



RELATÓRIO

No âmbito da Estratégia Regional de Especialização Inteligente (EREI Algarve) realizou-se na CCDR Algarve, I.P., no passado dia 25 de novembro de 2025, uma reunião da plataforma de inovação e colaboração (PIC) dedicada ao domínio “Indústrias Culturais e Criativas”.

O evento reuniu cerca de 90 participantes dos diversos quadrantes socioeconómicos, nomeadamente empresas, associações, entidades públicas e do sistema científico e tecnológico.

ABERTURA

Na sua intervenção, **José Apolinário, Presidente da CCDR Algarve**, começou por referir o papel das CCDR enquanto instrumento de territorialização e de proximidade das políticas públicas europeias junto dos cidadãos, dos municípios e demais entidades locais. O facto de haver um programa regional de fundos europeus e da CCDR ter a missão de desenvolver os melhores processos de alocação daquelas verbas, nos diversos domínios, justificaria, segundo o próprio, a amplitude do encontro daquela manhã.

Sublinhou que a cultura era um exemplo evidente do impacto dessa ação no território, recordando a requalificação do Centro Interpretativo de Sagres, bem como outras intervenções em património cultural de interesse público.

Considerando a inclusão das indústrias culturais e criativas (ICC) na estratégia regional de especialização inteligente do Algarve 2030, José Apolinário salientou o esforço da CCDR Algarve em dinamizar a vertente empresarial associada à cultura e criatividade, citando empresas como a Innuos e a SPIC, reconhecidas internacionalmente pela produção de equipamentos inovadores de alta tecnologia. No plano académico, valorizou o investimento da Universidade do Algarve e do ISMAT em infraestruturas tecnológicas e formação avançada nas

áreas do digital e das indústrias culturais e criativas. A ETIC Algarve e o Museu Zero, este último pelo projeto de vivificação do interior através de requalificação de património, também mereceram a sua referência.

O Presidente notou que a reunião da Plataforma integra o processo de descoberta empreendedora, cujo propósito é “juntar pessoas, estimular a interação e gerar, de forma colaborativa, novos projetos inovadores” que reforcem o papel das ICC no desenvolvimento regional.

Nas suas considerações finais referiu a publicação recente do encarte “Algarve, Viver o Património, Abraçar a Cultura”, no qual a CCDR Algarve destaca a mobilização de fundos do programa regional, através do FEDER e do Fundo Social Europeu, em equipamentos de interesse cultural, recursos humanos altamente qualificados e também em iniciativas específicas como o “impulso social para a cultura”, em que através de projetos de natureza cultural se promove a inclusão social. Na revista assinala-se ainda os apoios ao associativismo, dirigidos aos agentes culturais não profissionais e geridos pelos serviços regionais de cultura.

Deixou também uma nota para os desafios lançados recentemente pela Comissão Europeia, através da comunicação “A Bússola Cultural para a Europa”, um documento publicado no seguimento de uma vasta consulta pública e que marca o quadro de orientação para a intervenção das políticas públicas europeias no domínio da cultura até 2028, mas já preparando o que será o quadro 2028-2034.

Na sequência tomou a palavra o **diretor da Unidade de Cultura da CCDR Algarve, Frederico Tatá Regala**, que, numa intervenção curta, relevou a importância das indústrias culturais e criativas como um setor abrangente, que vai das artes à tecnologia e às ciências, e que é gerador de bens e serviços com valor social e económico e com impacto no bem-estar e na resiliência social.

Referiu ainda que tem um impacto muito grande na identidade cultural, na inclusão social e no esbatimento de clivagens sociais, sendo, portanto, um dos vetores de normalização das sociedades.

Para finalizar o alinhamento da abertura seguiu-se **Maria de Lurdes Carvalho, diretora da Unidade de Planeamento e Desenvolvimento Regional da CCDR Algarve**, que veio apresentar a EREI - Estratégia Regional de Especialização Inteligente do Algarve, adaptada para o período 2030, nomeadamente os objetivos da Plataforma de Inovação e Colaboração (PIC) para o domínio das ICC.

Depois de apresentar resumidamente os domínios da EREI Algarve 2030 e do seu sistema de governação, destacou a atividade do Conselho de Inovação Regional, um fórum periódico de debate, monitorização e validação das linhas de ação da estratégia. Seguidamente explicou que já tinham sido lançadas várias plataformas de inovação e colaboração, dedicadas aos domínios da EREI, no âmbito das quais foram organizados espaços de descoberta empreendedora, alguns deles com um caminho próprio dinamizados por entidades regionais, como o NERA e a Algarve Evolution. Ainda informou que o início do PIC da Saúde, Bem-estar e Longevidade estaria previsto para o próximo dia 14 de janeiro de 2026.

Na área das indústrias culturais e criativas, Lurdes Carvalho lembrou alguns dos projetos apoiados nos quadros de programação de 2020 a 2030 e que a CCDR acompanhou no âmbito da EREI, de forma a potenciar e catalisar inovação. Também aproveitou para frisar que a cultura e a criatividade constituem um desafio transversal às estratégias de especialização inteligente em Portugal, embora com aspetos e opções diferenciadas.

Em relação ao Algarve, apresentou as ações transformativas do setor definidas em plano, agregadas de duas formas: por um lado, as estruturantes, designadamente a “Valorização do capital simbólico e de ativos culturais” e o “Desenvolvimento de clusters criativos”, correspondendo de certa forma aos dois painéis da sessão - cultura e indústria criativa; por outro, as ações que, embora contendo valor transformativo *per si*, podem constituir meios ou ferramentas para potenciar as ações estruturantes, como os estímulos a residências criativas, a produção criativa de conteúdos e o uso de elementos digitais como a realidade virtual e aumentada.

Mencionou o crescimento do setor criativo no Algarve, com dados entre os anos de 2015 e 2023, nomeadamente nas Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias, cujas 1683 empresas representam cerca de 45% das ICC regionais. No entanto, salientou três grupos de atividades que, no período em análise, tiveram um crescimento em número de empresas superior a 50%: as atividades fotográficas, as atividades de design e a produção de filmes e vídeos e de programas de televisão.

Lurdes Carvalho também se referiu às oportunidades de financiamento abertas no Programa Regional ALGARVE 2030, no Interreg/POCTEP e no programa Europa Criativa, tendo para o efeito ilustrado a sua abordagem com alguns projetos regionais co-financiados por estes sistemas. Em particular deteve-se na vertente “Redes Urbanas”, na qual os municípios de Faro e Lagos irão usufruir de montantes substanciais para desenvolver ecossistemas criativos nos respetivos centros urbanos. Direccionou as eventuais questões sobre o ALGARVE 2030 para o Balcão dos Fundos, tendo ainda assinalado a realização dum workshop de divulgação do Europa Criativa no dia 16 de janeiro de 2026, nas instalações da CCDR Algarve.

Por fim, e após ter abordado, de forma sintética, as cinco ações principais da “Bússola da Cultura para a Europa”, deteve-se num esquema com a “roda” de fatores que irão permitir impulsionar o domínio das ICC nos próximos anos, com a colaboração próxima dos stakeholders regionais, alguns deles representados na imagem com os respetivos logotipos, e cuja articulação foi considerada muito relevante para um contexto de inovação. Outros dos fatores destacados foram a valorização das competências dos recursos humanos e da investigação & desenvolvimento produzida na área, nomeadamente pela Universidade do Algarve e pelo ISMAT, tendo terminado com a referência ao papel central e coordenador da CCDR Algarve, enquanto gestor do processo de especialização inteligente regional.

