

Cluster das Indústrias Criativas do Norte de Portugal¹

Paula Guerra²

RESUMO

A agenda científica e política tem vindo ao longo da última década a salientar a importância das Indústrias Culturais e Criativas enquanto apostas prioritárias de desenvolvimento local, regional, nacional e europeu, uma vez que os setores que envolvem essas indústrias apresentam uma série de vantagens competitivas. Assim, neste artigo, pretendemos analisar a resposta da Região Norte ao desafio da cultura e criatividade materializado no Cluster das Indústrias Criativas emergente a partir de 2008. Esta análise será orientada por uma abordagem das dinâmicas culturais e criativas existentes na Região Norte e na Área Metropolitana do Porto, servindo-se de informação estatística e documental. O enfoque é ainda de análise prospetiva em termos de factores críticos de sedimentação do referido Cluster, mas ainda de perspectivas de evolução futura no tocante à potenciação de conhecimento e constituição de atmosferas vibrantes fundadas na criatividade e na cultura, eixos determinantes de afirmação identitária e territorial.

Palavras-Chave

Cluster; criatividade; cultura; inovação; territórios.

ABSTRACT

Over the last decade, the scientific and political agenda has emphasized the importance of Cultural and Creative Industries as priority bets on local, regional, national and European development, because the sectors involving these industries have a number of competitive advantages. Thus, in this article, we analyze the response of the Northern Region to the challenge of culture and creativity embodied in the Cluster of Creative Industries emerging from 2008. This analysis will be guided by an approach to cultural and creative dynamics available in the Northern Region and in the Metropolitan Area of Porto, serving up statistical and documentary information. The focus is still a prospective analysis of critical factors in terms of sedimentation of that cluster, but also a perspective on future developments of enhancement of knowledge and constitution of vibrant atmospheres based on creativity and culture – important axes on identity and territorial affirmation..

¹ Este artigo resulta da participação das autoras na elaboração do Plano Estratégico de Base Territorial da Área Metropolitana do Porto (2013/2014) no âmbito do CEGOT. A análise apresentada decorre do projeto em curso de avaliação territorial levada a efeito no âmbito do processo de preparação do próximo período de programação dos fundos estruturais 2014-2020 e integra a 1.ª fase do Plano Estratégico de Base Territorial da Área Metropolitana do Porto. Insere-se num exercício de diagnóstico – que não pretende ser exaustivo - de sustentação ao Crescimento Inteligente, componente estratégica de análise fundamental na Europa 2020 no tocante ao conhecimento e inovação.

² Professora Associada do Departamento de Sociologia da FLUP, mariaaguerra@gmail.com

Keywords | Cluster, creativity, culture, innovation, territories.

1. Enquadramento e fundamentação

A agenda científica e política tem vindo ao longo da última década a salientar a importância das Indústrias Culturais e Criativas (ICC) enquanto apostas prioritárias de desenvolvimento local, regional, nacional e europeu, uma vez que os setores que envolvem essas indústrias apresentam uma série de vantagens competitivas, a saber: mantêm elevado crescimento internacional não obstante o contexto de crise; são setores intensivos em mão-de-obra; empregam mão-de-obra juvenil e com elevadas qualificações académicas e profissionais; apresentam reduzidas barreiras na sua alavancagem devido ao baixo nível de investimentos necessário à criação de novos postos de trabalho. Portanto, de um ponto de vista de adequação ao contexto de crise, de retração do investimento e de crescente desemprego jovem qualificado, as ICC parecem ser uma fileira de aposta incontornável. Aliás, recorrendo a dados recentes de justificação do Programa Europa Criativa (2011), podemos considerar que o setor cultural e criativo é importante em termos económicos, educacionais e sociais na medida em que representa cerca de 4,5% do PIB da EU, emprega cerca de 3,8% da mão de obra da UE (8,5 milhões de pessoas) e tem um impacto (indireto) importante sobre outras áreas, como o turismo, a educação, a inclusão social ou a inovação social (KEA, 2006).

Ainda dentro da lógica de enquadramento, a resiliência dos recursos humanos (as classes criativas) das ICC é fator importante de atenção, uma vez que perante contingências e adversidades de negócio, os diferentes atores raramente abandonam o setor; procuram, antes, novas atividades e modalidades de dinamização dentro das ICC (Eosa Consultores, 2012b). O elevado potencial de empreendedorismo das ICC decorrente do perfil dos seus agentes, da reduzida necessidade de investimentos infraestruturais, do talento e da criatividade dos seus promotores, tem vindo a afirmar as ICC como modalidades fundamentais de adaptação à nova economia e aos novos desafios sociais no século XXI. Concomitantemente, e seguindo de perto o Mapeamento das Indústrias Culturais e Criativas do Norte de Portugal (Eosa Consultores, 2012b), o potencial de irradiação das ICC, alavancando, modernizando e tornando mais competitivos setores mais tradicionais da economia, como o têxtil, o calçado ou o mobiliário, parece ser um fator decisivo da sua importância no Norte de Portugal no tocante à reconfiguração necessária do seu modelo de desenvolvimento económico, social e cultural. Também não deixa de ser importante referir o contributo das ICC para a diferenciação e crescimento do setor turístico, assim como, para a valorização da identidade, património e cultura de uma região num plano simbólico numa modernidade globalizada. As ICC são ainda chaves de leitura e de intervenção fundamentais para o cruzamento de novas linguagens e comunicações artísticas e culturais, pois potenciam a reestruturação dos sistemas produtivos e das formas de divulgação dos produtos, sendo espaço claro de inovação tecnológica, mas também cultural e social (Hesmondhalgh & Pratt, 2005; Pratt, 2009; Landry, 2005).

Se objetivarmos a importância das ICC, podemos referir alguns dados presentes no Estudo Macroeconómico do Setor Cultural e Criativo da Região Norte (2008): no período 2000-2005, o comércio internacional de bens e serviços criativos cresceu a uma taxa sem precedentes: 8,7% ao ano; o valor das exportações mundiais de bens e serviços criativos em 2005 atingiu o valor de 424,4 mil milhões de dólares, representando 3,4% do comércio mundial. Por seu turno, as ICC na Europa representam em 2006 um volume de negócios de 654 mil milhões de euros, correspondendo a 2,6 % do Produto Interno Bruto da União Europeia, crescendo 12,3% acima da média da economia e empregando 5,8 milhões de pessoas. O setor criativo foi o terceiro principal contribuinte para o PIB português (dados de 2003), logo a seguir aos produtos alimentares e aos têxteis (1,9% cada) e à frente de importantes setores como a indústria química (0,8%), o imobiliário (0,6%) ou os sistemas de informação (0,5%) (Cfr. Fundação de Serralves, 2008). Segundo o mesmo estudo, em Portugal este setor contribuiu com 1,4 % do PIB em 2003 correspondendo a 6.358 milhões de euros. Estes valores demonstram que o setor criativo foi o terceiro principal contribuinte para o PIB Português (Cfr. Fundação de Serralves, 2008). Em suma: “as atividades culturais e criativas tendem a assumir-se, no contexto da economia do conhecimento, como alavancas indiscutíveis de geração de riqueza, de criação de emprego e de atratividade e competitividade das economias, locais e regionais” (Babo, 2012: 140).

