

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO DA UFMG



**CURSO DE CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO
GESTÃO DE INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR**

**PROPOSTA DE AMPLIAÇÃO DA VISIBILIDADE E DIVULGAÇÃO DO
CENTRO CULTURAL UFMG**

Fabício Fábrega de Oliveira

**BELO HORIZONTE
2015**

Fabício Fábrega de Oliveira

**PROPOSTA DE AMPLIAÇÃO DA VISIBILIDADE E DIVULGAÇÃO DO
CENTRO CULTURAL UFMG**

Projeto de Intervenção apresentado a Faculdade de Educação da (UFMG), como requisito parcial para obtenção do certificado no Curso de Especialização Gestão de Instituições Federais de Educação Superior.

Orientador(a): Profa. Suzana dos Santos Gomes

**Belo Horizonte
2015**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Proposta de Ampliação da Visibilidade e Divulgação do Centro Cultural UFMG

Fabício Fábrega de Oliveira

Trabalho de Conclusão de Curso, modalidade especialização, defendido junto ao Programa de Gestão das Instituições Federais de Ensino Superior – Faculdade de Educação da Universidade Federal de Minas Gerais – aprovado pela banca examinadora, constituída pelos professores:

Suzana dos Santos Gomes - Orientadora

Nome do(a) professor(a) indicado para avaliação

Nome do(a) professor(a) indicado para avaliação

Belo Horizonte

04/04/2016

RESUMO

O objetivo deste projeto é apresentar uma proposta de intervenção que venha contribuir com diretrizes para o desenvolvimento de ações que promovam a divulgação e a visibilidade do Centro Cultural UFMG. Este centro de cultura é uma instituição que tem grande destaque na capital mineira. Assim, torna-se relevante a elaboração de um trabalho mais intenso para a divulgação de suas ações. Neste projeto foram contempladas diretrizes para diagnosticar a realidade do Centro Cultural UFMG (CCULT UFMG) em termos de visibilidade, comunicação interna e externa. Nesse sentido será importante mapear o público que o frequenta e os trabalhos de divulgação que vêm sendo executados. A partir deste diagnóstico foi elaborado um Plano de Ação que objetiva trazer um aumento qualitativo e quantitativo do público naquela unidade, garantindo maior visibilidade ao seu projeto cultural e artístico.

O referencial teórico adotado envolve autores das áreas de Comunicação, Ciências da Informação, Cultura e Educação. Espera-se que este trabalho sirva de contribuição e se torne um material de referência para a implantação de propostas inovadoras no Centro Cultural UFMG.

Palavras-chave: cultura; divulgação cultural; comunicação; Centro Cultural UFMG.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. JUSTIFICATIVA.....	10
3. OBJETIVOS.....	12
3.1. Objetivo Geral.....	12
3.2. Objetivo Específico.....	12
4. REFERENCIAL TEÓRICO	13
5. METODOLOGIA	15
5.1. Plano de Ação	15
5.2. Cronograma.....	19
6. INVESTIMENTOS	23
7. PARTICIPANTES DO PROJETO	23
8. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO	23
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
10. REFERÊNCIAS	24

1. INTRODUÇÃO

Este projeto de intervenção, intitulado Proposta de Ampliação da Visibilidade e Divulgação do Centro Cultural UFMG, tem sua origem no Curso de Especialização em Gestão de Instituições Federais de Educação Superior (GIFES). A escolha deste tema se justifica pela proposta dos servidores, daquela unidade, de que se levantassem diretrizes para ações que promovessem a visibilidade e divulgação do Centro Cultural da Universidade Federal de Minas Gerais, tanto para o ambiente acadêmico quanto para o público externo. Sendo assim, tornam-se relevantes as ações e atividades que promovam este espaço de cultura, pretendendo assim dar-lhe uma posição de maior destaque dentro do ambiente universitário, do município e nos quadros da cultura.

O autor, funcionário dessa unidade acadêmica vem atuando como coordenador do *Projeto Leitura e Acessibilidade Digital*, projeto esse que recebe, diariamente, um público bastante expressivo. Verificou-se que apesar de estar localizado em uma área de circulação diária de intenso volume de pedestres, o Centro Cultural é um espaço conhecido apenas por uma minoria de pessoas, composta por alunos da UFMG e trabalhadores que atuam em comércios e órgãos públicos próximos ao local. Percebe-se que dentro do ambiente da Universidade muitos alunos, professores e funcionários não conhecem o Centro Cultural UFMG e nem possuem informações sobre as ações de extensão que integram esse espaço. Assim é necessário um trabalho de divulgação para maior visibilidade do Centro Cultural, tanto dentro do espaço universitário, como fora dele. Assim, é preciso consolidar a identidade cultural dessa importante unidade, dentro dos cenários artístico-cultural, educacional e de lazer em Belo Horizonte.