PAINEL CULTURA

“A AÇÃO CULTURAL COMO ELEMENTO TRANSFORMATIVO DA REGIÃO”

Dália Paulo - Diretora Municipal da Câmara Municipal de Loulé

Como introdução ao tema, a oradora começou por frisar que quando se fala de cultura ou de indústrias culturais e criativas parte-se sempre de um lugar, duma geografia e dum passado, e que esse nosso lugar era a região do Algarve, mostrando para o efeito o verso de Miguel Torga “Sou algarvio e a minha rua tem um mar ao fundo”. Por outro lado, referiu-se também às barreiras que têm de ser derrubadas entre os criadores e profissionais das ICC e o conjunto das pessoas, falando na aproximação da cultura à população, no “tocar as pessoas”.

Partindo do conceito oficial de ICC, da Direção-Geral de Atividades Económicas, que abarca muitos setores, refletiu se faria sentido ter-se indústrias culturais e criativas no mesmo conceito, juntas, pois, em termos de números, volume de negócios, as indústrias criativas propriamente ditas estariam sempre a ganhar na sua relevância perante as atividades da cultura, que abordam sobretudo questões ligadas ao património e à criação. Aliás, Dália Paulo, dando seguimento ao seu raciocínio, considerou a palavra “criação” como o conceito-chave, referindo algumas conclusões da conferência mundial Mondiacult (Barcelona, 2022) sobre a definição de cultura, sublinhando a vida cultural como direito humano, dignidade, identidade e liberdade, e contribuindo decisivamente para o desenvolvimento económico sustentável.

Ainda na mesma linha de pensamento, recomendou um livro que considerou de “resistência”, intitulado “A cultura não é uma indústria”, de Justin O’Connor, que coloca a cultura ao nível de outros bens essenciais como a habitação, saúde, educação, e que, segundo a oradora, faz-nos refletir sobre o apoio das entidades públicas, nomeadamente das autarquias, às indústrias culturais e criativas, no seu papel transformativo junto das populações.

Deixou alguns números da Eurostat que refletem a importância económica do setor cultural na Europa, ao que aproveitou para apelar à utilização dos fundos europeus, que considerou um ponto fraco da região, salientando o facto de muitos atores regionais terem medo de avançar, não só como parceiros, mas mesmo na liderança de projetos internacionais.

A responsável municipal referiu-se ainda ao recente relatório mundial de política cultural da UNESCO, que informa que 93% dos Estados-Membros reconhecem a cultura como um fator importante do desenvolvimento sustentável dos seus territórios. Porém, a cultura é considerada o “ODS ausente”, tendo lançado o desafio à região e à CCDR para se contribuir, de forma pioneira e através de ações conjuntas e colaborativas, a posicionar a cultura como um novo ODS na próxima revisão da Agenda 2030.

Descendo à realidade local, Dália Paulo falou do potencial imenso quando a cultura se abre e trabalha com outras áreas, como o turismo, referindo que o turismo cultural representa já 40% do turismo europeu e que na região algarvia já gera algum impacto, sobretudo na época baixa. Defendeu que a região, se tiver a capacidade de criar eventos culturais com impacto, como alguns que foram apoiados pelo Algarve 365 e outras iniciativas, está a proporcionar à economia um acréscimo de valor, mas também está a proporcionar a atração de pessoas,

criativos, a criação de ecossistemas, o que pode consolidar a prática artística na região. Sobretudo uma prática artística livre, como frisou, que permita efetivamente haver indústrias culturais e criativas fortes e uma população com acesso à cultura, tal como proposto pela Convenção de Faro, que há 20 anos, recordou, lançou o lema do “valor do património cultural para a sociedade”.

No seguimento da sua intervenção considerou que, no tempo presente, 20 anos depois, o Algarve é muito diferente ao nível da cultura, apresentando uma rede de teatros, de cineteatros e de galerias, um conjunto de estruturas profissionais ligadas ao plano nacional das artes, que empodera a região, não só do ponto de vista económico, mas sobretudo, no que a oradora considera ser o mais importante, com uma população pensante e livre.

Assim sendo, salientou que falar de cultura é falar duma transformação ao nível da região, que colocou em 4 dimensões: económica, social, territorial e cultural. De forma sucinta focou alguns dos aspetos transformativos: a criação de emprego qualificado ao nível do património e das artes, a capacidade de atrair pessoas com talento através da oferta cultural, a coesão territorial e o combate à desertificação (referiu neste aspetto o Museu Zero e o Lavrar o Mar), entre outros. Relevou, uma vez mais, o impacto económico da cultura, que não deverá ser desvalorizado, mas acrescentou que a ação cultural pode fazer a diferença nos territórios a nível social porque, como exclamou, “não há territórios sem cultura e não há cultura sem este investimento e não há pessoas felizes, resistentes, sem este trabalho na área cultural”. Por fim também salientou a cultura como motor de inovação, designadamente através da tecnologia digital, patente em conteúdos criativos e nas plataformas de difusão.

Mencionou ainda fatores críticos de sucesso, como a governação colaborativa entre atores públicos e privados, felicitando a CCDR Algarve pela iniciativa do encontro, mas apelando a uma dinâmica dos agentes “de baixo para cima”, nomeadamente apostando em equipas qualificadas e numa programação regular nas infraestruturas culturais e criativas edificadas nos últimos anos. Para esse efeito considerou fulcral a formação e capacitação de profissionais do setor, nomeadamente de cariz técnico. Frisou mesmo que os equipamentos culturais só existem se eles forem “casa das pessoas” e se tiverem uma forte ligação à comunidade e à educação.

Em relação aos desafios a superar, focou diversos aspectos como a dependência ainda excessiva do turismo de massas, a fragmentação da oferta cultural, para a qual referiu que a AMAL e a RTA poderiam ter um papel importante na unificação e articulação entre agentes culturais, e a necessidade de profissionalização do setor.

Terminou a sua apresentação com o que considerou serem duas questões fundamentais, relativas ao aproveitamento de marcas culturais distintivas no território: a Fortaleza de Sagres - Marca do Património Europeu e Lugar de Globalização e, desde setembro do presente ano, o Geoparque Algarvensis – Geoparque Mundial da UNESCO, único a sul do Tejo e o sétimo português.

Mesa Redonda

"POTENCIAMENTO DO ECOSISTEMA CULTURAL / ARTICULAÇÃO DE STAKEHOLDERS"

Alexandra Rodrigues Gonçalves, diretora da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da UAlg e moderadora do painel, assinalou que os dois temas da mesa não vivem um sem o outro, tendo começado por solicitar a cada participante uma breve apresentação da sua entidade e uma leitura sobre o seu papel na relação com a cultura e o setor criativo.

O primeiro a tomar a palavra foi **João Pedro Bernardes**, em representação do Centro de Estudos em Arqueologia, Artes e Ciências do Património (CEAACP) da Universidade do Algarve, um pequeno polo ligado ao património cultural e que tem sede na Universidade de Coimbra, integrando ainda o campo arqueológico de Mértola. Os 11 investigadores do CEAACP, arqueólogos, arquitetos e historiadores, trabalham sobretudo na valorização do património cultural em torno do Mediterrâneo, com um conjunto de atividades arqueológicas muito focadas no impacto das alterações climáticas nomeadamente com o recuo da linha de costa em sítios arqueológicos. Referiu ainda que são a única equipa de investigação portuguesa que tem atividade na antiga Mesopotâmia.