2. Cluster das Indústrias Criativas do Norte de Portugal

Considerando a importância das ICC para o desenvolvimento económico, social e cultural da Região, surgiu em outubro de 2009, a ADDICT – Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas – plataforma de concretização e materialização de todo o interesse e oportunidades no âmbito das ICC para a Região. A ADDICT tem como missão básica a dinamização do cluster das indústrias criativas, reunindo um conjunto alargado e representativo de entidades deste agregado económico, integrando empresas, associações, universidades, unidades de interface, indivíduos e criadores (ADDICT, 2013a). O Cluster das Indústrias Criativas da Região do Norte integrado na categoria de “Outros Clusters”, encontra-se fortemente direcionado para o mercado. A coordenação do Cluster é assegurada pela ADDICT, que se caracteriza por ser uma plataforma que, através do conhecimento, fomentação e coordenação do setor das Indústrias Criativas, proporciona o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa. A ADDICT, norteia o seu percurso tendo em consideração um Plano de Ação Estratégico anual, cujo principal foco, é a consolidação do Clusters das Indústrias Criativas na Região do Norte. As pessoas (promoção da região criativa e dos seus atores), os negócios (capacitação do empreendedorismo e internacionalização), juntamente com os lugares (acompanhamento e da política pública) correspondem aos três eixos articuladores dos projetos do Cluster e da própria atividade da ADDICT (2013b).

A constituição da ADDICT obedece a uma lógica de concentração/ localização de equipamentos e infraestruturas culturais dinâmicas e de talentos e de profissionais criativos, através de uma estrutura de apoio e de divulgação situada num contexto urbano de forte centralidade simbólica e física. Existe, na sua constituição, um esforço de congregação e de operacionalização do tecido cultural e criativo da Região, ancorado a uma lógica voluntarista o que implica “a existência de políticas de oferta regular de

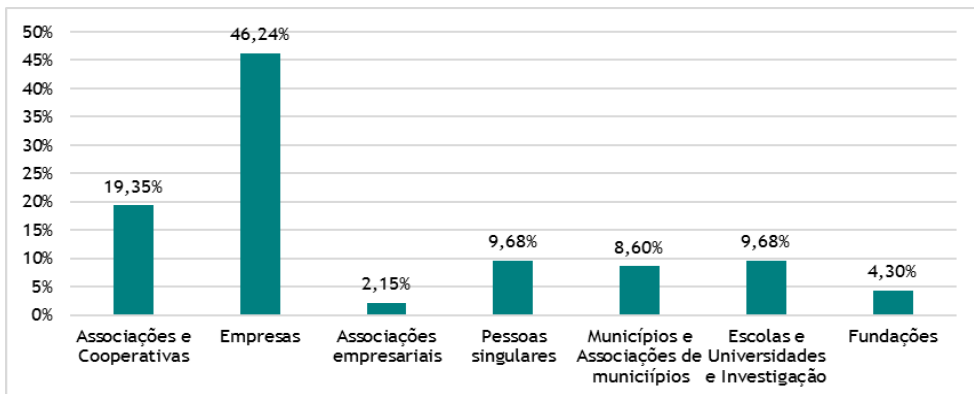
eventos, a localização de uma televisão regional ou de uma rede potente de televisões locais por cabo, a procura potencial de produtos na área do design, publicidade e artes gráficas em geral podem constituir alavancas relevantes para apoiar uma abordagem voluntarista nesta matéria” (Figueiredo, 2012:108).

E esta será uma das condições críticas da sua implantação no terreno, pois trata-se de um processo complexo cuja maturidade exigirá tempo, recursos e metodologias ainda difíceis de consolidar. Por outro lado, o facto de estarmos a trabalhar com o setor cultural e criativo deve fazer lembrar as resistências a fórmulas mais organizadas de relacionamento com o mercado. E esse é o grande desafio da ADDICT, mostrando que “tal como acontece em outros domínios de produção de conhecimento, também no conhecimento simbólico são necessários *brokers* e uma atividade estruturada e especializada de *brokerage* para estabelecer pontes entre quem produz esse conhecimento e quem o vai aplicar do ponto de vista económico ou industrial” (Figueiredo, 2012:108-109).

Não obstante estes fatores críticos de evolução, não podemos deixar de referir a congregação de atores que estar em torno da ADDICT que passaram de 10 em 2009 para 93 em 2013. Trata-se de um salto substancial em termos de suporte institucional. Por outro lado, é importante referir que 76% dos associados da ADDICT provém da área Metropolitana do Porto (AMP), demonstrando claramente o papel de charneira desta Região na dinamização criativa e cultural do Norte de Portugal. Esta congregação institucional é tão mais relevante se considerarmos as atividades e papéis que estão afetos à ADDICT: prestar serviços de apoio ao empreendedorismo; promover a incubação de negócios; prestar serviços de apoio à internacionalização e à proteção da propriedade intelectual; maximizar os benefícios das novas tecnologias na economia criativa, introduzindo modelos de negócio e de organização inovadores; desenvolver um papel de comissariado; desenvolver projetos em parceria nas áreas da reabilitação urbana; assumir o papel de *broker* criativo chave entre instituições de ensino/formação e instituições culturais, entre criadores e investidores, entre empresa e mercado, entre criadores; estabelecer parcerias e redes e promover a transversalidade entre os setores criativos; enformar (e envolver) a comunidade em geral sobre a economia e ecologia criativa; promover eventos, publicações, ...); desenvolver o mercado local e global (via mecanismos de distribuição); promover a clusterização; tornar o setor visível na cidade, na região, no país e no mundo; maximizar o papel da criatividade na economia global da região, contribuindo no aumento dos níveis gerais de inovação; e produzir conhecimento sobre a economia e ecologia criativa (Fundação de Serralves, 2008).

Apesar das incertezas ao nível da política de apoio aos clusters, dos fatores críticos da sua concretização e das estratégias e atividades de eficiência coletiva, a ADDICT, sendo um cluster emergente e transversal, tem feito progressos significativos na sua afirmação e intervenções. O cluster tem quase uma centena de associados que incluem empresas (desde micro a grandes empresas), entidades sem fins lucrativos, instituições culturais, espaços de criação cultural e incubação, criadores e produtores individuais, universidades, municípios e associações setoriais. Aqui, podemos assegurar que a ADDICT tem vindo a associar ao processo uma diversidade de atores, fortalecendo o seu capital social. A ADDICT procedeu também a investimentos significativos em infraestruturas de apoio à criação, produção e incubação e apresentação; realização de grandes eventos; e apoio a projetos empresariais ao abrigo dos Fundos Estruturais.

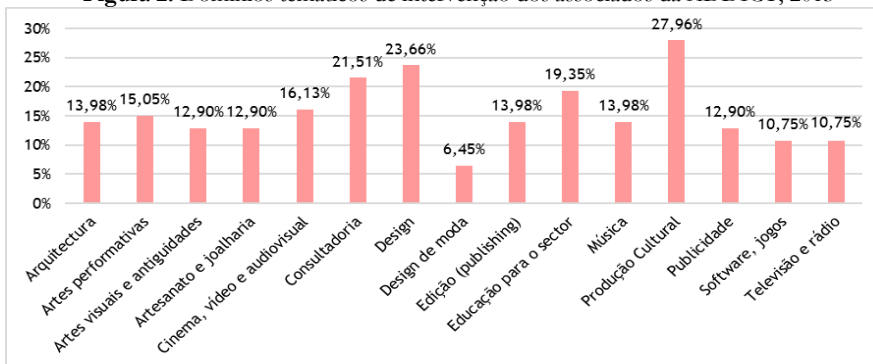
Figura 1: Perfil organizacional dos associados da ADDICT, 2013



Fonte: ADDICT, 2013a.

Em termos sectoriais, o cluster compreende os domínios da arquitetura, das artes performativas, das artes visuais e antiguidades, do artesanato e da joalharia, do cinema, vídeo e audiovisual, da consultadoria artística e cultural, do design, da edição (*publishing*), da educação para o setor, da ilustração, da música, da produção cultural, da publicidade, do software e jogos e da televisão e rádio. Assim, se seguindo um reforço identitário do ponto de vista cultural e artístico da Região, o cluster tem operado pelo incremento da representatividade de artes e culturas, traduzindo a própria densidade de manifestações culturais existentes. A importância da produção cultural e consultadoria deve-se à importância de que esta área se reveste na Região, pois estamos perante um contexto de claro incremento das iniciativas de gestão e organização da materialidade cultural.

