

## **Festival Caldas Anima**

### Festival de Animação de Rua

**Produção, investigação e proposta de estratégia de comunicação**

**Relatório de estágio para obtenção do Grau de Mestre em Gestão Cultural**

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Professora Doutora Lígia Afonso

Catarina Fonseca Miguel

**Mai 2021**

*“Eu tenho que representar para viver.”*

Sir Laurence Olivier

## **Agradecimentos**

Primeiramente, e, como não podia deixar de ser, agradeço imenso à minha professora e orientadora Lígia Afonso, por toda a paciência e dedicação para comigo e com este projeto.

Em seguida, agradeço ao CCC pela oportunidade, por me acolher e tratar tão bem durante o estágio.

E, por último, agradeço também profundamente à minha família e em especial ao meu namorado por todo o apoio e ajuda preciosa que me deram.

## **Resumo**

O presente relatório consiste num trabalho de investigação sobre o Festival Caldas Anima, um festival de animação de rua inserido na programação do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha (CCC), local onde se realizou o estágio curricular integrado no plano de estudos do Mestrado de Gestão Cultural na ESAD.cr/IPL. O interesse de pesquisa pelo festival Caldas Anima surgiu da constatação da falta de informação existente disponível online relativa ao seu histórico de programação e do desconhecimento do público sobre o evento.

O objetivo do trabalho passa por apresentar uma investigação do festival em todas as suas edições e a análise, em benchmarking, de estudos de casos de eventos nacionais e internacionais congéneres, com o fim de propor uma melhor estratégia de comunicação mais eficaz para o evento, contemplando nomeadamente a sugestão da criação de um sítio web que incorpore o arquivo analisado e os contributos gerados.

**Palavras-chave:** Gestão Cultural, Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha, Festival Caldas Anima, Produção, Eventos Culturais, Estratégia de Comunicação

## **Abstract**

This report consists of research work on the Caldas Anima Festival, a street animation festival included in the program of the Cultural and Congress Center of Caldas da Rainha (CCC), where the curricular internship integrated in the study plan of the Master of Cultural Management at ESAD.cr/IPL. The research interest in the Caldas Anima Festival arose from the lack of information available online regarding its programming history and the public's lack of knowledge about the event.

The objective of the work is to present an investigation of the festival in all its editions and the analysis, in benchmarking, of case studies of similar national and international events, in order to propose a better and more effective communication strategy for the event, including the suggestion of creating a website that incorporates the analyzed file and the contributions generated.

**Keywords:** Cultural Management, Caldas da Rainha Cultural and Congress Center, Caldas Anima Festival, Cultural Event, Communication Strategy

## Índice

<b>Agradecimentos</b>	III
<b>Resumo</b>	IV
<b>Abstract</b>	V
<b>Lista de Abreviaturas</b>	IX
<b>Introdução</b>	1
<b>1. Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha</b>	4
<b>1.1. Espaços</b>	5
<b>1.2. História</b>	6
<b>1.3. Valores e Missão</b>	6
<b>1.4. Equipa</b>	9
<b>2. Estágio</b>	11
<b>3. Festival Caldas Anima</b>	14
<b>3.1. Artes de Rua</b>	15
<b>3.2. Apoios</b>	15
<b>3.3. EFFE Label</b>	16
<b>3.4. Objetivos</b>	20
<b>3.5. Edições</b>	21
<b>3.6. Espetáculos</b>	23
<b>3.7. Espaços</b>	24
<b>3.8. Artistas</b>	25
<b>3.9. Comunicação</b>	32
<b>4. Casos de Estudo (Benchmarking)</b>	34
<b>a) Mostra de Artes de Rua – M.A.R.</b>	34
<b>b) E.S.T.A.R – Encontros de Teatro e Animação de Rua</b>	36
<b>c) OITO24</b>	37
<b>d) Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua</b>	37
<b>e) Cenas na Rua – Festival Internacional de Teatro e Artes de Rua</b>	38
<b>f) FIG – Festival Internacional de Gigantes</b>	38
<b>g) Sementes – Mostra Internacional de Artes para o Pequeno Público</b>	38
<b>h) Festival Internacional Teatro a Corte (Itália)</b>	39
<b>i) KALEKA – Festival Internacional de Artes de Calle de Lekeitio (Espanha)</b>	39
<b>j) Tête-à-Tête – Internationale Straßentheaterfestival (Alemanha)</b>	39
<b>k) Miedzynarodowy Festiwal Teatrow Ulicznych ULICA (Polónia)</b>	40
<b>l) FETA – Festival Internacional de Teatro ao Ar Livre e de Rua (Polónia)</b>	40

m)	<b>ANIMART – Internacional Festival of Animation Art (Polónia)</b>	40
n)	<b>Festival Internacional de Teatro de Sibiu (Roménia)</b>	40
<b>5.</b>	<b>Estratégia de Comunicação</b>	44
5.1.	<b>Públicos da Cultura</b>	44
5.2.	<b>Públicos-alvo</b>	45
5.3.	<b>Media Mix</b>	48
5.4.	<b>Briefing Design Gráfico</b>	49
5.5.	<b>Plano de Meios</b>	50
5.6.	<b>Análise SWOT</b>	52
5.7.	<b>Patrocínios e Parcerias</b>	53
	<b>Conclusão</b>	
	<b>Referências Bibliográficas</b>	55
	<b>Anexos</b>	61
	<b>Anexo 1 – Programa Caldas Anima 2014</b>	61
	<b>Anexo 2 – Programa Caldas Anima 2015</b>	62
	<b>Anexo 3 – Programa Caldas Anima 2016</b>	62
	<b>Anexo 4 – Programa Caldas Anima 2017</b>	64
	<b>Anexo 5 – Programa Caldas Anima 2018</b>	65
	<b>Anexo 6 – Programa Caldas Anima 2019</b>	66
	<b>Anexo 7 – Programa Caldas Anima 2020</b>	67
	<b>Anexo 8 – Inquérito</b>	
	<b>Anexo 9 – Entrevista Carlos Mota</b>	68

## **Índice de figuras**

Figura 1: Logotipo do CCC.....	4
Figura 2: Selo de qualidade EFFE Label.....	18
Figura 3: Análise SWOT.....	52

## **Índice de tabelas**

Tabela 1: Duração do festival.....	22
Tabela 2: Pontos da cidade.....	25
Tabela 3: Tabela de comunicação .....	51

## **Lista de Abreviaturas**

**CCC** – Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha

**ESAD.CR** – Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha

**FLUL** – Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

**IPL** – Instituto Politécnico de Leiria

**UNESCO** – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

## **Introdução**

### **Contexto Académico**

O trabalho académico aqui apresentado em formato de relatório é resultado da realização de um estágio curricular inserido no último ano de mestrado em Gestão Cultural, curso integrado na Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha (ESAD.cr) do Instituto Politécnico de Leiria (IPL).

A minha escolha pelo curso de Gestão Cultural foi movida pelo interesse por esta área artística adquirido durante a minha licenciatura em Estudos Artísticos variante Artes do Espetáculo da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (FLUL). Com a cadeira de gestão cultural no curso, ganhei o gosto e a curiosidade de saber mais sobre a área e procurar dentro do país a possibilidade de obter um mestrado especializado. Apesar de o mesmo curso também se encontrar disponível na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, optei pela ESAD.CR por se enquadrar numa escola de artes e numa cidade nomeada como uma das cidades criativas pela UNESCO.

Optei pela realização de um estágio de forma a colocar os meus conhecimentos em prática e aprender mais com os profissionais na área. Ao longo do meu percurso académico, e com o facto de também na licenciatura ter realizado um estágio na programação e produção de um festival de teatro académico, as variadas áreas artísticas como teatro, dança, cinema e música foram ganhando destaque nos meus planos futuros e nas ideias daquilo que determinava alcançar a nível profissional. Ao descobrir a gestão cultural consegui idealizar diversos espetáculos e eventos culturais, planear, organizar e produzi-los a partir da junção das artes cénicas e performativas. O estágio permitiu-me participar ativamente na elaboração de projetos ligados diretamente à gestão cultural, obtendo novas perspetivas de trabalho e de futuro.

A possibilidade de poder estagiar no Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha (CCC) veio ao encontro do que procurava: poder trabalhar juntamente com a equipa de produção num festival de animação de rua dava-me a oportunidade de descobrir as artes circenses num evento único onde é possível juntar diversas áreas artísticas e tipologias de espetáculos.

O CCC é o centro cultural mais prestigiado da cidade das Caldas da Rainha, dedicando-se à realização de atividades e eventos culturais e congressos. A sua programação cultural é diversificada, abrangendo várias áreas e indo ao encontro dos diferentes tipos de público. A sua estrutura interna é dividida em vários departamentos e

o meu estágio enquadrou-se especificamente dentro da equipa de produção, com a qual pude trabalhar diretamente na programação e produção do festival enquanto estagiária.

### **Plano de Estágio**

O plano de estágio foi discutido pelas partes interessadas (entidade de acolhimento, estagiário e orientador) e tinha como objetivos: 1) a produção do festival de animação Caldas Anima, trabalho que visava apoiar 2) a realização de um projeto de investigação sobre o historial do festival e 3) a apresentação de uma estratégia de comunicação para o festival, sustentado num benchmarking realizado a partir de casos de estudo de festivais análogos, em Portugal e no estrangeiro.

A ideia era fazer uma compilação dos dados das edições anteriores do festival e da sua respetiva programação, passando por procurar informação relativa a cada festival, aos artistas participantes e grupos convidados; analisar a forma de planeamento e produção do evento e investigar a evolução do festival desde a primeira edição até à de 2020, inclusive. Ou seja, estudar a estrutura do festival de forma a poder sugerir melhoramentos ao nível da sua gestão, visando o garantir dos seus objetivos programáticos e a ampliação do seu sucesso junto do público.

Passava ainda por analisar diversos estudos de casos de outros festivais existentes dentro e fora de Portugal, análogos ou com similitudes ao Festival Caldas Anima, incluindo pesquisar o tipo de oferta cultural, estudar os seus públicos e as metodologias de comunicação do evento, com o objetivo de obter outras e diversas perspetivas sobre modelos de funcionamento e de organização. Por último, previa-se apresentar um plano de comunicação sólido para o festival, através da elaboração de uma estratégia de comunicação mais eficaz para o Caldas Anima, incluindo a sugestão da criação de um sítio web para o mesmo, reunindo toda a informação e dados obtidos sobre o festival, de modo a melhor divulgar e dinamizar o evento.

O estágio curricular estava previsto realizar-se entre 17 de fevereiro e 19 de julho, mas decorreu apenas até dia 13 de março, tendo sido interrompido devido ao surgimento da pandemia COVID-19 que obrigou à suspensão das atividades artísticas e, posteriormente, ao encerramento provisório dos equipamentos culturais.

Nesse curto espaço de tempo foi, no entanto, possível reunir a informação necessária para encetar o meu trabalho de investigação sobre o Festival Caldas Anima, sobretudo fundamentado na documentação de arquivo das edições passadas e na criação de uma estratégia para a elaboração de um novo plano de comunicação.

Para além do trabalho desenvolvido com relação ao festival, também foi possível neste hiato temporal realizar diversas tarefas coordenadas pela equipa de produção de modo a experienciar profissionalmente a elaboração de um evento ou projeto, bem como a produção de diversas atividades artísticas organizadas pelo centro cultural.

### **Estrutura do Relatório**

Este relatório encontra-se organizado por 5 capítulos. O primeiro capítulo fala sobre a entidade de acolhimento do estágio, dando a conhecer a sua estrutura e o seu enquadramento na cidade; o segundo capítulo dedica-se ao desenvolvimento do estágio, abordando as tarefas de produção desempenhadas no decorrer do mesmo; o terceiro capítulo incide sobre o enquadramento temático, o historial e evolução do festival Caldas Anima; o quarto capítulo apresenta a análise dos casos de estudo considerados para efeitos de comparação; e o quinto e último capítulo elabora a estratégia de comunicação proposta para as próximas edições do festival, incluindo a sugestão da criação de um sítio web com toda a informação relacionada ao festival Caldas Anima.

### **Metodologia**

A metodologia utilizada é a interpretação relacional e a análise qualitativa e quantitativa da documentação encontrada, bem como a análise comparativa de estudos de caso. A pesquisa baseou-se na consulta de documentos arquivados e de artigos de imprensa sobre o festival, parte dos quais disponibilizados pela equipa de produção do CCC; a informação disponível online sobre o festival; referências web gráficas encontradas no decorrer da pesquisa sobre os artistas participantes; os sítios web das companhias e de outros festivais de animação.

## 1. Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha



Figura 1: Logotipo do CCC

O CCC é uma instituição cultural dedicada à realização de congressos (conferências, palestras, colóquios, apresentações ou outro tipo de eventos) e a outras atividades culturais tão diversas como espetáculos de teatro, dança, sessões de cinema e concertos de música. Dentro da sua vasta programação estão ainda incluídos workshops infantojuvenis e oficinas para adultos. Aberto todos os dias, o centro também oferece a possibilidade de se usufruir do local como um espaço público da cidade.

Atualmente o CCC é gerido pela empresa associativa CulturCaldas – Associação de Produção, Gestão e Desenvolvimento Cultural, cujo presidente é Vitor Marques, também presidente da Junta de Freguesia de Nossa S<sup>a</sup> do Pópulo, Coto e São Gregório, união de freguesias pertencentes ao concelho das Caldas da Rainha. Constituída a 26 de agosto de 2011, esta associação, criada pela Câmara Municipal das Caldas da Rainha com o propósito de gerir os projetos do CCC, “exerce a atividade de exploração de salas de espetáculos e atividades conexas”.<sup>1</sup>

Segundo um artigo publicado em junho de 2010 no *Jornal das Caldas*, a CulturCaldas foi criada especificamente para gerir o CCC de forma autónoma, gestão que até então fora partilhada com a ADIO – Associação para o Desenvolvimento Industrial do Oeste, que gere a Expoeste. Esta decisão foi aceite e apoiada por todos os vereadores pertencentes à Câmara. Apesar da mudança de gerência, Carlos Mota manteve-se como diretor geral do centro cultural até hoje.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Segundo consta nos dados recolhidos pelo sistema Rigorbiz, um sistema de recolha e tratamento de informação utilizado como ferramenta de análise por algumas empresas, nomeadamente a associação CulturCaldas.

<sup>2</sup> Em 2017 foi aprovado pela Câmara os estatutos da associação Caldas XXI – Associação de Desenvolvimento Cultural, Empresarial e da Juventude. Esta associação seria o resultado da fusão das 3 associações já existentes: a CulturCaldas, a ADIO e a ADJCR – Associação para o Desenvolvimento da Juventude das Caldas da Rainha, com o objetivo de unificar as associações numa só que gerisse o CCC, a Expoeste e o Centro da Juventude. No entanto, ainda este ano o *Jornal Oeste* (Gomes, 2020) avançou com a notícia que a fusão das 3 associações encarregues de gerir os diferentes espaços municipais da

“A criação da Associação CulturCaldas tem por fim implementar um projeto de natureza artística e cultural nos domínios das artes do espetáculo, da recreação, das artes plásticas, da literatura e do pensamento crítico, visando promover a acessibilidade cultural no território das Caldas da Rainha, designadamente na gestão do CCC” (Barroso, 2010).

## 1.1. Espaços

O CCC é composto por vários espaços comerciais ou de apresentação: um grande auditório, um pequeno auditório, um café-concerto, um foyer, uma sala de exposições, uma sala multiusos e outra de ensaios, e uma praça de animação exterior. Disponibiliza ainda um parque de estacionamento subterrâneo, aberto 24 horas por dia, com uma capacidade total de 350 lugares.

Destacam-se alguns desses espaços e zonas. O grande auditório é uma sala ampla e dinâmica ideal para eventos de maior dimensão, adaptando-se a qualquer tipo de exigência artística. Este auditório dispõe de uma capacidade máxima de 660 lugares, divididos entre o fosso de orquestra (60 lugares), 1ª plateia (140 lugares), 2ª plateia (200 lugares), tribuna (100 lugares) e camarotes laterais (16 camarotes com 10 lugares cada). O pequeno auditório, com uma capacidade total de 148 pessoas, está destinado a atividades mais intimistas, como as sessões de cinema que ali são frequentemente apresentadas. Para aceder a este auditório é necessário entrar pelo café-concerto<sup>3</sup>.

Para além de este ser um espaço público de restauração e zona de lazer, o café-concerto tem também como função a receção de alguns concertos, performances ou outro tipo de espetáculos como a apresentação de projetos audiovisuais ou lançamentos editoriais.

O foyer é um espaço amplo e versátil que dispõe de um bar, servindo maioritariamente como zona de receção a diferentes tipos de eventos, seja uma conferência, um jantar ou outro género de espetáculo como um desfile de moda.

---

cidade das Caldas da Rainha, não se irá concretizar por falta de consenso entre os membros políticos. Segundo consta no artigo, os membros do PSD recusam-se a colaborar na ideia da fusão das associações, indo contra a unanimidade de votos da Assembleia Municipal a favor da fusão. O presidente da câmara Fernando Tinta Ferreira alega que não estão reunidas as condições necessárias para dar seguimento ao processo por falta de um modelo jurídico conciso “por questões de ordem notarial” que impeça recorrer à demissão de pessoal das respetivas associações.

<sup>3</sup> O espaço do café-concerto era até então dirigido pela empresa “Sons, Tons & Sabores” desde 2012, sendo que agora a direção do espaço é ainda desconhecida após algumas mudanças pelos efeitos da pandemia.

Com acesso pelo foyer encontramos a ampla sala de exposições, com 282 m<sup>2</sup>, frequentemente utilizada para receber diversas exposições, caracterizadas pelo CCC como maioritariamente de pintura ou escultura.

Outra sala a destacar é a sala multiusos, cujo grande espaço, ajustável a cada ocasião, pode ser utilizado para reuniões, apresentações, ou outro tipo de evento.

## **1.2. História**

Após o desaparecimento da Casa da Cultura, instituição cultural junto ao parque da cidade, foi prometido à população caldense a construção de um novo espaço. Em 1992, com a demolição do antigo Teatro Pinheiro Chagas<sup>4</sup> surgiu a oportunidade de aproveitar o espaço para concretizar o projeto de um novo centro cultural. Até à sua concretização, a Sociedade de Instrução e Recreio “Os Pimpões” tornou-se no núcleo de dinamização das atividades culturais da cidade, sendo o único edifício com dimensão suficiente e preparado para acolhê-las em todos os formatos (“Centro Cultural e de Congressos de Caldas da Rainha”, 2020).

A obra foi proposta pelo arquiteto Ilídio Pelicano (fundador da empresa de arquitetos ARIPA) como resposta ao concurso lançado pelo Município das Caldas da Rainha de edificar uma estrutura de carácter cultural, de forma a obter na cidade um local capaz de dar resposta a todo o tipo de espetáculos de qualquer dimensão. A construção do Complexo Multiusos iniciou-se em 2006, tendo sido finalizada dois anos mais tarde, em 2008, e inaugurada no dia 15 de maio, comemorando o feriado municipal pela fundação da cidade.

O centro é inaugurado com o nome de Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha, passando a fazer parte integrante da identidade da cidade. Conforme se explica no sítio web, o CCC “conjuga a procura de qualidade formal e espacial à funcionalidade e assertividade técnica, na esperança de oferecer as condições ideais a todas as manifestações que nele decorrem: artísticas, empresariais, ..., enfim, humanas”.

## **1.3. Valores e Missão**

---

<sup>4</sup> O teatro já não poderia ser reconstruído por não apresentar as condições necessárias para a receção de novos programas culturais com exigências técnicas diversificadas (“Centro Cultural e de Congressos de Caldas da Rainha”, 2020).

