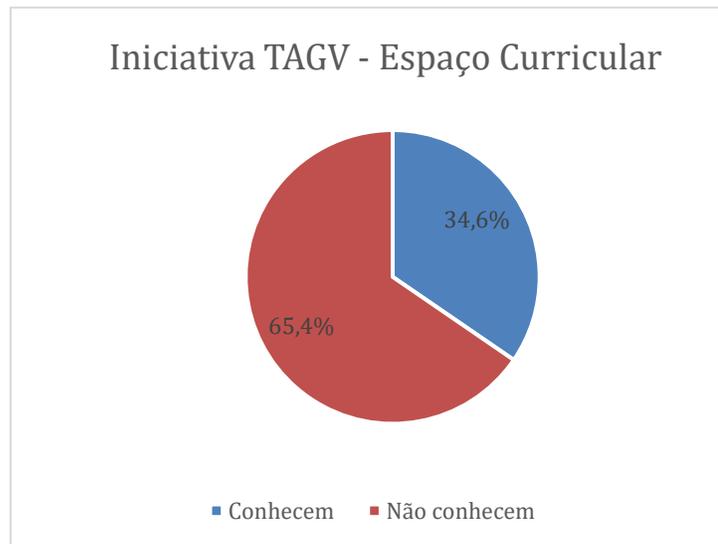


Gráfico 14: Conhecimento sobre a iniciativa espaço curricular

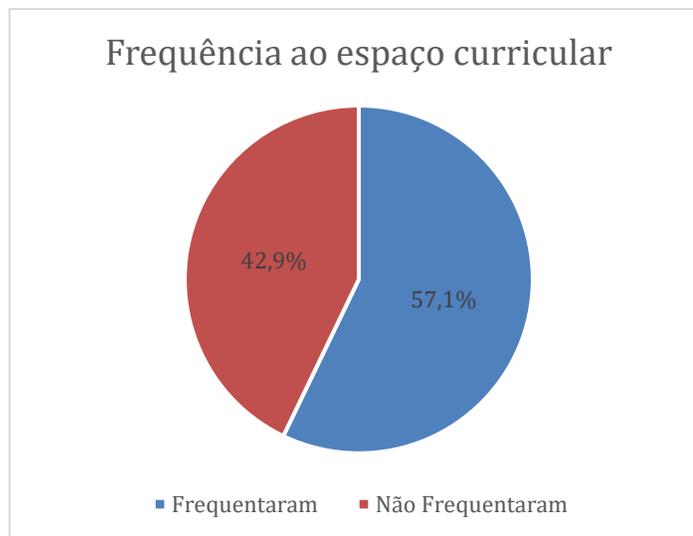


Gráfico 15: Frequência ao espaço curricular

Dos inquiridos que conhecem a iniciativa, espaço curricular, 57,1% já assistiu a um espetáculo no âmbito do espaço curricular e 42,9% nunca assistiu a nenhum espetáculo, mesmo tendo conhecimento da iniciativa. Dos que já assistiram destacam-se, maioritariamente, por frequentarem cursos na área das humanidades: Turismo e Património, Jornalismo e Comunicação e Estudos Artísticos.

Grau de importância e frequência para os estudantes universitários

Quando questionados sobre o grau de importância do teatro na cidade de Coimbra numa escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a “Nada importante” e 5 a “Muito importante”, 44,4% dos estudantes universitários responderam 5 e 46,9% responderam 4. No entanto, 54,3% dos inquiridos estudantes universitários “Raramente” assistem a um espetáculo no TAGV. E 28,4% dos universitários assistem a um espetáculo “Com frequência”

Variável de Caracterização	Categoria	Frequência Relativa (%)
Grau de importância do TAGV no quadro das instituições da cidade de Coimbra para estudantes universitários	Nada importante (1)	0,0%
	Pouco importante (2)	1,2%
	Mais ou menos importante (3)	7,4%
	Importante (4)	46,9%
	Muito importante (5)	44,4%
Frequência que assiste a um espetáculo no TAGV dos estudantes universitários	Nunca	17,3%
	Raramente	54,3%
	Com frequência	28,4%
	Com muita frequência	0,0%

Quadro 11: Resultados dos critérios de importância e frequência ao TAGV para estudantes universitários

Dos 28,4% dos universitários que assistem a um espetáculo “Com frequência” no TAGV, 13% fazem-no 1 a 3 vezes ao ano, 56,5% 4 a 6 vezes ao ano e 30,4% mais de 6 vezes ao ano.

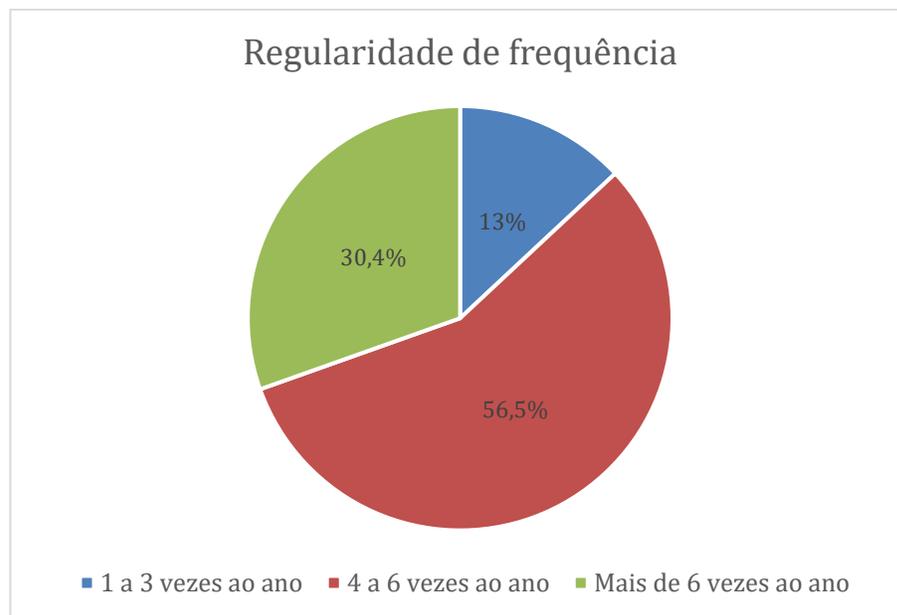


Gráfico 16: Regularidade de frequência dos estudantes universitário ao TAGV

No apuramento final sobre o destaque do TAGV nas redes sociais colocaram-se as seguintes questões: “*Quem perfil no Instagram e/ou Facebook?*” e “*Se sim, segue a atividade do TAGV no Instagram e/ou Facebook?*”.

