

INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS EM PORTUGAL: UM BALANÇO CRÍTICO DE UMA NOVA 'AGENDA' PARA AS POLÍTICAS PÚBLICAS NO INÍCIO DESTE MILÉNIO

CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES IN PORTUGAL: A CRITICAL BALANCE OF A NEW PUBLIC POLICIES AGENDA IN THE BEGINNING OF THE MILLENNIUM

LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES AU PORTUGAL: UNE EVALUATION CRITIQUE D'UNE NOUVEL «AGENDA» DES POLITIQUES PUBLIQUES AU DEBUT DE CE MILLENAIRE

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN PORTUGAL: UN BALANCE CRÍTICO DE UNA NUEVA 'AGENDA' DE LA POLÍTICA PÚBLICA A PRINCIPIOS DE ESTE MILENIO

Pedro Quintela

Universidade de Coimbra, Faculdade de Economia e Centro de Estudos Sociais, Coimbra, Portugal

Claudino Ferreira

Universidade de Coimbra, Faculdade de Economia e Centro de Estudos Sociais, Coimbra, Portugal

RESUMO: Nas últimas duas décadas, o debate sobre o potencial da 'criatividade' afirmou-se um pouco todo o mundo, e muito em particular na Europa, tendo tido um impacto considerável na definição das políticas públicas, especialmente no campo da cultura. Este artigo analisa, de uma forma abrangente, o processo de emergência e afirmação desta nova 'agenda' em Portugal. Uma atenção especial é dedicada à inserção da 'agenda criativa' nas diretrizes de política públicas, à escala nacional e local, em matérias relacionadas com a cultura e áreas afins. O objetivo é procurar compreender os principais contornos desta nova retórica e o seu impacto na formulação de medidas e de instrumentos de política pública. Além disso, reflete-se sobre os principais impactos e resultados da 'agenda criativa' nos sistemas culturais e económicos do país, identificando alguns dos principais desafios e dilemas atuais da 'agenda criativa' em Portugal.

Palavras-chave: indústrias culturais e criativas, políticas culturais, investimento público, Fundos Estruturais U.E..

ABSTRACT: Over the past two decades the debate on the potential of 'creativity' has established itself all over the world, and particularly in Europe, with a considerable impact on public policies' definition, especially in the field of culture. This article analyses comprehensively the process of emergence and affirmation of this agenda in Portugal. A particular attention is devoted to the inclusion of the 'creative agenda' in national and local policy guidelines for culture and related fields. The aim is to understand the main contours of this new rhetoric, and its impact in the formulation of policy measures and tools. Furthermore, it reflects on the main impacts and results of the 'creative agenda' in the country's cultural and economic systems, identifying also some of the current challenges and dilemmas it raises.

Keywords: cultural and creative industries, cultural policies, public investment, E.U. structural funds.

RÉSUMÉ: Au cours des deux dernières décennies, le débat sur le potentiel de la «créativité» a été ressenti partout dans le monde, et particulièrement en Europe, et a eu un impact considérable sur la définition des politiques publiques, en particulier dans le domaine de la culture. Cet article analyse, d'une manière globale, le processus d'émergence et d'affirmation de ce nouvel «agenda»

au Portugal. Une attention particulière est accordée à l'insertion de «l'agenda créatif» dans les lignes directrices des politiques publiques, aux niveaux national et local, dans les domaines liés à la culture et aux domaines connexes. L'objectif est de comprendre les principaux contours de cette nouvelle rhétorique et son impact sur la formulation de mesures et d'instruments de politique publique. En outre, il réfléchit sur les principaux impacts et résultats de «l'agenda créatif» dans les systèmes culturels et économiques du pays, identifiant certains des défis et dilemmes actuels de «l'agenda créatif» au Portugal.

Mots-clés: industries culturelles et créatives, politiques culturelles, investissement public, fonds structurels U.E..

RESUMEN: En las últimas dos décadas, el debate sobre el potencial de la creatividad se ha afirmado un poco todo el mundo, y muy en particular en Europa, habiendo tenido un impacto considerable en la definición de las políticas públicas, especialmente en el campo de la cultura. En este artículo se analiza, de manera global, el proceso de surgimiento y afirmación de esta nueva 'agenda' en Portugal. Se dedica una atención especial a la inserción de la 'agenda creativa' en las directrices de política pública, a escala nacional y local, en materias relacionadas con la cultura y áreas afines. El objetivo es procurar comprender los principales contornos de esta nueva retórica y su impacto en la formulación de medidas e instrumentos de política pública. Además, se reflexiona sobre los principales impactos y resultados de la 'agenda creativa' en los sistemas culturales y económicos del país, identificándose algunos de los principales retos y dilemas actuales de la 'agenda creativa' en Portugal.

Palabras-clave: industrias culturales y creativas, políticas culturales, inversión pública, fondos Estructurales U.E..

1. A 'Agenda da Criatividade'²²: antecedentes, emergência e expansão

O debate em torno do potencial económico e social das 'indústrias culturais e criativas' e da chamada 'economia criativa' emerge em meados da década de 1990. Embora inicialmente tenha expressão, sobretudo, no Reino Unido e Austrália, este debate rapidamente se estendeu a todo o Norte Global e, mais recentemente, à América Latina e a África (Flew, 2012), alterando alguns dos fundamentos das políticas públicas contemporâneas. Este novo discurso político e os instrumentos de política pública a ele associados refletem, em especial, um estreitar de relações entre cultura, economia e desenvolvimento urbano, que se vinha desenvolvendo desde finais dos anos 70 (Bianchini, 1993; Ferreira, 2010; Markusen & Gadwa, 2010). Historicamente, contribuiu significativamente para esta alteração o clima de crise socioeconómica vivido na Europa durante esse período. Esse clima despoletou a alteração e diversificação dos modelos de financiamento para as artes e a cultura, com um crescente envolvimento do setor privado, com e sem fins lucrativos, e a adoção de novos modelos de gestão de perfil mais empresarial. Além disso, veio a justificar a introdução de novos critérios para o investimento público nestas áreas, crescentemente orientados para os resultados e preocupados com a sua

²² Este artigo resulta, em parte, da investigação doutoramento de um dos autores do artigo, Pedro Quintela, que se encontra, neste contexto, a beneficiar de uma bolsa individual de doutoramento concedida pela FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, IP. (SFRH/BD/84115/2012) e financiada através do POPH - Programa Operacional Potencial Humano e do FSE - Fundo Social Europeu.

accountability (Henriques, 2002; Belfiore, 2002; O'Connor, 2007; Flew, 2012; Hesmondhalgh, 2013).

Neste contexto, afirma-se um novo entendimento acerca da relevância do investimento público em cultura, fundado na ideia de que as artes, a cultura e as indústrias culturais constituem elementos importantes para a revitalização de cidades e regiões deprimidas ou em declínio socioeconómico. Por um lado, contribuiriam para a dinamização económica e o reforço da atratividade e notoriedade dos territórios – aspetos especialmente importantes num contexto de globalização e forte competição interurbana (Bianchini, 1993; Mommas, 2004; Ferreira, 2010; Flew, 2012); por outro lado, ajudariam a reforçar a coesão social, fomentar o multiculturalismo e promover a cidadania (Belfiore, 2002). É precisamente neste quadro que se vai adensar, ao longo dos anos 1990 do século XX, uma nova retórica política em torno do valor económico das artes e da cultura.

Paralelamente, nas últimas décadas assistiu-se a uma profunda reconceptualização da noção de criatividade, que se tornou cada vez mais central nas sociedades ocidentais – num processo historicamente coincidente com o movimento de convergência entre as esferas das artes, cultura e economia (Lash & Urry, 1994).

Nos seus usos mais vinculados aos universos da política, da gestão, da economia e da atividade empresarial, a noção de criatividade tem-se vindo a afastar, progressivamente, quer de uma certa dimensão transcendental e da ideia de criação divina (Pope, 2005), quer do ideal romântico do 'génio' (Williams, 1983; Gaut, 2010; Banaji *et al.*, 2010), assumindo um carácter mais abrangente e difuso. O termo adquiriu novas conotações, associadas ao ideal de liberdade de escolha, individual e coletiva. Incorporou ainda uma dimensão quotidiana, enunciando uma espécie de competência técnica que todos podem aprender e desenvolver. Nesse processo, ganhou um carácter mais fluido e dinâmico, que se encontra estreitamente ligado às ideias de processo e evolução em termos culturais, históricos e sociais (Pope, 2005).