Figura 2: Domínios temáticos de intervenção dos associados da ADDICT, 2013



Fonte: ADDICT, 2013a.

3. Dinâmicas culturais e criativas

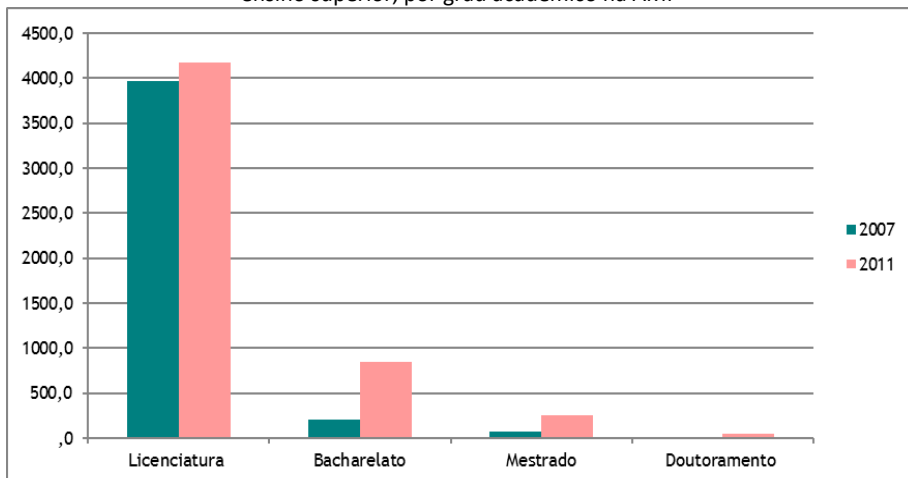
O setor das ICC em Portugal está muito ligado às cidades (Scott, 2000; O'Connor, 2007; Storper & Scott, 2009): por um lado, é um setor que depende da densidade populacional, da urbanização e do poder de compra, por outro é um setor que se desenvolveu tendo por base “um elemento histórico e geográfico de distribuição desigual, que está em grande parte independente dos fatores anteriores, e que está associado à localização do património natural e monumental. (Eosa Consultores, 2012a: 170). Assim, na Região Norte de Portugal, as ICC têm esta dimensão de centralidade e de simbólica urbana. Entre 2006 e 2009, o número de empresas das ICC aumentou no Norte de Portugal. Em 2009, o grupo com um maior número de empresas era o grupo das artes gráficas e de edição (impressão, edição e distribuição de jornais, revistas, livros, etc.), seguindo-se o da publicidade, o da arquitetura e o do desenho (gráfico e industrial, muito centrado no desenho de joias). Os restantes grupos de atividades considerados no estudo assumem valores bastante baixos. (Eosa Consultores, 2012a: 175)

No entanto, é precisamente um desses grupos com o menor peso no total das empresas ligadas às ICC que exhibe a maior variação face a 2006: trata-se do grupo das TIC relacionadas com a cultura e criatividade. Depois destas, seguem-se as atividades relacionadas com as bibliotecas, museus e património, o grupo das artes plásticas e o grupo das artes cénicas. (Eosa Consultores, 2012a: 176). A maior parte das empresas do setor das indústrias criativas assumem o estatuto de microempresas (menos de 10 trabalhadores). Estas microempresas possuem, por um lado, uma vantagem no diz respeito à facilidade de adaptação às circunstâncias do mercado, mas, por outro lado, não possuem um poder negociador e competitivo tão forte quanto as empresas maiores, o que lhes dificulta, por exemplo, terem acesso a algumas fontes de financiamento e à comercialização dos seus produtos fora da região. (Eosa Consultores, 2012a: 174).

Apesar de tudo, não se pode menosprezar o potencial gerador de emprego das empresas ligadas às ICC no Norte de Portugal: em 2009, segundo o estudo aqui em revista, as ICC empregavam cerca 16 500 pessoas a tempo inteiro, o que correspondia a um aumento na ordem dos 23,58% face a 2006. Estes valores assumem especial importância se tivermos em linha de conta que apesar do contexto de crise em que vivemos as ICC continuam a ter capacidade para criar e manter postos de trabalho. São as empresas ligadas às artes gráficas que empregavam mais pessoas (um pouco mais de metade do total de pessoas ao serviço nas ICC). No entanto, são as atividades ligadas à música e às TIC, seguidas pelas artes plásticas e as artes cénicas, que maiores variações relativas apresentam entre 2006 e 2009. (Eosa Consultores, 2012a: 183-184).

Neste contexto, as ICC constituem um dos setores com maior potencial para a criação de emprego (o qual terá a vantagem de não se fazer depender de nenhum recurso limitado, mas tão somente da sua capacidade intelectual e criativa), desempenhando, ao mesmo tempo, um importante papel no que diz respeito à adaptação das empresas do Norte de Portugal aos recentes ímpetus tecnológicos e globalizantes do mercado. Considerando a AMP, podemos aquilatar que as ICC têm vindo a apostar em recursos humanos cada vez mais qualificados; assim, de 2007 até 2011, verificou-se um aumento do número de empregados no setor com licenciatura, bacharelato e mestrado e mesmo doutoramento. Esta situação é claramente reveladora de uma qualificação de recursos e de uma valorização do setor por via do apetrechamento técnico e científico, mostrando uma intenção de construção de um perfil competitivo de cluster em torno dos fatores de competitividade do conhecimento.

Figura 3: Evolução do número pessoas ao serviço no setor das Indústrias Criativas com ensino superior, por grau académico na AMP



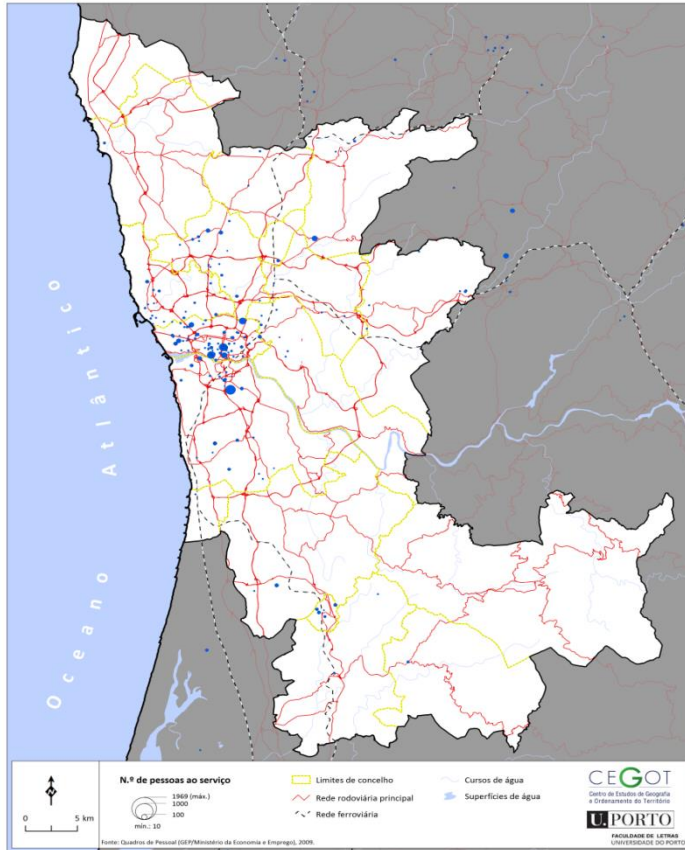
Quadros de Pessoal/GEP/Ministério da Economia e Emprego, 2009.