Neste ponto, a moderadora quis saber de que forma o Centro se relaciona com outros agentes do ecossistema, como autarquias, de forma que o conhecimento seja transportado para a sociedade em si e utilizado, por exemplo, para a própria criação artística. João Bernardes referiu que têm vários projetos conjuntos com as autarquias, não apenas ao nível arqueológico, mas também a outros níveis, nomeadamente no património arquitetónico, considerando que há um benefício mútuo da colaboração. Por um lado, disse que os investigadores universitários ficam com um acesso ao terreno que não teriam se permanecessem fechados na sua "redoma" e, por outro lado, os técnicos autárquicos recebem desse intercâmbio novos influxos, dado que não estão tão ligados às inovações como se está na universidade, decorrente da natureza do trabalho de investigação.

O investigador sublinhou que a colaboração é extensível também a outras instituições, sejam públicas ou privadas, focando, a título de exemplo, a rede de museus do Algarve, que considerou uma referência a nível nacional.

Dando seguimento ao debate, Alexandra Gonçalves colocou a questão da relação da cultura e criatividade com o turismo, considerando uma relação essencial na região, dada a dimensão dos vários projetos em curso que envolvem o turismo cultural.

Fátima Catarina, vice-presidente da Região de Turismo do Algarve começou por se referir ao plano de marketing estratégico, recentemente revisto, e que vigorará até 2028. Frisou que o turismo cultural surge como um importante produto de aposta e, nessa sequência, muitos são os projetos que se têm vindo a desenvolver nesse contexto, por exemplo nos produtos de artesanato ou a nível da gastronomia.

A esse propósito referiu que, a nível internacional, o turismo cultural representa 40% da procura turística, segundo dados da OMT, e que, de facto, este produto turístico também é

importante na região para atenuar a sazonalidade, a par de outros, como o turismo de natureza.

A moderadora recordou que o uso inteligente do turismo associado à cultura já tinha vindo a ser construído com programas de criação e animação cultural, nomeadamente o 365 Algarve, o Allgarve e outros programas em rede entre vários municípios. Fátima Catarina concordou que o 365 Algarve foi muito importante para a dinamização dessas atividades no Algarve, onde não existia quase nada, informando que atualmente existe outro tipo de programa, o Portugal Eventos, onde se desenvolvem alguns projetos selecionados, mas infelizmente com verbas muito mais reduzidas do que os anteriores. Informou que o programa já encerrou, para o presente ano, mas prevê a sua reabertura no próximo.

Prosseguindo, **Marco Lopes**, do Museu Municipal de Faro, foi chamado a referir-se ao papel dos museus e de outros equipamentos culturais no ecossistema cultural e criativo da região. Relativamente ao mundo museológico regional reconheceu existirem muitos museus que ainda não cumprem os critérios e que não têm condições, ao nível dos recursos, das equipas e dos orçamentos, acabando por encerrar, o que em termos de potenciação turística cultural não é positivo.

Quanto ao papel dos museus, o orador começou por lançar um primeiro tópico, a função de salvaguarda do património, ao que aditou a promoção de conhecimento e de conteúdos qualificados e rigorosos, fruto de investigação profunda e meticulosa. Na sua visão devem ser mais do que espaços meramente expositivos, devem provocar o estímulo para o envolvimento das novas gerações num compromisso pela cidadania, de um pensamento crítico e de um acesso livre à democracia cultural. A este propósito recordou a realização recente das Jornadas da Rede Museus do Algarve, em Portimão, em que o tema era o poder dos museus, um poder transformador, que potencie a atração de públicos, a oferta turística e um trabalho em continuidade.

Marco Lopes disse que esse papel deveria ser ainda mais ousado, apostando na internacionalização e na ampliação da oferta e da programação, quebrando a barreira local, dos respetivos concelhos, e trabalhando mais a mediação cultural. Também salientou que algo essencial é dinamizar a complementariedade da oferta entre museus, não se ser redundante e procurar criar espaços museológicos com coleções diferenciadas das que estão ao lado.

Terminou a sua intervenção frisando que é importante existir cooperação e solidariedade na rede de museus do Algarve, referindo áreas concretas como a conservação e restauro, a museografia, o acompanhamento arqueológico e inclusivamente a área do design. Neste âmbito, particularizou a criação de reservas museológicas regionais, algo que considerou pertinente, por existirem coleções que estão a crescer de maneira avassaladora, enquanto os equipamentos de reservas dos museus municipais encontram-se limitadíssimos.

Entretanto, a moderadora do debate deu a palavra a **Nuno Pereira**, do LAC - Laboratório de Atividades Criativas, sobre o qual afirmou ser um verdadeiro laboratório vivo a barlavento, perguntando-lhe como é que a associação tem contribuído para o ecossistema regional e local.

Nuno Pereira disse que o LAC é uma associação cultural sediada em Lagos, que dinamiza atividades em 4 domínios principais, sendo um deles o domínio da criação, através da realização das residências artísticas e um segundo o da programação, através da realização de concertos, de conferências e de exposições. Referiu ainda o domínio da mediação, onde trabalham com o serviço educativo, com a comunidade em geral e com as escolas em particular, e ainda com bairros periféricos, através do eixo do programa “Inclusão pela Cultura”, promovido pelo Algarve 2030. Finalmente, o domínio da circulação, em que têm uma ação a nível nacional, designadamente em cidades como Lagos, Lisboa, Coimbra e Caldas.

Referiu ainda o aspeto de pertencerem à RPAC, rede portuguesa de arte contemporânea, que lhes permite trabalhar de uma forma mais consistente e promover os artistas através das residências artísticas, que desde há 20 anos permitem a criação nas mais diferentes áreas, nas disciplinas das artes visuais, da pintura, da escultura, da cerâmica, do vídeo e das áreas performativas, especialmente na área da música.

Segundo o responsável associativo, as residências permitem aos artistas trabalharem em duas áreas principais, na sua própria “bolha” enquanto trabalho de introspeção durante o processo criativo, e depois estar numa “bolha” mais coletiva, enquanto estão a produzir num ambiente coletivo. O contributo das residências é a fixação dos artistas na região, pois durante todo o ano aproximadamente 50 artistas desenvolvem o seu trabalho nas instalações da LAC em regime de permanência, havendo outros 30 a 40 que circulam temporariamente, nos mais diferentes projetos, desde a arte urbana à arte contemporânea, até projetos mais específicos, como a fotografia e a música.

Nuno Pereira ainda frisou que estas residências também permitem o desenvolvimento de novos públicos e atividades de mediação, pois com as residências levam os artistas às escolas e, em sentido inverso, as escolas a visitar os artistas, dando a conhecer os processos criativos que cada um está a desenvolver.

Por fim, realçou o contributo desta atividade para a coesão territorial, através de ações em territórios de baixa densidade, nas freguesias mais rurais, usufruindo da articulação de parcerias com o Município de Faro, Museu Zero e ISMAT, entre outras.

Para uma segunda ronda de questões, Alexandra Gonçalves indagou os participantes sobre o impacto transformativo da cultura e da criatividade no território do Algarve e o que falta para que o ecossistema cultural seja sustentável todo ano.

João Pedro Bernardes referiu que considera fundamental a preservação de ambientes que promovam o bem-estar e a cultura, para que haja atração de pessoas que não seja apenas pelo sol e praia, sendo que, neste contexto, é essencial a salvaguarda do património arquitetónico e dos centros históricos, através do trabalho em rede, nomeadamente com as autarquias, sob pena, segundo o orador, de se “criar vazios culturais onde as pessoas efetivamente não se sentem bem”.

Depois salientou preocupações recentes com o património costeiro, profundamente ameaçado pelas alterações climáticas, referindo, a título de exemplo, algumas fortalezas que são ícones do património militar do Algarve, como a de Cacela, a da praia de Almádena, que

podem estar em risco de derrocada. Assim sendo, defendeu a realização de levantamentos rigorosos, nomeadamente com a tecnologia LIDAR.

