



# **CULTURA E POLÍTICAS CULTURAIS COMO MOTOR DE EMPREGO**

Ana Campos Ladeiras  
Xesús Lage



# **CULTURA E POLÍTICAS CULTURAIS COMO MOTOR DE EMPREGO**

**Editor.**

Xoán F. Vázquez Mao

**Editorial.**

Eixo Atlántico do Noroeste Peninsular

**Comunicação e Publicações.**

Chus Torres

**Autores.**

Ana Campos Ladeiras – CNS Consultores

Xésus Lage – Universidade de Vigo

**Impressão.**

Tórculo Artes Gráficas, S.A.

**ISBN.** 978-989-97959-6-9

**Capa.**

- © Imagem de Carine Camors; Fundación Cartier de París
- © World Cities Culture Fórum

Queremos agradecer expressamente à **“World Cities Culture Fórum”** a sua amabilidade ao ceder-nos a imagem desta capa, cujo original se exhibe na Fundación Cartier de París, e que foi incluída na publicação **“World Cities Culture Report 2012”**. Igualmente, manifestar o nosso reconhecimento e agradecimento à autora da fotografia, **Carine Camors**, por uma imagem que nos permite ilustrar de forma coerente o objeto desta publicação.

We would like to express our gratitude to **“World Cities Culture Forum”** that kindly gave us the permission to use the image in this cover. Its original is exhibited in Paris Cartier Foundation and has been included in **“World Cities Culture Report 2012”** publication. We also would like to demonstrate our recognition and appreciation to the author of the photo, **Carine Camors**, for this image that allow us to illustrate coherently the purpose of this publication.

## ÍNDICE

Resumo Executivo .....	1
1. Introdução .....	7
2. O projeto Imagina Atlântica .....	10
3. Política europeia de cultura .....	12
4. Políticas nacionais e regionais de cultura .....	17
5. Políticas municipais de cultura .....	27
6. Territórios criativos: Cultura como motor de desenvolvimento local e regional .....	49
7. Cultura, Economia e Emprego .....	54
8. Propostas de ações para um desenvolvimento local e regional baseado nas políticas culturais.....	62
I. Orientações Estratégicas .....	62
II. Catálogo de Ações .....	66
III. Fontes de Financiamento.....	96
IV. Limitações .....	101
9. Recomendações Finais .....	103
10. Bibliografia .....	108
11. Anexos .....	115

## Resumo Executivo

Apesar de ter sido plenamente assimilada a importância do conhecimento, da inovação e da tecnologia no acesso a um maior desenvolvimento dos fatores de produção e do bem-estar social, a Cultura é muitas vezes menosprezada, muito especialmente, o papel que assume no desenvolvimento da criatividade (atributo fundamental para o posicionamento e diferenciação de regiões e produtos num mercado global e competitivo).

O estudo “Cultura e Políticas Culturais como Motor de Emprego” pretende contribuir para a discussão do papel da cultura nas estratégias locais de desenvolvimento, muito especialmente, no que diz respeito ao crescimento económico e à criação de emprego.

Ao longo da sua elaboração ficou patente a necessidade de aproximar a cultura, as atividades culturais e os agentes culturais locais ao setor económico e à realidade socioeconómica de cada município.

Os dados e conclusões apresentados são resultado da realização de entrevistas abertas aos principais responsáveis pela política e ação cultural da Galiza e do Norte de Portugal (onde se incluem os municípios), da recolha de dados secundários relativos à caracterização e desempenho do setor cultural nas duas regiões e à análise de boas práticas nacionais e internacionais.

É, pois, com base nesta informação e análise que foi possível identificar áreas de atuação prioritárias e desenvolver propostas de ações concretas destinadas ao estímulo e maximização do potencial do setor cultural ao nível do seu contributo para o desenvolvimento local.

Importa, ainda, referir que a estratégia apresentada tem em consideração a aposta da Comissão Europeia (renovada, no próximo período de programação, no Programa Europa Criativa), que propõe e apoia a atuação à escala local, na promoção dos setores da cultura e da criatividade através de um conjunto de iniciativas políticas que deverão estar associadas, transversalmente, às políticas educativas, de comunicação e participação cidadã, às políticas industriais, às políticas económicas e de turismo, às políticas de desenvolvimento urbano e regional e de planeamento territorial.

A Euroregião Galiza-Norte de Portugal apresenta-se como uma região propensa à concretização destes objetivos por se caracterizar por uma forte presença de atividades culturais da mais diversa natureza que, ainda que de uma forma pouco estruturada, constituem já importantes contributos para a criação de emprego, fixação da população nas regiões do interior e para a melhoria da qualidade de vida dos seus cidadãos.

Ao nível institucional, as competências da definição e implementação das políticas culturais encontram-se dispersas por vários organismos.

Na região Norte de Portugal cabe à Direcção Regional de Cultura do Norte a implementação da política cultural do governo português, apresentando atribuições claramente vocacionadas para a preservação e conservação do património, sendo formalmente reduzida a sua competência para a promoção e o desenvolvimento do setor criativo e dos negócios culturais. A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte tem vindo a realizar algum trabalho nesta última área, em especial, através da promoção do desenvolvimento das indústrias criativas. Destaque, ainda, para o papel da ADDICT – Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas para a região Norte – que se tem assumido como plataforma para o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa.

Do lado galego, a Xunta está dotada de amplos poderes em matérias relativas à educação e à cultura, assumindo-se – conjuntamente com as *diputaci3ns* provinciais – como o principal ator da política cultural regional pelo volume de recursos quer económicos quer técnicos quer legais que gere, sendo notória a reorientação da política cultural regional no sentido da valorização dos símbolos e conteúdos culturais que institucionalizaram os traços distintivos da cultura galega para uma orientação que responda aos novos consumos do turismo cultural e para promoção das indústrias culturais, na procura de novas dimensões económicas da cultura, num momento de forte crescimento dos fluxos da cultura global.

Ambas as realidades vêm convergindo na delegação de competências (formal e/ou informal) em e na liderança dos municípios no âmbito cultural transformando-os em gestores de equipamentos, mecenas (que apoiam financeira e logisticamente os agentes culturais locais) e responsáveis pela oferta cultural e de entretenimento disponibilizada à comunidade local.

No entanto, rentabilizar o investimento municipal e/ou regional em cultura significa não apenas garantir audiências relevantes para as atividades culturais (de residentes e turistas) mas também fomentar a existência de um setor privado forte e empenhado no financiamento da cultura e na promoção do mercado de produtos e serviços criativos de modo a custear as infraestruturas culturais e os processos de distribuição, gestão e produção desses bens e serviços.

Significa, também, garantir uma gestão cultural partilhada, transparente e eficiente, baseada na melhor utilização possível dos recursos culturais existentes e no aproveitamento do seu potencial de criação de negócios e de empregos na Euroregião Galiza-Norte de Portugal.

O presente estudo projeta a vocação da cultura como elemento estratégico na prossecução de um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo através da identificação de ações que vinculem “holisticamente” a política cultural dos 34 concelhos que formam o Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular, com outras áreas da sua competência, destacando-se a educação, o turismo, a economia, o planeamento e ordenamento urbanístico, promovendo a cooperação, o intercâmbio de experiências e a realização conjunta de atividades.

As áreas de atuação identificadas como prioritárias pretendem **capacitar** os municípios para o uso da cultura como *driver* económico com base nos recursos já existentes, através da **formação** e qualificação dos recursos humanos, através do desenvolvimento de redes de **cooperação** da mais diversa natureza, **transformando** as cidades em territórios criativos e apostando na correta **comunicação** deste posicionamento e estratégia.

Ainda que definidas de uma forma genérica e, muitas vezes complementar entre elas, as ações constantes do estudo “Cultura e Políticas Culturais como Motor de Emprego” procuram garantir a especificidade e autenticidade identitária de cada cidade sem descuidar a necessidade de estabelecer formas de cooperação que assegurem a partilha e discussão de estratégias e metodologias.

Transversalmente às mesmas deve ser conseguida:

- a **redução do gap comunicacional** entre os órgãos decisores e os seus subordinados bem como entre as unidades orgânicas responsáveis pela implementação da política cultural municipal e as unidades responsáveis por áreas que lhe são conexas (especialmente, o turismo e o planeamento urbanístico);
- uma maior **especialização dos recursos humanos municipais** que desempenham funções em equipamentos culturais (não só ao nível da gestão económica e financeira dos recursos a seu cargo mas, também, ao nível da oferta de um atendimento mais profissional e personalizado);
- uma melhor **comunicação da efetiva relevância económica** e social do investimento municipal realizado em cultura bem como uma maior consciencialização do valor económico das atividades dos agentes culturais locais.

A **monitorização** e **avaliação** da atividade cultural municipal é outra atividade essencial à sua sustentabilidade quer ao nível do conhecimento dos públicos efetivos de cada um dos subsectores quer, ainda, no que diz respeito ao cumprimento (ou necessidade de revisão) dos objetivos definidos no âmbito da estratégia de desenvolvimento cultural local/regional.

**PRINCIPAIS CONCLUSÕES:**

1. As cidades competem entre si em termos de notoriedade e na conquista de população e massa crítica e a oferta cultural é um importante fator de diferenciação e posicionamento ao nível do marketing territorial.
2. É estratégico encontrar espaços de relacionamento entre os municípios de forma a gerar sinergias de cooperação no âmbito dos serviços públicos de cultura. Espaços de encontro entre os responsáveis políticos e os técnicos de cultura municipais para a partilha de informação e experiências que permitam identificar pontos comuns que contribuam para o estabelecimento de objetivos, também eles comuns, através dos quais se consolide uma planificação estratégica e uma agenda eurorregional no âmbito da cultura.
3. Importa reforçar a coordenação entre os diversos níveis institucionais com responsabilidades na preparação e oferta das programações culturais de forma a evitar sobreposições, duplicações e a repartição de audiências que possam contribuir para a existência de concorrência inter-institucional.
4. A maioria dos municípios da eurorregião não tem definida a sua política cultural (não possuem estratégias culturais de médio e longo prazos) e desconhecem os ganhos que poderiam vir a obter com a estruturação do investimento e da oferta culturais, nomeadamente, ao nível da inovação, do empreendedorismo e da cooperação.
5. É fundamental abordar o desenvolvimento do setor cultural local de forma integrada, muito especialmente, identificando inerências e complementaridades com o planeamento do território e compreendendo o seu contributo para a coesão social.
6. Máximizsar o potencial económico e de emprego da cultura passa por identificar as oportunidades que possam vir a ser geradas pela sua implementação em equipamentos e locais concretos. São exemplos, a sua capacidade de dinamização dos centros históricos ou a possibilidade de garantir usos e a conservação de equipamentos coletivos ou espaços livres (quer nas cidades quer em núcleos rurais).
7. O sucesso do desenvolvimento do setor cultural local depende da eliminação da estanquicidade dos fluxos de informação e cooperação entre diversas unidades orgânicas municipais e da criação de uma narrativa comum aos diferentes níveis de intervenção na política cultural de forma a potenciar a colaboração intramunicipal, intermunicipal e eurregional.
8. Do mesmo modo, sublinha-se a importância da coordenação institucional para o estabelecimento de políticas de cooperação sendo que, em cada concelho, é indispensável

- implicar os agentes culturais locais na definição dos objetivos a que responde a política cultural.
9. O sucesso do desenvolvimento do setor cultural local e regional depende da capacidade de participação e pro-atividade de todos os agentes culturais (incluindo a própria população) na programação e no desenvolvimento das ações culturais.
  10. A combinação da atividade cultural com a atividade económica, em especial, as atividades tradicionais e as relativas aos produtos locais, potenciam a identidade local, aprofundam o sentimento de pertença da população e conferem capacidade competitiva pela diferenciação aos produtos e serviços de base local.
  11. A comunicação e transparência resultam fundamentais para o conhecimento dos esforços públicos e privados em prol da cultura quer para difundir atuações e atividades quer para difundir objetivos, motivações e, até, o alcance da política cultural.
  12. Assume-se como prioritário não apenas que os agentes culturais tenham acesso à actividade económica como, principalmente, que os agentes económicos possam “usufruir” dos recursos culturais para potenciarem a sua atividade. São exemplos destas interações, a integração de agentes culturais em formações de empreendedorismo para empresários ou a utilização de espaços museológicos para divulgação e venda de produtos locais.
  13. Apesar de ser detentora de uma oferta formativa significativa e de qualidade, ao nível da cultura e das indústrias culturais e criativas, a Euroregião não tem demonstrado ser capaz de reter os profissionais que qualifica deixando, por esta via, de reter o valor acrescentado que os mesmo irão gerar aquando da sua entrada no mercado de trabalho.
  14. Do lado oposto, encontra-se o nível de qualificação dos recursos humanos (em especial, os municipais) responsáveis pela gestão dos equipamentos culturais. Estes ativos carecem de formação ao nível da gestão propriamente dita sem a qual não serão capazes de garantir a eficiência da utilização dos recursos culturais pelos quais são responsáveis bem como garantir a maximização quer do seu valor económico quer do seu valor social. Carecem, também, dos conhecimentos necessários à gestão e promoção da participação dos diferentes agentes culturais locais na sua atividade.
  15. O desenvolvimento das indústrias culturais e criativas na região Norte de Portugal deve ser analisado como uma boa prática a adotar pela Galiza, especialmente, ao nível do desenvolvimento de incubadoras para este tipo de negócios como forma de potenciar a inovação, o empreendedorismo e a criação de postos de trabalho. Ambas as regiões devem estruturar esta tipologia de oferta e apostar pela internacionalização dos respetivos produtos.

16. A capacidade da Eurorregião para criar emprego no âmbito da cultura depende, em primeira instância, da capacidade de somar sinergias. O Eixo Atlântico deve assumir, também neste âmbito, um papel catalisador e agregador das vontades e aspirações dos seus associados.

# Introdução 1

Nas últimas décadas do século XX os analistas sociais têm vindo a sublinhar que o valor dos significados e os atributos culturais são inseparáveis do valor de uso dos objetos pelo que se consomem significados e não apenas objetos<sup>1</sup>. Esta substituição da produção de objetos materiais por bens culturais é característico das novas sociedades pós-industrializadas<sup>2</sup>, processo acelerado pela globalização<sup>3</sup> e pela utilização das tecnologias de informação e comunicação<sup>4</sup>. Trata-se de uma envolvente “em rápida mutação e catalisada pela transição digital e pela globalização” geradora da alteração das cadeias de valor e do comportamento e expectativas dos consumidores<sup>5</sup>.

No entanto e apesar de ter sido plenamente assimilada a importância do conhecimento, da inovação e da tecnologia no acesso a um maior desenvolvimento dos fatores de produção e do bem-estar social é, frequentemente, menosprezada a importância da cultura e, muito especialmente, o papel crucial da criatividade para o desenvolvimento.

No que diz respeito à criatividade, ainda que se lhe possam atribuir diferentes significados, é consensual o reconhecimento da sua relevância económica pela capacidade de gerar ideias, de as gerir e implementar, acrescentando valor à mera funcionalidade de produtos e serviços.

Por esta razão, a cultura e a criatividade têm sido incluídas na conceptualização e concretização das políticas públicas. Em 2010, as conclusões do Conselho Europeu de 10 de maio (2010/C 135/05) definem que a complementaridade entre cultura, criatividade e inovação contribui para o progresso social e económico e reconhecem ser essencial consolidar a contribuição da cultura na estratégia Europa 2020 para um crescimento inteligente, sustentado e integrador, estabelecendo os âmbitos de atuação prioritários da União Europeia na integração da cultura nas políticas de desenvolvimento local e regional.

---

<sup>1</sup> Baudrillard (1972).

<sup>2</sup> Touraine (1993).

<sup>3</sup> Urry & Lash (1996).

<sup>4</sup> Castells (1997).

<sup>5</sup> Comissão Europeia (2012b)), p4.

Em 2011, a Comissão Europeia estabelece a proposta de Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho através da qual cria o Programa Europa Criativa<sup>6</sup>, um programa de apoio aos setores cultural e criativo europeus para o quadro financeiro plurianual 2014-2020.

Já em 2012, a Comissão Europeia apresenta uma estratégia na qual propõe a atuação à escala nacional, regional e local, na promoção dos setores da cultura e da criatividade através de um conjunto de iniciativas políticas que deverão estar associadas, transversalmente, às políticas educativas, industriais, económicas, de turismo, de desenvolvimento urbano e regional e de planeamento territorial<sup>7</sup>.

É, neste contexto, que podemos caracterizar a Euroregião Galiza-Norte de Portugal como uma região propensa à concretização das iniciativas antes apresentadas por ser caracterizada por uma forte presença de atividades culturais da mais diversa natureza que, ainda que de uma forma pouco estruturada (na maior parte dos casos), constituem importantes contributos para a criação de emprego, fixação da população às regiões do interior e para a melhoria da qualidade de vida dos seus cidadãos.

Importa, pois, estruturar esta oferta de forma a que se assuma também como atividade económica bem como explicitar que interligações com outros setores da sociedade, os quais influencia por via da inovação<sup>8</sup> desenvolvendo-se de modo a potenciar o investimento nela realizado e de forma a garantir um maior retorno para as populações<sup>9</sup>.

Rentabilizar o investimento municipal e/ou regional em cultura deve significar quer a garantia de audiências relevantes para as atividades culturais (de residentes e turistas) quer o fomento da existência de um setor privado forte e empenhado no financiamento da cultura e na promoção do mercado de produtos e serviços criativos de modo a custear as infraestruturas culturais e os processos de distribuição, gestão e produção desses bens e serviços.

Deve, ainda, significar a existência de uma melhor gestão cultural que, não podendo ser “lucrativa” em todas as suas atuações, deverá sempre garantir a melhor utilização possível dos recursos culturais existentes e aproveitar o potencial de criação de emprego na Euroregião Galiza-Norte de Portugal<sup>10</sup>.

Analisadas as políticas europeias, nacionais e regionais de cultura e tendo em consideração que “o estudo das atividades criativas na economia [é] um exercício relativamente recente e o

---

<sup>6</sup> COM (2011) 785 final.

<sup>7</sup> COM (2012) 537 final.

<sup>8</sup> Comissão Europeia (2012b)).

<sup>9</sup> De acordo com a Comissão Europeia (2012b)) investimentos em Cultura como, por exemplo, as Cidades Europeias da Cultura podem induzir a ganhos superiores a dez euros por euro investido.

<sup>10</sup> AECT (n.d.), p183.

conhecimento científico produzido não [está] consolidado e consensualizado”<sup>11</sup>, foi possível definir a Erorregião Galiza-Norte de Portugal como um território potencialmente criativo onde a cultura pode constituir um efetivo motor de desenvolvimento local e regional daqui resultando um catálogo de ações cuja implementação, por parte dos municípios associados do Eixo Atlântico, deverá contribuir para transformar o este sector num sector produtivo e sustentável.

Incluem-se, também, ações conjuntas e cooperativas (algumas delas que se propõem venham a ser lideradas pelo Eixo Atlântico enquanto rede de cidades) procurando não apenas o aproveitamento de eventuais economias de escala mas, sobretudo, como forma de implementar as prioridades estratégicas da União Europeia - “Coordenação política, sincronização de orçamentos e compromissos partilhados”<sup>12</sup> - sendo, os municípios e as regiões, responsáveis por “desenhar e implementar respostas políticas (...) aos desafios da Europa”<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> CCDR-N (2008), p21.

<sup>12</sup> Committee of Regions (n.d.), p17.

<sup>13</sup> Committee of Regions (n.d.), p21.

## O projeto Imagina Atlântica **2**

O projeto IMAGINA ATLÂNTICA é um projeto europeu aprovado no âmbito do programa de cooperação transnacional INTERREG IV B Espaço Atlântico e financiado pelo fundo europeu de desenvolvimento regional (FEDER) que tem como sócios:

- A Comunidade da Aglomeração da Gran Angoulême, entidade pública de cooperação intermunicipal, constituída por 16 municípios, com intervenção em múltiplos âmbitos estratégicos da economia, do ambiente, do território, dos transportes e das políticas sociais. É o chefe de fila do projeto, contando com um importante polo de indústrias da imagem e uma notável tradição nas indústrias culturais relacionadas com a banda desenhada e o cinema;
- O Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular, associação de 34 municípios da Galiza e do Norte de Portugal, com uma vasta experiência no fortalecimento da coesão e estruturação do sistema de agrupamentos urbanos transfronteiriços;
- A *Diputación Provincial* de Ourense, entidade pública local com importante atividade na promoção e gestão cultural, tanto na cidade de Ourense, como nos municípios que formam parte da província;
- A *Dirección Xeral de Xuventude e Voluntariado*, da *Consellería de Traballo e Benestar* da Xunta de Galicia, órgão da administração pública autonómica da Galiza responsável pela gestão e implementação de programas e atividades vocacionados para a juventude;
- A Fundação da Juventude, entidade privada de direito público, constituída por 21 instituições públicas e privadas de Portugal, com sede no Porto, com a missão de realizar e apoiar iniciativas que promovam a integração da juventude âmbito laboral e profissional;
- *Technium CAST (Centre for Advanced Software Technology, Limited)*, filial da Universidade de Bangor para o apoio a empresas, empreendedores e projetos que utilizem tecnologias da imagem e multimédia e o software das tecnologias da informação e comunicação; tem financiamento misto (público-privado) e colabora com múltiplas empresas e organismos públicos do País de Gales.

O principal objetivo do projeto IMAGINA ATLÂNTICA é a criação de um *cluster* atlântico das tecnologias da imagem que sirva para valorizar o património e a identidade das regiões atlânticas europeias. Durante a execução do projeto (2010-2013), está a ser realizada a incubação uma agência de promoção de empresas, de profissionais e de criadores bem como festivais no âmbito do audiovisual e multimédia, ações que têm permitido, tal como estava previsto na proposta do projeto, a realização das seguintes atividades:

- O estudo dos recursos existentes no âmbito do audiovisual;
- O intercâmbio de estudantes e jovens profissionais;
- A produção de aplicações multimédia que valorizem o património;
- A elaboração de um documento estratégico – Territórios Criativos – que permitirá identificar oportunidades, no âmbito das indústrias culturais e criativas, nos territórios geográficos dos sócios do projeto;
- A criação de um *cluster* da imagem com escala internacional.

O *cluster* atlântico da imagem (particularmente ligado à ilustração gráfica, ao cinema de animação e às tecnologias numéricas interativas da imagem) contará com a participação de empresas, autoridades locais, centros de investigação e centros de formação mobilizados pelos sócios do projeto, nas respetivas áreas geográficas de influência.

O projeto coloca especial ênfase na inclusão e participação dos jovens no *cluster*, atento o seu potencial empreendedor e criativo e a sua apetência pelas novas tecnologias, entendendo-se que estas competências devem ser potenciadas no contexto das economias locais e regionais e na criação de novos postos de trabalho.

Trata-se de um projeto de cooperação territorial assente no desenvolvimento de sinergias ao nível do potencial criativo de cada uma das regiões que estimule a criação de “uma eumorregião das indústrias criativas do multimédia e da imagem” formalmente representada pela já mencionada agência europeia de promoção e valorização das tecnologias da imagem.

## 3

## Política europeia de cultura

A política cultural da União Europeia, até há pouco tempo, era praticamente inexistente sendo da competência exclusiva de cada um dos Estados-membro. As primeiras medidas da União Europeia neste âmbito datam dos anos 80 assumindo um carácter meramente subsidiário, complementando ou coordenando as ações concretizadas pelos diversos Estados.

O tratado de Maastricht (em 1991) vem realçar a importância da construção europeia poder incluir, também, a cultura, muito embora as ações culturais continuassem a manter o carácter subsidiário que tinham até aqui.

Para além do interesse pela democratização da cultura, da atenção ao património e da sua contribuição para a coesão social, num comunicado da Comissão Europeia de 20 de novembro de 1996 (“Política de coesão e cultura. Um contributo para o emprego”) sublinha-se que:

*... a cultura pode contribuir de forma significativa para o emprego. Os produtos e indústrias culturais oferecem possibilidades de criação de emprego que vão mais além dos efeitos de medidas “mais clássicas” como a valorização do património cultural. A cultura não é só uma ocupação pública geradora de gastos suplementares; também forma parte cada vez mais da economia privada, onde dispõe de um forte potencial de crescimento, portador de elementos de criatividade, inovação e produção de benefícios para as economias regionais e locais...<sup>14</sup>*

Nesse documento, devido à falta de dados estatísticos sobre o emprego no setor cultural, é enumerada uma série de experiências que justificam a oportunidade da utilização e inclusão da cultura nas mais diversas estratégias, com o intuito de “reforçar e diversificar o potencial do desenvolvimento local e regional”, e aumentar “a sinergia entre o apoio à cultura, através dos fundos estruturais, e outros programas”.

Em 1998, o primeiro Programa Quadro da Comunidade Europeia para a cultura (2000-2004) apresenta um novo enfoque para ação cultural da União Europeia, assente em dois eixos principais:

*1. A racionalização e a coerência das ações comunitárias em prol da cooperação cultural num único instrumento de financiamento e de programação. 2. A integração explícita da cultura nas ações e políticas comunitárias...<sup>15</sup>*

<sup>14</sup> COM (1996) 512 final, p2.

<sup>15</sup> COM (1998) 266, p5.

Neste primeiro programa, denominado «Cultura 2000», está presente uma constante referência ao potencial das atividades culturais como atividades geradoras de emprego.

Com o virar do século a União Europeia passa a dispor de dados estatísticos e relatórios especializados sobre a chamada economia da cultura, do emprego e do número e volume de atividade das indústrias culturais e criativas<sup>16</sup>, esforço promovido pela Agenda da Cultura Europeia<sup>17</sup> e que culmina, em 2010, com a publicação do *Livro Verde – Desbloqueado o potencial das indústrias culturais e criativas*<sup>18</sup>.

No livro verde refere-se a existência de “um grande potencial ainda não explorado nas indústrias culturais e criativas para criar crescimento e emprego”<sup>19</sup>. Atribui-se a estas indústrias capacidade de alavancagem de outros setores de atividade económica na procura de um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, as três prioridades da estratégia Europa 2020 definida pela Comissão Europeia em março desse mesmo ano<sup>20 21</sup>, prioridades para as quais a estratégia delimita cinco objetivos sendo, a primeira delas, a necessidade de proporcionar maiores níveis de emprego.

Neste documento é, ainda, realçada a contribuição das indústrias culturais e criativas no reforço das economias locais e regionais,

na promoção do património cultural para uma utilização empresarial; o desenvolvimento de infraestruturas e serviços culturais para apoiar o turismo sustentável; a criação de agrupamentos de empresas locais e a associação entre as indústrias culturais e criativas e a indústria, a investigação, o ensino e outros setores; a criação de laboratórios inovadores; o desenvolvimento de estratégias transfronteiriças integradas para gerir os recursos naturais e culturais e revitalizar as economias locais; e o desenvolvimento urbano sustentável.”<sup>22</sup>

Note-se que, apesar de alguns trabalhos académicos relatarem uma relação causal entre as grandes zonas urbanas e as indústrias culturais e criativas, “não existe nenhuma relação direta entre as indústrias culturais e criativas e a dimensão do mercado de trabalho ou a população”<sup>23</sup>,

---

<sup>16</sup> A Comissão Europeia (EUROSTAT) no Programa quinquenal 1998-2002 incluiu a elaboração de estatísticas culturais comunitárias comparáveis com o objetivo de definir, controlar e avaliar as intervenções no âmbito da cultura. Entre os estudos contratados pela Comissão Europeia (Direção Geral de Educação e Cultura), são especialmente relevantes os realizados pela consultora KEA em 2006, *The Economy of Culture in Europe*, e em 2009, *The impact of culture on creativity*.

<sup>17</sup> COM (2007) 242.

<sup>18</sup> Comissão Europeia (2010), p183.

<sup>19</sup> Comissão Europeia (2010), p2.

<sup>20</sup> COM (2010) 2020.

<sup>21</sup> No Livro Verde cita-se, também, o trabalho dos serviços da Comissão, *Challenges for EU support to innovation services. Fostering new markets and jobs through innovation*, SEC (2009) 1195, documento no qual se reconhecem as indústrias culturais e criativas como setores de crescimento.

<sup>22</sup> Comissão Europeia (2010), p15.

<sup>23</sup> Comissão Europeia (2010), p15.

como demonstra a diversidade da distribuição regional dos sistemas industriais e de inovação na União Europeia<sup>24</sup>.

No livro verde defende-se abertamente a definição de uma estratégia de desenvolvimento integrado tanto no que toca aos diferentes níveis territoriais como no que diz respeito às políticas públicas, contando com a participação de empresas, trabalhadores e associações.

Estas recomendações estiveram presentes na reunião do Conselho da União Europeia de 10 de maio de 2010 sobre a “contribuição da cultura para o desenvolvimento regional e local” (2010/C 135/05). Aí, incentivaram-se quer os Estados-membro quer a Comissão a adotar um conjunto de medidas que permitam a realização de cinco âmbitos prioritários:

- A integração da cultura nas políticas de desenvolvimento local e regional;
- O fomento, à escala regional e local, de um contexto favorável para as indústrias culturais e criativas, especialmente, para as pequenas e médias empresas;
- O aumento do contributo da cultura para o turismo sustentável;
- A promoção da criatividade na educação e da formação no desenvolvimento de novas capacidades para o crescimento do capital humano e para o fomento da coesão social;
- O reforço da cooperação cultural transfronteiriça, transnacional e inter-regional.

O Conselho da União Europeia e os representantes dos governos dos Estados-membro concordaram em adotar, no final de 2010, um plano de trabalho em matéria de cultura para o período 2011-2014 que se encontra vigente (DO C325/1 de 2.12.2010), no qual são estabelecidas seis prioridades vinculadas aos objetivos estratégicos definidos na Agenda Europeia para a Cultura<sup>25</sup> e o desenvolvimento das prioridades da estratégia Europa 2020. As prioridades do plano de trabalho são:

- a) Diversidade cultural, diálogo intercultural e cultura acessível e integradora;
- b) Indústrias culturais e criativas;
- c) Competências e mobilidade;
- d) Património cultural, incluindo a mobilidade das coleções;
- e) A cultura nas relações externas;
- f) Estatísticas culturais.

Em junho de 2011, nas conclusões do Conselho da União Europeia sobre a contribuição da cultura para a aplicação da Estratégia Europa 2020 (DO C175/1 de 15.6.2011), convidam-se os Estados membro e a Comissão a considerar o papel da cultura nas políticas, nos programas e nos financiamentos.

---

<sup>24</sup> Power e Nielsén (2010).

<sup>25</sup> COM (2010) 390.

A Comissão também assume esse compromisso quando, em 29 de junho de 2011, aprova a proposta de orçamentos para a Estratégia Europa 2020, o Quadro Financeiro Plurianual 2014-2020 e decide criar um programa quadro único (denominado de Europa Criativa) que integra os programas atualmente em execução (os programas Cultura, MEDIA e MEDIA Mundos) e inclui um novo instrumento financeiro dedicado ao apoio às pequenas e médias empresas e às organizações dos setores culturais e criativos.

Em novembro de 2011, a Comissão Europeia apresentou a proposta de regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho da Europa no qual se estabelece e define o Programa Europa Criativa<sup>26</sup>.

No momento de redação deste trabalho, o último documento de relevância relacionado com as políticas de cultura e emprego é o comunicado da Comissão da União Europeia ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, “Promover os setores da cultura e da criação para o crescimento e o emprego na União Europeia”<sup>27</sup>. Nele é sublinhado o reduzido reconhecimento dado destes setores para o desenvolvimento social e económico da União Europeia, como justificação da proposta apresentada para “aproveitar melhor o potencial destes setores na UE a fim de contribuir para o crescimento e o emprego”<sup>28</sup>.

Ainda de acordo com a Comissão Europeia<sup>29</sup>, os setores culturais e criativos na União Europeia representam 4,5% do produto interno bruto e 8,5 milhões de empregos (nas áreas da arquitetura, dos arquivos e bibliotecas, do artesanato, do audiovisual - incluindo o cinema, a televisão, os jogos de vídeo e multimédia -, do património cultural, do design - incluindo o design de moda -, dos festivais, da música, das artes performativas e das artes plásticas, da edição e da rádio<sup>30</sup>) e apresentam-se relativamente resistentes à atual recessão económica<sup>31</sup> destacando-se pela elevada percentagem recursos humanos jovens quando comparado com o resto da economia europeia<sup>32</sup>.

Desta forma a cultura é assumida pela União Europeia como parte integrante da estratégia Europa 2020, uma estratégia vocacionada para a obtenção de um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo que visa a recuperação e crescimento económico da Europa, procura o crescimento do emprego, o desenvolvimento do I+D+i, o combate e adaptação às alterações climáticas (apostando no desenvolvimento das energias renováveis), no aumento da educação e na redução da pobreza e da exclusão social.

A Comissão propõe atribuir aos “Estados-membro, em todos os seus níveis territoriais e com a participação, quando se justifique, de todas as partes interessadas públicas e privadas”, um amplo

---

<sup>26</sup> COM (2011) 785.

<sup>27</sup> COM (2012) 537.

<sup>28</sup> COM (2012) 537, p2.

<sup>29</sup> Comissão Europeia (2012a)).

<sup>30</sup> Comissão Europeia (2012b)).

<sup>31</sup> Comissão Europeia (2012a)).