A AMP assume do ponto de vista das ICC um papel de liderança inelutável na Região Norte de Portugal. No contexto intra AMP, verifica-se que entre 2010-13 existe uma maior concentração de estabelecimentos com 10 ou mais pessoas nas ICC no município do Porto, seguindo-se o concelho de Vila Nova de Gaia. Os municípios de Matosinhos e da Maia também apresentam alguma expressão neste âmbito. Tal mostra de facto a importância que as grandes cidades assumem ao concentrarem uma diversidade significativa de setores de atividade que tendem a beneficiar, no contexto da economia contemporânea fortemente competitiva e em permanente mudança, das vantagens de localização, de lógicas de aglomeração e de externalidades positivas geradas em contextos urbanos de aglomeração.

Do conjunto das atividades culturais e criativas, a APM apresenta um conjunto de setores que assumem um maior protagonismo: as agências de publicidade, as atividades de preparação de impressão e de produtos Web, a edição de livros, a edição de jornais e as atividades de televisão. Trata-se de um conjunto de atividades de suporte ao desenvolvimento e à globalização importantes, assim como, atividades radicadas em setores tradicionais de edição e que se vêm reconfiguradas neste novo milénio. Tradicionalmente, a tipografia e edição foram atividades charneira do desenvolvimento do Porto e da sua envolvência, tendo vindo a decair nos últimos tempos. O que se vislumbra aqui é o seu ressurgimento reconfigurado numa matriz de inovação. Depois, existem um conjunto de atividades menos pontuadas mais importantes para o desenvolvimento e a relação dos diversos ativos culturais com as estratégias de competitividade deste tecido urbano de natureza tangível e intangível de onde podemos destacar a arquitetura, as artes do espetáculo, a projeção de filmes e de vídeo e o ensino das atividades culturais. Sobretudo por via da arquitetura, a AMP assume um valor simbólico da máxima importância no contexto nacional, europeia e extra europeia, sendo estas atividades determinantes para a legitimação do papel da cultura na competitividade das cidades. No quadro metropolitano, a distribuição dos estabelecimentos obedece a

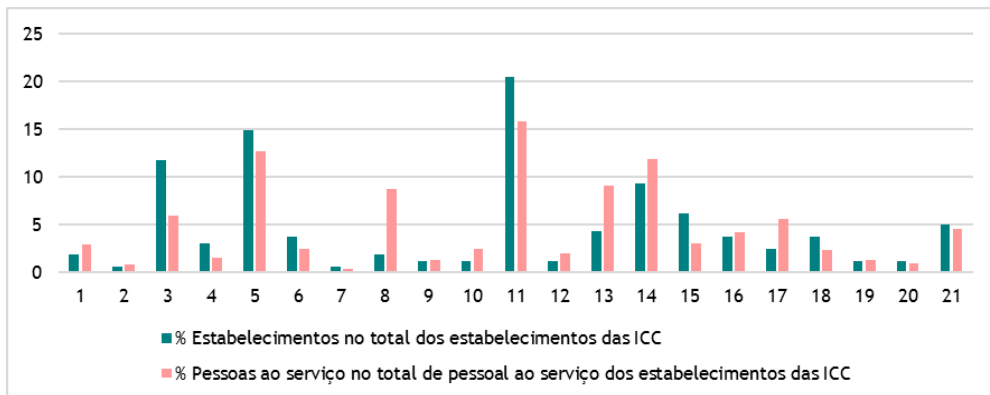
uma lógica já clássica e configuradora do perfil da AMP: a importância do Porto e ainda seguidamente, da Maia, de Matosinhos e de Vila Nova de Gaia.

Figura 4: Número de pessoas ao serviço, em estabelecimentos com 10 ou mais pessoas, nas Indústrias Culturais e Criativas, na AMP, 2009



Fonte: Projeto Policentrismo Urbano, Conhecimento e Dinâmicas de Inovação, 2010-13. Porto: CEGOT/FCT.

Figura 5: Atividades culturais e criativas na AMP e sua distribuição por estabelecimentos e população empregada, 2009



Legenda:

1. Atividades das artes do espetáculo; 2. Atividades de apoio às artes do espetáculo; 3. Atividades de arquitetura; 4. Atividades de design; 5. Atividades de preparação da impressão e de produtos media; 6. Atividades de rádio; 7. Atividades de representação nos meios de comunicação; 8. Atividades de televisão; 9. Atividades de tradução e interpretação; 10. Atividades dos museus; 11. Agências de publicidade; 12. Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão; 13. Edição de jornais; 14. Edição de livros; 15. Edição de revistas e de outras publicações periódicas; 16. Ensino de atividades culturais; 17. Organização de feiras, congressos e outros eventos similares; 18. Outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares, N.E.; 19. Outras atividades de edição; 20. Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão; 21. Projeção de filmes e de vídeos.

Fonte: Quadros de Pessoal/GEP/Ministério da Economia e Emprego, 2009.

Assim, o Porto, cidade-região, de elevado poder cultural e artístico lidera o setor das atividades culturais e criativas, designadamente ao nível das atividades centradas nas artes e no espetáculo, nas atividades de impressão e de produtos media, nas atividades de rádio, nas atividades dos museus, nas agências de publicidade, na edição de jornais, na edição de livros, na edição de revistas, na organização de feiras e na produção de filmes. Vila Nova de Gaia assume a dianteira nas atividades de apoio às artes do espetáculo, nas atividades de televisão e nas atividades de projeção. Matosinhos assume especial relevo nas atividades de design. A Maia e a Feira destacam-se nas no ensino de atividades culturais. S. João da Madeira assume relevo na distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão e a Trofa nas atividades de representação dos meios de comunicação. Existe uma condensação de atividades culturais e criativas que segue a centralidade do desenvolvimento social, económico e cultural da AMP mostrando que aquelas tendem a assumir-se num contexto de dinamismo da economia do conhecimento como motores incontestáveis de geração de riqueza, de criação de emprego e de atratividade e competitividade da economia local e regional. Não obstante, vão assumindo alguma configuração e peso setores na Trofa, em Santo Tirso e em S. João da Madeira que resultam de uma dinâmica recente/emergente de clusterização da cultura e criatividade, fundamental para ancorar este desenvolvimento ao espaço alargado da metrópole portuense.

4. Capacidade e recursos endógenos da AMP do ponto de vista cultural e criativo

4.1. Infraestruturas de apoio à criação, produção e incubação das indústrias culturais e criativas

É unanimemente reconhecido que as indústrias culturais e criativas ancoram as suas dinâmicas nas condições de oferta de espaços, de equipamentos e de infraestruturas de apoio, de fomento, de incubação e de networking criativo. A capacidade de gerar criatividade não aparece por decreto: antes, advém de oportunidades de interação e de informação e de circulação de conhecimento que estimulam a geração de ideias e facilitam a inovação. No domínio do reconhecimento do Cluster das Indústrias Criativas pela Estratégia de Eficiência Coletiva do Programa Operacional Fatores de Competitividade (COMPETE), integrado no QREN, identificaram-se dois projetos-âncora do Cluster, o PINC (Universidade do Porto – INESCPorto, UPTEC e UPMedia) e o Centro de Criatividade Digital (Universidade Católica Portuguesa).