Em certo sentido, podemos argumentar que o discurso da 'agenda criativa' redefiniu a criatividade numa perspetiva mais económica e empresarial, de acordo com os valores e a ordem normativa que Bolstanki e Chiapello (1999) associam à 'cidade por projetos' e ao 'novo espírito de capitalismo'. Do ponto de vista económico e empresarial, a criatividade tem vindo a ser entendida como um tipo de ação que visa produzir 'ideias apropriadas' (Amabile, 1997), sendo valorizada na exata medida em que consiga responder, de uma forma eficiente, eficaz e inovadora, aos desafios, crises e instabilidades do capitalismo contemporâneo (Prichard, 2002). E, nesse sentido, a noção vai também designando, mais do que uma qualidade ou uma competência, um género de atividades tipificáveis – ideia

que as noções irmãs de ‘trabalho criativo’ e, sobretudo, ‘setor criativo’ vêm de algum modo fixar.

Este entendimento tem sido ainda acompanhado de uma gradual transformação dos modelos de gestão do trabalho no quadro da *Nova Economia*, com crescentes preocupações ao nível do desenvolvimento de ambientes organizacionais que estimulem a criatividade e a inovação. Deste modo, a noção de criatividade tornou-se, crescentemente, num sinónimo de “flexibilidade”, de “inovação” ou de “eficiência” (Pope, 2005), acabando por, nesse processo, perder clareza e objetividade em termos conceptuais (Negus & Pickering, 2000). A ‘Agenda Criativa’ emerge neste contexto complexo de mudança, desafiando a uma nova visão das políticas públicas, que seja capaz de articular estrategicamente as questões da cultura, da economia e do desenvolvimento urbano e territorial. Na Europa, as primeiras abordagens politicamente consistentes surgem no Reino Unido, com a ascensão ao poder do *New Labour* de Tony Blair. Na sequência da criação do *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS) é apresentada, em 1998, uma primeira definição de ‘indústrias criativas’, num exercício pioneiro de delimitação conceptual deste novo setor. Embora este documento inicial tenha suscitado diversas críticas e subseqüentes revisões, foi crucial ao afirmar o peso do setor criativo na economia britânica, tornando-a uma questão política prioritária (O’Connor, 2007; Flew, 2012; Hesmondhalgh, 2013; Hewison, 2014).

Na viragem para o novo milénio, assiste-se à rápida expansão desta nova agenda política a praticamente toda a Europa. Em 2000, foi aprovada a *Estratégia de Lisboa*, que pretendia “tornar a Europa na economia do conhecimento mais competitiva e dinâmica do mundo”. É neste contexto de grande pressão política e social para identificar novos modelos de desenvolvimento para o ‘velho continente’ que devemos interpretar a crescente atenção que a nova ‘Agenda Criativa’ despertou no seio da União Europeia (U.E.), encarada como um fator crítico de diferenciação no quadro das economias capitalistas contemporâneas. Emerge, assim, um novo discurso europeu em torno das indústrias culturais e criativas, que determina uma profunda mudança das políticas culturais da U.E., crescentemente centradas na dimensão económica associada à atividade artística e cultural (Minichbauer, 2011). Em 2006, é publicado o relatório *The Economy of Culture in Europe*, encomendado pela Comissão Europeia, em que se afirma claramente a importância económica e o potencial de desenvolvimento do setor cultural e criativo. Este documento é decisivo politicamente, tornando o apoio às indústrias culturais e criativas num dos elementos-chave da política europeia para a cultura e desenvolvimento regional²³.

²³ Nos últimos anos esta orientação estratégica tem sido sucessivamente reiterada e aprofundada, estando presente em diversos documentos político-programáticos, como o *Green Paper on Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries* (2010), a *European Agenda for Culture &*

Mas foi sobretudo ao nível nacional, regional e local que a ‘Agenda Criativa’ mais se propagou no espaço europeu, desempenhando as políticas europeias um papel importante também neste plano, nomeadamente através da disponibilização de fundos de apoio ao desenvolvimento regional orientados para esta área. Nos últimos quinze anos, são inúmeros os casos de países, cidades e regiões europeias que, de forma muitas vezes acrítica, adotaram a nova retórica da criatividade, apoiando-se num conjunto de metodologias de ‘mapeamento’ e ‘medição’, bem como em expedientes *tool-kits* de intervenção e desenvolvimento do setor cultural e criativo razoavelmente normalizados. Como observa Klaus Kunzmann (2004), este processo de propagação do “vírus da criatividade” contou com o precioso auxílio de inúmeros técnicos, académicos, políticos e agentes económicos que, ansiosos por encontrar fundamentos para o desenvolvimento socioeconómico territorial, acolheram e disseminaram entusiasticamente a nova retórica²⁴. A noção de ‘cidade criativa’, originalmente proposta por Bianchini e Landry (1995), tornou-se entretanto tremendamente popular, sobretudo graças a Richard Florida e ao seu livro *The Rise of the Creative Class*, publicado em 2002. Embora muito criticadas²⁵, as teses de Florida tiveram um inegável impacto, dentro e fora da academia, influenciando toda uma nova geração de políticas públicas locais (Peck, 2005; Hahn, 2010; Banks & O’Connor, 2017).

Na verdade, parece existir neste tipo de processos um efeito de *hype* que, de algum modo, conduz a que os mesmos modelos de política e intervenção pública circulem internacionalmente, sendo frequentemente assumidos de uma forma apressada e acrítica, não tomando suficientemente em consideração as motivações e os contextos específicos a que deveriam responder, com consequências e resultados que, inevitavelmente, acabam por ser bastante distintos, e por vezes contraditórios, com as expectativas inicialmente geradas (Mommars, 2004). De forma sugestiva, Andy Pratt (2009) designa este tipo de processos de “políticas Xerox”, alertando para a necessidade imperativa de uma clarificação dos objetos das políticas, bem como dos objetivos e dos contextos em que estas operam (De Beukelaer & O’Connor, 2017).

Work Plan for Culture 2011-2014 (2012) e, mais recentemente, o *Programa Europa Criativa 2014-2020*.

²⁴ A este respeito, cf. igualmente Prince, 2010; O’Connor, 2015; Long & Harding, 2015.

²⁵ As principais críticas apontadas a Florida podem agrupar-se em duas dimensões fundamentais: o carácter ambíguo, impreciso e, de certo modo, mistificado da noção de ‘classe criativa’ (Markusen, 2006; Wilson & Keil, 2008; Comunian, 2009; Comunian *et al.*, 2010; Faggian *et al.*, 2013); e o excessivo carácter neoliberal e ‘formulaico’ do seu modelo de ‘cidade criativa’, que ignora e menospreza os efeitos negativos associados a muitas das estratégias de *place branding* (Peck, 2005; Pratt, 2008; Hahn, 2010; Kagan & Hahn, 2011). No seu mais recente livro, o próprio Richard Florida (2017) revê algumas das suas posições iniciais, reconhecendo a validade de uma parte das críticas.

2. Políticas culturais em Portugal: um enquadramento

Em Portugal, o debate em torno da 'Agenda Criativa' ganha impacto sobretudo a partir de meados dos anos 2000, nomeadamente através de um conjunto de novas orientações das políticas públicas de âmbito nacional e local (Silva *et al.*, 2013, 2015). Trata-se, portanto, de uma mudança recente, que deve ser enquadrada num processo de desenvolvimento de políticas culturais que, também ele, relativamente recente. Foi somente no contexto democrático pós-1974 que em Portugal se iniciou um trajeto de gradual convergência com as tendências das políticas culturais que se vinham desenhando no resto da Europa ocidental há já algum tempo. Atualmente, podemos dizer, como Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (2001: 416), que o país se encontra em pleno "ciclo de modernização do país e das cidades pela cultura". Simbolicamente, este ciclo inicia-se com a criação do Ministério da Cultura, em 1995, tendo-se procurado desde então, e em ritmo acelerado, aproximar o país dos padrões económicos, educativos e culturais dos restantes estados-membros da U.E. Nas últimas duas décadas, as artes e a cultura afirmaram-se como um domínio privilegiado de intervenção pública, estando hoje relativamente consensualizados um conjunto de grandes objetivos e instrumentos de política cultural, que incluem a preservação e valorização do património; o apoio à criação e produção artística e à difusão e internacionalização da cultura portuguesa; o reforço do acesso à cultura através da 'democratização' e descentralização cultural; a qualificação dos criadores e profissionais das artes e cultura (Silva, 2004: 16). Este consenso político alargado em torno da cultura refletiu-se ainda num incremento do investimento público, especialmente ao nível dos municípios que, desde meados dos anos 1990, adquiriram um crescente protagonismo enquanto agentes indutores e promotores de cultura (Santos, 1998; Neves, 2000; Silva, 2007; Silva *et al.*, 2013, 2015; Garcia, 2014).