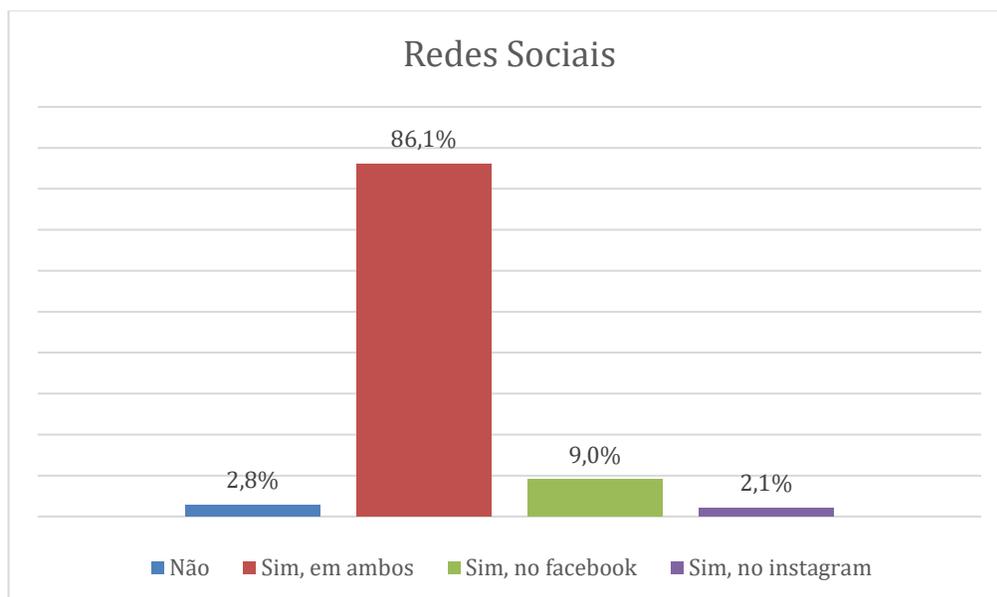


Gráfico 17: Presença da amostra nas redes sociais

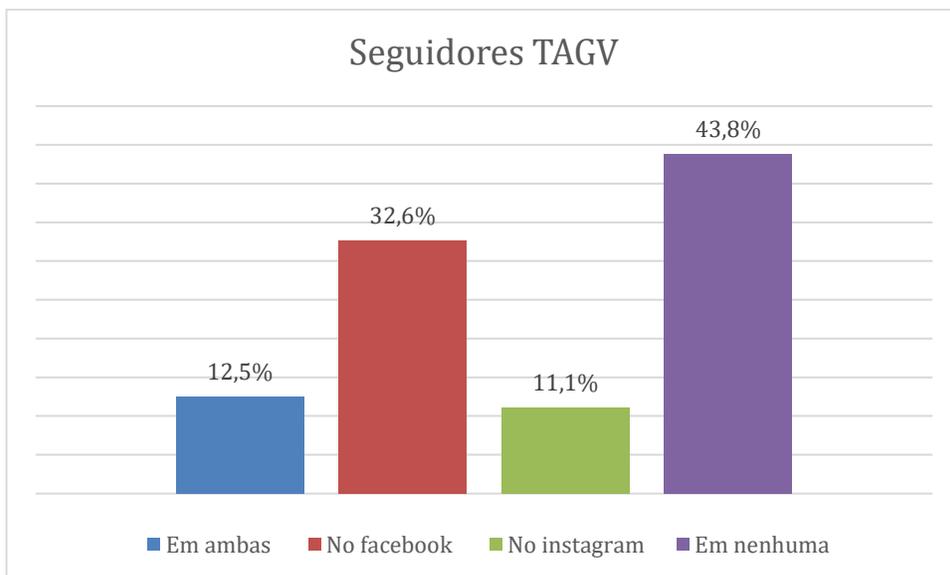


Gráfico 18: Seguidores TAGV (%)

Quando inquiridos sobre o dia da semana mais favorável a assistir um espetáculo no TAGV, as respostas centraram-se no final da semana (sexta, sábado e domingo).

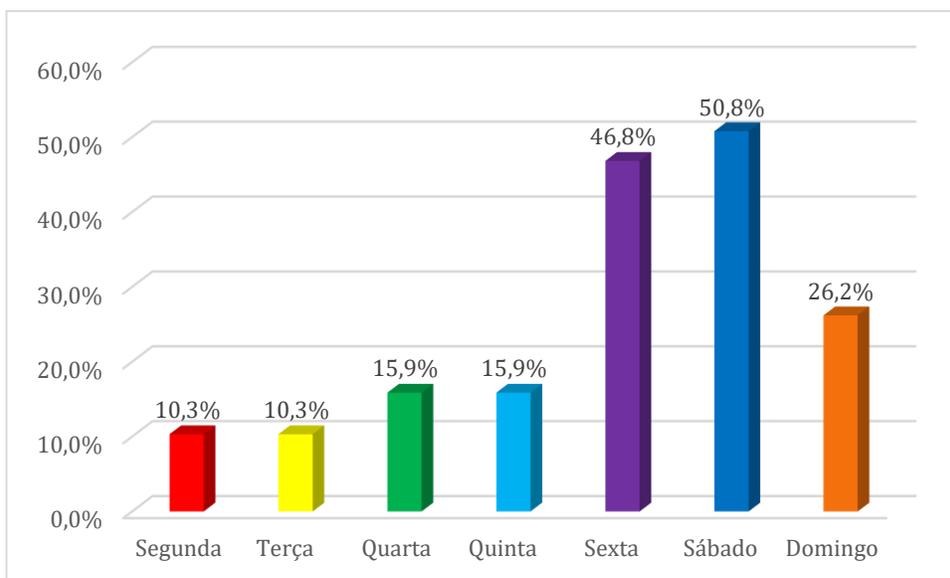


Gráfico 19: Dia da semana mais favorável a assistir um espetáculo no TAGV

Conclusões, limitações e implicações para estudos futuros

O estudo visa compreender o impacto do TAGV enquanto instituição cultural na cidade de Coimbra. Com a apresentação dos resultados, compete-nos responder às questões já colocadas “Quem é o público TAGV?” e “Qual a importância que o teatro tem no âmbito cultural da cidade de Coimbra?”. A conclusão permite comprovar ou refutar as hipóteses de trabalho apresentadas.

Para analisar um público de um espaço cultural, deve ter em conta uma apreciação sobre os seus hábitos culturais, para a definição do seu perfil enquanto consumidor de produtos culturais. Quando iniciado e divulgado o questionário, a população encontrava-se num período de confinamento, o que nos leva a concluir que as respostas sobre os hábitos culturais, decorrentes do “último mês”, podem ter sofrido influência das circunstâncias da atualidade onde a população se insere.

Apurou-se que 95, 1% dos inquiridos “viu um filme” no último mês e 65, 3% “está a ler/ou leu um livro”. Nos últimos 6 meses 59, 7% foi a concerto, museu ou exposição mais que uma vez e 63,9% foi uma vez, no entanto, a maioria (94,5%) dos inquiridos não foi “nunca” a um concerto, museu ou exposição. Como práticas de consumo cultural da cidade de Coimbra, a amostra distingue-se pela preferência de atividades de âmbito doméstico, exclusivo para sociabilização, entre as atividades frequentadas estão: Feira popular (67,4%), Concertos festa da cidade (45,1%), Feira cultural (34%), Festa de final de ano 2019 (31,3%) e Feira de velharias (34%). Pela análise efetuada, infere-se que a população não consome com regularidade produtos culturais que não estejam inseridos no âmbito doméstico e local, direciona a prática cultura para a oferta das indústrias culturais e para as formas de entretenimento tradicionais.

Da análise à população, conclui-se que o público TAGV é um público jovem, que se encontra na faixa etária dos 15 aos 29 anos, qualificado, que consideram o TAGV uma instituição de muita importância no quadro das instituições da cidade de Coimbra. No entanto, a resposta com maior percentagem obtida com a questão da regularidade ao TAGV, de 56,9%, foi a de “Raramente”. Mesmo considerando o teatro como uma

instituição de importância, a efetiva frequência a espetáculos é escassa. Dos motivos apontados pela população que não frequenta o TAGV, ou o faz raramente, os com maior menção foram os de “falta de tempo” e “falta de informação sobre a programação TAGV”. Se na possibilidade de frequentarem o TAGV a maioria respondeu que o faria para assistir a um espetáculo de humor, música e teatro. Sendo que a rubrica humor, com 70,8%, prevê uma tendência para um público que prefere as formas de riso face às tradicionais práticas culturais.

É importante distinguir uma minoria 26,4% da amostra que frequenta o TAGV, “Com frequência” ou “Com muita frequência”. Fazem-no 4 a 6 vezes ao ano, detendo preferência pelo cinema, assistindo com preferência aos ciclos de cinema (francês, alemão, italiano e português) e pela rubrica programática *Cinema à Segunda*, música e teatro. Têm conhecimento dos espetáculos através das redes sociais ou através de amigos e familiares. A frequência ao teatro resulta em acontecimentos pontuais: como o interesse pelo espetáculo ou em acompanhar a atividade do artista, porém, 34,2% dos 26,4% refere que o faz para seguir a programação TAGV.

Na delimitação da amostragem conseguida, foram isolados, os estudantes universitários da restante população, para a compreensão das hipóteses de trabalho colocadas. Da população académica, 46,9% consideram a TAGV “Importante” no quadro das instituições da cidade de Coimbra, no entanto assistem “raramente” a um espetáculo no TAGV. Dos 28,4% inquiridos universitários frequentam o teatro com maior regularidade 4 a 6 vezes ao ano.

O Teatro Académico de Gil Vicente enquanto polo cultural é considerado uma instituição de importância para a população analisada. Observa-se que não o é só para uma população mais jovens, mas transversal a uma população já mais madura, qualificada.

Se analisarmos as tipologias de público apresentadas podemos responder à questão “Quem é o público TAGV?” do seguinte modo.