Segundo consta no site, as características que melhor definem o CCC enquanto instituição multicultural são: pluralidade, qualidade e profissionalismo.

A sua missão é regida por 4 premissas:

- **“Difusão do que melhor se faz culturalmente em Portugal e no Mundo;**

O CCC tem como objetivo a promoção da cultura, de proporcionar aos seus clientes uma agenda cultural rica, da qual fazem parte: a música, o teatro, a dança, o bailado, o cinema, a pintura, a escultura, a fotografia e todo e qualquer projeto artístico que contribua para o enriquecimento do ser humano, quer em termos de conhecimento contemporâneo, quer em termos de formação e instrução do indivíduo”.

- **“Aproximação do público em geral às artes;**

Temos como intuito aproximar o público, que ao longo dos anos se têm afastado das artes, pelas diversas razões. Propondo uma multiplicidade cultural que tenta abranger todas as idades, gostos e quadrantes sociais”.

- **“Proporcionar não um evento por si só, mas uma experiência cultural;**

A intenção primordial do CCC é de, a cada espetáculo, exposição ou evento, proporcionar uma experiência inesquecível e única a cada indivíduo. Tentamos ser um verdadeiro espaço de lazer e divertimento, onde o indivíduo sozinho ou com amigos pode vivenciar uma experiência singular e muito especial”.

- **“Garantir uma plataforma de negócio eficaz às empresas portuguesas e internacionais;**

O CCC é muito mais que um espaço multicultural, é por excelência o Centro de Congressos de referência de todo o Oeste. E isso reflete-se no portefólio variado de empresas nacionais e internacionais que ao longo destes pequenos, mas preenchidos anos de vida, têm dado preferência à utilização do CCC como uma ferramenta eficaz de marketing e comunicação da sua marca”.

Os principais objetivos do centro cultural passam então por promover e difundir a cultura, aproximar o público às artes, proporcionar uma experiência cultural e garantir plataformas de negócio. Todos estes objetivos encontram-se relacionados e interligados uns com os outros.

A melhor forma de promover e difundir a cultura passa por oferecer uma agenda cultural diversificada de modo a enriquecer o público, seja a nível de conhecimento pessoal, de instrução ou formação. O modo mais utilizado na promoção cultural é a comunicação e a publicidade dos eventos, e a sua difusão passa pelos artistas convidados, alguns até então desconhecidos por parte do público, que aproveitam a imagem do CCC para divulgar os eventos através dos seus meios de comunicação e respetivas contas próprias nas redes sociais. A nível de instrução e formação, o CCC aposta em oficinas e workshops realizados por profissionais de várias áreas. Todas estas características são notórias na agenda cultural do centro, comprovando a diversidade dos espetáculos na sua interdisciplinaridade.

Num outro objetivo, o CCC pretende aproximar o público em geral às artes cénicas e performativas com atividades diversas direcionadas a diferentes tipos de público, de várias idades e gostos culturais, promovendo também o convívio entre eles. Uma maneira de alcançar este objetivo de forma eficaz é proporcionar espetáculos com liberdade de intervenção, onde seja possível incorporar o público nas atuações e promover a sua interação com os artistas. Exemplo disso são alguns espetáculos dentro do festival Caldas Anima onde os artistas chamam alguns espetadores a participar nas atuações, nomeadamente palhaços a interagir com as crianças ou atores a envolver adultos nas peças teatrais como figurantes ou assistentes. Esta é uma forma positiva de mostrar que o teatro não se faz só de atores e que o público é também uma parte importante no meio, considerado um elemento integrante na performance. Tudo isto também contribui para a concretização do terceiro objetivo do CCC de oferecer uma experiência cultural aos espetadores.

Quanto ao último objetivo, garantir plataformas de negócio em associação com distintas empresas, que utilizam os espaços do CCC para divulgar as suas marcas em termos de comunicação e marketing, pode-se comprovar o seu cumprimento com as parcerias realizadas com algumas empresas e associações, em prol da missão do CCC de difundir a cultura, indo novamente de encontro ao primeiro objetivo.

## 1.4. Equipa

Entre os vários departamentos de direção, coordenação, produção e comunicação, a equipa do centro conta aproximadamente com 13 membros. Dentro de cada setor existem algumas pessoas a trabalhar na área da programação, contabilidade, pessoal de secretariado e marketing associado aos eventos produzidos pela instituição.

No departamento da direção o diretor é quem coordena todos os restantes setores tomando as decisões mais importantes e aprovando todos os eventos, sendo o responsável por toda a programação artística do centro cultural.

Na parte da coordenação e secretariado encontra-se uma pessoa responsável por coordenar todas as atividades propostas que estejam diretamente relacionadas com o centro, garantindo o bom funcionamento das mesmas, assegurando a sua execução, estabelecendo e mantendo a rede de contactos necessária, exercendo funções de relações públicas e de recursos humanos.

A equipa de produção é responsável por garantir que todas as tarefas são executadas e que o programa da calendarização segue conforme planeado. Trabalha em conjunto com todos os outros departamentos, orientando primordialmente a equipa técnica.

Dentro do departamento de comunicação e marketing, o objetivo é garantir que todos os eventos sejam devidamente comunicados e publicitados, seja nas ruas via cartazes, mupis, outdoors, ou via internet, através das redes sociais. A pessoa responsável pela área da comunicação também está encarregue de fazer a gestão das contas nas redes sociais, trabalhando em conjunto, e sempre que necessário, com o designer. Devido à aposta na fidelização de públicos, este setor torna-se um dos mais importantes e cruciais dentro do centro, garantindo que toda a informação chega aos espectadores da melhor forma e o mais rapidamente possível. Esta aposta foi um tema constante abordado em todas as reuniões de direção nas quais tive a oportunidade de participar. Não obstante, devido à falta de pessoal e aos poucos resultados, verifica-se que existe uma falha neste departamento e que a sua comunicação é fraca. Questiono por isso se o objetivo da fidelização do público é favorável ao CCC e se a procura de novos públicos não seria uma forma mais eficaz de obter melhores resultados.

Na coordenação do departamento técnico estão integrados técnicos de som, imagem, luz, vídeo, palco e ainda técnicos operacionais de projeção e manutenção que garantem o melhor funcionamento de todos os aparatos em cada evento. O técnico de som

está encarregue de garantir o funcionamento de todos os equipamentos de som, estejam em palco ou não. O técnico de luz executa desenhos de luz para os espetáculos, orientando os olhares dos espectadores. O técnico de palco assegura e oferece as melhores condições aos artistas, garantindo que tudo esteja no sítio certo, conforme planeado, supervisionando todos os cabos de acesso ao som, luz, etc. Por fim, o técnico de vídeo é responsável por captar em imagens ou fotografias todo o tipo de eventos para posteriormente essas imagens serem usadas em estratégias de comunicação, nas redes sociais ou para arquivo.

## 2. Estágio

Os primeiros dias de estágio foram de ambientação ao espaço, apresentação e integração. Através de uma visita guiada pelo CCC pude conhecer as restantes pessoas integradas na equipa (seguranças, funcionários da bilheteira, café/bar, etc.) e, posteriormente, adaptar-me às condições de trabalho. Trabalhando em conjunto com a equipa de produção, nomeadamente na sala da produtora Dina, tive acesso à documentação completa sobre a programação das edições anteriores do festival Caldas Anima. Pude por isso, começar desde o princípio a organizar toda a informação disponível e fornecida das edições passadas do festival Caldas Anima.

As principais tarefas de produção foram as seguintes:

- Organizar num documento os potenciais espetáculos a serem escolhidos para participar no festival, onde constasse toda a informação sobre os grupos participantes ou companhias, os preços dos espetáculos, os dias de atuação, horários, e todos os outros requisitos necessários a ser registados para a programação e realização do festival.
- Atualizar novos dados (sempre que necessário) sobre os espetáculos na tabela orçamental inserida no documento (dados novos fornecidos impressos pela produtora, recebidos no e-mail da produção do CCC);
- Organizar por separadores o dossier que contém toda a informação relativa ao festival com as propostas já aceites e as propostas ainda por analisar pelo diretor, para mais tarde dar início ao processo de seleção dos espetáculos para o festival e a calendarização do mesmo.
- Enviar por e-mail as novas atualizações dos documentos à produtora.
- Contactar via telefónica algumas companhias que ainda não responderam aos e-mails enviados pela parte da produção do CCC a pedir propostas de espetáculos para o festival e reencaminhar os mesmos e-mails.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> O endereço de e-mail utilizado para contactar companhias ou outros grupos corresponde sempre ao e-mail do CCC da parte da produção ([producao@ccc.com.pt](mailto:producao@ccc.com.pt)), ao qual tive acesso.

- Atualizar constantemente o dossier do festival com as informações sobre os espetáculos recebidas por email, assim como a tabela orçamental à cerca dos mesmos.
- Reanalisar propostas e seleccionar os espetáculos com autonomia técnica e exceto acesso à corrente elétrica, dispensando a equipa do CCC.
- Pesquisar informação sobre o festival Periferias que decorre em Sintra para confrontar ideias e obter contactos interessantes para o festival Caldas Anima.

Todas as semanas reuníamos com o diretor para falar sobre as condições do festival, os seus progressos e avanços, analisando o dossier com a informação já compilada, e sobre outros assuntos relevantes. Numa destas reuniões, aproveitei para lançar a ideia de organizar um inquérito à população da cidade com o propósito de averiguar os seus conhecimentos sobre o centro cultural e os seus respetivos espetáculos e programas culturais, um estudo de públicos com o intuito de fazer um levantamento das preferências dos espectadores para os chamar às instalações do CCC.<sup>6</sup> Combinando perguntas gerais sobre o centro e em concreto sobre o festival Caldas Anima, o objetivo era reunir mais informação sobre o conhecimento do público, utilizando os resultados como parte integrante da investigação para a formulação de uma melhor estratégia de comunicação.

Colaborando paralelamente noutros projetos desenvolvidos pelo CCC, realizei tarefas ligadas a um projeto denominado “Eiras”. Este projeto conta com a colaboração e participação dos vários ranchos folclóricos e etnográficos das freguesias do município das Caldas da Rainha. Parte das minhas tarefas relacionadas a este novo projeto, ainda em desenvolvimento passavam por:

- Contactar os grupos convidados via telefónica a confirmar presença numa reunião de apresentação do projeto;

---

<sup>6</sup> Embora tenha feito um esboço do questionário online e ter enviado ao diretor para aprovação, o inquérito não se realizou. O mesmo encontra-se anexado a este documento.

- Procurar outros possíveis contactos dos mesmos grupos e voltar a reencaminhar e-mails com a informação relativa à reunião;
- Registrar os dias e as datas de todos os contactos feitos aos grupos de rancho, tanto por via eletrónica como por via telefónica, assim como as respostas obtidas, de forma a poder comprovar os registos de contacto realizados;
- Redigir um email para ser enviado novamente aos grupos de ranchos folclóricos com a informação da nova data da segunda reunião sobre o projeto Eiras, dando seguimento ao mesmo;
- Redigir outro email dentro do mesmo conteúdo somente para os grupos presentes na primeira reunião, com o consentimento da coreógrafa Margarida Belo Costa e da Orquestra Ligeira Monte Olivetti.

Disponibilizando-me para ajudar em tudo o que fosse necessário, também realizei algumas outras tarefas de secretaria apartadas das tarefas de produção do festival como endereçar cartas, apoiar os preparativos para concertos, e organizar um documento com toda a programação disponível no site do CCC por ordem cronológica dos meses abril, maio e junho<sup>7</sup>, informação essa necessária para a criação da revista cultural. Pude ainda analisar propostas de diferentes filmes em substituição de uma sessão no cineclube que já não se iria realizar dentro da programação cultural correspondente ao mês de abril do CCC, bem como recolher toda a informação sobre as distribuidoras dos filmes para reprodução.

No decorrer do estágio tive a oportunidade de conhecer algumas pessoas do meio artístico envolvente, nomeadamente a vereadora da cultura da Câmara Municipal das Caldas da Rainha, Maria da Conceição Jardim Pereira, em visita ao CCC para uma reunião conjunta com o presidente da CulturCaldas e do CCC, e Vítor Marques, com quem pude conversar sobre o assunto deste relatório.

---

<sup>7</sup> Essa informação consistia em: dia, data, nome do espetáculo, sinopse, imagem (foto) do mesmo e preço dos bilhetes.

### **3. Festival Caldas Anima**

Desde 2013 que todos os anos, durante os meses de julho e agosto, se realiza o festival Caldas Anima na cidade das Caldas da Rainha, contribuindo para a rota dos muitos festivais de rua de verão espalhados pelo mundo. Todas as edições o festival oferece à cidade diversos números artísticos, atuações e espetáculos memoráveis destinados a um público geral. A maioria dos espetáculos ocorre ao fim de semana. Dentro das mais variadas áreas, o festival produz espetáculos de animação, magia, música e espetáculos de teatro, marionetas, atuações circenses (novo circo/clown) ou outros.

Apesar da pandemia e, após algumas semanas encerrado, o Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha pôde reabrir o espaço a 1 de junho com as medidas de prevenção e segurança asseguradas pelo centro, conforme as indicações da Direção-Geral de Saúde, seguindo o protocolo e respeitando todas as normas impostas. Neste caso, a edição deste ano do festival Caldas Anima (cuja realização era até então imprevisível) foi possível realizar com sucesso durante o mês de julho e agosto, tal como previsto. No entanto, algumas alterações foram necessárias, adaptando o evento à nova realidade, como trasladar a maioria dos espetáculos para o interior do centro, utilizando principalmente o espaço do grande auditório para a produção das atuações noturnas, espaço este que passou a estar limitado a um total de 300 espetadores. Com esta mudança, foi possível garantir o controlo do distanciamento físico dentro do auditório e evitar os aglomerados que se criavam em torno dos espetáculos realizados ao ar livre em várias zonas públicas da cidade, de difícil gestão de espectadores. Adicionado ainda à programação desta edição houve um espetáculo que contou com a parceria da escola de circo do Chapitô em Lisboa (Mota, 2021).

A primeira edição do festival de animação Caldas Anima foi realizada pelo Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha no ano de 2013 e contou com a colaboração integrada do Centro da Juventude. Em 2014, na segunda edição, o festival passou a ser independente com a produção oficial do CCC. Em análise encontram-se as programações completas de todas as edições do festival a partir desse ano até ao presente, contando com 7 edições (2014-2020).

“Em julho, a programação de Verão do “Caldas Anima” chega com música, animações, marionetas e artes circenses pelas ruas de Caldas, com o intuito de dinamizar o comércio local e os espaços urbanos” (Paulo, 2020).

### **3.1. Artes de Rua**

Arte de Rua ou Arte Urbana, mais conhecida como Street Art (em inglês), é uma manifestação artística que se realiza através de várias intervenções culturais com temáticas variadas desenvolvidas nos espaços públicos urbanos.

O primordial objetivo deste tipo de arte originou-se na transmissão de mensagens sociais, algumas de caráter político de forma a exprimir livremente opiniões vincadas sobre determinado assunto ou tema (Borges, s.d.). Exemplos destas manifestações podem passar por pinturas em murais, grafite ou performances. Entre outras artes também estão incluídas o teatro, a música, a dança, as atuações circenses e mais. Em suma, pode-se considerar arte de rua qualquer atividade artística dirigida ao espaço público.

As artes de rua são consideradas artes livres, de caráter multidisciplinar, pela sua variedade de programa abrangendo diversas áreas artísticas (Borges, s.d.). Tendem a afastar-se dos espaços normalmente estipulados a receber este tipo de movimentos artísticos como os teatros, cinemas, museus, entre outros, para dar oportunidade de expressão aos artistas espalhados na cidade e visibilidade à arte de rua (Imbroisi & Martins, 2021).

Os espaços usados costumam ser habitualmente os locais centrais da cidade, onde se aglomeram um maior número de pessoas, podendo interagir diretamente com o público. Desta forma é possível distinguir o papel da inclusão social como característica importante desta arte, convidando parte do público presente a participar no meio das atuações.

Apesar desta arte ser independente, alguns artistas conseguem ter o privilégio de ver o seu trabalho ser reconhecido através dos meios de comunicação.

Este tipo de arte surgiu por volta da década de 70 e anos 80, nos Estados Unidos da América. No entanto, existem estudos que comprovam a manifestação artística desta forma já existente nos povos antigos, como os gregos ou romanos, que transmitiam as suas mensagens com desenhos, e outros artistas que expressavam a sua arte através da música e da dança nos centros urbanos (Aidar, 2021).

### **3.2. Apoios**

O projeto do festival apresentado à Câmara Municipal das Caldas da Rainha tem, anualmente, como prazo de entrega, finais de março e princípios de abril. Segundo a

equipa de produção, o orçamento estipulado para esta edição, dentro dos mesmos parâmetros e valores das edições passadas, oscila entre os 20 e os 25 mil euros.

O único apoio financeiro ao festival é atribuído pela CMCR, mas de forma a poder evoluir na sua programação e expandir os objetivos do evento é necessário haver mais apoios a este tipo de festivais e, mais concretamente, às artes circenses e de animação de rua.

Em entrevista ao diretor do CCC Carlos Mota (ver anexo 9), o mesmo afirma que a falta de apoios e o orçamento limitado disponível condiciona e impossibilita alguns dos aspetos fundamentais na progressão do festival Caldas Anima, como por exemplo, a contratação de outros artistas com atuações de maior relevo, espetáculos de elevada qualidade artística de indisponível acesso por questões de verba e meios financeiros, assim como na própria comunicação do evento em si, sem grandes apostas em publicidade.

### **3.3. EFFE Label**

A melhor forma de credibilizar os festivais de animação de rua é a atribuição de distinções ou prémios, o mais gratificante dos quais será, para a produção de um festival, receber o selo de qualidade EFFE Label. EFFE – Europe for Festivals, Festivals for Europe trata-se de um projeto da European Festivals Association (EFA), sendo uma rede de criação e difusão artística, com o objetivo de distinguir os diversos festivais artísticos que ocorrem na Europa, com a atribuição posterior de um selo de qualidade (Costa, 2015). Esta etiqueta, segundo o seu sítio web<sup>8</sup>, “é o selo de qualidade da Europa para festivais de artes notáveis, mostrando o seu envolvimento no campo das artes, envolvimento da comunidade e abertura internacional”. Este prémio é atribuído a diversos festivais após serem avaliados, segundo as suas características, por profissionais do meio artístico, dentro dos festivais, e especialistas internacionais do mundo das artes.

Em Portugal, a entidade responsável por este projeto é a Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas (ADDICT)<sup>9</sup>. Fundada em 2008, esta organização sem fins lucrativos tem como missão atuar como agente impulsionador da economia criativa, aumentando a sua influência e contribuindo assim para o futuro da sociedade, valorizando a cultura. Com perspetivas para o futuro, o EFFE conta conseguir

---

<sup>8</sup> <https://www.festivalfinder.eu/effe-label>

<sup>9</sup> <https://www.addict.pt/>

tornar-se numa plataforma, ajudando na descoberta de festivais artísticos europeus, com informações atuais, que possam ser utilizadas para o enriquecimento e da inovação de produções de festivais, apostando na diversidade cultural (Costa, 2015).