Sobre este aspecto é importante destacar que,

os espaços culturais em Belo Horizonte vêm se multiplicando a cada ano de modo surpreendente. Segundo a Prefeitura de Belo Horizonte, a capital mineira conta com cerca de 72 bibliotecas, 18 museus, 38 galerias de arte, 54 salas de cinema e 38 teatros, além de centenas de espaços alternativos. (ASSIS, 2010, p.14)

Como já destacado por Assis (2010), apesar do investimento na construção de equipamentos culturais, nem todos os espaços destinados à cultura são de custo acessível à população, de maneira indistinta. O acesso a muitos deles se efetiva mediante cobrança, seja para entrada local ou com despesas de locomoção, fazendo com que se inviabilize a participação de grande parte da população de Belo Horizonte e municípios adjacentes. Outro aspecto importante é o fato de a localização desses espaços estar concentrada em algumas regiões da cidade, em detrimento de outras, de mais fácil acesso. Assim, muitas pessoas não têm condições de se deslocar até esses espaços culturais, ou mesmo não possuem renda para frequentar teatros, cinemas e/ou museus. Quando se tem de escolher entre cultura e alimentação, por exemplo, a cultura fica em segundo plano. Dessa forma, a população de menor poder aquisitivo acaba buscando alternativas acessíveis, como serestas, teatros, exposições, mostras de cinema e outros eventos culturais oferecidos gratuitamente em parques, ruas e espaços públicos. Daí a necessidade de investimento na construção de espaços, descentralizados, que contemplem toda a população, de maneira mais ampliada..

Considerando esta carência de se manter em Belo Horizonte um espaço cultural em localidade acessível para a população, cujas atividades e eventos tenham um custo baixo ou até mesmo serem gratuitos, pode-se perceber que o Centro Cultural UFMG responde perfeitamente a esses requisitos. O espaço é bem localizado, de fácil acesso, principalmente por estar próximo das duas principais estações de transporte público da capital, a estação de metrô da Praça da Estação e a Estação do MOVE na Avenida Santos Dumont. Este Centro de Cultura também cumpre o papel de ser um difusor da mais diversas manifestações culturais através de atividades e eventos tais como teatro, dança, ciência, música, leitura, inclusão digital, cinema, folclore, artes visuais, e outros. Na maior parte, estes eventos e atividades são gratuitos, e quando pagos, têm custo bastante acessível.

Percebe-se também que a cidade de Belo Horizonte, nos últimos anos, tem se destacado como um município aberto a diversos projetos culturais. A capital mineira, cada vez mais, se converte em um polo produtor e difusor da cultura.

Dentro dessa vocação, o prédio do Centro Cultural está situado em um local privilegiado, no centro de Belo Horizonte, em frente à Praça da Estação. Esta praça

abriga o Museu de Artes e Ofícios, com uma ampla visibilidade cultural; por outro lado, esta praça também vem sendo utilizada como ponto de realização de eventos, shows, produções artísticas e culturais. Próximos ao Centro Cultural está a já citada estação de ônibus do Move, o Centro de Atendimento ao Cidadão - BH Resolve, o Centro Cultural Cento e Quatro, a Funarte e a poucos quarteirões mais adiante, o Parque Municipal René Gianetti. Assim, percebe-se que esse espaço faz parte do polo de lazer e cultura da capital mineira.

O prédio do Centro Cultural UFMG está sediado em uma edificação centenária, tombada pelo Patrimônio Histórico, tanto municipal como estadual, situado no hipercentro de Belo Horizonte. Sua localização e vinculação institucional, o caracteriza como um espaço privilegiado para o desenvolvimento e divulgação de atividades artísticas e culturais de integrantes da comunidade universitária, bem como de artistas externos à UFMG. Em vista disso constitui-se em um instrumento, de associação entre a Universidade, os artistas e o público de Belo Horizonte. O Centro Cultural foi instituído pelo Conselho Universitário da Universidade Federal de Minas Gerais em 14 de março de 1986, sendo vinculado no Conselho de Extensão. Considerando que o antigo prédio da Escola da Engenharia localizado à Avenida Santos Dumont, nº 174, no Centro de Belo Horizonte, estava desocupado e que havia o tombamento do conjunto da Praça da Estação e do prédio de Engenharia Elétrica, pelo Patrimônio Histórico, houve a necessidade de estabelecer medidas visando à preservação deste prédio, em razão do seu valor histórico e arquitetônico.