O público TAGV do ponto de vista do estudo de João Teixeira Lopes é um *público habitual*, público qualificado, que compreende a criação contemporânea, aprecia

a oferta TAGV e escolhe o teatro como círculo de eleição das suas práticas culturais. Porém é um público diminuto face à representatividade da sociedade.

Das hipóteses apresentadas nenhuma das duas se comprova, a hipótese 1 definia o público com um público, jovem, académico, que frequenta o teatro regularmente, no entanto o que se conclui é da fatia de universitários só uma pequena percentagem frequenta o teatro com regularidade. Poderá ser justificável, pela falta de conhecimento sobre a oferta TAGV ou pode colocar-se a hipótese de este público se designar como um quase público, um público displicente com potencial para ser um público regular, mas escolhe não o fazer. Este tipo de análise subjetiva, é uma mera suposição de possibilidades a serem estudadas em estudos futuros.

Da hipótese 2: “O público TAGV é um público pontual, com interesses específicos, frequenta o teatro ocasionalmente”, esta pode ser refutada pelo seu teor ocasional, já que se comprova que a *elite*, um público que frequenta o TAGV, não o faz somente pelo seu interesse num espetáculo ou artista como também para acompanhar a oferta TAGV.

Compreendemos que o público da cidade de Coimbra é um público retraído, que reconhece a importância da instituição, porém o seu perfil cultural dimensiona o seu consumo de determinadas práticas culturais, não por falta de recursos, mas por opção.

A ideia para o estudo partiu da leitura da tese de conclusão de mestrado da Dr.^a Cátia Isabel dos Santos Gouveia - *Marketing nas organizações culturais*, a partir de um estudo realizado no TAGV em 2016. A proposta inicial seria aplicar questionários adaptados do estudo já realizado, com o objetivo de conseguir uma amostra semelhante ao do estudo de 2016 e comparativamente analisar os resultados obtidos no estudo de 2020. O projeto centrar-se-ia na caracterização do público TAGV, com bases teóricas conseguidas do estudo de 2016, no entanto pelas limitações evidentes de logística na aplicação da recolha de dados, o estudo comparativo não foi possível. Os questionários iniciar-se-iam no mês de março no TAGV e na cidade de Coimbra, no entanto com o confinamento, a melhor opção foi a realização dos questionários nas plataformas digitais.

As dúvidas dos investigadores em avançar com o estudo surgiram por estes considerarem a amostra obtida pouco significativa e dispersa. No entanto, esta mesmo podendo não ser considerada significativa não deixa de ser relevante ao estudo e a possíveis estudos.

Poderá comprovar-se com este estudo que toda e qualquer investigação não é isenta de interferências externas à mesma. Para estudos futuros a sugestão é o repensar da aplicação do mesmo questionário, noutros termos. A comparação de resultados seria uma opção interessante, que justificaria que todo o processo científico pode ter influência do meio que o rodeia.

Bibliografia

AA.VV. (2003), *Públicos da cultura: actas do Encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais / coordenação técnica Rui Telmo Gomes*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais, 2004

AA.VV. (2014) *Estratégia Nacional de investigação e inovação para a especialização inteligente 2014-2020*. Acedido em 20 de novembro de 2019, no Web site da: Portugal 2020: https://www.portugal2020.pt/sites/default/files/enei_versao_final_0.pdf.

AA. VV () Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliações Culturais. As Grandes Opções do Plano do Governo para o período de 2016-2019. Acedido em 11 de dezembro de 2019, no Web site da: GEPAC: <http://www.gepac.gov.pt/estrategia-e-planeamento/politicas-nacionais/gepac-dsepac/gop.aspx>

Adorno, T. W. (2003). *Sobre a Indústria da Cultura*. (Ribeiro, A. Sousa, Edits., M. Resende, M. A. Amarante, J. M. Justo, A. Graça, & C. Coelho, Trans.) Coimbra: Angelus Novus.

Alexandrino, J. D. M. (2009). *O Conceito De Bem Cultural. Lição Ao Curso de Pós-Graduação Em Direito Da Cultura e Do Património Cultural*, I. de Ciências Jurídico-Políticas, 1–13.

Byrnes, William J. (2008). *Management and the Arts*, Paperback

Centeno, Maria João (2010). *As organizações culturais no espaço público: a experiência a rede nacional e teatros e cineteatros*

Código do IVA. Acedido em 4 de outubro de 2019, no Web site da: Autoridade Tributária

Aduaneira:http://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/informacao_fiscal/codigos_tributarios/civa_rep/Pages/codigo-do-iva-indice.aspx

Duarte, Ana Maria Rocha Alhandra (2009). *A Satisfação do Consumidor nas Instituições Culturais: o caso o centro Cultural de Belém*. Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Marketing. ISCTE Business School.

Fortin, M. (1996). *O processo de investigação: Da conceção à realização*. Loures, Portugal: Lusociência.

Ghiglione, Rodolphe (1997). *O inquérito: teoria e prática*. 3.º ed., Oeiras : Celta Editora

Gouveia, Cátia Isabel dos Santos (2016). *Marketing nas organizações culturais*. Dissertação de mestrado em Marketing, apresentada à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Hewison, Robert (2011). *The cultural leadership handbook: how to run a creative organization*

Hill, Manuela Magalhães & Hill, Andrew (1998). *A Construção de um questionário*. Dinâmica - Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica

Jorge, Miriam José Fernandes (2016). *A cultura da sustentabilidade social, um instrumento de humanização*. Dissertação submetida ao Mestrado da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Marketing

Kotler, Philip (2006). *Principles of marketing*, Prentice Hall

Lima, Tiago () & BORGES, Vera(). *Apoio público, reconhecimento e organizações culturais: o caso do teatro*

Llosa, Mário Vargas (2012). *A Civilização do Espetáculo*, Objetiva, 1.a edição

Lousã, M. D., Santos, J. D., & Cabral, A. P. (2018). *Como fazer trabalhos académicos - Guia prático para elaborar projetos, relatórios, teses, dissertações, artigos e muito mais*. 1.^a ed. Porto Editora.

Matias-Pereira, José (2016). *Manual de metodologia da pesquisa científica*, São Paulo: Editora Atlas, 4.^o ed.

Martins, Lícínio Lopes & Correia, Jorge Alves (2018). *Códigos dos Contratos Públicos*, Gestlegal, 1.a ed.

Mendes, K., Silveira, R.& Galvão, C. (2008). Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/tce/v17n4/18.pdf>

Miranda, Jorge – *Notas sobre cultura, Constituição e direitos culturais*

NP 405-1 (1994). Norma Portuguesa para referências bibliográficas: Documentos impressos. Instituto Português da Qualidade, Ministério da Indústria e Energia. Lisboa.

Pereirinha, João Miguel Canhoto (2015). *Desenvolvimento sustentável: Passado, presente e futuro (do Estado) da cultura*. Dissertação Mestrado em Administração Pública Empresarial Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra

Portal do Governo - Secretário de Estado da Cultura. (outubro de 2019). Plano de Estudos – Cultura 2020 – uma iniciativa do Governo português. *Cultura e Desenvolvimento: Um Guia Para os Decisores*. Obtido de Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais: <http://www.gepac.gov.pt/cultura-2020.aspx>

Priberam. (22 de novembro de 2019). "Cultura", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa 2008-2013. Obtido de Dicionário Priberam da Língua Portuguesa 2008-2013: <http://www.priberam.pt/dlpo/Cultura>

Rascão, José Poças (2001). *A análise estratégica e o sistema de informação para a tomada de decisão*. Lisboa: Edições Síbalo

Robbins, Stephen P. (2016) *Management*. Boston : Pearson

Saraiva, David Tiago Caetano (2015). *Democratização Cultural em Portugal- Políticas Culturais Autárquicas*. Dissertação de Mestrado em Administração Pública, apresentada à Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra

Yin, Robert K. (2001). *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. trad. Daniel Grassi. 2.ed. Porto Alegre : Bookman

Legislação:

Decreto-Lei n.º 155/92 de 28 de julho. *Diário da República n.º 172/1992* - Série I-A. Ministério das Finanças. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 238/98 de 1 de agosto. *Diário da República n.º 176/98* - I Série A. Ministério do Ambiente. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 4/2015 de 7 de janeiro. *Diário da República n.º 4/2015* - Série I. Ministério da Justiça. Lisboa. (Código do procedimento administrativo)