Por fim, falou da questão da digitalização, referindo que todos esses bens poderiam ser levantados digitalmente através da fotogrametria para dispor ao menos de um registo completo, em caso de perda do património. Mais uma vez assinalou a necessidade de colaboração entre a universidade e as respetivas equipas de investigação com quem está no terreno, designadamente as autarquias e os técnicos municipais.

Por sua vez, **Fátima Catarina** voltou a referir-se ao plano estratégico da RTA, assinalando que, nesse contexto, estão a implementar o projeto INOVA, que contempla um programa de desenvolvimento do turismo de experiências culturais e criativas. Entre as ações previstas para 2026 destacou a criação duma marca, de uma plataforma digital, de um prémio para as melhores experiências culturais e criativas e também de um festival de turismo criativo do Algarve.

A responsável do turismo regional salientou ainda o estudo sobre o turismo cultural no Algarve, elaborado no âmbito do projeto Algarve Premium, referindo o dado, que considerou curioso, de 41,5% dos turistas que nos visitam serem motivados por questões ligadas à cultura, de uma forma ou de outra, quer pela gastronomia como pela procura de outras experiências culturais e criativas.

Relativamente à rede de museus, **Marco Lopes** acrescentou que esta teve a necessidade de se desdobrar em vários grupos de trabalho, o Grupo do Património Cultural Imaterial, o Grupo da Arqueologia, o Grupo da Conservação e Restauro e o Grupo da Educação ou Mediação, para dar uma resposta técnica mais eficiente nas várias áreas e aprimorar o trabalho em rede.

Quanto ao caminho a percorrer, focou a questão da recuperação e restauro do património, que tem de ser feito por equipas competentes, dado que pode ter consequências no que é uma oferta qualificada do ponto de vista cultural ou turístico. Quanto à programação dos museus, referiu a utilização dos espaços museológicos ou de espaços monumentais para uma série de outras atividades criativas mais ou menos arrojadas, um poder que os museus podem trazer naquilo que são experiências mais diferenciadas.

Outro caminho a fazer é o da comunicação, que, segundo o responsável, tem de ganhar outra amplitude e outra energia, pois, de momento, são poucos os que conhecem os espaços museológicos de Vila Real de Santo António até Vila do Bispo. Para além do investimento articulado em comunicação, voltou a insistir na questão da acreditação, pois considerou que não há qualificação e visitação em condições que sobrevivam sem acreditação e, por consequência, sem a monitorização dos espaços culturais, em geral, e dos museológicos, em particular.

Para terminar, voltou a falar na investigação e no poder do conhecimento e nos caminhos da digitalização, tendo referido como uma boa experiência a exposição virtual online de cartazes de cinema raros do Museu Municipal de Faro produzida em parceria com o CIAC.

Ao **Nuno Pereira** pediu-se uma opinião sobre a produção contemporânea e como é que esta pode criar impactos na região e ser mais sustentável todo o ano. A propósito da sustentabilidade da atividade de criação lançou o repto aos vários municípios para a refuncionalização de espaços desativados, nomeadamente para a instalação de residências artísticas, e ainda focou a necessidade de mais apoio à capacitação, quer para os agentes culturais, quer para os artistas.

Como balanço das ideias-chave da mesa-redonda, **Alexandra Gonçalves** salientou as propostas duma maior articulação entre os stakeholders, que poderiam culminar na organização dum fórum regional da cultura e criatividade, embora tenha reconhecido que a presente plataforma já teria um pouco esse objetivo. De facto, o que importaria seria a existência duma maior aproximação entre os diferentes tipos de agentes, sejam entre museus e criadores contemporâneos ou mesmo entre os museus e o património físico ou imaterial. Fez também referência à Dieta Mediterrânica, considerando que é outro património mundial que se deveria salvaguardar e valorizar na região como um todo, e, sobretudo, continuar a trabalhar a educação e a criação para a cultura e para as artes. Não quis terminar sem se manifestar preocupada com as alterações climáticas e com o efeito que pode ter no património mais físico, havendo necessidades de planos de preservação.

Espaço de Descoberta Empreendedora

Contributos dos participantes com projetos e desafios para ações colaborativas a explorar no âmbito da Plataforma

João Rodrigues, da Chimera Visuals, apresentou-se para falar da proposta do Algarve Submerso - Museu digital de Património Subaquático, referindo que os projetos de digitalização do património regional não podem esquecer que no mar, abaixo da linha da água, existe um património riquíssimo, tanto a nível natural, com ecossistemas únicos no planeta, como no plano cultural e histórico.

Como exemplo desse património destacou as grutas marinhas de Sagres, a nova área marinha protegida da “Pedra do Valado” e, no mar profundo, corais de extrema relevância como o coral vermelho. Na componente histórica mencionou os vestígios de importantes naufrágios, como o “vapor das 19”, em Sagres, e o bombardeiro da Segunda Guerra Mundial, em Faro. Referiu que a digitalização, para além de preservar no tempo o conhecimento do património submerso, também permitirá o acesso a todos aqueles que fisicamente não conseguem mergulhar.

A empresa do João Rodrigues é especializada em documentar património e vida selvagem subaquática, trabalhando com a BBC, a National Geographic e a Netflix, entre outras, utilizando a mais recente tecnologia, que consegue captar mesmo os fundos mais lodosos da Ria Formosa. A sua proposta é olhar para o mar e juntar várias partes que possam produzir e dinamizar um projeto de digitalização, a nível da fotografia da alta qualidade, realidade virtual ou cinematografia, proporcionando essas visitas virtuais através da rede de museus do Algarve, dos centros de ciência viva do Algarve, entre outras plataformas.

Luís Guerreiro, em representação do NERA, veio apresentar um plano de ação sobre turismo cultural e criativo no Algarve, desenvolvido por um grupo de trabalho em 2023, numa altura em que Faro se candidatava à Capital Europeia da Cultura. Segundo ele, grande parte das ações que foram identificadas ainda fazem muito sentido na atualidade e, por isso, numa lógica de descoberta empreendedora, decidiu colocar à consideração dos participantes.

O plano comporta três eixos de ações: ações estruturantes, como mapeamentos e estudos, ações de qualificação dos membros do ecossistema e ações de internacionalização do ecossistema cultural e criativo.

Alertou ainda para o estudo elaborado na altura sobre o perfil do turista na vertente do turismo cultural e criativo da região, que considerou um excelente guião para trabalhar a região, manifestando disponibilidade para uma ação colaborativa.

Vera Pinheiro, da associação cultural Sopro de Vista, falou sobre o “Ventus”, um projeto artístico transfronteiriço que acontece entre Sevilha e Faro, com intervenções artísticas em janelas de edifícios históricos, a partir dum percurso pedestre, cultural e experiencial que envolve artistas profissionais e amadores e escolas, permitindo o diálogo cultural e a circulação artística.

Referiu que o projeto é também uma experiência digital, através do desenvolvimento da “App Ventus”, que funciona como um guia interativo, mostrando o mapa do percurso, a biografia dos artistas, a história e a informação dos edifícios históricos, etc. O “Ventus” cruza assim a arte, o património, o turismo cultural e a tecnologia.

O desafio proposto por Vera Pinheiro é a criação de um laboratório transfronteiriço, Algarve-Andaluzia, de arte em espaço público, focado em novas formas de arte urbana, storytelling digital e valorização patrimonial, criando ao mesmo tempo rotas de janelas artísticas em todo o território do Algarve.

Carolina Santos, da associação Mákina de Cena, apresentou o desafio de se criar uma plataforma regional digital, de acesso livre ao registo de agentes culturais profissionais do setor das artes performativas, nomeadamente das categorias técnicas, como de som, luz e vídeo, em que há bastante carência na região. Frisou que tal ferramenta permitiria reforçar a cooperação em rede, ajudar a encontrar novos parceiros e elevar a qualidade do trabalho das companhias locais, inclusive potenciando o acesso aos financiamentos crescentes do Ministério da Cultura.

Um segundo desafio tinha que ver com a visibilidade da atividade cultural de qualidade que se produz na região e a sua potenciação não só como polo de atração de turismo cultural, mas, de forma mais ambiciosa, catapultar-se como um produto de exportação cultural. Para esse efeito advogou a criação duma marca ou selo Algarve que agregasse a qualidade do trabalho dos agentes culturais e fosse utilizada para organizar a participação em ações em feiras ou mostras internacionais.

PAINEL INDÚSTRIAS CRIATIVAS

“DESENVOLVIMENTO DE CLUSTERS CRIATIVOS NA REGIÃO”

Ana Rita Cruz – Professora da Faculdade de Economia da UAlg e Investigadora do CinTurs

A oradora começou por referir que a sua intervenção não se destinava a oferecer respostas, mas sim uma oportunidade para todos problematizarem e pensarem sobre como se pode estruturar o setor cultural e criativo dali para a frente.

O primeiro ponto do seu roteiro versou a abordagem teórica do tema proposto e, por isso, trouxe o conceito de cluster criativo, que disse estar ancorado na teoria dos clusters de Michael Porter, de 1990, tendo sido depois transportado para o contexto académico para a noção de classe e cidades criativas. Definiu um cluster criativo como uma concentração geográfica de empresas, talento e instituições e organizações culturais e criativas que competem e em simultâneo, colaboram entre si, beneficiando dos efeitos da economia de aglomeração.

Perante o conceito e focando o caso particular do Algarve, Ana Rita Cruz encontrou três potencialidades: o facto de na região encontrar-se setores com alguma especialização, como o artesanato, a gastronomia, o turismo criativo, o audiovisual; a existência de algumas infraestruturas e hubs em locais como Faro, Loulé ou Portimão; e a circunstância de haver políticas públicas e uma vontade política de estruturar o setor. No entanto, considerou existirem também constrangimentos na adoção do conceito de cluster, pois o território é muito disperso e policêntrico, dado não haver uma cidade criativa agregadora; haver pouca densidade empresarial criativa, com um tecido à base de microempresas, freelancers ou profissionais independentes; existir muita dependência do turismo sazonal, que está relacionado com a falta de massa crítica e de capacidade de fixação permanente; e ainda alguma fragilidade da governança regional, não havendo uma agência apenas focada no setor cultural e criativo.

Em contraponto aos clusters, a investigadora da UAlg apresentou a proposta teórica do “ecossistema criativo”, que considerou ser uma espécie de evolução para um sistema aberto, dinâmico e interdependente de atores que produzem criatividade de forma distribuída e não necessariamente concentrada no território. Referiu as principais diferenças entre as duas conceções: o cluster, com uma lógica mais empresarial e focada no lucro; o ecossistema, com uma lógica organizacional mais orgânica e abrangente, com resultados menos imediatos, mas mais sustentados a longo prazo.

Para Ana Rita Cruz, as características da região, com dinâmicas culturais bastante dispersas e diversificadas dos recursos, dos territórios, dos atores, e a grande mobilidade dos criativos e dos públicos, nomeadamente os turísticos, justificam que se utilize o conceito de ecossistema criativo como abordagem principal. No entanto, não deixa de considerar exequível um modelo misto, em que se relevam igualmente os pequenos clusters setoriais, com módulos especializados que já estão consolidados localmente.

Na segunda parte da sua apresentação focou as questões de estratégia, tomando como referência os seis domínios de especialização inteligente da estratégia nacional e a sua relação com as estratégias regionais, destacando dois aspectos: por um lado, o domínio “Sociedade, criatividade e património” ter um alinhamento muito elevado em todas as regiões; por outro, nas estratégias regionais, a questão da cultura e criatividade estar sempre relacionada com o turismo.

Desta constatação e olhando para a EREI Algarve, defendeu que a aposta numa ligação entre o turismo, como domínio consolidado, e as ICC, como domínio complementar, tem sido “feliz” porque tem proporcionado resultados na economia regional. No entanto, desafiou a assistência para se pensar em dar um passo em frente, pois, na sua opinião, “continuar a sujeitar o desenvolvimento do setor cultural e criativo à ligação obrigatória ao turismo pode não ser uma aposta vencedora no futuro”, por dois motivos: primeiro, pelo facto de se estar a sustentar uma dependência estruturada, ou seja, o problema de dependência excessiva, económica, da atividade turística, e não estarmos a contribuir para a estratégia de diversificação económica do Algarve; o outro motivo tem a ver com a instrumentalização da cultura para “alimentar” o turismo, caindo numa produção de atividades de “consumo rápido” e não numa produção cultural sustentável a mais longo prazo.

Continuou a sua análise projetando um gráfico com dados da Comissão Europeia em que, sinteticamente, quis demonstrar que as verbas investidas na área de turismo e indústrias culturais e criativas, a nível geral da Europa, é bastante menor, em proporção, do que o interesse e expectativa gerado pela mesma nas políticas públicas, medido em termos de temas abrangidos pela estratégia de especialização. Conclui que há então um sub-financiamento do setor ICC em relação ao interesse e importância que o mesmo provoca.

Terminou o ponto da estratégia com uma tabela em que agrupa as atividades do setor cultural e criativo em quatro tipologias - atividades culturais, indústrias culturais, indústrias criativas e indústrias relacionadas - sublinhando a abrangência do mesmo e considerando ser uma divisão que se adapta muito bem à realidade portuguesa e que pode ser útil para pensar no nas próximas medidas ou estratégias a implementar.

Na última parte do seu roteiro apresentou alguns casos de cidades que têm o rótulo reconhecido de aposta na atividade criativa, mas que são diferenciadas em termos do seu processo de desenvolvimento na relação com o turismo. Um primeiro grupo representa quatro cidades onde o turismo é o motor principal das políticas públicas e a criatividade aparece como um complemento, havendo uma grande aposta em eventos, festivais, branding territorial e ações deste género. A oradora indicou que essa estratégia tem custos, pois a forte dependência dos fluxos turísticos sazonais fragiliza a base da produção criativa local, ficando mais vulnerável aos choques externos. Um segundo grupo de cidades, com Bilbau em destaque, constrói políticas culturais com base naquilo que é a sua base produtiva, sendo claro, para a oradora, que o turismo também está “obrigatoriamente” presente, mas não define a estratégia, e isso é o que lhe parece ser o ponto essencial.

Ana Rita Cruz passou depois a apresentar cinco fatores críticos de sucesso: a dimensão da governança e políticas públicas (visão de longo prazo, política cultural integrada e coordenação

interinstitucional forte); a dimensão económica e institucional (apoio à produção artística e criativa, e não só programação, presença de pequenos clusters setoriais que funcionem com bases produtivas locais e diversificação do financiamento, ou seja não depender excessivamente de financiamentos europeus, mas trabalhar com outros suportes nacionais e locais, sensibilizando as autarquias); a dimensão cultural e simbólica (base identitária valorizada e reinterpretada e curadoria profissionalizada e continuada em programas culturais de longo prazo); a dimensão territorial (reutilização qualificada do património e acessibilidade e conectividade física e digital); a dimensão social e comunitária (o envolvimento ativo da comunidade, mobilização das escolas, associações e cidadãos, a formação, atração e fixação de talento).

Deixou depois três notas finais. A primeira, relativa à problemática da subordinação estratégica do setor cultural e criativo ao turismo; a segunda, sobre a questão da falta de dados sobre a atividade das ICC; e a terceira versou a questão da informalidade do setor, que torna difícil captar o seu valor em dados oficiais, pois estes, quando existem, são sempre sem frequência e de forma muito fragmentada.

Mesa Redonda

“PÓLOS DE EXCELÊNCIA NO SETOR CRIATIVO REGIONAL”

Como primeira nota prévia ao debate, o moderador **Aquiles Marreiros**, vogal executivo do Programa Regional ALGARVE 2030, referiu que o domínio das ICC nunca esteve aliado com o turismo na estratégia regional de especialização inteligente, recordando que em 2020 foi associado às tecnologias de informação, mas depois foi criando um espaço próprio e autonomizado, com a alocação de financiamento próprio. O dirigente quis ainda frisar que, embora o programa regional seja o programa *mainstream* de financiamento da estratégia regional de especialização inteligente, não é o único programa financiador, existindo um *policy mix* de várias fontes nacionais e europeias. A este propósito também quis salientar que existe um cruzamento de oportunidades de financiamento no próprio programa regional, existem diversas “gavetas” do programa que por vezes podem servir a um mesmo projeto relacionado com as áreas do património, da cultura e da criatividade.

Outra nota deixada por Aquiles Marreiros foi o facto de haver uma crescente profissionalização do setor das ICC, pelo que estes agentes ficaram com a oportunidade de serem “clientes” do programa regional, o que é importante para se passar de uma ótica de ecossistema para cluster, no que diz respeito à criação de valor económico que o setor tem vindo a produzir. E finalizou a sua introdução defendendo o conceito da variedade relacionada na implementação da estratégia, dando alguns exemplos em como as indústrias criativas se podem articular com outros domínios para criar valor. Para além da evidente ligação ao setor turístico, pelo denominado turismo cultural e criativo, referiu a ligação à Saúde, com o projeto de diagnóstico aos cristos das Igrejas do Algarve pela empresa Radis, a relação com o domínio do Mar, focando o financiamento do Algarve 2030 ao maior projeto de arqueologia subaquática nacional para os achados do rio Arade, e terminou com as experiências associadas ao setor agroalimentar, na ligação das artes ao vinho e vinhas e a experiência criativa com o pastor de Alcoutim e a produção do queijo de cabra.

A primeira ronda de questões incidiu sobre a geração de valor, que o moderador considerou um tema central, indagando os participantes sobre o contributo das suas organizações para trabalhar as dimensões e fatores críticos apresentados, e como se posicionam, com que produtos e com que novas soluções.

Jorge Carrega começou por apresentar o CIAC, Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve, formado em 2009 e que, para além da investigação financiada pela FCT, promove a formação avançada, mestrados e doutoramentos, em parceria com outras unidades de investigação e instituições de ensino. O CIAC tem 4 polos, dois em Lisboa, na Universidade Aberta, com o qual organizam um doutoramento em media arte digital e a Escola Superior de Teatro e Cinema, para além do Instituto Politécnico de Santarém e da Universidade da Maia.

Para o membro do painel, a relação entre o ensino e a investigação é fundamental e orgânica, pois os alunos dos mestrados passam eventualmente a doutoramentos e transformam-se em investigadores e técnicos altamente qualificados, que contribuem com o conhecimento e pensamento crítico, não só para o tecido empresarial, como também para todo o ecossistema cultural e criativo, apoiando-o a enfrentar problemas e identificar possibilidades e objetivos.

Relativamente à criação e retenção de talento, ou seja, dos alunos e jovens investigadores, Jorge Carrega disse ser difícil fazer o seguimento do trajeto dos mesmos, referindo que muitos não são algarvios, nomeadamente os do doutoramento, sendo alguns do estrangeiro, o que, frisou, não significa que não colaborem com o CIAC e com o Algarve em geral. Concluiu que o fator relevante é que estes não se fixam a tempo inteiro na região porque nem sempre existem projetos em número suficiente para os reter, ou seja, se surgirem mais projetos, e existe esse potencial, consegue-se atraí-los e retê-los.

Neste momento, o moderador apresentou o Museu Zero, localizado em Santa Catarina de Fonte do Bispo, referindo ser um projeto completamente diferenciador, porque num território de baixa densidade faz conviver uma estrutura do setor agroalimentar com o setor criativo e digital.

João Vargues, diretor do museu, disse que a sua atividade tem sido norteada pelos princípios de descoberta empreendedora na construção de pontos de colaboração e de trabalho em rede com autarquias, com escolas, com associações e com empresas. Referiu não ver como um constrangimento, mas como oportunidade, o facto de estarem localizados no interior do Algarve Rural, dentro de uma cooperativa, pois assim podem criar algo diferente e ter impacto no território e esse impacto surge das oportunidades no território, dos seus valores, dos seus recursos, das suas histórias e do seu património.

O orador revelou que esse aspecto diferenciador, de ser um equipamento de novos media numa estrutura industrial do interior, tem tido impacto na criação de sinergias junto de parceiros nacionais e internacionais, porque, frisou o próprio, um projeto nesta área digital não se pode apenas fixar no Algarve, porque se assim fosse estariam parados no tempo.

Aproveitou para informar que Braga é a única cidade portuguesa da rede UNESCO das cidades criativas no domínio das Media Arts, tendo uma dinâmica que vai até às empresas e aos

centros de investigação ao nível europeu. E para o Museu Zero é sempre uma oportunidade colaborar com o cluster de Braga, salientando que o projeto tem tudo o que é importante para trabalhar em qualidade, tem formadores, artistas e tecnólogos.

Passando de arte digital para o design, **Rui Barroca**, um designer com experiência na componente académica, no ISMAT, em Portimão, partilhou a sua história e os desafios que tem encontrado nesta atividade criativa. Referiu que esteve 20 anos ausente no Reino Unido, onde desenvolveu o seu negócio, tendo regressado recentemente à região para, entre outros projetos, organizar uma conferência anual dedicada ao design digital, a designFAO.

Segundo o orador, o certame, que é apenas a segunda conferência nesta área que se realiza em Portugal, tem uma grande ligação com o mercado e permite aos participantes, entre eles muitos estudantes de design, terem acesso direto aos oradores nacionais e internacionais convidados. Ou seja, Rui revelou que retirava muito prazer em fomentar a mestrandos ou a alunos com projeto final do terceiro ano a ter contacto com profissionais, podendo tirar dúvidas e até iniciar uma colaboração na transição para o mercado.

O designer realçou que a ligação ao mercado é uma questão essencial no trabalho que realiza no ISMAT, onde acompanha alunos do primeiro ao terceiro ano, que, na mesma sala, criam a réplica do que acontece num projeto real que é pedido por uma entidade exterior e passam por todas as fases do processo de desenvolvimento do mesmo, alinhando a formação com as necessidades do presente.

Seguiu-se **João Carrilho**, fundador da Fly Moustache, que foi apresentado na dupla função de empreendedor e formador e partilhou o seu percurso no cinema de animação, em particular, a ótica de mercado duma atividade criativa. De forma breve disse que era de Faro, onde estudou Artes, tendo ido depois para a Universidade de Évora, onde fez uma interrupção do curso para trabalhar numa primeira curta-metragem para a RTP.

A ambição de João era ser animador 2d e fazer filmes ou séries de animação numa ótica mais comercial e não tanto como cinema de autor. Teve então oportunidade de trabalhar no estrangeiro, na Irlanda e na Alemanha, com profissionais muito experientes, em estúdios que faziam séries para a BBC, para a Cartoon Network, entre outras produtoras conhecidas. Ao regressar a Portugal começou a trabalhar como freelancer e surgiu o concurso das “Ideias em caixa”, da Universidade do Algarve, que, após ter vencido, lhe proporcionou a oportunidade de criar um estúdio de animação, a Fly Moustache, em Faro, há cerca de 4 anos.

Para o empreendedor, o problema em Portugal é que não existe uma indústria de animação, numa ótica de animação audiovisual para séries de TV ou longas-metragens. Na sua atividade regional começou por captar talento, quer no exterior quer através dos alunos do curso de animação da Universidade do Algarve, com quem começou a colaborar, trazendo o know-how da sua experiência lá fora para a região. Sendo mais um produtor do que artista começou a ir aos mercados internacionais, trazendo para a sua atividade a indústria propriamente dita, tendo conseguido financiamentos do Instituto de Cinema e Audiovisual, da RTP e através da iniciativa “Ibermedia Next”, que venceu em 2024.

João Carrilho acrescentou que, no seu caso, a atividade criativa é também uma atividade empresarial, um projeto de animação é também um produto que se pode vender, que cria valor e que emprega pessoas qualificadas. Referiu que a sua empresa continua a crescer, que no próximo ano têm um investimento de 500.000 euros para fazer uma série, para o qual tem de procurar fundos extras e contratar mais 14 pessoas, para as quais vai ser difícil obter condições para viverem na região. Segundo ele, é assim que funciona a produção e para manter uma indústria deste tipo é necessário existir uma espécie de incentivo ou fundo para quem consegue trazer investimento, criar emprego, vender um produto e ter retorno para reinvestir e continuar a crescer e criar algo sustentável.

Em seguida, Aquiles Marreiros apontou para uma segunda ronda de intervenções, relacionada com oportunidades e desafios, propostas concretas em termos de descoberta empreendedora, soluções de parceria, etc.

Jorge Carrega, recordando a importância da rede de museus do Algarve, referiu que está aberto um aviso do programa regional para a digitalização do património e que o CIAC, com todas as suas experiências e valências, está disponível para colaborar com qualquer município que deseje desenvolver um projeto com uma componente digital forte, por exemplo com a criação de conteúdos pedagógicos interativos. A este propósito, o moderador, que também é vogal do programa, informou que o aviso referido tem 800.000 euros de fundo disponível e que está aberto até janeiro 2026, pelo que incitava os municípios e outras entidades a apresentar candidaturas.

Por sua vez, **João Vargues**, embora reconhecendo a importância dos financiamentos comunitários, colocou a ênfase, não na obtenção de dinheiro de forma mais imediata, mas na criação de condições de capacitação organizacional para realizar um projeto com impacto, que pode ser trabalhado atempadamente sem recurso a financiamento.

No caso do Museu Zero, referiu que o desafio poderia ser trabalhar no sentido de aparecerem mais profissionais e obras em arte digital, centradas sobre o território de todo o Algarve, mas sobretudo dentro do interior rural, e trabalhar com os recursos endógenos, ou seja, o património e as tradições, a arquitetura, a paisagem, as lendas. No espaço da associação disse pretender continuar as atividades do centro de experimentação e criação artística, no âmbito do qual já colaboraram 30 artistas na região, que trabalharam essencialmente imagens e temas regionais e que evoluíram do conceito geral de arte para a lógica da arte digital.

Para João Vargues subsiste o desafio de atrair e formar jovens com competência profissional na utilização de recursos tecnológicos para a criação artística em arte digital. E sublinhou ainda que quanto mais avançada a tecnologia, menos recursos se tem na região e, por isso, mais competências se tem de criar para o aparecimento de trabalhos que valorizem o território e que marquem o desenvolvimento de oportunidades de negócio, de emprego e de fixação de novos residentes.

O designer **Rui Barroca** quis insistir na parte da educação, tendo reforçado que para se estar preparado para o futuro o trabalho já deveria ter começado. Para ilustrar a sua preocupação frisou que na última Web Summit estiveram 115 startups portuguesas, das quais 24 vieram do

Algarve, e que cada uma deveria ter um designer. A pergunta que colocou a este respeito foi onde estavam a ser formados esses 24 designers e se a formação correspondia realmente com as necessidades dessas empresas.

Na sua opinião, para não se dizer daqui a alguns anos que faltam designers ou criativos na região, é preciso não só ir à universidade, mas ir mais abaixo na escala do ensino, até ao básico e secundário, e desmistificar o que é a arte, o que é o design. Rui Barroca gostaria de ver mais turmas de design, mais turmas de artes, não pelo facto de “irem para artes por não serem bons a matemática”, mas pela própria essência duma educação para a cultura, explicar aos jovens que “everything is design”, para tomarem as suas decisões de futuro.

Na sua intervenção final, **João Carrilho** informou que faz parte da Direção de Associação de Produtores Portugueses de Animação e que trouxeram alguma atividade e know how da associação para o Algarve, nomeadamente com o apoio do município de Loulé, onde se irá realizar o mercado de animação ibero americano, o festival MAIA, que vai decorrer em janeiro de 2026.

Disse concordar com o Rui Barroca, que há dificuldade na retenção de talentos, em particular pelo fator habitação, dando um exemplo em que quis continuar com uma artista, mas ela disse-lhe que era “muito caro viver em Faro”. No campo da educação disse sentir que as universidades em geral, não só a do Algarve, não estão perto das empresas, designadamente no setor da animação. Sugeriu que os diretores das escolas e dos cursos, possam visitar festivais e conferências internacionais, onde possam interagir com produtores e outras escolas e que sintam quais as necessidades dos mercados, como é que a produção funciona, para não se estar a formar só por formar.

Depois focou de novo a questão do financiamento regional, pois quando está a tentar vender os seus serviços ou a negociar coproduções, a primeira coisa que lhe perguntam é sobre os incentivos fiscais que existem, como na Catalunha ou nos Países Baixos. Referiu que a região é atrativa, oferece qualidade de vida, dispõe dum aeroporto internacional, mas ainda assim frisou que deve haver um esforço do setor, através da associação APPA, ou a nível regional, para falar com entidades reguladoras ou de outro tipo, explicar que esta é uma indústria que pode criar valor, de forma a negociar apoios. Neste âmbito, deu o exemplo de que existem apoios à contratação, mas não para a manutenção de emprego qualificado da empresa, uma limitação que impede a indústria de ficar mais forte.

Aquiles Marreiros concluiu a mesa-redonda referindo-se às oportunidades do programa ALGARVE 2030, designadamente ao nível da digitalização e do recrutamento de recursos humanos altamente qualificados, com a limitação de ser apenas para criar emprego e não para a sua manutenção. Ainda fez alusão a outros tipos de apoios à contratação, designadamente ao nível de estágios e também ao microempreendedorismo, que inclui incentivos à contratação.

Aproveitou ainda para sublinhar que as 24 empresas do Algarve presentes no Web Summit, com apoio do projeto Algarve Empreende, foram efetivamente muito mais do que as que estiveram nas outras edições, o que disse representar a mudança de paradigma de aposta da

região neste tipo de soluções e o reflexo da mudança do ecossistema regional de inovação. Quanto à questão da necessidade de terem uma imagem mais trabalhada, o moderador referiu que os sistemas de incentivos podem também ajudar a posicionar as empresas regionais nas matérias do design e da internacionalização. Aliás, terminou salientando que, na questão da participação em feiras ou mostras internacionais, há setores que no Algarve já se organizam para participar neste tipo de eventos, pelo que veria como muito plausível que a dimensão das tecnologias e, no caso, da produção audiovisual e de animação, pudesse apresentar um projeto conjunto, para se posicionar e mostrar o seu trabalho nos certames internacionais.