Com o objetivo de se desenvolver no local um espaço voltado à produção, expressão e fruição da arte e da cultura, que promovesse a interação da Universidade com a comunidade, esta antiga sede do Departamento de Engenharia Elétrica se transformou então no Centro Cultural da UFMG.

Dessa forma, após adequações do prédio, o Centro Cultural foi inaugurado em 22 de abril de 1989, na cidade de Belo Horizonte, sendo apresentado como um espaço cultural da UFMG, abrigando, assim, permanentes produções culturais da Universidade e da comunidade mineira e também ações de extensão voltadas para a cultura.

O Centro Cultural UFMG está em fase de transformação, sendo atualmente unidade vinculada à Diretoria de Assuntos Culturais da Universidade Federal de

Minas Gerais (DAC/UFMG). Dentro do cenário cultural da cidade de Belo Horizonte é desafiado a ocupar uma posição de destaque tanto para o público interno da Universidade Federal como para o público externo. É um ambiente que recebe e produz diversas ações de extensão, oferecidas semanalmente para todo o público acadêmico e extra-acadêmico. As ações de extensão da universidade são práticas que promovem a interação entre a universidade e a sociedade, sendo estas ações classificadas em programas, projetos, cursos, eventos e serviços. As mais frequentes no Centro Cultural são os programas, projetos e eventos.

O programa é um conjunto articulado entre, pelo menos, dois projetos e outras ações de extensão (cursos, eventos, prestação de serviços), de caráter educativo, social, cultural, científico ou tecnológico, desenvolvido de forma processual e contínua, integrando o ensino e a pesquisa. Deve explicitar, necessariamente, a metodologia de articulação das diversas ações vinculadas; atender às diretrizes de extensão; e estar orientado por um eixo articulador voltado para um público, temática, linha de extensão ou recorte territorial. Já o Projeto é uma ação de caráter educativo, social, cultural, científico ou tecnológico, com objetivo focalizado, integrando o ensino e a pesquisa. Quanto ao Evento, este é uma ação que implica na apresentação e/ou exibição pública, para todos, ou com clientela específica, do conhecimento ou produto cultural, artístico, esportivo, científico/acadêmico ou tecnológico desenvolvido, conservado ou reconhecido pela Universidade.

Sendo assim, percebe-se que o Centro Cultural é um espaço aberto que possibilita a integração cultural tanto do meio acadêmico como também social. Este espaço possui potencial para se tornar um organismo difusor da cultura, construtor de produções artísticas variadas e também um local que executa políticas culturais dentro da cidade de Belo Horizonte. A Universidade Federal de Minas Gerais tem à sua disposição, um espaço gerador que deve ser visto como um meio de produzir cultura e educação e também ser usado como instrumento de interação entre a sociedade e a Universidade atuando através de diversas ações de extensão. Dentro desta Unidade há um espaço voltado para a Inclusão Digital que oferece acesso gratuito à internet e um acervo de livros, revistas e jornais para leitura diária. O

Espaço de Leitura e Telecentro é parte integrante do *Projeto Leitura e Acessibilidade Digital*.

Assim, a política cultural tradicional ainda não descobriu a força mobilizadora da cultura. Seria bom se o fizesse, ainda mais em um momento de crise como o atual. Talvez assim, ao invés de se especular sobre a redução do espaço da cultura pudesse, pelo contrário, ampliar sua esfera de atuação e abrangência, compreendendo a afirmação dos direitos culturais enquanto elemento estratégico na afirmação plena da cidadania e da própria democracia. (VINICIUS WU, 2015).

De acordo com este autor, a cultura possui uma força capaz de mobilizar toda a sociedade, possibilitando a interação de pessoas dos mais diversos segmentos sociais; é capaz de inserir novos conceitos por meio de intervenções culturais e produções artísticas variadas; possibilita o compartilhamento de conhecimentos, a troca de experiências; e incentiva pessoas da nova geração, através do aprendizado cultural, a terem um olhar diferente sobre o mundo e a explorarem novas capacidades através dos conhecimentos obtidos. Também é capaz de unir gerações, pois as produções culturais e artísticas que se remetem ao passado são compartilhadas com as novas gerações e vice-versa.