Por outro lado, nas últimas três décadas ganhou relevância em Portugal uma visão da cultura enquanto 'alavanca' de desenvolvimento territorial e socioeconómico, assumindo as cidades um papel decisivo a este nível. Desde meados dos anos 1980 que o património foi encarado enquanto um recurso valioso, não só em termos culturais, mas também económicos, com um número crescente de cidades portuguesas a delinearem estratégias de "patrimonialização" e de "turisficação" dos seus centros históricos (Henriques, 1996; Fortuna, 1997; Peixoto, 2003, 2006). Simultaneamente, vão-se multiplicando, sobretudo a partir da década de 1990, programas e linhas de apoio público à intervenção urbana (reabilitação urbana, modernização do tecido comercial nos centros das cidades, requalificação de frentes de rio e mar) que contribuiriam decisivamente para renovar as práticas de planeamento e gestão urbanas, através de uma ampla difusão dos novos paradigmas da competitividade e do *marketing* urbano e territorial (Ferreira, C., 2005, 2010; Ferreira, V. M., 2004; Peixoto, 2000). Frequentemente, as atividades artísticas e culturais desempenham um papel decisivo nestes processos. Surgem

ainda as primeiras iniciativas de apoio à estruturação e desenvolvimento de ‘bairros culturais’, com destaque para o caso emblemático e pioneiro da zona do Bairro Alto - Chiado, em Lisboa (Costa, 2000, 2007a). Finalmente, dá-se um notório aumento do número de eventos e iniciativas lúdicas e culturais, algumas delas marcadas por uma forte mediatização e visando projetar externamente uma imagem renovada do país e das suas cidades – como é o caso das Capitais Europeias da Cultura (Ferreira, 2005, 2010). É neste contexto de alinhamento do país com os padrões económicos, educativos e culturais da U.E. que, na nossa perspetiva, devemos interpretar a emergência e afirmação em Portugal de uma nova linguagem e uma nova retórica política e técnica associadas à ‘criatividade’ – cidades criativas, territórios criativos, indústrias criativas, economia criativa, setor criativo. Nos últimos anos, esta retórica adquiriu não só uma crescente visibilidade na esfera técnico-científica, como tem vindo a assumir centralidade na agenda das políticas de desenvolvimento urbano, económico e sociocultural.

3. Emergência e disseminação da ‘Agenda Criativa’ em Portugal

O debate em torno das indústrias criativas e do seu potencial de desenvolvimento económico surge em Portugal em meados da década de 2000, num momento em que, como vimos, o tema ganha relevo político ao nível da U.E. e dos seus estados-membros. Para lá do forte impacto das ideias de Florida (2002), de Landry (2000) e de alguns outros peritos internacionais, foi também crucial a publicação de uma série de relatórios que coincidiam em diagnosticar o elevado ‘potencial criativo’ existente na Europa, reforçando a relevância do desenvolvimento de uma agenda política europeia orientada para o fomento do chamado Setor Cultural e Criativo (SCC) (Cliché *et al.*, 2002; Florida & Tinagli, 2004; KEA European Affairs, 2006). Este ambiente de intenso debate e reflexão em torno desta problemática acabou por ser determinante em Portugal, influenciando a preparação do programa de aplicação de fundos estruturais europeus de 2007-2013 – o Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN) –, que foi decisivo na concretização da nova ‘Agenda da Criatividade’.

É durante a fase de preparação do QREN, no período 2005-06, que surgem as primeiras reflexões técnico-políticas sobre indústrias criativas. O primeiro relatório que se debruça sobre a temática é o *Documento de Trabalho, n.º 8*, elaborado no âmbito do *Plano Tecnológico*, que apresenta uma visão fortemente ancorada nas perspetivas teóricas de Florida e na experiência inglesa, recomendando firmemente uma aposta estratégica nacional no fomento das indústrias criativas e na promoção das cidades criativas (Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, 2005).

Noutros dois relatórios, orientados mais especificamente para o domínio da cultura, também encontramos referências explícitas ao carácter estratégico das indústrias culturais e criativas. *Contribuições para a formulação de políticas públicas*

no horizonte 2013 relativas ao tema *Cultura, Identidades e Património* (Santos, 2005) identifica as indústrias culturais e criativas como um dos vetores estratégicos para o reforço da competitividade da cultura, estabelecendo um conjunto de metas ambiciosas em termos de crescimento do emprego no setor e de contributo para o PIB nacional (Santos, 2005: 137). O *Plano de Intervenção Estrutural do Sector Cultural no Horizonte 2007-2013* (Costa & Babo, 2006) dedica igualmente grande atenção às indústrias culturais e criativas, identificando um conjunto de territórios e de atividades emergentes em Portugal (“bairros” e “quarteirões culturais”) e propondo orientações de política pública tendentes à “criação de um ambiente propício à emergência de novas atividades culturais e de um tecido industrial mais denso no sector criativo” (Costa & Babo, 2006: 51). Finalmente, e numa perspetiva marcadamente regional, o relatório *Norte 2015 – Competitividade e Inovação. Uma Visão Estratégica* (CCDRN, 2006), identifica a oportunidade de desenvolver, durante o período de aplicação dos fundos estruturais, um *cluster* de indústrias criativas no Norte de Portugal (Costa & Babo, 2006: 59).

Embora com perspetivas e níveis de aprofundamento distintos, estes quatro documentos confirmam o interesse e a relevância que o tema da “criatividade” começava a despertar em Portugal, num período particularmente propício ao reequacionamento das grandes linhas de orientação estratégica em matéria de políticas públicas. São documentos elaborados e/ou informados pelos pareceres de especialistas (académicos e consultores) independentes dos organismos que os publicam (Guerra, 2013). Possivelmente por isso, a sua leitura torna clara a nítida influência de literatura técnico-científica especializada de diferentes domínios disciplinares – nuns casos a sociologia e a economia da cultura, noutros o planeamento estratégico e os estudos de desenvolvimento regional e urbano –, que auxilia decisivamente os autores na fundamentação teórico-conceitual sobre a relevância e atualidade do tema. Simultaneamente, estes documentos denotam uma abordagem pouco enraizada em experiências já concretizadas no terreno. Muitas das propostas e orientações formuladas têm um carácter relativamente genérico, sendo por vezes complementadas pela apresentação de experiências internacionais tomadas como modelos de ‘boas-práticas’. Trata-se de um quadro que encontra, de resto, vários paralelos com outros contextos internacionais, nos quais também consultores, académicos e outros peritos em cultura e indústrias culturais e criativas têm desempenhado um papel-chave enquanto ‘intermediários culturais’, contribuindo decisivamente para a disseminação destes novos modelos de intervenção cultural e de desenvolvimento urbano e regional baseadas na criatividade (Prince, 2010; O’Connor, 2015; Long & Harding, 2015). Além de divulgarem um determinado tipo de discurso sobre uma nova geração de políticas culturais baseadas na ‘criatividade’, estes ‘intermediários culturais’ assumem um papel crucial na vulgarização de metodologias que, na prática, se tornam no modo

convencional e mais ou menos padronizado de conceber e executar a intervenção pública nestes domínios.

Enquanto documentos de referência que apoiam a definição de diretrizes para a gestão do QREN 2007-2013, estes relatórios evidenciam claramente uma mudança de foco estratégico em matéria de políticas públicas, num momento em que a temática da criatividade adquiria uma grande centralidade política em diversos *fora* internacionais. Efetivamente subjaz a todos estes relatórios uma ideia de “atualização” ou mesmo de ‘modernização’ das políticas públicas em Portugal, através de uma aposta estratégica nas ‘indústrias criativas’ e nas ‘cidades criativas’.

4. A implementação da ‘Agenda Criativa’ em Portugal

Em termos programáticos, a afirmação clara de uma orientação de política nacional para a promoção das indústrias criativas dá-se apenas em 2009, com a sua inscrição no *Programa do XVIII Governo Português*, liderado pelo socialista José Sócrates. Essa orientação seria renovada pelo executivo seguinte, que, apesar de ter uma orientação política diferente, sob liderança do social-democrata Pedro Passos Coelho, também reconhece, no seu programa de governo, “o valor económico do sector criativo e cultural”, entendendo-o como um domínio “transversal a várias áreas da governação, (...) fundamental para aumentar a autossustentabilidade do sector cultural, assegurar a difusão e defesa dos Direitos de Autor e gerar emprego qualificado, concorrendo ainda para a revitalização urbana.” (Governo de Portugal, 2011: 129). Também o mais recente governo socialista, empossado em 2015 e liderado por António Costa, declarou o compromisso de “promover um plano para as indústrias culturais e criativas que integre os diversos setores envolvidos, para a consolidação de uma estratégia clara de formação, acesso a financiamento, internacionalização e proteção da propriedade intelectual adequada ao potencial económico da criatividade” (Governo de Portugal, 2015: 203).

O reconhecimento público da importância estratégica das indústrias criativas em Portugal evidencia um amplo consenso político em seu torno. A inscrição desta questão na agenda política nacional reforça simbolicamente várias medidas e iniciativas ligadas ao desenvolvimento da ‘economia criativa’ que já estavam em curso desde o início do QREN 2007-2013.