Decreto-Lei n.º 151/2015 de 11 de setembro. *Diário da República n.º 178/2015* – Série I. Assembleia da República. Lisboa (Lei do Enquadramento Orçamental)

Despacho n.º 2935/2019 de 19 de março. *Diário da República n.º 55* - Série II. Cultura - Inspeção-Geral das Atividades Culturais. Lisboa (Estatutos da Universidade de Coimbra)

Despacho n.º 3778/2019 de 4 de abril. *Diário da República n.º 67/2019* - Série II. Ciência, Tecnologia e Ensino Superior - Gabinete do Ministro. Lisboa

Despacho n.º 9458/2019 de 18 de outubro. *Diário da República n.º 201/2019* - Série II. Universidade de Coimbra. Entidades administrativas independentes e Administração autónoma. Lisboa

Lei n.º 2/2004 de 15 de janeiro. *Diário da República n.º 12/2004* - Série I-A. Assembleia da República. Lisboa. (Aprova o estatuto do pessoal dirigente dos serviços e organismos da administração central, regional e local do Estado)

Lei n.º 62/2007 de 10 de setembro. *Diário da República* n.º 174/2007 - Série I. Assembleia da República. Lisboa. (Regime jurídico das instituições de ensino superior)

Lei n.º 35/2014 de 20 de maio. *Diário da República* n.º 117/2014 - Série I. Assembleia da República. Lisboa. (Lei Geral do Trabalho em Funções Públicas)

Regulamento n.º 955/2016 de 20 de outubro. *Diário da República* n.º 202/2016 - Série II. Universidade de Coimbra. Entidades administrativas independentes e Administração autónoma. Lisboa (Regulamento Teatro Académico de Gil Vicente)

Regulamento (extrato) n.º 120/2019 de 31 de janeiro. *Diário da República* n.º 22/2019 - Série II. Universidade de Coimbra. Entidades administrativas independentes e Administração autónoma. Lisboa

ANEXOS

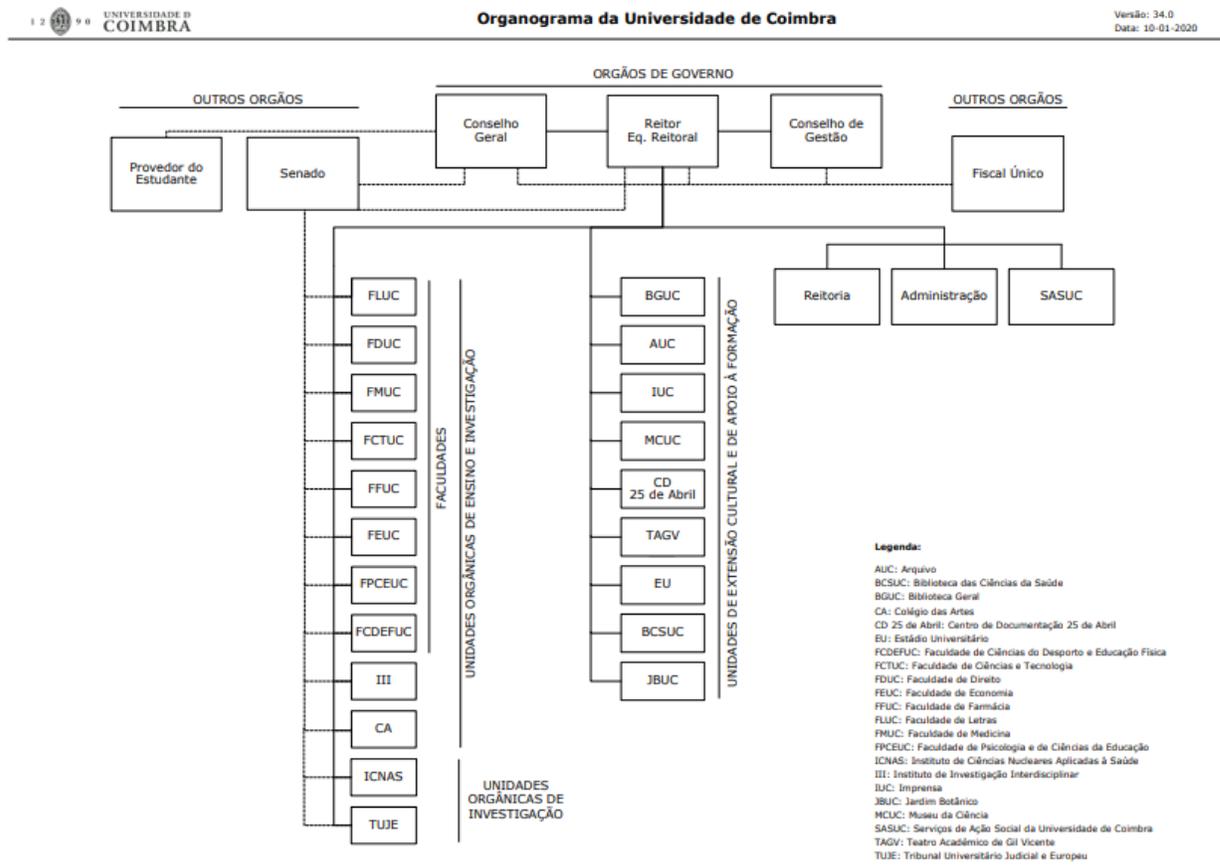


Figura 1: Organograma da Universidade de Coimbra

Fonte: https://www.uc.pt/sobrenos/estatutos/organograma_UC_jan_2020

UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Contabilização da Receita - TAGV] - [bilheteira Local]

Período de 6 a 18 de Janeiro de 2020

Dia da realização	Evento	PEP	% de devolução	Receita dia 6	Multibanco dia 6	Depósito Dia 7	Receita dia 7	Multibanco dia 7	Depósito dia 8	Receita dia 8
06/jan	Paris, Texas	OA0465- TAGV 01.2020	65%	€			0,00 €			0,00 €
06/jan	Violeta	OA0465- TAGV 01.2020	65%	€			0,00 €			0,00 €
06/jan	Apocalypse Now - Final Cut	OA0465- TAGV 01.2020	65%	€			0,00 €			0,00 €
11/jan	Abominável	OA0465- TAGV 01.2020	65%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
13/jan	Viagem a Lisboa	OA0465- TAGV 01.2020	65%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
13/jan	A Criança Zombie	OA0465- TAGV 01.2020	65%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
13/jan	Eyes Wide Shut - De Olhos Bem Fechados	OA0465- TAGV 01.2020	65%	€			0,00 €			0,00 €
15/jan	Beast - Extensão Festival Interacional de Cinema	OA0465- TAGV 01.2020	50%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
20/jan	Parasitas	OA0465- TAGV 01.2020	65%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
21 e 22-01-2020	Caramel Macchiato - Pedro Teixeira da Mota	OA0465- TAGV 01.2020	100%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
24/jan	Little B - Visões Uteis	22072 - TAGV - Desenvolvimento	0%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
31/jan	CORDIS & Quarteto Arabesco	OA0465- TAGV 01.2020	80%	€			€			20,00 €
07/fev	Capitão Fausto	OA0466- TAGV 02.2020	70%	€			€			36,00 €
18/fev	Jovem Consevador de Direita	OA0466- TAGV 02.2020	70%	€			0,00 €			0,00 €
21/fev	Dream is the dream	22072 - TAGV - Desenvolvimento	0%	€			0,00 €			0,00 €
05/mar	Atlas do Corpo e da Imagem ao Vivo	22072 - TAGV - Desenvolvimento	0%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
20/mar	No Fim Era O frio	OA0467- TAGV 03.2020	70%	0,00 €			0,00 €			0,00 €
26/mai	O Resto da Tua Vida de Carlos Coutinho Vilhena e João André	OA0469- TAGV 05.2020	100%	€			0,00 €			0,00 €
				0,00 €			0,00 €			0,00 €
	Receita arrecadada			€			€			€
	Receita Depositada				€	€		€	€	

Figura 2: Mapa de Excel da Receita Arrecadada do período de 6 a 18 de janeiro de 2020