2. JUSTIFICATIVA

O entorno do centro de Belo Horizonte, principalmente a região próxima à Praça da Estação, possui um movimentado tráfego de pessoas que circulam pelas ruas da cidade, em sua maioria, trabalhadores e comerciantes. Também neste fluxo biológico há um grupo de turistas provenientes de várias cidades brasileiras e também de outros países. Temos também pessoas aposentadas e estudantes. Outro grupo a se considerar é o dos moradores de rua que se torna maior a cada dia, nesta região próxima às localidades da rodoviária, complexo da Lagoinha e Praça da Estação. Considerando todo esse volume populacional do entorno pode-se perceber que há um público em potencial para as diversas atividades culturais desta região.

Com a elaboração e execução deste projeto, pretende-se gerar ações e medidas que venham a atrair um número significativo de público para este espaço cultural, visando também a referenciar esta unidade dentro da Universidade e no entorno de Belo Horizonte, como um local aberto para receber diversidade de pessoas. Assim, por meio de uma ampliação da divulgação e da visibilidade a este ambiente cultural, busca-se tornar este espaço um ponto significativo e expressivo no cenário cultural da cidade. O público alvo que se deseja atingir é formado, em sua maior parte, por aqueles que compõem o ambiente acadêmico da UFMG, assim como por moradores e trabalhadores que circulam no entorno do centro de Belo Horizonte e dos provenientes de municípios adjacentes.

Nesse sentido, o Centro Cultural UFMG ainda não conseguiu ocupar a sua posição de destaque; outros Centros Culturais da cidade recebem um público muito mais expressivo em suas diversas ações culturais e eventos.

Visando a promover maior visibilidade para o Centro Cultural UFMG este Plano de Ação, com foco na divulgação deste espaço de cultura, pretende se efetivar por meio de veículos virtuais, impressos, orais e através de uma mobilização de pessoas que integram esta veiculação.

Com a intervenção que será produzida, mediante a execução deste projeto, tal ação poderá trazer um impacto no sentido de mobilizar os técnicos administrativos para promoverem a visibilidade do espaço cultural e também para se capacitarem no sentido de receber um maior volume de público. Além disso, busca-se criar a perspectiva de aumento do número de servidores que irão trabalhar no Centro Cultural, além da ampliação da equipe de estagiários atuantes.

Pretende-se também, a partir deste projeto, consolidar no Centro Cultural um processo de avaliação institucional a ser realizada no sentido de sondar e diagnosticar a dinâmica de funcionamento desta unidade no seu âmbito profissional e cultural, considerando, neste último, todas as programações que se desenvolvem ao longo do ano.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Promover e consolidar estratégias de divulgação que ampliem a visibilidade do Centro Cultural UFMG, integrando-o ao hipercentro da cidade, a fim de ampliar o acesso à diversidade cultural da cidade.

3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

Para se atrair um público mais expressivo ao Centro Cultural algumas ações e medidas podem ser adotadas, tais como:

- Realizar um diagnóstico a fim de mapear e avaliar a dinâmica de trabalho dos funcionários Técnico-Administrativos verificando a forma de atuação de cada setor que esteja relacionada à programação.
- Traçar o perfil dos usuários do Centro Cultural e do público frequente dos diversos eventos e atividades que ocorrem neste espaço;
- Analisar os resultados gerados por cada uma das ações de extensão desta unidade e confrontar esses dados no sentido de verificar se estão sendo satisfatórios ou se há necessidade de aprimorá-los e ampliá-los;
- Construir um plano de ações que vise à ampliação da divulgação e visibilidade deste Centro de Cultura;
- Elaborar estratégias de divulgação por meio digital, através de e-mails, redes sociais, website e outros;
- Direcionar a divulgação interna e externa através da rádio UFMG, a fim de dar visibilidade ao espaço;
- Explorar ações de divulgação interna na universidade por meio de performances artísticas e ações em parceria com outras instituições de cultura;

Dentro do plano de trabalho da equipe de funcionários do Centro Cultural temos algumas ações:

- “Produção do banner institucional e aquisição de totem para o Centro Cultural UFMG, criação de *flyers* e cartazes das atividades do CCULT UFMG;
- Inserir o Centro Cultural no roteiro da recepção de calouros e estudantes estrangeiros e produção de material gráfico de divulgação. Participar da Semana de Museus, Virada Cultural, Primavera de Museus, Verão Cultural, Verão Arte Contemporânea, FID, FIT e Campanha de Popularização de Teatro”, atividades já consagradas no cenário cultural da cidade.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

Para a elaboração deste projeto realizou-se um levantamento bibliográfico, tomando como referência as seguintes palavras-chave: cultura, divulgação cultural e comunicação.