O UPTEC PINC enquadra-se na estratégia regional do Cluster de Indústrias Criativas da Região Norte, que pretende fomentar o valor recolhido junto de diversos setores da Universidade do Porto e de outras instituições e simultaneamente, concorrer para a regeneração do Centro Urbano do Porto. É um espaço de atração e de encontro entre pessoas que procuram experimentar, desenvolver e explorar a sua criatividade a nível empresarial numa lógica de ecossistema criativo (Howkins, 2010). Este pólo acolhe, apoia e suporta empresas que atuem fundamentalmente nas seguintes áreas: design, audiovisual, comunicação, arquitetura, artes visuais, artes performativas e edição. No presente, o PINC acolhe mais de 30 projetos empresariais: 3Decide (marketing e comunicação interativa 3D); A3S (empreendedorismo social e terceiro setor); Architaillors (arquitetura e design); Bastidor Público (investigação e Criação Artística); Blip.pt (Engenharia Web); Claan (produtos digitais e comunicação aplicada); Clínica de Arquitetura® (arquitetura); CREA (engenharia e arquitetura); CULTURE PRINT (projetos culturais); depA (arquitetura); Engenho das Ideias (criação e gestão de projetos internacionais na área da Música); GEMA (marketing digital e new media); ID+ (investigação e design); Illustopia (ilustração); LIKEarchitects (arquitetura); Lovers & Lollypops (editora, promotora musical e festival Milhões de Festa); Lusa (agência de notícias); NCREP – Consultoria em Reabilitação do Edificado e Património, Lda. (reabilitação das construções); Oporto Style Group (eventos); OSTV (canal de televisão dedicado à cultura e criatividade); Porto24 (informação do Grande Porto); Público (informação nacional); Rádio Nova (rádio e comunicação); S.P.O.T. (projetos culturais); Swark (reabilitação urbana); TVU. (informação com enfoque na ciência, cultura e ensino); VICE (informação lúdica e cultural jovem).

O Centro de Criatividade Digital, reconhecido em 2010 como Projeto Âncora do Cluster das Indústrias Criativas pela Estratégia de Eficiência Coletiva (COMPETE), evidencia-se por ser um centro de competência e excelência criativa, com uma infraestrutura de produção com recurso a tecnologias avançadas e de última geração nas áreas das artes digitais e interativas, da computer music, do sound design, do cinema e das artes audiovisuais, da animação por computador, e ainda com certificação concedida em diversas marcas de referência na indústria audiovisual (como Apple, Avid e Autodesk). Instalado na Escola das Artes da Universidade Católica do Porto, desenvolve-se sobretudo em torno dos seguintes eixos: o Centro de Competência e Excelência Criativa que inclui uma nova infraestrutura de produção, financiada pela FCT, com

recurso a tecnologias avançadas e de última geração nos audiovisuais e artes digitais (estúdio de gravação de som e imagem único em Portugal); o centro de formação avançada; o centro de investigação em ciência e tecnologia das artes (CITAR). Também é importante identificar a dinâmica de Incubação para Negócios Criativos resultante da atividade do programa de incubação criativa "ARTSpin" expandindo a sua dimensão e âmbito de atuação.

Neste contexto do Cluster das Indústrias Criativas é importante frisar que para além dos projetos âncora, o Cluster compreende outros projetos inseridos na AMP, como o InSerralves, o Design Studio FEUP; o Laboratório para a Inovação em Media da Universidade do Porto, o Opo' Lab – Oporto Laboratory of Architecture and Design e a Quadra – Incubadora de Design. Em 2008, nasce a incubadora virtual InSerralves, que se evidencia na AMP no contexto das Indústrias Criativas, por ser uma plataforma ativa que pretende incentivar o desenvolvimento da capacidade criativa, inovadora e empreendedora dos indivíduos e empresas para obtenção de produtos e serviços orientados para o mercado. O InSerralves aceita candidaturas de empresas legalmente formadas e de indivíduos com atividades criativas e potencial de escoamentos dos seus produtos/serviços no mercado. Neste momento a InSerralves possui seis empresas incubadas (20121; By GG; Ideias em Unísson; OSTV; ID-L; Bicho Sete Cabeças). O projeto InSerralves, patrocinado pela Fundação de Serralves, promoveu a construção de uma incubadora virtual de iniciativas no âmbito das indústrias criativas próximo dos equipamentos da Fundação.

O Design Studio FEUP, nasce na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, com o intuito de criar um ambiente integrado, onde estudantes e docentes possam desenvolver projetos de carácter pluridisciplinar. O projeto pretende ainda promover a experimentação, possibilitando o teste de soluções, o desenvolvimento de protótipos e a exposição dos resultados. O apoio concedido pelo Design Studio FEUP é direcionado ainda para o design industrial, para projetos ligados ao desenvolvimento de um produto, completando as valências científicas até então presentes nas áreas da engenharia e gestão. O Laboratório para a Inovação em Media da U.Porto, ainda em fase de implementação, e relacionado com o Programa UTAustin/Portugal, aprovado em outubro de 2013, pretende incentivar e assistir os media na U.Porto, nas suas áreas de intervenção (ensino, investigação e inovação) permitindo a emergência de competências de articulação entre o tecido empresarial / social e a entidade, promovendo parcerias externas. No âmbito do presente Cluster foi proposto um Centro de Excelência e Convergência para as Indústrias Criativas e Inovação, promovido pela Universidade do Porto, pelo INES – Porto, pelo UPTec e pela UPMedia. O Centro pretende reunir conhecimento e competências em diferentes áreas, como o cinema, o vídeo e o audiovisual, a televisão, o rádio e o design, alargando-se em seguida para às áreas das artes performativas e visuais, para a música e o software. Está ainda programado um Centro de Produção Experimental em parceria com a RTP, com competência para o desenvolvimento de protótipos e criação de testes “tecnológicos emergentes, ensaios, assistência técnica e tecnológica, consultadoria, formação, investigação, desenvolvimento aplicado, validação de processos, demonstração e difusão, nas áreas acima mencionadas”.

O Opo' Lab – Oporto Laboratory of Architecture and Design é o primeiro Fab Lab português materializado num laboratório de criação digital desde 2010. Este espaço, dinamizado por arquitetos, fornece serviços de produção digital em parceria com a

FeyoDesign numa perspetiva disciplinar e aberta à comunidade nacional e internacional. Estrutura-se num espaço de coworking (studio coworking), numa galeria multifuncional, num laboratório e tem como marca de distinção a organização do festival Get Set. A atividade do Opo' Lab desdobra-se em duas vertentes: uma mais criativa, voltada para o desenvolvimento de pequenos protótipos e o fabrico de propostas concebidas por artistas independentes; e uma outra vertente de negócios, na qual se incluem serviços de curadoria e desenho de eventos, exposições e conferências. Entre os clientes do Opo' Lab contam-se entidades públicas ligadas à cultura, mas também públicos empresariais, nomeadamente PME, que beneficiam da tecnologia digital do Opo' Lab. A Quadra – Incubadora de Design, um conceito inovador que reúne numa mesma estrutura uma incubadora de empresas, uma start up de futuras empresas e uma área de coworking situa-se no Mercado Municipal de Matosinhos e resulta de uma parceria entre a Câmara Municipal de Matosinhos, a ESAD – Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos e a Associação de Pequenas e Médias Empresas para apoiar instalação e renovação de atividades comerciais.

4.2. Capacidades regionais de conhecimento

Um dos domínios mais importantes de atracção de atividades criativas e culturais prende-se com a existência de atividades de I&D ou, na sua expressão mais orientada para o mercado, de I+D+I (este último I, inovação, inclui o elemento mercado). Estamos aqui a referir-nos às universidades e centros de investigação, determinantes para a construção de uma atmosfera atrativa à cultura e à criatividade, estando no âmago do próprio branding das cidades. Nos tempos recentes, a deslocação do paradigma de política cultural para um modelo baseado nas indústrias criativas levanta novos desafios às instituições de produção e disseminação de conhecimento, em particular as universidades, enquanto pólos de investigação e ensino. Se, historicamente, o aparecimento das grandes cidades europeias é indissociável da fundação dos primeiros centros universitários, é também verdade que o seu desenvolvimento se deve, em grande medida, ao advento do industrialização, culminando nas mega-metrópoles da era do capitalismo financeiro.