<sup>32</sup> Comissão Europeia (2012b)).

conjunto de iniciativas políticas. Pela sua parte, compromete-se a ajustar os quadros normativos relacionados com os setores culturais e criativos e a negociar “com o Parlamento Europeu propostas de instrumentos de financiamento para o período 2014-2020” optando-se pela adoção de uma “abordagem holística” que vincule as políticas de cultura, indústria, economia, educação, turismo, ordenamento do território, entre outras.

Recomenda, por outro lado, o estabelecimento de parcerias e o planeamento conjunto entre “estados membros, regiões, cidades, parceiros socioeconómicos e sociedade civil”<sup>33</sup>, recomendação extensível às políticas e atividades culturais e corporizada nos objetivos do Programa Cultura (programa europeu de cofinanciamento de atividades culturais que visam promover a mobilidade transnacional de pessoas que trabalhem no setor cultural, fomentar a circulação de obras e produtos artísticos e culturais e fomentar o dialogo intercultural).

O presente estudo insere-se nesta vocação da cultura como elemento estratégico na prossecução de um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, na procura de identificação de ações que vinculem “holisticamente” a política cultural dos 34 concelhos que formam o Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular, com outras áreas da sua competência como sejam a educação, o turismo, a economia, o planeamento e ordenamento urbanístico promovendo a cooperação, a partilha de experiências e a realização conjunta de atividades.

---

<sup>33</sup> Committee of Regions (n.d.), p17.

# 4

## Políticas nacionais e regionais de cultura

Como acontece com a maioria das políticas públicas, a política cultural em Portugal tem variado o seu rumo estratégico em função dos diferentes governos constitucionais e, até, em função dos diversos titulares da pasta da cultura (seja ela ministério ou secretaria de Estado). No entanto, é possível identificar algumas prioridades que, transversalmente, foram sendo desenvolvidas nos vários ciclos governativos<sup>34</sup>.

A democratização da cultura (por via do acesso “universal” aos bens e oportunidades culturais) e a generalização de consumos culturais esclarecidos são exemplos desse compromisso do Estado para com a sociedade<sup>35</sup>.

A política cultural nacional, nas últimas décadas, priorizou o investimento em “redes de estruturação da vida cultural ao longo do território”<sup>36</sup> (isto é, na criação de infraestruturas culturais) mas descorou a potenciação da capacidade de alavancagem da economia e do emprego por parte da ação cultural não estando desenvolvidas quaisquer orientações estratégicas dedicadas ao desenvolvimento do emprego cultural ou à criação de empresas culturais.

A cedência da gestão destas infraestruturas a fundações (que assumem um papel de extrema relevância no desenvolvimento cultural do país, muito especialmente, a fundação Calouste Gulbenkian, a fundação Serralves ou a fundação das descobertas – gestora do centro cultural de Belém) e aos próprios municípios contribuiu, também, para um maior distanciamento entre administração central e a realidade económica inerente à atividade cultural.

Em bom rigor, os princípios de eficiência económica e comercial das “artes”, começaram a ser introduzidos nas políticas públicas de cultura através da definição dos critérios de atribuição de subsídios sob a perspetiva de maximização da eficiência dos recursos públicos e da busca tendencial da autossuficiência das infraestruturas culturais<sup>37</sup> mas mantendo-se sempre uma forte dimensão do “mecenato” público como principal financiador da cultura em Portugal.

---

<sup>34</sup> Santos (2007)

<sup>35</sup> Centeno (2009), p2983.

<sup>36</sup> Centeno (2009), p2984.

<sup>37</sup> Henriques (2002), p75.

O programa do XIX governo constitucional (governo em funções à data de elaboração do presente documento), define a cultura como “fator de coesão e identidade nacional”<sup>38</sup> e propõe a libertação do “potencial das indústrias criativas [e o apoio à] implementação do negócio digital”<sup>39</sup>.

Assume a existência de uma vertente económica associada ao setor cultural ao identificar a necessidade de internacionalizar a cultura para promover “o alargamento de mercados do sector artístico”<sup>40</sup> expressando-o, de forma inequívoca, no capítulo dedicado às indústrias criativas e definindo (entre outras) como principais linhas de atuação<sup>41</sup>:

- A promoção do desenvolvimento de projetos plurianuais;
- O fomento da circulação interna da criação artística;
- A promoção da proximidade e articulação entre os criadores e as indústrias de modo a potenciar o valor económico de projetos e talentos;
- A divulgação internacional dos criadores portugueses em todos os quadrantes das artes;
- O apoio à criação de gabinetes empresariais vocacionados para a gestão de entidades culturais independentes.

Destaca, finalmente, a menção expressa ao<sup>42</sup>:

- Apoio aos *clusters* empresariais na área tecnológica e indústrias criativas;
- Desenvolvimento de uma estrutura de apoio ao “empreendedorismo tecnológico e criativo”.

A implementação do programa de governo na área cultural encontra-se, ainda, em fase embrionária sendo que a secretaria de Estado da cultura tem vindo a desenvolver estudos caracterizadores do setor cultural e criativo em Portugal, diagnóstico essencial à definição de uma estratégia de ação.

Realça-se, contudo, que a necessidade e forma de promover a criação de emprego cultural não aparece refletida no programa de governo e da secretaria de Estado de cultura. Apenas de forma indireta têm vindo a ser disponibilizados apoios para a promoção desta tipologia de postos de trabalho, em especial, através das suas ações de “incentivo à criação artística e à difusão cultural, na qualificação do tecido cultural e na internacionalização da cultura portuguesa”<sup>43</sup>.

De facto, os programas INOV-ART e Rede de Residências surgem como uma exceção ao cenário antes descrito ao apoiar, no primeiro caso, “a profissionalização de jovens nos domínios culturais e artísticos através de um estágio profissional”<sup>44</sup> e, no segundo, “a realização de projetos de caráter

<sup>38</sup> Presidência do Conselho de Ministros (2011), p124.

<sup>39</sup> Presidência do Conselho de Ministros (2011), p125.

<sup>40</sup> Presidência do Conselho de Ministros (2011), p128.

<sup>41</sup> Presidência do Conselho de Ministros (2011), p129 e seguintes.

<sup>42</sup> Presidência do Conselho de Ministros (2011), p133.

<sup>43</sup> Ministério da Cultura (2011) p21.

<sup>44</sup> Ministério da Cultura (2011) p42.

experimental e transdisciplinar”<sup>45</sup> sempre no contexto formativo que, contudo, não abrange as áreas tão fundamentais como a gestão, a gestão cultural, o empreendedorismo ou o acesso ao mercado de trabalho (em especial, através das indústrias criativas).

Importa, também, destacar – no contexto da política nacional de cultura - a ação da Direção-Geral das Artes que tem a seu cargo as políticas de apoio às artes e que garante, como parte da sua missão

...o apoio a agentes culturais independentes, a promoção ativa da internacionalização da arte e dos artistas portugueses, a divulgação de trabalhos de criadores e intérpretes através de publicações em diversos suportes, o estímulo à inovação e à experimentação no campo das artes.<sup>46</sup>

Este organismo apoia e colabora com projetos (alguns deles de caráter municipal) que visam promover a criação de emprego e o desenvolvimento local/regional através da cultura como, por exemplo, a Iniciativa Bairros Críticos, onde a cultura assume um papel central em processos de reinserção social e de recuperação de bairros degradados.

Ao nível regional é, a Direção Regional de Cultura do Norte, a instituição que tem como responsabilidade a implementação da política cultural do governo da República. As suas atribuições são claramente vocacionadas para a preservação e conservação do património<sup>47</sup> a par do desenvolvimento de condições para a sua fruição sendo formalmente reduzida a sua competência para a promoção e o desenvolvimento do setor criativo e dos negócios culturais (ainda que se assuma como um dos mais relevantes gestores culturais regionais).

A sua atuação deverá vir a ser suportada, a breve trecho, no livro branco da cultura para as cinco regiões-plano (Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve), a elaborar pela secretaria de Estado da cultura com o objetivo de ajustar “a quantidade de equipamentos culturais disponíveis e a sua sustentabilidade”<sup>48</sup>.

---

<sup>45</sup> Ministério da Cultura (2011) p43.

<sup>46</sup> In [www.dgartes.pt](http://www.dgartes.pt)

<sup>47</sup> Artigo 9º do Decreto-lei n.º 126-A/2011, de 29 de Dezembro.

<sup>48</sup> Presidência do Conselho de Ministros (2011), p128.

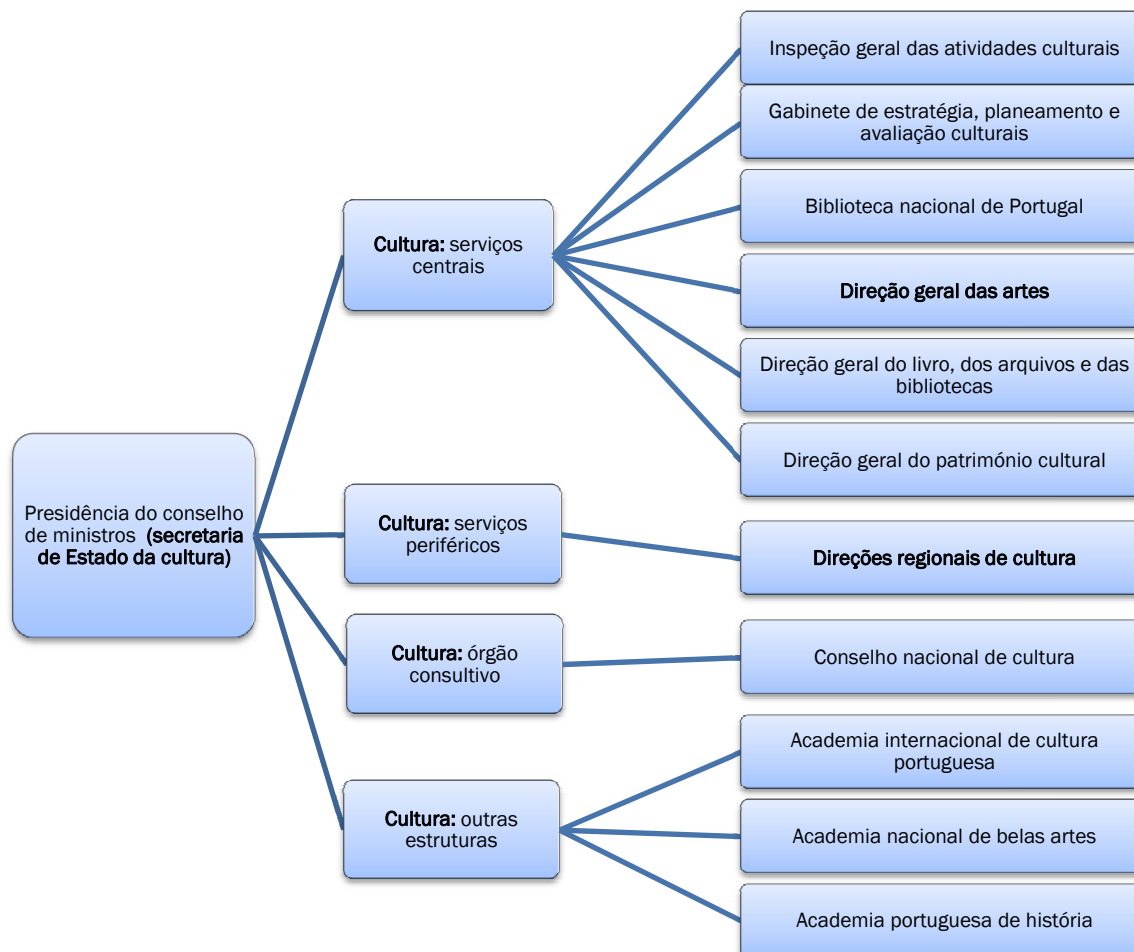


Figura 1 – Estrutura orgânica da secretaria de Estado da cultura

Ao nível da política regional de cultura importa referir o papel que a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte tem desempenhado, em especial, ao nível do desenvolvimento das indústrias criativas. Este organismo apresentou, em 2008, a Agenda Regional das Indústrias Criativas onde se define “um novo paradigma de desenvolvimento que aproxima a cultura à

economia, reconhecendo que a criatividade, o conhecimento, a inovação e o acesso à informação são os motores do desenvolvimento no mundo global”<sup>49</sup>.

Nele se estabelece como missão da região, ao nível das indústrias criativas, tornar o ...Norte na região criativa de Portugal pela conceção e implementação de um adequado modelo de governação que suporte o aumento da capacidade e empreendedorismo criativos, o crescimento dos negócios criativos e a atratividade dos Lugares Criativos, visando o reforço da massa crítica do capital criativo da região<sup>50</sup>.

Paradoxalmente, sendo este um documento de carácter regional, a estratégia por ele defendida centra-se na consolidação da área metropolitana do Porto enquanto território criativo sendo assumida a importância da disseminação, pelo restante território, “de incubadoras/ninhos de empresas” que integrem e promovam os negócios criativos<sup>51</sup>.

Importa, ainda, referir o papel da ADDICT – Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas para a região Norte, que se assume como uma plataforma para o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa através do conhecimento, informação, promoção e coordenação do sector das indústrias criativas e que lidera, atualmente, o desenvolvimento e consolidação do respetivo *cluster* regional.

A sua proposta de ação para 2012-2013 baseia-se em três eixos estratégicos: as pessoas, a economia e os lugares, apostando no desenvolvimento da criatividade individual, da criatividade empresarial e da criatividade urbana.

A figura seguinte resume as principais orientações estratégicas da política nacional portuguesa e da região Norte de Portugal de cultura.

---

<sup>49</sup> CCDR-N (2008), p4.

<sup>50</sup> CCDR-N (2008), p88.

<sup>51</sup> CCDR-N (2008), p88.

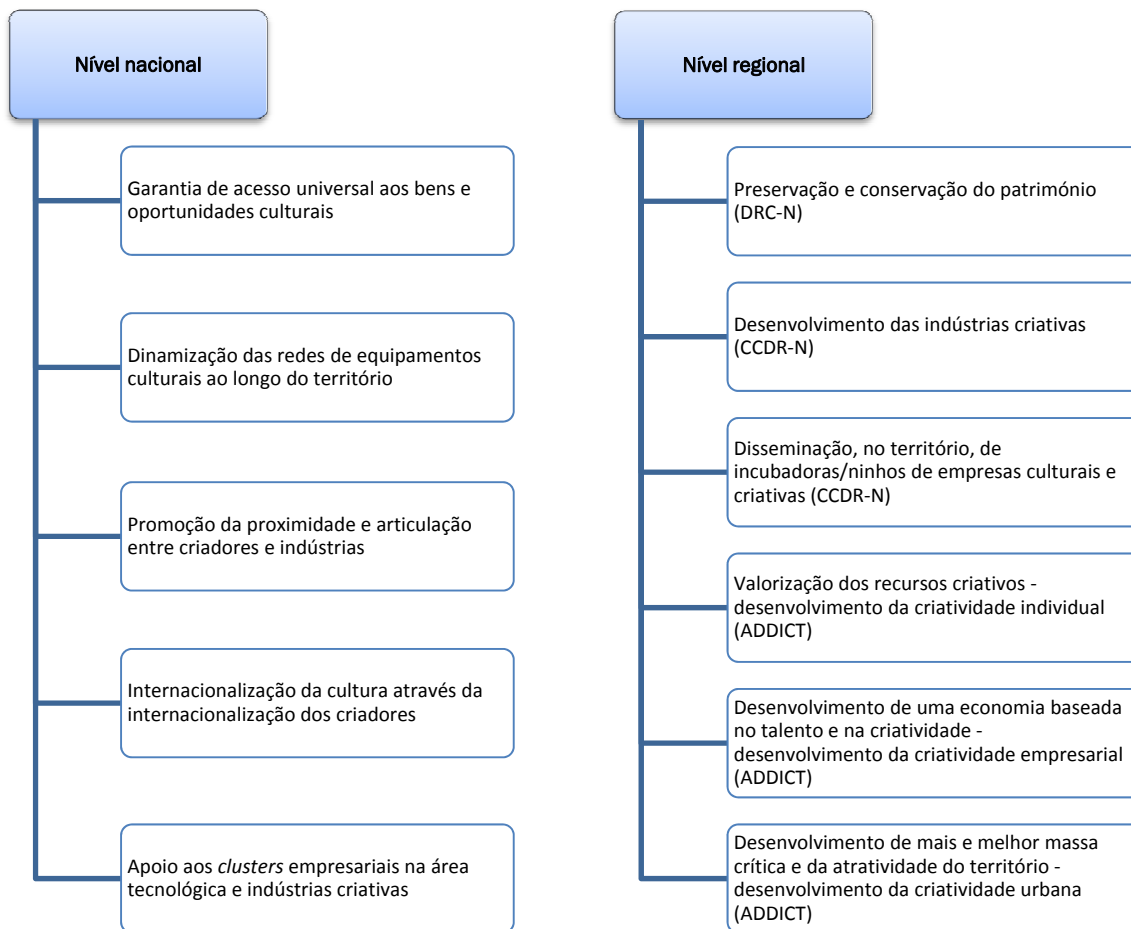


Figura 2 – Orientações estratégicas da política nacional e regional de cultura para o Norte de Portugal (resumo)

Em Espanha, a política cultural está constitucionalmente instituída desde 1978, delimitando o papel da administração pública do Estado como promotor dos serviços de difusão social da cultura, reconhecendo a pluralidade cultural e linguística do Estado.

Ao ministério da cultura, criado em 1977, são cometidas as competências relativas ao património, belas artes e espetáculos (cinema, teatro, música e dança), embora, no processo de descentralização política, as competências em cultura sejam posteriormente transferidas para as

comunidades autónomas, simplificando-se a estrutura e delegando-se as competências do governo do Estado.

Nas políticas da administração central do Estado, não obstante as características que se vão introduzindo nas diferentes legislaturas, pode reconhecer-se uma certa continuidade na estrutura organizativa do ministério e nas prioridades das políticas culturais. Já a descentralização das competências culturais configurou um modelo concorrencial entre os diferentes níveis da administração pública. Para a administração central fica reservada a competência de proteção dos bens culturais contra a exportação, a relativa à propriedade da produção normativa relacionada com os direitos de autor e a relativa à supervisão das normas relacionadas com a liberdade de expressão, a criação, a comunicação e a regulação dos meios de comunicação. É proprietária de instituições culturais relevantes (museus, arquivos e bibliotecas), ainda que a sua gestão possa ter sido delegada<sup>52</sup>.

Os principais objetivos da política cultural da administração central em Espanha, segundo o relatório do *Real Instituto Elcano* (2004) denominado de “*Política Cultural en España*” e atualizado por Anna Villarroya (2011)<sup>53</sup>, são:

- A conservação e a promoção do património cultural;
- A criatividade cultural, articulada em redor da normativa de proteção intelectual e dos direitos de autor, o ensino artístico e a promoção dos criadores;
- O acesso à cultura, apesar das limitações e demora em angariar públicos fora da cultura de massas ou de conseguir a participação dos cidadãos na definição de conteúdos;
- A identidade espanhola, especificamente, a relativa à imagem exterior da cultura espanhola. Internamente, a identidade articula-se à volta do reconhecimento da diversidade cultural e linguística. Essa diversidade, com a chegada das novas imigrações vem acrescentar uma maior complexidade às questões identitárias.

No campo da atuação, o contributo das políticas culturais da administração central do Estado com outros âmbitos sociais, especificamente com o desenvolvimento económico e o emprego, é inquestionável. As ações na reabilitação e conservação do património, recuperação de centros históricos, construção e reutilização de equipamentos, o surgimento de novos canais de rádio e televisão e o apoio ao cinema e, em geral, às produções audiovisuais e aos criadores artísticos bem como os postos de trabalho existentes nos serviços públicos de cultura vêm constituindo, desde sempre, um importante dinamizador da economia e do emprego.

No que se refere às políticas culturais do governo autonómico da Galiza, o *Estatuto de Autonomía de Galicia*, de 1981, estabelece no seu artigo 32º a “defesa e promoção dos valores culturais do povo galego”. A partir de então, esta comunidade autónoma está dotada de amplos poderes em matérias

<sup>52</sup> *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos* (2004) e Zallo (2011).

<sup>53</sup> Villarroya (2011).

relativas à educação e à cultura, transformando-se no principal ator da política cultural regional quer pelo volume de recursos económicos quer técnicos quer, ainda, legais que passa a gerir.

Nos anos 80, as duas primeiras legislaturas são caracterizadas pela reconstrução da legitimidade cultural e identitária. As políticas culturais são dirigidas à recuperação do património tangível e intangível, ao apoio à consolidação de instituições culturais, folclóricas e tradicionais e à promoção linguística. Inicia-se, também, a criação de uma rede de equipamentos, bibliotecas, museus, arquivos, centro dramático, instituto da imagem, televisão e rádio autonómica.

Nas quatro legislaturas seguintes (de 1990 em 2005), as políticas culturais passam a ter uma forte ligação à promoção do Caminho de Santiago e dos anos *Xacobeos* (1993, 1999, 2004), com o claro intuito de correlacionar o património cultural à projeção turística e ao desenvolvimento económico.

Em 1996, é incorporada à *consellería* de cultura a designação de “Comunicação Social”, passando a constar do seu organigrama a direção geral de meios de comunicação social e audiovisual e com o enquadramento da *Compañía de Radio Televisión de Galicia* (CRTVG).

Neste período de quatro legislaturas é visível uma reorientação da política cultural regional, no sentido da valorização dos símbolos e conteúdos culturais que institucionalizaram os traços distintivos da cultura galega, para uma orientação que respondesse aos novos consumos do turismo cultural e à promoção das indústrias culturais, na procura de novas dimensões económicas da cultura, num momento de forte crescimento dos fluxos da cultura global<sup>54</sup>.

Os orçamentos associados à cultura conhecem um importante reforço como resultado da progressiva incorporação de sociedades públicas na *consellería*:

- em 1997: a CRTVG, a *Turgalicia* (Sociedade de Imagem e Promoção Turística da Galiza S.A.), e a *Sociedad Anónima de Xestión do Plan Xacobeo*;
- em 1999: a Sociedade de Redes de Telecomunicações Galegas (RETEGAL, S.A., empresa pública para a gestão das infraestruturas e serviços de telecomunicação institucionais na comunidade autónoma);
- em 2001: a *Fundación Pública Cidade da Cultura de Galicia*.

Em 2005, inicia-se uma nova etapa na política cultural. Deixam de “pertencer” à *Consellería* as sociedades públicas da CRTVG, da *Turgalicia*, de *Xestión do Plan Xacobeo* e da RETEGAL mantendo-se na estrutura, apenas a *Fundación Pública Cidade da Cultura de Galicia* e o *Instituto Galego das Artes Escénicas e Musicais* (IGAEM).

Nesta legislatura, aposta-se no reforço da identidade cultural, na normalização linguística, na criação de conteúdos e no apoio à consolidação do tecido das indústrias culturais. Dois exemplos da

<sup>54</sup> Observatório da Cultura Galego (2007) pp30 -37.

vontade de planificar e desenhar uma estratégia cultural inovadora foram a criação da *Axencia Audiovisual Galega* (uma unidade administrativa de apoio e fortalecimento da criação audiovisual “com identidade própria e força suficiente para se situar no mundo globalizado”<sup>55</sup>, um organismo que potenciou os novos criadores e a divulgação do audiovisual galego), e a *Axencia Galega de Industrias Culturais* (AGADIC, que substitui o IGAEM e cujo objeto é a “promoção e a consolidação do tecido empresarial no sector cultural galego, cooperando no fornecimento de fatores produtivos, no fomento da oferta de bens e serviços e na atribuição de rendimentos suficientes e estáveis”<sup>56</sup>).

Em 2009, na oitava legislatura é marcada por um contexto de pronunciada recessão económica que limita, progressivamente, os investimentos realizados pela *Consellería*. A ela são reincorporadas as competências no âmbito do turismo. Mas, em janeiro de 2012, a *Secretaría Xeral para o Turismo* integra a *Consellería* de Presidência, e esta *Consellería* passa a denominar-se de *Cultura, Educación e Ordenación Universitaria*.

Esta legislatura marca, ainda, uma rutura com a política cultural da anterior, também ela devida às medidas de austeridade orçamental que reduzem significativamente sua capacidade de realização de investimentos. Extingue-se a *Axencia Audiovisual Galega* mas mantém-se a AGADIC e parece sobressair alguma incapacidade para garantir uma procura que permita prescindir das agora poucas ajudas públicas.

As prioridades culturais concentraram-se inicialmente na promoção do *Xacobeo* de 2010, para posteriormente se direcionar para o funcionamento da Cidade da Cultura e a sua divulgação como equipamento estrela da cultura galega. Aposta-se na promoção das indústrias culturais e na projeção das produções culturais no exterior e, no que toca ao património cultural, na promoção do sistema galego de bibliotecas.

---

<sup>55</sup> Página de apresentação da *Axencia Audiovisual Galega*.

<sup>56</sup> Lei 4/2008, do 23 de maio, de criação da *Axencia Galega das Industrias Culturais*, Artigo nº 3.- Objeto e âmbito, DOGA, nº111 de 10 de junho de 2008, p10961.

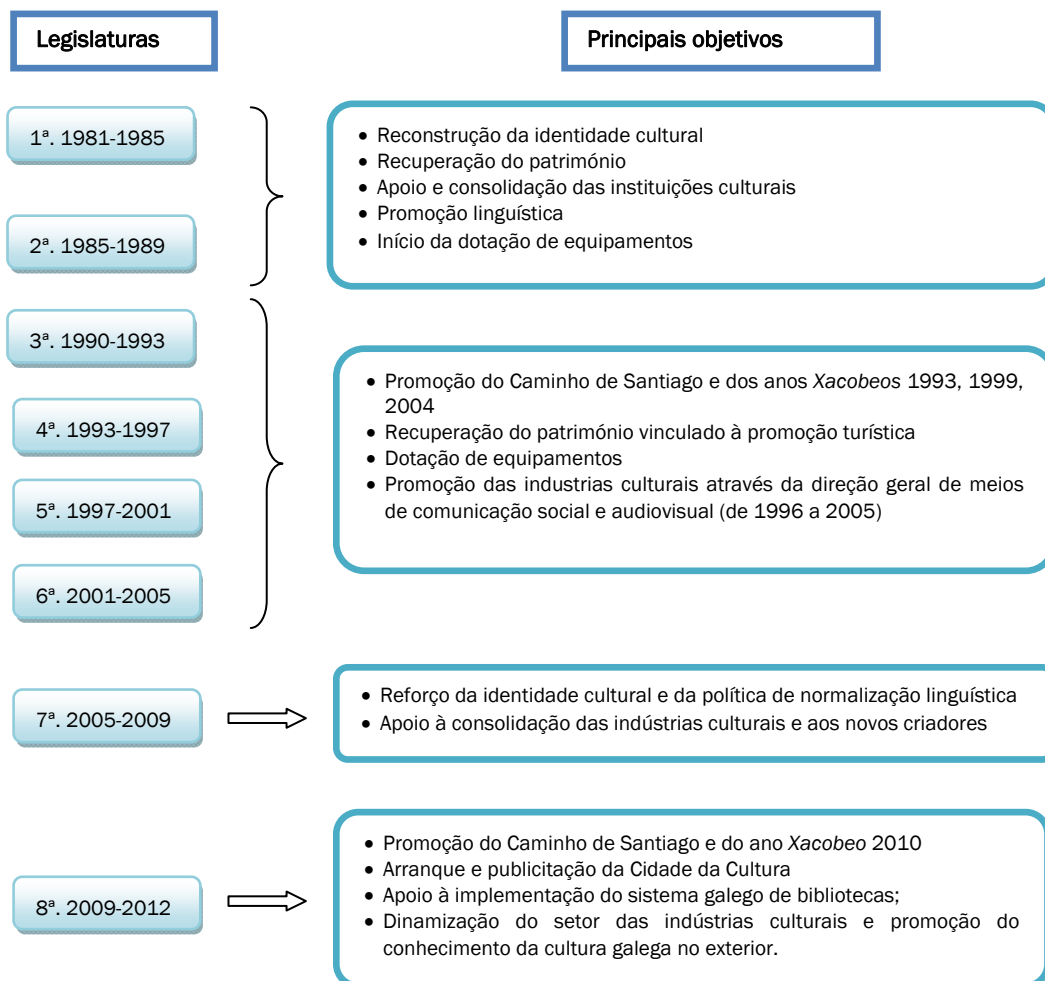


Figura 3 – Galiza: Políticas culturais autonómicas (resumo).

Como indicado no sítio da internet da atual *Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria*, as suas atribuições e competências gerais, em matéria cultural, são:

- A promoção e difusão da cultura;
- A proteção e promoção do património cultural da Galiza, da Cidade da Cultura e dos Caminhos de Santiago.

# 5

## Políticas municipais de cultura

As opções da política cultural do governo da República portuguesa condicionam as estratégias municipais nessa área tendo, os municípios portugueses seguido o exemplo governamental ao optarem pela priorização da criação de infraestruturas culturais de uma forma ainda mais expressiva que o próprio governo central (em 2007, a despesa cultural dos municípios duplicava a do Estado)<sup>57</sup> que, em muitos casos, cofinancia essas mesmas infraestruturas.

Regra geral, os municípios são agentes executores (e não geradores) da política cultural pública partilhando, com o governo central, os custos de investimento e, em muitos casos, a gestão dos equipamentos criados.

Esta partilha de responsabilidades veio a promover uma cada vez maior relevância da cultura nas políticas municipais e dos bens e serviços culturais no conjunto da atividade municipal<sup>58</sup> e é também, neste contexto, que assumem crescente importância, as empresas municipais criadas para assegurar quer a gestão dos equipamentos culturais municipais quer para garantir a implementação da política cultural local.

Assim, ao longo das últimas décadas os municípios portugueses têm vindo a desenvolver competências no âmbito cultural transformando-se em:

- Gestores de equipamentos,
- Mecenias (que apoiam financeira e logisticamente os agentes culturais locais),
- Responsáveis por oferecer cultura e entretenimento à comunidade local.

Importa reter que as cidades competem entre si em termos de notoriedade e na conquista de população e massa crítica sendo a oferta cultural um dos fatores de diferenciação e posicionamento das mesmas. No entanto e apesar de tal configurar um facto geralmente aceite, a maior parte dos municípios da portugueses não define a sua política cultural em função dos ganhos que poderá vir a obter nestes âmbitos nem tão pouco são conscientes do papel que devem desempenhar com vista

---

<sup>57</sup> Centeno (2009), p2984.

<sup>58</sup> Centeno (2009), p2986.

à criação de um ambiente favorável à implementação e desenvolvimento de um setor cultural economicamente relevante baseado na inovação, no empreendedorismo e na cooperação.

Acresce, ainda, que se verifica uma quase inexistência de políticas municipais de cultura definidas formalmente, estruturadas no curto, médio e longo prazos e que incluam medidas que permitam explorar o potencial criativo local reforçando, em simultâneo, a importância da cultura no planeamento do território e o seu contributo para a coesão social.



Figura 4 – Orientações estratégicas da política municipal de cultura em Portugal (resumo)

No caso do Norte de Portugal, verifica-se uma grande concentração de indústrias criativas na área metropolitana do Porto sendo, no entanto, um fenómeno que se tem vindo gradualmente a alargar ao resto da região. Fora da área metropolitana do Porto, Braga e Guimarães<sup>59</sup> têm sido os territórios

<sup>59</sup> CCDR-N (2008), p25.

que maior aposta têm efetuado no desenvolvimento do setor económico cultural baseando-o na massa crítica associada a estas cidades.

Nesta região, as cidades assumem-se como concorrentes entre si não desenvolvendo, por opção, ações colaborativas ao nível cultural e, de uma forma geral, têm apostado pela criação de incubadoras dedicadas ao desenvolvimento das indústrias criativas de base local contando com o apoio do programa operacional ON2 que, entre 2011 e 2014, apoiará esta tipologia de investimentos com cerca de 62 milhões de euros.

No quadro seguinte encontram-se identificadas as incubadoras de indústrias criativas atualmente existentes (em funcionamento ou em fase de desenvolvimento de projeto) sendo que cinco dos dez municípios aí identificados são associados do Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular.