A cidade de Belo Horizonte possui atualmente cerca de 20 centros culturais. Estes espaços foram criados como locais de atividades culturais e de lazer. Os espaços culturais, galerias de arte, galpões de teatros e museus da capital mineira são locais que fomentam o turismo na cidade. A Prefeitura Municipal e o Governo do Estado, nos últimos anos, investiram em espaços concentradores e divulgadores da cultura. O Circuito Cultural Praça da Liberdade é hoje uma referência de cultura no Estado de Minas Gerais, composto por 13 espaços, sendo 3 museus, uma galeria de artes, um arquivo público, uma biblioteca pública, 6 centros culturais e o Palácio da Liberdade. Daí pode-se perceber a relevância dos Centros Culturais no cenário cultural de Belo Horizonte e do Estado de Minas Gerais.

Torna-se relevante ressaltar que a história dos centros de cultura no Brasil é recente. Não se falava no assunto até que os países do primeiro mundo comesçassem a construir estes espaços. A iniciativa pioneira da França, com a construção do *Centre National d'Art et Culture Georges Pompidou*, inaugurado em 1977, serviu de modelo para o resto do mundo.

Em nosso país, o movimento de criação dos centros de cultura iniciou-se na década de 80 e teve um crescimento vertiginoso nos últimos vinte anos, provavelmente vinculado às possibilidades de investimento através de benefícios fiscais concedidos pelas leis de incentivo à cultura.

Silva, Lopes e Xavier (2009) citados por Pinto *et. al.* (2012, p.86-87), afirmam que “os Centros Culturais são tidos como um exemplo de participação, onde são realizadas oficinas de música, canto, arte, contação de histórias e diversos outros tipos de manifestação cultural. Estas proporcionam momentos de descontração, valorização, reconhecimento, prazer e, ao mesmo tempo, conscientizam a população de que, indiferentemente da classe socioeconômica, o lazer é um direito de todos”.

O Centro Cultural UFMG foi criado com o objetivo de trazer para a população um ambiente de transformação social através de produções artísticas de integração com a sociedade. Este espaço foi planejado para promover, produzir e divulgar a cultura em todas as suas esferas, tendo sido projetado para ser um local aberto a todos os setores da UFMG, funcionando em articulação com a população, em especial as de classe social mais humilde e mais carente de lazer cultural. Sua proposta inicial era a de estimular a criação cultural, promover interações entre arte e ciência, promover o fortalecimento da identidade cultural da comunidade e da cidadania e desenvolver experiências conjuntas entre as diferentes áreas do conhecimento e a comunidade.

Conforme já explicitado, ele foi inaugurado em 22 de abril de 1989 com o objetivo de se constituir em um espaço de produção, expressão e fruição da arte e da cultura, em interação da Universidade com a comunidade.

Trata-se de um local que está ligado diretamente à elaboração e execução de ações de extensão voltadas para cultura, educação e ciência, relacionadas. O Festival de Verão, por exemplo, é uma destas ações, executada anualmente nos meses de janeiro e fevereiro. Temos também o Projeto Barômetro que integra cultura, pesquisa, educação, música, debates e troca de conhecimentos diversos. Este Projeto realiza uma apresentação mensal na Unidade Cultural. Pode-se dizer que este espaço cultural é um agente da política cultural da cidade de Belo Horizonte, que “abarca desde a preservação dos monumentos históricos até o

fomento da cinematografia, passando pelas diversas atividades possíveis no campo das artes plásticas, do teatro, da música, etc. Todas as manifestações possíveis da cultura se apresentam indissolúvelmente unidas em uma política cultural”. (MOISÉS *et. al.*, 2001, p. 69, 70)

Para Ramos (2007), “a cidade de Belo Horizonte, por ser a capital do Estado de Minas Gerais, agrupa um grande contingente de artistas, produtores culturais, centros culturais e casas de espetáculos. No campo do teatro, a cidade abriga um curso universitário de Artes Cênicas (EBA/UFMG); dois cursos técnico-profissionalizantes (Teatro Universitário da UFMG e Curso de Formação de Atores do CEFAR / Fundação Clóvis Salgado) e inúmeros cursos livres no NET, na Oficina de Teatro da PUC, na Oficina de Teatro e no Galpão Cine Horto.” A partir desses exemplos pode-se verificar o potencial cultural de Belo Horizonte. Segundo Assis (2010), “a agenda cultural da cidade, além de ampla e diversa, busca caminhos para se consolidar cada vez mais, ou seja, evitar que as programações aconteçam esporadicamente, o que comprometeria sua continuidade”.