O festival Caldas Anima ainda não recebeu este selo, sendo uma das metas a alcançar na nova abordagem proposta para a estratégia de comunicação. Para receber o selo EFFE, os festivais precisam de abranger 7 dos 10 padrões de qualidade, que são, conforme apresenta o site:

- “Apresentar um programa artístico coerente e com curadoria”;
- “Apoiar o desenvolvimento artístico em curso (alguns exemplos são: oferecer residências a artistas, contribuir para novas criações e apoiar a investigação artística)”;
- “Fornecer oportunidades para artistas emergentes ou inovadores criarem ou serem apresentados no seu programa”;
- “Estar enraizado na sua comunidade local, promovendo conexões locais no programa e entre os artistas/performances. O festival envolve artistas locais, bem como o público local nos seus projetos”;
- “Ajudar a aumentar o acesso à cultura e atrair públicos diversos (alguns exemplos incluem diferentes origens socioeconómicas, grupos de idade, géneros e culturas)”;
- “Tomar medidas para ser mais sustentável. Isso pode-se referir ao meio ambiente, economia, modelos de negócios e impactos sociais”;
- “Ajudar a moldar, encorajar e promover experiências interculturais para o seu público e artistas”;
- “Abraçar a inclusão como um princípio e prática fundamentais”;
- “Investir na inovação e capacitação”;
- “Engajar-se com o público, por exemplo, por meio de programas educacionais”.



*Figura 2: Selo de qualidade EFFE Label*

Analisando os padrões de qualidade em relação ao Caldas Anima, pode-se afirmar que a programação do festival é coerente, de acordo com a análise do conjunto das edições. Para além de programador, o diretor do CCC também assume as funções de curador sendo ele o responsável pela seleção dos espetáculos apresentados durante o festival com o auxílio da restante equipa de produção. Os critérios de seleção passam por uma prévia pesquisa e estudo de mercado dos demais festivais análogos internacionais. Adaptados às características, estes espetáculos são avaliados segundo os parâmetros e objetivos do festival Caldas Anima, procurando espetáculos originais e diversificados indo de encontro aos gostos do público. Restantes critérios passam por questões orçamentais (Mota, 2021).

No que diz respeito ao apoio ao desenvolvimento artístico, o CCC realiza residências artísticas e apoia a investigação. Exemplos disso são as residências artísticas expostas no site do CCC, assim como o processo de criação dos próprios artistas.

Dentro do conteúdo do programa do festival, a equipa oferece aos artistas liberdade de criação e a possibilidade de inovação dentro das suas atuações. Contribuindo para a apresentação de novos artistas emergentes, a equipa de produção também mantém isso em conta ao selecionar os espetáculos escolhidos para a participação do festival. Embora haja algumas companhias repetentes, já conhecidas pelo público, outros artistas também têm a oportunidade de mostrar e divulgar o seu trabalho, havendo artistas novos em quase todas as edições. Todos estes fatores também contribuem para o alcance dos padrões 8 e 9, abraçando a inclusão social e investindo na inovação e capacitação.

O festival Caldas Anima encontra-se enraizado na sua comunidade local, sendo também esse um dos objetivos que propõe seguir alcançando. No entanto, relativamente ao 4º padrão de qualidade acima referido, este só é conseguido no que ao público diz

respeito. Em análise, o festival envolve o público local nos espetáculos e promove a sua conexão com os artistas, mas os artistas não são locais, salvo um ou outro independente com naturalidade no distrito de Leiria. A maior parte dos participantes são companhias portuguesas, mas de áreas de residências distantes, ou artistas internacionais.

Outro ponto a favor do festival é também ajudar a aumentar o acesso à cultura e a atrair públicos diversos. Exemplo disso é a diversidade do seu programa direcionado a diferentes tipos de público de várias idades, géneros e gostos culturais.

Sendo um festival de animação de rua, realizado ao ar livre, torna-se vantajoso o facto de não necessitar de pagar aluguer do espaço ou de não ocupar salas que poderão servir outras atividades simultâneas. No entanto, essa característica implica também que o festival não se autossustente, por não ter bilheteira nem lucrar com os espetáculos. Uma solução poderia passar por haver forma de se fazer algum tipo de doação, oferecendo aos espetadores uma opção de escolha. Neste caso, o público decidiria quanto estaria disposto a dar tendo em conta a sua opinião sobre cada atuação. Outra solução seria encontrar mais apoios para além do financiamento da câmara ou associar-se a outros festivais surgindo com novas parcerias. Algo mais concreto seria então, como já mencionado acima, receber financiamento via apoios da DGArtes.

Pode-se afirmar que o festival promove experiências interculturais, uma vez mais, com a diversidade do programa que oferece, integrando vários artistas nacionais e internacionais, assim como pedir a colaboração do público em algumas atuações. Tratando-se de artistas estrangeiros, estes têm por hábito solicitar estadia por uma ou duas noites, o que possibilita a interação com outros artistas que acompanham o decorrer do festival, alimentando o conhecimento mútuo, reencontros, trocas e colaborações.

A agenda cultural do CCC já oferece a possibilidade de realização de oficinas para adultos ou outros workshops destinados aos mais jovens. Dentro do seu programa, o festival Caldas Anima também possibilita essa aprendizagem e engajamento com o público com espetáculos de circo e peças de teatro educativas.

Em suma, o festival Caldas Anima não atinge dois dos padrões de qualidade de forma a ser condecorado com este selo. Um dos padrões não atingindo é o quarto, não enraizando na comunidade local a causa dos artistas. Neste aspeto, em entrevista ao Carlos Mota (ver anexo 9), o mesmo afirma que a falta de artistas locais apenas se baseia na sua qualidade artística. Os espetáculos e restantes artistas participantes são escolhidos, como já referido anteriormente, pela originalidade das atuações indo de encontro aos gostos do público.

O outro padrão não atingido é o sexto, não tomando o festival medidas concretas para se tornar mais sustentável, como já referido anteriormente.

A falta de apoios e recursos dificulta a reforma de mudanças necessárias para atingir todos os padrões de qualidade e, embora seja possível tornar o festival mais sustentável com um novo plano de comunicação, com novas parcerias ou recebendo outro tipo de apoios, abordando outro tipo de estratégia, não modifica o resto.

### **3.4. Objetivos**

Os objetivos aqui descritos dizem respeito à estratégia e ao programa do festival Caldas Anima apresentados nos documentos oficiais do projeto entregues à Câmara Municipal das Caldas da Rainha. Pelas palavras do diretor do CCC Carlos Mota:

“Caldas Anima é um festival de animação que pretende proporcionar um foco identitário de uma cidade cosmopolita e moderna. (...) Vamos proporcionar sorrisos pelas ruas e praças de Caldas da Rainha que estarão povoadas por artistas da região e outros vindos de várias geografias e culturas. Vamos animar os espaços históricos, as praças, as ruas das zonas comerciais, pátios e parque. Contamos também com a presença do público neste festival de alegria que vai montar arraial durante quase 2 meses na cidade”.

Nos documentos aos quais tive acesso, verifica-se que esta estratégia se mantém igual em todas as outras edições. Tendo isso em conta, é interessante notar a coerência de discurso mantido ao longo dos anos, mas também a ausência de reformulação da estratégia conforme o avançar do tempo, com o fim de tentar melhorar o que já foi testado anteriormente.

“Procurar oferecer formas de animação que proporcionem a apropriação dos espaços urbanos pelos cidadãos. Envolver dentro deste conceito instituições e pessoas criativas com projetos e ideias inovadoras com planos concretizáveis dentro do conceito estabelecido.

A dimensão experimental sugerida pelo anterior modelo é fator de replicação nomeadamente no domínio das artes circenses e espetáculos de rua. A orientação deve estabelecer vínculo com as zonas comerciais extensíveis às zonas urbanas históricas.

Criar uma regra de planeamento e visibilidade informativa como estratégia a congregar em termos regionais a oferta e a experimentação como polo de atratividade diferenciadora.

Para apresentarmos uma animação urbana por zonas, devemos congregarmos as instituições/associações existentes de modo a promovermos um modelo transversal de ações que dinamizem o conceito e valorizem a participação. (...)

Cativar será a palavra chave deste programa que pretende qualificar a cidade como anfitriã da cultura e do sorriso, proporcionando uma oferta singular, diferenciadora e que predispõe à sua frequência.”

Resumidamente, os principais objetivos do festival passam por oferecer novas formas de animação aos espetadores, apropriadas ao espaço urbano em questão, tirando o maior proveito do que rodeia a cidade e das ideias criativas dos participantes, pondo-as em prática. Como já mencionado anteriormente, este objetivo cumpre-se no facto de ajustar cada espetáculo ao espaço urbano ocupado. A seleção das atuações torna-se assim tão importante como o sítio escolhido para as apresentar, tendo em conta as condições e as necessidades técnicas requeridas por cada artista ou companhia.

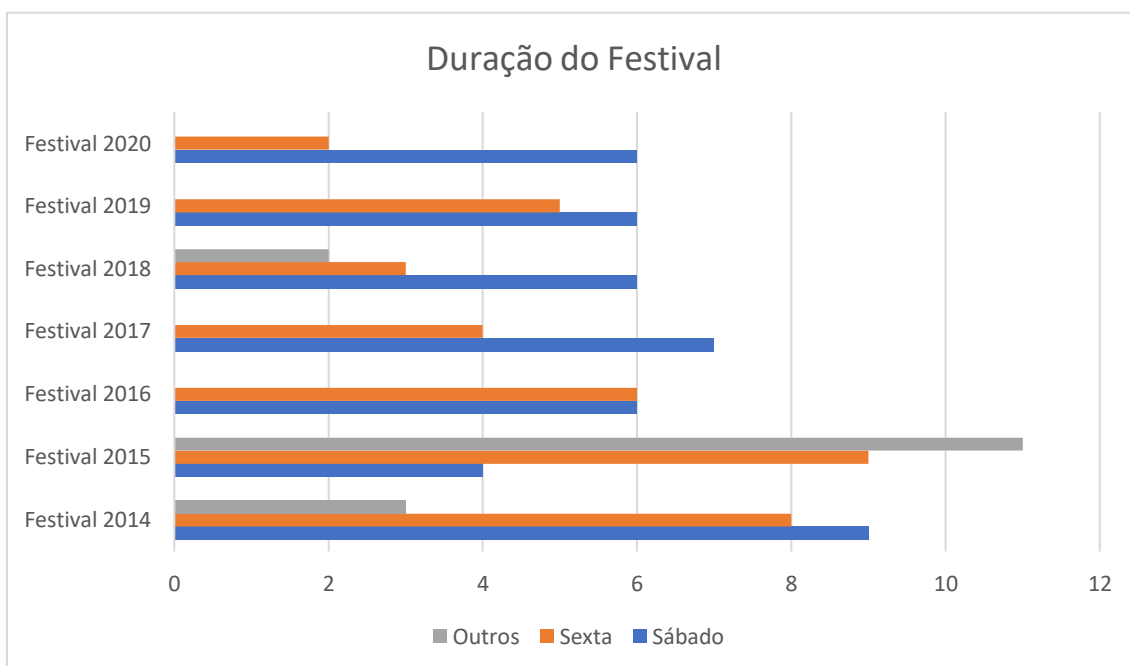
Outro objetivo importante passa por congregarmos a oferta cultural, a experimentação das atividades e, juntando as associações agregadas, promover a ação, dinamizar o conceito e valorizar a participação. A estratégia passa por atrair o público publicitando um evento com um conceito diferenciador. Ou seja, a experiência do próprio evento, poder participar num espetáculo artístico envolvendo-se na representação do mesmo e interagindo com os artistas, já é por si só uma estratégia diferenciadora de outros festivais de maneira a atrair mais público. Dinamizar o conceito de animação urbana, de artes de rua, e valorizar a sua participação e a participação do público, aproximando-o às artes de rua. Tudo isto é visível no festival Caldas Anima, que permite essa liberdade de expressão aos artistas convidados e oferece aos espetadores a possibilidade de participação.

Em suma, cativar o público a assistir, recomendar o espetáculo, e voltar a querer assistir de novo, no ano seguinte, desfrutando da experiência vivida.

### **3.5. Edições**

Desde 2014 até à edição deste ano, o festival Caldas Anima conta com 7 edições. A maioria da programação decorre durante o fim de semana, mas ao longo das várias edições houve outras atividades em funcionamento durante a semana. Em comum a todas as edições, e segundo a sua calendarização, nunca houve eventos a decorrer às segundas-feiras. O seguinte gráfico mostra o número de dias de duração do festival, principalmente ao fim de semana.

Tabela 1: Duração do festival



Analisando a primeira edição de 2014 com a última deste ano, observamos que a edição no ano de 2014 foi a mais longa, com atividades realizadas durante 9 sábados e 8 sextas-feiras. Nessa edição o festival começou dia 4 de julho e terminou a 30 de agosto. Sendo a mais longa foi também a edição com um maior número de apresentações, com mais programação. Foi a única edição onde decorreu um workshop de expressão dramática e uma oficina do palhaço, por haver pouca adesão por parte do público, (Mota, 2021) e a única com eventos a decorrer aos domingos. Em 2020, o festival decorreu apenas durante 1 mês, de 3 de julho a 8 de agosto. Para além de ser a edição mais recente também foi a mais pequena, contando com atuações durante 6 sábados e apenas duas sextas-feiras com programação.

A edição de 2015 teve início a 3 de julho e terminou a 29 de agosto. Segundo se demonstra no gráfico, foi a edição com mais atividades fora do fim de semana, com vários eventos a decorrer às quintas-feiras e a única edição com atuações a decorrer às quartas-feiras.

A edição de 2016 é a edição mais equilibrada em termos de atuações, mantendo o mesmo número de sextas-feiras e sábados com programação. Esta edição começou a 1 de julho e terminou a 27 de agosto.

A partir de 2017 as edições passaram de dois meses de duração para apenas um mês, aproximadamente. A edição de 2017 decorreu de 1 de julho a 12 de agosto, a de 2018 de 6 de julho a 14 de agosto, e a edição de 2019 decorreu de 5 de julho a 10 de agosto.

Em particular, a edição de 2019 evidencia-se pelos artistas convidados. Nesta edição, apenas o artista Diogo Duro forma parte das estatísticas de artistas com mais participação nas várias edições do festival. Todos os outros artistas são desconhecidos pelo público, tendo apenas participado no festival unicamente na edição desse ano. Isto demonstra uma aposta na inovação de artistas, por parte da produção do festival, oferecendo a oportunidade de novos artistas emergentes de apresentarem e dinamizarem o seu trabalho.<sup>10</sup>

### **3.6. Espetáculos**

Como mencionado anteriormente, o festival engloba diversas áreas artísticas nos seus espetáculos, como o teatro, a música, a dança, o circo, a magia, entre outras tipologias de animação e atividade.

No ano de 2014 houve até 5 eventos a decorrer no mesmo dia, na edição de 2015 e 2020 houve um máximo de 3 espetáculos por dia e, de 2016 a 2019, apenas com duas atuações no mesmo dia, embora todos em diferentes horários. A maior parte destes espetáculos, quase que sobrepostos uns aos outros, são atuações musicais. Apesar de não haver nenhum motivo declarado, considero que a diminuição de performances num mesmo dia se deve ao facto de querer reunir um maior número de espetadores no mesmo espaço a assistir a um espetáculo, colaborando no sentido de construir uma experiência coletiva, havendo uma melhor gestão em termos logísticos e reduzindo a possibilidade de escolha, de forma a não dividir o público por vários pontos da cidade.

Num total, ao longo de todas as edições, o festival já realizou mais de 150 espetáculos pela cidade.

As diferentes edições seguem, por norma, o mesmo padrão: as atividades que se realizam da parte da manhã estão destinadas aos mais pequenos, com teatro de marionetas, pinturas faciais, espetáculos de magia, ou outro tipo de atividades lúdicas; as

---

<sup>10</sup> Todas estas evidências se podem comprovar nos documentos anexados com a programação completa de todas as edições.

atuações noturnas, performances ou concertos, são mais direcionadas a um público mais adulto.

A primeira edição de 2014, sendo a mais duradoura, teve o maior número de espetáculos. As atuações que mais se destacaram foi o teatro de marionetas, espetáculos de palhaços e atuações musicais. Na edição de 2015 os espetáculos foram mais dirigidos para as artes circenses. Para além dessas performances habituais, esta edição foi a única a ter noites de cinema incluídas na sua programação, também por falta de adesão por parte do público e pelas incertezas meteorológicas devido a se tratar de um evento ao ar livre (Mota, 2021). Ao todo foram 4 sessões. Em 2016 e 2017 também houve muitas atuações com palhaços e números de circo, assim como todas as demais.

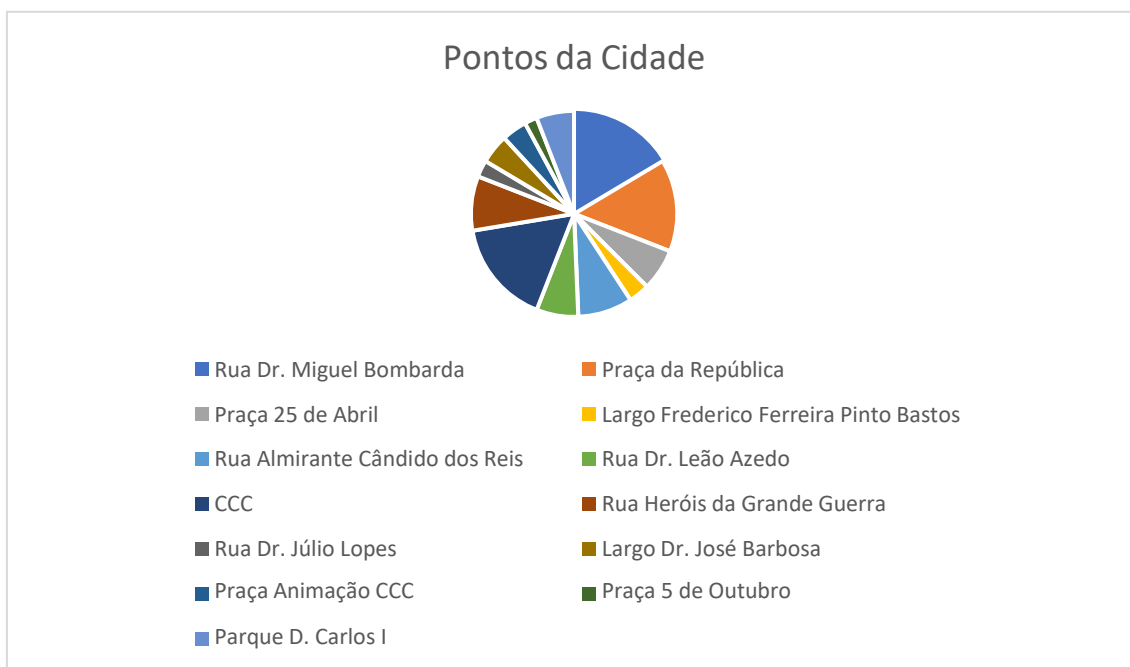
Conforme aqui mostrado, as áreas mais exploradas no festival são o teatro e o circo. Este tipo de espetáculos costumam ser os preferidos dos mais jovens e também os mais procurados pelo público e pela produção do festival na procura de possíveis artistas convidados.

### **3.7. Espaços**

Sendo um festival de animação de rua, o festival Caldas Anima acontece a cada verão por vários pontos da cidade das Caldas da Rainha. A maior afluência de espetáculos dá-se nas ruas, praças ou avenidas com mais movimento, locais estratégicos para a captação de públicos. A equipa de produção escolhe cuidadosamente o local das atuações, aproveitando o entorno do espaço urbano e o comércio local envolvente naquela área, chamando a atenção da população e dos turistas que passam nessas zonas centrais.

O seguinte gráfico mostra a quantidade de espetáculos realizados em cada local utilizado ao longo de todas as edições.

Tabela 2: Pontos da cidade



A Rua Dr. Miguel Bombarda e o palco do CCC foram os locais de maior afluência a acolher performances ao longo dos anos, contando cada um com 25 atuações no total.