Em 2010, é publicado o estudo *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, encomendado pelo Ministério da Cultura, que, ainda hoje, constitui o principal referencial estratégico nacional para o desenvolvimento das indústrias criativas (Mateus, 2010). Este estudo procura demonstrar o forte dinamismo económico do SCC em Portugal, evidenciando a sua capacidade de criação de emprego e de reforço da competitividade nacional, nomeadamente através da qualificação das cidades. Assumindo uma perspetiva essencialmente macroeconómica, o relatório

apresenta dados muito auspiciosos sobre o valor económico do SCC nacional, apontando-o como responsável, em 2006, por 2,6% do emprego e por 2,8% da riqueza criada no país. Apresenta ainda um leque variado de recomendações e sugestões que visam o desenvolvimento do SCC, reforçando a sua competitividade a diferentes níveis.

Apesar do ímpeto inicial decorrente da divulgação deste estudo, e de todo o eco mediático a ele associado, a verdade é que a iniciativa se revelou muito pouco consequente em termos de uma efetiva concretização da visão e das orientações estratégicas para o desenvolvimento das indústrias criativas em Portugal, nomeadamente do ponto de vista de medidas de política cultural especificamente orientados para esta área de atuação. Com efeito, o investimento público do Estado central em cultura, que sofreu profundas reduções nos últimos anos, continua a restringir-se, no essencial, às áreas de investimento tradicional: património, museus e apoio às artes (André & Vale, 2014; Vitorino, 2014; Garcia, 2014)²⁶. Por outro lado, as prioridades de investimento público refletem-se ainda no modo como está estruturada a orgânica do Ministério da Cultura. Apesar da centralidade programática atribuída à ‘agenda criativa’, não foi nunca criada qualquer estrutura especificamente vocacionada para lidar com a questão específica das indústrias culturais e criativas. De igual modo, e apesar da reiterada ambição de alcançar uma maior transversalização das políticas públicas, nomeadamente articulando as questões da cultura e economia, constata-se que, na prática, a sua concretização tem sido bastante débil, sendo raros e, em geral, inconsequentes, os exercícios consistentes de diálogo intersectorial. Pode-se, assim, concluir que o défice de especialização e de foco estratégico, bem como a reduzida capacidade de investimento público nesta área, não têm contribuído para consolidar as orientações programáticas definidas, acabando por, de algum modo, esvaziar o discurso da tutela estatal sobre a prioridade a dar às indústrias culturais e criativas.

Mas se a ‘Agenda Criativa’ tem sido assumida pelo Estado central de forma relativamente tímida e pouco estruturada, já ao nível local e regional verifica-se uma situação diversa, que está patente nas diversas iniciativas de reflexão e intervenção pública relacionadas com o desenvolvimento do SCC em Portugal. Esta é uma tendência identificada pela literatura internacional, sendo recorrentemente apontado o papel de liderança que as cidades e as regiões têm assumido neste tipo de processos. Também em Portugal vários municípios adotaram o *label* de ‘cidades criativas’, frequentemente associando-o a estratégias de *marketing* urbano que

²⁶ Apesar de algumas iniciativas do Ministério/Secretaria de Estado da Cultura que, pontualmente, apoia projetos, empresas ou profissionais ligados às indústrias criativas. Tem-no feito, nomeadamente, através da Direção Geral das Artes que, marginal e pontualmente, apoia projetos em áreas como o design, arquitetura e urbanismo ou a gestão, indústrias criativas e *marketing*, tanto através do programa de estágios profissionais internacionais *INOV-Art*, entretanto interrompido, como da atribuição de apoios às artes e à internacionalização.

buscam a diferenciação e o reforço da capacidade de competição com outros territórios num contexto de globalização (Babo, 2012). Mas, simultaneamente, esta nova retórica em torno da ‘cidade criativa’ apoiou e legitimou um apelo generalizado para a captação de ‘empresas criativas’ e de ‘negócios criativos’, acompanhado pela realização de uma série de investimentos e programas de intervenção urbana que efetivamente moldaram e materializaram uma ‘Agenda Criativa’ em Portugal.

O protagonismo das cidades e regiões decorre ainda do modo como estão estruturados os fundos europeus de apoio ao desenvolvimento regional e local. Não existindo um programa específico para a área da cultura, durante o QREN 2007-2013 os apoios ao desenvolvimento do SCC acabaram por distribuir-se pelos eixos temáticos dos Programas Operacionais (P.O.) Regionais e Específicos ligados quer à economia, à competitividade e inovação e à valorização dos recursos locais, quer, sobretudo, à política de cidades e à valorização e desenvolvimento urbano (Ferreira *et al.*, 2016). É justamente neste sentido que os autores do estudo *Fundos Estruturais e Cultura no período 2000-2020* concluem que “...a grande maioria dos projetos (82,6%) de âmbito cultural não se integra nas tipologias específicas do sector cultural – ‘Rede de Equipamentos Culturais’, ‘Valorização e Animação do Património Cultural’. A ‘Política de Cidades/ Regeneração Urbana’ é a tipologia de operações onde se enquadra a maior parcela de projetos e de investimento, respetivamente 13,3% e 13,8%.” (André & Vale, 2014: 89). Como notam Ferreira *et al.* (2016), a filosofia programática e o desenho operacional do QREN 2007-2013, ao mesmo tempo que criaram novas oportunidades, ambivalentes, de financiamento para as atividades culturais, permitindo a sua entrada em eixos programáticos não especificamente culturais, concorreu decisivamente para a diluição da autonomia da cultura, reconcebida na categoria mais ampla de SCC e, como tal, submetida ao desígnio político de atuar como instrumento ao serviço da valorização e desenvolvimento económico dos territórios e das cidades.

Neste contexto, as regiões Norte e Lisboa e Vale do Tejo destacaram-se claramente, uma vez que, em ambos os casos, o desenvolvimento do SCC foi identificado como prioridade para a estratégia de desenvolvimento regional. Na senda do documento estratégico Norte 2015, a região Norte promoveu em 2007 a realização do *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um ‘cluster’ de Indústrias Criativas na Região Norte* (Fundação de Serralves, 2008). Este trabalho, pioneiro no contexto português, envolveu a participação direta de empresas de consultoria internacionais com forte notoriedade (como a Tom Fleming Creative Consultancy e a Comedia de Charles Landry), conjuntamente com empresas de consultoria nacionais, e mobilizou um leque diversificado de instituições, públicas e privadas, de âmbito regional. Vários municípios do Norte procuraram beneficiar dos apoios criados pelo P.O. Regional, que foi, de resto, aquele que mais investiu em

cultura, com 30% dos projetos e 28% do investimento na área da cultura, e aquele que, a par do P.O. Regional do Algarve, maior relevância atribuiu a projetos relacionados com o fomento das indústrias criativas (André & Vale, 2014: 89). Em outubro de 2008, foi criada a ADDICT - Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas, com o objetivo de contribuir para a disseminação de conhecimento e informação, bem como promover o setor, nomeadamente através da realização de eventos promocionais e fomento do *networking* entre empresas e profissionais, nacionais e internacionais (Guerra, 2013).

Na região de Lisboa e Vale do Tejo foram igualmente promovidos estudos de mapeamento do SCC e delineadas estratégias para o desenvolvimento das indústrias criativas, pensadas à escala urbana, metropolitana e regional (Carvalho & Corvelo, 2013; Costa 2009, 2017; André & Vale, 2012), abrangendo não só a capital do país, mas também cidades próximas, como Cascais (Costa, 2007b) e Óbidos (INTELI, 2011). Como seria exetável, todos estes diferentes estudos confirmam a existência de um enorme potencial para o desenvolvimento do SCC nos territórios em análise e, em geral, demonstram uma grande confiança e entusiasmo na sua capacidade para competir internacionalmente. Através da produção de um conjunto de evidências técnico-científicas, estes diversos relatórios foram ainda decisivos para sustentar politicamente o apoio público a variados projetos e iniciativas na região de Lisboa e Vale do Tejo.

No resto do país, longe da influência direta das duas principais cidades, Lisboa e Porto, a produção de evidências e de estudos de consultoria técnico-científica especializada para legitimar a tomada de decisão pública foi escassa. Verificou-se, contudo, que um pouco por todo o país as autoridades e os *stakeholders* locais beneficiaram da rápida difusão desta nova retórica política em torno da 'agenda criativa', assumindo-a como uma inspiração para o lançamento de um conjunto amplo e heterogéneo de iniciativas e programas de desenvolvimento e regeneração urbanos, preferencialmente orientados para a promoção da atratividade turística dos territórios: requalificação turisticante de centros históricos e lugares monumentais, apoio ao desenvolvimento de pequenas iniciativas de empreendedorismo baseado em ativos patrimoniais e à criação e/ou ao financiamento de 'incubadoras' de negócios e empresas culturais e criativas, investimento em infraestruturas, festivais e eventos culturais (Ferreira & Gomes, 2011).

