



OUTSOURCING E PARCERIAS SERVIÇO EDUCATIVO DE MUSEUS

Mapa das Ideias
**10 anos de experiência com públicos,
conteúdos, cultura e património**



MAPA DAS IDEIAS



os museus falam de

AMOR

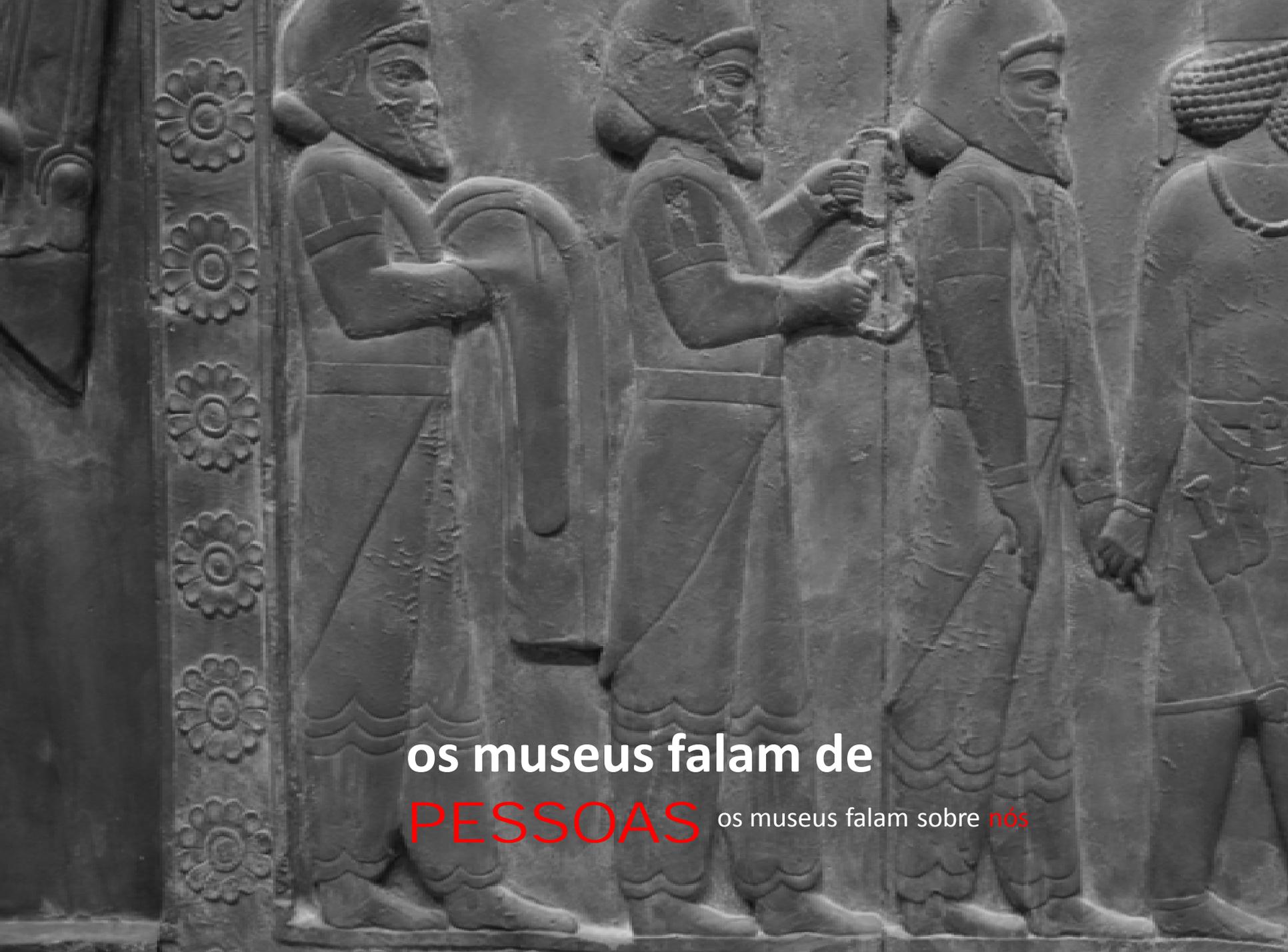
os museus falam sobre nós



os museus falam de

SONHOS

os museus falam sobre nós



os museus falam de

PESSOAS os museus falam sobre nós



os museus falam de

TEMPO os museus falam sobre nós



os museus falam sobre

VIDA

os museus falam sobre nós

Exhibition Entrance
Organised with
The National Museum of Modern Art, Tokyo



Museus:
relevância
sustentabilidade
valor
conteúdo
comunicação



Gostava de ter
um dinossauro!