Cidade	Incubadora de Indústrias Criativas
Braga*	<b>GeNeRation Lab</b> (projeto em desenvolvimento para reabilitação das antigas instalações da GNR)
Chaves*	<b>Centro de Incubação de Indústrias Criativas</b> (projeto em desenvolvimento para reabilitação das antigas instalações do magistério primário)
Matosinhos*	<b>Incubadora de Empresas Criativas</b> (projeto em desenvolvimento para reabilitação do mercado municipal)
Paredes	<b>Fábrica do Design e da Inovação de Paredes</b> - futura <b>Incubadora de Design e Arquitetura de Paredes</b>
Porto*	<b>INSerralves</b> (acolhe projetos nas áreas do <i>design</i> , vídeo, produção de conteúdos, conservação e restauro, tecnologias de informação, entre outras) <b>UPTEC - Pólo de Indústrias Criativas do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto</b> (integrado por empresas de cinema, vídeo e audiovisual, televisão e rádio, imprensa, <i>design</i> , artes performativas e visuais, arquitetura, música, software educacional e de entretenimento... simultaneamente, procura contribuir para a regeneração do centro urbano do Porto) <b>Centro de Criatividade Digital - ARTSpin</b> (engloba negócios nas áreas da arte e <i>design</i> , comunicação, tecnologias criativas e audiovisual) <b>Centro de Apoio à Cultura e Criatividade em Ambiente Urbano - Estaleiro</b> (mercado de criadores em áreas como o artesanato e moda, conservação e restauro, comunicação e audiovisual) <b>Árvore XXI</b> (espaço da cooperativa Árvore destinado a atrair e formar mais criadores, captar mais trabalho para artistas e apoiar o empreendedorismo no sector das indústrias criativas)
São João da Madeira	<b>Olive Creative Factory</b> (acolhe empresas e projetos nos domínios do <i>design</i> , <i>design</i> de moda, TIC, artes performativas, artes visuais, antiguidades, artesanato e joalheria)
Santa Maria da Feira	<b>Centro de Criação de Teatro e Artes de Rua</b> (criação e produção artística para o espaço público na vertente performativa e multidisciplinar. Oferece a jovens criadores condições de concretização dos seus projetos criativos)
Santo Tirso	<b>IMOD</b> (integra a incubação empresarial, nas vertentes tecnológica e criativa, mais especificamente da moda, a animação artística e cultural, a dinamização de novos espaços de fruição e de consumo ligados às artes e à criatividade, num quadro de sustentabilidade da relação da cidade com o rio e dos novos “negócios criativos”)
Vila Nova de Cerveira	<b>Incubadora de Indústrias Criativas Bienal de Cerveira</b> (acolhe projetos nas áreas das artes visuais - arte digital, pintura, escultura, fotografia, desenho, gravura e cerâmica - <i>design</i> , arquitetura, antiguidades, restauro, joalheria, <i>design</i> de moda, cinema, vídeo, audiovisual e <i>software</i> educacional e de entretenimento)
Vila Nova de Gaia*	<b>Inova.Gaia</b> (inclui incubação de empresas nas áreas da informação, comunicação e multimédia)
* Município associado do Eixo Atlântico	

Figura 5 - Incubadoras para indústrias criativas na região Norte de Portugal (informação recolhida através da internet em dezembro de 2012)

Relativamente à despesa exclusivamente com cultura realizada pelos municípios da região Norte de Portugal, foi possível apurar que ela representou, em 2010, cerca de 28,5% do total nacional de despesas municipais com cultura, correspondendo a cerca de 95 milhões de euros<sup>60</sup>.

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística, esse mesmo ano apresenta uma expressiva diminuição deste tipo de despesas (agregadas com as despesas municipais em desporto) caindo para níveis inferiores aos registados em 2001, conforme se pode visualizar na figura seguinte<sup>61</sup>, refletindo uma significativa perda da sua relevância no âmbito das atribuições municipais e parecendo constituir um dos setores mais afetados pela crise económica e financeira nacional e europeia, ao nível da diminuição da despesa pública.



Figura 6 – Despesas em cultura e desporto (milhares de €) dos municípios por Localização geográfica; Anual - INE, Financiamento Público das Atividades Culturais das Câmaras Municipais

Atenta a descrição antes efetuada é possível resumir as principais ações estratégicas partilhadas pelos municípios da região Norte de Portugal na figura seguinte.

<sup>60</sup> Informação disponível em [www.pordata.pt/Municipios](http://www.pordata.pt/Municipios)

<sup>61</sup> Informação disponível em

[http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&indOcorrCod=0001129&contexto=pi&selTab=tab0](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0001129&contexto=pi&selTab=tab0)

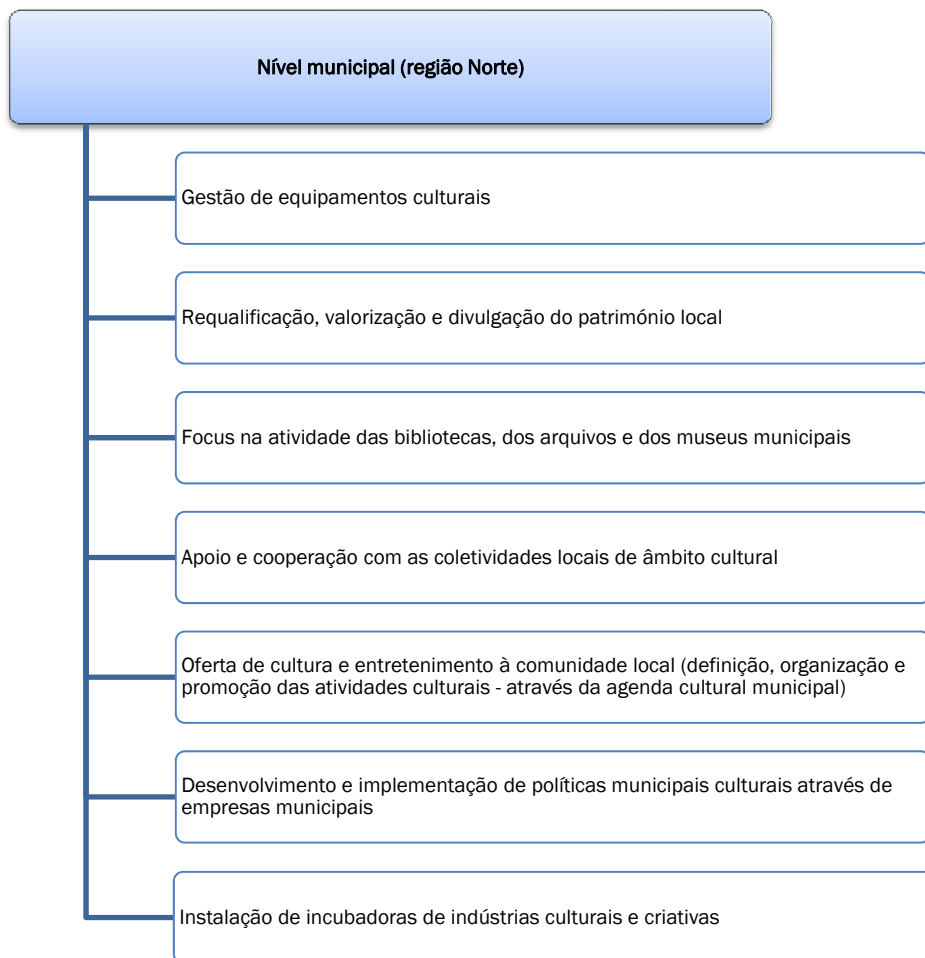


Figura 7 – Principais ações estratégicas de política municipal de cultura no Norte de Portugal (resumo)

Por outro lado, as entrevistas realizadas aos responsáveis municipais pela implementação da política cultural de nível local permitiu concluir que as cidades do Eixo Atlântico destacam a relação de complementaridade existente entre cultura e o turismo assumindo que a um mais alto nível de atividade cultural corresponde uma maior atratividade turística.

Através delas foi, também, possível concluir pela existência de uma relativa estanquidade dos fluxos de informação e cooperação entre as unidades orgânicas responsáveis pela cultura e outras (do mesmo município) que lhe são conexas ou para as quais deveria contribuir, em especial, as responsáveis pelo turismo e pelo desenvolvimento local. Denota-se, contudo, uma crescente preocupação por parte do planeamento urbanístico com a definição de espaços culturais (espaços para os agentes culturais, espaços de cultura e espaços para vivenciar a cultura) e uma consciencialização crescente do papel da cultura na definição do nível da qualidade de vida no município.

Um outro sinal positivo detetado prende-se com a expressão da vontade de agregar os agentes culturais locais e regionais envolvidos nas ações culturais que ocorrem no município através do apoio à consolidação de redes formais e informais e em que a autarquia é consciente da importância do seu papel enquanto pivô de entendimentos.

Como sinal negativo, nas entrevistas realizadas aos atores culturais (incluído os responsáveis municipais de cultura) do Norte de Portugal foi vincada a falta de uma narrativa comum aos diferentes níveis de intervenção na política cultural (do nacional ao local) facto que condiciona a colaboração entre eles e potencia a existência de *gaps* de desenvolvimento cultural entre municípios de alta e de baixa densidade populacional bem como entre municípios do litoral e do interior.

A participação dos agentes culturais e da própria população na programação e no desenvolvimento das ações culturais municipais é, também, entendida de forma diferente: enquanto alguns municípios consideram a participação da população na cultura meramente sob a perspetiva de audiência e se isolam na definição da programação e da oferta cultural a disponibilizar, outros municípios entendem que os agentes culturais devem ser chamados à definição da oferta cultural a disponibilizar integrando, nessa definição, a própria comunidade local.

Das entrevistas realizadas aos responsáveis destaque, ainda, para a importância atribuída ao público/audiência galega para a sustentabilidade da atividade cultural e para o retorno do investimento efetuado pelos diversos municípios do Norte de Portugal.

Ao nível da quantificação do investimento em cultura, as cidades portuguesas associadas ao Eixo Atlântico demonstram assumir um comportamento bastante diferenciado. Vila Nova de Gaia é o município que em 2009 e 2010 lidera o investimento em cultura (agregado com as despesas municipais em desporto) sendo ultrapassado, em 2011, pelo município do Porto. No lado contrário, os municípios do interior são aqueles que menor despesa em cultura realizam.

Também ao nível dos municípios portugueses associados ao Eixo Atlântico se confirma o decréscimo do investimento em cultura (agregado com as despesas municipais em desporto) no ano de 2010 como representado na figura seguinte.

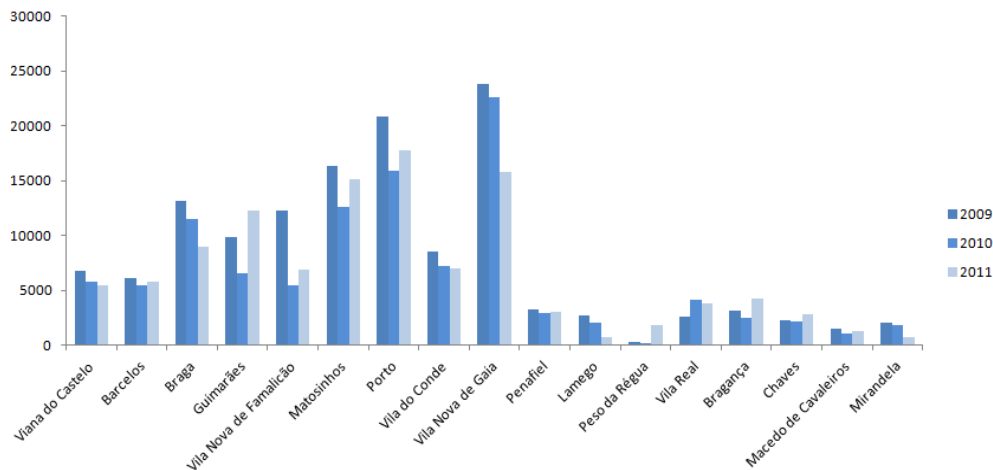


Figura 8 - Despesas em cultura e desporto (milhares de €) dos municípios por localização geográfica; Anual - INE, Financiamento Público das Atividades Culturais das Câmaras Municipais.

Em Espanha as políticas públicas locais de cultura experimentaram um forte incremento nas duas últimas décadas, muito embora se tenha verificado que os serviços culturais demoraram mais a estabelecer-se que os outros serviços do Estado social. O incremento das políticas culturais verifica-se com a descentralização de competências e de recursos para as comunidades autónomas mas, como frequentemente se argumenta, à descentralização política não correspondeu uma proporcional transferência de recursos para os municípios. Entre o poder do Estado central e os concelhos, são as administrações e as capitais autonómicas que detêm o poder transferido a partir da capital do reino.

Por outro lado, parecem prevalecer, na gestão pública da cultura na Galiza, as relações pessoais e diretas entre responsáveis políticos das administrações públicas autonómicas ou das *diputaci3ns* e os responsáveis das autarquias locais, associações ou entidades afins que se sobrepõem às relações entre técnicos de cultura, indústrias culturais e públicos. Tal facto pode limitar o estabelecimento de consensos o mais amplos possível no que respeita à fixação de objetivos e valores (que devem partilhados) sobre os quais deve assentar a gestão dos serviços públicos de cultura.

O nível local da administração pública em Espanha é composto por duas entidades principais, os *concellos* e as *diputaci3ns*.

As *diputaci3ns* provinciais conjuntamente com as desaparecidas caixas de aforro e a administra33o auton3mica t3m sido os tr3s principais atores das pol3ticas culturais auton3micas. No entanto, as compet3ncias culturais das *diputaci3ns* n3o est3o claramente delimitadas e n3o existe uma verdadeira coordena33o entre as *diputaci3ns* e a administra33o auton3mica no momento do estabelecimento das programaa3es culturais (sendo espor3dicas as colaboraa3es existentes).

A pol3tica cultural das *diputaci3ns* desenvolve-se em tr3s 3mbitos:

- Apoio aos concelhos, principalmente os mais pequenos e com precariedade financeira, na realiza33o de atividades culturais,
- Fomento da cultura em prol da cidadania atrav3s de subs3dios dados a entidades associativas sem fins lucrativos, bolsas de estudos art3sticos e pr3mios art3sticos, liter3rios ou musicais,
- Manuten33o da sua pr3pria rede de equipamentos e programas culturais.

No que diz respeito aos concelhos h3 que fazer uma primeira refer3ncia 3 sua diversidade. Se forem tidos em considera33o os crit3rios demogr3ficos como crit3rios comparativos e classificadores, dos 315 concelhos galegos 63% (199) t3m menos de cinco mil habitantes e, apenas, 16,5% da popula33o. No lado oposto, com mais de vinte mil habitantes encontram-se apenas 22 concelhos (que correspondem a 7% do total) mas onde residem cerca de 51% dos galegos.

As duas prov3ncias atl3nticas s3o as que agrupam mais concelhos de maior dimens3o em termos de popula33o, concentrados na envolvente das rias e interligados pela proximidade do corredor da autoestrada A9.

A Coruña						
Escalões Populacionais	Nº concellos	% concellos	Pop. 2011	% Pob.	Com Depto. Cultura	Sem Depto. Cultura
<b>Menos de 2 000</b>	12	12,8	17 891	1,6	-	12
<b>2 000 - 4 999</b>	29	30,9	104 610	9,1	7	22
<b>5 000 - 9 999</b>	31	33,0	214 188	18,7	12	19
<b>10 000 - 19</b>	11	11,7	152 002	13,3	5	6
<b>20 000 - 49</b>	8	8,5	244 235	21,3	7	1
<b>Mais de 50 000</b>	3	3,2	414 198	36,1	3	-
<b>Total</b>	94	100,0	1 147 124	100,0	34	60
Lugo						
Escalões Povoacionais	Nº concellos	% concellos	Pop. 2011	% Pob.	Com Depto. Cultura	Sem Depto. Cultura
<b>Menos de 2 000</b>	23	34,3	31 549	9,0	1	22
<b>2 000 - 4 999</b>	31	46,3	97 697	27,8	3	28
<b>5 000 - 9 999</b>	7	10,4	49 733	14,1	1	6
<b>10 000 - 19</b>	5	7,5	74 544	24,8	4	1
<b>20 000 - 49</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Mais de 50 000</b>	1	1,5	98 007	27,9	1	-
<b>Total</b>	67	100,0	351 530	100,0	10	57
Ourense						
Escalões Povoacionais	Nº concellos	% concellos	Pop. 2011	% Pob.	Com Depto. Cultura	Sem Depto. Cultura
<b>Menos de 2 000</b>	58	63,0	73 280	22,0	-	58
<b>2 000 - 4 999</b>	24	26,1	65 480	19,6	-	24
<b>5 000 - 9 999</b>	5	5,4	33 265	10,0	2	3
<b>10 000 - 19</b>	4	4,3	53.230	16,0	4	-
<b>20 000 - 49</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Mais de 50 000</b>	1	1,1	108 002	32,4	1	-
<b>Total</b>	92	100,0	333 257	100,0	7	85
Pontevedra						
Escalões Povoacionais	Nº concellos	% concellos	Pop. 2011	% Pob.	Com Depto. Cultura	Sem Depto. Cultura
<b>Menos de 2 000</b>	2	3,2	2 474	0,3	-	2
<b>2 000 - 4 999</b>	20	32,3	66 776	6,9	3	17
<b>5 000 - 9 999</b>	15	24,2	98 196	10,2	4	11
<b>10 000 - 19</b>	16	25,8	230 083	23,9	5	11
<b>20 000 - 49</b>	7	11,3	186 341	19,3	6	1
<b>Mais de 50 000</b>	2	3,2	379 641	39,4	2	-
<b>Total</b>	62	100,0	963 511	100,0	20	42
Galiza						
Escalões Povoacionais	Nº concellos	% concellos	Pop. 2011	% Pob.	Com Depto. Cultura	Sem Depto. Cultura
<b>Menos de 2 000</b>	95	30,2	125 194	4,5	1	93
<b>2 000 - 4 999</b>	104	33,0	334 563	12,0	13	93
<b>5 000 - 9 999</b>	58	18,4	395 382	14,1	20	38
<b>10 000 - 19</b>	36	11,4	509 859	18,2	17	18
<b>20 000 - 49</b>	15	4,8	430 576	15,4	13	2
<b>Mais de 50 000</b>	7	2,2	999 848	35,8	7	0
<b>Total</b>	315	100,0	2 795 422	100,0	71	244

Figura 9 – Critérios demográficos (Galiza) [Fonte: INE, Nomenclator; IIMFG 2011]

As duas províncias orientais, Lugo e Ourense, apresentam uma maior concentração de concelhos de menor dimensão populacional, muito concretamente, aqueles com menos de dois mil habitantes (estas duas províncias agregavam 81 dos 98 concelhos com essa dimensão demográfica, em 2011).

O critério do tamanho demográfico tem uma forte correlação com o facto dos concelhos galegos possuírem ou não um departamento administrativo dedicado à cultura. Habitualmente, os concelhos com maior número de habitantes possuem orçamentos maiores e, conseqüentemente, podem proporcionar mais serviços públicos aos seus habitantes, não obstante, o tamanho da população não constituir a única variável explicativa da decisão de criar um departamento administrativo específico para a cultura. Relevam variáveis como a sensibilidade dos autarcas e dos seus executivos, o fator imitação (do que fazem os concelhos vizinhos), o volume de trabalho gerado à volta da gestão das atividades culturais, a existência prévia de um departamento cultural, como possíveis variáveis explicativas da razão pela qual um determinado concelho opta por criar/consolidar uma estrutura estável para a gestão dos serviços públicos de cultura.

Nos finais da década de 80, eram 30 os concelhos que possuíam departamentos administrativos de cultura e, 20 anos depois, esse número cresceu para 71<sup>62</sup>. No segundo “Mapa Cultural de Galicia” são identificados 138 concelhos que reconhecem possuir recursos humanos dedicados à gestão cultural, ainda que não dispendo de um departamento administrativo específico. Em conjunto correspondem a 2 terços (66%) dos concelhos galegos, percentagem ilustrativa do interesse e do grau de institucionalização que a cultura vem assumindo entre os responsáveis políticos locais.

A presença de profissionais da gestão cultural ou com formação profissional específica em animação sociocultural é determinante para vertebrar a política cultural de um concelho. Mais importante que as atitudes voluntaristas dos responsáveis políticos locais ou do pessoal administrativo do município, a presença de profissionais de gestão cultural para programar ou gerir propostas culturais contribui decisivamente para a dinamização sociocultural, para a institucionalização dos serviços públicos de cultura e para um maior e mais profundo enraizamento de práticas de consumo cultural.

De uma forma geral, ao longo do território galego, é usual encontrar programações que procuram dar sequência a ciclos festivos e, conseqüentemente, determinadas em função das estações do ano. Estas programações incorporam artistas ou grupos locais contribuindo, de certa forma, para

<sup>62</sup> Os dados apresentados relativos a finais dos anos 80 são de BOUZADA, X.; PIDAL, B.; RODRÍGUEZ, L. (1991) “*Mapa cultural de Galicia. A situación sociocultural dos concellos galegos*”. Santiago de Compostela: Consellería de Cultura e Xuventude. Dirección Xeral de Cultura e Xuventude, Xunta de Galicia.

Os dados relativos ao final da primeira década do século XXI são de LAGE, X.A.; TRABADA, E; FERNÁNDEZ, M. (2011). “*A situación sociocultural dos concellos galegos de menos de 50 000 habitantes. II Mapa cultural de Galicia*”. Santiago de Compostela: CCG. Textos disponíveis em pdf nas publicações on-line CCG, em: <http://consellodacultura.org/mediatecal>. Neste último caso, acrescentaram-se os concelhos de que se tem conhecimento de possuírem departamento administrativo de cultura e que em tempo oportuno não responderam ao inquérito realizado.

dinamizar social e culturalmente a vida concelhia: corais, grupos de música e dança tradicional, grupos de *pop* ou *rock*, grupos de teatro, artistas plásticos ou artesãos locais, complementando-se com outras atividades realizadas em equipamentos socioculturais e bibliotecas.

Em função dos orçamentos disponíveis contratam-se espetáculos musicais, teatrais, de imagem ou de animação (fornecidos por artistas regionais, nacionais ou internacionais) que podem fazer parte de programações estáveis e especializadas e, através dos quais, cada município tenta posicionar-se no panorama das ofertas culturais comarcal, provincial, regional ou nacional e internacional, no caso dos concelhos de maior dimensão.

As prioridades culturais que expressam os responsáveis políticos locais de cultura passam por oferecer atividades que proporcionem ocupação e vida social aos equipamentos criados, nos municípios, nos últimos anos (para os quais a contribuição do FEDER foi decisiva).

Em alguns casos concretos, o discurso dos representantes políticos vai mais além desta gestão sendo assinalado, entre as prioridades culturais municipais, o objetivo de incrementar o bem-estar e a coesão social.

Tal como na região Norte de Portugal, a crise económica atual tem afetado drasticamente a capacidade de manutenção dos serviços culturais nos concelhos, daí resultando uma diminuição na criação de equipamentos culturais, uma maior preocupação com a necessidade de avaliar os custos com o pessoal adstrito à gestão cultural, uma diminuição do apoio ao tecido associativo sociocultural dos municípios bem como, uma mais assertiva avaliação dos custos das atividades culturais a desenvolver.

Como mencionado, as diferenças existentes entre os concelhos são notáveis: as capacidades de programação, disponibilidade de equipamentos, o número e nível formação dos recursos humanos e os orçamentos para a cultura são muito dispares quando comparados os sete concelhos mais populosos da Galiza (com mais de setenta mil habitantes) face aos restantes.

Estes sete concelhos partilham, no entanto, com os restantes concelhos galegos a vontade de dinamização sociocultural da cidadania local, seguindo os ciclos do ano e as festividades de forma a que as atividades e propostas culturais desenvolvidas atinjam os diferentes públicos e espaços - bairros urbanos ou localidades rurais - do seu território. Nestas atividades predomina, geralmente, o conceito de «democracia cultural» (a cultura é entendida como processo no qual se torna essencial a participação da cidadania) verificando-se, nos sete concelhos mais populosos da Galiza que a esta componente se acrescenta o conceito de «democratização da cultura» (constituindo-se, o município como facilitador do acesso às expressões artísticas dos criadores profissionais por parte dos cidadãos satisfazendo, por um lado, a procura dos consumidores culturais atuais e, por outro, formando/educando novos públicos).

É, nesta última componente, onde se verificam as maiores diferenças entre municípios urbanos (com cidades) e os restantes municípios galegos uma vez que as suas programações incluem eventos ou ciclos estáveis das mais diversas manifestações artísticas, procurando a excelência cultural que é usada como atrativo não apenas para satisfazer o consumo de cultura da comunidade local mas, também, como cartão de visita para visitantes.

A excelência do património local e das expressões culturais que ostenta um concelho é aproveitada como atributo identitário, constituindo bens simbólicos e sociais que são valorizados ao nível do *marketing* territorial e ao nível da comunicação da indústria cultural vinculada ao turismo.

Esta relação entre património, cultura e turismo é outra das componentes partilhada por todos os concelhos galegos, em sintonia com as alterações verificadas ao nível do seu entendimento desta relação pela Europa e no mundo global sendo que as cidades galegas competem entre si e com outras cidades da Península Ibérica na atração de turistas com base na sua cultura e património.

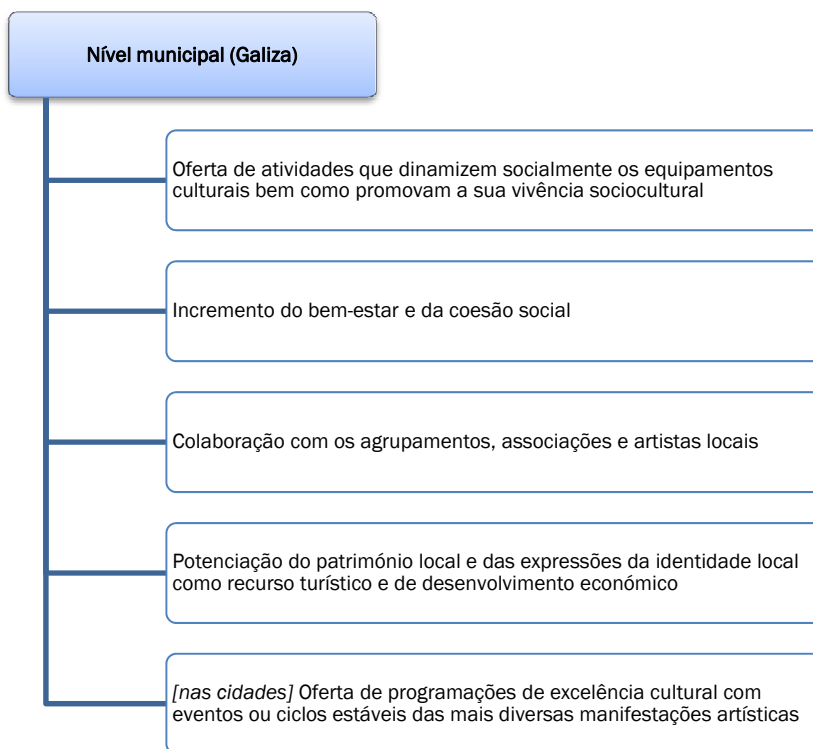


Figura 10 – Principais ações estratégicas de política municipal de cultura da Galiza (resumo)

Apesar do esforço realizado por parte dos concelhos galegos para se dotarem de equipamentos e recursos humanos capacitados para a gestão dos serviços públicos de cultura, nas últimas duas décadas têm-se observado o surgimento de situações paradoxais: não existe qualquer concelho, nem «grande» nem «pequeno», que tenha um plano estratégico de cultura ou possua métodos rigorosos de avaliação/monitorização das atividades realizadas. Apesar dos responsáveis políticos e técnicos serem conscientes da indispensabilidade e importância destes instrumentos, a urgência e a necessidade de concretizar ações culturais tem adiado quer a reflexão quer a definição destes instrumentos.

Neste contexto, ainda que existam responsáveis políticos, nos concelhos, que identificam a importância estratégica das indústrias culturais e criativas, a atuação das políticas municipais não estende à intervenção e o apoio às artes não industriais, com exceção da música.

Seguindo a definição adotada pela União Europeia<sup>63</sup> as artes não industriais são o núcleo do contexto das artes: artes visuais como a pintura, a escultura, o artesanato ou a fotografia; artes cénicas como o teatro, marionetes, dança, circo ou festivais; sem esquecer a valorização do património através dos museus, das bibliotecas, dos arquivos, das construções de interesse público, dos recintos históricos ou dos lugares arqueológicos.

A única indústria cultural que merece destaque pela aposta que nela fazem os concelhos galegos é a música. Existem inúmeras escolas de música, conservatórios, agrupamentos musicais e associações que recebem o apoio dos concelhos e o leque de manifestações musicais é amplo, indo desde a aposta pela excelência das orquestras sinfónicas (como nos casos da Corunha e de Santiago de Compostela) até à procura da excelência das formações em música tradicional. Aposta-se na formação musical das populações (com especial atenção à formação dos mais jovens) bem como as bandas e agrupamentos musicais locais na formação dirigida aos músicos e na realização de concertos ou festivais (as chamadas «aulas de mestre») com inclusão destas atuações nas programações culturais.

Ao contrário da região Norte de Portugal, não é possível identificar, na Galiza, iniciativas locais de criação e desenvolvimento de incubadoras para indústrias culturais e criativas.

Recentemente, no final de 2012, a *Consellería* de Educação e Cultura da *Xunta* da Galiza efetuou a reorganização do uso dos espaços na Cidade da Cultura de Santiago de Compostela, sendo que este equipamento acolhe a sede da *Axencia de Industrias Culturais* (AGADIC) e, com ela, a primeira iniciativa de incubação de empresas culturais galegas.

Para além de colaborações pontuais – como a rede “Música ao vivo”, a rede de auditórios ou a rede de dinamização linguística -, a comunicação entre a administração autonómica e os concelhos, no

---

<sup>63</sup> KEA (2006).

âmbito da cultura, é praticamente inexistente, facto limitador da capacidade que esta incubadora de indústrias culturais e criativas pode vir a ter no desenvolvimento económico local e no emprego.

Tal como consta do livro verde (2010) e do mais recente documento da Comissão<sup>64</sup> “Promover os setores da cultura e da criação para o crescimento e o emprego na União Europeia”, desenvolver o potencial da cultura e das indústrias a ela relativas, pressupõe ativar a comunicação e a colaboração entre os setores privado e público, entre os departamentos ou *concellerías* responsáveis pela gestão cultural em interligação com outros departamentos de forma a facilitar o apoio à criação de empresas ou a empreendedores do mundo da criação artística. Assim, parece evidente que se se quer desenvolver a cultura como setor criador de emprego ter-se-ão de adotar outras perspetivas e hábitos de colaboração entre atores e departamentos das várias administrações públicas.

Particularizando a análise aos municípios associados do Eixo Atlântico (portugueses e galegos) conclui-se, através da informação cultural disponibilizada *on-line*, que todos os municípios definem de forma diferente as competências ao nível do desenvolvimento local da cultura.

A maioria dos sítios web das autarquias destacam, na primeira página um *link* direto à agenda cultural e um separador de acesso aos conteúdos municipais. De uma forma geral, podemos ler, nesses sítio, que se assume como missão setorial a promoção da cultura e o património quer através do incentivo a práticas culturais quer através da requalificação, valorização e divulgação do património local. De forma residual, alguns municípios assumem o apoio e cooperação com as coletividades de âmbito cultural como o objetivo estratégico da sua política municipal cultural.

Importa, no entanto, sublinhar que a estratégia de desenvolvimento cultural municipal é, muitas vezes, restrita à organização não apenas em termos da sua definição como, também, em termos da própria divulgação.

No quadro seguinte sintetizam-se os principais elementos caracterizadores da relevância da cultura no contexto da estratégia de desenvolvimento local seguida pelos municípios do Eixo Atlântico, recolhidos através das respetivas páginas web.

---

<sup>64</sup> COM (2102 537).

		Página Web do Município					
Unidade Orgânica responsável pela Cultura	Empresa municipal com competência no âmbito cultural	Espaço dedicado à cultura na página principal	Espaço dedicado à cultura em submenu	Não faz referência à cultura	Disponibiliza agenda cultural na página principal	Disponibiliza agenda cultural no espaço cultura	Não disponibiliza a agenda cultural
Barcelos	divisão de cultura e museus e divisão de biblioteca e arquivos	sim	submenu serviços		sim		
Braga	<b>divisão de cultura</b>	sim	submenu ação municipal		sim		
Bragança	divisão sociocultural e turismo	não				sim	
Chaves	divisão de desenvolvimento social e cultural	Associação			sim		
Guimarães	divisão de juventude, cultura e desporto	não	submenu educação cultura e desporto		sim		
Lamego	divisão de ação social e cultural	não	não	sim	não		sim
Macedo e Cavaleiros	divisão de cultura, desporto e turismo	não	submenu município		sim		
Matosinhos	<b>departamento de cultura</b>	não			sim		
Mirandela	<b>divisão de assuntos culturais</b>	não			sim		sim
Penafiel	gabinete de cultura, turismo e desenvolvimento económico e local	não			sim		
Peso da Régua	setor de cultura e turismo	não			sim		
Porto	<b>direção municipal de cultura</b>	Fundação	submenu cultura turismo e desporto		sim		
Viana do Castelo	<b>departamento de dinamização cultural</b>	não			sim		

Página Web do Município							
Unidade Orgânica responsável pela Cultura	Empresa municipal com competência no âmbito cultural	Espaço dedicado à cultura na página principal	Espaço dedicado à cultura em submenu	Não faz referência à cultura	Disponibiliza agenda cultural na página principal	Disponibiliza agenda cultural no espaço cultura	Não disponibiliza a agenda cultural
Vila do Conde	não disponível	não	submenu áreas de intervenção		sim		
Vila Nova de Famalicão	departamento municipal de cultura e turismo	não			sim		
Vila Nova de Gaia	divisão municipal de desporto e cultura	sim			não	não	sim
Vila Real	não tem	não	sim		sim		
A Coruña	<b>concellería de cultura</b>	sim	sim (página própria indexada à do concelho)		sim		
Carballo	<i>concellería</i> de educação e cultura	não	sim		sim		
Ferrol	<b>delegación de cultura</b>	não	sim (página facebook, indexada à do concelho)		sim		
Lalín	Serviço de cultura, educação e relações de vizinhança	Patronato de cultura	não		não	sim	
Lugo	<i>concellería</i> de cultura, turismo, juventude e promoção da língua	não	sim (página própria, indexada à do concelho)		Sim		
Monforte de Lemos	<i>concellería</i> de cultura, bem estar social, juventude, educação e normalização linguística	não	não		sim		

		Página Web do Município					
Unidade Orgânica responsável pela Cultura	Empresa municipal com competência no âmbito cultural	Espaço dedicado à cultura na página principal	Espaço dedicado à cultura em submenu	Não faz referência à cultura	Disponibiliza agenda cultural na página principal	Disponibiliza agenda cultural no espaço cultura	Não disponibiliza a agenda cultural
O Barco de Valdeorra	não	sim (página própria e página facebook indexada a do concelho)	submenu O Barco Cultural		sim		
O Carballiño	não	não	submenu <i>consellería</i>		sim	em construção	
Ourense	não	sim (página própria indexada à do concelho)	submenu cidade		sim		
Pontevedra	sim	não	submenus agenda cultural e cultura e festas (remetem diretamente para a web da cultura)		sim		
Riveira	não	sim (etiquetas cultura e festas)			sim	sim (sem atualizações)	
Santiago de Compostela	sim	sim (página própria indexada à do concelho)			sim		
Sarria	não	não	submenu concelho, cultura		sim		

		Página Web do Município					
Unidade Orgânica responsável pela Cultura	Empresa municipal com competência no âmbito cultural	Espaço dedicado à cultura na página principal	Espaço dedicado à cultura em submenu	Não faz referência à cultura	Disponibiliza agenda cultural na página principal	Disponibiliza agenda cultural no espaço cultura	Não disponibiliza a agenda cultural
Verín	área de cultura, juventude, desporto, igualdade e setor primário	sim (link direto para a agenda cultural eurocidade)			sim		
Vigo	cultura, festas e políticas de bem-estar	sim (página própria indexada à do concelho)	submenu cultura		sim		
Vilagarcía de Arousa	<b>área da cultura</b>	sim	submenu serviços municipais, cultura		sim		
Viveiro	Concellería decultura, juventude e turismo	não	submenu cidade, agenda cultural,		não	Não (desatualizada)	não

Figura 11 - Caracterização da ação cultural municipal dos municípios associados do Eixo Atlântico (informação recolhida através da internet em outubro de 2012 e janeiro de 2013)

A pesquisa efetuada permitiu apurar que apenas os municípios de Chaves e Viana do Castelo disponibilizam *on-line* planos estratégicos de desenvolvimento municipal de médio prazo que incluem objetivos e ações de desenvolvimento cultural (ainda que não reflitam qualquer atividade vocacionada para a criação de empregos culturais ou, sequer, para a dinamização das indústrias criativas).

Por outro lado, os municípios portugueses de Barcelos e do Porto assumem, no seu sítio da internet, que a cultura é um fator de identidade e atratividade do seu território enquanto outros (como é o caso de Bragança, Guimarães, Mirandela, Viana do Castelo ou Vila Nova de Famalicão) sublinham a importância territorial dos seus equipamentos culturais através da aposição, na primeira página dos respetivos portais, de *links* de acesso direto aos seus conteúdos. Em contraponto, a maioria dos municípios galegos disponibiliza, na primeira página do seu sítio web um *link* de acesso a outro portal ou perfil em rede social criado exclusivamente para a comunicação e promoção das atividades culturais locais.

Em nenhum dos *sites* visitados foi possível encontrar referências à existência e/ou apoio às indústrias culturais e criativas nem tão pouco a sua interligação com as ações do desenvolvimento dos setores económicos tradicionais, cabendo destacar a exceção do município de Vila do Conde com a inclusão, no espaço dedicado ao emprego e formação profissional, de cursos de formação em artes e com a disponibilização do telecentro (que também poderá ser utilizado por empreendedores criativos).

Os resultados obtidos demonstram não haver, de entre os municípios associados ao Eixo Atlântico no Norte de Portugal, uma cidade que possa ser denominada de “cidade cultural” uma vez que nenhuma assume um forte investimento nesta especialização de modo a garantir os canais de comissionamento, distribuição, gestão e outras atividades que afiancem a colocação dos produtos culturais nos diferentes mercados. Espera-se que Guimarães possa vir a assumir-se como tal potenciando, para além de 2012, os investimentos e visibilidade conseguidos através da organização da “capital europeia da cultura”.

Ao nível das cidades galegas que integram esta associação, a página web de cultura de Santiago de Compostela denominada *Santiago Capital Cultural (SCC)*, atribui-lhe essa titularidade, sendo possível encontrar elementos que sustentam esta designação:

- É a cidade galega com a maior percentagem de investimento municipal em cultura dos seus orçamentos, 8,8% do orçamento do concelho são atribuídos a cultura, (em 2012<sup>65</sup>; 7.944.312,00€), muito embora seja o concelho da Corunha o que possui maior capacidade de investimento em cultura (16.082.426,00€ em 2012 que correspondem a 7,1% do orçamento concelhio<sup>66</sup>);

<sup>65</sup> Orçamento Geral do Concelho de 2012, extraído da web do Concelho: <http://www.santiagodecompostela.org>

<sup>66</sup> Orçamento 2012 do Concelho da Coruña, extraído da página web: <http://www.coruna.es>

- A iniciativa “Santiago Cidade da Cultura” apresenta (não se encontrando nenhuma situação similar em outras páginas web das cidades do Eixo Atlântico), a vontade de “fomento da criação e da produção artística e cultural próprias, centrada em Compostela com o propósito de conformar uma base sólida que promova o setor da criatividade como um dos pilares do desenvolvimento cultural, humano e económico de Santiago”<sup>67</sup>, referindo-se, ainda, à necessidade de uma colaboração estável com os agentes culturais: entidades culturais, salas alternativas, criadores e promotores;
- A cidade histórica constitui um importante património cultural com projeção internacional e capacidade de atração turística;
- É a única que detêm com uma *film commission* ativa;
- O seu território alberga a CRTVG, uma organização de referência obrigatória para a promoção da cultura galega e das suas indústrias audiovisuais, albergando, ainda, muitas empresas culturais, criadores, artesãos e artistas;
- Possui uma população estável de consumidores de cultura, reforçada pela presença de estudantes universitários procedentes de outros locais e países bem como um número relevante de visitantes ocasionais.

Atentas estas características, Santiago de Compostela encontra-se bem posicionada para se assumir como capital cultural sendo, no entanto, uma cidade de tamanho médio, insuficiente para, por si só, ser referencial da criatividade das indústrias culturais e culturais e garantir a criação de economia de escala bem e complementaridades permitam criar emprego e gerar dinamismo neste setor.

Pelo exposto, a análise das programações e ações culturais dos municípios, através da informação cultural disponibilizada nas suas páginas web, sugere a existência de limitações locais à possibilidade das cidades do Eixo Atlântico se poderem tornar referenciais no contexto das cidades culturais da Europa sendo necessário, portanto, repensar o papel dos serviços públicos de cultura bem assim como a forma de gerir colaborações:

- Com outros departamentos nos próprios concelhos (emprego, formação, fiscalidade);
- Com outros concelhos (tornando o policentrismo numa força e evitando a competição por protagonismos sem valor acrescentado);
- Com outras administrações;
- Com os agentes da cultura, os artistas, os criadores, as empresas, as associações, os cidadãos e os públicos.

Entende-se que criar emprego no âmbito da cultura depende, em primeira instância, da capacidade de somar sinergias.

---

<sup>67</sup> Texto de apresentação da iniciativa Capital Cultural na página web do Concelho de Compostela, op. cit.

Face ao exposto e dadas as semelhanças encontradas quer a nível da fase de desenvolvimento das estratégias culturais quer ao nível das principais ações entendidas como estratégicas apresenta-se, na figura seguinte, algumas recomendações consideradas relevantes para a definição da política cultural municipal.

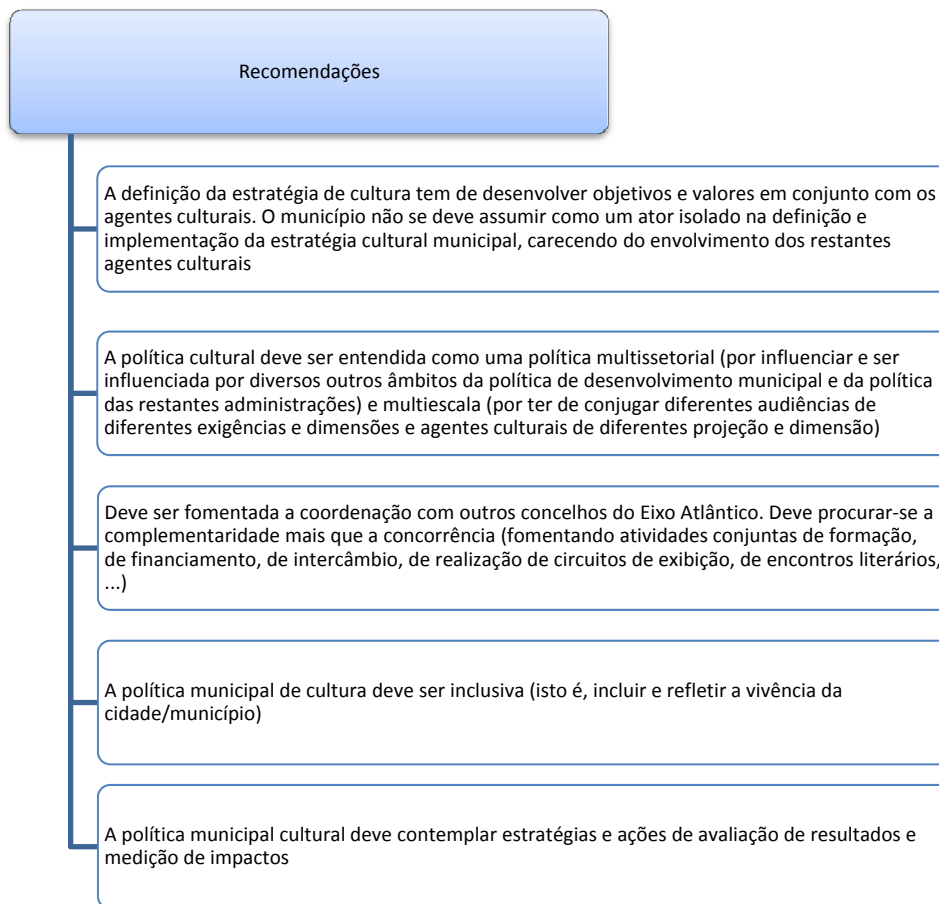


Figura 12 – Recomendações para o desenvolvimento da estratégia municipal de cultura

Estas recomendações constituem a base da definição do catálogo de ações que se apresenta no capítulo 8.

## Territórios criativos: Cultura como motor de desenvolvimento local e regional

# 6

Como já indicado, a associação da cultura à indústria faz-se, normalmente, através das chamadas indústrias culturais e criativas, baseando-se nas mais-valias emergentes da complementaridade e conjugação das atividades culturais com os setores industrial e comercial. Não basta, no entanto, promover apenas esta associação se se pretende potenciar, por um lado, a valorização das artes e ofícios locais e os saberes tradicionais e, por outro, dinamizar um processo sustentado de desenvolvimento local/regional. É necessário, também, envolver a comunidade, a urbanidade e a sociedade fazendo do território não apenas um mero recetor da indústria cultural e criativa mas tornando-o, em si mesmo, um território criativo.

A cultura, em todas as suas formas, torna-se um elemento fundamental na maior ou menor capacidade que as cidades têm para atrair residentes com habilitações superiores e para atrair negócios que as empreguem, integrando-as numa comunidade de recursos humanos qualificados que procuram e estimulam o desenvolvimento de ambientes criativos capazes de atrair «talentos»<sup>68</sup>. A cultura deve ser capaz de tornar as cidades mais atrativas para se viver, trabalhar, investir e visitar<sup>69</sup> e, desta forma e ainda que indiretamente, constituir um elemento alavancador da própria economia.

Da mesma forma, a cultura e as atividades culturais são, hoje, um elemento fundamental ao nível da comunicação e *marketing* dos mais diversos produtos e serviços que são «vendidos» através do seu *design*, marca, contributo para o estilo de vida e pela experiência que proporcionam.<sup>70</sup>

Neste contexto, as indústrias culturais e criativas têm provado conseguir estimular a inovação (uma inovação baseada na criatividade), criar oportunidades de penetração em novos mercados e de conquistar novos clientes gerando riqueza efetiva. Elas podem assumir um papel decisivo para a modernização e inovação de setores tradicionais, elevando desta forma a base económica regional.

Assim, o território criativo assume a cultura como parte integrante da sua estratégia de desenvolvimento reconhecendo o papel que pode desempenhar na coesão social da comunidade

---

<sup>68</sup> BOP Consulting (2012), p8.

<sup>69</sup> CCDR-N (2008), p28.

<sup>70</sup> BOP Consulting (2012), p25.

que o habita e seu contributo para o crescimento económico e a criação de emprego. Assume-a, ainda, ao nível do *marketing* territorial, por permitir a identificação do território através de uma imagem atrativa, criativa e aberta aos talentos, à inovação e à cultura.

O território criativo garante a interação e complementaridade entre os diversos setores e atividades económicas locais como seja o turismo (em especial, o turismo cultural) ou o planeamento urbanístico, tornando-se um elemento central da política pública das cidades.

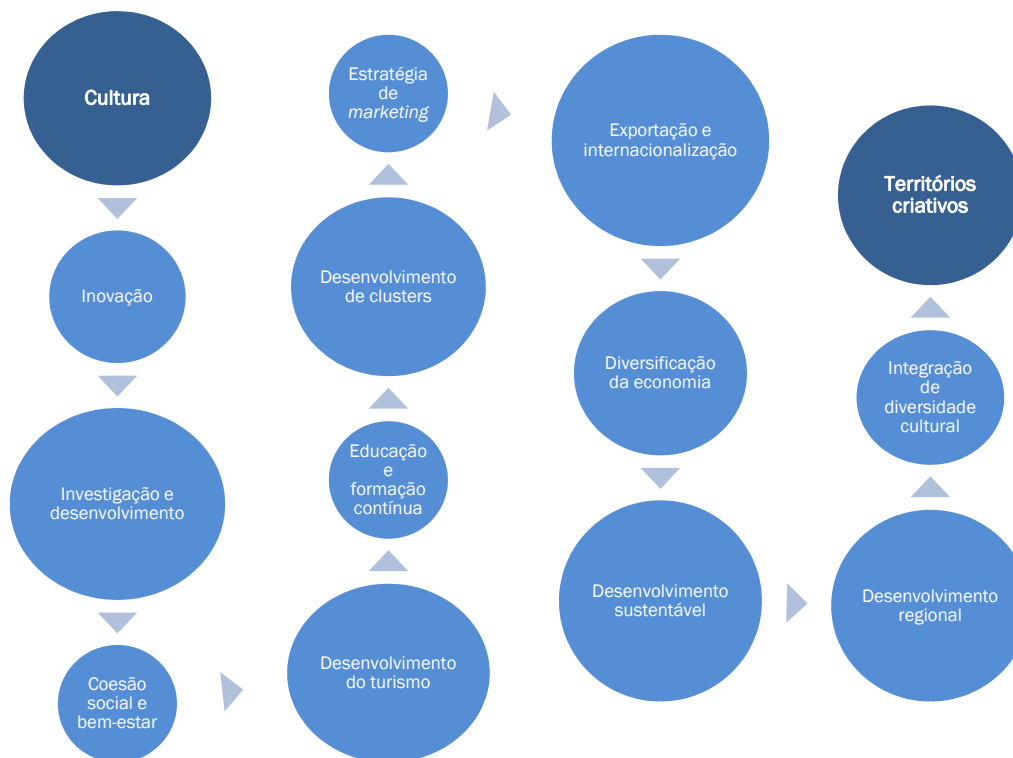


Figura 13 – Ligação entre as diversas áreas de política local/regional com a cultura<sup>71</sup>

Por exemplo, a interligação entre a cultura e o turismo consubstancia em si mesma uma forma de gerar receitas com base nos custos de produção dos serviços e produtos culturais quando estes são colocados à disposição dos turistas.

<sup>71</sup> Adaptado de União Europeia (2012), p20.

Já ao nível do planeamento urbanístico, a importância que assume para a criação de territórios criativos não pode ser descurada uma vez que os seus processos são definidores do desenvolvimento e instalação das atividades culturais e criativas, são conectores entre atividades e espaços mas, principalmente, são indutores na consciência coletiva da importância da cultura na definição de padrões elevados de qualidade de vida.

Neste enfoque, os processos de regeneração urbana não podem estar, como até aqui, desconectados com a realidade cultural e criativa da cidade (existente ou a construir no futuro) mas antes ser conducentes à criação da densidade urbana necessária ao sucesso da produção cultural e criativa<sup>72</sup> relevando o papel que alguns equipamentos culturais podem assumir como elementos definidores das dinâmicas das cidades, por definirem não apenas as centralidades mas, também, por contribuírem para a definição da respetiva vocação. A título de exemplo refira-se o papel assumido pelo museu Guggenheim no processo de regeneração e afirmação da cidade de Bilbao que tem sido um exemplo seguido, na última década, por muitas vilas e cidades europeias e, entre elas, algumas pertencentes à euronordeste de Portugal como o já mencionado caso de Santiago de Compostela e a sua Cidade da Cultura.

A literatura sobre territórios criativos permite distinguir pelo menos três abordagens distintas a esta temática (tratadas de forma conjunta ou separada dependendo dos autores):

- A análise da concentração de recursos humanos capacitados especificamente na utilização do conhecimento para criar e inovar em áreas muito diversas, dentro de certos territórios essencialmente metropolitanos. Destacando-se como maior representante desta perspetiva Richard Florida<sup>73</sup>, autor que definiu o conceito de «classe criativa», aquela que se dedica a trabalhos cuja função é criar novas formas ou desenhos facilmente transferíveis e de amplo uso, dentro de certos territórios essencialmente metropolitanos. No núcleo desta classe situam-se os cientistas, engenheiros, professores universitários, poetas e novelistas, artistas, animadores de televisão e de rádio, atores, pintores, arquitetos ou líderes de opinião. Mas também se incluem os profissionais que trabalham nas indústrias que utilizam intensivamente o conhecimento e dos quais se espera que pensem por si próprios: indústrias tecnológicas, serviços financeiros, intelectuais, profissionais da saúde e da gestão empresarial;
- O estudo e identificação dos elementos mais eficazes na valorização das atividades empresariais e as vantagens competitivas da sua localização e agrupamento geográfico. Aqui, Michael Porter<sup>74</sup> e o seu conceito de *cluster* assume-se como uma referência inultrapassável. O *cluster* designa uma concentração geográfica de empresas especializadas e com dinâmicas de interação cuja competitividade é resultado de quatro componentes: o fornecimento e

<sup>72</sup> CCDR-N (2008), p26.

<sup>73</sup> Florida (2002).

<sup>74</sup> Porter (1990).

dotação de fatores produtivos, a rivalidade e competição local, a existência de mercados locais exigentes e uma rede de indústrias afins fornecedoras e de apoio. A proximidade entre as empresas e organizações do *cluster* ajuda a intensificar a interação entre esses quatro elementos do denominado «diamante da competitividade». Além disso, a formação e a análise de um *cluster* terá que considerar o grau de integração social e a existência de redes sociais que favoreçam os processos económicos, o capital social e as estruturas institucionais.

- A especialização económica territorial no âmbito das indústrias criativas. A ideia de relacionar a economia da cultura e a criatividade ao território parte de novas formas de pensar o crescimento económico e o desenvolvimento social. Desde há duas décadas, no momento em que os processos de globalização adquiriram maior rapidez, a importância do local desenvolveu-se paralelamente. A criatividade gera, ensina e divulga um conjunto de agentes a partir de um contexto territorial local, com determinadas características económicas, socioculturais e institucionais. A criação e introdução de novidades constituem poderosos mecanismos de alteração social necessários para consolidar a cultura, a inovação da produção e o consumo. A competitividade territorial, a rivalidade entre cidades, regiões ou países, à escala global, da qual se faz depender o bem-estar social e se associa à criação, ao saber fazer e à inovação. O valor económico que adquirem os bens e serviços culturais não emana exclusivamente dos consumos, mas procede da sua utilização em processos produtivos de carácter funcional, como é o caso do desenho e o pagamento de direitos de autor. Esta é uma ideia que serve para distinguir entre indústrias culturais e criativas, conceitos que se expandem conceptualmente nos últimos anos, a partir de uma primeira definição de indústrias criativas realizada pelo *Department for Culture Media and Sport* da administração pública da Grã-Bretanha. A União Europeia tem utilizado, nos últimos anos, o conceito de indústrias culturais e criativas, seguindo o esquema de classificação de atividades obtidas nos estudos KEA *European Affairs*<sup>75</sup>, propostos pela Comissão Europeia. Na definição de KEA distingue-se entre atividades culturais não industriais,

*...setores que produzem bens e serviços singulares com o objetivo de ser consumidos in situ (...) setores industriais que produzem produtos culturais com o objetivo da sua produção massiva, distribuição e exportação (...) e o setor criativo, onde a cultura chega a ser input criativo na produção de bens não culturais...*<sup>76</sup>

A classificação dos setores que conformam as indústrias culturais e criativas realiza-se numa lógica de modelo de círculos concêntricos. No núcleo situam-se as expressões artísticas mais tradicionais junto aos lugares que albergam o património material. A partir desse núcleo, a criatividade cultural difunde-se em direção aos círculos superiores, dando lugar a produtos, serviços e atividades de tipo comercial.

<sup>75</sup> KEA *European Affairs* (2006), p 2.

<sup>76</sup> KEA *European Affairs* (2006), p 2.

Círculos	Setores	Subsetores	Características
Círculo 1: Indústrias culturais	Artes visuais	Artesanato	Atividades não industriais  O seu <i>output</i> são protótipos e trabalhos potencialmente sujeitos a “direitos de autor” (isto é, correspondem a trabalhos de elevado valor criativo logo elegíveis para proteção dos respetivos direitos de autor contudo sistematicamente não são sujeitos a este registo como é o caso da maior parte do artesanato ou das artes visuais)
		Pintura - Escultura	
		Fotografia	
	Artes performativas	Teatro	
		Dança	
		Circo	
		Festivais	
	Património	Museus	
		Livrarias	
Sítios arqueológicos			
Arquivos			
Círculo 1: Indústrias culturais	Filmes e vídeo		Atividades industriais destinadas a produção em grande escala
	Televisão e rádio		
	Jogos ( <i>video games</i> )		
	Música	Mercado de gravação de música	Os seus <i>outputs</i> são baseados em patentes/direitos de autor
		Rendimento de sociedades de gestão coletiva no setor musical	
Livros e imprensa			
Círculo 2: Indústrias e atividades criativas	Design	Design de moda	Atividades não necessariamente industriais e que poderão configurar protótipos  Embora os seus <i>outputs</i> possam ser baseados em patentes/direitos de autor, podem também incluir outro tipo de direitos de propriedade (tais como a “marca registada”)  O uso da criatividade (competências criativas e pessoas criativas criadas no campo das artes e no campo das indústrias culturais) é essencial ao desenvolvimento desses setores não culturais
		Design gráfico	
		Design de interiores	
		Design industrial	
Arquitetura			
Publicidade			
Círculo 3: Indústrias relacionadas	Fabricantes de computadores, fabricantes de MP3, indústria de telemóveis, etc....		Esta categoria perde-se e é difícil de circunscrever com base em critérios claros. Envolve muitos outros setores económicos que são dependentes dos círculos prévios tais como o setor das TIC

Legenda: “setor cultural”:  “setor criativo”:

Figura 14 – Delimitação entre o setor cultural e o setor criativo da KEA

# 7

## Cultura, Economia e Emprego

Embora a associação entre a cultura, a economia e o emprego seja relativamente recente é já inegável o seu papel na criação de riqueza e na geração de postos de trabalho. Esta associação tornou-se particularmente visível graças ao desenvolvimento das indústrias culturais e criativas. A cultura assume um papel relevante no novo paradigma de desenvolvimento – a economia do conhecimento, uma economia globalizada e mais preocupada em expressar, formatar e usar ideias que em produzir bens<sup>77</sup>.

A atividade cultural situa-se no coração da economia criativa. As atividades culturais não só têm efeitos económicos diretos através dos rendimentos gerados, do número de pessoas empregadas nas artes e nos espaços do património, como proporcionam múltiplos contributos numa ampla gama de indústrias criativas, em forma de conteúdos, inspiração, competências, materiais, capital intelectual e pessoal capacitado. Cada vez mais, as atividades culturais proporcionam também um objetivo centrado no desenvolvimento criativo e em rede.<sup>78</sup>

Ao nível da União Europeia considera-se, hoje, que a cultura é um pilar de inclusão social, da educação e da liberdade democrática e, simultaneamente, um relevante contributo para a economia uma vez que “as indústrias criativas representam 5 milhões de empregos e 2,6% do produto interno bruto da União Europeia”<sup>79</sup> sendo, como já indicado em capítulos anteriores, que o global dos setores culturais e criativos representa 4,5% do produto interno bruto e 8,5 milhões de empregos<sup>80</sup>.

Ainda que não existam muitos estudos e estatísticas dedicados à sua mensuração, são múltiplos os impactos identificados relativos ao desenvolvimento cultural sobre a economia e a comunidade onde este ocorre, nomeadamente, devido à capacidade que o setor cultural demonstra para satisfazer, não só as necessidades individuais e coletivas dos membros das comunidades mas pelo valor acrescentado que tem vindo a demonstrar conseguir atribuir a outras atividades económicas.

---

<sup>77</sup> Centre for Strategy & Evaluation Services (2010), p21.

<sup>78</sup> Ib. p107.

<sup>79</sup> In [http://europa.eu/rapid/press-release\\_SPEECH-12-858\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-12-858_en.htm).

<sup>80</sup> Comissão Europeia (2012a)).

Na figura seguinte<sup>81</sup> sintetiza-se o contributo do investimento em cultura para o desenvolvimento local/regional tendo em conta a sua transversalidade.

<p><b>Aumento da Qualidade de Vida</b> O acesso a uma oferta bens e serviços culturais diversificada e de qualidade é um fator definidor do nível de qualidade de vida de um dado território</p>
<p><b>Criação de riqueza</b> O setor cultural tem um peso crescente no produto interno bruto local/regional</p>
<p><b>Aumento do investimento privado</b> Por indução da criação de negócios conexos e complementares aos negócios culturais e criativos</p>
<p><b>Criação de emprego</b> O setor cultural assume-se como um setor mão-de-obra intensivo não obstante alguns dos seus subsectores derivarem da utilização das tecnologias de informação e comunicação. O peso do emprego cultural no total do emprego local/regional apresenta, atualmente, uma tendência crescente</p>
<p><b>Novas oportunidades de emprego</b> Geradas por via da dinamização do empreendedorismo e por via da instalação de novos negócios</p>
<p><b>Atração de novos talentos</b> Territórios culturalmente desenvolvidos e possuidores de um tecido cultural de reconhecido mérito são atrativos para novos talentos iniciarem a sua atividade. Estes territórios são, também, mais atrativos para ativos altamente qualificados</p>
<p><b>Aumento da receita de impostos</b> Mais empresas, mais empregos e mais produção correspondem a uma maior base contributiva e, consequentemente, a uma expectativa de maior receita fiscal</p>
<p><b>Revitalização da comunidade</b> As iniciativas culturais e criativas contribuem, muitas vezes, para a organização da sociedade, para a definição da identidade cultural, para o fortalecimento dos idiomas minoritários e para a consolidação do sentimento de pertença da comunidade. Reforça, também, a solidariedade e coesão social através do voluntariado (tantas vezes essencial à concretização da oferta cultural)</p>
<p><b>Complementaridade e alavancagem de outros setores económicos</b> A requalificação do património, a realização de eventos, a divulgação das tradições e etnografia configuram alguns exemplos de recursos base para o desenvolvimento do turismo cultural</p>
<p><b>Valorização da diversidade, da tolerância e da democracia</b> Do conhecimento das singularidades emerge a valorização da diversidade, aspeto essencial no desenvolvimento da criatividade, dos conteúdos para a comunicação intercultural, da educação na tolerância e da consolidação da democracia</p>
<p><b>Retorno do Investimento</b> Estima-se que uma parte significativa do investimento efetuado em cultura seja retida pela própria comunidade (através da indução do consumo local de bens e serviço - incluindo o consumo efetuado pelas empresas culturais que abrange o pagamento de salários e a aquisição de bens e serviços a fornecedores locais)</p>
<p><b>Desenvolvimento sustentável</b> As atividades criativas e as produções das indústrias culturais são, normalmente, mais respeitadoras da proteção e preservação do ambiente.</p>

Figura 15 – Impactos do investimento em cultura no desenvolvimento local/regional.

<sup>81</sup> Adaptado de Cape Cod Commission (2009), p6; de The Corporate Research Group (2005), p8 e seguintes; Americans for the Arts (n.d.); Centre for Strategy & Evaluation Services (2010), United Nations Conference on Trade and Development & United Nations Development Programme (2010), pp. 23 e seguintes.

Estes impactos (sobre a economia e a sociedade) não devem ser entendidos como uniformes pois muitos dos seus efeitos positivos derivam da sua flexibilidade na adaptação às características e contextos locais.

Por outro lado, muitos dos bens e serviços culturais e dos impactos em análise são de difícil quantificação porquanto a respetiva base de cálculo assenta no trabalho intelectual ou em ativos intangíveis.

No caso português, apesar de constituir o setor mais qualificado face ao emprego nacional (25% dos ativos deste setor possuem escolaridade superior<sup>82</sup>) trata-se de um setor avesso ao risco e com baixa taxa de empreendedorismo<sup>83</sup> que, em 2002, correspondia apenas as 1,4% do total do emprego em Portugal<sup>84</sup>.

Similarmente à União Europeia, em Portugal, as novas configurações do trabalho cultural e artístico correspondem à

emergência de empresas micro que, ao mesmo tempo que viabilizam projetos que, nalguns casos, de outro modo não se realizariam, por outro lado, sofrem em geral de subcapitalização e falta de acesso ao mercado.<sup>85</sup>

O mercado cultural caracteriza-se por ser um mercado de proximidade que, em primeira instância vive da procura local. Está, por conseguinte, muito dependente das acessibilidades ao local de consumo e à eficácia dos canais de distribuição e comunicação utilizados.

A importância económica da captação de procura externa reside não apenas nos fluxos de entrada de divisas que representam como no facto de se estimar que o turista cultural efetua um gasto duas vezes superior ao do comprador cultural local<sup>86</sup>.

A internacionalização das atividades e dos agentes culturais portugueses assume-se como uma panaceia pois eles próprios não dispõem de “informação específica e sistemática sobre a sua própria atividade de internacionalização”<sup>87</sup>. Esta internacionalização é, muitas vezes, efetivada a partir da participação em projetos internacionais (considerando-se os de maior retorno, aqueles que são liderados por terceiros). Contudo, tem-se verificado ser difícil encontrar parceiros internacionais que viabilizem esta forma de internacionalização<sup>88</sup>.

---

<sup>82</sup> Santos (2009), p3.

<sup>83</sup> Costa et al (2009), p77.

<sup>84</sup> Santos (2009), p3.

<sup>85</sup> Santos (2009), p3.

<sup>86</sup> Americans for the Arts (n.d.), p1.

<sup>87</sup> Observatório das Atividades Culturais (2010), p9.

<sup>88</sup> Observatório das Atividades Culturais (2010), p61.

Espanha, como mercado de proximidade, surge como o principal comprador externo de espetáculos portugueses<sup>89</sup>.

Na região Norte de Portugal, o mercado é limitado pelo reduzido poder financeiro que lhe é inerente, pela inexistência de investidores ativos e pela ausência de uma prática consolidada de mecenato cultural.

O tecido cultural regional no seu todo é descontínuo e pouco consistente sendo que mais de 40% das empresas culturais e criativas existentes no Norte de Portugal correspondem a serviços de engenharia e arquitetura, contra cerca de 20% de empresas dedicadas a atividades criativas, artísticas e de espetáculos<sup>90</sup>. O total do setor emprega mais de 43 mil pessoas<sup>91</sup>.

A última década tem registado, no contexto regional, uma crescente afirmação da importância das empresas culturais e criativas (maioritariamente microempresas) que carecerem de uma estratégia promotora da escala através da cooperação bem como de apoios específicos quer para o acesso ao financiamento quer para a internacionalização. Neste contexto, a ADDICT tem-se assumido como promotor dessas escalas através da criação do *cluster* regional das indústrias criativas e culturais.

Neste mercado, o emprego não pode ser tipificado uma vez que abranger a quase totalidade das suas formas: dos contratados aos profissionais liberais passando pelos produtores independentes<sup>92</sup>. O mesmo sucede relativamente à relação capital-trabalho que assume também diferentes formas: desde as grandes empresas aos microempresários<sup>93</sup>.

Ao mesmo tempo, enquanto mercado de trabalho, o mercado cultural português caracteriza-se por abranger ativos qualificados e altamente qualificados mas, em contrapartida, fortemente marcado pela precaridade dos vínculos laborais<sup>94</sup>.

