

Desenvolvimento de Clusters Criativos no Algarve

ANA RITA CRUZ → arcruz@ualg.pt



ILUSTRAÇÃO DE LUIS CARMELO

ROTEIRO

01.

ABORDAGEM

CLUSTERS CRIATIVOS?

02.

ESTRATÉGIA

TURÍSTICO-CRIATIVA?

03.

CASOS

PARA CONSIDERAR



01. ABORDAGEM

CLUSTERS CRIATIVOS?



01. ABORDAGEM

Cluster Criativo

Conceito baseado na Teoria dos Clusters de Michael Porter (1990), aplicado mais tarde às indústrias culturais e criativas (e.g. Florida, 2002; Pratt, 2008; UNCTAD, 2010; DCMS, 1998; KEA, 2006):

Um cluster criativo é uma concentração geográfica de empresas, talento, instituições e organizações culturais e criativas que competem e colaboram entre si, beneficiando de economias de aglomeração.

01. ABORDAGEM

Algarve e a Lógica de Cluster Criativo

Potencialidades:

- Existem sectores com alguma especialização (e.g. artesanato, gastronomia, audiovisual ligado ao turismo, ...).
- Há infra-estruturas e *hubs* localizados (e.g. Faro, Loulé, Portimão).
- Políticas públicas que procuram estruturar o sector.

01. ABORDAGEM

Algarve e a Lógica de Cluster Criativo

Constrangimentos a considerar:

- Território disperso e policêntrico.
- Pouca densidade empresarial criativa (muitas micro-empresas e *freelancers*).
- Dependência de turismo sazonal, que condiciona a continuidade da actividade cultural e criativa.
- Falta de massa crítica dificulta intensidade competitiva e/ou cooperativa.
- Fragilidade da governança regional (não há uma agência/actor regional focado apenas no sector cultural e criativo - SCC).

01. ABORDAGEM

Ecossistema Criativo

Sistema aberto, dinâmico e interdependente de actores culturais e criativos (e.g. profissionais, comunidades, instituições, público, políticas, espaços, mercados) que produzem criatividade de forma distribuída, não necessariamente concentrada geograficamente (Chapain & Comunian, 2014; Bernard, Comunian & Gross, 2022).

Dimensão	Cluster Criativo	Ecossistema Criativo
Origem	Economia empresarial	Ecologia organizacional, sistemas complexos
Enfoque	Competitividade económica	Dinâmicas culturais e sociais
Territorialidade	Localizado, denso	Distribuído, policêntrico
Actores	Empresas + instituições	Comunidades + talento + políticas + espaços + mercados
Governança	Estruturada, formal	Híbrida, colaborativa
Objectivo	Crescimento económico e inovação	Sustentabilidade cultural, diversidade e redes
Escala	Limitada a áreas de alta concentração	Abrange toda a região e os seus fluxos

01. ABORDAGEM

Algarve e a Lógica de Ecossistema Criativo

- Recursos culturais e criativos dispersos (cidades médias, aldeias e vilas, litoral e interior).
- Diversidade de actores: associações culturais, colectivos, artesãos, comunidades migrantes, festivais (Faro, Loulé, Lagos, Portimão), escolas artísticas, espaços informais.
- Forte ligação entre cultura e paisagem (e.g. mar, ruralidade, património imaterial).
- Turismo como sistema conectado a práticas criativas (eventos, gastronomia, artesanato, *storytelling* territorial).
- Mobilidade internacional de criativos (nómadas digitais, residentes sazonais).
- Dinâmicas culturais difusas, não concentradas numa única cidade ou polo.
- Relevância de fluxos (ideias, práticas, públicos) mais do que da proximidade física.

01. ABORDAGEM

Que Abordagem Adoptar face às Especificidades Territoriais?

- Ecossistema criativo como abordagem principal.
- Pequenos clusters sectoriais como “módulos especializados” dentro do ecossistema:

Turismo criativo
e *storytelling*
territorial

Artesanato e
design
contemporâneo

Património e
mediação
cultural

Festivais e
eventos
culturais e
gastronómicos

02.

ESTRATEGIA

TURÍSTICO-CRIATIVA?