Efetivamente, o discurso e os ideais da 'Agenda Criativa' espalharam-se amplamente e rapidamente em Portugal. Desde 2007, assistiu-se a um *boom* de conferências, seminários e iniciativas em torno de temas relacionados com as 'cidades criativas', o 'setor cultural e criativo', a 'economia criativa' ou o 'empreendedorismo criativo' – alguns dos quais motivaram a presença em Portugal de alguns dos mais reputados consultores internacionais, como Richard Florida ou

Charles Landry. Fátima São Simão nota que esta multiplicação de eventos em torno da 'agenda criativa', geralmente de cariz bastante tecnocrático, despoletou um efeito de saturação e um progressivo questionamento desta nova retórica política, que culminou num crescente afastamento de muitos profissionais ligados às artes e à cultura: "Buzz, buzz, buzz. Todos são designados de "criativos". Tudo o que tu precisas é de buzz! (...) Este "ruído criativo" poderia muito bem explicar porque é que não existe um sentido de "setor" entre os profissionais criativos." (Simão, 2013: 7). Em resultado deste vasto e diversificado conjunto de estudos e ações de difusão da 'Agenda Criativa', bem como das oportunidades de acesso a financiamento que foram sendo disponibilizadas pelo QREN 2007-2013, assistiu-se a uma proliferação de equipamentos, projetos, eventos e outras iniciativas que, de forma mais ou menos declarada, pretendiam estimular o desenvolvimento do tecido cultural e criativo local. De entre os vários projetos apoiados por fundos públicos, destaca-se a novidade que constituiu a criação de novos espaços de trabalho orientados para as indústrias culturais e criativas, como as "incubadoras", as *start-ups*, os *fab lab*, e os espaços de *coworking*. À semelhança de muitas outras cidades europeias e norte-americanas (De Peuter *et al.*, 2017; Tom Fleming Creative Consultancy, 2015; Gandini, 2015; Merkel, 2015; Spinuzzi, 2012), também nos últimos anos surgiram em Portugal vários espaços deste tipo, frequentemente criados e geridos por entidades públicas²⁷. De um modo geral, a filosofia destes projetos assenta no estabelecimento de redes de parceria alargadas, frequentemente envolvendo centros tecnológicos, instituições de ensino superior e indústrias locais (por exemplo, têxtil ou mobiliário), procurando assim atrair e 'incubar' talento e criatividade.

Este *boom* de projetos e de iniciativas públicas deve ser interpretado à luz do contexto de crise e austeridade que se começou a sentir em Portugal, de uma forma particularmente aguda, a partir de 2010-2011. A área da cultura foi especialmente afetada por sucessivos cortes orçamentais introduzidos durante este período na administração pública, sobretudo a nível central, mas também nas autarquias locais (Garcia, 2014). Neste contexto, a extinção do Ministério da Cultura, em 2011, marca simbolicamente um momento de rutura com o investimento público feito neste setor desde meados da década de 1990²⁸.

Paradoxalmente, ao mesmo tempo que se assistia a um sério desinvestimento público no apoio às artes e à cultura – atividades reconhecidas como cruciais para o

²⁷ São exemplos a *Rede de Incubadoras de Lisboa*, dinamizada pela Câmara Municipal de Lisboa, em conjunto com uma rede de instituições públicas e privadas; o *PINC – Pólo de Indústrias Criativas da UPTEC*, ligada à Universidade do Porto; a *Fábrica da Oliva*, gerida pela Câmara Municipal de São João da Madeira; a *Fábrica de Santo Thyrsó*, "quarteirão cultural" dirigido pela Câmara Municipal de Santo Tirso.

²⁸ Criado em 1995, o Ministério da Cultura acabaria por ser extinto entre 2011 e 2015, tendo retornado à condição de Secretaria de Estado da Cultura. Em 2015, o novo governo socialista repôs o Ministério da Cultura.

desenvolvimento de um “ecossistema criativo” –, verificava-se a criação de várias novas infraestruturas ligadas à incubação de atividades criativas, sendo frequente estes projetos incluírem nos seus programas a construção de novos auditórios, galerias, museus e estúdios, numa duplicação de recursos questionável sob diferentes pontos de vista (Simão, 2013: 8). A ascensão da ‘Agenda Criativa’ em Portugal parece constituir, assim, uma espécie de reverso da medalha dos severos cortes orçamentais a que o setor cultural e artístico tem estado sujeito nos últimos anos, permitindo justificar politicamente o investimento público em infraestruturas, eventos e outro tipo de atividades ‘criativas’ em função da sua alegada capacidade para estimular e reforçar o desenvolvimento e a competitividade económica das cidades e das regiões.

5. Reflexões finais: desafios e dilemas da ‘Agenda Criativa’ em Portugal

Tendo decorrido menos de uma década desde a implementação das primeiras iniciativas e projetos públicos especificamente orientados para a promoção e desenvolvimento de um setor criativo em Portugal – e sendo este um período marcado por uma forte incerteza e instabilidade do ponto de vista político, económico e social –, é certamente arriscado avançar com um balanço assertivo dos resultados alcançados. Importa notar que estes são processos lentos e complexos, dos quais não se podem nem devem esperar resultados imediatos. Ainda assim, arriscamo-nos a identificar alguns desafios e dilemas que se parecem hoje colocar à prossecução da ‘agenda criativa’ em Portugal, que sintetizamos em quatro pontos-chave.

1. A emergência em Portugal do debate em torno do potencial económico das indústrias criativas insere-se, como procurámos demonstrar, num contexto caracterizado por uma certa euforia internacional em torno desta temática que, inevitavelmente, acabou por também contagiar o país com o “vírus da criatividade” (Kunzmann, 2004). Contudo, podemos hoje questionar o grau de amadurecimento da reflexão que fundamentou as opções de política pública. A adoção apressada, e com frequência acrítica, de modelos conceptuais de definição do setor criativo e de estratégias de ação a seguir, importados de outros contextos (nomeadamente do Reino Unido), tem-se revelado um aspeto problemático, não só em Portugal, como em vários outros países (Pratt, 2009; De Beukelaer & O’Connor, 2016).

Em Portugal, a influência da literatura técnico-científica internacional assumiu, desde o início, grande relevância no processo de emergência e afirmação da ‘agenda criativa’. Por exemplo, o *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um “cluster” de Indústrias Criativas na Região Norte* (Serralves, 2008) adotou, de forma pouco justificada, o modelo britânico do DCMS (1998), opção que veio igualmente a repercutir-se no modo como foi desenhado o plano de ação para implementar esta estratégia regional, que assentou na realização de eventos de

networking e na criação de espaços de incubação de “negócios criativos”, frequentemente pouco suportados por uma avaliação prévia das suas condições de sustentabilidade económica a médio/longo prazo. Também noutros pontos do país se assistiu a uma proliferação de estudos, iniciativas e eventos, num processo de mimetização de modelos e paradigmas genéricos e globalizados de ‘cidades criativas’, sem grandes preocupações de adequação aos contextos concretos de intervenção (Ferreira, 2010, 2012).

A importação acrítica de instrumentos de política pública difundidos internacionalmente como boas práticas a replicar, independentemente dos contextos em questão, remete-nos para a hegemonia de um certo modelo de indústrias culturais e criativas no contexto europeu, que evidencia um excessivo enfoque nas experiências do Norte da Europa e na importância do que Luciana Lazzeretti (2013) designa de ‘*technology-driven*’ way. Investigação recentemente realizada em países do Centro e Sul da Europa tem revelado que outros tipos de abordagens parecem ser mais apropriados a estes contextos – nomeadamente abordagens mais ‘*heritage-driven*’ way. É, por isso, necessário que em cada contexto se reflita, avalie e identifique cuidadosamente as especificidades locais, relacionando-as com a história, os recursos e as dinâmicas situadas, como sugere Lazzeretti (2013).

Num outro sentido, e também apelando a estratégias de intervenção mais enraizadas localmente, Nancy Duxbury (2007; Duxbury *et al.*, 2012) e Julia Hahn (2010; Kagan & Hahn, 2011) defendem uma visão alternativa de ‘cidade criativa’, que seja capaz valorizar, estimular e promover a atividade cultural e a participação das comunidades locais, adotando, assim, uma visão mais multidimensional do conceito. Seguramente existe um amplo trabalho a realizar em Portugal para reforçar a capacidade de reflexão crítica, partindo dos contextos e das realidades locais e repensando a ‘agenda criativa’ de uma forma menos normalizada e mais aberta a outros padrões de desenvolvimento.