- A Praça da República acolheu 22 atuações;
- A Rua Almirante Cândido dos Reis e a Rua Heróis da Grande Guerra contam com 13 espetáculos cada;
- Com 10 performances a Praça 25 de Abril e a Rua Dr. Leão Azedo;
- O ilustre Parque D. Carlos I conta com 9 espetáculos produzidos;
- A seguir o Largo Dr. José Barbosa com 7;
- A Praça da Animação do CCC com 6;
- O Largo Frederico Ferreira Pinto Bastos com 5;
- E a Rua Dr. Júlio Lopes com 4.

O local com menor afluência foi a Praça 5 de Outubro apenas com 3 atuações. Com uma única intervenção assinalam-se a Avenida 1º de Maio e o Posto de Turismo, na Esplanada do Restaurante Afinidades.

### 3.8. Artistas

Pelo festival passaram variados artistas, grupos e companhias de teatro, circo, música, entre outros, vindos de todo o mundo.

Muitos dos seus participantes foram direcionados através da distribuidora Kandengue Arts. Trata-se de uma distribuidora de artes cénicas, música e artes de rua, contando com a sociedade da ADGAE – Asociación de Empresas de Distribución y Gestión de las Artes Escénicas e da AGPXC – Asociación Galega de Profesionais da Xestión Cultural. Representa várias companhias de teatro e espetáculos que participaram em algumas edições do festival Caldas Anima e em diversos outros festivais. Estabelecendo contacto por e-mail com a Kandengue Arts, a diretora María Mariño afirma: “Como distribuidora/agência de representação de artistas elaboramos um catálogo anual de propostas em distribuição exclusiva que damos a conhecer a festivais e teatros. A programação é decidida pelos diretores dos festivais e teatros. Nós assessoramos em ocasiões e tentamos apresentar propostas que se adequam com a temática ou linha de programação do cliente com quem contactamos. Tentamos conhecer bem as características da programação para que o resultado seja ótimo. Esta é a nossa forma de trabalhar, primando sempre a qualidade e a exclusividade”.

À parte, também existiram alguns workshops ao longo dos anos e atuações de várias bandas filarmónicas da região.

Os artistas que se seguem são exemplos de artistas convidados que participaram no festival Caldas Anima e que contribuíram com o maior número de espetáculos no evento. Também são as companhias mais conhecidas pelo público pela sua comparência noutros festivais.

**1. Companhia Marimbondo (Portugal) – 13 espetáculos diferentes ao longo das edições. Participou na edição de 2014, 2015, 2016, 2017 e 2020.**

A companhia Marimbondo, sediada na Lousã, Coimbra, desde 1990, tem sido uma das grandes companhias impulsionadoras do Novo Circo em Portugal, responsável também pelo aparecimento de novos projetos inovadores. Integrados na companhia estão artistas de diferentes nacionalidades. Segundo o site, os seus espetáculos são caracterizados como alternativos e originais, distinguindo a companhia nacionalmente, já contando com a sua presença em diversos eventos espalhados pelo país e participando também em festivais internacionais.

A companhia, para além dos seus workshops, oficinas e masterclasses, também produz os seus próprios festivais, conjugando várias artes como o teatro, a música, o circo e as marionetas para os mais pequenos, nomeadamente o festival “Marionetas ao Centro”,

do qual são inteiramente responsáveis pela criação, e a produção do 8º e 9º Encontro Português de Malabarismo.

No ano de 2006, a companhia foi distinguida com o prémio Luk Vincent Award pela sua 1º classificação no Festival Internacional de Marionetas de Gent (Bélgica) com o espetáculo “Circo Máximo”.

- 2. Companhia S.A. Marionetas** (Portugal) – 8 atuações com o mesmo nome de “Robertos”, mas com peças de teatro diferentes ao longo das edições. Participou na edição de 2014, 2015 e 2017.

Fundada em 1997 em Alcobaça, a companhia S.A. Marionetas Teatro & Bonecos centra-se na criação de teatro de marionetas, cujas peças são produzidas originalmente por autores, construtores ou marionetistas. O objetivo da companhia passa por divulgar e promover o teatro de marionetas, trabalhando na investigação e pesquisa de variadas formas de realização de projetos, preservando a tradição popular portuguesa. Atualmente, a companhia conta com 45 produções originais. Produz ainda oficinas de manipulação e construção, dando formação os vários elementos que compõem a companhia.

Para comemorar os seus primeiros 10 anos enquanto estrutura profissional de teatro de marionetas, a companhia realizou cerca de 200 espetáculos em 25 localidades diferentes no país. Na comemoração dos 20 anos divulgaram os seus trabalhos um pouco por todo o mundo. Desde o seu princípio (1998) a companhia também organiza o Festival Nacional de Teatro de Marionetas “Marionetas na Cidade”, mas só em 2015 o festival foi distinguido com o reconhecimento do selo EFFE Label, como um evento europeu de elevada qualidade artística.

A companhia participa em diversos festivais nacionais, mas também já representou Portugal em muitos países dentro e fora da Europa. Salienta-se a atribuição do prémio de mérito cultural das artes e espetáculo “Troféu Afonso Lopes Vieira”, ganho pela companhia em 2005 entre muitos outros prémios, distinções e outras tantas nomeações. Em 2010, a companhia recebe outro prémio pela continuidade do seu trabalho na preservação do teatro tradicional de marionetas europeu com o seu espetáculo mais conhecido, o teatro “D. Roberto”, e em 2014 volta a ser

distinguida com o prémio de melhor espetáculo tradicional do mundo com o mesmo projeto na Tailândia.<sup>11</sup>

**3. Oli and Mary** (Portugal) – 6 espetáculos diferentes ao longo das edições. Participou na edição de 2015, 2016, 2017 e 2020.

Trata-se de uma dupla de palhaços constituída por Mariana Schou de 36 anos e Rui Ferreira de 42 anos. Todas as suas performances são criadas e representadas pela dupla. Embora seja uma dupla conhecida no meio, estes não possuem um site que divulgue as suas obras e os seus espetáculos, tornando-se, em comparação aos demais, mais difícil encontrar alguma informação sobre eles online.

**4. Companhia Nuvem Voadora** (Portugal) – 4 espetáculos diferentes ao longo das edições. Participou na edição de 2014, 2016 e 2017.

A companhia Nuvem Voadora, situada em Vila do Conde, é uma associação cultural independente que investe os seus projetos no desenvolvimento cultural e social das comunidades onde atua. Os seus projetos são de criação artística, desenvolvendo também formação em variadas áreas como teatro de rua, dança, música, circo, entre outras. De forma a expandir as suas produções, a companhia realiza parcerias com diferentes entidades nacionais e internacionais, assim como outras associações. Um dos seus espetáculos de referência, segundo o seu sítio web, são “Os Irmãos Esferovite”, contando com diversas participações em Portugal e no estrangeiro, apresentando as suas performances em locais previamente definidos como hospitais e campos de refugiados, com o intuito de transmitir a mensagem da importância do respeito pelos direitos humanos.

A produção com maior destaque vai para a Queima do Judas de Vila do Conde, evento artístico multidisciplinar, realizada pela primeira vez em 2005, sendo já uma tradição popular. Outro projeto de relevância produzido pela companhia foi o Encontro Internacional de Palhaços de Vila do Conde com a sua primeira edição em 2014. Ainda

---

<sup>11</sup> O Teatro de Robertos, sendo uma forma de arte popular, tem como influência a *commedia dell'arte italiana*, representando uma tradição antiga das artes cénicas. O protagonista das peças deste teatro tradicional português de marionetas é o herói D. Roberto, dando origem ao nome.

no mesmo ano a companhia já tinha conquistado um prémio em Itália no Milano Clown Festival com o espetáculo “(Com)Sumo de Laranja” dedicado ao público infantil.

**5. Luís Sequeira Palhatiko** (Portugal) – 3 espetáculos diferentes ao longo de duas edições, 2017 e 2018.

Luís Sequeira, natural de Rio Maior, tem 41 anos e é palhaço. A personagem do palhaço Palhatiko nasceu em 2004 e desde então que enverga nessa área trabalhando profissionalmente. Por várias vezes já foi anfitrião do encontro de palhaços e de artes circenses, PalhaçoArte, que decorre todos os anos em Rio Maior. Entrou no mundo do circo aos 20 anos, por mero acaso, através de uma associação sediada na zona de Rio Maior, e daí surgiu o gosto pela arte que o levou a formar-se, mais tarde, em malabarismo e magia na escola do Chapitô, em Lisboa. No ano de 2004 nasce assim Palhatiko, numa junção de palhaço com Tiko, a sua alcunha de infância. No início da sua carreira enquanto palhaço, Luís recorria ao guarda roupa dos seus avós para a construção de imagem do seu boneco. Hoje em dia dispõe de uma costureira profissional que trabalha na cidade com vários artistas.

**6. Thorsten Grütjen** (Alemanha) – 2 espetáculos diferentes na mesma edição de 2015.

Thorsten Grütjen tem 50 anos e é um artista alemão. Em Portugal participou num dos maiores concursos a nível mundial de talentos, o Got Talent Portugal (edição de 2018), apresentando um número de malabarismo sob o nome artístico de Tosta Mista. Ganhou o gosto pelas artes circenses numa festa de passagem de ano juntamente com amigos. Após várias tentativas de candidaturas em escolas de circo na Alemanha, descobriu em Lisboa a escola do Chapitô que o aceitou. Trabalhou durante 10 anos com a produção da escola.

**7. Los Hermano Moreno** (Espanha) – 2 espetáculos diferentes na mesma edição de 2017.

A companhia Los Hermano Moreno Cia. De Circo surge em 2004 com o objetivo de aproximar o público ao mundo das artes circenses, incorporando-o nos espetáculos. A ideia passa por usar o humor como foco central nas suas performances, usando as ruas

como palco. A companhia ainda desenvolve cursos e oficinas de formação lúdico-pedagógicas sem restrição de idades para todos aqueles que queiram aprender técnicas circenses e desenvolver diversas habilidades como coordenação e equilíbrio.

**8. Dudu Arnalot (Espanha) – 2 espetáculos diferentes na mesma edição de 2018.**

Eduard Arnalot, mais conhecido como Dudu (o seu nome artístico), decidiu envergar seriamente na área do circo com a sua formação de palhaço juntamente com outros artistas conhecidos do meio. Trabalha como profissional desde 1995, mas foi só em 2005 que começou a produzir as suas próprias peças e a estrear os seus espetáculos em Espanha e no estrangeiro. No ano de 2010 apresenta outro espetáculo novo com o qual se mantém até 2011, ano em que surge o convite para participar no espetáculo “Alegria” enquanto palhaço do Cirque du Soleil. Permaneceu duas temporadas com o circo, com o qual viajou por toda a Europa. Em 2013 regressa com o seu espetáculo de rua “El Niu”.

**9. Companhia Circobaya (Espanha) – 2 espetáculos diferentes na mesma edição de 2015.**

A companhia Circobaya nasce no ano de 2003 quando os seus fundadores, Charo Amaya e Javier González, se cruzam durante os seus estudos em teatro e circo numa escola em Madrid. Ao longo dos anos, e segundo consta no site, este par artístico tem conquistado o público em geral pelo mundo fora com as criações, baseadas numa fusão de circo, teatro e humor. Charo Amaya tem formação em diferentes técnicas circenses e desde 2003 que trabalha como profissional de teatro e circo, percurso semelhante ao do seu parceiro Javier González “Romero”.

**10. Diogo Duro (Portugal) – 2 espetáculos diferentes ao longo de duas edições, 2018 e 2019.**

Diogo Duro tem 39 anos, é palhaço e formado em artes circenses desde 1994. Começou por ser animador, tendo participado em diversos espetáculos de animação de rua e outros projetos ligados ao circo. Em 2004 começa a trabalhar na companhia profissional Pim Teatro, onde permaneceu durante 10 anos completando a sua formação de animador, passando a desempenhar funções como diretor técnico formando outros artistas. Terminando os seus estudos em 2014 começou a criar os seus próprios projetos

a solo. Desde então que já tem participado em alguns eventos, alguns em parceria, e atuando em diversos festivais.

11. Durante 4 anos consecutivos (2015 – 2018) foi realizado no festival Caldas Anima uma oficina de facepainting com a artista **Elisabeth Rocha** e atuações de magia do artista **Rui Cruz**.

**Elisabeth Rocha** é uma artista plástica portuguesa que demonstra a sua arte através de bodypainting, utilizando várias técnicas de pintura e trabalhando com diferentes métodos e ferramentas como o pincel, a esponja e ainda aerógrafos. Em 2009 formou-se pela WBA Academy em Maquilhagem Artística em diversas categorias como facepainting, bodypainting sponge/brush, bodypainting airbrush, efeitos especiais e bellypainting, especialmente para grávidas. Já coordenou vários desfiles de bodypainter, principalmente em Óbidos, e participou em eventos destacando o Festival Nacional de Bodypainting em 2013, onde obteve o 1º lugar (Gomes, 2015).

**Rui Cruz**, natural de Santarém, é um mágico português profissional em artes cénicas, incorporando o ilusionismo e a comédia nas suas atuações, criando assim números de magia apelativos. Conta com diversas atuações em diferentes festivais e eventos em Portugal e no estrangeiro.

A maioria destas companhias participam neste tipo de festival pela diversidade dos espetáculos que produzem. A versatilidade é o que os une. Numa só atuação, conseguem criar diferentes momentos de diversão na junção de teatro, música e circo. As áreas artísticas mais destacadas são as artes cénicas e circenses, incluindo quase sempre, em todas as performances, o famoso teatro de marionetas. Dentro de cada companhia existem artistas profissionais experientes em distintas áreas, fortalecendo ainda mais o grupo com as suas competências individuais.

Para além de executarem e interpretarem as suas performances, estes artistas também são os criadores das peças que apresentam. A maior parte deles, trabalhando nesta área a tempo inteiro, dedica-se ao máximo no seu trabalho, investindo em cursos e apostando em formações especializadas, com o fim de criar os seus espetáculos e mostrá-los ao público, participando nestes festivais de animação de rua que acabam por ser o único palco de muitos que não têm outras oportunidades onde expor os seus trabalhos. Um exemplo desses artistas são os palhaços que, optando por esta profissão artística a

tempo inteiro, dependem destes festivais e de eventos congéneres para a divulgação do seu trabalho pessoal.

Um dos principais objetivos destes grupos de artistas, para além da divulgação dos trabalhos que produzem, é continuar a fomentar laços entre o público, aproximando-os das artes de rua.

Todas estas informações foram retiradas dos sites oficiais dos artistas ou das companhias de teatro. A qualidade da sua performance é notória através dos prémios recebidos e das distinções conquistadas. O reconhecimento ao seu trabalho advém-lhes do público que assiste, espetadores ou críticos. O compilar desta informação só é possível através dos respetivos sítios web (artistas, companhias, festivais), inexistente no caso do festival Caldas Anima. De forma a aproximar o público às artes a criação de um sítio web é uma evidente vantagem, permitindo disponibilizar melhor acesso à informação sobre o festival e os espetáculos apresentados. Torna-se assim mais fácil chegar ao público cativando com imagens ou vídeos pequenos de excertos do evento. Este tipo de estratégia ganha na criação de uma página, algo que considero ser necessário ao festival em termos de divulgação do evento, e resultando também como arquivo.

### **3.9. Comunicação**

A maior parte da comunicação do evento foi produzida através de publicidade nos jornais, nomeadamente na Gazeta das Caldas, entidade com a qual o CCC estabeleceu parceria, com impressões gráficas, como cartazes afixados pela cidade, mupis em locais estratégicos, previamente planeados de igual forma em todos os anos, e em destaque com uma enorme lona afixada à entrada do CCC com a programação do evento.

Pela internet, o CCC faz publicidade ao evento através dos meios digitais como as suas redes sociais, o site oficial do CCC, o canal do Youtube, e as páginas criadas no Facebook específicas para o festival do Caldas Anima.

Em suma, a comunicação do centro passa por fazer uma constante atualização das redes sociais e do respetivo site, publicitar os eventos utilizando flyers, cartazes e mupis, manter o contacto com a imprensa, divulgar os seus projetos na rádio e distribuir a sua agenda cultural pela região.

Tendo em conta a equipa reduzida a trabalhar no CCC, existindo apenas uma pessoa a desempenhar diversas tarefas em simultâneo, a comunicação acaba muitas vezes

por falhar. Nota-se que a comunicação através da internet é muito fraca, focando-se mais na publicidade impressa. Uma presença mais ativa nas redes sociais e a criação de um site oficial do festival Caldas Anima seriam novas formas de alcançar os objetivos estipulados, contribuindo para uma melhor estratégia de comunicação e para cativar mais público.

No entanto, é interessante notar que apesar de haver falta de recursos e falhas na comunicação do Caldas Anima, o mesmo não acontece noutra tipo de eventos realizados pelo CCC. Exemplo disso é o Caldas Night Jazz, um evento internacional. A comunicação do Caldas Night Jazz é muito diferente daquela utilizada no Caldas Anima, mas que considero dar resultado. Esta é a linha de estratégia comum aos demais festivais que também deviam de seguir e implementar no Caldas Anima. O Caldas Night Jazz contém um site com toda a informação relativa ao evento e inclusive a estratégia de comunicação é diferente, passando por parceiros media que não são incorporados no Caldas Anima. Estas diferenças na utilização de métodos de comunicação do evento devem-se ao facto de se tratarem de públicos-alvo diferentes e, por isso, ser preciso haver outro tipo de publicidade de forma a atingir esse mesmo público. Tratando-se de um festival internacional como o Caldas Night Jazz, o objetivo passa por colocar a cidade das Caldas da Rainha nos mapas dos festivais de jazz, com estratégias distintas do festival Caldas Anima, que apenas tenta captar o público para o espaço urbano durante o verão fugindo das zonas mais turísticas como a praia, por exemplo. Captando outro tipo de público, o impacto será distinto assim como os ecos também são diferentes. Outro grande fator de diferenciação é claro, e uma vez mais, a verba disponível e o orçamento condicionado, assim como a calendarização do próprio evento. O festival Caldas Anima tem um tempo limite de apresentação entre julho e agosto de forma a não coincidir com outro tipo de evento organizado pelo município. Por outro lado, a calendarização do Caldas Night Jazz é decidida pelo CCC nas datas propostas (Mota, 2021).

#### **4. Casos de Estudo (Benchmarking)**

A minha pesquisa foca-se nos festivais exclusivamente de animação de rua por se enquadrarem dentro das áreas exploradas (teatro, circo, música, dança, etc.) no festival em estudo, Caldas Anima, embora também existam diversos festivais de teatro e cinema por muitos ainda desconhecidos em Portugal e no estrangeiro. Festivais de animação de rua abrangem vários tipos de arte como o teatro, a dança, a música, as artes circenses, entre outros, tornando-se assim festivais mais diversificados e completos em termos de espetáculos e programação artística.

Os festivais que escolhi como estudos de caso foram selecionados por apresentarem programas, conteúdos e espetáculos com formato mais idêntico ao Caldas Anima. Para ajudar na minha escolha, recorri ao sítio web do Teatro do Mar<sup>12</sup>, que se caracteriza por ser uma companhia multidisciplinar, com o objetivo de criar espetáculos combinando diversas formas de arte essencialmente, dirigida ao espaço público, ou seja, teatro de rua. Fundada por Julieta Aurora Santos, diretora artística e encenadora da companhia, e por Vladimir Franklin, ator e encenador já falecido, esta estrutura profissional está formada desde 1986, ano da sua fundação. O sítio web contém uma lista de diversos eventos e festivais a nível nacional e internacional, que partilham a mesma vocação de integrar performances no espaço público, realçando várias áreas artísticas com o objetivo de expandir e divulgar o conhecimento deste meio artístico através da animação de rua.

Toda a informação que se segue foi retirada dos respetivos sítios web de cada festival ou de páginas web com informações relativas aos eventos.