Prefiro um
dragão...

Um jantar
romântico a
seguir...

Tenho que comprar
um guia do Museu

Preciso de
sentar

O que é
isto?!

Públicos

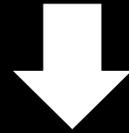
Pessoas únicas com necessidades únicas



O poder do objecto!



Quem fez?
Para que serve?
Quando foi feito?
Quem usava?
Porquê a decoração com
animais?
Porquê estes animais?
Como era feito?



Contexto histórico
Autoria
Matérias-primas
Processo de produção
Estrutura social
Símbolos de status
Relação com a natureza

É BONITO OU FEIO?

- Equipas com estabilidade profissional, com perfis de base diferentes, formação específica
- Integração na estrutura organizacional com hierarquia e sistema de avaliação
- Participação das chefias dos SE na definição da programação e montagem de exposições
- Projectos de longo prazo com segmentação de públicos (turismo cultural, nee, comunidade, famílias, empresas)
- Sinergias e parcerias
- Relação próxima com marketing e comunicação do Museu

RETRATO IDEAL

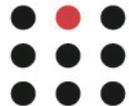
Situação dos Serviços Educativos



- Algumas instituições exemplares
- E as outras:
 - Equipas pequenas, muitas vezes sobrecarregadas com outras tarefas e projectos (entre a comunicação e a investigação)
 - Recurso a estagiários e a recibos verdes
 - Duas situações:
 - Programação definida pela chefia, com transmissão de guiões e conteúdos aos *monitores*
 - Monitores com actividades *de autor*, enquadradas na oferta educativa das instituições

RETRATO REAL

Situação dos Serviços Educativos



OUTSOURCING PARCERIA

CONSULTORIA E FORMAÇÃO

INSTRUMENTOS DE MEDIAÇÃO INDIRECTA

PROJECTOS DE MÉDIO E LONGO PRAZO

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE EVENTOS E PROJECTOS

Diferentes formatos de
colaboração



Vestir a camisola!

Como uma organização externa e empresarial (ou seja, visa o lucro) percebe os valores, a missão e a estratégia do museu?