Nome da entidade promotora do evento

Nome do espetáculo

Receta apurada

Data	Sessão	Espetáculo	Receta Líquida	IVA	Receta Bruta
			€	€	€
TOTAL			€	€	€

Frequência

Data	Sessão	Espetáculo	Vendas Inteiras	Vendas desconto	Convites				Total
					HaffDelta	TAGV	Reforço de Divulgação	Diário de Coimbra	
TOTAL									

Balanço

Receta Líquida Apurada	€
30% da receita TAGV	€
70% da Receita Haff Delta	€

Despesa - Comissões BOL

100% = €	
70% do custo de Vendas na Internet [€ x 2,7% x 23%]	€
100% = €	
70% do custo de Vendas em Ponto de Venda [€ x 4% x 23%]	€
Total	€

Figura 3: Exemplo de um relatório de um espetáculo com bilheteira partilhada

Locais	Vendas Inteiras		Vendas Desconto		Convites	Cartões		Total	
	Bilhetes	Receita	Bilhetes	Receita	Bilhetes	Bilhetes	Receita	Bilhetes	Receita
Bilheteira Local		€		€			0,00 €	78	€
Internet		€		€	0	0	0,00 €	18	€
TOTAL		€		€			0,00 €	96	€

Figura 4: Exemplo de uma folha de bilheteira

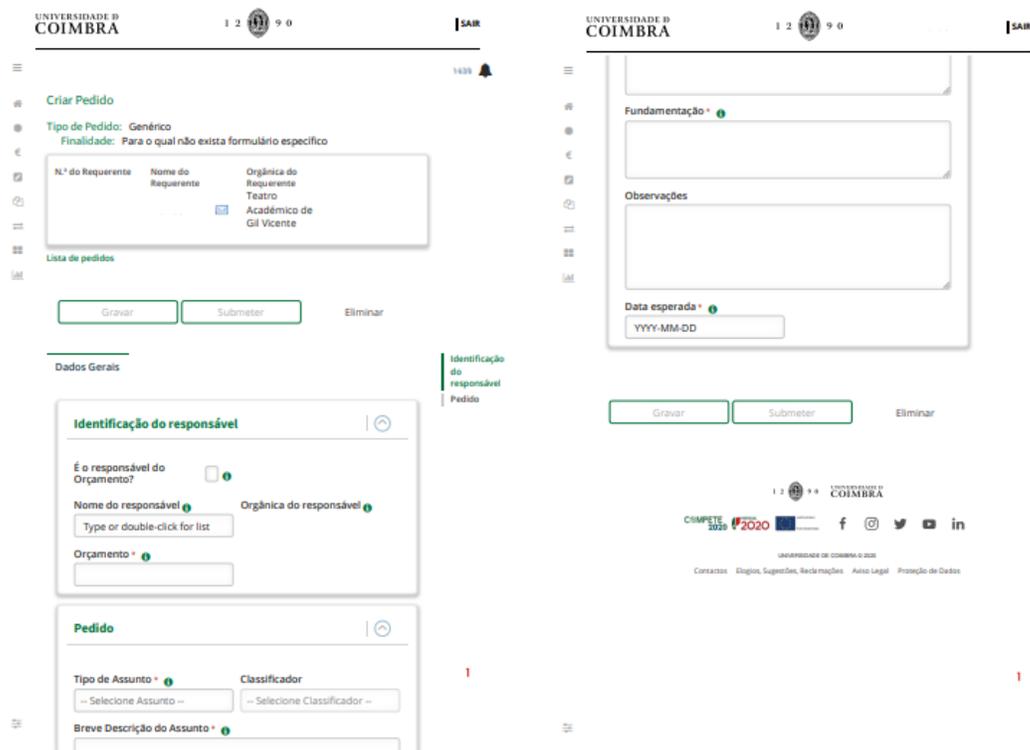


Figura 5: Pedido genérico

TEATRO ACADÉMICO DE GIL VICENTE - TAGV														
PEP OA0465- TAGV 01.2020			Mês: JANEIRO			Ano: 2020			Unid. Euros					
Dia	Evento	Entidade promotora	Receita Prevista		Receita Efetiva							Outros Encargos do Promotor	Montante Líquido a Devolver/Receber	
			Total	% (Devolver)	Total c/ IVA	IVA Cobrado 6%	Total s/ IVA	Def. FFE 7,5% (Elim)	Valor liq. a devolver ao Promotor	IVA Supert. 23%	IVA Supert. 6%			Líquido p/ UC (s/ acertos IVA)
6	Paris, Texas	Leoprado filmes		65%										
6	Violeta	Leoprado filmes		65%										
6	Apocalypse Now - Final Cut	Leoprado filmes		65%										
11	Cinema em Família	Leoprado filmes		65%										
13	A Criança Zombie	Leoprado filmes		65%										
13	Lisbon Story	Leoprado filmes		65%										
13	Eyes Wide Shut	Leoprado filmes		65%										
15	Filmes Premiados BEAST IFF 2019 Curtas Tragicomicas BEAST-Extensão	Plus-east Associação Cultural		50%										
20	A Letra Escarlate	Leoprado filmes		65%										
20	Parasitas	Leoprado filmes		65%										
20	Caso de Richard Jewel	Leoprado filmes		65%										
21 e 22	Caramel Macchiato®- Pedro Teixeira da Mota	Bridgetown Talent Agency		100%										
27	Os Filhos de Isadora	Leoprado filmes		65%										
27	A Dog Called Money	Leoprado filmes		65%										
27	Star Wars: A ascensão de Sky Walker	Leoprado filmes		65%										
31	Cordis	Songbook Produções Lda.		80%										
Total Mensal														

Figura 6: Mapa de Excel do PEP do mês de janeiro

The figure displays three sequential screenshots of a web application interface for creating a request for fund restoration. The interface is in Portuguese and includes the following elements:

- Screenshot 1 (Left):** 'Criar Pedido' form. It includes a header for 'UNIVERSIDADE DE COIMBRA' and 'SAIR'. The form title is 'Criar Pedido' with a subtitle 'Finalidade: A solicitar para solicitar a Constituição, Reconstrução e Reposição de Fundo de Manelo'. It features a table for 'N.º do Requerente', 'Nome do Requerente', and 'Orgânica do Requerente'. Below this is a 'Lista de Pedidos' section with 'Gravar', 'Submeter', and 'Eliminar' buttons. A 'Dados Gerais' section includes 'Identificação do responsável' with fields for 'Nome do responsável' and 'Orgânica do responsável', and a 'Pedido' section with 'Tipo de Operação Sobre fundo de Manelo' and 'Breve Descrição do Assunto'.
- Screenshot 2 (Middle):** 'Fundamentação' and 'Observações' sections. The 'Fundamentação' section has a text area for justification. The 'Observações' section has another text area for additional notes.
- Screenshot 3 (Right):** 'Reconstituição de Fundo de Manelo' section. It includes a 'Período a que se reporta' field with date pickers. Below is a table with columns: 'N.º DE DOC.', 'DATA DE DOC.', 'VALOR DOC.', 'FORNECEDOR', 'ORÇAMENTO', and 'PL.'. A message states 'Não existem Orçamentos para este Fundo de Manelo'. At the bottom, there are 'Gravar', 'Submeter', and 'Eliminar' buttons.