Os festivais e eventos nacionais analisados como casos de estudo relevantes são os seguintes:

##### **a) Mostra de Artes de Rua – M.A.R.**

Mostra organizada e produzida pela companhia Teatro do Mar. Formado e desenvolvido a partir do ano de 2016, em celebração do 30º aniversário da companhia de teatro, esta mostra surge com o intuito de promover as artes de rua nas suas mais variadas vertentes artísticas, sensibilizando novos públicos. Outros dos objetivos passa também por envolver a comunidade local, integrando as pessoas do público na execução e

---

<sup>12</sup> <http://teatrodomar.com/web/en/>

participação de todos os projetos da mostra, assim como apoiar novas criações artísticas e ajudar na interação dos espetáculos destinados ao espaço público. Esta mostra surge em 2016, já contando com 4 edições (2016 – 2019), com interesse para investigação tendo em conta a duração análoga ao Caldas Anima (2014 – 2019) e a sua programação abranger, também de forma semelhante, áreas como o teatro, a dança, a música, o circo, a arte urbana, a performance e algumas sessões de cinema ao ar livre.

Na sua primeira edição, a mostra teve lugar em Sines, de 18 a 20 de agosto, tendo sido a última a decorrer nesse mês. Foi também a sua edição mais curta. Introduziu e apresentou o projeto à comunidade, inserindo alguns artistas e companhias, maioritariamente portuguesas, com atuações pelas ruas da cidade. Apesar da sua programação ser realizada em apenas 3 dias de evento, a forma de comunicar o mesmo é bastante semelhante à estratégia de comunicação utilizada no Caldas Anima. Destacam-se os flyers desdobráveis com toda a informação da mostra, com os espetáculos e atuações acompanhados das suas respetivas sinopses e restantes dados técnicos, e contendo um mapa da cidade assinalando os locais das performances. O plano de comunicação ocorreu de igual forma nas edições seguintes.

A segunda edição, também com a duração de 3 dias, decorreu entre os dias 21 e 23 de setembro. Esta edição focou-se essencialmente na promoção de jovens artistas de rua emergentes, dando a conhecer os seus trabalhos ao público. Para além da participação de artistas portugueses, houve espaço também para apresentações de artistas e companhias representantes de outros países da Europa, como França e Inglaterra. Uma das companhias portuguesas a participar nesta edição foi a companhia de teatro Teatro Só, também participante do Caldas Anima.

No ano de 2018, o festival M.A.R. expandiu as suas fronteiras e contou com a participação de outros artistas e companhias vindos da América, para além de outros países da Europa, juntando um total de 100 artistas. A mostra decorreu entre 27 e 29 de setembro. A edição mais recente e última produzida realizou-se entre os dias 19 a 21 de setembro e teve a participação de artistas de Espanha, França, Itália, Inglaterra, USA e Grécia, fora as companhias representantes de Portugal. Os temas salientes desta edição foram: as fronteiras, o fogo, a mulher, as relações humanas, a poluição, a memória e a celebração das ruas como espaços e locais de festa. O festival M.A.R. dedicou esta edição como homenagem a Dolores de Matos, diretora artística do **F.I.A.R. – Festival Internacional de Artes de Rua** (Palmela), falecida em 2019.

## **b) E.S.T.A.R – Encontros de Teatro e Animação de Rua**

Este festival, iniciado em 2014, conta com 6 edições (2014 – 2019) realizadas em Odeceixe, Algarve. O objetivo do festival é a realização e promoção de encontros de teatro e animações de rua, atraindo mais turistas para a vila de Aljezur com espetáculos cômicos como forma de entretenimento. As atuações são organizadas consoante os horários, rotinas e deslocações do público, assim como os espaços visitados pelos turistas. Sendo assim, a vertente cômica é conseguida através da improvisação, conjugando várias áreas artísticas num espetáculo inesperado. Para além da sua programação, o festival E.S.T.A.R produz ainda alguns workshops e realiza produções específicas envolvendo a formação e criação.

Este festival também tem a duração de 3 dias, sendo que a primeira edição ocorreu de 21 a 23 e agosto, havendo ainda alguns programas realizados fora da vila nos dias seguintes. A forma de comunicar o evento é muito idêntica ao até agora mencionado, com um programa retendo a informação dos artistas e companhias com os seus respetivos espetáculos e a sinalização dos pontos da cidade onde serão realizados. Esta edição contou com a participação de duas companhias portuguesas já bem conhecidas no festival Caldas Anima (e já mencionadas neste documento), a companhia S.A. Marionetas e a companhia Marimbondo.

Sobre as restantes edições:

- A segunda edição, no ano de 2015, decorreu entre os dias 20 e 22 de agosto, também contando com a participação da companhia S.A. Marionetas;
- A terceira edição decorreu entre os dias 18 e 20 de agosto, também na vila de Odeceixe;
- A quarta edição realizou-se entre os dias 17 e 19 de agosto;
- A edição de 2018 ocorreu entre os dias 23 e 25 de agosto;
- A edição mais recente, de 2019, teve lugar entre os dias 22 e 24 de agosto.

E.S.T.A.R. é um festival produzido pela companhia de teatro de marionetas Mãozorra, fundada em 2012. Esta companhia tem como objetivo promover e produzir diversas atividades teatrais mais ligadas às áreas da criação, formação, programação e preservação, centrando-se no teatro, nas animações de rua e nas marionetas. A companhia Mãozorra também produz desde 2016 o festival **MÓ – Festival de Marionetas de**

**Oeiras**, tendo um forte potencial na investigação como um possível caso de estudo. Conta com as mesmas edições do festival M.A.R. (2016 – 2019), com semelhante programação realizada nos primeiros dias de junho consecutivamente ao longo dos anos, com a mesma forma de comunicação e melhorando a qualidade dos seus espetáculos a cada edição que passa.

#### c) **OITO24**

Outro ponto de interesse a surgir na pesquisa foi a cidade de Espinho, revelando-se um lugar que abarca diversos tipos de festas e festivais de música, marionetas e cinema de animação com bastante reconhecimento internacional, sendo o mais relevante o festival OITO24.

Este festival de rua ocorre todos os anos desde 2014 entre os dias 8 e 18 de agosto, aproveitando a procura dos turistas e visitantes nesse período, dinamizando culturalmente a cidade com uma programação a nível nacional e internacional. Destacam-se as áreas do teatro, da música e do cinema. Parte dos grupos convidados integrantes do festival são companhias representadas pela distribuidora Kandengue Arts, maioritariamente vindos da Europa e da América do Sul. Na sua última edição de 2019, contou com a participação de artistas na área da música como Raquel Tavares, Marisa e Valete.

Para além das semelhanças aos festivais anteriores destacados, OITO24 chama a atenção pela distinção com o selo de qualidade do EFFE Label – Europe for Festivals, Festivals for Europe.

#### d) **Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua**

Imaginarius é considerado um dos maiores eventos de artes de rua produzido em Portugal, e é celebrado em Santa Maria da Feira entre 2 a 3 dias do mês de maio. Este festival, realizado anualmente desde 2001, contando com 19 edições até 2019, aposta nas criações originais, no seu desenvolvimento, e, principalmente, nas produções internacionais. Os seus espetáculos são desenvolvidos dentro das áreas do teatro e do circo, com um grande número de artistas europeus de companhias também representadas pela distribuidora Kandengue Arts.

Segundo o sítio web, o festival “integra atualmente a rota europeia das Artes de Rua, seja pela sua presença na Circostrada Network, seja por um conjunto de parcerias com outros festivais e projetos de criação, que contribuem para a afirmação de Santa

Maria da Feira como capital portuguesa das Artes de Rua”. Também distinguido com o selo EFFE.

**e) Cenas na Rua – Festival Internacional de Teatro e Artes de Rua**

Este festival decorre sempre nos primeiros 15 dias do mês de julho pelas ruas da cidade de Tavira desde 2005. Diversificando os seus espetáculos pelas áreas do teatro, da música, da dança e do circo, conta com a participação da companhia Teatro Só, também participante na programação do festival Caldas Anima, e de algumas outras companhias representadas da distribuidora Kandengue Arts.

Analisando este evento a nível da comunicação, este festival é o único dentro dos casos de estudo nacionais elegidos como estudo de caso que não dispõe de um sítio web com informações relativas ao mesmo, sendo este um fator de diferenciação.

**f) FIG – Festival Internacional de Gigantes**

Também de relevância mencionar este festival que decorre nas ruas da vila de Pinhal Novo durante 3 dias na primeira semana do mês de julho. O Festival surge em 1995 e conta já com 10 edições. Trata-se de um evento bienal mais ligado às artes cénicas com apresentações de teatro, música e dança, juntando artistas de 3 continentes diferentes. Dentro das companhias já conhecidas acima mencionadas participa neste festival a companhia Teatro do Mar.

Este festival foi distinguido com o selo de qualidade do EFFE Label – Europe for Festivals, Festivals for Europe.

Tanto o FIG como o anterior festival Cenas na Rua destacam-se pelo seu nível de expressão artística e pela utilização mais vincada do espaço público (Costa, 2015).

**g) Sementes – Mostra Internacional de Artes para o Pequeno Público**

Festival organizado desde 1994 pela companhia Teatro Extremo, com sede em Almada, que realizou a sua 24ª mostra em 2019, tendo o teatro como principal área de destaque e o dia da criança como ênfase na sua programação e atividades. Para além do teatro, esta mostra, que decorre entre finais do mês de maio e princípios do mês de junho, aborda outras áreas também de igual interesse para o público infantil como a dança, a música e o circo. Os artistas participantes proveem de continentes como a Europa, a América (norte e sul) e a Ásia. Contrariamente aos restantes festivais nacionais, este

evento não é gratuito. Este evento também foi distinguido com o selo de qualidade do EFFE Label – Europe for Festivals, Festivals for Europe.

Existem outros tantos festivais de teatro e animação de rua espalhados pelo mundo fora, principalmente festivais de marionetas. No entanto, o estudo passa essencialmente pelos festivais mais diversificados nas áreas artísticas, de modo a conseguir uma melhor análise de comparação ao festival Caldas Anima. A oferta cultural no estrangeiro é demasiado grande para escolher um ou dois eventos de menção relevante. A maioria desses festivais decorrem na Alemanha e na Polónia, mas existem variados eventos pertencentes ao mesmo género artístico por todo o mundo como Espanha, França, Itália, Inglaterra, Brasil e Roménia, entre muitos outros.

Analisando os eventos artísticos no estrangeiro vale a pena mencionar:

**h) Festival Internacional Teatro a Corte (Itália)**

Este festival, produzido em Turim pela primeira vez no ano de 2007, aborda as artes cénicas como teatro, circo, música e dança, assim como as artes visuais, com apresentações de artistas representantes de vários países europeus. Conta com 10 edições organizado até 2017 pela Fundação TPE – Teatro Piemonte Europa.

**i) KALEKA – Festival Internacional de Artes de Calle de Lekeitio (Espanha)**

Iniciado em 1989, completou a sua 30ª edição em 2019. Trata-se de um festival que decorre durante 4 dias no mês de julho com a participação de artistas europeus, focando-se principalmente em apresentações teatrais. Algumas destas participações pertencem a companhias representadas pela já mencionada distribuidora Kandengue Arts.

Esta informação foi recolhida do sítio web do festival, onde também constam todas as informações relativas às outras edições.

**j) Tête-à-Tête – Internationale Straßentheaterfestival (Alemanha)**

Considerado um dos maiores festivais internacionais de teatro de rua na Alemanha, ocorre bienalmente no mês de junho durante uma semana na cidade de Rastatt. Conta com 13 edições até ao ano de 2019 reunindo vários artistas de diferentes nacionalidades. Este festival não tem informação online num site próprio.

**k) Miedzynarodowy Festiwal Teatrow Ulicznych ULICA (Polónia)**

Nome original do festival internacional de teatro de rua em Cracóvia, uma das maiores e mais antigas cidades da Polónia. O festival é organizado por Jerzy Zon, criador e diretor do festival, e decorre todos os anos nos primeiros dias do mês de julho pelas ruas do centro da cidade desde 1988. Nas últimas 3 edições o festival foi produzido sob um tema diferente atribuído a cada edição. Este evento também não dispõe de um site online com a informação correspondente.

**l) FETA – Festival Internacional de Teatro ao Ar Livre e de Rua (Polónia)**

Este festival é realizado durante 4 dias no mês de julho. Iniciado em 1997 na cidade de Gdańsk, conta já com 23 edições. Aborda as áreas do teatro, da música e do circo com artistas europeus e russos. Este festival não tem informação online num site próprio.

**m) ANIMART – Internacional Festival of Animation Art (Polónia)**

Este festival foca-se em animações artísticas, cinematográficas e teatrais, mais dedicadas à arte de marionetas/fantoches, com apresentações de artistas interdisciplinares. Está organizado por 3 entidades, nomeadamente a Escola de Cinema de Lodz, ARLEKIN Puppet Theatre e pela Agência Momakin. A primeira edição do festival decorreu em 2015 nos finais de mês de setembro e manteve essas datas de apresentação até hoje. Na edição de 2016, o espaço do festival ANIMART recebeu o World Puppet Carnival, o maior festival de bonecos do mundo, onde a companhia portuguesa S.A. Marionetas ganhou o prémio Best Animation com uma das suas performances criativa.<sup>13</sup>

**n) Festival Internacional de Teatro de Sibiu (Roménia)**

---

<sup>13</sup> Apesar do trabalho de investigação destes casos de estudo se focarem principalmente em artes de animação de rua e não só em áreas específicas reduzindo o campo de análise em comparação ao festival Caldas Anima, acho imprescindível mencionar este festival que direciona a sua atenção para a arte de manipulação de bonecos (marionetas/fantoches) reconhecendo essa área como uma das mais importantes e fulcrais em festivais de animação de rua não fazendo justiça a todo o trabalho árduo dos mais variados artistas que fazem desta a sua profissão no mundo das artes oferecendo os seus conhecimentos, cativando todo o tipo de público nos seus mais variados géneros e feitos com esta arte tradicional antiga que são as marionetas.

O festival teve início no ano de 1993 e é liderado por Constantin Chiriac, conhecido ator do Teatro Nacional “Radu Stanca” na cidade de Sibiu.<sup>14</sup> Apresenta uma combinação das diversas áreas do teatro, da dança, da música e da performance, para além do cinema e das artes circenses. Realizado anualmente no mês de junho durante 10 dias, a cada edição corresponde uma categoria ou tema base na qual a programação artística dos seus espetáculos é orientada. Alguns dos temas já explorados são a violência, a tolerância, a criatividade, a comunidade, a energia, a paixão, o diálogo, etc. A grande diferença para com os demais festivais internacionais é que este não é gratuito.

Em análise à tabela anexada a este documento podemos observar todos os casos de estudo relacionados ao festival Caldas Anima, assim como os seus respetivos fatores de diferenciação.

O festival Caldas Anima teve o seu início no ano de 2013, sendo um dos últimos festivais a surgir em comparação aos outros em análise. O evento mais antigo a ter sido fundado foi o festival ULICA na Polónia, em 1988, e o mais recente o festival M.A.R. em Portugal, inaugurado em 2016. O festival ULICA, estando em vigor já há muitos anos, é certamente o evento com mais edições, 32 concretamente. No entanto, apesar do festival M.A.R. ser mais recente, não se trata do evento com menos edições. O festival ANIMART, criado em 2015 também na Polónia, conta com apenas 3 edições, dado o evento não se ter realizado todos os anos. Apesar de ser um dos festivais mais recentes, o Caldas Anima é o evento de maior duração, com 2 meses de espetáculos, ocorrendo anualmente durante o mês de julho e agosto, meses preferenciais para a concretização dos festivais, sendo que os mais pequenos, com apenas 3 dias de animações, são o festival M.A.R., E.S.T.A.R., Imaginarius e FIG, todos eles de origem nacional.

Em relação às áreas artísticas exploradas nos festivais de animação de rua destacam-se o teatro, a música, a dança e o circo (artes circenses). As companhias que dispõem de artistas profissionais com capacidade de atuar em quase todas essas áreas são a companhia Teatro Só, a companhia S.A. Marionetas e a companhia Marimondo, participantes do festival Caldas Anima, M.A.R., E.S.T.A.R., Cenas na Rua e ANIMART. A distribuidora de artes de espetáculos Kandengue Arts também esteve presente nos festivais OITO24, Imaginarius, Cenas na Rua e KALEKA. Grande parte dos artistas

---

<sup>14</sup> Sibiu é um dos destinos turísticos mais populares da cidade da Roménia, tendo sido nomeada como a Capital Europeia da Cultura em 2017 (“Sibiu”, 2020).

convidados que participaram no festival Caldas Anima são da Europa, mas existem outros artistas, principalmente oriundos dos Estados Unidos da América e da Ásia, que se destacam pela sua participação nos restantes festivais.

Juntamente com o festival Caldas Anima, o festival Cenas na Rua, ULICA e FETA são os únicos eventos que não dispõem de um site online com a informação correspondente aos mesmos. O festival Sementes e o Festival de Sibiu são os únicos dois eventos que não são gratuitos, em comparação aos demais. Os festivais OITO24, FIG e Sementes são os únicos que já foram reconhecidos pela sua distinção com o selo de qualidade do prémio EFFE Label – Europe for Festivals, Festivals for Europe.

Conforme mencionado acima, e resumindo os critérios de análise, o festival Caldas Anima é um dos mais recentes festivais sendo, contudo, o evento de maior duração com 2 meses de programação, um dos maiores fatores distintivos do mesmo relativamente aos outros festivais. Os artistas participantes são nacionais e internacionais, com companhias portuguesas e grupos estrangeiros, vindos de vários continentes, o que demonstra a sua versatilidade das áreas artísticas exploradas nas atuações, revelando também diversidade cultural. Para além da oferta dos seus programas e atividades, por ser um evento gratuito realizado num espaço aberto ao ar livre em vários pontos da cidade, o festival procura cativar espectadores, aproximando o público ao mundo artístico.

Os avanços da tecnologia e a utilização dos meios digitais têm cada vez mais afetado a gestão cultural. De uma forma positiva, por ser possível uma aproximação mais fácil e rápida através do acesso à internet sem sair de casa; e de uma forma negativa, justamente pela quantidade de meios disponíveis online que tornam as experiências cómodas ao ponto de não se sentir necessidade de sair de casa. De uma maneira ou de outra, sejam produtores ou agentes culturais, todos se tentam adaptar às situações que vão surgindo dentro do meio e tirar partido de qualquer mudança que seja uma oportunidade ou uma mais valia para o seu negócio. Tendo em conta que este meio está cada vez mais presente nas redes sociais, utilizando-as nomeadamente para publicitar os seus eventos, demonstra-se o quão de facto é vantajosa a criação de uma página ou sítio web sobre um certo e determinado tipo de evento, como é o exemplo do Caldas Anima. Como se concluiu anteriormente, a falta de um sítio web é uma lacuna do festival. A grande maioria de todos estes eventos e festivais de rua dispõem de uma página online com toda a informação relativa e correspondente a cada festival, contendo a sua história, missão, objetivos, edições passadas, distinções, etc. A concretização de um site sobre o festival

Caldas Anima é algo que proponho enquanto trabalho neste relatório de investigação, de forma a comunicar melhor a sua programação e servir de base constitutiva de um arquivo histórico, dando a conhecer ao público do que se trata o festival, como foi e como é, divulgando o seu trabalho e o trabalho dos artistas numa plataforma de fácil acesso, de interesse público, cativando mais espectadores para futuras edições. Uma mudança na estratégia de comunicação, implicando a criação de um site e modificando algumas outras estratégias comunicativas, com publicidade ao evento noutras locais que não os habituais, apostando em novos públicos, seria vantajosa para o festival, contribuindo para uma eventual distinção com o selo de qualidade EFFE Label, um dos objetivos do qual dependeria a sua expansão.