02. ESTRATEGIA

Estratégia Nacional de Especialização Inteligente 2030

Transição Digital

Materiais, Sistemas
e Tecnologias de
Produção

Transição Verde

Sociedade,
Criatividade e
Património

Saúde,
Biotecnologia e
Alimentação

Grandes Ativos
Naturais: Floresta,
Mar e Espaço

Fonte: ENEI (2021: 20)

02. ESTRATEGIA

Estratégia Nacional de Especialização Inteligente 2030

ENEI 2030	EREI Norte		EREI Centro		EREI Lisboa		EREI Alentejo		EREI Algarve		EREI R.A. Açores	EREI R.A. Madeira		
Transição Digital	Tecnologias, Estado, Economia e Sociedade	Industrialização e Sistemas Avançados de Fabrico	Materiais, Tooling e Tecnologias de Produção	Tecnologias Digitais e Espaço	Transição Digital	Ensino Superior	Digitalização da Economia		Digitalização e TIC		Transformação Digital e Economia 4.0	Tecnologias Digitais e Economia 4.0		
Materiais, Sistemas e Tecnologias de Produção	Industrialização e Sistemas Avançados de Fabrico		Materiais, Tooling e Tecnologias de Produção	Tecnologias Digitais e Espaço	Transição Digital	Ensino Superior	Bioeconomia Sustentável							
Transição Verde	Mobilidade Sustentável e Transição Energética		Recursos Naturais e Bioeconomia	Energia e Clima	Transportes e Mobilidade	Ensino Superior	Energia Sustentável	Mobilidade e Logística	Sustabilidade Ambiental		Economia Circular, recursos e território	Ambiente, Ação Climática e Geobiodiversidade	Economia Circular, Transição Energética, Recursos e Território	
Saúde, Biotecnologia e Alimentação	Ciências da Vida e Saúde	Sistemas Agroambientais e Alimentação	Saúde e Bem-Estar	Recursos Naturais e Bioeconomia	Saúde	Agroalimentar	Inovação Social e Cidadania		Saúde, Bem-Estar e Longevidade	Recursos Endógenos Terrestres	Agricultura e Agroindústria	Qualidade de vida e desafios sociais	Saúde e Bem-Estar	Agricultura, Alimentação
Sociedade, Criatividade e e Património	Criatividade, Moda e Habitos	Ativos Territoriais e Serviços do Turismo	Cultura, Criatividade e Turismo		Indústrias Culturais e Criativas	Turismo e Hospitalidade	Ecosistemas Culturais e Criativos	Serviços de Turismo e Hospitalidade	Turismo	Indústrias Culturais e Criativas	Turismo e Património	Turismo		
Grandes Ativos Naturais: Floresta, Mar e Espaço	Sistemas Agroambientais e Alimentação		Tecnologias Digitais e Espaço		Economia Azul	Transportes e Mobilidade	Bioeconomia Sustentável	Mobilidade e Logística	Economia do Mar		Espaço e Ciência dos Dados	Dinâmicas Atlânticas e Geoestratégicas	Recursos e Tecnologias do Mar	
	Recursos e Economia do Mar		Recursos Naturais e Bioeconomia		Ensino Superior				Recursos Endógenos Terrestres		Mar e Crescimento Azul			
Legenda	Parcial	Abrangente	Elevado											

Fonte: ENEI (2021: 104)

02. ESTRATEGIA

Estratégia Regional de Especialização Inteligente do Algarve 2030

Domínios de Especialização



Fonte: EREI Algarve (s/d: 1)

02. ESTRATEGIA

Relação entre
Priorização e
Orçamento
Atribuído por
Áreas da
Especialização
Inteligente (UE)



02. ESTRATEGIA

Agrupamento das Actividades do Sector Cultural e Criativo

Grupo	Subgrupo	Actividades Específicas
Actividades Culturais	Artes Visuais	Pintura, escultura, <i>new media</i> e instalação.
	Artes Performativas	Teatro, dança, <i>performance</i> , ópera e outras.
	Património	Sítios e monumentos históricos, museus, bibliotecas e arquivos.
Indústrias Culturais	Cinema e Vídeo	Produção, reprodução, distribuição e projecção de filmes e vídeos.
	Fotografia	Fotografia.
	Rádio e Televisão	Actividades de rádio e televisão.
	Videojogos e Software	Edição de videojogos e programas informáticos.
	Música	Actividades de gravação, edição e reprodução de música.
	Livros e Imprensa	Edição de livros, jornais, revistas e outras edições periódicas.
Indústrias Criativas	Arquitectura	Arquitectura.
	Design	Design gráfico, industrial, de moda, de joalharia e tecnológico.
	Publicidade	Actividades de publicidade.
Indústrias Relacionadas	Artesanato	Artesanato e expressão popular.
	Ensino Artístico	Ensino de actividades artísticas.
	Turismo	Alojamento e outros serviços turísticos.