No domínio da formação na área das Indústrias Criativas evidencia-se a Escola das Artes que conjuntamente com a Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica no Porto. Estas instituições, com o apoio da ADDICT, conceberam um Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas. Esta proposta universitária surge com o intuito de oferecer uma formação numa área emergente a escala global. O Mestrado pretende formar especialistas na aplicação de conhecimentos a nível da gestão financeira, legal e operacional do setor criativo; fornecer conhecimentos sobre as mais importantes práticas culturais nacionais e transmitir o modo como estas afetam o desenvolvimento das indústrias criativas; ampliar a eficiência, eficácia e o impacto económico e sociocultural dos projetos culturais e criativos; e estimular a criação de massa crítica capaz de refletir o setor das indústrias criativas na sua vertente de negócio.

Também a presença enquanto associados da ADDICT do ENSIGEST - Gestão de Estabelecimentos de Ensino, SA, do INESC Porto - Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores do Porto, do Instituto Politécnico do Porto, da Universidade Católica Portuguesa - Escola das Artes, da Universidade de Aveiro, da Universidade do Minho e

da Universidade do Porto, constitui uma plataforma de sustentação importante ancorada ao ensino à formação e à investigação. O crescente número de Teses de Doutoramento e de Mestrado na área das indústrias criativas nos últimos anos é também um indicador relevante nesta matéria: a contabilização de estudos com este enfoque específico ascende a certa de duas centenas desde 1998.

As cidades têm assumido papéis ativos na configuração da economia do conhecimento (ideópolis), sendo locais abertos à mudança. Sabemos que a criatividade é um processo mental que envolve o surgimento de novas ideias ou conceitos, sendo de assumir que ela é mais do que inovação técnica. Nos contextos de criatividade, um dos maiores papéis é conferido à universidade, pois funciona como *knowledge factory*. Saliente-se a este respeito a relação entre as *students communities* e as *landscapes of creativity* (Archbold, 2009), na medida em que desta relação se têm vindo a produzir dinâmicas de regeneração urbana e de oferta de serviços criativos mais ou menos alternativos, emergindo o papel dos estudantes como geradores de paisagens de criatividade. É também neste contexto que podemos enumerar alguns dos contributos das universidades para as cenas urbanas criativas, designadamente pelo fornecimento de bens culturais, de conhecimento, de inovação e de capital humano criativo, assim também como o fornecimento de infraestruturas e equipamentos culturais, ou mesmo a sua revitalização (Faggian & Mccann, 2007). Defendemos, assim, que as universidades podem ser uma *driving force* para o desenvolvimento urbano, designadamente no que diz respeito às dinâmicas artísticas e criativas, pois a incorporação de conhecimento nas cidades tem impactos importantes nas redes económicas e sociais locais que resultam dos processos de troca operados pelos diversos stakeholders presentes na educação (Comunian, 2011).

4.3. Plataformas de interação

Para além dos projetos-âncora e de natureza mais infraestrutural, temos de dar relevo e destaque aos clusters e pólos de competitividade e relação que favorecem as dinâmicas culturais e criativas na AMP no presente. Tratam-se de iniciativas de apoio, mas também de representatividade e de demonstração da importância das ambiências criativas nos diferentes concelhos e cidades. O espaço de afirmação da atratividade face às ICC é fundamental, e estes espaços, iniciativas e interrelações são fundamentais a este respeito.

Decorrente da experiência e enraizamento nos públicos e criadores no tocante às artes e teatro de rua, assomou, em 2011, em Santa Maria da Feira, o Centro de Criação de Teatro e Artes de Rua (Caixa das Artes). Este centro é uma plataforma interdisciplinar e multifuncional, constituída por dois pólos distintos, mas complementares, que congrega seis valências: residências artísticas; incubadora de criatividade para artistas emergentes; acolhimento empresarial de negócios criativos; departamento de investigação para artes do espaço público; serviço de aprendizagem e educação criativa; e espaços cénicos de (re)criação e representação artística. A Caixa das Artes é composta por um pólo, o Academia, que integra as residências artísticas, a incubadora de criatividade para artistas emergentes e o acolhimento empresarial de negócios criativos. O outro pólo, Villa, é um espaço de intercâmbio entre criadores e consumo de projetos criativos. Aqui ficam instaladas as valências de serviço de aprendizagem e educação criativa, assim como

espaços interiores (Auditório António Lamoso) e exteriores para apresentação de espetáculos de grande formato.

A Oliva Creative Factory situada em S. João da Madeira (antiga metalúrgica Oliva) e concluída em maio de 2013 assenta o seu core business no design, no software, na informática e no audiovisual. Trata-se de um espaço dedicado a empresas incubadas ou em maturação, centro de arte, escola de dança, oficinas de restauro, sala de ensaios, black box, estúdios e áreas de lazer. O espaço do pólo assente na recuperação das antigas instalações da Oliva representou um desafio superado a vários níveis, não só pelo que acrescenta ao tecido empresarial da região Norte em termos de empreendedorismo, mas também pelo que significa de valorização urbanística e ambiental na cidade de S. João da Madeira. Atualmente, a Oliva conta com cerca de 11 empresas instaladas nas áreas da joalheria, do design de produto e de interiores, do mobiliário ecológico, do calçado personalizado, da consultadoria em saúde, da proteção rodoviária, da iluminação, das artes plásticas e da produção cinematográfica. Esta estrutura de acolhimento empresarial é complementada com serviços e valências comuns a todas as empresas instaladas no local, no que se incluem espaços de receção, sistemas de segurança e vigilância, salas de formação e uma cafetaria. A disponibilização de uma escola de dança e as oficinas de restauro da Fundação Ricardo Espírito Santo virão a densificar essa oferta formativa e de serviços nas áreas da criatividade e cultura.

Centrando a sua simbólica de representação no setor do mobiliário e tendo como referente uma cadeira, o Art On Chairs organiza um conjunto de atividades que visam a promoção do setor mobiliário, potenciando a rede existente no concelho de Paredes e na região. Este pólo sustenta-se numa aposta na inovação produtiva, dando especial relevo à componente de design. O projeto “Duets” destaca-se como o grande ícone da iniciativa, ao desafiar um conjunto de designers a criar uma cadeira “à medida” de onze personalidades da atualidade.

O pólo *Árvore XXI* – Um Espaço de Convergência Criativa datado de inícios de 2013 apresenta-se como a materialização da renovação do edifício da Cooperativa *Árvore* com o objetivo de criar as condições para atrair e formar mais criadores, captar mais trabalho para artistas e apoiar o empreendedorismo no setor das indústrias criativas relacionado com as artes plásticas. Em termos funcionais, também é estruturado numa Oficina Multimédia e num Bar *Tertúlia*, assim como no reforço da programação e produção cultural. Esta intervenção estrutura-se segundo os valores da liberdade como substrato da criação artística, da solidariedade dos artistas com a comunidade e da promoção de uma região empreendedora sempre voltada para o mundo; valores que estão na génese da própria Cooperativa *Árvore*. Pretende ainda trilhar novos caminhos de cocriação, colaboração multidisciplinar e diversidade, contribuindo para reforçar o investimento infraestrutural, tendo como aposta a oferta de novas oportunidades aos jovens artistas, novos desafios aos criadores e novas experiências aos públicos.

A *iMod* – Incubadora de Moda e Design, ancorada na moda, decorre da conversão da antiga Fábrica de Fiação e Tecidos de Santo Thyrsso numa incubadora de indústrias criativas ligadas ao setor da moda. O projeto contempla também um espaço de animação urbana, comercial e cultural; um espaço para desfiles e apresentações; um centro de documentação; uma área afeta à formação avançada e investigação em moda, que funcionará com a coordenação da ESAD; e um FabLab.