## 5. Estratégia de Comunicação

### 5.1. Públicos da Cultura

Em 2003 o Observatório de Atividades Culturais (OAC)<sup>15</sup> organizou o encontro “Públicos da Cultura” no Instituto de Ciências Sociais (ICS) da Universidade de Lisboa com cerca de 20 académicos na tentativa de definir o público da cultura. Como resultado do encontro houve várias designações levantadas como públicos “circunstanciais”, “displicentes”, “cultivados”, “relativos”, “habituais”, “irregulares” e “retraídos”. No entanto, segundo o professor do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), José Manuel Paquete de Oliveira, “o público não existe; cria-se” (Oliveira cit Figueiredo, 2003).

De forma a dinamizar a cultura, alguns dos públicos já existentes foram criados por instituições culturais, no entanto, a maioria desses públicos são apenas circunstanciais, estando por isso associados a um espaço físico. (Figueiredo, 2003).

Rui Telmo Gomes, investigador do OAC, diz existir um certo tipo de público que, embora cativado pelo evento em si, não demonstra sequeamente interesse em frequentar atividades culturais de forma regular, apesar da sua situação económica flexível. Define-o assim como displicente. O investigador prossegue por explicar o tipo de pessoas que fazem parte do público cultivado, chamando-lhes de “breves consumidores culturais”, aqueles que frequentam com mais regularidade as diferentes atividades culturais, sendo os primeiros a consumi-la. Considera ainda os públicos relativos, aqueles com menos recursos, e por isso, com “práticas culturais frágeis” (Gomes cit Figueiredo, 2003).

João Miguel Teixeira Lopes, professor da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, defende ainda a existência de mais 3 tipos de públicos: habituais, irregulares e retraídos. Segundo o investigador, o público habitual é um grupo minoritário com um nível de escolaridade alto e gostos heterogéneos, como por exemplo os artistas. O público irregular é caracterizado por não frequentar regularmente as diversas atividades culturais,

---

<sup>15</sup> O Observatório de Atividades Culturais (OAC) é uma associação sem fins lucrativos existente desde setembro de 1996. Para além do Estado ser o seu principal fundador, através do Ministério da Cultura, também estão associados o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e o Instituto Nacional de Estatística. Segundo o site do Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais (GEPAC), “este observatório ocupa-se da produção e difusão de conhecimentos que possibilitem dar conta, de uma forma sistemática e regular, das transformações no domínio das atividades culturais, com destaque para estudos de públicos, eventos culturais e respetivos impactos, políticas culturais, agentes (artistas, utentes de equipamentos culturais, etc.) e estudos de levantamento de instituições culturais (bibliotecas, museus, etc.).”

tendo uma relação mais espontânea com o mundo das artes. No que toca ao grupo do público retraído, João Lopes afirma que este tipo de público está “sob influência mediática, com uma receção distraída e incompetente dos eventos culturais” (Lopes cit Figueiredo, 2003).

Todos estes tipos de público são grupos diferenciados dentro da sociedade e a sua relação com o mundo das artes também varia conforme o local onde experienciam diferentes eventos culturais. Conforme adianta o artigo do *Jornal O Público* (Figueiredo, 2003), são considerados públicos fidelizados aqueles que frequentam regularmente diversas atividades culturais, o mesmo tipo de eventos ou os mesmos espaços culturais, e a sua difusão, isto é, a criação de novos públicos, realiza-se através dos seus conhecidos, familiares e amigos. “Além disso, sempre que surgem "novos media", surgem "novos públicos" (novos media dinamizam uma nova cultura - a "cultura mediática") cujo melhor exemplo são os "media eletrónicos", nomeadamente a internet. (...) Mas a mediatização da cultura veio também facilitar a inteligibilidade da arte e aumentar os potenciais públicos da cultura” (Figueiredo, 2003). Acerca disto, Paquete de Oliveira afirma que "a internet é uma nova forma de cultura introduzida na vida 'off-line'". Definir o público torna-se cada vez mais difícil com a democratização da arte e por ser também difícil definir o conceito da própria cultura. Segundo Paquete de Oliveira o conceito de público é “dos mais difusos pela diversidade dos seus usos e descrições” (Oliveira cit Figueiredo, 2003).

## **5.2. Públicos-alvo**

- Sexo: masculino e feminino
- Idade: a partir dos 6 anos
- Famílias com crianças
- Jovens até aos 12/13 anos
- Estudantes de artes e amantes de artes de rua
- Turistas
- Público nacional e internacional

Segundo a análise acima realizada, resultado do encontro organizado pelo OAC, pode-se classificar o público do festival Caldas Anima como sendo um público circunstancial e habitual. Esta classificação provém do facto de se tratar de um evento de rua; ou seja, trata-se de um público circunstancial por estar associado a um espaço físico em específico, dependendo do sítio onde decorre a atuação, formando-se assim novos públicos por circunstância, dinamizando a atividade cultural, e um público habitual, um grupo de pessoas conscientes das práticas culturais com algum nível de escolaridade ou familiarizado com o mundo artístico.

No entanto, também é possível afirmar que este tipo de evento é produzido para agradar qualquer tipo de público, sendo que se trata de um evento onde a maior parte dos espetáculos são realizados na rua, ao ar livre, e cada pessoa é livre de permanecer para assistir ou simplesmente parar para fruir apenas parcialmente. A melhor forma de atrair o público, sendo um evento de fácil acesso, disponível a todos, é a qualidade artística dos espetáculos e a sua diversidade. Sendo assim, a seleção dos artistas convidados é considerada um processo de ponderação importante. São estas escolhas que seguramente agradaram ao público chamado de habitual. A ideia passa por cativar as pessoas com as artes de rua, de forma a que sintam que fazem parte do espetáculo, com o objetivo de as aproximar mais deste tipo de arte e a querer conhecer mais sobre este meio artístico, fazendo-lhes chegar toda a informação que precisam, transformando este público num potencial.

Assim sendo, e seguindo o estudo, por se tratar de um festival direcionado a vários tipos de público, torna-se difícil comunicar o evento de forma unânime. Torna-se necessário traçar, por isso, um plano de comunicação diferente para cada tipo de público, como por exemplo às pessoas com e sem acesso à internet.

Este público, por sua vez, dividir-se-á em duas categorias: a primeira será referente a pessoas que utilizem redes sociais no seu dia-a-dia, relacionadas com o público habitual; e a segunda será referente a pessoas que não utilizem redes sociais, como pode ser o caso do público circunstancial, mas que estão conscientes dos acontecimentos da sociedade através de outros meios de comunicação.

Para alcançar o público da primeira categoria acima explicitada, pretende-se apostar na divulgação do evento através dos meios digitais, tais como as redes sociais e a criação de um site. Com a equipa reduzida e a falta de meios financeiros para divulgar o evento no estrangeiro, esta também se torna uma via favorável à chegada de informação do público internacional que se pretende alcançar.

Para alcançar o público da segunda (e restante) categoria, o ideal será apostar na existência de outros meios de comunicação, como a comunicação e respectiva publicidade do evento em suporte de papel e através da rádio local.

A ideia é chegar a todos, seja através das redes sociais em divulgação ou imprensa escrita em comunicação. Sendo assim, o objetivo passa por dar a conhecer o evento através dos meios de comunicação e conquistar o público a aderir ao evento proporcionando-lhe livre acesso a todos esses meios.

### **5.3. Media Mix**

As formas de divulgação e comunicação do evento serão realizadas através de um site (página web sugerida a criar) com toda a informação relativa ao festival, onde as pessoas poderão ter acesso a toda a programação assim como a novidades e, posteriormente, a fotos e vídeos do evento. No site ainda será possível encontrar o historial do festival com as programações e informação das edições anteriores. De uma forma mais detalhada, será possível consultar facilmente qualquer tipo de informação relativa ao festival.

Parte da divulgação do evento também será feita através das redes sociais, maioritariamente no Facebook e Instagram. Apesar do festival já conter uma página no Facebook, é necessária a sua reestruturação e contínua manutenção.

Outra parte importante de comunicação e respetiva divulgação do evento será realizada em suporte papel, pela imprensa escrita, através de um assessor de imprensa que comunicará todas as informações pertinentes sobre o festival aos parceiros media (à falta de recursos para a contratação de um assessor de imprensa este trabalho pode ser feito por qualquer membro da equipa dentro do departamento de comunicação). Com esta informação, será possível chegar a um determinado público que não usa ou não tem por hábito frequentar os meios digitais e usufruir da informação fornecida nas redes sociais. Para tal, pode contar-se com a parceria de diversos jornais como o Jornal das Caldas, a Gazeta das Caldas e o Região de Leiria, para assim alargar a comunicação e chegar a um maior número de leitores. Também se propõe a parceria com algumas rádios como a Rádio Mais Oeste, a Rádio Benedita, a Rádio de Leiria e outras rádios da cidade das Caldas da Rainha, onde decorre o evento.

## 5.4. Briefing Design Gráfico

Designer Gráfico – A definir

Web Designer – A definir

Tanto o designer gráfico como o web designer têm como função definir e criar, juntamente com a restante equipa de produção, a imagem do evento. Neste caso, como se trata de um evento com algumas edições e já conhecido pelo público da região das Caldas da Rainha, este já tem uma imagem associada. Posto isto, basta aproveitar e seguir o trabalho que tem sido realizado na comunicação do evento através da consolidação da sua imagem. Por exemplo, criar o site com a cor azul e vermelha, as cores base da imagem do festival.

Informação a reter nos produtos de produção gráfica: datas das atuações, locais e os respetivos horários, à semelhança de como foi feita a comunicação nos anos anteriores, incluindo toda a informação e programação do evento em flyers e desdobráveis.

Todos os produtos de produção gráfica têm que estar prontos a ser produzidos em junho de cada ano (contando com a continuação do festival por mais edições e tendo em conta a programação de 2019 começando o evento no mês de julho).

**Publicidade para imprensa escrita** – Artigos publicitários do festival a partir da última semana do mês de junho até ao último dia do evento.

**Cartazes A2** – Espalhados pela cidade a partir da última semana do mês de junho. Quantidades: aproximadamente 100 cartazes.

**Brochuras A4 dobráveis** – Espalhados pela cidade a partir da última semana do mês de junho. Quantidades: aproximadamente 500 brochuras.

**Flyers** – Espalhados pela cidade a partir da última semana do mês de junho. Quantidades: aproximadamente 500 flyers.

**MUPIS** – Distribuídos pela cidade das Caldas da Rainha e de Leiria a partir da última semana do mês de junho. Quantidades: aproximadamente 50 mupis.

**Lona** – Montada à entrada do CCC na última semana do mês de junho. Quantidades: 1 lona.

**Website** – Lançado publicamente pela primeira vez no início do mês de junho e atualizado com cada nova informação que vai aparecendo relativa ao festival.

## 5.5. Plano de Meios

O plano de comunicação passa pela imprensa escrita e por via de meios digitais, com a criação de um sítio web, divulgação de informação nas redes sociais e afins. Os materiais que vão ser utilizados serão cartazes afixados em locais estratégicos como paragens de autocarros, cafés, supermercados, escolas, posto de turismo, etc., flyers e brochuras espalhados pela cidade das Caldas da Rainha e distribuídos pelas escolas, e mupis distribuídos pela cidade das Caldas da Rainha e Leiria.

Os locais mais estratégicos para captar o potencial público mais jovem serão as escolas, assim como outro tipo de locais mais comerciais (centros comerciais, etc.) utilizados com mais frequência por esse público-alvo. Os restantes locais estratégicos de distribuição de publicidade (cafés, supermercados, etc.) estão pensados para atingir o público-alvo mais adulto. Estes locais estratégicos estão pensados em conformidade ao público aderente na última edição e deveriam ser pensados ano após ano, após análise ao público presente na edição anterior, fazendo um levantamento de estudo a cada ano, verificando aspetos que se podem alterar estrategicamente, seja em termos publicitários ou até mesmo programa, para melhorar o festival futuramente. A constante comunicação nos mesmos locais todos os anos não é favorável nem chega a um maior número de pessoas. Exemplo disso são as escolas. A comunicação atual do festival passa por distribuir panfletos pelas escolas primárias e secundárias de forma a atingir o público mais jovem, no entanto, grande parte da publicidade ao evento não passa pelas faculdades, nomeadamente a ESAD, quando talvez os mais interessados num festival de artes fossem os próprios estudantes de artes. Isto acontece pela intenção contínua da equipa do CCC em querer fidelizar os seus públicos e não investir em procurar novos.

**Redes Sociais** (Facebook, Instagram) – Primeira divulgação de publicidade ao evento na primeira semana de junho, aproximadamente, e contínuas publicações até ao evento, com mais atualizações durante o festival.

**Website** – Lançado publicamente na primeira semana de junho e atualizado com mais detalhes sempre caso seja necessário.

**Assessoria de Imprensa Nacional** – Divulgação de informação a partir da última semana do mês de junho. Jornais Nacionais: Gazeta das Caldas, Jornal das Caldas e Região de Leiria.

**Rádios** – Divulgação de publicidade a partir da última semana do mês de junho.

**Publicidade em cartazes e afins** - Espalhados pela cidade na última semana do mês de junho.

<b>Meio</b>	<b>Suporte</b>	<b>Período</b>	<b>Quantidade</b>
<b>Imprensa Nacional</b>	Gazeta das Caldas Jornal das Caldas Região de Leiria	A partir da última semana de junho até ao último dia do evento	15 anúncios publicitários
<b>Rádio</b>	Rádio Mais Oeste Rádio de Leiria Rádio Benedita, etc	A partir da última semana de junho até ao último dia do evento	10 SPOTS
<b>Internet</b>	Redes Sociais Web site	A partir do mês de junho	Inúmeras publicações recorrentes
<b>Produção Gráfica</b>	Cartazes A2 Brochuras Flyers Mupis Lona	Junho	100 cartazes A2 500 brochuras 500 flyers 50 mupis 1 lona

*Tabela 3: Tabela de comunicação*

## 5.6. Análise SWOT



Figura 3: Análise SWOT

## 5.7. Patrocínios e Parcerias

**Parceiros institucionais:** Câmara Municipal das Caldas da Rainha, Junta de Freguesia de Nossa S<sup>a</sup> do Pópulo, Coto e São Gregório, CulturCaldas.

A **Câmara Municipal das Caldas da Rainha** como parceira deste projeto contribuirá com uma boa parte do financiamento, tendo como contrapartida a oportunidade de estar associada a um evento cultural, alargando a sua reputação na região centro como apoiante das artes, e dando mais visibilidade à cidade das Caldas da Rainha. Além disto, poderá ainda inserir o projeto na sua agenda cultural.

A **Junta de Freguesia de Nossa S<sup>a</sup> do Pópulo, Coto e São Gregório**, similar à parceria da CML, também apoiará como sendo um parceiro financeiro, ganhando assim mais notoriedade ao fortalecer a sua imagem através da associação a um evento relacionado com as artes cénicas e performativas.

A **CulturCaldas**, tratando-se da empresa associativa responsável pela gestão do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha, apoiará o centro no projeto.

**Outros parceiros:** La Vie Caldas da Rainha

O centro comercial La Vie das Caldas da Rainha pode ser um potencial parceiro do festival Caldas Anima. Apesar de funcionar como shopping, este espaço comercial alberga vários eventos culturais e pode contribuir em grande parte para a publicidade do festival, aproveitando a concentração de pessoas que visitam o espaço e a sua localização central. Esta parceria consistiria em publicitar o festival no centro comercial através de mupis disponibilizados e, em contrapartida, ser integrado o logotipo da empresa em todos os materiais gráficos e a oportunidade de sediar o primeiro espetáculo de todas as edições como abertura do festival.

**Parceiro Media:** Gazeta das Caldas

**Outros parceiros de comunicação:** Jornal das Caldas, Região de Leiria, e rádios

Os parceiros de comunicação foram escolhidos com base no público que alcançam em comparação com o público-alvo deste evento e no seu interesse em divulgar e reportar este tipo de evento artístico.

A **Gazeta das Caldas** será o parceiro media principal por cooperar diretamente com o CCC desde 2013 divulgando os seus eventos. As entidades mantêm um protocolo cultural, com descontos e regalias em espetáculos ou outras atividades realizadas no centro, beneficiando os assinantes do jornal.

**Patrocínio Oficial:** Banco Crédito Agrícola

Os patrocinadores que poderão estar interessados em apoiar financeiramente este projeto estão de alguma forma associados ao apoio neste género de evento/projeto ou ao seu público-alvo.

O **Banco Crédito Agrícola** apoiará financeiramente este evento com o objetivo de promover a sua marca e os seus produtos/serviços, fortalecendo a sua imagem e ganhando mais notoriedade, sendo já parceiro do festival desde o princípio. Como contrapartida, poderá contar com a divulgação do seu envolvimento em todos os momentos de comunicação do projeto e a exposição do logotipo do banco em todos os materiais publicitários impressos (flyers, cartazes, etc.) e respetivo site.

## **Conclusão**

O objetivo deste relatório é conhecer o festival Caldas Anima e analisar as componentes de gestão cultural do projeto, a partir do conhecimento do seu historial, do estudo da sua comunicação e da análise da sua estrutura em comparação a outros festivais idênticos, com vista a incrementar o seu alcance e reconhecimento.

Primeiramente foi necessário contextualizar e estabelecer uma relação entre o festival e a instituição que o apresenta, entender a ligação que o CCC tem com a cidade das Caldas da Rainha, conhecer a sua história, a sua missão e os seus valores, avaliando se o evento proposto se adequa ao espaço e se enquadra no tempo. De seguida, estudar a sua equipa e perceber a disposição do centro para a realização deste tipo de eventos.

O festival Caldas Anima reconstrói-se e readapta-se todos os anos com o iniciar de cada edição. A sua organização é fundamental para o sucesso do evento, começando pela escolha dos artistas participantes, os espaços da cidade que serão utilizados para a realização dos espetáculos e a estratégia de comunicação certa para a promoção do festival de acordo com os seus objetivos.

Todos os objetivos aqui propostos inicialmente foram cumpridos. Aprender a fazer a gestão da produção do festival comparando-o com outros análogos. Desta forma é possível entender melhor a estrutura de cada um e a forma como comunicam o evento em si, para posteriormente ser possível apresentar uma melhor estratégia de comunicação com base nessa análise, onde incorporo a criação de um sítio web do festival com toda a sua informação, considerando algo essencial. Posto isto, concluo que o festival tem imenso potencial de progressão caso haja algumas mudanças e reconsiderações estratégicas, nomeadamente a procura de mais e novos apoios económicos, assim como parcerias com outros festivais, e a execução de um plano de comunicação mais conciso como a implementação de um sítio web.

Com a realização do estágio foi possível colocar em prática as aptidões e competências obtidas no decorrer do mestrado com a organização de alguns projetos. Considero importante aprender a trabalhar num ambiente profissional de modo a aperfeiçoar essas mesmas competências de trabalho e de investigação. Esta experiência permitiu-me desenvolver os meus conhecimentos e evoluir, aprender mais sobre a área de produção de eventos, aprofundando o tema, e contribuiu muito para o meu crescimento tanto a nível pessoal como profissional.