Figura 7: Pedido de reconstituição do fundo de manelo

Vendas Externas

Entidade: Universidade de Coimbra, Mês: dezembro, Ano: 2019

Espectáculo	Dia de realização	PEP	% de Devolução	Valor
Hantologia	04/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	50%	
Nouvelle Vague 15th Anniversary Acoustic	05/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	80%	
Mão Morta Redux — Filme-Concerto	07/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	65%	
Concerto de Natal — Glória à Vida	08/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	100%	
Tommaso	09/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	65%	
The Monochrome Set (GB) + Tricycles	14/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	70%	
Graças a Deus	16/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	65%	
Sorry we Missed You (Passámos por Cá)	16/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	65%	
Fundação Bissaya Barreto - A Magia...somos nós!	17/12/2019	OA0405- TAGV 12.2019	100%	
Caramel Macchiato - Pedro Teixeira da Mota	21,22/2020	OA0465- TAGV 01.2020	70%	
CORDIS & Quarteto Arabesco	31/01/2020	OA0465- TAGV 01.2020	80%	
Capitão Fausto ao vivo em Coimbra	07/02/2020	OA0466- TAGV 02.2020	70%	
Os Filhos do Colonialismo	14/02/2020	22072-TAGV-Desenvolvimento	0%	
Jovem Conservador de Direita — Supremacista Cultural	18/02/2020	OA0466- TAGV 02.2020	70%	
O Resto Da Tua Vida, a Peça de Carlos Coutinho Vilhena e João André	26/05/2020	OA0469- TAGV 05.2020	100%	
É o Fim - Rui Sinel de Cordes	20/10/2020	OA0473- TAGV 10.2020	100%	
			TOTAL	

Figura 8: Mapa de receitas da Bol no mês de dezembro de 2019

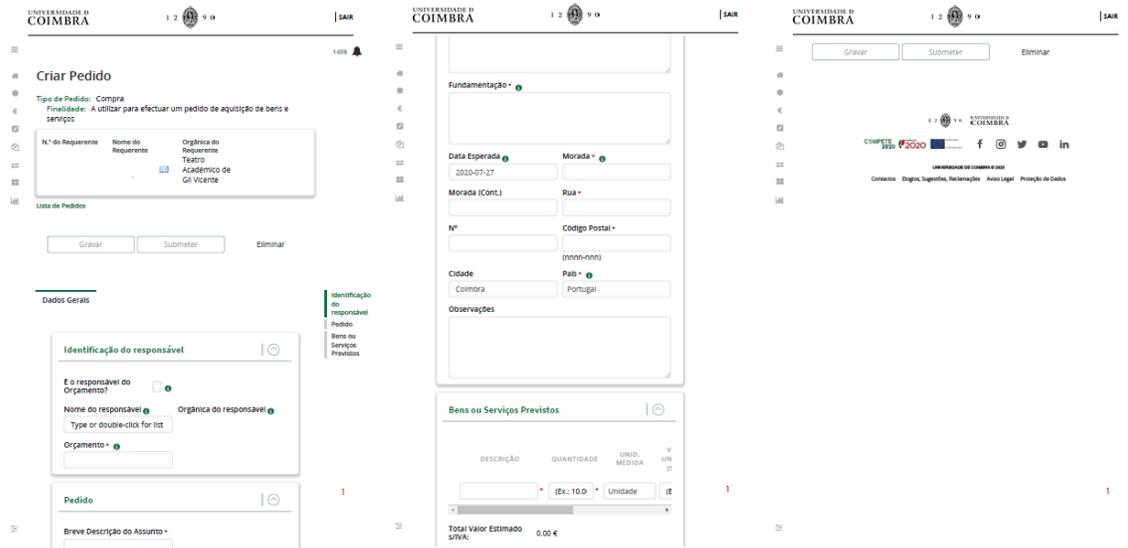


Figura 9: Pedido de aquisição de bens ou prestação de serviços

Documento 1: Guião de entrevista

1. Sobre que temáticas o teatro baseia a sua atividade: a referir os objetivos, a missão, os valores, áreas de atuação, tipos de atividades realizadas
2. Como é realizada a gestão do TAGV? Como funciona a articulação entre UC e TAGV, nos termos de dependência/ e autonomia de gestão e de decisão?
3. Como é feita a articulação entre os objetivos culturais e os objetivos de gestão, as mais valias e problemas inerentes a essa articulação?
4. Qual é a política de financiamento e recursos dos quais o teatro beneficia?
5. Que restrições, em termos de atividade, verificam por falta de orçamento?
6. Qual é a importância e o contributo dos estagiários recebidos pelo TAGV?
7. Qual é a política de formação continua dos trabalhadores?
8. Dos valores pelos quais a instituição TAGV se prima qual é a influência no tipo de conteúdo programado?
9. Qual é o papel do TAGV em cooperação com a Universidade de Coimbra, a cidade e a vasta comunidade artística, entidades e agentes culturais? Podem ser referidos projetos nos quais o TAGV está integrado (Êcole de Maitrés, rede 5 sentidos) que ilustrem a relação com outras entidades culturais locais ou internacionais
10. Como é realizada a programação TAGV: estratégias, calendarização, autonomia e dependência em relação à UC, problemas ou limitações detetadas.
11. APOIOS TAGV

Sessão direcionada ao responsável de cada área (direção, administração, produção, comunicação, técnica, frente de casa, arquivo)

12. Responda às seguintes questões de um modo encadeado e desenvolvido, com esta questão de desenvolvimento pretendemos entender o contributo e a função que desempenha no TAGV.
 - a. Breve descrição do departamento de intervenção e o contributo para o TAGV
 - b. Quais são os objetivos e metas a alcançar?
 - c. Quais são as suas funções enquanto responsável?
 - d. Referir estratégias de comunicação com outros departamentos do TAGV
 - e. Quantas pessoas estão ao seu encargo?
13. Referir Idade, Género e formação.

Documento 2: Proposta de Espetáculo

PROPOSTA

Apresentação do espetáculo "Nome do Espetáculo"

Para
Universidade de Coimbra
Teatro Académico de Gil Vicente
Praça da República
3000-343 Coimbra
NIF nº XXXXXXXX

Morada da entidade prestadora do serviço, contribuinte, vem por este meio apresentar a sua melhor proposta para uma apresentação do espetáculo "Nome do Espetáculo" no dia x, às x horas.

Montante de despesas para uma apresentação do espetáculo: **VALORE** (VALOR POR EXTENSO), valor isento de IVA ao abrigo do artigo 9º do CIVA; este valor inclui os custos com cachet artístico, deslocações da equipa, transporte de cenário, alojamento, alimentação e direitos de autor.

Antecipando os custos elevados deste projeto, solicita-se um adiantamento de 30%, no valor de **VALORE** (Valor por extenso), valor isento de IVA ao abrigo do artigo 9º do CIVA, a serem pagos até ao dia x. O restante montante, no valor de **VALORE** (Valor por extenso), será regularizado até 30 dias após a data da apresentação do espetáculo e da emissão dos respetivos documentos fiscalmente válidos.

IBAN:

DATA

Assinatura __DO REPRESENTANTE DA ENTIDADE _____

Documento 3: Questionário

Organizações Culturais e os seus públicos

Está a ser realizado um estudo sobre os comportamentos, hábitos e opiniões dos públicos da cidade de Coimbra, em particular o público do Teatro Académico de Gil Vicente. O estudo é realizado no âmbito da conclusão de um projeto no mestrado em Administração Público Privada pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra.

A sua opinião é muito importante. Para tal, solicitamos a sua colaboração no preenchimento do presente questionário. As suas respostas são anónimas e confidenciais e serão utilizadas estritamente para fins académicos. Os nossos agradecimentos. ***Obrigatório**

1. Idade *

2. Género *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

3. Habilitações Literárias *

4. Estado Civil *

5. Distrito *

6. Ocupação *

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- Trabalhador-Estudante
- Trabalhador/a por conta de outrem *Avançar para a pergunta 55*
- Trabalhador/a por conta de própria *Avançar para a pergunta 55*
- Empresário/a (empresa com menos de 10 empregados) *Avançar para a pergunta 55*
- Empresário/a (empresa com 10 ou mais empregados) *Avançar para a pergunta 55*
- Desempregado/a *Avançar para a pergunta 55*
- Reformado/a *Avançar para a pergunta 55* Outra:
- _____

Organizações Culturais e os seus públicos

7. Idade *

8. Género *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino

9. Habilitações Literárias *

10. Estado Civil *

11. Distrito *

12. Ocupação *

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- Trabalhador-Estudante
- Trabalhador/a por conta de outrem
- Trabalhador/a por conta de própria
- Empresário/a (empresa com menos de 10 empregados)
- Empresário/a (empresa com 10 ou mais empregados)
- Desempregado/a
- Reformado/a Outra:
- _____

ESTUDANTE – ESPAÇO CURRICULAR

O programa "Espaço Curricular" permite a todos os estudantes da Universidade de Coimbra (UC), de qualquer curso ou seminário em funcionamento, a oportunidade de assistir gratuitamente a eventos no Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV), em contexto de aula e de forma gratuita. (in Notícias UC)

13. É Estudante *

Marcar apenas uma oval.