O CACCAU – Centro de Apoio à Cultura e à Criatividade em Ambiente Urbano, foi concebido para potenciar negócios com base em capacidades criativas e inovadoras, permitindo o acesso dos projetos selecionados a um espaço infraestruturado, à utilização de serviços comuns e especializados e à orientação e acompanhamento na sua implementação e gestão. Para além dessas valências, o CACCAU é ainda um espaço de apresentação, promoção e comercialização dos resultados das iniciativas artísticas, culturais e criativas que vão emergindo em seu torno. A sua localização em pleno centro histórico – Ribeira – constitui um fator chave para a sua afirmação na medida em corporiza toda uma atmosfera de criatividade artística ínsita a esta zona, bem como, toda a sua atratividade simbólica e dinâmica urbana e criativa.

O Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, dinamizado pela Fundação da Juventude, arroga-se como um centro de criatividade e inovação de excelência, nacional e internacional, promovendo profissionalmente os jovens criadores/ artistas. Assume-se, ainda, como pólo dinamizador do centro histórico do Porto enquanto cluster natural das artes e das indústrias criativas, potenciando a sua capacidade de atração de profissionais criativos e de turismo. Assim, tem como objetivos estratégicos o desenvolvimento artístico dos jovens portugueses, provendo condições para que se possam desenvolver ao mesmo nível que os restantes países da União Europeia; a criação de um Centro Artístico de Apoio a Jovens Criadores de referência em Portugal que possa, de igual para igual, promover intercâmbios internacionais; o incremento da vivência das artes no Porto, bem como alargar o seu consumo a todas as camadas da população; a revitalização da Zona Histórica do Porto, proporcionando uma nova dinâmica, jovem e criativa à semelhança do que se passou em outras cidades europeias (Barcelona, Oslo,...); a assunção de uma alternativa credível a quem procura uma experiência artística não confinada a um estilo e a obras reconhecidas e catalogadas, uma alternativa para quem procura ideias novas.

Também o Centro de Inovação de Matosinhos sedado no Matadouro Municipal de Matosinhos merece destaque. Assim, a Câmara Municipal de Matosinhos dentro da sustentação da estratégia de requalificação da zona de Matosinhos sul, transformando-o num local de acolhimento de novas empresas e de partilha de conhecimentos e recursos, construindo um cluster com características únicas de inovação e conhecimento no país, facilitou a instalação desde 2010 do grupo IMPRESA, concentrando as redações e serviços de apoio da SIC, Expresso e Visão numa lógica de Media Parque.

O Estaleiro – Imagens Sons e Ideias em Movimento Vila do Conde é um projeto de formação e programação cultural desenvolvido a partir de 2011 pela Cooperativa de Curtas Metragens de Vila do Conde, apresentando 20 ateliers, 20 concertos e produzindo 20 filmes. O Estaleiro define-se como um grande evento do qual resulta uma plataforma que define dois âmbitos de atuação centrais: o apoio à criação, desenvolvimento e divulgação de projetos artísticos e a promoção da reflexão e sensibilização artísticas. Conjugando estes dois domínios, o Estaleiro visa constituir-se como uma estrutura regional permanente de suporte à produção de conteúdos e à realização de eventos nas mais diversas áreas artísticas (música, cinema, vídeo, audiovisual, multimédia, etc.), conjugando a divulgação da produção regional com casos de destaque no panorama internacional. A articulação desta iniciativa com a Câmara Municipal de Vila do Conde e outras instituições da região denota o reconhecimento da política cultural como fator de

desenvolvimento regional, contando, para a sua implementação, com a experiência e o know-how da Cooperativa Curtas Metragens.

Não pretendendo ser exaustivos, descrevemos algumas das iniciativas de ICC da AMP levadas a cabo nos últimos anos, onde é possível destacar a ênfase à memória, aos ofícios tradicionais, às novas tecnologias, às identidades, à regeneração urbana, numa síntese contemporânea que coloca em destaque as artes e a cultura. Nestas iniciativas, a experimentação, a criação e a operacionalização têm papel importante. Mas a sua identidade também toca a sua importância como focos de representatividade e interface com o meio envolvente, servindo de matrizes de envolvimento face à cultura e criatividade por parte dos diferentes atores e intervenientes. Aqui, o conceito de atmosfera tem uma grande importância. Estamos perante o desafio da atratividade inimitável dos locais jogado na relação variável existente entre eventos, atmosferas, equipamentos... (Babo, 2010). Dentro do conjunto de experiências abordadas, a capacidade de trabalho em rede e em parceria parece ser um móbil determinante de materialização. Ora, parece-nos importante considerar a diversidade de perfis e papéis dos atores envolvidos na concretização de uma atmosfera cultural e criativa. Portanto, estamos perante a necessidade de transformações em termos de governança e gestão capazes de mobilizar recursos humanos, talentos, investimentos e atmosferas culturais e criativas (Costa, 2007; 2008). A competitividade passa pela possibilidade de sedimentar o funcionamento, a interação e a representatividade dos diferentes pólos e ancoragens de ICC nas diferentes cidades e concelhos, fazendo com, que nessas iniciativas se desvelem os patamares contemporâneos do desenvolvimento e do empreendedorismo (Bianchini, 2006).

5. Pistas prospetivas

Estamos perante a construção de um perfil competitivo de território assente na cultura e na criatividade, reconhecendo a importância que esses domínios têm no desenvolvimento e na consolidação de oportunidades de mercado e de afirmação simbólica e identitária. Assim, o Cluster das ICC deve assentar em recursos e dinâmicas sólidas e diversificadas, procurando respeitar as identidades locais, o conhecimento formal e tácito existente numa perspetiva de fomento de valor e negócio. A evolução recente do Cluster tem vindo a respeitar a diversidade de recursos e atores existentes, sendo importante demonstrar a partir de agora iniciativas concretas e sustentadas de produção e representação da cultura e criatividade metropolitana. Aqui, é determinante a existência de atmosferas favoráveis à criatividade que necessitam de efeitos cumulativos e em parte simbólicos e informais para se sustentarem. A este nível, o investimento tem de ser reforçado, numa lógica de aprendizagem inovadora: impõe-se a consideração das comunidades de prática. Considerando que as pequenas empresas e os projetos de alcance reduzido não possuem capacidade para investir em I&D formal, regista-se uma aproximação à aprendizagem baseada na experiência adquirida (por aproximação e erro), o que valida a importância da proximidade física/simbólica na transmissão de conhecimento (especialmente tácito e/ou implícito), e revela bem como as transações se afirmam, neste contexto, como ocasiões privilegiadas de transferência de conhecimento, caracterizando uma moldura geral de fluxos de estímulos.

Apesar das incertezas ao nível da política de apoio aos clusters e às estratégias e atividades de eficiência coletiva, a ADDICT, sendo um cluster emergente e transversal, tem feito progressos significativos na sua afirmação e intervenções. O Cluster tem, ao longo dos anos, mantido uma centena de associados que incluem empresas (desde micro a grandes empresas), entidades sem fins lucrativos, instituições culturais, espaços de criação cultural e incubação, criadores e produtores individuais, universidades, municípios e associações sectoriais. Não obstante os progressos alcançados, resultado de um esforço a que importa dar continuidade, importa dar um acompanhamento individualizado da enorme diversidade de atividades abrangidas no âmbito do cluster, agrupadas em áreas que constituem subsectores muito distintos (artes visuais, design, cinema, vídeo, arquitetura, edição de livros e multimédia, rádio, televisão, música, software, publicidade, património, media,...), reconfigurando uma identidade e uma inimitabilidade capaz de atrair investimentos e interesses exógenos.