## Referências Bibliográficas

- (s.d.). Obtido de Aripa Arquitetos:  
[http://www.aripa.pt/?id\\_page=7&action=projecto&id\\_categoria=2&id\\_projecto=3](http://www.aripa.pt/?id_page=7&action=projecto&id_categoria=2&id_projecto=3)
- "*Cenas na Rua - Festival Internacional de Teatro e Artes de Rua*" está de regresso a Tavira. (1 de Julho de 2019). Obtido de PPortodosMuseus:  
<https://www.pportodosmuseus.pt/2019/07/01/cenas-na-rua-festival-internacional-de-teatro-e-artes-de-rua-esta-de-regresso-a-tavira/>
- "*Verão em Tavira*" arranca hoje com festival de teatro e artes de rua. (1 de Julho de 2019). Obtido de Jornal DiariOnline Região Sul: <https://regiao-sul.pt/2019/07/01/artes-e-espectaculos/verao-em-tavira-arranca-hoje-com-festival-de-teatro-e-artes-de-rua/470675>
- A Companhia Marimbondo*. (s.d.). Obtido de Marimbondo: <http://www.marimbondo.org/pt/a-companhia-marimbondo.html>
- Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas*. (s.d.). Obtido de LinkedIn: <https://pt.linkedin.com/company/ag-ncia-para-o-desenvolvimento-das-ind-strias-criativas>
- Aidar, L. (12 de Março de 2021). *Arte Urbana*. Obtido de Toda Matéria: <https://www.todamateria.com.br/arte-urbana/>
- Animart Festival - Teatr Lalek Arkelin im. Henryka Ryla w Lodzi*. (s.d.). Obtido de teatrarlekin: <http://teatrarlekin.pl/en/festival>
- Assinado protocolo cultural entre a Gazeta das Caldas e o CCC*. (30 de Junho de 2013). Obtido de Gazeta das Caldas: <https://gazetadascaldas.pt/cultura/assinado-protocolo-cultural-entre-a-gazeta-das-caldas-e-o-ccc/>
- Barroso, C. (23 de Junho de 2010). *Associação CulturCaldas vai gerir CCC*. Obtido de Jornal das Caldas: <https://jornaldascaldas.com/associacao-culturcaldas-vai-gerir-ccc>
- Borges, R. (s.d.). *História da Arte de Rua*. Obtido de Obvious: [http://obviousmag.org/archives/2014/02/historia\\_da\\_arte\\_de\\_ua.html](http://obviousmag.org/archives/2014/02/historia_da_arte_de_ua.html)
- Caldas da Rainha*. (2020). Obtido de Wikipédia, a enciclopédia livre: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Caldas\\_da\\_Rainha](https://pt.wikipedia.org/wiki/Caldas_da_Rainha)
- CCC, A. (29 de Junho de 2016). *Mapa Caldas Anima 2016*. Obtido de Issuu: [https://issuu.com/agenda\\_ccc\\_caldas\\_da\\_rainha/docs/mapa\\_caldas\\_anima\\_2016](https://issuu.com/agenda_ccc_caldas_da_rainha/docs/mapa_caldas_anima_2016)
- Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha*. (2020). Obtido de Centro Cultural e Congressos Caldas da Rainha: <https://www.ccc.com.pt/>
- Centro Cultural e de Congressos de Caldas da Rainha*. (2020). Obtido de Wikipédia, a enciclopédia livre: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Centro\\_Cultural\\_e\\_de\\_Congressos\\_de\\_Caldas\\_da\\_Rainha](https://pt.wikipedia.org/wiki/Centro_Cultural_e_de_Congressos_de_Caldas_da_Rainha)
- Circobaya | Companhia de Circo-Teatro*. (s.d.). Obtido de CircoBaya: <http://circobaya.com/>

- Companhia Marimbondo*. (s.d.). Obtido de Facebook:  
[https://www.facebook.com/pg/Companhia-Marimbondo-119108254781203/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Companhia-Marimbondo-119108254781203/about/?ref=page_internal)
- Costa, B. F. (2015). *Novas Tendências para a Internacionalização de Projetos Artísticos nos Domínios das Artes de Rua*. Porto.
- Costa, D. A. (2017). *Experiência formativa no CCC e Gestão Cultural*. Caldas da Rainha.
- Cracóvia*. (s.d.). Obtido de Wikipédia, a enciclopédia livre:  
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Crac%C3%B3via>
- CulturCaldas - Associação de Produção, Gestão e Desenvolvimento Cultural*. (s.d.). Obtido de Rigorbiz: <https://www.rigorbiz.pt/culturcaldas-associacao-de-producao-gestao-e-desenvolvimento-cultural>
- Deputados municipais defendem fusão da CulturCaldas, ADIO e ADJ numa só associação*. (8 de Janeiro de 2016). Obtido de Gazeta das Caldas:  
<https://gazetadascaldas.pt/politica/deputados-municipais-defendem-fusao-da-culturcaldas-adio-e-adj-numa-so-associacao/>
- DGARTES. (s.d.). Obtido de Direção-Geral das Artes: <https://www.dgartes.gov.pt/pt>
- Diogo Duro*. (s.d.). Obtido de diogoduro.weebly.com:  
[https://diogoduro.weebly.com/uploads/4/2/5/1/42519533/dossier\\_diogo\\_duro\\_web.pdf](https://diogoduro.weebly.com/uploads/4/2/5/1/42519533/dossier_diogo_duro_web.pdf)
- Distribuidora circo e Artes Escénicas*. (s.d.). Obtido de Kandengue Arts:  
<https://www.kandenguearts.com/>
- Documento Caldas Anima 2014 (Pdf, pág. 34) Arquivo CCC. (s.d.).
- Documento Caldas Anima 2015 (Pdf, pág. 19) Arquivo CCC. (s.d.).
- Documento Caldas Anima 2016 (Pdf, pág. 16) Arquivo CCC. (s.d.).
- Documento Caldas Anima 2017 (Pdf, pág. 22) Arquivo CCC. (s.d.).
- Documento Caldas Anima 2018 (Pdf, pág. 24) Arquivo CCC. (s.d.).
- Documento Caldas Anima 2019 (Pdf, pág. 13) Arquivo CCC. (s.d.).
- Documento Caldas Anima 2020 (Pdf, pág. 1) Arquivo CCC. (s.d.).
- Dudu Arnalot*. (s.d.). Obtido de Clownplanet: <https://clownplanet.com/clowns/dudu-arnalot/>
- Dudu Arnalot, biografía, galería y obras*. (s.d.). Obtido de Talentib:  
<http://www.talentib.com/es/autor/dudu-arnalot/>
- Dudu Arnalot, clown gestual*. (s.d.). Obtido de duduarnalot: <https://duduarnalot.net/en/>
- El Festival 2019 - KALEKA 31*. (s.d.). Obtido de kaleka: <http://www.kaleka.eu/el-festival/2019.html?lang=es>
- Eme, L. (14 de Outubro de 2006). *O Cine-Teatro Pinheiro Chagas*. Obtido de Viagens pelo Oeste: <http://viagenspeloeste.blogspot.com/2006/10/o-cine-teatro-pinheiro-chagas.html>

- Etiqueta EFFE | Europa para festivais, festivais para a Europa.* (s.d.). Obtido de festivalfinder.eu: <https://www.festivalfinder.eu/effe-label>
- Ferreira, F. (2 de Julho de 2010). *Nova associação vai gerir o CCC.* Obtido de Gazeta das Caldas: <https://gazetadascaldas.pt/politica/nova-associacao-vai-gerir-o-ccc/>
- Ferreira, F. (13 de Maio de 2011). *Assembleia Municipal aprovou os estatutos da CulturCaldas, a associação que vai gerir o CCC.* Obtido de Gazeta das Caldas: <https://gazetadascaldas.pt/politica/assembleia-municipal-aprovou-os-estatutos-da-culturcaldas-a-associacao-que-vai-gerir-o-ccc/>
- Ferreira, F. (30 de Novembro de 2017). *Câmara aprova estatutos da associação Caldas XXI que vai gerir o CCC, a Expoeste e o Centro da Juventude.* Obtido de Gazeta das Caldas: <https://gazetadascaldas.pt/politica/camara-aprova-estatutos-da-associacao-caldas-xxi-vai-gerir-ccc-expoeste-centro-juventude/>
- Festas e Festivais - Turismo de Espinho.* (s.d.). Obtido de visit.espinho: <https://www.visit.espinho.pt/pt/turismo/festas-festivais/>
- Festival Cenas na Rua arranca hoje em Tavira para 15 dias cheios de teatro e novo circo.* (1 de Julho de 2018). Obtido de sulinformação: <https://www.sulinformacao.pt/2018/07/festival-cenas-na-rua-arranca-hoje-em-tavira-para-15-dias-cheios-de-teatro-e-novo-circo/>
- Festival Info | Tete-a-Tete.* (s.d.). Obtido de tete-a-tete: <https://www.tete-a-tete.de/de/festival/info/>
- Festival Internacional "Cenas na Rua" abre o verão em Tavira.* (30 de Junho de 2019). Obtido de barlavento: <https://www.barlavento.pt/cultura/festival-internacional-cenas-na-rua-abre-o-verao-em-tavira>
- Festival Internacional de Teatro e Artes na Rua de Tavira "Cenas na Rua".* (s.d.). Obtido de Município de Tavira: <http://www.cm-tavira.pt/site/content/camara-cultura/festival-internacional-de-teatro-e-artes-na-rua-de-tavira-%E2%80%9Ccenenas-na-rua%E2%80%9D>
- Festival OITO24 - Turismo de Espinho.* (s.d.). Obtido de visit.espinho: <https://www.visit.espinho.pt/pt/turismo/festival-oito24/>
- Festiwal Teatrów Plenerowych i Ulicznych FETA.* (s.d.). Obtido de trojmiasto: <https://www.trojmiasto.pl/feta>
- FIG | Festival Internacional de Gigantes - Palmela.* (s.d.). Obtido de fig: <https://fig.cm-palmela.pt/>
- Figueiredo, N. (27 de Novembro de 2003). *Qual é, afinal, o 'público da cultura'?* Obtido de Público: <https://www.publico.pt/2003/11/27/jornal/qual-e-afinal-o-publico-da-cultura-208234>
- Gomes, F. (24 de Março de 2015). *Elisabeth Rocha expõe bodypainting no CCC.* Obtido de Jornal das Caldas: [https://jornaldascaldas.com/Elisabeth\\_Rocha\\_expoe\\_bodypainting\\_no\\_CCC](https://jornaldascaldas.com/Elisabeth_Rocha_expoe_bodypainting_no_CCC)

Gomes, F. (24 de Março de 2020). *Câmara das Caldas não dá seguimento a decisão tomada há quase cinco anos*. Obtido de Jornal Oeste:  
[https://jornaloeste.pt/Camara\\_das\\_Caldas\\_nao\\_da\\_seguinto\\_a\\_decisao\\_tomada\\_ha\\_quase\\_cinco\\_anos](https://jornaloeste.pt/Camara_das_Caldas_nao_da_seguinto_a_decisao_tomada_ha_quase_cinco_anos)

*Há uma dúzia de anos a despertar gargalhadas*. (s.d.). Obtido de O Mirante:  
<https://omirante.pt/semanario/2016-05-26/cultura-e-lazer/2016-05-25-Ha-uma-duzia-de-anos--a-despertar-gargalhadas>

*Imaginarium | Festival Internacional de Teatro de Rua*. (s.d.). Obtido de imaginarius:  
<https://www.imaginarium.pt/>

Imbroisi, M., & Martins, S. (2021). *Arte de Rua*. Obtido de História das Artes:  
<https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/arte-de-rua/>

*International Street Theatre Festival in Krakow*. (s.d.). Obtido de krakow-info:  
<http://www.krakow-info.com/streettheatre-festival.htm>

*Los Hermanos Moreno Circo - La Compañía*. (s.d.). Obtido de loshermanosmorenocirco:  
<https://www.loshermanosmorenocirco.com/index.html>

*M.A.R. Mostra de Artes de Rua de Sines*. (s.d.). Obtido de marmostra: <https://marmostra.com/>

*Mãozorra - Mãozorra TeAssociação Cultural*. (s.d.). Obtido de maozorra: <https://maozorra.pt/>

*MÓ - Festival de Marionetas em Oeiras*. (s.d.). Obtido de mofestival:  
<http://www.mofestival.pt/>

Mota, C. (18 de Março de 2021). Festival Caldas Anima. (C. Miguel, Entrevistador) Via Zoom.

Narciso, N. (3 de Julho de 2020). *Caldas Anima divide-se entre o CCC e os espaços urbanos*. Obtido de Gazeta das Caldas: <https://gazetadascaldas.pt/cultura/caldas-anima-divide-se-entre-o-ccc-e-os-espacos-urbanos/>

Narciso, N. (26 de Junho de 2020). *Uma centena marca presença na reabertura do CCC e conhece pianista Helder Bruno*. Obtido de Gazeta das Caldas:  
<https://gazetadascaldas.pt/cultura/uma-centena-marca-presenca-na-reabertura-do-ccc-e-conhece-pianista-helder-bruno/>

*Nuvem Voadora*. (s.d.). Obtido de Nuvem Voadora: <https://www.nuvemvoadora.com/>

*Observatório das Atividades Culturais*. (s.d.). Obtido de Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais: <http://www.gepac.gov.pt/oac-1996-2013.aspx>

*ODECEIXE - Festival de Teatro e Animação de Rua: ESTAR | Encontros de Teatro e Animações de Rua*. (s.d.). Obtido de estar: <http://estar.pt/>

Paulo, J. (5 de Junho de 2020). *CCC reabriu as portas*. Obtido de Gazeta das Caldas:  
<https://gazetadascaldas.pt/cultura/ccc-reabriu-as-portas/>

*Periferias - Festival Internacional de Artes Performativas*. (s.d.). Obtido de O Chão de Oliva:  
<https://www.chaodeoliva.com/periferias>

*Rui Cruz - Performer, Mágico, Ilusionista*. (s.d.). Obtido de LinkedIn:  
<https://pt.linkedin.com/in/rui-cruz-a7108648>

*S.A. Marionetas - Teatro e Bonecos.* (s.d.). Obtido de S.A. Marionetas:  
<https://www.samarionetas.com/>

*Sementes | Teatro Extremo.* (s.d.). Obtido de teatroextremo:  
<https://www.teatroextremo.com/sementes/>

*Sibiu.* (2020). Obtido de Wikipédia, a enciclopédia livre: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Sibiu>

*Sibiu International Theatre Festival.* (s.d.). Obtido de sibfest:  
<http://www.sibfest.ro/general/short-history#>

*Teatro do Mar.* (s.d.). Obtido de Teatro do Mar: <http://teatrodomar.com/web/en/>

*Tosta Mista | Got Talent Portugal | RTP.* (s.d.). Obtido de media.rtp.pt:  
<https://media.rtp.pt/gottalentpt/concorrentes/tosta-mista/>

*TPE - Teatro a Corte.* (s.d.). Obtido de teatroacorte: <https://www.teatroacorte.it/?lang=en>

*TPE Teatro Piemonte Europa.* (s.d.). Obtido de fondazionetpe:  
<http://fondazionetpe.it/fondazione/>

Anexos

Anexo 1 – Programa Caldas Anima 2014



Anexo 2 – Programa Caldas Anima 2015

**03 PASSEIO NA HORTA**  
10h30. Companhia Marimbondo. Animação. Bélgica. Rua Dr. Leão Azeido. Rua Heróis da Grande Guerra. Rua Dr. Miguel Bombarda

**04 CAIXINHA DE MÚSICA**  
10h30. Companhia Marimbondo. Animação. Bélgica. Rua da Góia. Rua Heróis da Grande Guerra

**10 SPATHODEA**  
23h00. Novo Circo/Clown. Brasil. CCC

**11 EVA RIBEIRO**  
10h30. Novo Circo/Clown. Portugal. Rua Almirante Cândido dos Reis

**CUCA ROSETA**  
22h00. Música. Portugal. CCC

**SOCIEDADE FILARMÓNICA CATARINENSE**  
CONVIDA BANDA FOLCLÓRICA E ETNOGRÁFICO VALE CAPOEIRO  
22h00. Música. Portugal. Praça da República

**VENDA DE GARAGEM**  
17h00 - 23h00. Venda em segunda mão. Praça da República

**JÚLIA VALENTIM TRIO**  
22h00. Música. Portugal. Praça 5 de Outubro

**17**

**18 ROBERTOS**  
10h30. SA Marionetas. Portugal. Largo Dr. José Barbosa

**TRESPERTÉ**  
21h00. Animação. Espanha. Praça da República

**SOCIEDADE FILARMÓNICA DE ALVORNINHA**  
CONVIDA BANDA FOLCLÓRICA E ETNOGRÁFICA OS AZEITONEIROS DE ALVORNINHA  
22h00. Música. Portugal. Praça da República

**25**

**ROBERTOS**  
10h30. SA Marionetas. Portugal. Rua Dr. Miguel Bombarda

**AROMAS E SABORES**  
17h00 - 23h00. Ervas Aromáticas, flores comestíveis, rebentos, especiarias. Praça da República

**12 VERÃO 24 CINEMA**  
22h00. Ar livre. Gratuito. Praça da Animação CCC

**BANDA COMÉRCIO E INDÚSTRIA**  
CONVIDA BANDA JUVENTUDE MUSICAL PONTERROLENSE  
22h00. Música. Portugal. Praça da República

**ORQUESTRA LIGEIRA MONTE OLIVETT**  
22h00. Música. Portugal. CCC

**31 ANDRÉ MURRAÇAS QUARTETO**  
22h00. Música. Portugal. Praça 25 de Abril

**SÓTÃO**  
22h00. Jef Johnson. EUA. Animação. CCC

**04/11/18/25 OFICINA DE FACEPAINTING**  
10h30. Portugal. Elisabeth Rocha

**ZINK MÁGIC**  
10h30. Animação. Portugal. Rui Cruz

**CALDAS ANIMA**

VER PROGRAMA COMPLETO DO CALDAS ANIMA

VERÃO 2015

COMISSÃO DE TURISMO E CULTURA DO CONCELHO DE CALDAS DE BOARQUIM

## Anexo 3 – Programa Caldas Anima 2016

<p><b>01 CLÉRIKUSS</b> 15h30 • Animação • Companhia Marimbondo • Parque D. Carlos I</p> <p><b>CUTELARIA ARTESANAL</b> 01 a 03 Jul • Exposição • Familiarite Feira Internacional • CCC</p> <p><b>MONTA A TUA PRÓPRIA NAVALHA</b> 10h30 • Workshop • Familiarite Lombo do Feneiro • CCC</p> <p><b>A LA MINUTE</b> 11h00 • Animação • Companhia Marimbondo • Rua Dr. Leão Azeite • Rua Heróis da Grande Guerra • Rua Dr. Miguel Bombarda</p> <p><b>BANDA COMÉRCIO INDÚSTRIA E BANDA FILARMÔNICA IDANHENSE + ADUFEIRAS DE IDANHA</b> 22h00 • Música • Praça da República</p>	<p><b>09,17 INTERNATIONAL CLOWN SCHOOL</b> Animações de rua diárias • Workshops Coprodução CCC / Companhia Pim Tai Residência na CCC • Formadores Jef Johnson (USA), Victor Somate Azeite (ARG), Rob Cartwright (AUS)</p> <p><b>BANDA FILARMÔNICA DE SANTA CATARINA + RANCHO VALE CHOUPIHO DAS RELVAS</b> 22h00 • Música • Praça da República</p> <p><b>16 BANDA FILARMÔNICA DE A-DOS-FRANCOS</b> 22h00 • Música • Praça da República</p>	<p><b>22 EM DIRETO TV SHOW</b> 22h00 • Teatro • Companhia Oi and Mary • CCC</p> <p><b>TURISTAS ACIDENTAIS</b> 11h00 • Animação • Companhia Oi and Mary • Praça da República • Rua Amante Cândido dos Reis</p> <p><b>BANDA FILARMÔNICA DE ALVORNINHA</b> 22h00 • Música • Praça da República</p>	<p><b>23+30 OFICINA DE FACEPAINTING</b> 10h00 • Com Elisabeth Rocha • Rua Amante Cândido dos Reis</p> <p><b>RUI CRUZ</b> 11h00 • Espetáculo de Magia • Rua Dr. Miguel Bombarda</p> <p><b>29 FUMAN</b> 22h00 • Animação • Musicalitos • Praça da República</p>	<p><b>30 UMA TOURADA DOS DIABOS</b> 11h00 • Animação • Companhia Truie • Rua Dr. Miguel Bombarda</p> <p><b>ORQUESTRA LIGEIRA MONTE OLIVETTI + BOMBOS DO MONTE OLIVETTI</b> 22h00 • Música • Praça da República</p> <p><b>JULHO!</b></p>
<p><b>AGOSTO!</b></p> <p><b>05 PUMPERNICKEL &amp; CO</b> 11h00 • Animação • Companhia Marimbondo • Rua Dr. Leão Azeite • Rua Heróis da Grande Guerra • Rua Dr. Miguel Bombarda</p> <p><b>AQUI SOBRA UNO</b> 22h00 • Animação • Companhia Trispeté • Praça 25 de Abril</p>	<p><b>06+13 OFICINA DE FACEPAINTING</b> 10h00 • Com Elisabeth Rocha • Rua Amante Cândido dos Reis</p> <p><b>RUI CRUZ</b> 12h00 • Espetáculo de Magia • Rua Dr. Miguel Bombarda</p> <p><b>06 BABY BOOM</b> 11h00 • Animação • Companhia Marimbondo • Rua Dr. Leão Azeite • Rua Heróis da Grande Guerra • Rua Dr. Miguel Bombarda</p>	<p><b>12 POZZO O PORCO QUE DANÇA</b> 11h00 • Animação • Companhia Cômico e Politicamente Subversivo! • Coprodução U'Orfeu AC / Cão à Chave • Praça da República</p> <p><b>13 LULLABY</b> 11h00 • Animação • Rua Dr. Miguel Bombarda</p> <p><b>WATERCOLOUR MEETING</b> 12 a 22 Ago • Encontro de Aquarelistas • CCC</p>	<p><b>19 JOANA SERRAT</b> 22h00 • Música • Coreto - Parque D. Carlos I</p> <p><b>27 TALVEZ CLOWN DEAMBULANTE</b> 11h00 • Animação • Companhia Nuvem Voadora • Rua Heróis da Grande Guerra</p>	<p><b>CALDAS ANIMA</b> MADE IN PORTUGAL</p> <p>Mais informações <a href="http://www.ccc.com.pt">www.ccc.com.pt</a> Para as inscrições a realizar no CCC contacte <a href="mailto:inscricao@ccc.com.pt">inscricao@ccc.com.pt</a> ou 262 094 081 / 262 889 630</p>