Universitário

Não Universitário

14. Enquanto universitário conhecia a iniciativa do TAGV, Espaço Curricular?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

15. Alguma vez assistiu a um espetáculo no âmbito do Espaço Curricular?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

16. Indique a área de estudo (curso)

Teatro Académico de Gil Vicente

O Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV) é uma estrutura da Universidade de Coimbra. Inaugurado em 1961, a sua missão cultural, artística e educativa sempre se desenvolveu entre a cidade e a Universidade, assumindo um caráter de exceção cultural no território português, por ser o único edifício teatral universitário do país. (in TAGV.PT)

17. Como classifica o TAGV em termos de importância no quadro das instituições culturais da cidade de Coimbra? * *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada Importante	<input type="radio"/>	Muito Importante				

18. Com que frequência assiste a espetáculos no TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

- Nunca
- Raramente
- Com frequência
- Com muita frequência

19. Com que regularidade vai a um espetáculo no TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

- 1 a 3 vezes ao ano
- 4 a 6 vezes ao ano
- Mais de 6 vezes por ano

20. Da oferta programática TAGV quais das seguintes rúbricas frequenta? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas Vezes	Sempre
Cinema	<input type="radio"/>				
Dança	<input type="radio"/>				
Humor	<input type="radio"/>				
Música	<input type="radio"/>				
Performance	<input type="radio"/>				
Teatro	<input type="radio"/>				

21. Como costuma adquirir o(s) seu(s) bilhete(s)? *

Marcar apenas uma oval.

- Bilheteira do TAGV
- Site da BOL
- Outro ponto de venda
- Na FNAC

22. Que tipo de bilhetes adquire para assistir ao(s) espetáculo(s)? *

Marcar apenas uma oval.

- Normal
- Desconto
- Convite

23. De que forma tem conhecimento do(s) espetáculo(s) realizados no TAGV? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Jornais
- Publicidade de rua
- Rádio
- Caderno TAGV
- Site TAGV
- Informação recebida por email
- Redes Sociais (Instagram, Facebook, Twitter)
- Amigos, familiares ou outros
- Reuniões de sensibilização
- Outras páginas da internet

24. Quais dos seguintes aspetos o/a faz assistir espetáculos no TAGV? (assinale no máximo 3 respostas) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Seguir a programação TAGV
- Interesse pelo tema do espetáculo
- Influência de amigos/as e familiares
- Acompanhar a atividade do/a artista/a(s)
- Conhecer pessoalmente o/a(s) participantes do espetáculo
- Referências da crítica sobre o espetáculo

25. Qual destas iniciativas da programação do TAGV tem conhecimento? (pode assinalar várias respostas) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Cinema em Família Cinema à
- Segunda declAMAR Poesia
- Coimbra em Blues
- Clube de Leitura Teatral
- Linhas Cruzadas
- Sessões do Carvão
- Abril Dança em Coimbra Performance,
- Agora!
- Dia Mundial do Teatro
- Ciclos e extensões de cinema (Festa do Cinema Francês, Festa do Cinema Italiano, Caminhos do Cinema Português)

26. Recomendaria o TAGV a um/a amigo/a ou familiar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

27. Voltaria ao TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

28. Se respondeu sim, em qual(ais) tipo(s) de atividade(s) gostaria de participar?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Visita Guiada
- Assistir a um espetáculo
- Conversas
- Oficina/ Workshop

29. De entre as diferentes rúbricas programáticas qual seria provável de participar?

Marcar apenas uma oval por linha.

	Impossível	Pouco Provável	Muito Provável	Certo
Cinema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Humor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. Mencione, para si, qual(ais) o(s) dia(s) da semana mais adequado(s) para vir assistir a espetáculo(s)?

31. Conhece o Café Teatro, no TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

32. Se sim, com que regularidade frequenta o Café Teatro?

Marcar apenas uma oval.

Raramente

Ocasionalmente

Com frequência

Com muita frequência

33. Como avalia os seguintes aspetos da organização TAGV: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom
Instalações (conforto, limpeza, carater)	<input type="radio"/>				
Atendimento na bilheteira	<input type="radio"/>				
Apoio dos assistentes de sala	<input type="radio"/>				

34. Da informação disponibilizada sobre a programação TAGV avalie: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Má	Má	Razoável	Boa	Muito Boa	Não sei responder
No TAGV	<input type="radio"/>					
Na página da Internet TAGV	<input type="radio"/>					
Na cidade de Coimbra	<input type="radio"/>					

35. Visita a página da internet do TAGV(TAGV.PT)? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

36. Se não assiste a espetáculos no TAGV ou o faz raramente, indique as suas razões: (assinale no máximo 3) *

Marcar tudo o que for aplicável.

Falta de interesse em espetáculos artísticos

Falta de tempo

Falta de dinheiro

Não gostar do ambiente do TAGV

Falta de informação sobre a programação do TAGV

Não gostar da programação TAGV

Preço dos bilhetes

Outra: _____

37. Conhece o Café Teatro, TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

38. Se sim, com que regularidade frequenta o Café teatro?

Marcar apenas uma oval.

Raramente

Ocasionalmente

Com frequência

Com muita frequência

39. Tem conhecimento da programação do TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Não conhece

Conhece pouco

Conhece razoavelmente

Conhece bem

Não tenho interesse em conhecer

40. Se tivesse oportunidade iria conhecer o TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Já conheço

Sim

Não

41. Em qual tipo de atividade gostaria de participar?

Marcar apenas uma oval.

Assistir a um espetáculo

Visita guiada ao TAGV

Conversas

Oficina/Workshop

42. De entre as diferentes rúbricas programáticas qual demonstra interesse?

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nenhum interesse	Algum interesse	Muito interesse
Cinema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Humor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

43. Mencione, para si, qual(ais) o(s) dia(s) da semana mais adequado(s) para assistir a espetáculo(s)?

Hábitos Culturais

Nesta seção, pedimos-lhe que responda a algumas questões referentes aos seus hábitos culturais:

44. No último mês: *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Está ler/ ou leu um livro
- Viu um filme
- Usufriu da oferta de exposições online
- Fiz/ estou a fazer um curso online
- Assitiu a um espetáculo nas plataformas digitais

45. Nos últimos 6 meses: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Foi uma vez	Foi mais que uma vez	Não me lembro
Foi a um concerto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi a um museu ou exposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi a um espetáculo de teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi a espetáculo de dança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

46. No último ano, em qual(ais) desta(s) atividade(s) realizadas na cidade de Coimbra participou: *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Anozero – Bienal de Coimbra
- Concertos da Festa da Cidade
- Feira Popular
- Feira de Velharias e/ou Feira sem regras
- Festa Final de Ano 2019 de Coimbra
- Feira Cultural de Coimbra
- QuebraJazz
- Sons da Cidade

Outra: _____

47. Com que regularidade frequenta os seguintes espaços: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Não conheço
Auditório do Conservatório de Coimbra	<input type="radio"/>				
CAPC - Círculo de Artes Plásticas de Coimbra	<input type="radio"/>				
Convento São Francisco	<input type="radio"/>				
CAV - Centro de Artes Visuais	<input type="radio"/>				
Edifício Chiado	<input type="radio"/>				
Museu Machado de Castro	<input type="radio"/>				
Teatro da Cerca de S. Bernardo (Escola da Noite)	<input type="radio"/>				
Oficina Municipal de Teatro (Teatrão)	<input type="radio"/>				
Salão Brazil	<input type="radio"/>				

48. Tem perfil no Instagram e/ou Facebook? *

Marcar apenas uma oval.

- Não
- Sim, em ambos
- Sim, no Facebook
- Sim, no Instagram

49. Se sim, segue a atividade do TAGV no Instagram e/ou Facebook? *

Marcar apenas uma oval.

- Em ambas
- No Facebook
- No Instagram
- Em nenhuma das páginas

Obrigada pela sua participação.

Terminou o questionário

50. Dê a sua opinião ou sugestão aqui

Estudante – Espaço curricular

O programa "Espaço Curricular" permite a todos os estudantes da Universidade de Coimbra (UC), de qualquer curso ou seminário em funcionamento, a oportunidade de assistir gratuitamente a eventos no Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV), em contexto de aula e de forma gratuita. (in Notícias UC)

51. É Estudante *

Marcar apenas uma oval.