Não é despendendo, neste contexto, proceder à reformulação de categorias e processos de recolha de indicadores estatísticos e qualitativos adequados às especificidades do setor, que permitam avaliar o seu impacto económico direto bem como o impacto induzido em outros setores de atividade. É importante reforçar os mecanismos de avaliação e de conhecimento do setor com o objetivo de garantir intervenções adequadas e mais estratégicas. É necessário desenvolver um modelo conceptual que permita compreender os impactos socioeconómicos indiretos da produção e participação cultural e criativa (Throsby, 2003).

Importa ainda promover uma articulação ao nível das áreas de intervenção dos diferentes pólos e clusters dada a horizontalidade das atividades criativas (exemplo: design, software). Esta articulação passa pelo desenho de uma agenda comum e interligada de intervenções e representações, assim como, um esforço de parceria reticular que alargue a massa crítica interveniente a atores e protagonistas geralmente afastados destes processos. Neste âmbito, é ainda importante a criação de espaços de interação entre os profissionais e organizações das áreas criativas e tecnológicas, resultado da crescente convergência entre a criatividade e as tecnologias implicada pelos novos media. Portanto, importa promover o conhecimento e a educação enquanto suportes fundamentais do talento criativo.

Assume especial relevo a elaboração de políticas e estratégias específicas de internacionalização das ICC decorrentes da sua singularidade como produtos culturais expressos na língua Portuguesa. É importante dar relevo aos lugares, suas identidades e metamorfoses próprias, assumi-los como ecossistemas criativos (Howkins, 2010; Power, 2010) e plataformas determinantes de atmosferas criativas. Na sustentação da cidade criativa deve estar a capacidade de reunir condições para os indivíduos se tornarem agentes de mudança. Este desiderato não se pode permitir deixar de fora setores como a educação, cuja articulação com as redes criativas deve ser tão estreita quanto possível, ou ainda as estruturas organizacionais (empresas, instituições, etc.). E este é um reforço que o Cluster deve continuar a fazer revisitando a memória e a identidade no espaço globalizado.

Neste momento, a ADDICT está a preparar um conjunto de propostas de ação a discutir com os associados, para submeter no âmbito do próximo programa quadro Europeu. Neste quadro, foi desde já selecionada a área do audiovisual e media, como área chave a estimular. Esta escolha justifica-se não só pelo seu potencial estruturante e

pela interação que tem com todas as outras áreas de criação, como também pelo seu potencial de apoio à comunicação interna e externa da região e das dinâmicas de todos os setores. Ao audiovisual e média, deve juntar-se a música enquanto arte intertextual e na qual o Norte e a AMP têm potencial indelével designadamente no que tange às suas manifestações mais vanguardistas e underground. Será particularmente importante que a estratégia e as políticas para esta área sejam devidamente articuladas com as dos setores de maior dinâmica tais como a moda, as indústrias tradicionais e o turismo ou, dentro especificamente das ICC, as áreas com maior potencial tais como a arquitetura, o design e o software. Desta feita, será feito um equilíbrio identitário, com carisma e personalidade e potencial de inimitabilidade.

Referências Bibliográficas

Livro

Archbold, J. (2009) – Creativity, the city & the university. A case study of collaboration between Trinity College Dublin & somenearby institutions. Dublin: Trinity Lon Room Hub.

Faggian, A. & Mccann, P. (2010) - Universities, agglomerations and graduate human capital mobility. Cambridge.

Howkins, J. (2010) - The Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job. Hawthorn: Penguin.

Landry, C. (2005) - The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators. London: Comedia/EARTHSCAN.

Pratt, A. C. (2009) - Creativity, innovation and the cultural economy. London: Routledge.

Scott, A. J. (2000) – The Cultural Economy of Cities. London: SAGE Publications.

Throsby, D. (2003) - Economics and Culture. Cambridge, Cambridge University Press.

Capítulo de Livro

Babo, E. P. (2012) – “Cidades Criativas”: branding ou estratégias políticas? Que desafios para as políticas urbanas no contexto do Eixo Atlântico. In FIGUEIREDO, António Manuel; PENABAD, José Manuel Peña; ÁLVAREZ, Enrique José Varela (coords.) – Retos de la Acción de Gobierno para las Ciudades del siglo XXI/Desafios da governação das cidades do século XXI. Porto/Vigo: Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular.

Costa, P. (2007) - Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city. In Cooke, P.; Lazzeretti, L. (org.) - Creative cities, cultural clusters and local development. Cheltenham: Edward Elgar.

Figueiredo, A. M. (2012) – A cidade competitiva. In FIGUEIREDO, António Manuel; PENABAD, José Manuel Peña; ÁLVAREZ, Enrique José Varela (coords.) -

Retos de la Acción de Gobierno para las Ciudades del siglo XXI/Desafios da governação das cidades do século XXI. Porto/Vigo: Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular.

Power, D. (2010) - Consumption, culture and creativity. In *A Handbook of Local and Regional Development*. Editors: Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney. London: Routledge.

Artigo de Revista

Babo, E. (2010) – Da cultura à inovação: os desafios da nova economia. *Cadernos Sociedade e Trabalho*. N.º.14. 53-66.

Comunian, R. (2011) - Rethinking the creative city: the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy. Working paper 6. Available in <http://www.creative-regions.eu/working-papers.html>.

Costa, P. (2008) - Creative Milieus, Gatekeepers and Cultural Production: Evidence from a Survey to Portuguese Artists. *Review of Cultural Economics*. Vol. 11. No. 1. 3-31.

Hesmondhalgh, D.; Pratt, A. C. (2005) - Cultural industries and cultural policy. *International Journal of Cultural Policy*. 11 (1). 1-14.

O'Connor, J. (2007) - The cultural and creative industries: a literature review. robertoigarza.files.wordpress.com/.../rep-the-cultural-and-creative-industries-a-review-of-the-literature-arts-council-england-2007.pdf

Storper, M.; Scott, Allen J. (2009) – Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography*. Vol. 9 (2). 147-167.

Legislação

European Commission (2011) - Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions *Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*. COM(2011) 786/2. Disponível em: http://ec.europa.eu/culture/creative-europe/documents/communication_en.pdf. [Consult. 06 dezembro 2013].

Endereços Electrónicos

ADDICT [Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas] (2013a) – ADDICT: creative industries Portugal [em linha]. Disponível em: <http://www.addict.pt/>.

Relatórios/Projectos

ADDICT – Agência Para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas (2013b) – Proposta de Plano de Atividades e Orçamento 2014. Poreto:

Augusto Mateus Associados (2010) – O setor cultural e criativo em Portugal. Lisboa: GPEARI - Ministério da Cultura.

Bianchini, F. (2006) - Reflections on urban cultural policies, the development of citizenship and the setting of minimum local cultural standards and entitlements. For the

Active citizens, local cultures, European politics project; ECF, ECUMEST. London: Interarts and South East Europe TV Exchanges. www.policiesforculture.org

Comissão Europeia (2010) – Livro Verde Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas. Bruxelas, 27.4.2010 COM(2010) 183 final. Disponível em: http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_pt.pdf. [Consult. 06 dezembro 2013].

Eosa Consultores (2012a) - Estudo das Indústrias Culturais e Criativas Norte de Portugal, Galiza - Agrupamento Europeu de Cooperação Territorial Galicia Norte de Portugal. Porto e Vigo: AGADIC e ADDICT.

Eosa Consultores (2012b) – Mapeamento do setor cultural e criativo no Norte de Portugal. Porto: ADDICT e Agência Primus.

Fundação Serralves (2008) - Estudo Macroeconómico para o desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na região do Norte. Porto: Fundação Serralves.

KEA (2006) - The Economy of Culture in Europe. Bruxelas, KEA, European Affairs.