2. Estão igualmente por avaliar os resultados do investimento público feito, ao longo dos últimos anos, na promoção e fomento das indústrias criativas em Portugal. Recorrendo à expressão de Fátima São Simão (2013), será que depois de tanto *buzz* em torno das indústrias criativas foi possível gerar suficiente *bizz* que justifique o avultado investimento público feito em estudos, eventos e infraestruturas? Qual foi o seu contributo em termos de geração de emprego e da geração de negócios? Um dos desafios mais prementes é a análise crítica dos investimentos públicos realizados nos últimos anos, avaliando os seus resultados e impactos – o que tem estado estranhamente ausente das preocupações de decisores e promotores. Trata-se de uma questão particularmente crítica no que concerne aos investimentos de natureza infraestrutural, na medida em que a gestão destes equipamentos é exigente num horizonte de médio/longo prazo. Por isso

mesmo, é de admitir que, nalguns casos, possa ser necessário equacionar novos sentidos para alguns dos novos espaços, encontrando novos tomadores para esses projetos e/ou reorganizando os recursos humanos existentes nos organismos públicos responsáveis, de forma a dotá-los das competências e dos recursos necessários para responderem aos desafios da atividade económica 'criativa', para os quais muitas estruturas técnicas municipais não estavam, nem estão ainda, preparadas.

Por outro lado, os novos equipamentos e infraestruturas devem ambicionar uma maior articulação com os agentes e infraestruturas culturais e artísticas já existentes nos territórios – até porque, nalguns casos, estas novas infraestruturas vieram *de facto* duplicar espaços culturais já existentes. A reconstrução das relações de cooperação entre artistas, agentes culturais e profissionais e empreendedores ligados às indústrias criativas é, neste plano, premente, de modo a ultrapassar o fosso de desinteresse e desconfiança de muitos agentes culturais e criativos relativamente à 'Agenda Criativa', conforme assinala Simão (2013).

3. Embora as qualificações dos artistas e profissionais da cultura em Portugal tenham sofrido um notório incremento nos últimos anos (Gomes & Martinho, 2009), importa reconhecer que ainda persistem fragilidades e desafios ao nível do ensino e formação, incluindo os que remetem para as competências de gestão e negócios. Exige-se aqui uma articulação mais extensa, regular e profícua entre as tutelas estatais da cultura, do ensino e formação e do emprego (Fortuna, 2014) – elementos decisivos para o sucesso de qualquer estratégia de fomento do "empreendedorismo criativo".

Por outro lado, é fundamental ultrapassar a orientação rígida e normativa, baseada em modelos ideal-típicos de empreendedorismo, que tem prevalecido, introduzindo nas agendas políticas e técnicas uma maior complexidade na abordagem do empreendedorismo em áreas culturais e criativas. O SCC incorpora uma grande pluralidade e diversidade de modelos e situações profissionais – dos *freelancers*, aos pequenos, médias e grandes empresários, passando por um conjunto de novas formas organização dos trabalhadores que, num contexto de crise e desemprego, cada vez mais incluem o regresso aos "velhos" modelos cooperativos e às "empresas sociais" (Oakley, 2013; Campbell, 2015; McRobbie, 2016; McRobbie *et al.*, 2016; Sandoval, 2016). Acompanhando as tendências internacionais, também em Portugal têm vindo a emergir experiências que apontam alternativas ao modelo de "empreendedorismo criativo" vigente, embora evidenciem igualmente debilidades e dificuldades (Quintela, 2016; Quintela & Borges, 2015). É, portanto, crucial distanciar a análise e interpretação sociológica das formas de organização do trabalho dentro do SCC das visões estereotipadas, normativas e programáticas prevalecentes sobre a 'agenda criativa'. Esta constitui, na verdade, uma condição essencial para uma melhor e mais empiricamente

sustentada compreensão do modo como os agentes culturais e criativos constroem hoje os seus trajetos profissionais, num setor marcado por níveis elevados de incerteza e de precariedade (Martinho, 2008; Gomes & Martinho, 2009; Quintela, 2017).

4. Um último aspeto prende-se com a ambiguidade e o cariz vincadamente instrumental do discurso que encontramos nalguns dos mais recentes documentos de estratégia e orientação política para o SCC em Portugal. O contexto de crise e a necessidade de encontrar rapidamente respostas e saídas para a economia nacional parecem estar a contribuir para uma clara expansão dos limites do SCC, que tende a abranger cada vez mais setores da economia.²⁹

Há já alguns anos que autores como Kate Oakley (2009), Andy Pratt & Paul Jeffcutt (2009) alertam para riscos associados a esta noção alargada de ‘economia criativa’ que, gradualmente, tem vindo a substituir a de ‘indústrias criativas’. À medida que a noção de criatividade se torna mais abrangente, associando confusamente artes, cultura e indústrias criativas, a discussão tende a descentrar-se da relevância económica das artes e da cultura, passando a interessar-se por aspetos mais genericamente relacionados com as políticas públicas para a competitividade e a inovação económica. É justamente neste processo, em que a ideia de criatividade é redefinida segundo as conceções da gestão empresarial – tornando-se, na prática, num sinónimo de inovação –, que as artes e a cultura perdem inevitavelmente relevância política.

O risco desta retórica em torno da ‘economia criativa’ é o de poder vir a conduzir a um afunilamento crescente das políticas públicas de apoio às artes e à cultura, uma vez que apenas assumem relevância as atividades culturais e criativas que contribuam, de forma direta, para a geração de riqueza económica, seja através de receitas próprias, seja através de *inputs* relevantes para outros setores. Embora não questionando, em absoluto, a legitimidade de uma abordagem económica e instrumental da cultura, é “essencial distinguir aquilo que é efetivamente distinto (...): por um lado, a salvaguarda do valor não instrumental e não económico da cultura, que é também fundamental; por outro, a melhor compreensão e o equacionamento mais equilibrado e eficaz das condições em que as competências, os recursos e as atividades artísticas podem contribuir para os projetos de revitalização económica, cultural, social e simbólica das comunidades e dos territórios urbanos.” (Ferreira, 2012: 57).

²⁹ Esta ideia está muito claramente apontada, por exemplo, num estudo recentemente publicado, intitulado *A Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa*, em que se defende que “todas as indústrias serão culturais e criativas ou simplesmente não persistirão” (Mateus, 2013: 11).

Num quadro em que, como vimos, o investimento público em cultura tem vindo a sofrer sucessivos cortes, em Portugal como na Europa, revela-se fundamental reafirmar politicamente a importância da cultura, equacionando, neste contexto, outro tipo de fundamentos que possam fomentar o debate e a discussão para uma redefinição da 'agenda criativa', tendo por base padrões de desenvolvimento que não sejam nem estritamente económicos, nem baseados em argumentos instrumentais. A participação dos cientistas sociais neste debate é essencial, na medida em que poderão contribuir para um questionamento crítico de algumas das bases de fundamentação (predominantemente macroeconómicas) que têm norteado o debate contemporâneo em torno desta 'agenda'.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- André, Isabel & Vale, Mário (2012). *Criatividade Urbana na Região de Lisboa – Relatório Final*. Lisboa: CCDRLVT/IGOT-IUL/CEG.
- André, Isabel & Vale, Mário (coords.) (2014). *Fundos estruturais e cultura no período 2000-2020*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Amabile, Teresa M. (1997). Motivating Creativity in Organizations: On Doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), pp. 39-58.
- Babo, Elisa Pérez (2012). "Cidades criativas": branding ou estratégias políticas? Que desafios para as políticas urbanas no contexto do Eixo Atlântico. In António Manuel Figueiredo, Jose Manuel Peña Penabad & Enrique José Varela Álvarez (coords.), *Retos de la acción de gobierno para las ciudades del siglo XXI/Desafios da governação das cidades do século XXI*. (pp. 135-180). Porto/Vigo: Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular.
- Banaji, Shakuntala, Burn, Andrew & Buckingham, David (2010). *The rhetorics of creativity: a literature review*. Londres: Creativity, Culture & Education.
- Banks, Mark & O'Connor, Justin (2017). Inside the whale (and how to get out of there): Moving on from two decades of creative industries research. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), pp. 637-654.
- Belfiore, Eleonora (2002). Art as a means of alleviating social exclusion: does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact in the UK. *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), pp. 91-106.
- Bianchini, Franco (1993). Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies. In Franco Bianchini & Michael Parkinson (eds.), *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience* (pp. 1-20). Manchester/ Nova Iorque: Manchester University Press.
- Bianchini, Franco & Landry, Charles (1995). *The Creative City*. London: Demos.
- Boltanski, Luc & Chiapello, Ève (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.
- Campbell, Miranda (2015). Creative entrepreneurship in the cultural industries. In Alexander Dhoest, Steven Malliet, Barbara Segaeert & Jacques Haers (eds.), *The Borders of Subculture. Resistance and the Mainstream* (pp. 37-54). Nova Iorque/ Oxon: Routledge.
- CCDRN (2006). *NORTE 2015 Competitividade e Desenvolvimento - Uma Visão Estratégica (Versão de Trabalho)*. Porto: CCDRN/MAOTDR.
- Carvalho Paulo & Corvelo, Susana (coords.) (2013). *Blueprint Lisboa - Economia Criativa*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.
- Cliche, Danielle, Mitchell, Ritva & Wiesand, Andreas (2002). *Creative Europe: On the Governance and Management of Artistic Creativity in Europe. An ERICarts Report to the NEF*. Bona: ARCult Media.
- Comunian, Roberta (2009). Questioning creative work as driver of economic development: the case of Newcastle-Gateshead. *Creative Industries Journal*, 2(1), pp. 57-71.
- Comunian, Roberta, Faggian, Alessandra & Li, Qian Cher (2010). Unrewarded careers in the creative class: The strange case of Bohemian graduates. *Papers in Regional Science*, 89 (2), pp. 389-410.
- Costa, Pedro (2000). Centros e margens: produção e práticas culturais na Área Metropolitana de Lisboa. *Análise Social*, XXXIV (154), pp. 957-983.
- Costa, Pedro (2007a). *A cultura em Lisboa*. Lisboa: ICS.