Universitário

Não Universitário

52. Enquanto universitário conhecia a iniciativa do TAGV, Espaço Curricular?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

53. Alguma vez assistiu a um espetáculo no âmbito do Espaço Curricular?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

54. Indique a área de estudo (curso) de Gil Vicente

Avançar para a pergunta 55

**Teatro
Académico**

O Teatro Académico de Gil Vicente (TAGV) é uma estrutura da Universidade de Coimbra. Inaugurado em 1961, a sua missão cultural, artística e educativa sempre se desenvolveu entre a cidade e a Universidade, assumindo um caráter de exceção cultural no território português, por ser o único edifício teatral universitário do país. (in TAGV.PT)

55. Como classifica o TAGV em termos de importância no quadro das instituições culturais da cidade de Coimbra? * *Marcar apenas uma oval.*

	1	2	3	4	5	
Nada Importante	<input type="radio"/>	Muito Importante				

56. Com que frequência assiste a espetáculos no TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

- Nunca *Avançar para a pergunta 74*
- Raramente *Avançar para a pergunta 74*
- Com frequência
- Com muita frequência

57. Com que regularidade vai a um espetáculo no TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

- 1 a 3 vezes ao ano
 4 a 6 vezes ao ano
 Mais de 6 vezes por ano

58. Da oferta programática TAGV quais das seguintes rúbricas frequenta? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas Vezes	Sempre
Cinema	<input type="radio"/>				
Dança	<input type="radio"/>				
Humor	<input type="radio"/>				
Música	<input type="radio"/>				
Performance	<input type="radio"/>				
Teatro	<input type="radio"/>				

59. Como costuma adquirir o(s) seu(s) bilhete(s)? *

Marcar apenas uma oval.

- Bilheteira do TAGV
 Site da BOL
 Outro ponto de venda
 Na FNAC

60. Que tipo de bilhetes adquire para assistir ao(s) espetáculo(s)? *

Marcar apenas uma oval.

- Normal
- Desconto
- Convite

61. De que forma tem conhecimento do(s) espetáculo(s) realizados no TAGV? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Jornais
- Publicidade de rua
- Rádio
- Caderno TAGV
- Site TAGV
- Informação recebida por email
- Redes Sociais (Instagram, Facebook, Twitter)
- Amigos, familiares ou outros
- Reuniões de sensibilização
- Outras páginas da internet

62. Quais dos seguintes aspetos o/a faz assistir espetáculos no TAGV? (assinale no máximo 3 respostas) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Seguir a programação TAGV
- Interesse pelo tema do espetáculo
- Influência de amigos/as e familiares
- Acompanhar a atividade do/a artista/a(s)
- Conhecer pessoalmente o/a(s) participantes do espetáculo
- Referências da crítica sobre o espetáculo

63. Qual destas iniciativas da programação do TAGV tem conhecimento? (pode assinalar várias respostas) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Cinema em Família Cinema à
- Segunda declAMAR Poesia
- Coimbra em Blues
- Clube de Leitura Teatral
- Linhas Cruzadas
- Sessões do Carvão
- Abril Dança em Coimbra Performance,
- Agora!
- Dia Mundial do Teatro
- Ciclos e extensões de cinema (Festa do Cinema Francês, Festa do Cinema Italiano, Caminhos do Cinema Português)

64. Recomendaria o TAGV a um/a amigo/a ou familiar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

65. Voltaria ao TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

66. Se respondeu sim, em qual(ais) tipo(s) de atividade(s) gostaria de participar?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Visita Guiada
- Assistir a um espetáculo
- Conversas
- Oficina/ Workshop

67. De entre as diferentes rúbricas programáticas qual seria provável de participar?

Marcar apenas uma oval por linha.

	Impossível	Pouco Provável	Muito Provável	Certo
Cinema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Humor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

68. Mencione, para si, qual(ais) o(s) dia(s) da semana mais adequado(s) para vir assistir a espetáculo(s)?

69. Conhece o Café Teatro, no TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

70. Se sim, com que regularidade frequenta o Café Teatro?

Marcar apenas uma oval.

Raramente

Ocasionalmente

Com frequência

Com muita frequência

71. Como avalia os seguintes aspetos da organização TAGV: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Mau	Mau	Razoável	Bom	Muito Bom
Instalações (conforto, limpeza, carater)	<input type="radio"/>				
Atendimento na bilheteira	<input type="radio"/>				
Apoio dos assistentes de sala	<input type="radio"/>				

72. Da informação disponibilizada sobre a programação TAGV avalie: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito Má	Má	Razoável	Boa	Muito Boa	Não sei responder
No TAGV	<input type="radio"/>					
Na página da Internet TAGV	<input type="radio"/>					
Na cidade de Coimbra	<input type="radio"/>					

73. Visita a página da internet do TAGV(TAGV.PT)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Avançar para a pergunta 82*
- Não *Avançar para a pergunta 82*

Avançar para a pergunta 82

74. Se não assiste a espetáculos no TAGV ou o faz raramente, indique as suas razões: (assinale no máximo 3) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Falta de interesse em espetáculos artísticos
- Falta de tempo
- Falta de dinheiro
- Não gostar do ambiente do TAGV
- Falta de informação sobre a programação do TAGV
- Não gostar da programação TAGV
- Preço dos bilhetes

Outra: _____

75. Conhece o Café Teatro, TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

76. Se sim, com que regularidade frequenta o Café teatro?

Marcar apenas uma oval.

Raramente

Ocasionalmente

Com frequência

Com muita frequência

77. Tem conhecimento da programação do TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Não conhece

Conhece pouco

Conhece razoavelmente

Conhece bem

Não tenho interesse em conhecer

78. Se tivesse oportunidade iria conhecer o TAGV? *

Marcar apenas uma oval.

Já conheço

Sim

Não

79. Em qual tipo de atividade gostaria de participar?

Marcar apenas uma oval.

Assistir a um espetáculo

Visita guiada ao TAGV

Conversas

Oficina/Workshop

80. De entre as diferentes rúbricas programáticas qual demonstra interesse?

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nenhum interesse	Algum interesse	Muito interesse
Cinema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Humor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Performance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

81. Mencione, para si, qual(ais) o(s) dia(s) da semana mais adequado(s) para assistir a espetáculo(s)?

Hábitos
Culturais

Nesta seção, pedimos-lhe que responda a algumas questões referentes aos seus hábitos culturais:

82. No último mês: *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Está ler/ ou leu um livro
- Viu um filme
- Usufriuiu da oferta de exposições online
- Fiz/ estou a fazer um curso online
- Assistiu a um espetáculo nas plataformas digitais

83. Nos últimos 6 meses: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Foi uma vez	Foi mais que uma vez	Não me lembro
Foi a um concerto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi a um museu ou exposição	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi a um espetáculo de teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi a espetáculo de dança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

84. No último ano, em qual(ais) desta(s) atividade(s) realizadas na cidade de Coimbra participou: *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Anozero – Bienal de Coimbra
- Concertos da Festa da Cidade
- Feira Popular
- Feira de Velharias e/ou Feira sem regras
- Festa Final de Ano 2019 de Coimbra
- Feira Cultural de Coimbra
- QuebraJazz
- Sons da Cidade

Outra: _____

85. Com que regularidade frequenta os seguintes espaços: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Não conheço
Auditório do Conservatório de Coimbra	<input type="radio"/>				
CAPC - Círculo de Artes Plásticas de Coimbra	<input type="radio"/>				
Convento São Francisco	<input type="radio"/>				
CAV - Centro de Artes Visuais	<input type="radio"/>				
Edifício Chiado	<input type="radio"/>				
Museu Machado de Castro	<input type="radio"/>				
Teatro da Cerca de S. Bernardo (Escola da Noite)	<input type="radio"/>				
Oficina Municipal de Teatro (Teatrão)	<input type="radio"/>				
Salão Brazil	<input type="radio"/>				

86. Tem perfil no Instagram e/ou Facebook? *

Marcar apenas uma oval.

- Não
- Sim, em ambos
- Sim, no Facebook
- Sim, no Instagram

87. Se sim, segue a atividade do TAGV no Instagram e/ou Facebook? *

Marcar apenas uma oval.

- Em ambas
- No Facebook
- No Instagram
- Em nenhuma das páginas

Obrigada pela sua participação.

Terminou o questionário

88. Dê a sua opinião ou sugestão aqui

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários