

Indústrias Culturais e Criativas em Portugal¹

Pedro Pereira Leite ²

Resumo

O modelo de análise sobre as Indústrias Criativas em Portugal que aqui apresentamos é feito com base numa sistematização de informação disponível sobre o impacto da economia criativa na sociedade. Essa análise é feita a partir da análise da Conta Satélite da Cultura em 2016, publicado pelo Instituto Nacional de Estatística. (INE, 2016). Procuramos que a partir de emergência dessa informação sejam criadas algumas linhas de análise que mostrem as dinâmicas contemporâneas da economia criativa em Portugal. Não procuramos neste artigo analisar as tendências que vêm do passado. Temos como objetivo identificar dinâmicas de inovação que se estão a instalar nos espaços urbanos, procurar identificar os seus principais agentes para finalmente refletir, sumariamente sobre a adequação das atuais políticas públicas para a cultura, numa perspetiva de Justiça Cognitiva e Dignidade Humana. Concluimos com uma breve reflexão sobre a caracterização do setor face às dinâmicas instaladas.

Principais Indicadores das Indústrias Culturais e Criativas em Portugal

As Estatísticas da Cultura³, publicadas anualmente pelo Instituto Nacional de Cultura, constituem a principal fonte de informação que usamos nesta análise. Em 2013, a partir dum protocolo com o Gabinete de Planeamento e Avaliação Estratégica do Ministério da Cultura, passou a ser possível disponibilizar, para os anos 2010 a 2015 um sistema integrado de informação "a **Conta Satélite da Cultura**⁴ de Portugal" integrado no Sistema de Contas Nacionais Portuguesas (SCNP). O objetivo desta conta satélite é o de permitir uma análise da dimensão e relevância da Cultura na Economia portuguesa, procurando entender a sua "estrutura de produção" e o contributo das atividades culturais na atividade económica

¹Publicado em Balaguer Juan et al. (2018) LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN IBEROAMERICA: evolución y perspectivas, ISBN: 978-84-944623-6-8, Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas. pp 367-384 (disponível em <http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoam%C3%A9rica.pdf>)

² Membro do Conselho Executivo da Cátedra Unesco Educação, Cidadania e Diversidade Cultural-ULHT / Centro de Estudos Sociais – Universidade de Coimbra- Conselho Executivo da Cátedra Unesco Educação, Cidadania e Diversidade Cultural.

³ https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados

⁴ <http://www.gepac.gov.pt/estatisticas-e-estudos/estatisticas.aspx>

Através dos trabalhos de análise das Estatísticas da Cultura e da sua conta satélite, em linha com as recomendações das Nações Unidas para análise do potencial económico das indústrias criativas, ao longo dos últimos anos têm vindo a ser publicada várias análises que aqui usamos, referenciando o seu uso. Constituem trabalhos que são efetuados por gabinetes de economia, normalmente por encomenda de entidades públicas ou com apoio destas, com o objetivo de analisar as dinâmicas da economia criativa, para fundamentar eventuais decisões de investimentos e formulação de políticas públicas.⁵

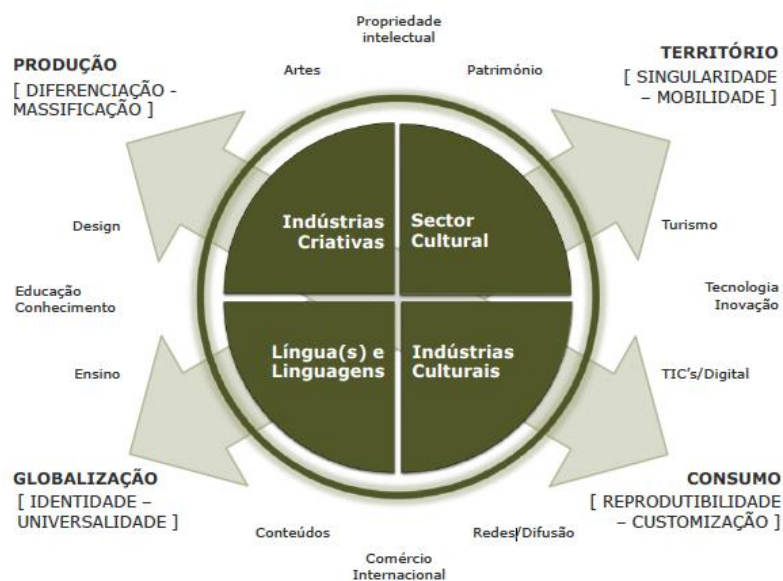
Delimitação dos Recursos nas Industrias Culturais e Criativas.

Nos trabalhos da Agencia para o Desenvolvimento das Industrias Criativas⁶, que tem vindo ao longo da última década a desenvolver vários estudos. No seu trabalho mais recente (ADDICT, 2016) delimita o setor cultural e criativo em vários clusters, que refletem a procura dum abordagem que integra o contributo da cultura para o desenvolvimento. Assim parte dum noção mais clássica de "sector cultural", delimitado pelo "património e artes", que envolve as unidade e os números de visitantes aos museus e a galreias de arte, a produção bibliográfica, discográfica e a exibição de filmes em cinemas (onde as funções públicas e provadas se confundem); alargando-o para integrar "as indústrias culturais, industrias criativas e a(s) língua(s) e linguagens que os alimentam" (op.cit 8)

A racionalidade desta configuração emerge no diagrama que apresentam.

⁵ A maioria da informação disponível pode ser consultada em <http://www.gepac.gov.pt/industrias-culturais-e-criativas.aspx?v=ef8cdefd-1b59-48cb-bbac-dc7b0fd>

⁶ A Agência para o Desenvolvimento das Industrias Criativas foi criada em 2008, tendo desenvolvido várias atividades de networkin, thinkthanks, recolha de informação e lobbying para políticas públicas. Atuou sobretudo no norte de Portugal. A partir de 2015 a sua atividade praticamente desaparece. Para mais informação ver em <http://ecbnetwork.eu/introducing-addict-creative-industries-portugal/>



Fonte: Augusto Mateus & Associados

Ilustração 1 Configuração global do setor cultural e criativo segundo Augusto Mateus & Associados (2016)

O diagrama oferece alguma complexidade. Através deste diagrama os autores procuram explicar a conceptualização do modelo de abordagem que propõe de forma a apresentar uma visão holística que representa uma visão integrada dos contributos culturais para a atividade económica. Procuram de certa forma ultrapassar uma visão segmentada da vida económica em setores de atividade, propondo uma abordagem processual.

O modelo procura integrar as várias atividades de base criativa que concorrem para a análise da racionalidade económica, que com base no modelo da oferta e procura de produtos e serviços dum território em contexto de globalização. Esta integração é conceptualizada em pares de conceitos que integram produção de bens e serviços a partir da especificidade do conhecimento que está na sua base: são apresentados os em segmentos de Educação e Conhecimento; Tecnologia e Inovação; Propriedade Intelectual e Comércio Internacional. Segundo a justificação dos autores essa configuração permite entender as tensões geradas na economia (de acordo com o modelo de satisfação de necessidades no mercado) e olhar para a produção como resolução de necessidades o que permite entender como se desenvolvem os processos de produção de sinergias ou de desequilíbrios entre a singularidade-mobilidade/ a identidade e a universalidade e entre a diferenciação e massificação/ reprodutibilidade – customização.

Inerente à conceção do modelo apresenta-se uma visão da competitividade economia no futuro (mais ou menos breve e sobretudo nas economias do Norte mais cosmopolitas, onde se verificam maiores índices de desenvolvimento) de que as industrias serão sobretudo culturais criativas,

por contraposição as indústrias tradicionais com base na transformação primária de matérias-primas e produção indiferenciada (commodities). (op.cit. 7).

Segundo os autores a transformação dos processos de formação de valor nas cadeias de produção levou a diferentes ritmos de crescimento económico, com as economias “desenvolvidas” a terem taxas de crescimento baixo, face às elevadas taxas das economias emergentes. Esta visão defende que o equilíbrio entre os fatores de competitividade da economia europeia, e em particular da portuguesa, depende da capacidade de integrar a cultura e a criatividade na produção de inovação e eficiência coletiva (criação de efeitos de spillover) (ibidem). A integração da inovação e da criatividade é de acordo com o modelo um fator de criação de valor e depende da combinação entre a cultura e a criatividade e a mobilização do conhecimento para criar benefícios ao nível do capital humano. Por essa razão, e em linha com várias abordagens ao nível das publicações das Nações Unidas⁷ e da UNESCO⁸, privilegia-se a Economia Criativa enquanto instrumento transversal que integra o Desenvolvimento Sustentável, ainda que reconhecendo os diferentes graus de penetração na economia destas atividades.

Assim, para os propósitos deste trabalho abordaremos apenas as questões das indústrias culturais e criativas enquanto produtos de troca, de bens e valores patrimoniais, analisado através de entradas em equipamentos de cultura e lazer, bem como as formas de afirmação de competências e qualificações criativas, expressas através das dinâmicas de oferta formativa e das suas expressões nos territórios.

Para o primeiro conjunto de informação, socorremo-nos das estatísticas. No segundo caso, mais subjetivos, de análise de alguns mapas disponíveis e de estudos de casos.

Para identificação dos recursos das Indústrias Culturais e Criativas usamos o modelo de análise da UNCTAD⁹, que se baseia na identificação de 4 categorias base que analisamos usando a informação estatística do Instituto Nacional de Estatística¹⁰.

Os ativos nucleares das Indústrias Culturais e Recreativas em Portugal.

⁷ <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>

⁸ <https://en.unesco.org/themes/protecting-our-heritage-and-fostering-creativity>

⁹ **Grupo Património**- Expressões culturais tradicionais (artesanato, festivais)/Sítios culturais: monumentos, sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, galerias. **Grupo Artes** - Artes plásticas, Artes performativas. **Grupo Média**, Edição Audiovisual e **Criações funcionais** - Design (interiores, gráfico, produto, moda, joalheria, brinquedos) Novos media (software, videojogos, conteúdos digitais)

Serviços criativos (arquitetura, publicidade, lazer e recreação, I&D criativa)

¹⁰ <https://www.ine.pt>

Como principais ativos tradicionais no campo das ICC podemos considerar três categorias de recursos. O património cultural lato senso (constituído por museus e monumentos visitáveis, incluindo bibliotecas, arquivos e centros culturais), as artes visuais e a produção literária (constituído por galerias de arte e edições), e as artes performativas (incluindo teatros e espaços de espetáculo musical).

Nas estatísticas da cultura do INE a recolha direta de informação permite entender apenas algumas dinâmicas destes setores. A informação recolhida surge agregada em categorias clássicas, dos museus e nº de visitantes, galerias, nº de publicações periódicas, exibição de filmes, gastos públicos com atividades culturais. Trata-se dum configuração informacional que herdamos dum passado onde tudo se centrava nos territórios nacionais, com fraca mobilidade de produtos e pessoas.

Ainda assim a sua análise é interessante para entender alguns fenómenos: Por exemplo, através das estatísticas da cultura, entre 2000 e 2015 pudemos verificar que o nº de museus aumenta 13 %, acompanhado pelo aumento do nº de visitantes, que passam no mesmo período de 13,8 milhões, para 15, 5 milhões (um aumento de 12 % no nº de visitantes¹¹.

Contudo se atendermos aos últimos nº de visitantes em 2016, apenas nos museus e monumentos de pertença do estado, numa informação ainda não integrados nas Estatísticas Nacionais, portanto sem integrar toda a diversidades deste tipo de equipamentos, podemos verificar que o crescimento tende a acentuar-se, na casa dum crescimento anual de dois dígitos, crescendo apenas num ano 15%¹².

Esta questão é relevante para compreender os limites dos usos das estatísticas tradicionais no entendimento dum análise dos fenómenos do setor cultural e criativo, e procurar avançar para a utilidade dos trabalhos de observação deste fenómeno, com base numa conceptualização mais densa, tal como nos tem vindo a propor Augusto Mateus e Associados nos últimos 10 anos.

Os limites das estatísticas da cultura ficam bem expressas nesta questão pois não é possível olhar para as dinâmicas do nº de museus e dos seus visitantes, tal como fizemos na europa do pós-guerra, com base em instrumentos que procuram mediar sociedades estáveis. As estatísticas, nesse domínio apenas nos davam um sinal de crescimento, e através disso dá-nos uma visão da respetiva performance dos equipamentos.

¹¹ INE, Estatísticas de Cultural, 2000 e 2015

¹²

http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/estatisticas1/ev2016relatoriobreve.pdf

Se optarmos por visão mais holística do crescimento do nº de visitantes nos museus e monumentos do estado, e compreendendo que eles se encontram fundamentalmente em áreas urbanas (há 18 museus nacionais e 5 palácios), no eixo de Lisboa-Porto e integrados em circuitos turísticos¹³. Mas não se trata apenas duma questão de cosmopolitismo. É também necessário entender, que nos últimos 10 anos, quer Lisboa e Porto são cidades que beneficiam das grandes dinâmicas do turismo internacional, com um ritmo de crescimento muito acentuado. Ora visitantes em lazer, de curta e média duração são grandes consumidores dos equipamentos lazer locais. Ou seja, o crescimento do nº de visitantes a museus necessita de ser entendido com base no contexto das dinâmicas que os influenciam¹⁴.

Por sua vez, é também necessário levar em consideração os contextos mais alargados para que os gestores destes equipamentos, sobretudo os gestores públicos, tomem decisões sobre as políticas públicas nesta área.

Por exemplo. A comparação entre os números de visitantes em museus em 2015 (15,5 milhões) é um número claramente superior aos espetadores de jogos de futebol nesse mesmo ano (3,2 milhões¹⁵). No entanto, o futebol enquanto fenómeno social e como fenómeno económico tem uma dimensão claramente superior aos museus. Basta olhar para os programas de televisão, onde vários canais emitem programas sobre futebol, em tempos de grande audiência, por contrapartida à ausência quase completa das questões relativas aos museus. Isso para não falar dos negócios ligados ao futebol, que movimentam milhões, enquanto as questões culturais são bastante mais comedidas. Por exemplo, a aquisição de um quadro do conhecido pintor Domingos Sequeira pelo Museu de Arte Antiga, em 2016, através duma campanha de *crowdfunfunig* atingiu um valor de cerca de 600 mil euros¹⁶.

Em suma a informação estatística neste casos não revelam as dimensões dos fenómenos e são necessários outros instrumentos de análise para que estas questões possam ser avaliadas e pensadas em termos de políticas públicas. Por exemplo, uma das questões que os profissionais da cultura tem vindo a fazer notar aos poderes públicos, é a necessidade de reativar o Observatório das Atividades Culturais, extinto em 2013 no âmbito das políticas recessivas de intervenção cultural¹⁷, que deixa a comunidade sem estudos e trabalhos de referências qualitativa ao longo do tempo.

¹³ Em 2016 o Museu Grão Vasco em Viseu, cidade do interior, foi elevado à categoria de Museu Nacional.

¹⁴ O crescimento acentuado de visitantes a este tipo de equipamentos tem também levantado a questão da sua sustentabilidade e limites.

¹⁵ <http://www.ligaportugal.pt/pt/liga/estatisticas/espectadores/clube/20142015>

¹⁶ <http://www.observador.pt/2016/04/11/campanha-aquisicao-do-quadro-domingos-sequeira-ultrapassa-500-mil-euros/>

¹⁷ <http://www.gepac.gov.pt/oac-1996-2013.aspx>

Colocada a limitação sobre as análises estatísticas para tomar conhecimento das atividades culturais, o mesmo poderíamos usar para olhar para outros fenómenos que as Estatísticas da cultura nos apresentam. Assim, por exemplo, na categoria do nº de galerias e nº de exposições, entre 2000 e 2015, verificamos um aumento da 18 5 no equipamento galeria (de 881 galerias em 2.000, são recenseadas 1.038), embora o nº de exposições tivesse um crescimento de apenas 7% (de 7.261, exposições organizadas em 2000, para 7.738) sendo que atraíram 9, 1 milhões de visitantes em 2000.¹⁸ Mais uma vez, pelo que conhecemos da realidade das ICC os fenómenos das galerias de arte tem vindo a transforma-se no espaço urbano, com vários equipamentos a realizarem exibição e comércio de arte. Isso tem relevância para quem procura reconhecer o valor das exposições para a criação de emprego no setor das artes criativas.

Prosseguindo na análise dos recursos dos setores das Industrias Culturais e Criativas em Portugal, através das Estatísticas da Cultura, comparando o indicador de publicações, entre 2000 e 2015 podemos verificar, em linha com a tendência crescente do aumento das publicações digitais e das tecnologias de informação, verificamos uma diminuição em cerca de 1/3 neste quinze anos. (das 1.852 publicações em 2000, passaram-se para 1.271 em 2015. Uma diminuição que é idêntica nas publicações periódicas, que passam de 31.910 em 2000, para 23.035 em 2015 (decréscimo de 28%). No entanto, observando as dinâmicas das redes sociais e os recursos dos novos media, verificamos que se tem acentuado uma personalização dos fenómenos comunicativos, com cada vez mais gente a consumir e a produzir informação, que os média agregam e difundem através de novas formas de negócios criativos, não possíveis de analisar através das estatísticas.

O fenómeno é idêntico nos itens de exibição de filmes na sua relação com espetadores. Entre 2000 e 2015 verifica-se uma duplicação do nº de sessões (passando de 756 filmes exibidos em 2000, para 1271 em 2015), ao passo que o nº de espetadores em salas de cinema diminui em 10% (passando de 16,6 milhões em 2000, para 14,9 milhões em 2015)¹⁹. Neste domínio as estatísticas dão-nos uma indicação sobre um processo de diminuição do impacto da indústria cinematográfica na vida urbana. Os grandes cinemas do pós-guerra desaparecem ou são transformados em salas de cinema plurifuncionais, com menos espaço e mais rodagem, com alterações nas dinâmicas urbanas.

Por outro lado, as estatísticas da cultura não dão conta dos fenómenos de transformações nas indústrias de produção cinematográfica e videográfica, que passam para diferentes canais, para as redes sociais, ao mesmo tempo

¹⁸ Estatísticas da Cultura (2000) e (2015), INE. Nº de visitantes não disponível em 2015

¹⁹ INE, (2000), (2015). Estatísticas da Cultura

que um maior número de profissionais, com equipamentos mais acessíveis, produzem em comunidades locais formas de entretenimento e cultura

Apesar das limitações que temos vindo a apresentar sobre as Estatísticas da cultura em Portugal para a compreensão dos fenómenos das indústrias culturais e criativas, não podemos descartar por completo a sua relevância para compreender a emergência de alguns fenómenos no tempo. Isto é através das estatísticas da cultura pode-se observar que há alterações nas dinâmicas de alguns fenómenos e do seu impacto na sociedade. Se por um lado algumas atividades que até á pouco tempo eram valorizadas como atividades das "indústrias culturais", como sejam a edição de livros e discos, a exibição de filmes e espetáculos de teatro, os visitantes de museus, também não deixa de ser necessário que elas, com todas as limitações que podem ter, não deixam de mostrar também novas realidades.

Por exemplo, é hoje evidente que há uma transformação nas apetências e nas experiencias das novas gerações em espaços urbanos. Estão a surgir novas modas de consumo. Isso é particularmente nítido quando olhamos para os espetáculos. Por exemplo, mais uma vez em quinze anos (entre 2000 e 2015), o nº de espetáculos em Portugal aumenta 7 5 %, passa de 30.000 eventos para 32.000 eventos. Contudo são espetáculos que atraem mais gente., uma vez que o nº de espetadores cresce 37%, passando de 10, 8 milhões, par 14,8 milhões de espetadores. São nº de dão conta de relevantes transformações que estão a acontecer na sociedade e no campo da cultura, com o consumo a deslocar-se de formas de consumo passivo, para experiencias mais ativas e com mais apelo à participação.

Finalmente uma último questão que as Estatísticas da Cultura, com as limitações e virtualidades que temos vindo a acentuar nos permitem entender são as dinâmicas de financiamento público das atividades culturais. Existem em Portugal dois poderes públicos com atuação no financiamento das atividades culturais. O poder central, por via das políticas do Ministério da Cultura²⁰ e os poderes municipais por via das câmaras municipais. Sabemos que em 2000, os poderes municipais despendiam o dobro do poder central nas atividades culturais. Assim, em 2000 os Municípios gastaram 433, 9 milhões de euros em atividades culturais, enquanto o Ministério da cultura se fica pelos 240, 4 milhões. A crise da primeira década leva a uma retração destes números do investimento público na cultura, com uma diminuição de 11% nos investimentos municipais. (em 2015 as despesas com cultura dos municípios ficaram-se

²⁰ Em Portugal, entre 2011 e 2015 O Ministério da Cultura foi "despromovido" a uma Secretaria de Estado, um nível inferior de representação simbólica do poder.

pelos 385, 7 milhões de euros, sendo eu não há valores disponíveis para o Ministério da Cultura²¹.

De uma forma geral olhando para as tendências dos investimentos públicos diretos na cultura podemos verificar que eles são pouco expressivos, quedando-se em cerca de 0,07% do Produto Interno Bruto²². É certo que ao longo dos anos, sobretudo após a entrada de Portugal na União Europeia em 1985, os investimentos em equipamentos culturais foi substancial. Foi nesta altura que foi criado o Ministério da Cultura, e foram implementadas as políticas públicas para a cultural (leitura, património cultural, artes, etc.). Os investimentos foram crescentes até à crise de 2008 e 2009, com os governos liberais a tenderem a diminuir a oferta de investimento público para acultura, sobretudo para atividades sem valor de mercado. É também nessas dinâmicas de filosofia mais liberal, que se vê uma preferência por investimentos na área da cultura, que procuram ter um impacto mais imediato nas atividades do mercado, sobretudo na área do turismo²³.

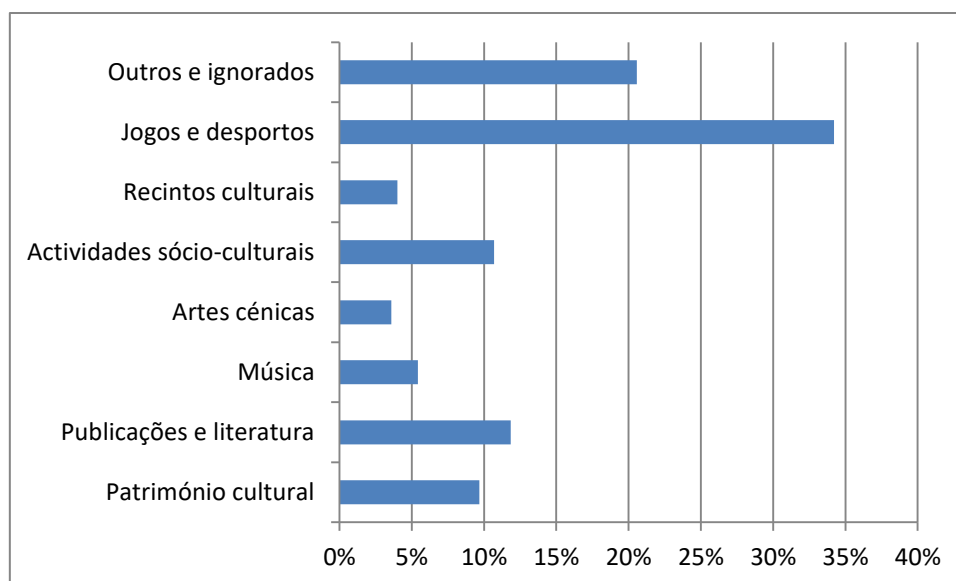
Uma análise mais refinada às despesas culturais com os municípios, tal como elas surgem nas estatísticas, como o gráfico abaixo relativo à distribuição das despesas em categorias, em 2015 deixa também algumas ideias curiosas, sobretudo se queremos entende a qualidade do investimento público.

Gráfico 1- Distribuição das –Despesas em Cultura e Desporto pelos Municípios em 2015 (em %)

²¹ INE (2009, (2015). Estatísticas de Cultura.

²² A medição dos investimentos em relação com o PIB tem vindo a ser contestado no campo da economia, privilegiando-se o contributo para o VAB (Valor Acrescentado Bruto). No entanto, esta medida neste contexto, é útil para ter uma ideia da ordem de grandeza simbólica, dos investimentos públicos em comparação da cultura com outros “setores” mais clássicos. Assim por exemplo, comparando as Despesas Públicas em Cultura, em 2015 em percentagem do PIB, com a Educação (3,8%), com a Saúde (4,7 %), com a Segurança Social (7,3 %) com os Serviços de Defesa de Segurança Pública (2,6 %) temos um posicionamento da sua relevância.

²³ A discussão da relação entre cultura e turismo tem sido uma discussão que tem estado presente nos debates dos profissionais da cultura ao logo dos últimos anos, com várias posições a defenderem uma maior aproximação das indústrias culturais às dinâmicas do mercado turístico. Há várias visões em jogo, nas quais podemos delimitar três campos de argumentação. Os que defendem a autonomia da cultura em relação ao turismo, os que defendem uma aproximação ao mercado turístico, como forma de alavancar o crescimento do setor criativo de inovação em áreas urbanas, os argumentos duma aproximação ao setor turístico por parte das indústrias culturais tradicionais para vende produtos de identidade nacional.



Se olharmos para a distribuição das Despesas nos municípios, tal com as Estatísticas do INE nos apresentam²⁴ verificamos que cerca de 1/3 dessas despesas são relativas a atividades desportivas, a que se somarmos "atividades não classificadas", mais de metade dos valores despendidos não são despesa "cultural". Isso significa que o volume de despesa pública direta dos municípios com cultura é apenas metade das suas expressões estatísticas.

Estas são questões relevantes que permitem filtrar o real impacto das atividades criativas e culturais em Portugal.

Principais recursos na Industria Culturais e Criativas.

A conta satélite da cultura, entretanto desenvolvida no INE²⁵ veio permitir visualizar o impacto das atividades culturais no âmbito da economia criativa. No entanto os resultados disponíveis, que resultam da consolidação das contas nacionais, apenas estão disponíveis para os anos de 2010-2012.²⁶ De acordo com a CSC o setor da Economia Criativa foi responsável por 2,8 % do VAB total do país, gerando apenas 1,9% do total do emprego do país.

Quadro I

²⁴ INE (2015). Estatísticas da Cultura)

²⁵ As contas Satélite da cultura estão a ser desenvolvidas pelo INE desde 2013 e são um instrumento integrado no Sistema de Contas Nacionais Portuguesas (SCNP) criadas com os objetivos de avaliar a dimensão e a importância da Cultura na economia portuguesa, dando informação sobre a estrutura de produção das atividades relacionadas com a Cultura. Os primeiros resultados da CSC foram publicados em 2015 e reportam-se ao período 2010-2012.

²⁶

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_cnacionais2010&contexto=cs&selTab=tab3&perfil=220674570&INST=220617355

Contributo dos Sectores de Atividades Culturais para o VAB e emprego em Portugal, em percentagem (2012). Fonte INE (2015) Conta Satélite da Cultura

Categorias	VAB %	Emprego %
Artes Performativas	3,9	4,7
Artes Visuais e Criação Literária	2,7	4,8
Património Histórico e Cultural	0,9	1,0
Atividades Nucleares	7,5	10,5
Cinema de vídeo	4,5	4,7
Edição	34,2	31,3
Música	0,2	0,2
Broadcasting	13,2	7,8
Software e equipamentos	20,7	29
Turismo Cultural	6	6,2
Industrias Culturais	78,8	79,2
Arquitetura	0,7	0,6
Design	0,2	0,2
Publicidade	0,5	0,3
Serviços software	0,7	1,7
Criatividade na Economia	11,6	7,5
Atividades Criativas	13,7	10,2

A análise do quadro é relevante para caracterizar as Industrias Culturais e Criativas em Portugal. Em primeiro lugar, as atividades clássicas ligadas ao património apresentam uma expressão diminuta, quer em termos de VAB, quer em volume de emprego. Embora o país tenha uma elevada marca identitária com base na sua história ao mesmo tempo que na opinião pública a as atividades tradicionais e os modos de vida a elas associadas apresentam uma elevada visibilidade, não se verifica uma forte correlação com as atividades económicas nesse domínio. Isso indicia uma incapacidade dos poderes públicos de valorizarem os seus ativos e uma incapacidade da economia em usar os recursos patrimoniais clássicos para criar emprego e riqueza. No entanto, no âmbito das atividades culturais clássicas, o campo da produção artística, literária e performativa apresenta-se com valores mais generosos, o que indicia uma dinâmica de reconhecimento social.

Se olharmos para as Industrias Culturais Clássicas, verificamos que as atividades mais tradicionais, ligadas à edição, à produção de cinema e vídeo, e rádio contribuem com mais de 40 % para o VAB e para o emprego no setor. Se juntarmos a isso a comercialização de equipamentos, permitimos considerar que o peso da produção tradicional, de reprodução não criativa de bens culturais é predominante no setor.

O contributo das atividades criativas “puras” que contribuem com cerca de 13 % do VAB e 10,5 do emprego mostram um fenómeno ligado a uma antiga especialização da economia portuguesa, que no passado se tinha

especializado nos têxteis e calçado, tendo passado por uma intensa crise com a globalização, e que encontrou nos sistemas de automação e no design uma forma de ultrapassar as dificuldades. Uma situação que evidência a notável transição dos serviços de criatividade no design na economia portuguesa.

Em suma trata-se dum setor muito diferenciado, com diferentes potencialidades. Na maioria dos casos é constituído por pequenas empresas ou profissionais liberais, que atuam e em rede, combinando funções de criatividade e comércio. Em alguns casos são atividades muito especializadas, com uma criatividade associada ao próprio criador com produtos muito próximos dos clientes. Trata-se dum setor ainda muito pouco valorizado e reconhecido pela sociedade, com dificuldades de financiamento crónicas, com fracas capacidades de investimentos.

Na conta satélite da cultura não permite visualizar a distribuição espacial, no território, das indústrias culturais e criativas. No entanto, pelo conhecimento que temos vindo a desenvolver na análise destas atividades ao longo do tempo, trata-se dum fenómeno que se está a desenvolver em torno de núcleos urbanos, sobretudo Lisboa, Porto, Braga, Coimbra e Aveiro, aproveitando as sinergias dos centros de comunicação. Em alguns casos, sobretudo por via dos financiamentos públicos ou de processos patrimoniais, algumas cidades médias tem vindo a beneficiar, de forma desigual com o desenvolvimento das indústrias criativas e do chamado turismo cultural, como é o caso de Évora, Setúbal, Sintra, Caldas da Rainha, Tomar, Guarda e Viseu. O caso do Algarve em Portugal permanece como caso de estudo. Trata-se dum das regiões turísticas mais dinâmicas, onde o setor das indústrias culturais e criativas encontra dificuldades em implantar-se de forma adequada e perante uma praticamente ausência de investimentos públicos.

A formação em Industrias Culturais e Criativas

A entrada e a formação de profissionais nas Industrias Criativas em Portugal é uma questão que está a sofrer profundas alterações. Do ponto de vista mais tradicional, o acesso às profissões culturais e criativas é, desde os anos setenta, efetuada por duas vias. Por via da profissionalização e pela via do ensino.