- Costa, Pedro (coord.) (2007b). *Cascais Criativo*. In *Relatório Agenda 21 – Cascais 2007*. Cascais: CMC.
- Costa, Pedro (coord.) (2009). *Estratégias para a cultura em Lisboa*. Lisboa: CML.
- Costa, Pedro (coord.) (2017). *Estratégias para a cultura da cidade de Lisboa 2017*. Lisboa: CML.
- Costa, Pedro, Babo, Elisa Pérez (coords.) (2006). *Plano de Intervenção Estrutural do Sector Cultural no Horizonte 2007-2013*. Lisboa: Dinâmia/Quatenaire Portugal – Ministério da Cultura.
- Comissão Europeia (2010). *LIVRO VERDE Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas. [COM (2010) 183]*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Comissão Europeia (2012a). *European Agenda for Culture & Work Plan for Culture 2011-2014. Policies and good practices in the public arts and in cultural institutions to promote better access to and wider participation in culture. Report produced by the Working Group of EU Member States Experts (Open Method of Coordination) on Better Access and Wider Participation in Culture*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Comissão Europeia (2012b). *European Agenda for Culture & Work Plan for Culture 2011-2014. 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? Report by the Working Group of EU Member States Experts (Open Method of Coordination) on Cultural and Creative Industries*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- DCMS (1998). *The creative industries mapping document*. Londres: Department of Culture, Media and Sport.
- De Beukelaer, Christiaan & O'Connor, Justin (2017). The Creative Economy and the Development Agenda: The Use and Abuse of 'Fast Policy'. In Polly Stupples & Katerina Teaiwa (eds.), *Contemporary Perspectives on Art and International Development* (pp. 27-47). Londres: Routledge.
- De Peuter, Greig, Cohen, Nicole & Saraco, Francesca (2017). The ambivalence of coworking: On the politics of an emerging work practice. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), pp. 687-706.
- Duxbury, Nancy (2004). *Creative Cities: Principles and Practices. Background paper F/47*, Ontário: Canadian Policy Research Networks.
- Duxbury, Nancy, Fortuna, Carlos, Bandeirinha, José António & Peixoto, Paulo (2012). Em torno da cidade criativa. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 99, pp. 5-8.
- Faggian, Alessandra, Comunian, Roberta, Jewell, Sarah & Kelly, Ursula (2013). Bohemian graduates in the UK: disciplines and location determinants of creative careers. *Regional Studies*, 47 (2), pp. 183-200.
- Ferreira, Claudino (2005). Grandes eventos e revitalização cultural das cidades. Um ensaio problematizante a propósito das experiências da Expo'98 e da Porto 2001. *Territórios do Turismo*, 2.
- Ferreira, Claudino (2010). Cultura e regeneração urbana: novas e velhas agendas da política cultural para as cidades. *Tomo*, 16, pp. 29-56.
- Ferreira, Claudino (2012). As artes, a cultura e as políticas de regeneração urbana sob a égide da agenda criativa. In *Seminário Internacional Quarteirões Culturais Experiências e Desafios – Livro de Atas* (pp. 56-60). Santo Tirso: Fábrica de Santo Thyrso/Câmara Municipal de Santo Tirso.
- Ferreira, Claudino & Gomes, Carina (2011). A cultura, o turismo e as políticas para as cidades. In Rui Jacinto (org.), *Patrimónios e territórios culturais* (pp. 25-47). Guarda: CEI.
- Ferreira, Claudino; Correia, André Brito, Abreu, Paula, Damásio, Sílvia & Correia, Marta (2016). 5 Sentidos: estudo sobre a rede de programação cultural. Coimbra: CES. Acedido em <http://www.teatroviriato.com/pt/menu/teatro-viriato/rede-5-sentidos-1/>
- Ferreira, Vítor Matias (2004). *Fascínio da Cidade. Memória e Projecto da Urbanidade*. Lisboa: Ler Devagar.
- Flew, Terry (2012). *The Creative Industries. Culture and Policy*. Londres/Nova Deli: Sage.
- Florida, Richard (2002). *The rise of the creative class... and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Nova Iorque: Basic Books.
- Florida, Richard (2017). *The New Urban Crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class—and what we can do about it*. Nova Iorque: Basic Books.
- Florida, Richard & Tinagli, Irene (2004). *Europe in the creative age*. Londres: Demos.
- Fortuna, Carlos (1997). Destradicionalização e imagem da cidade. In Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização. Ensaio de Sociologia* (pp. 231-257). Oeiras: Celta.

- Fortuna, Carlos (coord.) (2014). *Cultura, Formação e Cidadania*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Fortuna, Carlos & Silva, Augusto Santos (2001). A cidade do lado da cultura: Espacialidades sociais e modalidades de intermediação cultural. In Boaventura de Sousa Santos (org.), *Globalização, fatalidade ou utopia?* (pp. 409-461). Porto: Afrontamento.
- Fundação de Serralves (2008). *Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um 'cluster' de Indústrias Criativas na Região Norte*. Porto: Fundação de Serralves.
- Gandini, Alessandro (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera*, 15(1), pp. 193-205.
- Garcia, José Luís (Coord.) (2014). *Mapear os recursos, Levantamento da legislação, Caracterização dos atores, Comparação internacional*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Gaut, Berys (2010). The Philosophy of Creativity. *Philosophy Compass*, 5/12, pp. 1034-1046.
- Governo de Portugal (2009). *Programa do XVIII Governo Constitucional*. Acedido em <http://www.portugal.gov.pt/media/468569/gc18.pdf>
- Governo de Portugal (2011). *Programa do XIX Governo Constitucional*. Acedido em http://www.portugal.gov.pt/media/130538/programa_gc19.pdf
- Governo de Portugal (2015). *Programa do XXI Governo Constitucional*. Acedido em <http://www.portugal.gov.pt/media/18268168/programa-do-xxi-governo.pdf>
- Gomes, Rui Telmo & Martinho, Teresa Duarte (2009). *Trabalho e Qualificação nas Actividades Culturais. Um Panorama em Vários Domínios*. Lisboa: OAC.
- Guerra, Paula (2013). Cluster das Indústrias Criativas do Norte de Portugal. *Revista da Faculdade de Letras – Geografia – Universidade do Porto*, 3 (2), pp. 249-268.
- Hahn, Julia (2010). *Creative Cities and (Un)Sustainability – Cultural Perspectives*. Cultura 21. Acedido em <http://www.cultura21.net/wp-content/uploads/2011/01/Julia-Hahn-c21-ebook-vol3.pdf>
- Henriques, Eduardo Brito (1996). *A Lisboa turística, entre o imaginário e a cidade. A construção de um lugar turístico urbano*. Lisboa: Edições Colibri.
- Henriques, Eduardo Brito (2002). Novos desafios e orientações das políticas culturais: tendências nas democracias desenvolvidas e especificidades no caso português. *Finisterra*, XXXVII (73), pp. 61-80.
- Hesmondhalgh, David (2013). *The Cultural Industries*. Los Angeles/ Londres/ Nova Deli/ Singapura/ Washington DC: Sage.
- Hewison, Robert (2014). *Cultural Capital. The rise and fall of creative Britain*. Londres: Verso.
- INTELI (2011). *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities. Final output of the URBACT project "Creative Clusters in urban areas of low density"*. Lisboa: INTELI.
- Kagan, Sacha & Hahn, Julia (2011). Creative Cities and (Un)Sustainability: From Creative Class to Sustainable Creative Cities. *Culture and Local Governance / Culture et gouvernance locale*, 3(1-2), pp. 11-27.
- KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. KEA European Affairs: Bruxelas.
- Kunzmann, Klaus R. (2004). Culture, creativity and spatial planning, *TPR*, 75(4), pp. 383-404.
- Landry, Charles (2000). *The Creative City*. London: Earthscan/Kogan Page.
- Lash, Scott & Urry, John (1994). *Economies of Signs and Space*. Londres: Sage.
- Lazzeretti, Luciana (2013). Cultural and creative industries: an introduction. In Luciana Lazzeretti (ed.), *Creative industries and innovation in Europe* (pp. 1-20). Londres: Routledge.
- Long, Paul & Harding, Steve (2015). Cross Intermediation? Policy, Creative Industries and Cultures Across the EU. In Saskia Warren & Phil Jones (eds.), *Creative Economies, Creative Communities. Rethinking Place, Policy and Practice* (pp. 171-188). Surrey & Burlington: Ashgate.
- Mateus, Augusto (Coord.) (2010). *O Sector cultural e Criativo em Portugal. Estudo para o Ministério da Cultura*. Lisboa: Augusto Mateus & Associados.
- Mateus, Augusto (Coord.) (2013). *Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Markusen, Ann (2006). Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from the case Study of Artists. *Environment and Planning A*, 38 (10), pp. 1921-1940.
- Markusen, Ann & Gadwa, Ann (2010). Arts and Culture in Urban or Regional Planning: A Review and Research Agenda. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), pp. 379-391.
- Martinho, Teresa Duarte (2008). Agentes e profissões culturais. Balanço de um levantamento bibliográfico. *CIES e-WORKING PAPER*, 53. Acedido em https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1250/1/CIES-WP53_Martinho.pdf

- McRobbie, Angela (2016). *Be Creative: Making a Living in the New Culture Industries*. Cambridge/Malden: Polity.
- McRobbie Angela, Strutt, Dan, Bandinelli, Carolina & Springer, Bettina (2016). Fashion micro-enterprises in London, Berlin, Milan. *CREATE Working Paper 2016/13*. Acedido em <http://www.create.ac.uk/publications/fashion-micro-enterprises-in-london-berlin-milan/>
- Merkel, Janet (2015). Coworking in the city. *Ephemera: theory and politics in organization*, 15(1), pp. 121-139.
- Minichbauer, Raimund (2011). Chanting the Creative Mantra. In Gerald Raunig, Gene Ray, Ulf Wuggenig (eds), *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries'* (pp. 147-163). Londres: MayFly Books.
- Mommas, Hans (2004). Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, 41 (3), pp. 507-532.
- Negus, Keith & Pickering, Michael (2000). Creativity and cultural production. *International Journal of Cultural Policy*, 6(2), pp. 259-282.
- Neves, José Soares (2000). *Despesas dos municípios com cultura*. Lisboa: OAC.
- Oakley, Kate (2009). The disappearing arts: creativity and innovation after the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), pp. 403-413.
- Oakley, Kate (2013). Good work? Rethinking cultural entrepreneurship. In C. Bilton & S. Cummings (Eds.), *Handbook of management and creativity* (pp 145-159). Chichester: Edward Elgar.
- O'Connor, Justin (2007). *The cultural and creative industries: a review of the literature*. London: Creativity, Culture and Education.
- O'Connor, Justin (2015). Intermediaries and Imaginaries in the Cultural and Creative Industries. *Regional Studies*, 49(3), pp. 374-387.
- Peck, Jamie (2005). Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), pp. 740-770.
- Peixoto, Paulo (2000). Gestão estratégica das imagens das cidades: análise de mensagens promocionais e de estratégias de marketing urbano. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 56, pp. 99-122.
- Peixoto, Paulo (2003). Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades. *Sociologia*, 13, pp. 211-226.
- Peixoto, Paulo (2006). *O passado ainda não começou. Funções e estatuto dos centros históricos no contexto urbano português* (Tese de Doutoramento em Sociologia). FEUC, Coimbra.
- Pope, Rob (2005). *Creativity. Theory, History, Practice*. Londres/ Nova Iorque: Routledge.
- Pratt, Andy C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska annaler: Series B - Human geography*, 90 (2), pp. 107-117.
- Pratt, Andy C. (2009). Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: learning from Europe? *Creative Economies*. In Lily Kong & Justin O'Connor (Eds.), *Creative Cities: Asian-European Perspectives* (pp. 9-23). Heidelberg: Springer.
- Pratt, Andy C. & Jeffcutt, Paul (2009). Creativity, innovation and the cultural economy: snake oil for the twenty-first century?. In Andy C Pratt & Paul Jeffcutt (eds.), *Creativity, innovation and the cultural economy* (pp. 3-19). Oxon/ Nova Iorque: Routledge.
- Prichard, Craig (2002). Creative Selves? Critically Reading 'Creativity' in Management Discourse. *Creativity and Innovation Management*, 11(4), pp. 265-276.
- Prince, Russell (2010). Fleshing out expertise: The making of creative industries experts in the United Kingdom. *Geoforum*, 41, pp. 875-884.
- Quintela, Pedro (2017). A obscuridade do trabalho na "agenda" criativa em Portugal. In *Livro de Atas do IX Congresso Português de Sociologia: Portugal, território de territórios*. Acedido em http://historico.aps.pt/ix_congresso/actas
- Quintela, Pedro (2016). From the shadow to the centre: tensions, contradictions and ambitions in building graphic design as a profession. In Paula Guerra & Pedro Costa (Eds.), *Redefining art worlds in late modernity*. Porto: FLUP, pp. 149-172.
- Quintela, Pedro & Borges, Marta (2015). Livros, fanzines e outras publicações independentes – um percurso pela 'cena' do Porto. *Cidades, Cultura e Territórios*, 31, pp. 11-31.
- Sandoval, Marisol (2016). Fighting Precarity with Co-operation? Worker Co-operatives in the Cultural Sector. *New Formations: a journal of culture/ theory/ politics*, 88, pp. 51-68.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (1998). *As Políticas Culturais em Portugal*. Lisboa: OAC.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.) (2005). *Contribuições para a formulação de políticas públicas no Horizonte 2013 relativas ao tema Cultura, Identidade e Património. Relatório Final*. Lisboa: ICS-UL/OAC.

- Silva, Augusto Santos (2004). Como Classificar as Políticas Culturais? Uma Nota de Pesquisa. *OBS*, 12, pp. 10-20.
- Silva, Augusto Santos (2007). Como abordar as políticas culturais autárquicas? Uma hipótese de roteiro. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 54, pp. 11-33.
- Silva, Augusto Santos, Babo, Elisa Pérez & Guerra, Paula (2013). Cultural policies and local development: the Portuguese case. *Portuguese Journal of Social Science*, 12 (2), pp. 113-131.
- Silva, Augusto Santos, Babo, Elisa Pérez & Guerra, Paula (2015). Políticas culturais locais: contributos para um modelo de análise. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 78, pp. 105-124.
- Simão, Fátima São (2013). *WHEN BUZZ CHOKES BIZZ... AND CULTURE - Reflections from the Portuguese Creative Industries' Case*. Acedido em <http://www.labforculture.org/en/content/download/259293/1854902/file/20131109-WhenBuzzChokesBizz-FatimaSaoSimao-2013.pdf>
- Spinuzzi, Clay (2012). Working alone, together: Coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), pp. 399-441.
- Tom Fleming Creative Consultancy (2015). *Cultural and creative spillovers in Europe*. Arts Council England/Arts Council of Ireland/Creative England/European Centre for Creative Economy/European Cultural Foundation/European Creative Business Network.
- Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico (2005). *Documento de trabalho nº 8: Indústrias Criativas*. Lisboa: Plano Tecnológico.
- Vitorino, Nuno (Coord.) (2014). *Criação de Instrumentos Financeiros para Financiamento do Investimento na Cultura, Património e Indústrias Culturais e Criativas*. Lisboa: GEPAC/SEC.
- Williams, Raymond (1983). Creative. In *Keywords – A vocabulary of culture and society. Revised edition* (pp. 82-84). Nova Iorque: Oxford University Press.
- Wilson, David & Keil, Roger (2008). The real creative class. *Social & Cultural Geography*, 9:8, pp. 841-847.

Pedro Quintela (corresponding author). Doutorando em Sociologia na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, sendo neste âmbito investigador associado do Centro de Estudos Sociais da mesma Universidade. Morada: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Av. Dias da Silva, 165, 3004-512 Coimbra, Portugal. E-mail: pedroquintela@ces.uc.pt

Claudino Ferreira. Professor na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e investigador no Centro de Estudos Sociais da mesma Universidade. Morada: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Av. Dias da Silva, 165, 3004-512 Coimbra, Portugal. E-mail: clauddef@fe.uc.pt

Receção: 20-10-2017

Aprovação: 09-06-2018

Citação:

Quintela, Pedro & Ferreira, Claudino (2018). Indústrias culturais e criativas em Portugal: um balanço crítico de uma nova 'agenda' para as políticas públicas no início deste milénio. *Revista Todas as Artes*, 1(1), pp. 88-109.