Assim, o Centro Cultural UFMG, dentro deste panorama, precisa ocupar uma posição de maior destaque e visibilidade. Para isso várias ações de divulgação e promoção deste espaço precisam ser realizadas.

5. METODOLOGIA

5.1 Plano de Ação

A implantação do projeto será dividida em duas etapas, sendo a primeira formada pelo Diagnóstico e a segunda pela execução do projeto.

PLANO DE AÇÃO	
	Traçar e analisar o perfil do público que frequenta o Centro Cultural UFMG por meio da elaboração e aplicação de um questionário e entrevistas com público previamente selecionado.
	Avaliar a dinâmica de trabalho dos funcionários Técnicos

Primeira Etapa Diagnóstico	Administrativos, verificando a forma de atuação de cada setor relacionado à programação de atividades e eventos.
	Conhecer e avaliar como é feito o trabalho dos terceirizados. Verificar o trabalho dos porteiros, como estes recebem os visitantes e como fornecem as informações sobre o Centro Cultural.
	Acompanhar o trabalho dos vigilantes diurnos e noturnos, como cada um atua ao abordar as pessoas, quando necessário.
	Verificar como as serventes de limpeza trabalham, como elas preparam a limpeza dos ambientes que vão receber os eventos.
	Avaliar o trabalho do setor de produção. Verificar como este setor se organiza e como prepara as salas e os ambientes para receberem os eventos.
	Avaliar o trabalho do setor de comunicação. Verificar como se organiza, como divulga as informações e quais são os veículos de divulgação utilizados.
	Avaliar o trabalho do setor de programação. Verificar como este setor se organiza e como recebe as propostas dos eventos, como é feita a análise das propostas e como é elaborada cada programação semanal.
	Avaliar o trabalho dos bolsistas, como estes atuam em cada setor. Verificar como os bolsistas colaboram e atuam nas atividades de cada setor.
	Registrar e avaliar os resultados obtidos tendo em vista a criação de um relatório das atividades realizadas.
	Realizar uma avaliação e observação dos locais onde o projeto de intervenção será desenvolvido.

PLANO DE AÇÃO	
	Fazer uma avaliação e observação dos locais onde o projeto de intervenção irá atuar.
	Preparar uma sinalização externa dos eventos e atividades por meio de banners e de um painel digital composto por uma televisão de 80 polegadas apoiada em uma estrutura

	<p>móvel. Este painel ficará próximo à entrada do Centro Cultural, no hall de entrada, permitindo aos pedestres a visão das atividades e eventos que ocorrem dentro da unidade.</p>
Segunda Etapa	<p>Elaborar um plano de divulgação digital, por meio das redes sociais, de diversos <i>websites</i> de cultura e sites de jornais locais.</p>
Execução do Projeto	<p>Atualizar o site do Centro Cultural UFMG criando um ambiente virtual tridimensional que possibilitará um <i>tour</i> virtual dentro do prédio.</p>
	<p>Criar uma <i>Fan Page</i> no <i>Facebook</i> para relacionar as atividades do Centro Cultural ao público externo.</p>
	<p>Criar contas no <i>Twitter</i>, <i>Instagram</i> e <i>Snapchat</i> para divulgar as atividades do Centro Cultural para o público externo;</p>
	<p>Criar Boletins Virtuais e malas diretas para divulgação das atividades do Centro Cultural;</p>
	<p>Planejar e executar estratégias de divulgação “boca a boca” por meio de <i>flyers</i> e folhetos para as pessoas que circulam nos espaços urbanos.</p>
	<p>Planejar e executar estratégias para veicular a programação do CCULT em jornais de grande circulação.</p>
	<p>Divulgar, nas imediações do Centro Cultural, as atividades realizadas e eventos ocorrentes na unidade, visto que muitas vezes o público que transita pelas imediações é um público carente de atividades culturais;</p>
Segunda Etapa	<p>Criar parcerias com as secretarias de Turismo Municipal e Estadual para incluírem o telecentro no roteiro turístico de Belo Horizonte. Fazer parcerias de roteiros turísticos também com empresas do ramo.</p>
Execução do Projeto	<p>Utilizar o local do Espaço de Leitura e Telecentro, locais que recebem um público estimado em 90 pessoas por dia, como ponto de divulgação das programações e eventos do Centro Cultural UFMG.</p>
	<p>Capacitar os servidores que trabalham diretamente com a produção de eventos, através de cursos na área de eventos e gestão cultural. Capacitar os servidores da área de serviços gerais e infraestrutura por meio de cursos de técnico de som, técnico de iluminação e cursos de informática.</p>