**22 JUL**  
11h00 / Rua Dr. Miguel Bombarda  
**SRA. BORBOLETA**  
Cenas de Teatro / Clown

**28 JUL**  
11h00 / Rua Heróis da Grande Guerra  
**PAULINA DO BALLET**  
.....  
22h00 / Largo Dr. José Barbosa  
**BANDA RUMTÁTÁ**  
Companhia Marimbondo / Animação Rua

**05 AGO**  
10h00 / 11h00 / Ruas da Cidade  
**MIMO'S STREET PARADE**  
Música  
.....  
22h00 / Praça da República  
**PALHATIKO**  
O PALHAÇO QUE QUERIA SER MÁGICO  
Luis Sequeira Palhatiko / Clown

**29 JUL**  
11h00 / Rua Dr. Miguel Bombarda  
**TEATRO DOM ROBERTO**  
Sam Marionetas

**29 JUL + 05 AGO**  
11h00 / Rua Almirante Cândido dos Reis  
**COMTRADIÇÃO**  
Rui Cruz / Espetáculo de Magia  
**OFICINA DE FACEPAINTING**  
Elisabeth Rocha

**12 AGO**  
11h00 / Rua Dr. Miguel Bombarda  
**MARIELA TUBA & CLOWN**

**12 AGO**  
22h00 / Praça 25 de Abril  
**IRMÃOS ESFEROVITE**  
Nuvem Voadora / Clown

**Caldas Anima**  
**JULHO / AGOSTO '17**



Anexo 5 – Programa Caldas Anima 2018

**'18 CALDAS ANIMA**

**10 ANOS** CENTRO CULTURAL E CONGRESSOS CALDAS DA BARBOSA

**06 JULHO**  
**TRAS LA ESCOBA**  
 PRACA 25 DE ABRIL  
 Javier Garcia - Cia Baré

**07 JULHO**  
**SHOW DE BOLA**  
 RUA ALBERANTE CÂNDIDO DOS REIS  
 Nelson Ferreira

**13 JULHO**  
**ZIC ZAG**  
 CCC  
 Joseph Callard

**14 JULHO**  
**TIKO ANIMA COM OS SEUS BANHISTAS DE "ALTO NIVEL"**  
 TIKO  
 João Sequeira

**20 JULHO**  
**OLIMPIADAS**  
 LARGO DR. JOSÉ BARBOSA  
 Cia Sincronizadas

**22h00**  
**MU MBANA**  
 PRACA 25 DE ABRIL  
 World Music

**23h00**  
**BANDA COMÉRCIO E INDÚSTRIA**  
 PRACA DA REPUBLICA

**23h00**  
**BANDA F. A-DOS-FRANCOS**  
 PRACA DA REPUBLICA






**21 JULHO**  
**BANDINHA "AMIGOS DA MÚSICA"**  
 ITINERANTE

**21h00**  
**BANDA F. ALVORNINHA**  
 PRACA DA REPUBLICA

**22h00**  
**TALVEZ**  
 RESTAURANTE AFUNDADOS, POSTO DE TURISMO  
 Era uma vez, Teatro da Marimotas

**28 JULHO**  
**EL NIU**  
 RUA MIGUEL BOMBARDA  
 DuDu Arrolat

**21h00**  
**INSOMNI**  
 PRACA DA REPUBLICA  
 DuDu Arrolat

**21h30**  
**ORQUESTRA MONTE OLIVETT**  
 PRACA DA REPUBLICA

**PROGRAMAÇÃO EXTRA**

**14 JULHO**  
**5 LÉSICAS E UMA QUICHE**  
 CCC - TEATRO

**21 JULHO**  
**SERGIO GODINHO**  
 CCC - MUSICA

**27 JULHO**  
**ESPECIAL NOITE DE FADOS**  
 CMA CONCERTO CCC - FADOS  
 Com jantar e pastéis

**ANIMAÇÃO OFICINA DE FACEPAINTING PELA ARTISTA ELISABETH ROCHA**  
 7, 14, 21, 28 DE JULHO E 4, 11 E 18 DE AGOSTO, DAS 10H30 AS 12H30  
 Junto ao edifício da Junta da Freguesia de N.º Sr. do Pópulo, Coto e S. Gregório

CA Crédito Agrícola  
 CALDAS DA BARBOSA  
 Góndalo das Cúrias  
 JORNAL CALDAS

EM CASO DE MAU TEMPO OS ESPECTÁCULOS SERÃO APRESENTADOS NO CCC




## Anexo 6 – Programa Caldas Anima 2019

**JULHO '19**  
**CALDAS DA RAINHA**

**05 JULHO**  
23h00  
**SPLASH**  
CCC  
TEATRO  
Cia Ylana

**06 JULHO**  
11h00  
**DR. FREAK ...Y SU CIRCO TERAPIA**  
RUA DR. LEÃO AZEVEDO  
CLOWN  
Cia Artlequin

**12 JULHO**  
23h00  
**COMEDIANTE**  
PRAÇA 3 DE OUTUBRO  
CLOWN  
Cia Hátka

**13 JULHO**  
11h00  
**ROCK CIRK**  
RUA MIGUEL BOMBARDA  
(RUA HEMÍCICLO JOÃO PAULO II)  
CLOWN  
Cia Rababá

**19 JULHO**  
23h00  
**NEVERENDING TOUR**  
CCC  
EDUARDO MADERA E MANUEL MARQUES  
STAND UP COMEDY  
Shaw Bees

**ELECTRONIC & EXPERIMENTAL DATE**  
18h00 / CCC  
DIA 17 / 23h00 - 03h00  
CLUBING DI CCC  
SÉBASTIÃO ALEX (DJ SET) +  
ITAM (MUSIC/PADA) / LIVE ACT (18)  
MÚSICA  
DIA 13 / 23h00  
HIT JAZZ EXPERIMENT  
TT. CASEY BENJAMIN LUGA  
OPERAÇÃO ANIMA VISUAL

EM CASO DE CONDIÇÕES CLIMÁTICAS ADVERSAS OS ESPÉCULOS REALIZAM-SE NO CCC 30 MINUTOS DEPOIS DA HORA MARCADA

**JULHO E AGOSTO '19**  
**CALDAS DA RAINHA**

**20 JULHO**  
11h00  
**HISTÓRIAS COM CHAPÉUS**  
RUA ALMIRANTE CANDIDO DOS REIS  
Inês Fouto

**26 JULHO**  
23h00  
**BJAZZ**  
LARGO FREDERICO FERREIRA PINTO BASTO  
MÚSICA

**27 JULHO**  
23h00  
**AMOR DE MARGARIDA**  
LARGO FREDERICO FERREIRA PINTO BASTO  
ANIMAÇÃO DE RUA  
António Boudja e Diego Duro

**03 AGOSTO**  
11h00  
**D. QUIXOTE**  
RUAS DA CIDADE  
ANIMAÇÃO DE RUA  
Companhia Koplintas

**09 AGOSTO**  
23h00  
**ESPERA**  
PRAÇA DA REPÚBLICA  
ANIMAÇÃO DE RUA  
Cia Circus Ela

**10 AGOSTO**  
11h00  
**AL OUTRO LADO**  
R. ALMIRANTE C. REIS / R. DR. MIGUEL BOMBARDA  
ANIMAÇÃO DE RUA  
Cia Zangueiro

**23h00**  
**TENTACIÓN DIVINA**  
PRAÇA 25 DE ABRIL  
TEATRO GESTUAL | CLOWN E AÉREOS  
Cia Maledown/Artlequin

EM CASO DE CONDIÇÕES CLIMÁTICAS ADVERSAS OS ESPÉCULOS REALIZAM-SE NO CCC 30 MINUTOS DEPOIS DA HORA MARCADA

Anexo 7 – Programa Caldas Anima 2020

**03`JUL**  
Reportório Osório  
d'Orfeu AC  
21h30 - **Auditório CCC**  
Música (M/16)

**04`JUL**  
BJazz  
10h30 - Arruadas pela Cidade  
Música (Todas as idades)

**10`JUL**  
Banda Rumtátá,  
Companhia Marimbondo  
10h30 - Ruas da Cidade  
Animações (Todas as idades)

**11`JUL**  
Bandinha Amigos  
da Música  
10h30 - Arruadas pela Cidade  
Música (Todas as idades)  
Carol Mello  
A-Cor-Da  
21h30 - **Auditório CCC**  
Música (M/6)  
ENTRADAS GRATUITAS  
ATÉ AOS 12 ANOS

**18`JUL**  
DixieNaza  
10h30 - Arruadas pela Cidade  
Música (Todas as idades)

**25`JUL**  
Notas Soltas  
10h30 - Arruadas pela Cidade  
Música (Todas as idades)  
Os Desconfi(n)ados,  
Oli & Mary  
11h30 - Ruas da Cidade  
Animações (Todas as idades)  
**Teatro de Marionetas do Porto**  
Cinderela  
21h30 - **Auditório CCC**  
Teatro de Marionetas (M/3)  
ENTRADAS GRATUITAS  
ATÉ AOS 12 ANOS

**01`AGO**  
Cottas Club  
10h30 - Arruadas pela Cidade  
Música (Todas as idades)

**08`AGO**  
BJazz  
10h30 - Arruadas pela Cidade  
Música (Todas as idades)

**JULHO**  
**AGOSTO**  
**2020**

**CALDAS DA RAINHA**  
Câmara Municipal

**CENTRO CULTURAL  
E CONGRESSOS**  
CALDAS DA RAINHA

**Gazeta das Caldas**

**JORNAL-CALDAS**

**CA Crédito Agrícola**  
Banco nacional com presença local

Para mais informações ou subscrição das nossas newsletters visite:  
[www.ccc.com.pt](http://www.ccc.com.pt)

## Anexo 8 – Inquérito

04/03/2020

Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha

### Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha

Este inquérito insere-se num projeto de investigação no decorrer de um estágio curricular com fins académicos e dirige-se ao público frequentador do CCC.

Tem como objetivo melhorar a comunicação do centro cultural e perceber de que forma e como a informação é recebida pelos espectadores, assim como fazer um pequeno levantamento sobre os conhecimentos da programação do CCC definindo melhor o seu público.

Posto isto, peço que respondam de forma honesta contribuindo com as vossas respostas para uma melhor evolução do centro.

O questionário é totalmente anónimo e realizado de forma individual, não sendo divulgados nenhuns dados pessoais.

#### Género

- Masculino
- Femenino
- Outro

#### Idade

- menos de 18 anos
- entre os 18 e os 24 anos
- entre os 25 e os 34 anos
- entre os 35 e os 44 anos
- entre os 45 e os 54 anos
- mais de 54 anos



[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeNrSTiJq1ivyd47XYK9KPhl6xsasq9Ba2z\\_q-ZLj2c8IE8g/viewform?fbclid=IwAR3yaB\\_OcxCh5a1JH...](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeNrSTiJq1ivyd47XYK9KPhl6xsasq9Ba2z_q-ZLj2c8IE8g/viewform?fbclid=IwAR3yaB_OcxCh5a1JH...) 1/5

Com que frequência visita o Centro Cultural e de Congressos?

- 1 vez por semana
- 2 ou mais vezes por semana
- 1 vez por mês
- 2 ou mais vezes por mês
- várias vezes por ano

Qual o motivo da sua visita ao centro? (Pode seleccionar mais que uma opção)

- Exposições
- Concertos
- Restaurante/Café
- Outros espetáculos

Qual é a área artística que o atrai mais ao centro? (Pode seleccionar mais que uma opção)

- Teatro
- Dança
- Música
- Cinema
- Outros



De que modo, geralmente, toma conhecimento dos eventos? (Pode seleccionar mais que uma opção)

- Através da Revista Cultural do CCC
- Através do site do CCC
- Através das redes sociais
- Através de amigos e familiares
- Através de publicidade tipo flyers, cartazes, lonas, etc
- Através da rádio e dos jornais da região
- Outros

Como classificaria a programação proposta pelo CCC?

- Excelente
- Boa
- Suficiente
- Inadequada

Qual é a sua opinião sobre os serviços prestados?

- Muito bom
- Bom
- Razoável
- Mau
- Muito mau



Qual é a sua opinião sobre os membros da equipa do CCC?

- Muito boa
- Boa
- Razoável
- Má
- Muito má

Qual é o seu grau de satisfação após os eventos?

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Indiferente
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito

Recomendaria o Centro Cultural e de Congressos a um amigo ou familiar?

- Sim
- Não

Indique, por favor, qual o motivo que o leva a não frequentar o espaço mais vezes?

Your answer



Como acha que o CCC pode melhorar e evoluir? Por favor, dê-nos a sua opinião pessoal ou escreva algum comentário.

Your answer

Submit

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms



[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeNrRSTJq1ivy47XYK9KPhl6xsasq9Ba2z\\_q-ZLj2c8IE8g/viewform?fbclid=IwAR3yaB\\_OcxCh5a1jH...](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeNrRSTJq1ivy47XYK9KPhl6xsasq9Ba2z_q-ZLj2c8IE8g/viewform?fbclid=IwAR3yaB_OcxCh5a1jH...) 5/5

## **Anexo 9 – Entrevista Carlos Mota**

**Entrevista via Zoom com o diretor Carlos Mota e a restante equipa de produção do CCC.**

**Dia e hora:** 18 de março às 16h

**Assunto:** Festival Caldas Anima 2020

### **Perguntas:**

- 1. Sendo o diretor a ter sempre a última palavra em relação à programação artística do festival, como faz a seleção dos espetáculos? No que se baseia para escolher as atuações que participarão no evento?**

Realizo uma prévia avaliação de todos os festivais internacionais, estudo de mercado e pesquisa. Tento sempre com que os espetáculos apresentados estejam em conforme segundo os parâmetros do festival, adaptados às suas características, com atuações que correspondam aos objetivos do festival. Também faço uma análise de preços tendo em conta o orçamento disponível, um tanto condicionado. Seleciono espetáculos originais, com capacidades artísticas, indo de encontro ao gosto do público.

- 2. Na primeira edição do festival, no ano de 2014, houve um workshop de expressão dramática e sessões de cinema. Porque não foram repetidas essas iniciativas nos anos seguintes?**

As sessões de cinema noturnas ao ar livre obtiveram fracos resultados. Houve um grande investimento em material, estruturas, etc. para pouca adesão e participação por parte do público. Sendo na rua também temos que nos adaptar ao tempo e às restantes questões meteorológicas. Uma vez mais com o orçamento condicionado. Com os workshops aconteceu o mesmo de igual forma. A realização desse tipo de atividades sempre foi possível executá-las se as oportunidades surgissem. Parte do município promove eventos para outros jovens que não são da cidade das Caldas da Rainha.

- 3. Relativamente à mais recente edição, do ano passado, como foi realizar o festival em plena pandemia e quais foram as principais alterações ou dificuldades?**

Tivemos que adaptar o evento à nova realidade, com quase nenhum espetáculo realizado na rua, decidimos trazer os espetáculos para dentro das salas do centro, utilizando os auditórios. Ainda foi possível ter espetáculos novos com a parceria da escola de circo do

Chapitô de Lisboa. Atuações com itinerâncias. Também podemos contar ainda com atuações de música da dupla Oli and Mary, já participante em edições passadas. Deste modo, foi possível idealizar um programa sem aglomerados de pessoas, no mesmo espaço, ao mesmo tempo.

**4. Quais são, de facto, os públicos alvo do festival? Ou quais considera serem?**

Famílias, jovens, miúdos até aos 12/13 anos.

**5. Em termos de comunicação, explique a diferença entre o evento do Caldas Night Jazz e o festival Caldas Anima. Porque não existe também uma página online exclusiva com toda a informação necessária para o Caldas Anima como existe para o Caldas Night Jazz?**

No fundo, acaba tudo por se tratar de uma questão financeira. Fazer animação para pessoas da cidade e do conselho com outro tipo de público alvo. Trata-se de um festival internacional que abrange o país, com possibilidade de colocar a cidade das Caldas da Rainha nos mapas dos festivais de jazz. Existe uma diferença na animação que valoriza a urbanidade, que consegue trazer pessoas do verão das praias para a cidade. Espetáculos com famílias. E também existe uma grande diferença estratégica maioritariamente, por ser um tipo de público diferente, a valorização de impacto também é diferente. São ecos diferentes, com outro tipo de verba e meios financeiros. O calendário está condicionado com o município, mas neste evento é a equipa do CCC que tem a possibilidade de escolha do tempo para dedicar ao jazz.

Noutro aspeto também lhe posso explicar que não apostamos nos artistas locais pelo nível de espetáculos, pela sua qualidade artística. Temos sempre o orçamento bastante condicionado, mas com viabilidade disponível. Existe a oportunidade de grupos ou companhias artísticas virem por produtoras, com noção de que esses mesmos grupos seleccionados estão em crescente, como sendo estrelas em ascensão. Podem chegar a ganhar prémios internacionais depois de participar no festival, e mais tarde, a equipa acabar por ficar sem dinheiro para os poder voltar a chamar, a causa do seu perfil de crescimento. O público também pode não ajudar no desenvolvimento do projeto artístico ou cultural, o que determina a decisão da execução de mais workshops quando não existe adesão.