Por exemplo, ao nível do subsector *design* (*design* de moda, de joias, industrial e de equipamento, de comunicação e *webdesign*) é desenvolvido, maioritariamente por profissionais liberais que conjugam projetos individuais com trabalhos por conta de outrem<sup>95</sup>. Já ao nível da arquitetura, vem-se assistindo a um aumento da precaridade dos vínculos laborais, consequência da crise que atravessa o mercado imobiliário<sup>96</sup>.

---

<sup>89</sup> Observatório das Atividades Culturais (2010), p8.

<sup>90</sup> Dados relativos a 2009, in AECT (n.d.).

<sup>91</sup> Dados relativos a 2009, in AECT (n.d.), p190.

<sup>92</sup> Santos (1999), p2.

<sup>93</sup> Santos (1999), p2.

<sup>94</sup> Santos (1999), p3.

<sup>95</sup> Costa et al (2009), p54.

<sup>96</sup> Costa et al (2009), p54.

É ao nível da gestão e produção cultural onde, em Portugal, se regista um maior défice de profissionais, acentuado pela já mencionada precaridade laboral que lhe está associada bem com à falta de especializações qualificantes nesta área<sup>97</sup>.

Neste país, o grupo de empresas mais numeroso, no âmbito das indústrias culturais e criativas, corresponde aos serviços de arquitetura e engenharia, com 45% do total de empresas aí incluídas seguido, com 17% do total, pelo comércio a retalho de artigos culturais e criativos em lojas especializadas. Com 10% do total, encontram-se as empresas dedicadas a atividades de criação artística e de espetáculos e, perto dessa percentagem, com 9%, as empresas de publicidade<sup>98</sup>.

Como é característico das indústrias culturais e criativas, também em Portugal, a maior parte das empresas que as integram são microempresas: o autoemprego representa 65% do seu total e 32% corresponde a empresas com entre 1 e 9 trabalhadores (dados relativos a 2011). Só 2,4% das empresas integradas nas indústrias culturais e criativas têm entre 10 e 49 trabalhadores e 0,3% têm mais de 50 trabalhadores<sup>99</sup>.

Em Espanha, de acordo com a divisão de estatísticas culturais do ministério de educação, cultura e desporto (2011), entre os anos de 2000 a 2009, do valor acrescentado bruto e do produto interno bruto das atividades culturais apresentam uma evolução sempre crescente. O contributo do valor acrescentado bruto da cultura para a economia espanhola, nesse período, representou em média 3,2% e 3% para o produto interno bruto, contributos que assumem uma maior dimensão se lhes for acrescentado o resultante das atividades relacionadas com a propriedade intelectual. Neste caso, o contributo do valor acrescentado bruto ascende a 4,1% e a 3,9% do produto interno bruto<sup>100</sup>.

No Governo de Espanha, a tomada de consciência do papel que desempenham as indústrias culturais e criativas na inovação económica e social, nas tecnologias da informação e comunicação e no turismo, levou ao desenho de planos de fomento das indústrias culturais e criativas. De 2009 a 2011 estabeleceram-se uma série de ajudas

orientadas para a formação de recursos humanos, ao apoio a empreendedores, à melhoria da gestão empresarial, à oferta legal de conteúdos culturais na internet e ao aumento da produtividade, favorecendo o associativismo, a concentração empresarial e a atuação conjunta<sup>101</sup>.

Em 2012, as restrições aos orçamentos públicos retiram expressão ao apoio às indústrias culturais e criativas mas mantem as diversas linhas de ajudas contempladas nos planos de fomento das indústrias culturais e criativas dos anos anteriores.

---

<sup>97</sup> Costa et al (2009), p77.

<sup>98</sup> Ibid., pp. 47-48.

<sup>99</sup> Ibid.

<sup>100</sup> Divisão de Estatísticas Culturais (2011), p. 7.

<sup>101</sup> Ministerio de Cultura (2011), p. 9.

Relativamente ao emprego, tendo em consideração apenas os empregos diretamente vinculados à cultura, a série estatística da última década é representada por uma linha ascendente, em Espanha, verificada até ao surgimento da crise financeira. Em 2008, o nível de emprego cultural atingiu os 562 mil postos de trabalho (2,8% da população empregada). Posteriormente, nos 4 anos seguintes, são perdidos 109 mil empregos (19,4% face a 2008) ainda que mantendo o seu peso no conjunto do emprego total<sup>102</sup>.

No caso galego, o comportamento do emprego cultural tem um ritmo diferente do do conjunto do Estado, mas desenha a mesma linha de tendência ascendente. No caso galego, o máximo da série estatística é atingido em 2009, com 33 mil empregos (2,9% do emprego). O decréscimo do emprego a partir desse ano é mais acentuado em termos relativos quer no conjunto do Estado quer no conjunto do emprego galego: menos 12 mil empregos (35,6% face a 2009)<sup>103</sup>.

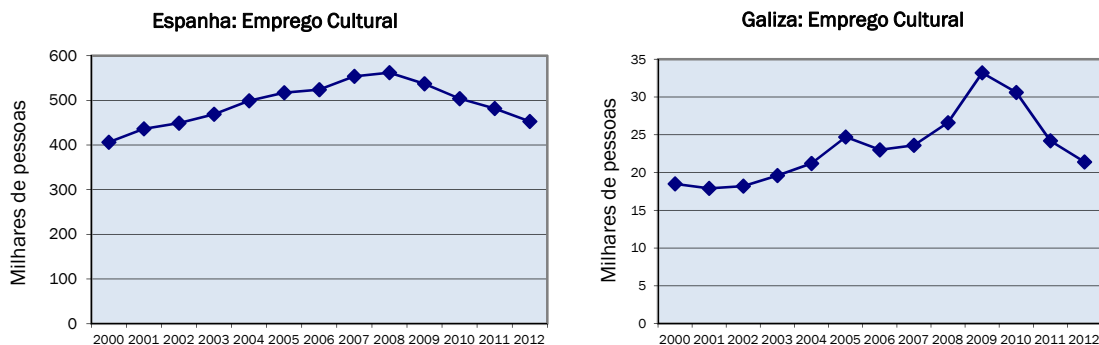


Figura 16 – Linha de evolução do emprego cultural em Espanha e na Galiza<sup>104</sup>.

Os recursos humanos empregados na cultura possuem um nível de qualificações relevante tal como observado na figura seguinte que apresenta a situação espanhola em 2011.

<sup>102</sup> INE (2012), EPA (média anual) e Observatorio da Cultura Galega do Conselho da Cultura Galego.

<sup>103</sup> Ibid.

<sup>104</sup> Ibid. Como se previne na nota metodológica do INE, desde o ano de 2008 os dados utilizam a nova classificação das atividades económicas de 2009, pelo que os dados anteriores a essa data resultam da estimativa que teve em consideração as taxas anteriores. A partir de 2011 produziu-se uma rutura na série de dados com a adoção de uma nova classificação nacional de empregos 2011.

Nível de estudos (Milhares de pessoas)			2011		Nível de estudos (percentagem)		
Primário	Secundário	Superior ou equivalente	TOTAL	TOTAL	Primário	Secundário	Superior ou equivalente
15,4	166,4	299,9	481,7	100,0	3,2	34,5	62,3

Figura 17 – Emprego cultural por nível de estudos em Espanha<sup>105</sup>.

De acordo com os dados proporcionados pelo Diretório Central de Empresas de 2011, “o número de empresas, na Galiza, que desenvolvia as suas atividades dentro das indústrias culturais e criativas ascendia a 13.543”, com uma tendência positiva desde 2008 de 3,4% em oposição ao que registava o restante tecido empresarial<sup>106</sup>.

Com a crise económica e financeira a afetar o setor das indústrias culturais e criativas, independentemente dos dados previsionais permitirem antever um potencial que não é demonstrado por outros setores produtivos (atenta a renovação do seu tecido empresarial face à incorporação da inovação, tecnologia, recursos humanos altamente qualificados e elevado valor acrescentado às respetivas produções), surgem, para além dos dados quantitativos, elementos qualitativos que permitem antever uma desaceleração do comportamento destas indústrias.

Na Galiza, contrariamente ao que tem acontecido no Norte de Portugal, não há uma política cultural que procure a integração do setor das indústrias culturais e criativas. A atomização caracteriza não só as empresas como também às associações profissionais que procuram atingir objetivos que, à data, permanecem inalcançáveis. Existem muitas dificuldades no acesso aos financiamentos e as ajudas públicas têm sofrido uma importante redução, facto com repercussões importantes para um setor em que tais ajudas correspondem à sua principal fonte de financiamento.

Mais ainda, denotam-se importantes dificuldades para desenvolver a procura tanto no mercado galego como no mercado espanhol ou internacional, em grande medida, pelas deficiências na distribuição e comercialização das produções das indústrias culturais e criativas galegas.

A figura seguinte apresenta, de forma resumida, as principais características do setor cultural da região Norte de Portugal e do setor cultural da Galiza.

<sup>105</sup> Ibid.

<sup>106</sup> AECT (2012), p. 47.

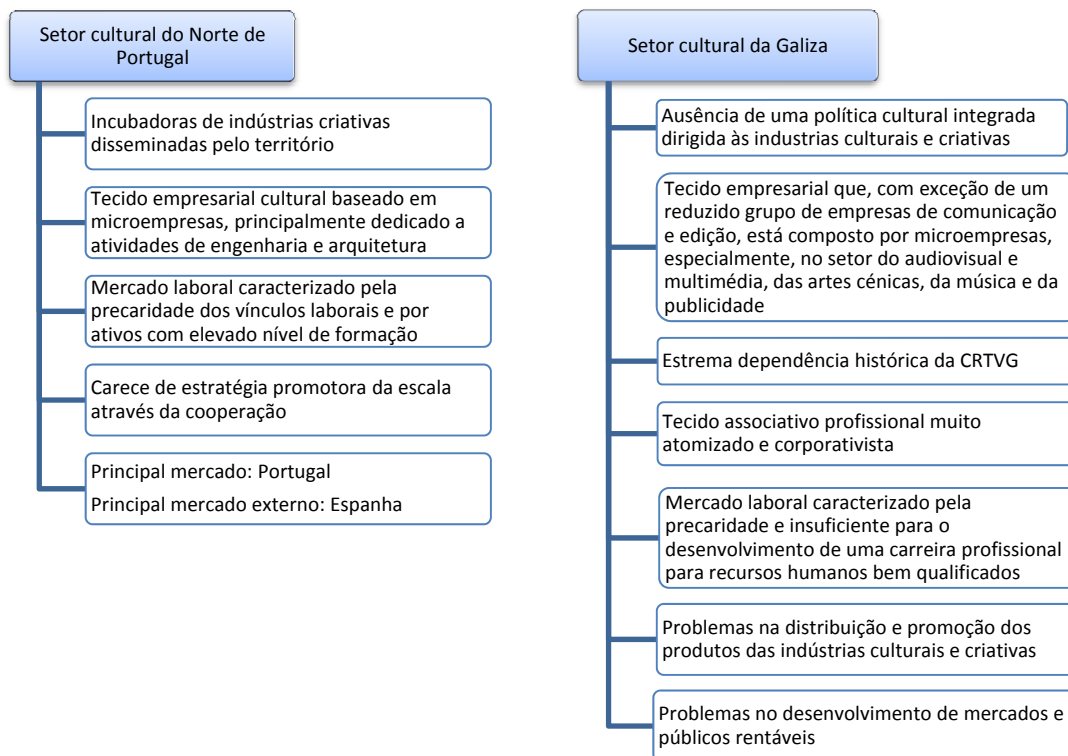


Figura 18 – Principais características do setor cultural da região Norte de Portugal e da Galiza

## Propostas de ações para um desenvolvimento local e regional baseado nas políticas culturais

# 8

### I. Orientações Estratégicas

De acordo com a ADDICT<sup>107</sup> estamos, hoje, perante um novo paradigma de relacionamento entre a economia e a cultura que ainda não se encontra totalmente reconhecido pelos agentes da Euroregião.

A economia de hoje é a economia do conhecimento sendo imprescindível conciliar a produção e comercialização de produtos e serviços em geral, com atividades culturais como o *design* ou a produção digital. Esta nova económica assenta na produção de valor num mundo global e digital e a cadeia de produção é, mais do que nunca, uma cadeia de produção de valor.

Assim, a alteração do paradigma económico vem alterar própria filosofia de incorporação de valor acrescentado, por parte dos recursos humanos envolvidos no processo produtivo, uma vez que os vínculos laborais passam a estabelecer-se por projeto e não por profissão ou competências profissionais.

Por outro lado, o próprio setor cultural atual assiste a uma progressiva desmaterialização dos seus conteúdos e desenvolve-se num ambiente regido por fluxos de informação e partilha de conhecimento.

A uma cultura globalizada une-se uma economia local e regional globalizada e composta por novos negócios, que são desenvolvidos por recursos humanos cada vez mais qualificados e que carecem de ser transformados em negócios globais.

Estas alterações do contexto económico efetivo em que os negócios e a cultura se desenvolvem, criam a necessidade de consciencializar todos os agentes económicos, sociais e culturais acerca desta alteração e das respectivas implicações nas suas atribuições e tarefas (incluindo-se, neste grupo de atores, as autarquias locais).

---

<sup>107</sup> Informação recolhida em entrevista presencial realizada ao presidente da ADDICT a 29 de agosto de 2012.

Esta necessidade é, também, assumida pela Comissão Europeia que apela ao desenvolvimento de ações concretas que visem promover o desenvolvimento dos setores culturais e criativos, muito especialmente, ao nível do desenvolvimento de competências, da facilitação do acesso ao financiamento, da implementação de novos modelos de negócio, da captação de audiências, do mais fácil acesso aos mercados internacionais e na melhoria das ligações com outros setores <sup>108</sup> como seja, por exemplo, o desenvolvimento de conteúdos para as aplicações das tecnologias de informação e comunicação incrementando a sua procura ou acrescentando valor a áreas como o turismo, a indústria da moda e dos bens de luxo<sup>109</sup>.

Para dar resposta a estes desafios e capacitar os municípios e a Euroregião para a mudança e a globalização da sua economia, o presente estudo, define cinco áreas prioritárias de atuação com vista ao desenvolvimento da cultura e ao aprofundamento da relação entre a cultura e a economia sendo, o seu principal objetivo, contribuir para o estabelecimento das sinergias necessárias à transformação da cultura e das políticas culturais em motores de criação de emprego.

A identificação das áreas prioritárias de atuação tem por base as conclusões do relatório final do “Estudo sobre o contributo da cultura para o desenvolvimento local e regional – evidências dos fundos estruturais”<sup>110</sup> e do “Guia sobre como usar estrategicamente os programas de apoio da União Europeia, incluindo os fundos estruturais, para dinamizar o potencial da cultura no desenvolvimento local, regional e nacional e disseminar os seus efeitos em toda a economia”<sup>111</sup>, conjugados com os resultados das entrevistas realizadas no âmbito do presente trabalho bem como com as conclusões das atividades realizadas no âmbito do projeto Imagina Atlântica.

Pretende-se, desta forma, que as atuações previstas em cada área prioritária maximizem os impactos identificados no capítulo anterior e, simultaneamente, possam dar resposta aos desafios colocados pela Estratégia 2020 assegurando que a atuação das cidades associadas ao Eixo Atlântico se efetive de acordo com o preceituado pela política cultural europeia.

---

<sup>108</sup> Comissão Europeia, 2012a).

<sup>109</sup> Comissão Europeia, 2012b).

<sup>110</sup> Centre for Strategy & Evaluation Services (2010).

<sup>111</sup> União Europeia (2012).

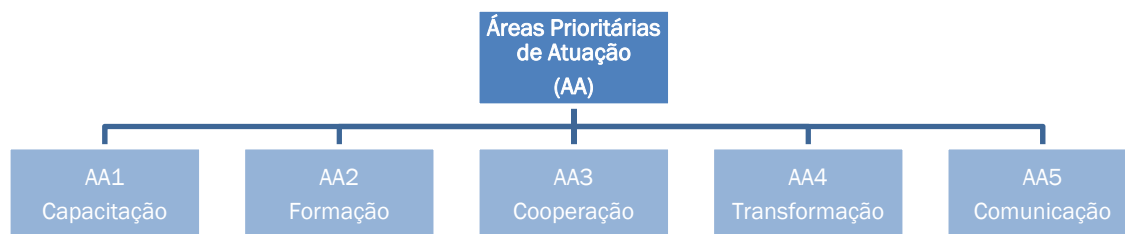


Figura 19 – Identificação das áreas prioritárias de atuação para o desenvolvimento local e regional baseado na cultura.

As áreas de atuação identificadas como prioritárias pretendem **capacitar** os municípios para o uso da cultura como *driver* económico com base nos recursos já existentes, através da **formação** e qualificação dos recursos humanos, através do desenvolvimento de redes de **cooperação** da mais diversa natureza, **transformando** as cidades em territórios criativos e apostando na correta **comunicação** deste posicionamento e estratégia.

Área Prioritária de Atuação	Descrição
AA1 Capacitação	<p>Engloba propostas de ações baseadas nos recursos endógenos (naturais e construídos existentes nas áreas geográficas dos municípios) partindo do pressuposto que se encontram já mapeados os recursos culturais do território (lugares, atividades, instituições e pessoas).</p> <p><b>As atividades criativas não são um fim em si mesmo mas antes uma ferramenta para potenciar o que já existe.</b></p>
AA2 Formação	<p>Agrega propostas de ações com incidência direta na formação e qualificação dos recursos humanos culturais bem como aquelas que contribuem para o aumento das competências culturais do território.</p> <p>Inclui, ainda, propostas de ações que visam garantir a renovação dos talentos criativos locais quer na perspetiva da formação contínua quer na perspetiva para a garantia de uma resposta atempada à evolução das exigências do mercado de trabalho.</p> <p><b>Sendo o setor cultural um setor trabalho incentivo a correlação entre educação e cultura constitui um fator crítico de sucesso do processo de desenvolvimento local e regional.</b></p> <p>Pretende assegurar o desenvolvimento de competências no âmbito da criatividade, do empreendedorismo, do pensamento crítico e, inclusive, da assunção de riscos<sup>112</sup>.</p>
AA3 Cooperação	<p>Agrega ações de cooperação entre municípios, entre regiões e entre instituições (públicas e privadas da mais diversa natureza).</p> <p>Entende-se que a cooperação configura um elemento fundamental da área cultural <u>sendo transversal a todos os restantes eixos</u> e contribuindo para a criação de “ecossistemas criativos nos quais são decisivas a qualidade e a diversidade de parceiras entre diferentes setores e tipos de agentes”<sup>113</sup>.</p> <p>Para a maioria dos stakeholders entrevistados <b>a cooperação é fundamental na geração de ganhos de escala, na rentabilização de investimentos e no desenvolvimento de audiências.</b></p>
AA4 Transformação	<p>Engloba propostas de ação especificamente concebidas para a transformação das cidades e da Eurorregião em territórios criativos.</p> <p><b>A cultura é uma atividade económica para a qual é especialmente relevante a inovação ao nível dos modelos de negócio do setor cultural e criativo.</b></p>
AA5 Comunicação	<p>Agrega as ações de comunicação e <i>marketing</i> consideradas indispensáveis à criação da imagem e à consolidação do sentimento de pertença dos territórios enquanto territórios criativos.</p> <p><b>A cultura é identidade e, conseqüentemente, um valor diferenciador que deve ser potenciado ao nível do marketing territorial</b></p>

Figura 20 – Descrição das áreas prioritárias de atuação.

<sup>112</sup> Comissão Europeia, 2012b).

<sup>113</sup> Comissão Europeia, 2012b).

## II. Catálogo de Ações

As propostas de ação que se listam e explicitam seguidamente decorrem do contexto antes descrito bem assim como dos *benchmarks* consultados, corporizando e concretizando as cinco áreas prioritárias de atuação definidas no ponto anterior.

Ainda que definidas de uma forma genérica e, muitas vezes complementar entre elas, procuram garantir a especificidade e autenticidade identitária de cada cidade sem descurar a necessidade de estabelecer formas de cooperação que assegurem a partilha e discussão de estratégias e metodologias.

Importa, ainda, considerar que o investimento em cultura e a transformação da cultura numa atividade criadora de emprego e de riqueza não corresponde a um investimento de retorno imediato ou de curto prazo estando, por isso, dependente da existência de uma estratégia política de longo prazo coerente e genericamente aceite pelos agentes e pela comunidade local/regional.

Sublinha-se que a dimensão patrimonial e artística (local/regional/euroregional) não é, em si mesma, lucrativa. No entanto, pode ser sempre melhor gerida, pelo que muitas das ações propostas assumem a forma de intervenções ao nível da melhoria das competências e processos de gestão patrimonial e artística.

**NOTA 1 [Área Prioritária de Atuação 3]**

A Comissão Europeia<sup>114</sup> afirma que o “êxito de estratégias para os setores culturais e criativos assenta na identificação e na mobilização dos recursos culturais e criativos de um determinado território” requerendo a “criação de parcerias” que envolvam “todas as partes interessadas relevantes, públicas e privadas, de modo a reforçarem nelas o sentimento de apropriação” parecendo fundamental aplicar este conceito à política cultural quer ao nível municipal quer ao nível da Euroregião.

Por outro lado, ao contrário do que sucede noutras áreas, a escala assume-se como característica fundamental para a cultura, não apenas pelas elevadas taxas de insucesso na penetração de mercado (inerente aos processos inovadores e de teste de criações) como pela necessidade de alargar as audiências (públicos-alvo) para além da realidade local. Esta escala pode ser gerada através da cooperação entre cidades e de estruturas associativas, muito especialmente, as que congreguem a atividade cultural da euroregião.

Apesar das oportunidades geradas pela cooperação transfronteiriça, atualmente, a cooperação Galiza-Norte de Portugal tem-se efetivado ao nível dos privados através da circulação de artistas e criativos.

O Eixo Atlântico, enquanto entidade supramunicipal e de âmbito euroregional, pode contribuir de forma relevante para a capacitação da Euroregião ao nível do desenvolvimento das indústrias culturais e criativas. A participação em projetos de cooperação europeia como o Imagina Atlântica é um exemplo do seu empenhamento nesta tarefa, empenhamento este que pode ser consolidado através ações complementares às anteriormente identificadas.

**NOTA 2:**

A execução e implementação de um conjunto de ações como as que se apresentam seguidamente devem ter, como ponto de partida, a definição de uma estratégia municipal para a cultura. Esta estratégia deve ser previamente consensuada com os agentes culturais locais (públicos e privados). Tem de ser divulgada pelos restantes setores económicos locais bem como por todos os departamentos/divisões municipais de forma a criar as sinergias necessárias à geração de uma dinâmica sustentada de desenvolvimento local (em que os produtos culturais se assumem como *input* essencial ao processo produtivo das restantes atividades). Pretende-se que as ações seguintes, depois de devidamente adaptadas à realidade concreta do município, façam parte integrante de uma estratégia global de desenvolvimento *smart*.

---

<sup>114</sup> Comissão Europeia 2012 b), p5.

CATÁLOGO DE AÇÕES

AA1.1	<i>Desenvolver indústrias criativas de base local</i>	<p><b>Objetivos:</b> Os municípios têm já identificadas quais as suas atividades tradicionais e quais as suas atividades produtivas locais que foram/são as mais relevantes para o crescimento e geração de riqueza e emprego. Partindo desta identificação, devem ser estabelecidas linhas de coordenação estratégica entre elas e o setor cultural de forma a que os produtos e serviços criativos mantenham “o sentimento local e específico, no mundo globalizado”<sup>115</sup>.</p> <p><b>Implementação:</b> Realização de <i>focus group</i> com os agentes a envolver para definir quais os produtos e atividades a desenvolver segundo padrões artísticos e criativos e a prioridade pela qual devem ser desenvolvidos.</p> <p><b>Resultados esperados:</b> - Aumento do valor acrescentado dos produtos locais e das atividades tradicionais - Valorização da identidade local como ativo comercial - Recuperação e preservação do património etnográfico - Fortalecimento do sentimento de pertença por parte da comunidade local</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Município Empresários Artesãos Criativos</p>
			<p><b>Grau de envolvimento:</b> Elevado</p>
			<p><b>Observações:</b></p>
AA1.2	<i>Dotar de novos usos o património edificado local</i>	<p><b>Objetivos:</b> Graças aos diversos programas de financiamento nacional e comunitário registou-se, nos últimos anos, uma forte valorização do património edificado local. Muitos dessas infraestruturas constituem, atualmente, um importante encargo financeiro para as autarquias respeitantes à sua conservação e manutenção. Estes custos podem ser partilhados com criadores, autores e artistas que aí se estabelecem.</p> <p><b>Implementação:</b> Selecionam-se os utilizadores do espaço recuperado através de regulamento que estabeleça, como condição principal de acesso ao mesmo, a apresentação de um projeto<sup>116</sup> de valorização económica da atividade cultural que aí se pretende instalar ou de um projeto de criação do próprio emprego baseado no desenvolvimento de atividades de cariz cultural.</p> <p><b>Resultados esperados:</b> - Estabelecimento de um processo cooperativo de gestão sustentável dos recursos patrimoniais através do qual se repartem os custos de conservação e manutenção do edificado entre o município e os utilizadores - Criação e desenvolvimento de atividades produtivas a nível local - Promoção do empreendedorismo e da criação do próprio posto de trabalho, através da “disponibilização” de um espaço para a instalação dos novos negócios, propiciando a redução dos seus custos fixos</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Município Criativos Empreendedores</p>
			<p><b>Grau de envolvimento:</b> Médio</p>
			<p><b>Observações:</b></p>

AA1  
Capacitação

<sup>115</sup> BOP Consulting (2012), pp 8.

<sup>116</sup> A avaliação dos projetos vencedores deve enquadrar-se, tal como proposto pelo ministério da cultura português (2010, p.126) num “sistema de incentivos baseado no mérito relativo, na massa crítica e na [sua] valia económica”.

<p><b>AA1.3</b> <b>Revitalizar os centros históricos</b></p>	<p><b>Objetivos:</b> Um dos principais constrangimentos e desafios que as autarquias locais enfrentam hoje é a recuperação dos seus centros históricos (que, no caso português, tem vindo a ser colmatado com os investimentos municipais em reabilitação urbana) bem como a respetiva dinamização social. Neste último caso, é urgente atrair pessoas e atividades para criar vivências e desenvolver experiências nos centros históricos. Estas recuperação e dinamização podem vir a ser desenvolvidas através da facilitação do acesso de autores, artistas e criadores a estas áreas.</p> <p><b>Implementação:</b> A facilitação do acesso de autores, artistas e criadores a estas áreas é efetuada mediante o estabelecimento de acordo de cooperação. Em troca do espaço cedido, estes profissionais comprometem-se a desenvolver a sua reabilitação e adaptação às atividades que aí se propõem desenvolver. A atribuição de espaços realiza-se de acordo com um regulamento municipal criado para o efeito e mediante a apresentação de projeto<sup>117</sup>.</p> <p><b>Resultados esperados:</b> - Desenvolvimento da urbanidade necessária à consolidação da procura cultural - Reabilitação do património dos centros históricos - Dinamização social dos centros históricos tornando-os atrativos à visitação e habitação</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Município Criativos Empreendedores</p> <p><b>Grau de envolvimento:</b> Médio</p> <p><b>Observações:</b></p>
--	--	---

<sup>117</sup> A avaliação dos projetos vencedores deve enquadrar-se, tal como proposto pelo Ministério da Cultural (2010, p.126) num “sistema de incentivos baseado no mérito relativo, na massa crítica e na [sua] valia económica”.

AA1.4

**Transformar as bibliotecas municipais em espaços de criação de conhecimento**

**Objetivos:**  
 As bibliotecas municipais constituem um dos principais elementos de conexão entre a cultura e a economia.  
 Elas proporcionam, através da sua constante atualização e graças à desmaterialização dos conteúdos culturais, importantes fontes de informação – maioritariamente livre e gratuita – disponíveis para o desenvolvimento da investigação nos mais diversos campos.  
 Neste âmbito, elas devem ser entendidas como espaços de criação de conhecimento para a sociedade, para a comunidade e, fundamentalmente, para o desenvolvimento económico.

**Implementação:**  
 Em cooperação com as entidades de ensino (escolas, universidades, institutos,...) e centros de investigação são elaborados programas de promoção do acesso e utilização, em investigação, das fontes bibliográficas disponíveis nas bibliotecas municipais de forma a criar apetência e competências ao nível da investigação.  
 Estes programas deverão ser capazes de gerar projetos inovadores de promoção económica e social de base cultural.

**Resultados esperados:**  
 - Identificação e uso das bibliotecas enquanto centro de conhecimento  
 - Potenciação de um novo modelo de gestão para as bibliotecas municipais  
 - Implementação de um modelo construtivista de aquisição de conhecimentos e competências com vista à inovação e ao empreendedorismo  
 - Desenvolvimento de projetos de base cultural

**Agentes a envolver:**  
 Município  
 Escolas  
 Universidades  
 Investigadores  
 Criativos

**Grau de envolvimento:**  
 Elevado

**Observações:**

Os recursos humanos responsáveis pela implementação destes programas devem ter formação específica para o seu acompanhamento e para a monitorização dos seus resultados

AA1.5

*Dotar os museus municipais de uma gestão mais eficiente*

**Objetivos:**

Os museus municipais são, provavelmente, os espaços municipais culturais que mais carências denotam ao nível da implementação de uma gestão eficiente dos recursos que possuem. Não sendo equipamentos que, por natureza devam ou possam vir a ser lucrativos, torna-se fundamental que se transformem em mais que uma mera *commodity* ou que uma atração turística, por meio da diversificação das atividades que disponibilizam. Importa, pois, rever o paradigma de gestão e da gestão para a ação, deixando esta de se focalizar apenas no consumo mas apostando na produção de bens e serviços culturais que permitam uma maior rentabilização dos seus recursos (materiais e imateriais).

**Implementação:**

Em colaboração com os agentes culturais locais é estabelecida a estratégia de diversificação da atividade dos museus. Entre elas devem incluir-se:

- Cedência de áreas específicas dos museus para espaços de criação (temporária ou permanente)
- Cedência de áreas específicas dos museus para espaços de exposição temporária e comercialização de obras de autores e criadores locais
- A definição, dentro da área museológica, de espaços de venda de *merchandising* (incluindo os relativos à arte digital), preferencialmente desenvolvidos em colaboração com os autores e criadores locais

O acordo de colaboração estabelece os *fees* e/ou *royalties* relativos ao retorno monetário gerado pelas atividades de cedência do espaço e pela venda de obras e *merchandising*.

**Resultados esperados:**

- Melhoria dos resultados de gestão dos museus municipais
- Transformação dos museus municipais em espaços criativos e contacto com formas diversificadas de arte
- Desenvolvimento de negócios criativos
- Promoção de novas áreas de empreendedorismo cultural
- Sensibilização da comunidade local para as diversas formas de arte
- Desenvolvimento do sentimento de pertença

**Agentes a envolver:**

- Município
- Empresários
- Artesãos
- Criativos

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

Os recursos humanos responsáveis pela gestão dos museus devem ter formação específica na área da gestão dos recursos culturais.

Em função das necessidades locais, a presente ação poderá ser adaptada a outros equipamentos culturais como sejam as bibliotecas, os auditórios ou os teatros municipais.

AA1.6

*Transformar os museus municipais em elementos de mudança para da cidade criativa*

<p><b>Objetivos:</b>                  Tal como indicado na ação anterior, importa capacitar os museus municipais para atividades novas e diferenciadoras.                  Estes equipamentos podem servir de âncora ao desenvolvimento e promoção de redes de cooperação entre os criativos interessados em aí desenvolver as suas atividades.</p> <p><b>Implementação:</b>                  Propõe-se um novo paradigma de gestão dos museus municipais abrindo-o à comunidade e transformando-o num local de encontro e de convívio, num local de experiência e de diálogo, um local aberto e participativo.                  As atividades desenvolvidas pelo e no museu são centradas no visitante/consumidor garantindo que não há perda da memória coletiva e assegurando a valorização da História.                  O museu assume-se, em primeira instância, numa instituição promotora da reflexão e análise crítica do futuro.</p> <p><b>Resultados esperados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- O museu assume a centralidade do processo de reflexão sobre a sustentabilidade e crescimento da cidade</li> <li>- Definição de novos usos para os museus municipais</li> <li>- Desenvolvimento de novos públicos e audiências para os museus municipais</li> <li>- Desenvolvimento de redes de cooperação e de partilha de conhecimento entre os agentes privados e entre agentes públicos e privados</li> </ul>	<p><b>Agentes a envolver:</b>                  Município                  Comunidade local                  Criativos</p>
	<p><b>Grau de envolvimento:</b>                  Elevado</p>
	<p><b>Observações:</b>                  O sucesso da implementação desta ação depende da capacidade do município envolver <i>opinion makers</i> locais e, simultaneamente, o tecido cultural e criativo instalado</p>

AA1.7

**Racionalizar as escolhas e desenvolver investimentos em eventos de elevado potencial**

**Objetivos:**

De uma forma geral, as autarquias locais têm apostado pelo desenvolvimento de eventos de cariz cultural que, muitas vezes, se assumem como ícones dos seus territórios.

Estes eventos atraem os mais diversos públicos mas a sua sustentabilidade e continuidade no longo prazo depende essencialmente do financiamento local, não obstante o retorno direto e indireto que possam gerar para a comunidade local.

Atendendo à forte redução de recursos financeiros a que se encontram atualmente sujeitos os municípios, importa racionalizar escolhas e desenvolver investimento em eventos que demonstrem ter, a longo prazo, a capacidade de se consolidar e de se autofinanciar.

**Implementação:**

A autarquia deve concentrar os recursos disponíveis apenas nos eventos que demonstrem gerar maior retorno em termos de atratividade, criação de riqueza e criação de emprego.

Por essa razão devem ser elaborados estudos comparativos acerca do retorno e efeito alavancagem do investimento realizado em eventos/megaeventos de forma a identificar aqueles que melhor satisfazem as necessidades da comunidade local e mais contribuem para o desenvolvimento da economia local.

Para os eventos selecionados são criadas equipas de profissionais (internas ou em *outsourcing*) que, ano após ano, se especializam na sua concretização (organização, divulgação, promoção, monitorização,...). Estas equipas desenvolvem a sua atividade de acordo com um plano plurianual de ação previamente concertado, devidamente enquadrado nos objetivos quer da política cultural quer da política de desenvolvimento económico municipal, responsabilizando-se pelo cumprimento de objetivos quantitativos e qualitativos que lhes são previamente atribuídos.

**Resultados esperados:**

- Consolidação dos eventos mais relevantes para o município e para a comunidade local
- Maior rentabilização do investimento realizado nos eventos municipais

Agentes a envolver:  
Município

Grau de envolvimento:  
*Elevado*

Observações:

AA2.1

*Incluir o setor criativo na formação para o empreendedorismo*

**Objetivos:**

Em vários municípios têm ocorrido (organizados pelas autarquias locais, associações comerciais e/ou empresariais, associações de desenvolvimento local,...) ações de formação, seminários e workshops dedicados à promoção do empreendedorismo e do empreendedorismo jovem que importa alargar ao setor das indústrias culturais e criativas de forma a incluir os seus agentes e operários no tecido empresarial local.

**Implementação:**

O município assume, nesta ação, um papel fundamental não apenas como organizador de eventos de promoção e formação em empreendedorismo e empresariado jovem que incluem e/ou habilitem criadores, autores e artistas enquanto empresários mas, também, de consciencializador das instituições que local ou regionalmente os promovem para a importância da inclusão deste público nos eventos de empreendedorismo que organizam.

Este tipo de eventos contribuem para a autossustentabilidade do negócio artístico e cultural privado e prepara para e facilita aos autores e artistas o estabelecimento de relações de cooperação com outros empresários para que as discussões se estabeleçam num mesmo patamar de conhecimento de gestão económico-financeira.

**Resultados esperados:**

- Qualificação dos atores culturais conferindo-lhes competências de gestão
- Capacitação dos agentes culturais para o empreendedorismo
- Promoção e apoio à criação de negócios culturais e criativos
- Maior envolvimento dos agentes culturais com o tecido empresarial local/regional

**Agentes a envolver:**

Municípios  
Associações comerciais  
Associações/agências representativas do setor das indústrias culturais e criativas  
Escolas e centros de formação

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

AA2  
Formação

**AA2.2**

**Facilitar a apresentação do trabalho cultural e criativo ao tecido empresarial**

**Objetivos:**

Ao nível do empreendedorismo, cabe ainda aos municípios a disponibilização de informação que permita o desenvolvimento de novos negócios que se enquadrem e valorizem a política cultural municipal pelo que se propõe o desenvolvimento de seminários/workshops dedicados à apresentação dos valores culturais locais aos jovens investidores e/ou empreendedores.

**Implementação:**

Em parceria com as associações comerciais locais, as escolas e centros de formação e as associações/agências representativas do setor das indústrias culturais e criativas (em especial, com a colaboração da ADDTICT e a AGADIC), são organizados seminários/workshops dedicados à apresentação dos valores culturais locais aos jovens investidores e/ou empreendedores.

Estes seminários podem visar temas como, por exemplo, o património arquitetónico (histórico ou atual) municipal sendo os participantes convidados à realização de *brainstorms* acerca de eventuais usos e negócios com base/origem nesse património (desenvolvimento de percursos guiados para turistas ou para estudantes de arte, desenvolvimento de filmes promocionais sobre ou com recurso aos elementos patrimoniais apresentados, identificação de usos alternativos para o edificado,...)

**Resultados esperados:**

- Qualificação dos atores culturais aportando-lhes mais e melhor informação sobre os valores culturais e identitários do município
- Capacitação dos agentes culturais para o empreendedorismo
- Promoção e apoio à criação de negócios culturais e criativos
- Divulgação do património cultural municipal
- Envolvimento da comunidade local na definição dos usos a atribuir ao património cultural e sua valorização
- Criação/desenvolvimento de massa crítica local

**Agentes a envolver:**

Municipios  
 Associações comerciais  
 Associações/agências representativas do setor das indústrias culturais e criativas  
 Escolas e centros de formação

**Grau de envolvimento:  
Elevado**

**Observações:**

<p><b>AA2.3</b> <b>Capacitar os profissionais culturais para facilitar a integração dos negócios culturais e criativos no tecido empresarial</b></p>	<p><b>Objetivos:</b>                  Importa capacitar os empresários culturais (sejam eles autores, criadores e/ou artistas) para a gestão do negócio e para a atividade comercial propriamente dita, conferindo-lhe “um duplo perfil de competências: formal e informal, cultura e economia, especialista e interdisciplinar”<sup>118 119</sup>.</p> <p><b>Implementação:</b>                  Esta capacitação pode ser conseguida com o apoio das universidades da Euroregião, atores locais que conhecem a realidade socioeconómica onde se encontram inseridos e que dispõem de um corpo docente apto ao desenvolvimento de processo formativos nesta área, adequados à realidade e tecido empresarial local.                  Estes <i>stakeholders</i> desenvolvem cursos, graduações ou pós-graduações, dedicadas à gestão cultural, incluindo temáticas de gestão comercial, gestão financeira e gestão económica de bens, serviços e negócios culturais.                  Neste âmbito, os municípios assumem um papel de colaborador e divulgador contribuindo para a criação dos cursos mas, essencialmente, divulgando-os e facilitando o acesso dos agentes culturais locais aos mesmos.</p> <p><b>Resultados esperados:</b>                  - Qualificação de nível superior dos atores culturais conferindo-lhes competências de gestão                  - Adaptação da oferta formativa às necessidades do mercado</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b>                  Municípios                  Associações comerciais                  Associações/agências representativas do setor das indústrias culturais e criativas                  Escolas e centros de formação</p> <p><b>Grau de envolvimento:</b>                  Médio</p> <p><b>Observações:</b></p>
--	--	--

<sup>118</sup> ADDICT (2009), pp 44.

<sup>119</sup> De acordo com a CCDR-N (2008, p37) os empresários culturais e criativos possuem “reduzidas competências de gestão e dificuldade em transformar as suas ideias em produtos comercializáveis”.

AA2.4

*Capacitar os gestores públicos dos espaços culturais*

**Objetivos:**

Pela sua própria natureza, nem todas as atividades criativas e culturais desenvolvidas pelo município são passíveis de ser identificadas como lucrativas ou comerciais. Neste contexto, é essencial dotar os gestores culturais municipais de competências de gestão dos recursos culturais (tornando-a mais eficiente).

Os gestores públicos dos espaços culturais devem ser conscientes de que é sua competência procurar a melhor forma de gerir os equipamentos a seu cargo (procurando sempre utilizar da melhor forma os recursos disponibilizados para a sua concretização).

**Implementação:**

Esta capacitação pode ser garantida através de formação específica a ser incluída nos planos anuais de formação das autarquias.

Esta formação deve assegurar as competências necessárias à melhor gestão dos recursos culturais municipais de forma a racionalizar e rentabilizar o investimento municipal em cultura bem como as competências relacionadas com a criação do «gosto» cultural e ao desenvolvimento de audiências apostando na criação do hábito de consumo cultural (particularmente junto das faixas etárias mais jovens) como forma de incrementar a procura, de médio e longo prazos, de bens e serviços culturais e garantir a inclusão cultural da população local.

Deve ser orientada para a preparação destes agentes públicos para “o estabelecimento contratos de prestação de serviço por objetivos”.

**Resultados esperados:**

- Melhoria da gestão cultural municipal
- Melhoria das qualificações e competências dos funcionários autárquicos da área cultural
- Racionalização das despesas municipais
- Criação/desenvolvimento de audiências

**Agentes a envolver:**  
Município

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

**AA2.5**

***Apostar na formação artística qualificada***

**Objetivos:**

Apesar dos inúmeros cursos superiores da área cultural e das indústrias culturais e criativas existentes na Euroorregião, foi possível apurar que não se encontra suficientemente desenvolvida uma formação artística qualificada que eleve o nível dos bens e serviços culturais aqui produzidos para o nível internacional exigido, permitindo, desta forma, alargar o leque de mercados compradores da cultura produzida na Euroorregião.

**Implementação:**

No âmbito desta ação cabe aos municípios, apoiar a criação de cursos de formação artística qualificada, em especial, nas escolas (incluindo as de ensino superior) e centros de formação que já ministram formação artística.

O apoio prestado deve ir para além da mera divulgação e apoio à promoção dos cursos podendo realizar-se ao nível do apoio no acolhimento de professores/formadores com currículos reconhecidos internacionalmente ou à concessão de bolsa de estudos para alunos que demonstrem potencialidades, acima da média, na área artística em que se realiza a formação.

**Resultados esperados:**

- Promoção da criação artística
- Capacitação de alto nível e de reconhecimento internacional dos recursos humanos culturais locais
- Atração de jovens profissionais
- Melhoria da oferta cultural local

**Agentes a envolver:**

Escolas e centros de formação  
 Associações/agências representativas do setor das indústrias culturais e criativas  
 Município

**Grau de envolvimento:**

Baixo

**Observações:**

<p>AA3 Cooperação</p>	<p><b>AA3.1</b> <b>Criar um catálogo dos cursos e profissões relativos às indústrias criativas</b></p> <p><b>Objetivos:</b> A Eurorregião possui um vasto número de cursos universitários que formam profissionais para as indústrias criativas mas cujas saídas profissionais e conteúdos curriculares são desconhecidos da sociedade em geral e do tecido empresarial em particular. Por outro lado, a entrada no mercado de trabalho destes profissionais não tem contribuído para o rejuvenescimento do tecido económico, social e cultural das cidades. Importa pois, disponibilizar esta informação de modo sistematizado.</p> <p><b>Implementação:</b> Propõe-se a elaboração de um catálogo dos cursos e profissões relativas às indústrias criativas que os relacione com as efetivas saídas profissionais que as mesmas conferem.<sup>120</sup> A produção deste catálogo deve efetuar-se em cooperação com as universidades e as associações empresariais devendo ser de acesso fácil e generalizado bem como de fácil atualização e, preferencialmente, disponibilizado através da internet.</p> <p><b>Resultados esperados:</b> - Facilitação do acesso dos profissionais da cultura ao mercado de trabalho - Divulgação, junto do tecido empresarial, dos cursos culturais existentes na Eurorregião - Divulgação, junto do tecido empresarial, das potencialidades que os profissionais culturais formados na Eurorregião podem representar para o seu negócio - Retenção, na Eurorregião, de quadros culturais qualificados</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Eixo Atlântico Municípios Associações comerciais ADDICT AGADIC Direção regional de cultura do Norte Instituições de ensino superior</p> <p><b>Grau de envolvimento:</b> Moderado</p> <p><b>Observações:</b> Ação de cooperação com influência direta na AA1</p>
---------------------------	---	---

<sup>120</sup> De acordo com a CDDR-N (2008, p60) existem mais de 90 cursos que acolhem anualmente mais de 3500 alunos, ao nível da região Norte de Portugal, no âmbito da cultura e das indústrias criativas.

**AA3.2**

**Crear complementariedades entre ciudades (1)**

**Objetivos:**

Como já indicado anteriormente, é nas áreas metropolitanas da Eurorregião que se tem concentrado o investimento no desenvolvimento das indústrias culturais criativas, facto justificado pelas dinâmicas sociais e populacionais destas áreas que conferem escala aos negócios e atividades culturais implementadas.

Tal impõe a criação de redes interciudades que dotem de escalas os espaços intermédios através da valorização da complementariedade que podem desenvolver uns face aos outros.

**Implementação:**

A presente ação deve iniciar-se pelo estudo das potencialidades e estágio de desenvolvimento das indústrias culturais e criativas nas cidades associadas ao Eixo Atlântico.

Com base nos resultados aí obtidos, deverá ser delineada a estratégia de integração da(s) rede(s) interciudades.

Estas redes são desenvolvidas tendo como objetivo principal o estabelecimento de escalas para as atividades culturais desenvolvidas por cada um das cidades de *per si* ou pelo no conjunto.

A estratégia a desenvolver deve ser capaz de envolver as áreas metropolitanas da Eurorregião encontrando complementariedades que dotem todos os envolvidos de mais atratividade face aos públicos internos e externos e procurando estabelecer e promover os valores culturais da Eurorregião.

Esta atividade deverá ser liderada pelo Eixo Atlântico enquanto entidade representativa das cidades participantes.

**Resultados esperado:**

- Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural
- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural
- Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade eurorregional
- Desenvolvimento de escalas de nível intermédio
- Estabelecimento e afirmação dos valores identitários comuns da Eurorregião
- Aumento da atratividade cultural das cidades médias

**Agentes a envolver:**  
Eixo Atlântico  
Municípios

**Grau de envolvimento:**  
Moderado

**Observações:**

O desenvolvimento desta ação deverá, também, levar em consideração os resultados obtidos para a ação AA1.7

Ação de cooperação com influência direta na AA1 e AA5

AA3.3

**Crear complementariedades entre ciudades (2)**

**Objetivos:**

Em complemento da atividade anterior, importa que a colaboração entre cidades (especialmente entre as cidades pertencentes à(s) rede(s) intercidades abrangia também, a programação de forma a evitar a duplicação de eventos ou a concorrência direta pelos mesmos públicos/audiências, nas mesmas datas.

**Implementação:**

Deve ser realizado um levantamento exaustivo das infraestruturas culturais existentes na Eurorregião bem como da programação cultural municipal (relevando a que ocorre nesses espaços). Após tipificação dos eventos e atividades incluídos na programação, deve ser efetuado o agrupamento de municípios e/ou o agrupamento de infraestruturas em função dessa tipologia.

Para esses agrupamentos é estabelecida uma rede de programação que potencie o uso eficiente dos recursos, maximize audiências e assegure à comunidade um serviço cultural de maior qualidade.

*Nota 1: o agrupamento por tipo de equipamento deve incluir todos os equipamentos com funções culturais similares. Por exemplo, a rede de teatros não deve incluir apenas teatros municipais mas oferecerem, sejam eles auditórios ou espaços multiusos.*

*Nota 2: a agenda cultural do Eixo Atlântico é um dos exemplos de atividades a incluir na presente ação*

**Resultados esperados:**

- Melhoria da gestão dos equipamentos culturais eurorregionais
- Aumento da atratividade cultural das cidades médias
- Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural
- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural
- Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade eurorregional
- Desenvolvimento de escalas de nível intermédio
- Estabelecimento e afirmação dos valores identitários comuns da Eurorregião

**Agentes a envolver:**

Eixo Atlântico  
Municípios

**Grau de**

**envolvimento:**  
Moderado

**Observações:**

Ação de cooperação com influência direta na AA1

AA3.4

**Desenvolver a rede de film commissions da Euroregião**

**Objetivos:**

A atuação das *film commissions* acontece, na maioria das vezes, desenhada da política municipal de *marketing* territorial e sem ligação aos responsáveis pela política cultural municipal. Sendo evidente a unicidade e relevância dos lugares e do património (histórico e edificado) da Euroregião, a ação das *film commissions* é decisiva para a afirmação deste território e para a divulgação da sua cultura e recursos culturais.

A atuação destas entidades pode ser fundamental para, por exemplo, disseminar informação sobre os sítios património da humanidade existentes na Euroregião através de canais de distribuição de largo espetro.

A maximização da atuação das *film commission* e, até, o seu nível de desempenho e de alcance na captação de curtas-metragens, longas-metragens, filmes, documentários ou outros é possível se, entre todas, for desenvolvido um trabalho colaborativo de divulgação da Euroregião para captação eventos cinematográficos e televisivos de âmbito internacional.

**Implementação:**

A consolidação da cooperação entre cidades da Euroregião deve envolver, também, o estabelecimento de uma rede de *film commissions* dedicada não apenas à partilha de experiências, conhecimento e contactos mas, principalmente, dedicada ao desenvolvimento e implementação de uma política de ação para a atração de produtores cinematográficos e de televisão assegurando-lhes não apenas uma vasta diversidade de cenários únicos mas, também, todo o potencial humano aqui existente (atores, figurantes, escritores, ...).

A implementação desta ação inicia-se com a definição conjunta das áreas de cooperação e das possíveis atividades colaborativas a desenvolver. Importa, também, definir uma bolsa de possíveis patrocinadores bem como qualificar os recursos humanos destas instituições para a realização de vendas e desenvolvimento de ações de *marketing* regional a nível internacional.

É fundamental que todas as ações desenvolvidas estabeleçam formas de monitorização do retorno por elas gerado (incluindo os relativos à notoriedade do território e ao impacto no turismo).

**Resultados esperados**

- Reforço da identidade da Euroregião
- Desenvolvimento de novas formas de *marketing* territorial também dedicado à potenciação da atratividade do território
- Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural
- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural
- Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade euroregional

**Agentes a envolver:**

- Eixo Atlântico
- Municípios
- Film commissions*
- Patrocinadores

**Grau de envolvimento:**  
Moderado

**Observações:**

Ação de cooperação com influência direta na AA1 e AA5

AA3.5

*Alargar as áreas de complementaridade entre cidades nos diversos âmbitos da cultura*

**Objetivos:**

Uma das áreas culturais de maior impacto comercial centra-se na compra e venda de obras de arte da mais diversa natureza.

Muitas cidades afirmam-se e diferenciam-se, a nível internacional, como centros especializados na comercialização de arte e antiguidades atraindo autores e criadores (com reconhecimento internacional) e, devido a estes, novos talentos.

Atendendo à forte concorrência verificada neste mercado específico, considera-se fundamental a criação de escala como forma de garantir a competitividade necessária.

**Implementação:**

Assim, e de forma a criar condições de competitividade da Euroregião no mercado das artes, propõe-se que a rede de cooperação entre as cidades inclua uma rede de galerias de arte.

Esta rede desenvolverá, para as cidades associadas ao Eixo Atlântico um calendário único de exposições e leilões como forma de criar mercado, fluxos financeiros e atratividade, desenvolvendo novos canais de distribuição e alargando os mercados potenciais para os criadores da Euroregião.

**Resultados esperados:**

- Afirmção da Euroregião como mercado internacional de artes
- Penetração em novos mercados culturais
- Potenciação da atratividade do território
- Desenvolvimento de novas formas de marketing territorial
- Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural
- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural
- Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade euroregional

**Agentes a envolver:**

Municípios  
Eixo Atlântico  
Galerias de arte  
Leiloeiras

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

<p><b>AA3.6</b> <b>Desenvolver programas de intercâmbios profissionais</b></p>	<p><b>Objetivos:</b> A consolidação da atividade cultural enquanto atividade potenciadora do desenvolvimento e afirmação da eurorregião<sup>121</sup> deve basear-se na generalização de programas de intercâmbios profissionais de carácter duradouro e que permitam o efetivo desenvolvimento de competências em contexto real de trabalho (<i>learn by doing</i>).</p> <p><b>Implementação:</b> O Eixo Atlântico, enquanto rede de cooperação de municípios da Eurorregião garante as condições necessárias à implementação de programas de intercâmbios de profissionais e de agentes culturais.</p> <p>Esta prática é já realizada, ainda que de forma desarticulada, por várias entidades e municípios da Eurorregião (em especial, entidades privadas) carecendo, apenas, de uma organização que potencie o seu alargamento e facilite o acesso do maior número possível de agentes e profissionais. As autarquias locais devem colaborar nesta ação assumindo o papel de agentes emissores e recetores dos profissionais envolvidos nos programas de intercâmbio.</p> <p><b>Resultados esperados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualificação dos atores culturais aportando-lhes mais e melhor informação sobre os valores culturais e identitários da Eurorregião</li> <li>- Capacitação dos agentes culturais</li> <li>- Apoio ao emprego cultural</li> <li>- Divulgação das competências dos profissionais culturais da Eurorregião</li> <li>- Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural</li> <li>- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural</li> <li>- Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade eurorregional</li> </ul>
<p><b>Agentes a envolver:</b> Eixo Atlântico Municípios Agentes culturais</p>	<p><b>Grau de envolvimento:</b> Elevado</p>
<p><b>Observações:</b> Esta ação poderá ser aprofundada através da criação de programas associados às residências de artistas</p> <p>Ação de cooperação com influência direta na AA2</p>	

<sup>121</sup> Contribuindo para os objetivos da política cultural europeia através do aumento da circulação transnacional de obras e operadores culturais e criativos e, simultaneamente, alargando o leque de escolhas disponibilizadas aos consumidores.

<p><b>AA3.7</b> <b><i>Estabelecer o dia eurorregional do património</i></b></p>	<p><b>Objetivos:</b> A afirmação da Eurorregião enquanto território cultural exige a implementação de ações concretas que visem a criação e consolidação da identidade eurorregional. Este reconhecimento parte, em grande medida, do conhecimento e reconhecimento dos elementos culturais partilhados, em especial, pela comunidade que faz a vivência do território.</p> <p><b>Implementação:</b> Considera-se que a criação do sentimento de pertença e de identidade pode ser alcançado através de atividades como estabelecimento do dia eurorregional do património. Neste dia, através de uma estratégia de atuação conjunta das cidades do Eixo Atlântico, são realizadas atividades comuns/ídenticas em que todos os equipamentos culturais dessas cidades (por exemplo, nesse dia os equipamentos culturais de visita estão abertos ao público de forma gratuita e em horários alargados).</p> <p><b>Resultados esperados:</b> - Reforço da identidade da Eurorregião - Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural - Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural - Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade eurorregional</p> <p><b>AA3.8</b> <b><i>Desenvolvimento da feira do livro da Eurorregião</i></b></p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Municípios Eixo Atlântico</p>	<p><b>Grau de envolvimento:</b> Elevado</p>	<p><b>Observações:</b> Ação de cooperação com influência direta na AA1 e AA4</p>
<p><b>Objetivos:</b> Como referido na ação anterior, a afirmação da Eurorregião enquanto território cultural exige a implementação de ações concretas que visem a criação e consolidação da identidade eurorregional. Por outro lado, a criação e consolidação do emprego cultural neste território depende do desenvolvimento de canais de comunicação e distribuição eficiente e apropriados. A Eurorregião conta com um vasto número de autores e obras literárias reconhecidas internacionalmente bem como com uma relevante produção literária anual (facilmente verificável pelo número de apresentações de novas obras que constam das agendas culturais das agendas culturais das cidades do Eixo Atlântico).</p> <p><b>Implementação:</b> De forma a valorizar e divulgar esta produção, propõe-se a criação da Feira do Livro da Eurorregião. Para além de dotar de escala um evento de reconhecido valor cultural (e que ocorre em todas as cidades associadas do Eixo Atlântico) podendo assumir-se como um evento de nível ibérico, pretende-se potencializar o retorno do investimento realizado com a sua organização através de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de um espaço exclusivamente dedicado aos autores do Norte de Portugal e da Galiza</li> <li>• Organização de seminários, <i>workshops</i> e tertúlias, como atividades paralelas, com a presença de nomes consagrados da cultura da eurorregião</li> <li>• Apresentação de obras de novos talentos, comentadas por autores consagrados</li> </ul> <p><b>Resultados esperados:</b> - Apoio à consolidação e desenvolvimento das profissões culturais relacionadas com a literatura - Atração de novos públicos aos quais se dá a conhecer a cultura da Eurorregião - Reforço da identidade da eurorregião - Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural - Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural - Maior afirmação do Eixo Atlântico enquanto entidade eurorregional</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Municípios Eixo Atlântico Autores Editoras</p>	<p><b>Grau de envolvimento:</b> Elevado</p>	<p><b>Observações:</b> Ação de cooperação com influência direta na AA5</p>	

AA3.9

**Criar gabinetes de apoio às indústrias culturais criativas – observatório**

**Objetivos:**

A maioria das cidades associadas ao Eixo Atlântico possuem gabinetes de apoio ao empresário/cidadão tornando relativamente rápido e com baixo custo adaptá-lo, também, à prestação de serviços de apoio aos negócios (indústrias) culturais e criativos.

Em algumas cidades parece, inclusive, exequível criar gabinetes específicos de apoio às indústrias criativas.

Em ambos os casos devem tratar-se de gabinetes dedicados a incentivar e incrementar o empreendedorismo e a inovação e que, simultaneamente, assumam a função de observatórios do seu desenvolvimento na Euroregião.

**Implementação:**

Em primeira instância, estes gabinetes (sejam eles adaptações de gabinetes de apoio ao empresário já existentes ou gabinetes de apoio específico às indústrias culturais e criativas) devem ser dotados de ferramentas e recursos humanos capazes de apoiar os empresários criativos no desenvolvimento dos seus próprios projetos de financiamento.

Em especial, devem estar preparados para responder a necessidades tão específicas como fundamentais, no âmbito dos negócios e profissões culturais, como sejam o registo de patentes ou os processos de proteção da propriedade intelectual.

Propõe-se que se envolvam, como parceiros preferenciais na implementação da presente ação, as associações regionais das indústrias culturais e criativas ADDICT e AGADICT pelo conhecimento que detêm do setor, dos seus agentes e pela dinâmica de atividade cooperativa que demonstram.

Estes gabinetes devem funcionar (e formar) em rede de modo a partilhar experiências, *benchmarks* e soluções de negócio potenciando-se, através deles, o estabelecimento de uma rede de contactos que incluam potenciais clientes e potenciais fornecedores.

Ainda que não integrados na rede e enquanto unidades de apoio ao empreendedor criativo devem ser capazes de disponibilizar informações facilitadoras da entrada no mercado laboral como, por exemplo, o apoio à elaboração de portfólios ou a já mencionada disponibilização de uma bolsa de fornecedores especializados ou de uma bolsa de contactos para colaboração.

**Resultados esperados:**

- Apoio à criação de negócios culturais
- Fomento do empreendedorismo cultural e da criação do próprio posto de trabalho
- Integração do setor cultural no tecido empresarial/económico local/regional
- Criação de um instrumento comum de monitorização da atividade cultural enquanto atividade económica
- Fortalecimento das relações de cooperação, entre cidades, ao nível cultural
- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural

**Agentes a envolver:**

- Eixo Atlântico
- Municípios
- Associações comerciais
- ADDICT
- AGADIC

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

Os recursos humanos responsáveis pela implementação destes programas devem ter formação específica para o seu acompanhamento e monitorização dos seus resultados

Ação de cooperação com influência direta na AA1

AA3.10

**Dinamizar a rede de incubadoras das indústrias criativas – observatório**

**Objetivos:**

Como explicitado no capítulo 6 existe, atualmente, um número significativo de incubadoras de indústrias culturais e criativas que cobrem uma parte significativa do território da Euroregião. Neste contexto e no mesmo enfoque da ação anterior, deve ser avaliada a possibilidade de criação de uma rede de incubadoras de empresas e/ou de indústrias criativas de forma a garantir a essas unidades (com ganhos gerados por economias de escala e potenciando o intercâmbio de experiências e boas práticas):

- A interação com especialistas
- A facilitação do acesso a redes de contacto e negócio
- A aproximação a oportunidades de convergência com outros sectores, evitando o isolamento dos jovens empreendedores
- O acesso ao mercado
- A definição de modelos de empreendedorismo

**Implementação:**

A implementação desta ação é, em tudo, similar à implementação da ação anterior adaptando-se o seu conteúdo à criação e desenvolvimento de uma rede de incubadoras que, a ser possível, devem albergar os gabinetes de apoio indicados na ação anterior.

Da mesma forma, esta rede deve ser incluída e contribuir para a concretização de ações de monitorização e assumir a função de observatório euroregional recolhendo, tratando e disseminando informações de natureza empresarial e económica e relatando a evolução do setor cultural e criativo enquanto setor económico.

Trata-se de uma ação colaborativa que envolve não apenas os municípios mas também as associações comerciais e os possíveis investidores para o negócio (incluindo entidades bancárias, entidades de capital de risco ou *business angels*<sup>122</sup>) garantindo que o investimento em empreendedorismo e em incubadoras culturais e criativas possa ter um retorno efetivo.

**Resultados esperados:**

- Apoio ao desenvolvimento de indústrias culturais e criativas
- Fomento do empreendedorismo cultural e da criação do próprio posto de trabalho
- Integração do setor cultural no tecido empresarial/económico local/regional
- Criação de um instrumento comum de monitorização da atividade cultural enquanto atividade económica
- Fortalecimento das relações de cooperação entre cidades ao nível cultural
- Desenvolvimento de atividades colaborativas e cooperativas ao nível cultural

**Agentes a envolver:**

- Eixo Atlântico
- Municípios
- Associações comerciais
- ADDICT
- AGADIC
- Investidores locais e regionais

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

Os recursos humanos responsáveis pela implementação destes programas devem ter formação específica para o seu acompanhamento e monitorização dos seus resultados

Ação de cooperação com influência direta na AA1

<sup>122</sup> A própria Comissão Europeia (2012 b), p4) assume a importância de se garantir o acesso ao financiamento por parte dos negócios culturais por parte de entidades bancárias que analisem os respetivos planos de negócios valorizando convenientemente os ativos incorpóreos que lhes estão inerentes (como seja o capital intelectual ou a criatividade).

<p>AA4.1</p> <p><b>Consciencializar o tecido empresarial local para as oportunidades de negócio criativas</b></p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <p>A criação de “empregos culturais” não deve estar, unicamente, associada à criação de novos postos de trabalho.</p> <p>Cabe ao município promover uma maior consciencialização do tecido empresarial local sobre as mais-valias que podem resultar da integração de criadores, autores e artistas nos seus quadros de pessoal<sup>123</sup>, nomeadamente, ao nível da inovação e diferenciação que podem aportar aos seus produtos e serviços.</p> <p><b>Implementação:</b></p> <p>Uma das formas de apoiar os empregos culturais existentes (em especial, os associados às indústrias culturais e criativas) é a criação de uma bolsa de empresas que se disponibilizem a acolher estes profissionais, num estágio cofinanciado (através de fundos municipais ou de fundos nacionais e de fundos provenientes das empresas integradas na bolsa).</p> <p>A candidatura ao estágio oferecido no âmbito da bolsa de empresas será efetivada através da apresentação prévia de um projeto<sup>124</sup> de intervenção para a melhoria, inovação e diferenciação dos produtos e serviços produzidos pela empresa a que o estagiário se candidata. Durante o período do estágio, o profissional selecionado, obriga-se a implementar o projeto apresentado e o empresário obriga-se a garantir o seu teste no mercado.</p> <p><b>Resultados esperados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento do valor acrescentado aos produtos locais e às atividades tradicionais</li> <li>- Capacitação dos agentes culturais para o empreendedorismo</li> <li>- Promoção e apoio ao desenvolvimento de negócios culturais e criativos</li> <li>- Maior envolvimento dos profissionais/empresários culturais com o tecido empresarial local</li> </ul>	<p><b>Agentes a envolver:</b></p> <p>Eixo Atlântico Municípios Associações comerciais Empresários locais/regionais</p> <p><b>Grau de envolvimento:</b></p> <p>Elevado</p> <p><b>Observações:</b></p> <p>Esta ação complementa e deve ser desenvolvida de forma integrada com as ações AA3.1, AA3.9 e AA3.10</p>
	<p>AA4</p> <p><b>Transformação</b></p>	

<sup>123</sup> De acordo com a Comissão Europeia (2012b) “as empresas que dispendem o dobro dos gastos médios em contributos criativos têm 25% mais probabilidades de gerar produtos inovadores” derivando, este incremento, por exemplo, do “uso mais alargado do *design* nas indústrias transformadoras, acrescentando valor a produtos, serviços, processos e estruturas de mercado”.

<sup>124</sup> A avaliação dos projetos vencedores deve enquadrar-se, tal como proposto pelo Ministério da Cultural (2010, p.126) num “sistema de incentivos baseado no mérito relativo, na massa crítica e na [sua] valia económica”.

AA4.2

**Abrir os espaços culturais municipais à economia cultural e criativa**

**Objetivos:**

A criação de «empregos culturais» pode, ainda, ser alcançada mediante a abertura dos espaços culturais municipais a iniciativas criativas de carácter comercial, promocional ou pedagógico. Autores, criadores e artistas devem encontrar, nas autarquias, um parceiro para o seu negócio em troca do fornecimento de bens ou serviços.

Esta parceria deve alargar-se a outros âmbitos: são necessários espaços onde se possam desenvolver as capacidades e talentos de novos criadores; é importante apoiar os adeptos das atividades artísticas (especialmente os amadores mais jovens) e que podem constituir recursos com os quais se podem promover circuitos de atuação e, até, intercâmbios na rede das cidades do Eixo Atlântico.

**Implementação:**

Os equipamentos culturais municipais (museus, teatros, galerias de arte, auditórios,...) devem estar abertos à realização de atividades de promoção e divulgação da oferta de produtos e serviços culturais existentes no município.

São exemplos:

- Realização de *workshops* cuja temática seja relativa à do espaço cedido promovendo não só um maior conhecimento da mesma por parte dos participantes mas, também, capacite os profissionais na realização de atividades alternativas que garantam a sustentabilidade do seu negócio/posto de trabalho
- Realização de exposições de obras e produções com o objetivo de os promover e comercializar
- Produção de objetos de *merchandising*, para venda, alusivos aos espaços culturais cedidos

Estas atividades devem assumir carácter comercial e serem integradas nas estratégias de melhoria da eficiência da gestão dos recursos e equipamentos culturais municipais.

**Resultados esperados:**

- Potenciação de um novo modelo de gestão para os equipamentos culturais
- Transformação dos equipamentos culturais em espaços criativos e contacto com formas de arte diversificadas
- Apoio a negócios culturais e criativos
- Desenvolver novos canais de distribuição dos bens e serviços culturais
- Sensibilização da comunidade local para as diversas formas de arte

Agentes a envolver:  
Municípios  
Agentes culturais

Grau de envolvimento:  
Elevado

Observações:

**AA4.3**

***Desenvolver sinergias entre a cultura/indústrias criativas e o turismo (1)***

**Objetivos:**

O desenvolvimento de sinergias entre a cultura e as indústrias culturais e criativas e outros setores deve ser encarado numa ótica integrada. Este relacionamento é especialmente relevante pela sua complementaridade com o turismo, não apenas porque este é uma atividade económica que emprega trabalhadores culturais (como por exemplo, historiadores e arqueólogos contratados como guias ou produtores de audiovisual dedicados à produção de filmes promocionais de destinos e recursos) mas porque a sua conjugação permite diversificar e inovar a experiência turística aumentando os fluxos turísticos e, consequentemente, alavancando a economia local no seu todo.

**Implementação**

A atividade cultural municipal deve ser desenvolvida tendo em consideração que também deve proporcionar, aos turistas, experiências de desenvolvimento pessoal<sup>125</sup>, cabendo ao turismo vendê-las, acrescentando-lhes valor.

Se, por um lado, a cultura deve preocupar-se com a criação destas experiências destinadas aos turistas, pelo outro, o turismo deve divulgá-las através dos seus canais de distribuição e junto do seu público-alvo.

Um dos exemplos de como tal conciliação de interesses pode ser desenvolvida reside, por exemplo, na forma de distribuição das agendas culturais municipais. Estas devem destinar-se não apenas a residentes mas estar disponíveis em postos de turismo, unidades de alojamento e outros equipamentos turísticos.

**Resultados esperados:**

- Potenciação das sinergias existentes entre a cultura e o turismo
- Desenvolvimento de experiências turísticas únicas com base no património cultural local
- Diferenciação do município, enquanto destino turístico, face à concorrência

**Agentes a envolver:**

- Municípios
- Agentes culturais
- Agentes turísticos

**Grau de envolvimento:**  
Moderado

**Observações:**

**AA4.4**

***Desenvolver sinergias entre a cultura/indústrias criativas e o turismo (2)***

**Objetivos:**

Ainda no âmbito das sinergias existentes entre a cultura (englobando as indústrias culturais e criativas), importa estabelecer âmbitos de cooperação intersectoriais geradores de novos negócios culturais e que potenciem o empreendedorismo associando cultura e turismo.

**Implementação**

A riqueza cultural (em termos de património imaterial, etnográfico, histórico, arquitetónico) e a existência de múltiplos equipamentos culturais municipais devem construir matéria-prima para novos produtos e serviços turísticos.

É exemplo, o desenvolvimento de aplicações interativas (software) geradoras de experiências turísticas inovadoras e únicas ao nível do conhecimento e fruição da cultura local.

O município assume, nesta ação, a função de promotor da introdução das novas tecnologias da informação e comunicação na experiência turística, devendo dar relevo às artes digitais e ao multimédia.

**Resultados esperados:**

- Potenciação das sinergias existentes entre a cultura e o turismo
- Desenvolvimento de novos negócios culturais
- Desenvolvimento de experiências turísticas únicas com base no património cultural local

**Agentes a envolver:**

- Agentes e empresários culturais
- Agentes e empresários turísticos
- Municípios

**Grau de envolvimento:**  
Moderado

**Observações:**

<sup>125</sup> CDDR-N (2008), p34.

**AA4.5**

**Complementar as incubadoras de empresas com as incubadoras de indústrias criativas**

**Objetivos:**

A criação de plataformas logísticas e a criação e requalificação de parques empresariais está, normalmente, associadas à criação de ninhos ou incubadoras de empresas. A integração da atividade cultural enquanto setor económico passa pela igualdade de oportunidades de acesso que os diversos negócios e empreendedores têm a estes espaços. Por outro lado, importa que as atividades económicas tradicionais se aproximem e conheçam a atividade cultural e o seu potencial de inovação e diferenciação.

**Implementação:**

As incubadoras de empresas devem incluir espaços dedicados às indústrias criativas, conferindo-lhes igual oportunidade de acesso e instalação.

Em caso de necessidade, deve adaptar-se o regulamento municipal de acesso aos espaços nas incubadoras de empresas à entrada de negócios culturais.

**Resultados esperados:**

- Integração dos negócios culturais nos circuitos de desenvolvimento das restantes atividades económicas
- Desenvolvimento de novos negócios culturais
- Divulgação das competências dos profissionais e empresas culturais junto do tecido empresarial local

**Agentes a envolver:**

Municípios  
Empresários locais  
Agentes culturais

**Grau de envolvimento:**

Elevado

**Observações:**

Esta ação complementa e deve ser desenvolvida de forma integrada com as ações AA2.1. AA2.2, AA3.9 e AA3.10

**AA4.6**

**Desenvolver um pacote de incentivos fiscais à economia cultural e criativa**

**Objetivos:**

O apoio e incentivo à criação de empregos culturais que os municípios podem disponibilizar aos empresários e empreendedores deste setor passa, essencialmente, pela desburocratização do relacionamento entre o município e estes atores bem como pela concessão de incentivos e benefícios fiscais.

**Implementação:**

Ao nível da desburocratização propõe-se uma maior agilização na tramitação das licenças camarárias necessárias à realização de espetáculos, exposições e eventos bem como pela simplificação dos processos administrativos de instalação de empresas culturais. Esta simplificação pode ser conseguida através da diminuição dos prazos de obtenção das licenças bem como dos procedimentos que lhe são inerentes (preferencialmente, conseguida através do uso das tecnologias de informação e comunicação).

Ao nível da fiscalidade, os municípios dispõem de instrumentos de suporte à instalação e consolidação do setor económico cultural.

Propõe-se a sua adequação mediante o estabelecimento de um quadro fiscal específico de apoio à instalação de negócios culturais e indústrias culturais e criativas que estabeleça, por um lado, as regras de acesso às vantagens fiscais que venham a ser definidas e, por outro, uma gradação dos apoios determinada em função da mais-valia socioeconómica da atividade a apoiar (por exemplo, atendendo ao número de postos de trabalho a criar).

Entre as medidas fiscais de suporte ao setor económico cultural, podem constar do quadro suprarreferido:

- Taxas reduzidas no âmbito dos impostos municipais sobre o património (podendo ser definidos caso especiais de isenção em função do retorno esperado do projeto)
- Taxas preferenciais de acesso aos serviços de abastecimento público de água, saneamento e tratamento de resíduos
- Taxas reduzidas de licenciamento de imóveis e/ou atividades (podendo ser definidos caso especiais de isenção em função do retorno esperado do projeto)
- Acesso preferencial (facilitado através de taxas reduzidas) a mercados e feiras (semanais, mensais ou anuais) para exposição e venda dos produtos dos negócios culturais e criativos
- Taxas reduzidas para utilização de espaços públicos para exposição e venda dos produtos dos negócios criativos (podendo ser definidos caso especiais de isenção em função do retorno esperado do projeto)

**Resultados esperados:**

- Captação de empresários e empresas culturais para o município
- Desenvolvimento do tecido empresarial cultural local
- Incentivo à criação líquida de postos de trabalho

**Agentes a envolver:**  
Municípios

**Grau de envolvimento:**  
Elevado

**Observações:**

<p>AA5 Comunicação</p>	<p><b>AA5.1</b> <i>Premiar o mérito</i></p> <p><b>Objetivos:</b> A comunicação e divulgação das atividades culturais enquanto motor de criação de emprego é, em si mesma, uma das principais formas de consolidar a atividade cultural local como atividade económica. O mercado, a procura e as próprias comunidades devem ser informadas acerca não só dos elementos autênticos e efetivamente diferenciadores do território mas, também, da ocorrência das atividades em si mesmas e dos resultados obtidos através delas, salientando-se sempre o seu contributo para a sociedade (informando-a acerca do retorno das estratégias para as pessoas, para as atividades e para o território). <b>Implementação:</b> O município assume um papel central na divulgação das boas práticas locais ao nível das indústrias culturais e criativas e dos profissionais da cultura que desenvolvem a sua atividade no município através da instituição de um prémio (anual ou bianual) de reconhecimento do mérito das iniciativas culturais que maior contributo deram/dão para a criação de emprego e para a criação de riqueza no concelho. <b>Resultados esperados:</b> - Promoção e divulgação dos negócios e profissões culturais locais - Divulgação dos negócios culturais junto do tecido empresarial local - Sensibilização da comunidade local para os agentes culturais locais e divulgação dos bens e serviços que produzem e disponibilizam - Desenvolvimento do sentimento de pertença na comunidade local</p> <p><b>AA5.2</b> <i>Consolidar o portfólio de clientes</i></p> <p><b>Objetivos:</b> A potenciação dos negócios culturais passa, também, pela angariação e consolidação da carteira de clientes dos empresários e negócios culturais. Por outro lado, o reconhecimento público do portfólio de clientes de um dado fornecedor/empresa constitui, em si mesmo, uma importante ferramenta de <i>marketing</i> e posicionamento no mercado. <b>Implementação:</b> Os municípios podem assumir-se como «primeiro» cliente, muito especialmente, para os «novos» negócios culturais e para aqueles que emanam das incubadoras municipais. Este apoio ocorre no cumprimento estrito da legislação de contratação pública aplicável a cada caso sendo, portanto, essencial reconhecer os criadores, artistas, autores e outros profissionais culturais como potenciais fornecedores da autarquia. <b>Resultados esperados:</b> - Apoio à consolidação dos negócios culturais locais - Apoio à penetração em novos mercados para os negócios culturais locais</p>	<p><b>Agentes a envolver:</b> Município</p>	<p><b>Grau de envolvimento:</b> Moderado</p>	<p><b>Observações:</b></p>
	<p><b>Agentes a envolver:</b> Municípios Empresários locais Associações comerciais</p>	<p><b>Grau de envolvimento:</b> Moderado</p>	<p><b>Observações:</b></p>	

AA5.3

**Desenvolver uma plataforma eletrónica de distribuição e comercialização dos produtos culturais**

**Objetivos:**

Os agentes regionais consideram que um dos grandes constrangimentos ao desenvolvimento das indústrias e negócios culturais e criativos é a inexistência (ou quase inexistência) de canais de comunicação e distribuição adequados aos seus produtos.

Por outro lado, o *e-marketing* e o *e-commerce* são, por eles, considerados como ferramentas essenciais ao estabelecimento eficaz destes canais.

**Implementação:**

Uma forma de dar resposta a esta necessidade é a criação de uma plataforma eletrónica de distribuição e comercialização de bens e serviços culturais - seja ela autónoma seja ela integrada em outras plataformas municipais já existentes - (preferencialmente plataformas eletrónicas de cariz comercial como, por exemplo, a plataforma eletrónica de comercialização de produtos tradicionais desenvolvida no âmbito do projeto POCTEP Eixo Interior).

Uma outra alternativa (complementar à primeira) é a utilização das redes sociais, muito especialmente, por meio do estabelecimento de relações preferenciais com *opinion makers* do setor cultural.

**Resultados esperados:**

- Desenvolvimento e consolidação dos canais de comunicação e distribuição para o setor cultural local
- Apoio à consolidação dos negócios culturais locais
- Apoio à penetração em novos mercados para os negócios culturais locais
- Divulgação da cultura local e atração de novos públicos

**Agentes a envolver:**

- Municípios
- Agentes culturais locais
- Opinion makers*

**Grau de envolvimento:**  
Moderado

**Observações:**

<p><b>AA5.4</b> <b>Promover missões empresariais</b></p>	<p><b>Objetivos:</b> Sendo o setor cultural um setor que se tem vindo a desenvolver graças a mercados de proximidade (maioritariamente nacional) importa encetar esforços no sentido da internacionalização das atividades culturais locais e da exportação dos bens e serviços culturais produzidos localmente.</p> <p><b>Implementação:</b> A promoção da internacionalização dos negócios culturais de base local pode ser efetuada através da promoção de missões empresariais e <i>roadshows</i>. Salienta-se a importância do mercado da «saúde» para o setor cultural indicando-se como prioridades para a concretização das missões empresariais e <i>roadshows</i> junto das comunidades emigrantes. Outro público potencial, pela afinidade já desenvolvida e pelo conhecimento dos recursos e atributos municipais são as cidades geminadas. Desta forma, maximiza-se o potencial de penetração em novos mercados através dos laços identitários partilhados e da cooperação de médio e longo prazo previamente existente.</p> <p><b>Resultados esperados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolvimento e consolidação dos canais de comunicação e distribuição para o setor cultural local</li> <li>- Apoio à consolidação dos negócios culturais locais</li> <li>- Apoio à penetração em novos mercados para os negócios culturais locais</li> <li>- Apoio à internacionalização do setor cultural local</li> <li>- Divulgação da cultura local e atração de novos públicos</li> </ul>	<p><b>Agentes a envolver:</b> CCDR-N / Xunta de Galicia Municípios Associações comerciais ADDICT AGADIC Investidores locais e regionais</p> <p><b>Grau de envolvimento:</b> Moderado</p> <p><b>Observações:</b> Esta ação poderá de poderá ser integrada no desenvolvimento de uma estratégia mais lata de dedicada à captação de investimento estrangeiro/privado, preferencialmente integrada na AA3</p>
--	---	--

### III. Fontes de Financiamento

Como já antes explicitado, a União Europeia aposta no desenvolvimento da cultura como um dos *drivers* que permitirão alcançar a meta estabelecida para 2020: alcançar um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo.

Esta aposta deriva de uma crescente consciência da necessidade de utilizar, de modo efetivo, as potencialidades e recursos da Europa bem como explorar a criatividade no desenvolvimento da economia do conhecimento<sup>126</sup>.

Muitas estratégias setoriais da União Europeia constituirão oportunidades de desenvolvimento e, até, de financiamento para as atividades culturais e criativas.

Destaque para a *Digital Agenda for Europe* que se espera venha a constituir um pilar de consolidação da própria União e que, ao nível da cultura permitirá a concretização de ações como as bibliotecas digitais, a preservação digital de espólio cultural a par da garantia de acesso universal (*on-line*) aos bens e serviços culturais que sejam disponibilizados através das tecnologias de informação e comunicação. Neste âmbito, a cultura surge como um importante fornecedor de conteúdos.

No âmbito da educação inclui-se a «consciencialização e expressão cultural», conjuntamente com o empreendedorismo, como fatores chave para a promoção da formação contínua.

Destaque, ainda, para os impactos identificados ao nível da política de coesão para o período 2014-2020. No documento *Elements for a Common Strategic Framework*<sup>127</sup> são identificadas oportunidades para a cultura, no âmbito dessa política comunitária, ao nível das ações-chave (muito concretamente, para as indústrias culturais e criativas):

---

<sup>126</sup> Centre for Strategy & Evaluation Services (2010).

<sup>127</sup> Conforme citado em União Europeia (2012), p.11 e seguintes.

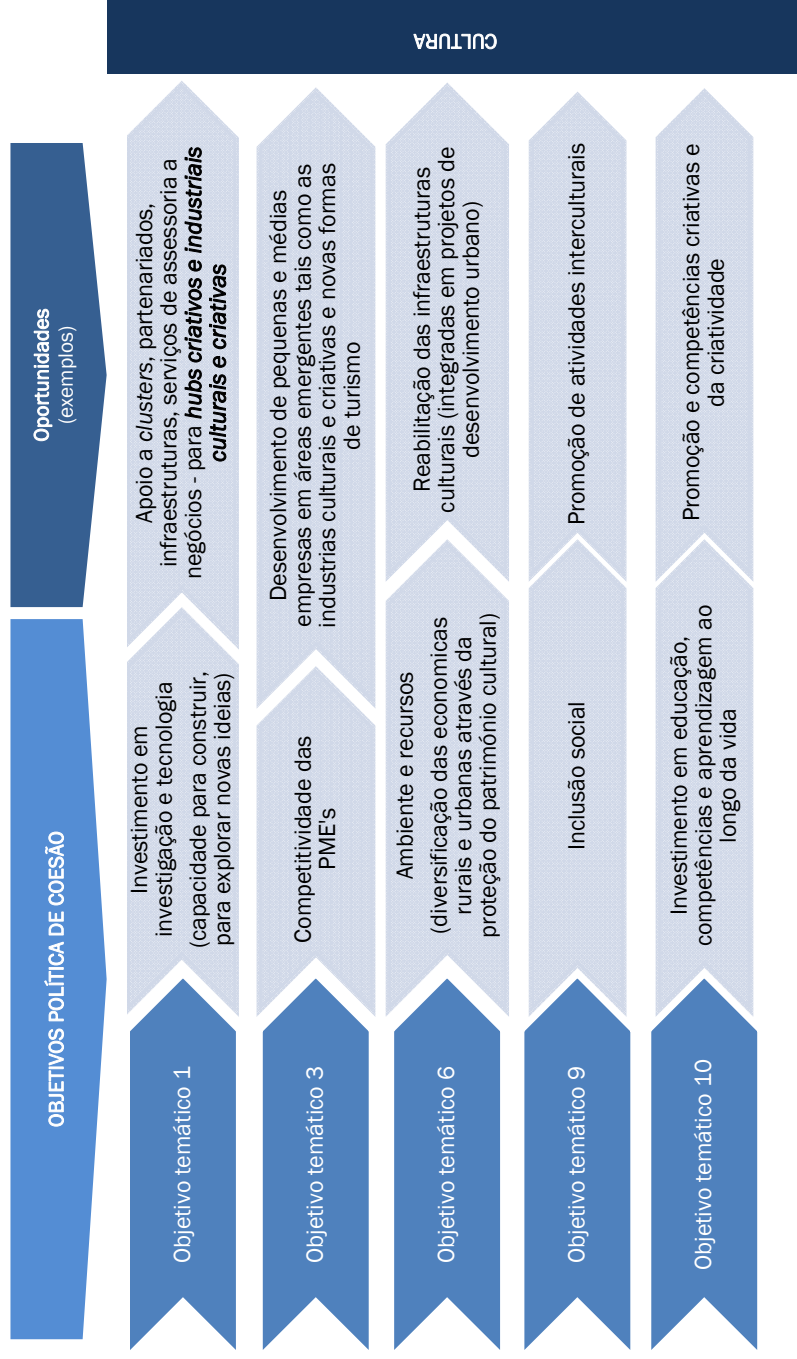


Figura 21 – Cultura: oportunidades no âmbito da política de coesão 2014-2020

Neste contexto, já enquadradas no período de programação da União Europeia 2014-2020 e ainda que se encontre em curso a definição das respetivas prioridades, é possível identificar eventuais fontes de financiamento europeu para o desenvolvimento de políticas culturais locais/regionais que cumpram os objetivos da estratégia Europa 2020.

Os programas nacionais e regionais, quer em Portugal quer em Espanha, estão ainda dependentes da definição completa (e final) do próximo quadro comunitário de apoio pelo que, na presente data, só é possível identificar fontes de financiamento no contexto do presente período de programação ou cujas convocatórias se encontrem abertas.

A figura seguinte resume estas fontes de financiamento.

Programas Europeus	<b>Programa Europa Criativa (2014-2020)</b> Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio ao setor audiovisual e cultura</li> <li>• apoio a promoção da criação de postos de trabalho e de crescimento sustentável, ao reforço da cooperação política e ao fomento de abordagens inovadoras para a constituição de audiências e novos modelos comerciais</li> <li>• contribuir para maximizar as oportunidades criadas pela globalização e pela transição para a era digital</li> <li>• facilitar o acesso a novos mercados (europeus e não europeus)</li> <li>• contribuir para uma melhor definição de políticas de partilha de conhecimentos e experiência</li> <li>• apoiar o estabelecimento de redes transfronteiriças</li> </ul> Mais informação em: <a href="http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_en.htm">http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/index_en.htm</a>
	<b>Programa Erasmus para Todos</b> Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoiar a formação e educação com base na mobilidade, na cooperação para a inovação e no estabelecimento de parcerias (no caso concreto, entre os setores cultural e criativo e o setor educativo e formativo)</li> </ul> Mais informação em: <a href="http://ec.europa.eu/education/erasmus-for-all/index_en.htm">http://ec.europa.eu/education/erasmus-for-all/index_en.htm</a>
	<b>Programa Horizonte 2020</b> Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoiar as atividades de investigação e inovação, em especial as relacionadas com as tecnologias inovadoras para a criação e a utilização de conteúdos criativos e materiais inovadores para as indústrias culturais e criativas bem como o apoio a novas formas de inovação como a inovação e a criatividade sociais</li> </ul> Mais informação em: <a href="http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm?pg=home&amp;video=none">http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm?pg=home&amp;video=none</a>
	<b>Programas de Cooperação Territorial 2014-2020</b> Muito embora estes programas se encontrem em fase de avaliação e em consulta pública para definição das suas prioridades e linhas estratégicas foi já assumido publicamente <sup>128</sup> que apoiarão a inovação, a criação de emprego e a dinamização da economia.

<sup>128</sup> Seminário “Avaliar para prosseguir: Portugal na Cooperação Europeia” (organização IFDR), 7 de dezembro de 2012.

Programas Nacionais Portugal	<p><b>Apoio às Artes (direção geral das artes)</b></p> <p>1- Apoios Quadrienais, Bienais e Anuais 2013-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio às áreas artísticas da arquitetura, artes digitais, artes plásticas, <i>design</i>, fotografia, dança, teatro, música e cruzamentos disciplinares</li> </ul> <p>2- Apoios Tripartidos 2013-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio às áreas artísticas da arquitetura, artes digitais, artes plásticas, <i>design</i>, fotografia, dança, teatro, música e cruzamentos disciplinares</li> </ul> <p>3 –Apoios Pontuais 2013</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio à criação, programação, interpretação, experimentação, formação, residências, circulação nacional e internacional de artistas e produções artísticas, formação e desenvolvimento de públicos, registo, documentação, edição e divulgação</li> </ul> <p>Mais informação em: <a href="http://www.dgartes.pt/news_details.php?month=12&amp;year=2012&amp;newsID=24224&amp;lang=pt">http://www.dgartes.pt/news_details.php?month=12&amp;year=2012&amp;newsID=24224&amp;lang=pt</a></p>
	<p><b>Programa Estratégico par o Empreendedorismo e a Inovação</b></p> <p>1 - Vale Empreendedorismo (+E)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio a empresas criadas há menos de um ano através da aquisição de serviços de consultoria, nomeadamente, na proteção e comercialização de direitos de propriedade intelectual e industrial</li> </ul> <p>2- Projetos de Empreendedorismo Qualificado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio a projetos de investimento de criação de empresas e atividades nos primeiros anos de desenvolvimento (até 3 anos), dotadas de recursos qualificados ou que desenvolvam atividades em setores com fortes dinâmicas de crescimento</li> </ul> <p>Mais informação em: <a href="http://www.ei.gov.pt/noticias/detalhes.php?id=40">http://www.ei.gov.pt/noticias/detalhes.php?id=40</a></p>
Programas Regionais Norte de Portugal	<p><b>Apoio ao Associativismo Cultural (direção regional de cultura)</b></p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio ao associativismo cultural, as bandas de música e filarmónicas</li> </ul> <p>Mais informação em: <a href="http://www.culturanorte.pt/pagina,3,33.aspx">http://www.culturanorte.pt/pagina,3,33.aspx</a></p>
	<p><b>Fundos de Investimento Invicta Angels – Indústrias Criativas</b></p> <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• apoio às indústrias criativas, em especial pequenas e médias empresas inovadoras dos subsectores cinema, vídeo e audiovisual, software educacional e de entretenimento, <i>software</i> e serviços de informática, televisão e rádio, serviços e projetos especiais, coerente e alinhada entre outras áreas e com a aposta estratégica da região Norte no <i>Cluster</i> das Indústrias Criativas e do Pólo da Moda.</li> </ul> <p>Mais informação em: <a href="http://www.invictaangels.pt/index.php?id=70">http://www.invictaangels.pt/index.php?id=70</a></p>

**Ministério da Educação, Cultura e Desporto, Instituto da Cinematografia e das Artes Audiovisuais (ICAA). 2006-2012****1 - Ajudas à criação e desenvolvimento**

- ajudas ao desenvolvimento de filmes cinematográficos de longas-metragens
- ajudas ao desenvolvimento de guiões para filmes longas-metragens

**2 - Ajudas à produção**

- ajudas à produção e à amortização de longas-metragens
- ajudas à produção de curtas-metragens
- ajudas à produção de séries de animação sobre projeto
- ajudas à produção de filmes e documentais para televisão sobre projeto

**3 - Ajudas à redução de juro de empréstimos bancários**

- ajudas à exibição cinematográfica e para a adequação e melhoria de equipamentos de produção cinematográfica
- ajudas para o financiamento das produções
- ajudas para a realização de obras audiovisuais com recurso às novas tecnologias
- ajudas à distribuição dos filmes cinematográficos comunitários
- ajudas à conservação de negativos e suportes originais
- ajudas à participação e promoção de filmes em festivais internacionais
- ajudas ao desenvolvimento e à realização de projetos culturais e de formação não regulamentada
- ajudas à organização de festivais e certames cinematográficos em Espanha.

Mais informações em:

<http://www.mcu.es/cine/MC/MAC/index.html>

<http://www.mcu.es/cine/SC/becasAyudasSubvenciones/index.html>

**Ministério da Educação, Cultura e Desporto, Subdireção Geral de Promoção das Indústrias Culturais e Mecenato, da Secretaria de Estado da Cultura. 2009-2012****Plano de Fomento das Indústrias Culturais:**

- apoio à digitalização de conteúdos e ao desenvolvimento, consolidação e internacionalização das indústrias culturais e criativas
  - ajudas ao investimento para concretização da oferta legal de conteúdos culturais através da internet e para a promoção da modernização, inovação e adaptação tecnológica das indústrias culturais e criativas
  - linha de financiamento do Instituto de Crédito Oficial – Indústrias Culturais
  - ajudas ao custo dos avais para as instituições culturais e criativas através da entidade Audiovisual Aval, Sociedade de Garantia Recíproca
  - programa de formação e consolidação empresarial do Ministério da Cultura, Fundação do *Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (INCYDE)*, da Fundação do *Consejo Superior de Cámaras de Comercio* para empreendedores e empresário do âmbito cultural
- melhoria da formação e fomento da criatividade
  - prémios “CreArte” ao fomento da criatividade e da inovação no ensino infantil, básico, especial e secundário em centros financiados com fundos públicos
  - bolsas “FormArte” de especialização em atividades e matérias da competência das instituições do Ministério da Cultura e do colégio de Espanha em Paris
  - bolsas “CULTUREX” de formação prática em gestão cultural para jovens espanhóis no exterior em instituições culturais e em embaixadas e consulados de Espanha
  - ajudas à formação de profissionais ibero-americanos no setor cultural
  - bolsas do ministério da cultura Fullbright para a ampliação dos estudos artísticos e de gestão cultural nos Estados Unidos da América
- apoio às entidades sem fins lucrativas para projetos de ação, promoção e turismo cultural
  - ajudas para a ação e promoção cultural
  - ajudas à promoção do turismo cultural

Mais informações em: <http://www.mcu.es/industrias/index.html>

Agência Galega de Industrias Culturais (AGADIC) 2012	
Programas Regionais Galiza	1 - Subsídios para as produções ou coproduções audiovisuais em língua galega com relevante conteúdo artístico e cultural <ul style="list-style-type: none"> <li>• modalidade longa-metragem cinematográfico (animação, ficção ou documental)</li> <li>• modalidade primeira ou segunda longa-metragem de ficção</li> <li>• modalidade de filmes para TV</li> <li>• modalidades longa-metragens documentais de criação</li> <li>• modalidades longa-metragens documentais de difusão cultural</li> </ul>
	2 - Subsídios às indústrias culturais <ul style="list-style-type: none"> <li>• modalidade para atividades cénicas</li> <li>• crédito cultural</li> <li>• modalidade subsídios à distribuição</li> <li>• modalidade subsídios ao associativismo profissional</li> <li>• subsídios a festivais de músicas ou artes cénicas</li> </ul>
	3 - Subsídios a festivais Mais informações em: <a href="http://www.agadic.info/axudas">http://www.agadic.info/axudas</a>

Figura 22 – Oportunidades de financiamento para iniciativas culturais

#### IV. Limitações

O sucesso das ações antes propostas, como já referido, não poderá ser aferido no curto prazo e será sempre dependente, em primeira instância, da assunção e conhecimento das limitações que a sua implementação irá enfrentar.

Assume-se, como principal fator crítico do seu sucesso, a maior ou menor consciencialização por parte dos municípios acerca a importância da cultura enquanto motor económico e de desenvolvimento local pois o mesmo depende do seu envolvimento na prossecução das ações antes descritas (adaptando-as à sua realidade territorial). Este envolvimento deverá verificar-se não apenas ao nível da libertação de meios financeiros para a sua concretização mas, principalmente, através da dotação dos necessários recursos técnicos (incluindo os humanos).

Uma das mais importantes limitações da afirmação da cultura como setor económico, limitação que terá também influência na eficácia de muitas das ações propostas no catálogo anteriormente apresentado, é o reduzido reconhecimento da importância económica da atividade cultural pelo tecido empresarial local e regional.

Um outro constrangimento identificado pelas associações do setor é relativo à quase inexistente rede de parcerias. O sucesso das ações colaborativas propostas implica um empenhamento acrescido, por parte dos municípios e do Eixo Atlântico no fomento e consolidação dos processos cooperativos em causa. Atenta a dimensão das atuais empresas culturais e criativas a laborar na

Euroregião, o reconhecimento internacional e a capacidade de competir no mercado externo está dependente da eficácia e solidez das redes de parcerias interinstitucionais criadas.

A definição de um eixo estratégico dedicado à formação e qualificação dos recursos humanos para as indústrias culturais e criativas vem reconhecer a importância que estes assumem no processo produtivo cultural, por se tratar de um setor onde não se aplicam as regras gerais de funcionamento do mercado. De facto, ao nível destas indústrias, não é possível estabelecer-se uma estratégia de concorrência através de preços baixos porque, por definição, se trata de um setor baseado na inovação e na diferenciação e, conseqüentemente, baseado no valor acrescentado que se oferece à procura. De acordo com a ADDICT<sup>129</sup> até ao momento, as políticas culturais regionais e as políticas de desenvolvimento local não se têm demonstrado capazes de fixar, na Euroregião, os profissionais qualificados que se formam no território. Esta incapacidade resulta num importante constrangimento para a execução das ações antes propostas por resultar numa redução da qualidade do produto cultural oferecido ao mercado.

Importa, também, que as áreas metropolitanas (e as suas dinâmicas culturais) se expandam ao restante território da Euroregião substituindo a atual concorrência entre territórios por uma complementaridade que não só seja geradora de valor acrescentado para o consumidor mas que redunde em economias de escala para o território criativo como um todo.

As atividades relativas aos *media* e às tecnologias revelam assumir um papel fundamental na criação do valor dos produtos/serviços ao nível do desenvolvimento de conteúdos e plataformas digitais. No entanto, apesar destas atividades demonstrarem capacidade de afirmação em mercados internacionais tal não se tem traduzido na efetiva criação/aumento do número de postos de trabalho por se tratarem, de uma forma geral, de negócios de pequena dimensão e escala.

Um outro fator limitador (especialmente sentido na região Norte de Portugal), é a inexistência de uma abordagem regional que promova o aprofundamento e consolidação de parcerias entre as autarquias e os agentes do setor<sup>130</sup>.

---

<sup>129</sup> Informação recolhida em entrevista presencial realizada ao presidente da ADDICT a 29 de agosto de 2012.

<sup>130</sup> CDDR-N (2008), p141.

## Recomendações Finais 9

A realização do presente trabalho resulta não apenas no catálogo de ações apresentado no capítulo anterior como, também, num conjunto de conclusões que se consideram relevantes para a tomada de decisão (ao nível municipal e ao nível regional), no âmbito da definição e implementação da política cultural.

Como principal recomendação (recorrente ao nível dos estudos de impacto do desenvolvimento e consolidação do setor cultural no desenvolvimento local e regional) sublinha-se a necessidade de consciencializar os decisores públicos para a importância de não se perder a oportunidade atual de explorar a cultura como uma importante vantagem competitiva social e económica.