	Realizar parcerias para divulgação semanal via <i>Outdoor Digital</i> na parte externa do Centro Cultural explicando o significado do referido espaço para a população, além de sua programação de eventos e atividades. Fazendo também a divulgação destes parceiros.
	Criar um vídeo de divulgação sobre o Centro Cultural e fazer uma projeção noturna mensal usando data show na área externa do prédio.

5.2. CRONOGRAMA

ITEM		AÇÕES		CRONOGRAMA																			
				2017						2018													
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	JAN	FEV	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	
1	Definição das formas de atuação do projeto	X	X																				
2	Planejamento das demandas do projeto	X	X	X	X																		
3	Avaliação e observação dos locais onde o projeto de intervenção irá atuar	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									
4	Traçar e analisar o perfil do público que frequenta o Centro Cultural por meio da e aplicação de um questionário e de entrevista.						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	Avaliar a dinâmica de trabalho de todos os funcionários Técnico-Administrativos e terceirizados			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
6	Avaliar o trabalho e atuação dos setores de Produção, Programação e Divulgação.		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
7	Avaliar o trabalho dos bolsistas, verificando como estes atuam em cada setor.						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8	Registrar e avaliar os resultados obtidos tendo em vista a criação de um relatório das atividades realizadas.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

CRONOGRAMA

ITEM	AÇÕES	2017												2018											
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT			
10	Preparar e instalar uma sinalização externa dos eventos e atividades por meio de banners e de um painel digital de 80 polegadas. Um <i>Outdoor</i> Digital.				X	X	X	X	X	X	X														
11	Elaborar um plano de divulgação digital, por meio das redes sociais, de diversos B15 de cultura e sites de jornais locais.				X	X	X	X	X	X	X				X	X	X								
12	Atualizar o site do Centro Cultural UFMG criando um ambiente virtual tridimensional que possibilitará um <i>tour</i> virtual dentro do prédio.																		X	X	X	X			
13	Criar uma <i>Fan Page</i> no <i>Facebook</i> para relacionar as atividades do Centro Cultural ao público externo.			X																					
14	Criar contas no <i>Twitter</i> , <i>Instagram</i> e <i>Snapchat</i> para divulgar as atividades do Centro Cultural para o público externo;			X	X																				

CRONOGRAMA

ITEM	AÇÕES	2017												2018											
		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT			
16	Planejar e executar estratégias para veicular a programação do CCULT em jornais de grande circulação.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X														
17	Divulgar, nas imediações do Centro Cultural, as atividades e eventos ocorrentes na unidade.				X	X	X	X	X	X	X														
18	Criar parcerias com as secretarias de Turismo Municipal e Estadual para incluírem o telecentro no roteiro turístico de Belo Horizonte. Também com empresas da área.				X	X	X	X																	
19	Utilizar o local do Espaço de Leitura e Telecentro como ponto de divulgação das programações do Centro Cultural UFMG.		X	X	X	X	X	X	X	X	X														
20	Capacitar os servidores que trabalham diretamente com a produção de eventos, através de cursos.			X	X	X	X	X	X	X															
21	Realizar parcerias para divulgação semanal via Outdoor Digital na parte externa do Centro Cultural explicando o significado do referido espaço para a população, além de sua programação de eventos e atividades e divulgar estes parceiros.				X	X	X	X	X	X	X														
22	Criar um vídeo de divulgação sobre o Centro Cultural e fazer uma projeção noturna mensal usando data show na área externa do prédio.				X	X	X	X	X	X	X														

6. INVESTIMENTOS

Para a execução deste projeto de intervenção foram previstos os seguintes recursos, necessários para a ação e manutenção do projeto.