Conhecimento é frágil

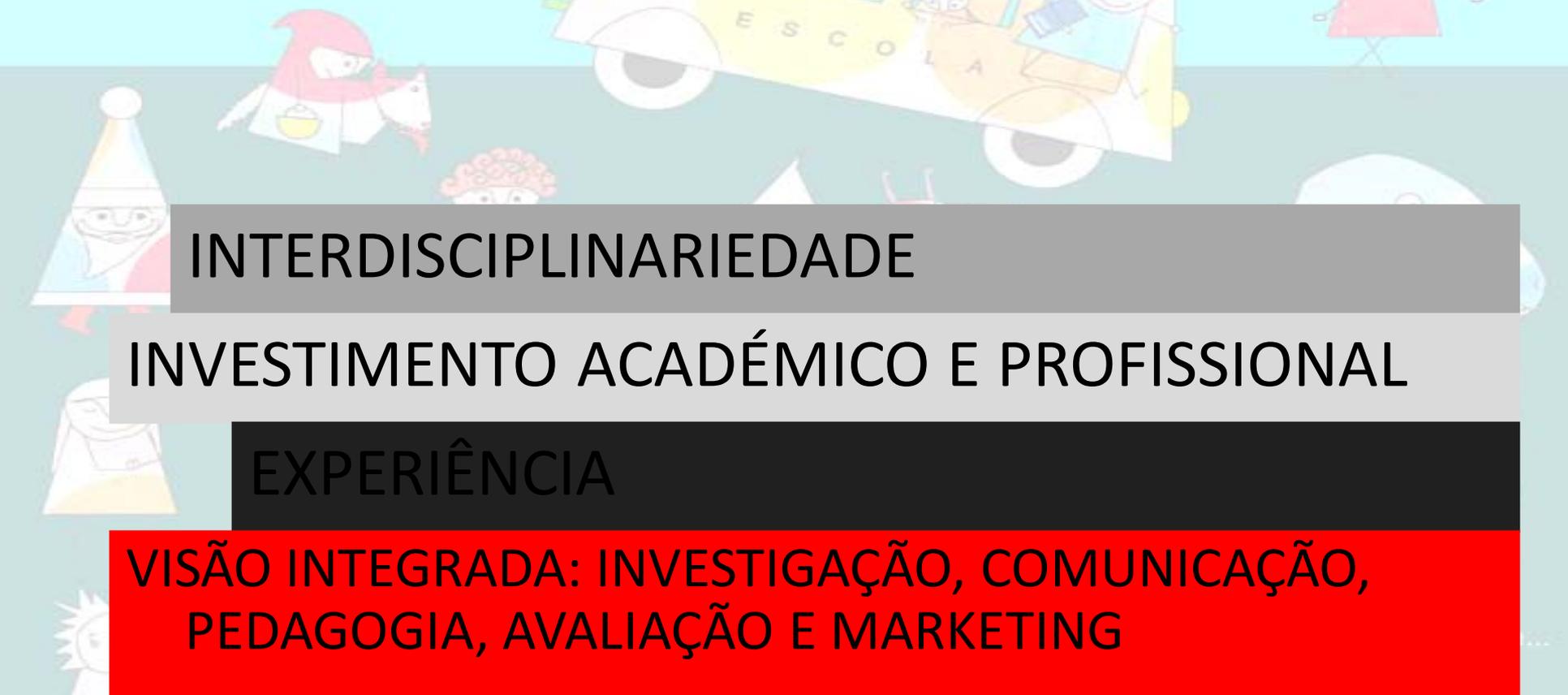
Esquecer a ciência e privilegiar o lúdico...

O perigo da “cassete”

Criação de conteúdos sem valor para a experiência do visitante.

POTENCIAIS PROBLEMAS NA RELAÇÃO MUSEU-EMPRESA





INTERDISCIPLINARIEDADE

INVESTIMENTO ACADÊMICO E PROFISSIONAL

EXPERIÊNCIA

VISÃO INTEGRADA: INVESTIGAÇÃO, COMUNICAÇÃO,
PEDAGOGIA, AVALIAÇÃO E MARKETING

NO CASO DA MAPA DAS IDEIAS



- Definição dos valores, visão e missão do Serviço de Mediação Cultural
- Formulação de objectivos estratégicos
- Selecção dos públicos-alvo e segmentação das actividades
- Selecção de parcerias estratégicas e operacionais
- Definição do plano de comunicação do Serviço de Mediação Cultural

GESTÃO: VESTIR A CAMISOLA

Metodologia de trabalho



- Criação de dossiês científicos.
 - Trabalho conjunto entre MI e Museu
 - Informação *bruta*: textos soltos, papers, publicações
 - Levantamento das colecções permanentes: acervo e conteúdos
 - Investigação de fontes primárias (por exemplo, entrevistar um salineiro)
 - Investigação em bibliotecas
- Criação do conceito de actividade
- Definição dos objectivos de comunicação e públicos-alvo
- Criação das ferramentas de apoio
- Supervisão científica por parte do Museu

CONHECIMENTO: PRESERVAR E TRANSMITIR

Metodologia de trabalho



APRENDIZAGEM NÃO-FORMAL

MULTISSENSORIAL

MULTIDIMENSIONAL – COGNIÇÃO, AFECTO, ACÇÃO

INTEGRAÇÃO DE DIFERENTES GRUPOS ETÁRIOS

AUTO-ESTIMA, COMPETÊNCIAS, MEMÓRIAS

NÓS GOSTAMOS DE PESSOAS, DA MATERIALIDADE DOS OBJECTOS E DO ENCANTO DAS IDEIAS.

NÓS CRIAMOS VALOR PARA O MUSEU E PARA OS SEUS PÚBLICOS.