Não obstante não haver uma única forma de definir uma estratégia de desenvolvimento local baseada na cultura, encontram-se já reconhecidos os fatores críticos do seu sucesso<sup>131</sup>:

- Compromisso claro de inclusão da cultura como elemento do desenvolvimento local e regional;
- Aposta no desenvolvimento de infraestruturas culturais em simultâneo com desenvolvimento das respetivas capacidades e competências;
- Sustentabilidade dos resultados e oportunidades inicialmente criadas, no longo prazo;
- Aproveitamento e maximização das vantagens culturais específicas do território;
- Apoio efetivo aos negócios culturais e criativos;
- Implementação de uma monitorização permanente dos resultados da atividade cultural e criativa local.

O investimento em cultura deve ser encarado como uma forma de comunicação do posicionamento do município/cidade por permitir o encorajar novas atitudes e a redefinição dos centros históricos e do espaço público. No entanto, é fundamental pensar a cultura através de uma estratégia não apenas de cariz urbano mas, também, adequada ao desenvolvimento e dimensão das zonas rurais.

Por outro lado, as estratégias de desenvolvimento baseadas na cultura não podem ser resumidas à construção de infraestruturas. É necessário garantir que estas novas infraestruturas constituam

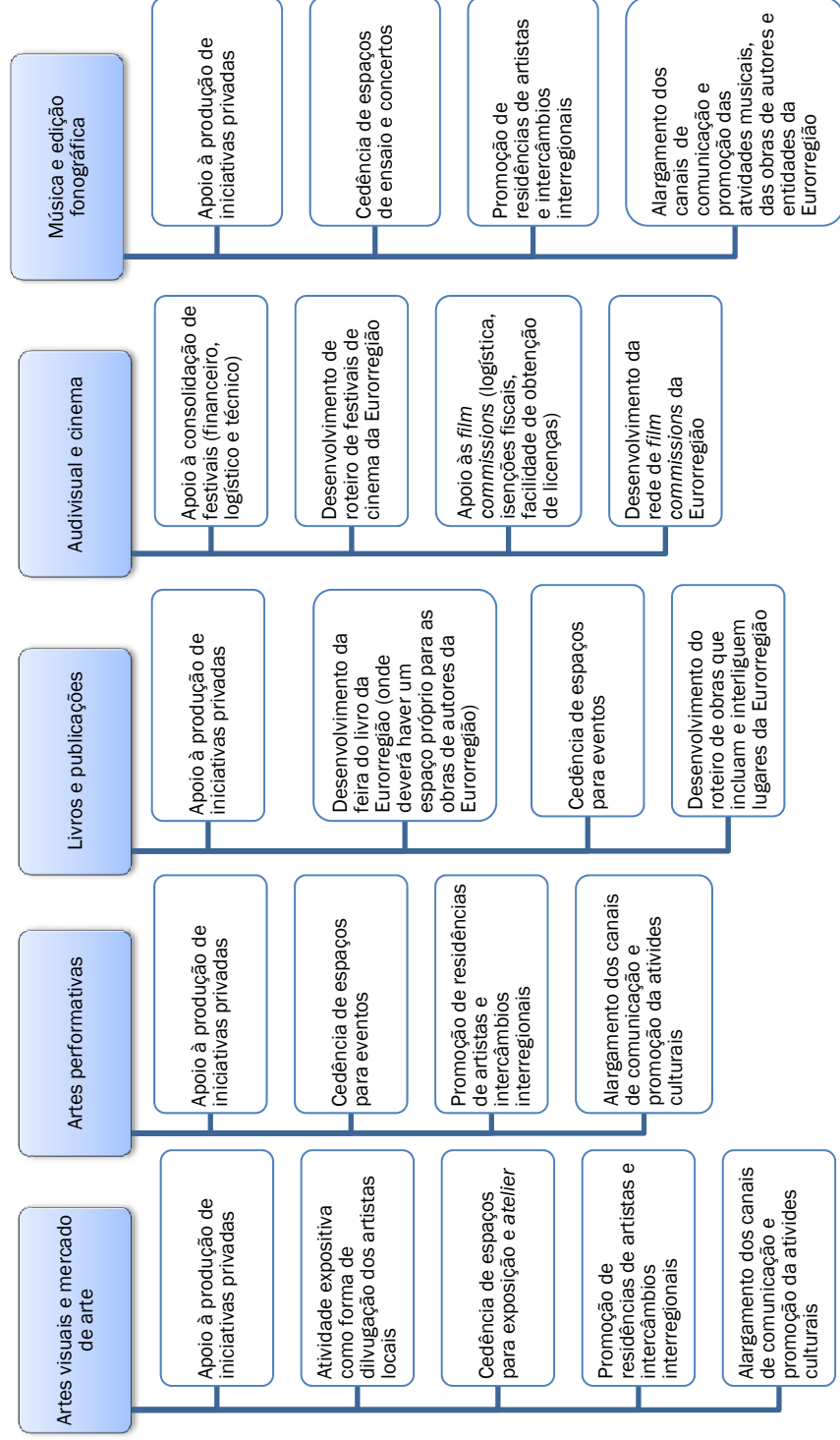
---

<sup>131</sup> Centre for Strategy & Evaluation Services (2010).

atrativos diferenciadores do território, sustentáveis a longo prazo. É necessário, também, garantir a formação e o desenvolvimento de competências capazes de promover a competitividade.

O modelo de governança da cultura municipal é, para a grande maioria dos agentes culturais, fundamental para o desenvolvimento e consolidação da cultura enquanto setor económico. Fatores como a desburocratização do relacionamento formal com o município, a definição de uma estratégia partilhada e transparente – preferencialmente estabelecida de forma *bottom-up* –, a parametrização de maior autonomia na gestão dos equipamentos culturais – em especial do museus –, a eliminação da duplicação de funções ou a integração da estratégia de desenvolvimento cultural na estratégia de desenvolvimento global do município, são reconhecidos como contributos fundamentais para a atração de profissionais e negócios culturais e criativos.

Na figura seguinte encontram-se resumidas as recomendações base, entendidas como necessárias à consolidação da atividade cultural ao nível municipal e ao nível do Eixo Atlântico enquanto associação de cidades, agrupadas em função das especificidades dos subsectores culturais. Estas recomendações visam contribuir para a afirmação da Eurorregião Galiza-Norte de Portugal como região cultural e criativa e para a manutenção de uma oferta cultura de qualidade de forma sustentada e continuada.



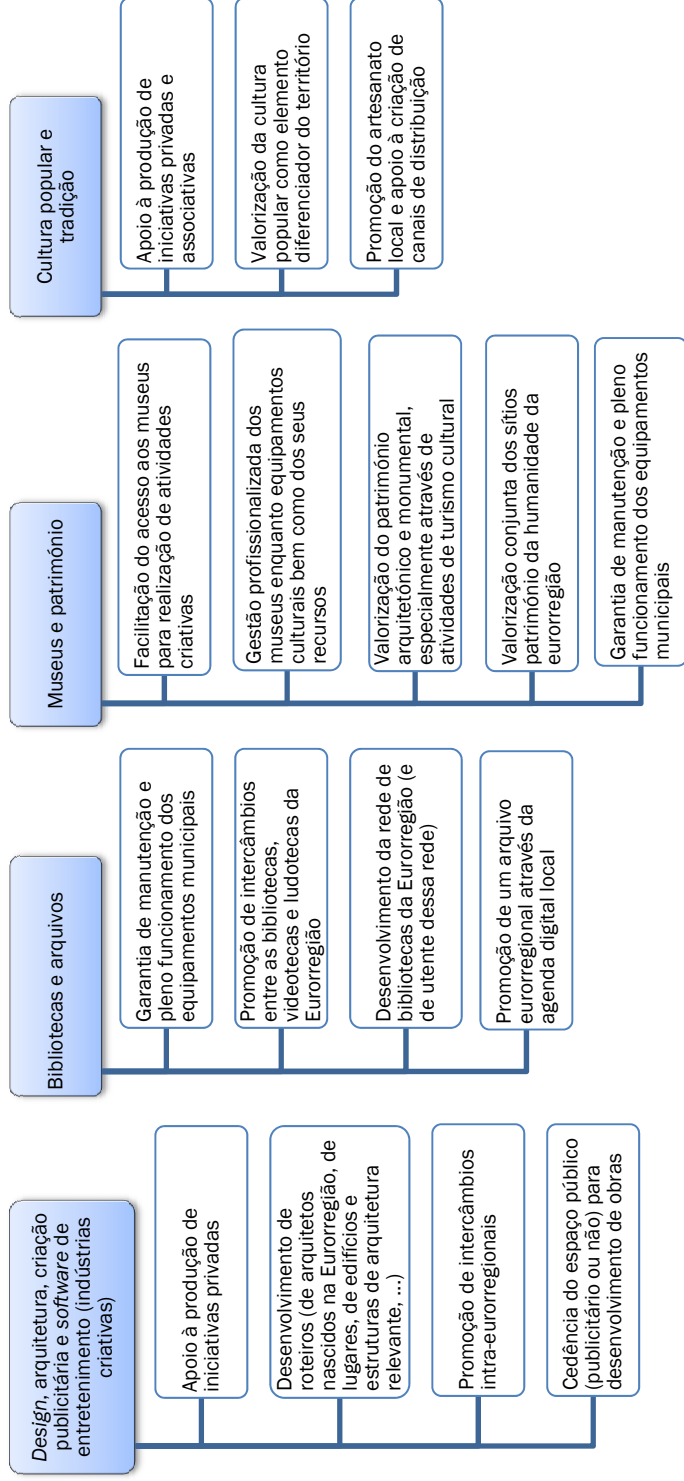


Figura 23 – Resumo das ações base para consolidação da atividade cultural

Transversalmente às mesmas deve ser conseguida:

- a redução do *gap* comunicacional entre os órgãos decisores e os seus subordinados bem como entre as unidades orgânicas responsáveis pela implementação da política cultural municipal e as unidades responsáveis por áreas que lhe são conexas (especialmente, o turismo e o planeamento urbanístico);
- uma maior especialização dos recursos humanos municipais que desempenham funções em equipamentos culturais (não só ao nível da gestão económica e financeira dos recursos a seu cargo mas, também, ao nível da oferta de um atendimento mais profissional e personalizado);
- uma melhor comunicação da efetiva relevância económica e social do investimento municipal realizado em cultura bem como uma maior consciencialização do valor económico das atividades dos agentes culturais locais.

A monitorização e avaliação da atividade cultural municipal é outra atividade essencial à sua sustentabilidade não só ao nível do conhecimento dos públicos efetivos de cada um dos subsectores mas, também, no que diz respeito ao cumprimento (ou necessidade de revisão) dos objetivos definidos no âmbito da estratégia de desenvolvimento cultural local/regional.

A criação de *networks* internacionais afigura-se, também, como essencial quer à diversificação da oferta cultural destinada à comunidade quer à valorização e qualificação dos recursos humanos do setor.

Ao nível da mediação cultural, que atendendo à especificidade do mercado cultural é o fator chave de aproximação entre a oferta e procura, deve ser repensada e desenvolvida para além da agenda cultural. Neste âmbito, recomenda-se especial atenção às oportunidades geradas pela utilização das redes sociais, aos blogues de *opinion makers* e aos portais da especialidade.

# Bibliografía 10

ADDICT (2009). *Estratégia de Eficiência Colectiva para o Desenvolvimento do Cluster das Indústrias Criativas*. Porto.

Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial (AECT) (2012). *Estudo das indústrias culturais e criativas en Galicia e o Norte de Portugal realizado pola Agrupación Europea de Coperación Territorial*. Vigo: AECT. Editado em CD.

Americans for the Arts (n.d.). *Arts & economic prosperity III: the economic impact of nonprofit arts and culture organizations and their audiences*. Disponível em: <http://www.artsrochester.org/artisttools/Innovation%20Conference/EIS%20-%20National%20Study%20for%20web.pdf>

Baudrillard, Jean (1981) *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. 1972. St. Louis, Mo.: Telos Press.

Bell, Daniel (1976) *El Advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*, e.o. 1973. Madrid: Alianza Editorial.

BOP Consulting (2012). *World Cities Culture Report*. Londres

Bouzada, X. (dir)(2007) *Situación e perspectivas sociolaborais dos técnicos de cultura dos concellos galegos*. Observatorio da Cultura Galega. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

Bouzada, X. (2007) *La gouvernance de la culture en Espagne*. En: BONET, LL.; NEGRIER, E. (eds.). *La politique culturelle en Espagne*. Paris: Karthala, 2007.

Castells, Manuel (1997) El poder de la identidad. Madrid: Alianza Editorial, volume 2º de La era de la información: economía, sociedad y cultura. Madrid: Alianza Editorial.

Centre for Strategy & Evaluation Services (2010). *Study on the contribution of culture to local and regional development - evidence from the structural funds final report*. Disponível em: [http://ec.europa.eu/culture/documents/final\\_report\\_sf\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/documents/final_report_sf_en.pdf)

CCDR-N (2008). *Agenda Regional das Industrias Criativas: Desenvolvimento de um Cluster de Industrias Criativas na Região Norte*. Porto.

Cape Cod Commission (2009). *A Practical Guide for Municipal Investment in Arts & Culture on Cape Cod*. Disponível em: <http://www.capecodcommission.org/resources/economicdevelopment/ArtsGuide122309.pdf>

Centeno, M. (2009). *A política cultural em Portugal na entrada do novo século*. Comunicação. Disponível em: [http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom\\_iberico/sopcom\\_iberico09/paper/viewFile/235/206](http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/235/206)

Comissão das Comunidades Europeias Política de Coesão e Cultura (2006). *Una contribución al empleo*. Bruselas. COM (96) 512 final.

Comisión das Comunidades Europeas. Política de Cohesión y Cultura (2007). *Comunicación sobre la Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización*. Brusela. COM (2007) 242 final.

Comissão das Comunidades Europeias Política de Coesão e Cultura (2010). *Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas. COM (2010) 2020 final.

Comissão Europeia (2010). *Livro Verde: Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*. Bruxelas. Disponível em: [http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper\\_creative\\_industries\\_pt.pdf](http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_pt.pdf)

Comissão Europeia (2012a). *Nota de Imprensa: Comissão lança estratégia para fomentar o crescimento e o emprego nos setores culturais e criativos*. Bruxelas

Comissão Europeia (2012b). *Comunicação da comissão ao parlamento europeu, ao Conselho, ao comité económico e social europeu e ao comité das regiões: Promover os setores culturais e criativos ao serviço do crescimento e do emprego na EU*. Bruxelas. Disponível em: [http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/com537\\_pt.pdf](http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/com537_pt.pdf)

Committee of the Regions (n.d.). *Delivering on the Europe 2020 Strategy: Handbook for Local and Regional Authorities*. Bruxelas.

Costa, P.; Magalhães, M.; Teixeira, T.; Teixeira, G.; Vasconcelos, B. (2009). *Estratégias para a Cultura em Lisboa*. Câmara Municipal de Lisboa. Lisboa

Decreto-lei n.º 126-A/2011, de 29 de Dezembro

División de Estadísticas Culturales (2011) *Cuentas Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados*. Madrid: Secretaria General Técnica del MEC. Nipo: 551-11-122-4. Disponível em: [http://www.mcu.es/estadisticas/docs/CSCE/avance\\_resultados\\_csce-2011.pdf](http://www.mcu.es/estadisticas/docs/CSCE/avance_resultados_csce-2011.pdf)

Florida, Richard L. (2002). *The Rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books

Folgado, C. (2008). *As empresas municipais como instrumentos de gestão cultural nas cidades em Portugal: Parte I*. Disponível em: [http://www.revistaautor.com/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=325:as-empresas-municipais-como-instrumentos-de-gest-cultural-nas-cidades-em-portugal--parte-i&catid=103:cultura-e-sociedade&Itemid=60](http://www.revistaautor.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=325:as-empresas-municipais-como-instrumentos-de-gest-cultural-nas-cidades-em-portugal--parte-i&catid=103:cultura-e-sociedade&Itemid=60)

Gaffard J-L (2008) « Localisation, globalisation et action publique », *Revue de l'OFCE*, 2008, n° 104, pp. 271-290.

Gertler, Meric S. (2004) "Creative Cities: What are they for, How do they work, and How do we Built Them?" En: *Canadian Policy Research Networks. Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques*. N° F/48. Disponible en: <http://www.cprn.org/doc.cfm?doc=1083&l=en>

Himanen, Pekka (2002) *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Bajo licencia Creative Commons. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/handle/10760/12851#.TyBI6IF17da>

Himanen, Pekka (2006) La ética hacker como cultura de la era de la información. En: Castells (ed.) *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 505-518.

Henriques, E.(2002). *Novos desafios e orientações das políticas culturais: tendências nas democracias desenvolvidas e especificidades do caso português*. Comunicação. Disponível em: [http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2002-73/73\\_03.pdf](http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2002-73/73_03.pdf)

Lage, X.; Trabada, E.; Fernández, M. (2011) *A situación sociocultural dos concellos galegos de menos de 50 000 habitantes. II Mapa cultural de Galicia*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

Lash, S. & Urry, J. (1994) *Economies of signs and space*. London: Sage.

Lei 4/2008, do 23 de maio, de creación da Axencia Galega das Industrias Culturais

Lorentzen, Anne (2009) “Las redes de conocimiento en el espacio. Reflexiones de una geógrafa sobre la literatura de los sistemas regionales de innovación”. En: *Ekonomiaz*, nº 70, pp. 170-183. Disponible en: [http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4\\_c.apl?REG=965](http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=965)

Ministério da Cultura (2010). O Sector Cultural e Criativo em Portugal: Relatório Final. Disponível em: <http://www.mincultura.gov.pt/SiteCollectionDocuments/Imprensa/SCC.pdf>

Ministério da Cultura (2011). *Guia de Apoios à Cultura e Criatividade*. Lisboa

Nonaka, Ikujiro; Teece, David (Eds.) (2001) *Managing industrial knowledge: Creation, transfer and utilisation*. London: Sage Publication.

Observatorio da Cultura Galega. Consello da Cultura Galego (CCG) (2007) *As Políticas culturais nas sete principais cidades galegas*. Santiago de Compostela : CCG.

Observatório das Artes Culturais (2010). *Mobilidade internacional dos artistas e outros profissionais da cultura: Relatório final*. Disponível em: <http://www.oac.pt/menuobservatorio.htm>

Porter, Michael E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.

Power, D.; Nielsén, T. (2010) *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. Stockholm: European Cluster Observatory. Disponível em:

<http://creativebusiness.org/images/CreativeAndCulturalIndustries.pdf>

Presidência do Conselho de Ministros (2011). *Programa do XIX governo constitucional*. Disponível em: [http://www.portugal.gov.pt/media/130538/programa\\_gc19.pdf](http://www.portugal.gov.pt/media/130538/programa_gc19.pdf)

KEA European Affairs (2006) *The economy of culture in Europe*. Bruxelles: Study prepared for European Commission (Directorate-General for Education and Culture), p. 2. Disponível em:

[http://www.keanet.eu/ecoculture/executive\\_summary\\_en.pdf](http://www.keanet.eu/ecoculture/executive_summary_en.pdf)

Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (2004). *La Política Cultural en España*. Madrid: Documento de Trabajo nº 24. Disponível em:

<http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/109/040428-JaimeEsp.pdf>

Santos, M. (1999). *Indústrias criativas: especificidades e precaridades*. Disponível em:

<http://www.oac.pt/menuobservatorio.htm>

Santos, M. (2009). *Políticas Culturais no Espaço Ibero-americano*. Comunicação. Disponível em:

[http://www.oac.pt/pdfs/OAC\\_Comunica%C3%A7%C3%A3o\\_MLLS\\_VCampusEuroamericano.pdf](http://www.oac.pt/pdfs/OAC_Comunica%C3%A7%C3%A3o_MLLS_VCampusEuroamericano.pdf)

The Corporate Research Group (2005). *Leveraging Growth and Managing Change: Prince Edward County Strategic Cultural Plan*. Disponível em:

[http://www.creativecity.ca/database/files/library/prince\\_edward\\_county\\_strategicculturalplan.pdf](http://www.creativecity.ca/database/files/library/prince_edward_county_strategicculturalplan.pdf)

União Europeia (2012). *Policy handbook on how to strategically use the EU support programmes, including Structural Funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and the spill-over effects on the wider economy?* Disponível em:

<http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/120505-cci-policy-handbook.pdf>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) & United Nations Development Programme (UNDP) (2010) *Creativity Economy. Report 2010*. Génova: ONU. Disponível em:

[http://unctad.org/en/docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf)

Villarroya, A. (2011). Country Profile, en Council of Europe/ERICarts: *Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe*, 13th edition. Disponível em:

[http://www.culturalpolicies.net/down/spain\\_ol\\_112011.pdf](http://www.culturalpolicies.net/down/spain_ol_112011.pdf)

Zallo, R. (2011) Análisis comparativo y tendencias de la políticas culturales en España, Cataluña y el País Vasco. Madrid: Fundación Alternativas, documento de trabajo 10. Disponible em:

<http://www.falternativas.org/occ-fa/documentos/analisis-comparativo-y-tendencias-de-las-politicas-culturales-de-espana-cataluna-y-el-pais-vasco>

Touraine, Alain (1993) *Crítica de la modernidad*, Madrid: Temas de hoy, 1993, 2ª edição

Urry, J.; Lash, S. (1996) *Economies of signs and space*. Londres: Sage.

Websites visitados:

<http://www.axenciaaudiovisualgalega.org/public/index.php>

<http://www.addict.pt>

<http://www.cm-barcelos.pt>

<http://www.cm-braga.pt>

<http://www.cm-braganca.pt>

<http://www.cm-chaves.pt>

<http://www.cm-gaia.pt>

<http://www.cm-guimaraes.pt>

<http://www.cm-macedodecavaleiros.pt>

<http://www.cm-matosinhos.pt>

<http://www.cm-mirandela.pt>

<http://www.cm-penafiel.pt>

<http://www.cm-pesoregua.pt>

<http://www.cm-porto.pt>

<http://www.cm-viana-castelo.pt>

<http://www.cm-viladoconde.pt>

<http://www.cm-vnfamalicao.pt>

<http://www.dgartes.pt>

<http://www.novonorte.qren.pt>

# Anexos 11

## Anexo I

### Guião de Entrevista a Decisores Políticos Regionais

1. Política europeia e política nacional de cultura
  - a. Em seu entender a política europeia de cultura é promotora de desenvolvimento económico e de criação de emprego?
  - b. Quais as linhas da política europeia que, em sua opinião, mais contribuem para a criação de emprego?
  - c. A política nacional de cultura engloba estas linhas de atuação?
  - d. Quais as principais ações promotoras de emprego constantes da política nacional de cultura?
2. Política regional de cultura
  - a. A criação de emprego é uma prioridade da política regional de cultura?
  - b. Que ações concretas estão a ser concretizadas neste âmbito?
  - c. A Direção Regional de Cultura monitoriza os resultados destas ações?
  - d. Que indicadores de resultado gostaria de destacar (pela sua evolução positiva ou pela sua evolução negativa nos últimos 5 anos)?
  - e. Qual o envolvimento dos municípios nestas ações?
  - f. A Direção Regional de Cultura apoia, neste contexto, ações da iniciativa dos municípios? Exemplifique.
  - g. Ao nível da cooperação (nacional e/ou internacional), que iniciativas onde participam/participaram destacaria no âmbito da criação de emprego através da cultura?
  - h. Que iniciativas concretas gostaria de destacar como exemplo de boas práticas de ações culturais (nacionais ou internacionais) promotoras de desenvolvimento local/regional e de emprego?

i. No futuro, que ações considera poderem ser concretizadas atendendo à atual conjuntura económica. Por favor, indique os recursos necessários para concretização dessas ações.

### 3. Políticas municipais de cultura

a. A política regional de cultura é definida conjuntamente com os municípios?

b. A Direção Regional de Cultura conhece a política /a atuação dos municípios ao nível da cultura?

c. Considera haver uma boa integração entre as políticas municipais e a política regional de cultura?

d. Considera suficiente o investimento efetuado em cultura pelos municípios?

e. Considerada que a cultura é entendida pelos municípios como motor de criação de emprego?

f. Que município(s) destacaria como exemplo de boas práticas de ações culturais promotoras de desenvolvimento local/regional e de emprego?

g. Que sugestões de atuação deixaria aos municípios para que melhor rentabilizassem o investimento efetuado em Cultura?

### 4. Territórios criativos

a. Considera que o Norte de Portugal ou alguma parte específica desta região é já hoje um “território criativo”?

b. Porquê?

c. Quais as características dos territórios criativos que considera serem os mais relevantes para o desenvolvimento local e para a criação de emprego?

### 5. Catálogo de ações

a. Por favor, indique 2 exemplos de ações que considera que os municípios deveriam concretizar no âmbito de:

i. O emprego e o desenvolvimento local e regional através da rentabilização das atividades e equipamentos existentes com vista à transformação das cidades em territórios criativos

- ii. A formação e qualificação dos recursos humanos
  - iii. A cooperação e criação de redes colaborativas (regional e transfronteiriça)
  - iv. A facilitação da transformação das cidades em territórios criativos
  - v. A comunicação e marketing
- b. Quais são, em sua opinião, as principais limitações que se colocam ao desenvolvimento de territórios criativos e à potenciação da cultura como motor de desenvolvimento económico e de criação de emprego
6. Outras informações:
- a. Que outras entidades considera deverem ser entrevistadas no âmbito do presente trabalho?
  - b. Quais são, em sua opinião, os principais equipamentos culturais da região Norte?
  - c. Quais são, em sua opinião, os principais agentes culturais da região Norte (públicos e/ou privados)?

## Anexo II

### Guião de Entrevista a Representantes das Associações das Industrias Criativas

1. Política europeia, política nacional de cultura, política regional de cultura
  - a. Em seu entender a política europeia de cultura é promotora de desenvolvimento económico e de criação de emprego?
  - b. Quais as linhas da política europeia que, em sua opinião, mais contribuem para a criação de emprego?
  - c. A política nacional de cultura engloba estas linhas de atuação?
  - d. Quais as principais ações promotoras de emprego constantes da política nacional de emprego?
  - e. E ao nível regional, considera que a criação de emprego é uma prioridade da política regional de cultura?
  - f. Quais são os âmbitos mais relevantes nos quais a Associação está a desenvolver um papel ativo no cumprimento da política regional/nacional de Cultura?
  - g. Indique, por favor, ações que ilustrem a procura desses objetivos e de que forma se concretiza o papel da Associação.
  - h. Qual o nível de envolvimento e cooperação da Associação com os órgãos nacionais e regionais de política cultura?
  - i. Qual o nível de envolvimento e nível de cooperação estabelecido com o setor privado no âmbito da concretização dos objetivos da política cultural (regional/nacional)
2. Políticas municipais de cultura
  - a. A Associação conhece a política /a atuação dos municípios ao nível da cultura?
  - b. Considera haver uma boa integração entre as políticas municipais e a atuação da Associação

- c. Considera suficiente o investimento efetuado em cultura pelos municípios?
  - d. Considerada que a cultura é entendida pelos municípios como motor de criação de emprego?
  - e. Que município(s) destacaria como exemplo de boas práticas de ações culturais promotoras de desenvolvimento local/regional e de emprego?
  - f. Que sugestões de atuação deixaria aos municípios para que melhor rentabilizassem o investimento efetuado em Cultura?
3. Atividade e estratégia da Associação
- a. Como é enquadrado o binómio cultura/emprego na estratégia da Associação?
  - b. Que ações concretas são realizadas (estão previstas vir a realizar-se) neste âmbito?
  - c. Qual a participação/envolvimento dos municípios na definição da estratégia de ação da associação?
  - d. Qual a participação/envolvimento dos municípios na concretização/implementação das ações da associação?
  - e. Ao nível da cooperação (nacional e/ou internacional), que iniciativas onde participam/participaram destacaria no âmbito da criação de emprego através da cultura?
  - f. Que iniciativas concretas gostaria de destacar como exemplo de boas práticas de ações culturais (nacionais ou internacionais) promotoras de desenvolvimento local/regional e de emprego?
  - g. No futuro, que ações considera poderem ser concretizadas atendendo à atual conjuntura económica. Por favor, indique os recursos necessários para concretização dessas ações.
4. Territórios criativos
- a. Considera que o Norte de Portugal ou alguma parte específica desta região é já hoje um “território criativo”?
  - b. Porquê?

- c. Quais as características dos territórios criativos que considera serem os mais relevantes para o desenvolvimento local e para a criação de emprego?
- d. Através dos dados que possui a Associação, é possível conhecer a importância económica das indústrias criativas na Região? (volume de negócios, postos de trabalho, ...)
- e. O atual contexto económico e financeiro (nacional e europeu) tem tido repercussões sobre as indústrias criativas enquanto setor económico?
- f. Por favor, especifique quais as repercussões mais relevantes.

#### 5. Catálogo de ações

- a. Por favor, indique 2 exemplos de ações que considera que os municípios deveriam concretizar no âmbito de:
  - i. O emprego e o desenvolvimento local e regional através da rentabilização das atividades e equipamentos existentes com vista à transformação das cidades em territórios criativos
  - ii. A formação e qualificação dos recursos humanos
  - iii. A cooperação e criação de redes colaborativas (regional e transfronteiriça)
  - iv. A facilitação da transformação das cidades em territórios criativos
  - v. A comunicação e marketing
  - vi. Quais são, em sua opinião, as principais limitações que se colocam ao desenvolvimento de territórios criativos e à potenciação da cultura como motor de desenvolvimento económico e de criação de emprego

#### 6. Outras informações:

- a. Que outras entidades considera deverem ser entrevistadas no âmbito do presente trabalho?
- b. Quais são, em sua opinião, os principais equipamentos culturais da região Norte?

- c. Quais são, em sua opinião, os principais agentes culturais da região Norte (públicos e/ou privados)?

## Anexo III

### Guião de Entrevista a Representantes dos Municípios

1. Política europeia, política nacional de cultura, política regional de cultura
  - a. Em seu entender a política europeia de cultura é promotora de desenvolvimento económico e de criação de emprego?
  - b. Quais as linhas da política europeia que, em sua opinião, mais contribuem para a criação de emprego?
  - c. A política nacional de cultura engloba estas linhas de atuação?
  - d. Quais as principais ações promotoras de emprego constantes da política nacional de emprego?
  - e. E ao nível regional, considera que a criação de emprego é uma prioridade da política regional de cultura?
  - f. Considera haver uma boa integração entre a política municipal e a política nacional/regional de Cultura?
  - g. Qual o nível de envolvimento e cooperação do Município com os órgãos nacionais e regionais de política cultura?
2. Políticas municipais de cultura
  - a. O município tem uma política cultural estruturada (objetivos, atividades, indicadores de avaliação, ...)?
  - b. Se sim:
    - i. Esta política estabelece ações e metas no âmbito da criação de emprego (ou do seu contributo para)?
    - ii. Estabelece incentivos à criação de empresas e empregos culturais?

- c. Considera suficiente o investimento efetuado em cultura pelo município?  
(aproximadamente, quanto representa o investimento municipal em cultura no total do orçamento autárquico?)
- d. Que ações municipais destacaria como exemplo de boas práticas de ações culturais promotoras de desenvolvimento local/regional e de emprego?
- e. Em sua opinião que outras ações poderiam ser concretizadas pelo município para melhor rentabilizar o investimento efetuado em Cultura - por favor, indique 2 exemplos de ações que considera que os municípios deveriam concretizar no âmbito de:
  - i. O emprego e o desenvolvimento local e regional através da rentabilização das atividades e equipamentos existentes com vista à transformação das cidades em territórios criativos
  - ii. A formação e qualificação dos recursos humanos
  - iii. A cooperação e criação de redes colaborativas (regional e transfronteiriça)
  - iv. A facilitação da transformação das cidades em territórios criativos
  - v. A comunicação e marketing
- f. Que limitações enfrenta o município na concretização da sua política municipal, em geral, e na implementação das ações antes mencionadas, em particular?
- g. Ao nível da cooperação:
  - i. Qual o nível de envolvimento e cooperação estabelecido com o setor privado no âmbito da cultura?
  - ii. Qual o nível de envolvimento e cooperação estabelecido com outros municípios no âmbito da cultura?
  - iii. Qual o nível de envolvimento e cooperação estabelecido com a Galiza no âmbito da cultura?
  - iv. Qual o nível de envolvimento e cooperação estabelecido com a ADDICT no âmbito da cultura?

- v. Qual o nível de envolvimento e cooperação estabelecido com a direção regional de cultura no âmbito da cultura?
- h. Ao nível da cooperação (nacional e/ou internacional), que iniciativas onde participam/participaram destacaria no âmbito da criação de emprego através da cultura?
- i. Que iniciativas concretas gostaria de destacar como exemplo de boas práticas de ações culturais (nacionais ou internacionais) promotoras de desenvolvimento local/regional e de emprego?

### 3. Territórios criativos

- a. Considera que o Norte de Portugal ou alguma parte específica desta região é já hoje um “território criativo”?
- b. Porquê?
- c. Quais as características dos territórios criativos que considera serem os mais relevantes para o desenvolvimento local e para a criação de emprego?

### 4. Outras informações:

- a. Que outras entidades considera deverem ser entrevistadas no âmbito do presente trabalho?
- b. Quais são, em sua opinião, os principais equipamentos culturais da região Norte?
- c. Quais são, em sua opinião, os principais agentes culturais da região Norte (públicos e/ou privados)?