- Gasto anual com bolsistas (4 bolsistas envolvidos): R\$ 21.600,00
- Material de divulgação (valor estimativo): R\$ 10.000,00
- Trabalhos de intervenção artística (valor anual): R\$ 8.000,00
- Instalação do Outdoor Digital (TV de 80 polegadas + computador) com divulgação da programação de eventos: R\$ 12.500,00

Material de Consumo	Preço Unitário	Quantidade	Valor Previsto
Papel A4 (pacote)	R\$ 18,00	02	R\$ 36,00
Tinta de Impressora (toner)	R\$ 200	01	R\$ 200,00
Canetas (caixa)	R\$ 25,00	01	R\$ 25,00
Lápis Preto nº 2 (caixa com 10)	R\$ 10,00	01	R\$ 10,00
TV de LED de 80" (patrimônio)	R\$ 8.900,00	01	R\$ 8.900,00
Computador Core I5 (patrimônio)	R\$ 3.100,00	01	R\$ 3.100,00
Suporte móvel p/ colocação da TV LED 80" (patrimônio)	R\$ 500,00	01	R\$ 500,00
Total	-	-	R\$ 12.940,00
Serviços Terceirizados	Preço Unitário	Quantidade	Valor Previsto
Bolsistas por 24 meses	R\$ 440,00 por mês	02	R\$ 21.120,00
Impressão colorida A3 em Gráfica	R\$ 3,50	40	R\$ 140,00
Impressão Colorida A2 em	R\$ 5,50	30	R\$ 165,00

Gráfica			
Plotagem em Banner com medida 5 x 3 mts	R\$ 200,00	5	R\$ 1.000,00
Impressão de 500 flyers de divulgação	R\$ 180,00	02	R\$ 360,00
Total	-	-	R\$ 22.665,00

7. PARTICIPANTES DO PROJETO

Os participantes do projeto serão os servidores técnico-administrativos da UFMG lotados no CCULT UFMG, os servidores terceirizados e os bolsistas. Pretende-se também promover a participação dos usuários mais frequentes do espaço deste centro de cultura, dos discentes, pessoas envolvidas em atividades e projetos do Centro Cultural e do público que frequenta esporadicamente os eventos e atividades no Centro Cultural. Além destes, pretende-se contar com a participação de pessoas do meio urbano que prestem informações por meio de entrevistas e questionários.

8. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

As ações descritas no item do Plano de Ação serão avaliadas constantemente e seus resultados analisados para verificação dos impactos gerados no Centro Cultural a partir de cada intervenção realizada. Com base nessas informações, será possível traçar um novo perfil de frequentadores do Centro Cultural, além de verificar os índices de frequência nas atividades e ações de extensão na referida Unidade.fá

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante a apresentação deste trabalho, pretende-se tornar este material um acervo de pesquisa, consulta e referência para a construção de diretrizes e implementação de um projeto que sirva não só para o Centro Cultural, no sentido de ampliar a sua divulgação, mas também para outras unidades da área de cultura e eventos.

10. REFERÊNCIAS

ÁLVARO, José; MOISÉS; et. al., *Cultura e Democracia Volume 1*, Ed. Fundo Nacional de Cultura, 2001

ASSIS, Wanderlaine Mara; LOUREIRO DE. *As Bibliotecas dos Centros Culturais da Prefeitura de Belo Horizonte: espaços públicos de cultura*. Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2010.

COSTA, Carla Bronzo Ladeira; CARNEIRO e DINIZ, Bruno; LAZARROTTI. *Intervenção com foco em resultados: elementos para o desenho e avaliação de projetos sociais*. In: FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. *Gestão social: o que há de novo?* Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 2004.

Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/artigos>>. Acesso em 3 de setembro de 2015.

W.U, Vinícius. *A força social da Cultura*; Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/artigos/-/asset_publisher/WDHlazzLKg57/content/a-forca-social-da-cultura/10883?redirect=http%3A%2F%2Fwww.cultura.gov.br%2Fartigos%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_WDHlazzLKg57%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1>. Acesso em 3 de setembro de 2015.

MOURA, Dácio; BARBOSA, Eduardo. *Trabalhando com Projeto*. Editora Vozes, 2011.

PINTO, Gabriela; BARANOWSKI; DE PAULO, Elizabeth e DA SILVA, Thaisa; C. *Os Centros Culturais como espaço de lazer comunitário: O caso de Belo Horizonte*. Revista de Cultura e Turismo, Ano 06- N° 02, 2012.

RAMOS, Luciene; BORGES. *Centro Cultural: território privilegiado da ação cultural e informacional na sociedade contemporânea*. III ENECULT, 2007.

RAMOS, Luciene; BORGES. *O Centro Cultural como equipamento disseminador de informação: um estudo sobre a ação do Galpão Cine Horto*. Escola de Ciência da Informação da UFMG, 2007.

BRASIL. UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS, Acervo documental interno do Centro Cultural UFMG.

BRASIL. UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/centrocultural>>. Acesso em 10 de agosto de 2015.