A via da profissionalização no setor é a via mais frequente de acesso às profissões criativas. É geralmente feita através do desenvolvimento das competências sociais e profissionais em organizações sociais ou através do aproveitamento de oportunidades surgidas em eventos organizados nas comunidades, completada por vezes com cursos de formação profissional ao longo da vida. O profissional inicia a sua prática através dum oportunidade e, seja por gosto pessoal seja por necessidade de sobrevivência, continua

desenvolvendo atividades, alargando as suas redes sociais e de competências.

A via de formação académica resulta duma tradição mais elitista, feita num sistema de ensino formal, com elevada especialização e considerável investimento em tempo. O campo da formação nas artes e nas atividades criativas no sistema de ensino formal não é socialmente valorizada na sociedade portuguesa. Fora das elites mais tradicionais, onde o ensino das belas artes e da música ainda é considerado integrante da formação pessoal, normalmente num sistema de ensino doméstico, as aprendizagens criativas é feita de forma aleatória em redes de oportunidades. No sistema de ensino formal, embora integre as expressões artísticas e criativas, não existe uma valorização curricular dessas áreas de formação, claramente diminuídas nos planos educacionais.

A partir do primeiro ciclo de formação as disciplinas de arte e criatividade vão perdendo gradualmente expressão no sistema de ensino a favor das disciplinas de informação e conhecimento científico. Apenas após a finalização do ensino básico, por volta dos 15 anos, ao fim de nove anos de ensino, é que existe a possibilidade de optar por áreas criativas, com uma oferta de escolas diminutas e geralmente localizadas nos grandes centros urbanos.

É igualmente possível uma especialização nas áreas de artes performativas (teatro, dança), cinema, belas artes ou música em unidades especializadas de ensino superior, tendo como saídas profissionais, de forma geral o ensino. No campo do património, a formação em técnicas de conservação e restauro é considerada uma especialização técnica, sendo que normalmente, as funções mais qualificadas exigem uma formação pós-graduada. De uma forma geral, a formação pós-graduada não está em correspondência com as necessidades das organizações culturais, com os principais empregadores a despe rezarem a qualificação no acesso a cargos de maior especialização. No campo do design e da criatividade, algumas escolas profissionais tem começado a efetuar, em colaboração com associações profissionais dos setores do têxteis e do calçado, formações profissionais que dão resposta às necessidades dos setores.

Nos últimos anos tem crescido a tendência para as diferentes escolas e especialidades se agregarem para oferecer uma formação nas áreas das indústrias culturais e criativas. Oferecem-se agora processos de formação onde é possível fazer diálogos com as práticas criativas e com os negócios criativos.

Como economia criativa liga a cultura e a intervenção económica, este tipo de formação exige um novo paradigma formativos, voltado para as necessidades da sociedade, onde o conhecimento e a experimentação de

misturam, acompanhando de perto as tendências e as necessidades das comunidades, orientadas pela ideia da sustentabilidade ambiental, pela necessidade de usar recursos de forma adequada e socialmente responsável. É também um campo que exige um diálogo com as tecnologias de informação e comunicação. Por outro lado, as economias criativas trabalham sobretudo com projetos que se encontram limitados no tempo. As atividades profissionais no campo das indústrias criativas exigem uma elevada rotatividade de produtos e competências de trabalho em equipas com métodos de resolução de problemas.

Por estas características de intenso diálogo interdisciplinar, a formação nas indústrias culturais e criativas colidem muito frequentemente com as ofertas formativas dos espaços académicos, mais clássicos e disciplinares, onde a elevada especialização dum dado campo de conhecimento é praticamente sinónimo de um grande desconhecimento prático sobre outras áreas de especialização. Há portanto um certo desfasamento entre a oferta formativa académica e a dinâmica das indústrias cultural e criativa

Nos últimos anos, algumas escolas na área da comunicação e das humanidades, face ao esgotamento dos serviços educativos para formar professores nas respetivas áreas, que teve como consequência diminuição da sua procura lançaram em ofertas formativas “criativas” oferecendo formação na área de conceção de projetos Criativos, usando ferramentas da análise social, de análise económica, de estudos patrimoniais, técnicas de marketing, estudos de turismo, arte e políticas públicas.

São ofertas formativas que se estão a desenvolver nos grandes centros urbanos, muitas vezes através de parcerias entre instituições públicas onde se procura partir duma análise da realidade das Indústrias e Culturas Criativas, das suas transformações e tendências; para criar projetos e produtos ou serviços no sector. A criação de competências nestes profissionais, embora ainda com números pouco expressivos, considerando o peso da economia criativa na economia, permite vislumbrar uma transformação na formação de profissionais a médio prazo, com a possibilidade de mais gente, melhor preparada se lançar no mercado criando empresas ou lançando projetos, produtos, serviços, negócios e empresas criativas. Serão certamente competências que irão explorar oportunidades estratégicas na economia portuguesa, com base na sua cultura e explorando a inovação de criatividade.

De seguida apresentam-se alguns exemplos de novas ofertas de formação em Portugal. Em Lisboa é o lugar onde se encontram uma maior expressão da oferta de formação em indústrias culturais e criativas.

A mais expressiva é na Faculdade de Letras, de Lisboa, seja de forma autónoma²⁷ seja através de parcerias com outras instituições, como a Escola superior de Comunicação e a Faculdade de Belas Artes²⁸. A Universidade Nova, mantém uma oferta de especialização parcelada, sem integração em gestão de projeto.²⁹

Ainda em Lisboa, o ensino privado oferece uma oferta por vezes mais ajustada às dinâmicas do mercado. Por exemplo, o curso de mestrado e doutoramento em Museologia, da Universidade Lusófona, privilegiando a intervenção social está atenta às dinâmicas urbanas das indústrias culturais e criativas.

O ISCTE, um instituto universitário de Lisboa tem também uma oferta de formação na área do património cultural³⁰, e um dos seus centros de investigação – o Dinâmia³¹ tem tido uma intervenção em projetos urbanos de inovação e criatividade.

Ainda na região de Lisboa, duas instituições de ensino politécnico oferecem uma oferta de formação no âmbito das indústrias culturais e recreativas: O Instituto Politécnico de Tomar³² onde sobressaem as formações nas áreas da conservação e restauro e gestão cultural, e o Instituto Politécnico de Leiria, nas áreas das expressões plásticas, animação cultural e gestão cultural³³.

No Porto, a segunda maior cidade do país a Universidade Católica sobressai na sua oferta sobre indústrias culturais e criativas³⁴. Na universidade do Porto a oferta de formação sobre Indústrias Culturais e Criativas surge disseminada pelas várias especialidades. Sobressai e criação de um polo universitário onde se instalou um espaço dedicado às indústrias criativas, que que esteve, neste domínio, bastante ativo durante o início do milénio.³⁵

A oferta de formação universitária em Portugal, no campo das Industrias Culturais e Criativas é mais forte nestas duas universidades. As outras universidades, Coimbra, Algarve, Évora, Trás-os-Montes apresentam também ofertas de formação nesta área, normalmente ligada às áreas de letras, comunicação, património cultural e turismo. São formações que não

²⁷ <http://creativecultures.letras.ulisboa.pt/index.php/industrias-criativas/>

²⁸ <https://www.escs.ipl.pt/cursos/pos-graduacoes/industrias-e-culturas-criativas>

²⁹ A UNL (<http://fcsh.unl.pt/ensino>) por exemplo tem uma oferta de formação com base nas disciplinas clássicas em "Acústica e Estudos de Sons", Artes da Escrita" "Comunicar e apreender na era digital" "Curadoria de Arte" "Estudos de Música Popular" "Mercado da Arte e Colecionismo"

³⁰ <https://www.iscte-iul.pt/curso/111/doutoramento-antropologia-politicas-imagens-cultura-museologia/apresentacao>

³¹ <https://www.dinamiacet.iscte-iul.pt/projects>

³² <http://portal2.ipt.pt/>

³³ <https://www.ipleiria.pt/cursos/course/licenciatura-em-programacao-e-producao-cultural/>

³⁴ <http://www.porto.ucp.pt/pt/central-oferta-formativa/mestrado-gestao-industrias-criativas>

³⁵ <https://uptec.up.pt/>

se constituam como formações autónomas e direcionadas a problemática específica da ICC. Na Página do Ministério da Cultura em Portugal pode olhar-se para a forma como informação nesta área é apresentada, podendo caracterizar-se como uma abordagem pouco entusiástica e ainda muito centrada numa descrição de situações sem políticas públicas ativas na área da formação³⁶.

A distribuição das Industrias Culturais e Criativas no País e seus atores

A oferta de formação reflete a configuração da densidade de distribuição das Industrias Culturais e Criativas em Portugal. As ICC, como fenómeno urbano que são, tendem a consolidar-se nos lugares de maior densidade populacional e com população mais jovem. Embora em cidades de média dimensão a presença e visibilidade das atividades criativas possam ter um efeito maior, as grandes cidades de Lisboa, Porto e Coimbra e Guimarães são aquelas que sobressaem na recente publicação da comissão europeia sobre cidades criativas³⁷.

Lisboa com 42,6 ponto no índice é a cidade melhor posicionada, sendo de notar a sua atividade cultural e a performatividade do seu poder municipal. Várias zonas da cidade, em particular a zona oriental, onde as indústrias portuárias se encontram em recessão, é visível a emergência das várias atividades criativas e culturais. As ICC são também por vezes propostas como projetos âncora para a revitalização e integração de bairros municipais. Várias galerias de arte pública começam hoje a ganhar visibilidade na cidade. Todavia os poderes públicos, através dos seus equipamentos³⁸ e os grandes mecenas, como por exemplo a Fundação Gulbenkian³⁹, a Fundação EDP⁴⁰, o Centro Cultural de Belém⁴¹ ou a Culturgest⁴², continuam a ser atores-chaves no financiamento das ICC, que estão longe de ter autonomia e assumiram-se ainda como empresas sustentáveis. As grandes instituições têm ainda uma atuação algo elitista e com apoios a projetos de curta duração e que se apresentam já formatados para consumo do público.

Na periferia da cidade, alguns municípios procuram criar *hubs criativos*, como por exemplo em Almada, na Casa da Cerca⁴³, em Loures, através das Galerias de Arte Pública⁴⁴, ou Odivelas no centro da Malaposta⁴⁵, onde os

³⁶ <http://www.gepac.gov.pt/industrias-culturais-e-criativas.aspx?v=ef8cdefd-1b59-48cb-bbac-dc7b0fd22823>

³⁷

³⁸ <http://www.cm-lisboa.pt/investir/setores-estrategicos/economia-criativa>

³⁹ <https://gulbenkian.pt/>

⁴⁰ <https://www.fundacaoedp.pt/pt>

⁴¹ <https://www.ccb.pt/Default/pt/Inicio>

⁴² <http://www.culturgest.pt/>

⁴³ http://www.m-almada.pt/portal/page/portal/CASA_CERCA

⁴⁴ <http://www.cm-loures.pt/Media/Microsite/Artepublicaloures/index.html>

protagonistas das ICC podem fazer residências a testar projetos, antes de procurarem apoio dos mecenas. Mais recentemente, na cidade começam a surgir pequenos centros culturais que procuram uma intervenção na criativa na comunidade, como é por exemplo do Anagrama no Bairro dos Olivais em Lisboa⁴⁶

A cidade do Porto, com um índice de criatividade 27,9, Coimbra com 23,2 e Guimarães com um índice de 18,9 são cidades onde as atividades criativas acontecem em grande medida apoiadas pelos poderes públicos, dentro de políticas públicas que estão longe de ser contantes e estáveis, o que implica uma grande variabilidade de eventos e atores.

A partir de algumas instituições mais tradicionais, como por exemplo O Teatrão de Coimbra⁴⁷ ou o Centro Cultural Vila Flôr em Guimarães⁴⁸ estão a surgir várias iniciativas que aproveitam as dinâmicas criadas pelos encontros culturais e festivais internacionais realizados nessas cidades, sejam eles a Capital Europeia da Cultura, a pertença às redes da UNESCO de Cidades Criativas⁴⁹, ou por terem acolhido Festivais Internacionais da Cultura. Algumas cidades procuram investir na criatividade e na inovação como forma de criar uma economia sustentável. Por exemplo o Museu da Guarda, durante vários anos adormecido na cidade, está a ser revitalizado desde 2016 com base num conceito de intervenção na cidade assumindo-se como um "quarteirão das artes"⁵⁰. Uma iniciativa que tem como base a vontade do município e a capacidade de intervenção dos profissionais, no caso Pedro Mendes. Trata-se de uma estratégia que algumas localidades na zona central tem vindo a promover para dinamizar os centros históricos das vilas e cidades de média dimensão.⁵¹ É necessário salientar que em grande medida a formação destas políticas públicas são fortemente influenciada por atores que dispõem de conhecimentos e capacidade de intervenção. Por exemplo na Região Centro de Portugal - Coimbra apresenta várias experiências de gestão de espaços, seja por via do Centro de Artes Plásticas de Coimbra⁵², uma iniciativa feita com o esforço das comunidades locais de estudantes, e a experiência do Centro Cultural do Convento de São Francisco, com uma gestão municipal nem sempre transparente e prossequindo a tendência de concessionar espaços culturais, sem que fiquem claramente definidos os seus objetivos estratégicos de intervenção nas comunidades

⁴⁵ <http://www.malaposta.pt/>

⁴⁶ <http://anagramaoficinasdes.wixsite.com/anagrama>

⁴⁷ <http://www.oteatrao.com/>

⁴⁸ <http://www.ccvf.pt/>

⁴⁹ <https://en.unesco.org/creative-cities/home>

⁵⁰ http://video.mun-guarda.pt/video/0_r7ls6trz

⁵¹

<http://www.360portugal.com/Distritos.QTVR/Coimbra.VR/vilas.cidades/Montemor/ArtesSalaPrincipal.html>

⁵² <http://capc.com.pt/site/index.php/pt/sobre-nos/>

De qualquer forma, as intervenções dos poderes públicos que continuam a marcar as intervenções nas áreas culturais e criativas estão dependentes não só da vontade política dos respetivos organismos, como também da capacidade de intervenção dos seus atores e profissionais. Em Portugal são ainda escassos e relativamente pouco valorizados os profissionais nestas áreas, normalmente com poucos recursos disponíveis. E quando há recursos disponíveis, geralmente há agendas de investidores que é necessário ter em atenção. Trata-se dum problema endêmico da sociedade portuguesa, de faltar de transparência nos atos públicos administrativos, de alguma atrofia organizacional e da ausência do recurso à participação das comunidades no planeamento e gestão dos equipamentos, que ainda são vistos como espaços de elite, com os serviços culturais a dirigirem-se para áreas centrais das cidades.

Os profissionais das ICC tem em suma grandes dificuldades em encontrar reconhecimento social das suas atividade para o bem-estar das comunidades e o seu contributo para a desenvolvimento sustentável no âmbito das experiencias do encontro, das economias e serviços de experiencias como expressão dum valor social.

Por outro lado as políticas públicas ainda não são ordenadas pela integração dos valores da inovação. A Inovação e criatividade produz produtos por baixo valor com elevado valor social. A sociedade portuguesa e os poderes públicos ainda olham para as políticas públicas na cultura como investimentos elevados com baixo retorno social, não desenvolvendo uma política de valorização dos seus recursos humanos locais.

Bibliografia

- Adorno Teodoro (2003). Sobre Industrias Culturais, Lisboa, ângelus Novus
- Boletins do OAC (1993-2013). Números 1 a 16 em <http://www.gepac.gov.pt/oac-1996-2013/gepac-oac/oac-obs-boletim.aspx>
- Boletins do Observatório da Diversidade Cultural do Brasil (<http://observatoriodadiversidade.org.br/site/informacao/boletim/>)
- Garcia, José Luís (2014). Mapear os recursos, Levantamento da legislação, Caracterização dos atores, Comparação internacional, Relatório de Missão, Lisboa, Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais
- Gomes, Lourenço e Martinho (2006) Entidades Culturais e Artísticas em Portugal, Lisboa ,OAC
 - Em <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/17701>
- Mateus, Augusto (2010). O Setor Cultural e Criativo em Portugal – Estudo para o Ministério da Cultura – Relatório final, Lisboa
- Mateus, Augusto (2013). A Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa – Relatório Final , Lisboa

- Mateus, Augusto (2016). Configuração global do setor cultural e criativo segundo Augusto Mateus & Associados, Lisboa
- Neves, José Soares (2000). Despesas dos Municípios com Cultura, Lisboa OAC
- Neves, José Soares (2010). Estatísticas Culturais do Ministério da Cultura, Lisboa OAC
 - ver em <http://www.gepac.gov.pt/estatisticas-e-estudos/estatisticas.aspx>
- Neves, José Soares (2011). Práticas de leitura da população portuguesa no início do século XXI, Tese de Doutoramento em Sociologia. Lisboa, ISCTE
 - https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/6696/1/jsn_PLPP_Tese.pdf
- Primo, Judite Santos (2016). A Museologia e as Políticas Culturais Europeias: O Caso Português., Porto. Tese de doutoramento.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos
 - (1992). Hábitos de leitura em Portugal : inquérito sociológico / Eduardo de Freitas, Maria de Lourdes Lima dos Santos. 1a ed. Lisboa : D. Quixote, 1992.
 - (1993). A procura e oferta cultural e os jovens / Luísa Schmidt ; coord. científica de Maria de Lourdes Lima dos Santos ; colab. Maria Paula Duarte. 1a ed. Lisboa : Instituto de Ciências Sociais : Inst. da Juventude-
 - (1998). As políticas culturais em Portugal : relatório nacional / coord. Maria de Lourdes Lima dos Santos. Lisboa : Observatório das Actividades Culturais.
 - (2001) Galerias de Arte em Lisboa / coord. Maria de Lourdes Lima dos Santos, Alexandre Melo, Teresa Duarte Martinho. Lisboa : Observatório das Actividades Culturais.
 - (2004).Políticas culturais e descentralização: : impactos do programa, difusão das artes do espectáculo / Maria de Lourdes Lima dos Santos... [et al.] ; coord. Maria de Lourdes Lima dos Santos ; colab. Marta Araújo... [et al.]. Lisboa : Observatório das Actividades Culturais.
 - (2005). O panorama museológico em Portugal [2000-2003] / coord. Maria de Lourdes Lima dos Santos. [Lisboa] : Observatório das Actividades Culturais : Instituto Português de Museus, 2005.
 - (2007). A leitura em Portugal / coord. Maria de Lourdes Lima dos Santos ; textos José Soares Neves, Maria João Lima, Margarida Carvalho ; [colab. Margarida Carvalho]. Lisboa : GEPE-Gabinete de Estatística e Planeamento da Educação.
 - (2010) Novos trilhos culturais : práticas e políticas / org. Maria de Lourdes Lima dos Santos, José Machado Pais. 1a ed. Lisboa : ICS-Imprensa das Ciências Sociais
 - (2012) Sociologia da cultura : perfil de uma carreira / Maria de Lourdes Lima dos Santos. 1a ed. Lisboa : Instituto de Ciências Sociais, 2012.