Fonte: Elaboração própria inspirada em Costa et al. (2017)

03. □ **CASOS**

COMPARAÇÃO



TURISMO ⇒ CRIATIVIDADE

Dubrovnik (Croácia)



Explosão de visitantes atraídos pela imagem cinematográfica da cidade. Oferta cultural passou a obedecer a uma narrativa e estética externa, pré-formatada.

Barcelona (Espanha)



Referência internacional de urbanismo, cultura e desenho urbano, usado para atrair investimento, turismo e projecção no mercado global.

ValênciA (ESPAÑA)



Tentou ligar cultura e turismo de forma integrada, mas o modelo foi pouco sustentável fora da época alta, caindo na eventização cultural.

Óbidos (Portugal)



Transformação da identidade local em marca turística, com muita programação cultural, mas pouca indústria criativa estruturada.

CRIATIVIDADE ⇒ TURISMO

BILBAU (ESPAÑHA)



Começou com o Guggenheim, mas desenvolveu um ecossistema criativo autónomo (design, cinema, videojogos).

MATERA (ITÁLIA)



Mobilização comunitária, recuperação do património como infra-estrutura social e da valorização das práticas culturais locais.

DUNDEE (ESCÓCIA)



Transformação em cidade pós-industrial feita com base em indústrias criativas, requalificação urbana e educação artística.

BRIGHTON (REINO UNIDO)



Cluster criativo diversificado, com forte presença digital, com infra-estruturas educativas e co-working.

FACTORES-CRITICOS DE SUCESSO

01. Dimensão de Governança e Políticas Públicas:

- Continuidade e visão de longo prazo (independentes de ciclos eleitorais).
- Política cultural integrada (cultura + economia + educação).
- Coordenação inter-institucional forte (consolidar redes entre municípios, universidade, associações e agentes culturais).

O sucesso exige estabilidade institucional e continuidade estratégica.

FACTORES-CRITICOS DE SUCESSO

02. Dimensão Económica e Institucional:

- Apoio à produção artística e criativa.
- Presença de pequenos clusters sectoriais que funcionem como bases produtivas locais.
- Financiamento diversificado (e.g. garantir investimento municipal regular para reduzir dependência de fundos europeus).

Territórios criativos desenvolvem ecossistemas produtivos, não apenas programação.

FACTORES-CRITICOS DE SUCESSO

03. Dimensão Cultural e Simbólica:

- Base identitária valorizada e reinterpretada.
- Curadoria profissionalizada e contínua (programadores culturais com visão consistente e de longo-prazo).

Identidade local como base, não como limite.

FACTORES-CRITICOS DE SUCESSO

04. Dimensão Territorial:

- Reutilização qualificada do património industrial.
- Acessibilidade e conectividade física e digital (e.g. integração de redes nacionais e europeias).

Activar o território como plataforma de criatividade.

FACTORES-CRITICOS DE SUCESSO

05. Dimensão Social e Comunitária:

- Envolvimento activo da comunidade (e.g. mobilização de escolas, associações e cidadãos).
- Formação, atracção e fixação de talento jovem como motores de renovação criativa.
- Comunicação coerente, consistente e inclusiva.

A criatividade floresce onde há participação e talento.

NOTAS FINAIS

PARA REFLEXÃO



IDEIAS COMPLEMENTARES

Problemática da subordinação estratégica do SCC ao turismo

A tendência para enquadrar o SCC, sobretudo, como complemento ao turismo arrisca reproduzir a dependência económica do Algarve e limitar o seu desenvolvimento autónomo.

Falta de dados sobre a actividade do SCC

Os dados sobre o SCC em Portugal são escassos e fragmentados, dificultando a compreensão do seu peso económico e o desenho de políticas eficazes.

Informalidade do SCC difícil de captar em dados oficiais

Grande parte da actividade criativa opera em modelos informais ou híbridos, ficando fora das estatísticas oficiais e tornando o sector sub-representado.

OBRIGADA

ANA RITA CRUZ

arcruz@ualg.pt



Ana Rita Cruz recebe financiamento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT, Portugal), através da Universidade do Algarve, no âmbito da 2ª edição do Concurso de Estímulo ao Emprego Científico - Institucional (DOI: 10.54499/CEECINST/00052/2021/CP2792/CT0003) e no âmbito do projecto UID/04020.