Espaço de Descoberta Empreendedora

Contributos dos participantes com projetos e desafios para ações colaborativas a explorar no âmbito da Plataforma

Luís Sousa, da LS Engenharia Geográfica, veio falar sobre tecnologias de mapeamento e realidade digital na inovação cultural do Algarve, começando por salientar que as tecnologias geoespaciais e os sistemas de informação geográficos podem auxiliar na monitorização e preservação do património cultural. A este propósito deu como exemplo que a catedral de Notre Dame, que foi reconstruída com a tecnologia LIDAR, pelo que as tecnologias geoespaciais podem auxiliar a cultura. Convidou os presentes a visitar o canal YouTube da empresa para visualizar a tecnologia LIDAR aplicada ao Arco da Vila em Faro e ao Algar de Benagil.

Jorge Graça, em representação da INNUOS, informou que a empresa trabalha na área do áudio digital, orientado para a alta-fidelidade, nomeadamente áudio doméstico, equipamentos que permitem aos audiófilos tocar serviços de streaming como o Spotify, o Tidal ou o Qobuz e ficheiros de música digital em casa.

Disse ainda que a empresa está completamente orientada para os mercados externos, com um volume de negócios nacional de apenas 2%, marcando presença em mais de 40 mercados, e com uma equipa de 40 colaboradores com 10 nacionalidades diferentes. Neste âmbito referiu terem organizado um roadshow recente pelos Estados Unidos, onde apresentaram o equipamento Nazaré, que tem registado muito sucesso comercial.

O representante disse não ter um projeto específico para propor, mas manifestou disponibilidade para colaborar com tudo o que fosse produção de música, não só para a vertente doméstica, pois os equipamentos poderiam servir para uma instalação num museu ou numa instalação artística, permitindo tocar ficheiros de áudio digital com grande qualidade. Frisou que não teria de envolver necessariamente dinheiro e grande investimento pois poderia ser uma colaboração em que emprestavam equipamento ou testavam alguma tecnologia no estúdio com músicos.

Cristina Veiga Pires, do Centro de Ciência Viva do Algarve, começou por referir que no dia anterior tinha sido assinalado o Dia Nacional da Cultura Científica e que estava a decorrer a Semana da Ciência e Tecnologia, onde a cultura se junta a arte, à ciência e à engenharia.

Lembrou assim que os centros de ciência viva fazem parte da cultura, contribuindo com a promoção de exposições, oficinas, palestras entre outras atividades.

Estando estes centros na interceção da cultura e da ciência com a educação, a responsável lançou dois desafios para 2026, ano em que se comemoram os 30 anos da Agência Nacional para a Ciência Viva, cujo primeiro centro foi criado precisamente em Faro. Cristina Veiga Pires disse que estaria muito receptiva a ações colaborativas na região para que a arte, a cultura e a criatividade pudessem fazer parte dos eventos comemorativos no Algarve. Por outro lado, referiu que o Centro de Ciência Viva precisa de novas exposições permanentes e temporárias, que se justifica que a ciência ajude a comunicar os desafios societários, como as alterações climáticas e a biodiversidade, e que existem bastantes conteúdos digitais e audiovisuais que podem servir essas exposições, como imagens de filmes de realidade virtual sobre a Ria Formosa, realidade aumentada sobre o bombardeiro B24, etc.

Por fim apresentaram-se **Paulo Martins e Américo Mateus**, do ISMAT, para apresentar as mais-valias e valências do instituto na área do design e das indústrias criativas.

Américo Mateus começou por referir que, através do financiamento do Programa Regional, têm instalada uma grande capacitação na área do biodesign e biomateriais e irão ficar com o maior laboratório de biofabricação que existe em Portugal e na Europa. Assim sendo, com a crescente capacitação em fabricação 3D, o ISMAT lançou o desafio ao CIAC para fazerem um projeto conjunto, dado que já conseguem produzir tamanhos gigantes e com biomateriais em termos de fabricação aditiva associada à cultura. Também dirigiu um convite ao Museu Zero para trabalharem em conjunto, dado o reforço da capacitação em realidade aumentada e realidade virtual, com equipamentos de estado de arte.

Falou depois da área da formação, referindo que há 2 anos que o organismo tem uma oferta formativa de tecnologias criativas, mas que não conseguem abrir o curso no Algarve, por falta de alunos, apelando ao apoio de todos para alterar esta situação.

Américo Mateus deu ainda a conhecer que lideram dois projetos europeus na área do biodesign e dos biomateriais, salientando que têm uma capacidade instalada em biodesign que colocam ao dispor dos criativos do Algarve, que assim podem fazer o seu trabalho com os recursos endógenos do território, por exemplo usando o lixo para voltar a fazer materiais.

No seguimento, Paulo Martins expôs à plateia dois projetos que pretendem avançar a curto prazo. Um deles é iniciar uma eventual colaboração com os museus da região para a digitalização de algumas peças e assim tornar os museus mais inclusivos, nomeadamente para que o público invisual possa aproveitar ao máximo as experiências culturais. Explicou que com a capacidade de digitalização e de impressão aditiva instalada no ISMAT podemos criar um tamanho concreto ou à escala dessas mesmas peças para que as pessoas, invisuais e não só, tenham uma experiência táctil.

O outro projeto que apresentou foi no âmbito da arquitetura do ISMAT, designadamente da arquitetura pós-modernista, para a qual pretendem criar uma plataforma virtual com informação sobre os trabalhos, repertório e percurso de todos os arquitetos algarvios de renome.

ENCERRAMENTO

Maria de Lurdes Carvalho solicitou a todos os participantes que comunicassem os seus contactos, porque a CCDR Algarve iria disponibilizar toda a informação sobre a Plataforma e inclusive abrir um espaço para a partilha dos contributos e propostas de ações colaborativas.

Da primeira mesa de trabalho, recordou que a Professora Alexandra Gonçalves tinha deixado a proposta de organização dum fórum regional, ideia que é preciso acompanhar e eventualmente implementar em 2026. Referiu ainda outras boas ideias, comunicadas por exemplo por Marco Lopes, da rede de museus, pelo Luís Guerreiro, a propósito do turismo cultural e criativo, e ainda a ideia dum sistema de monitorização das atividades criativas, lançado pela Ana Rita Cruz.

Em suma, frisou que, para se avançar com os espaços de descoberta empreendedora, que fazem parte do processo de inovação, seria necessário o aparecimento de líderes entre os participantes da sessão, disponíveis e interessados para levar os temas debatidos, ou outros, reunir vontades e avançar com estes processos. Neste desiderato colocou a CCDR Algarve inteiramente à disposição dos agentes, para fazer avançar as ações que ajudem a concretizar a estratégia de especialização inteligente.

Como última mensagem exortou à criação de um sistema colaborativo para promover a inovação no Algarve.

Programa

Abertura

- José Apolinário - Presidente da CCDR Algarve, I.P.
- Frederico Tátá Regala - Diretor da Unidade de Cultura da CCDR Algarve, I.P.
- Maria de Lurdes Carvalho – Diretora da Unidade de Planeamento e Desenvolvimento Regional da CCDR Algarve, I.P. - [PDF](#)

Painel CULTURA

“A AÇÃO CULTURAL COMO ELEMENTO TRANSFORMATIVO DA REGIÃO” **Oradora convidada**

- Dália Paulo - Diretora Municipal da Câmara Municipal de Loulé - [PDF](#)

Mesa Redonda

“POTENCIAMENTO DO ECOSSISTEMA CULTURAL / ARTICULAÇÃO DE STAKEHOLDERS”

Moderação: Alexandra Rodrigues Gonçalves - Diretora da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da UAlg

- João Pedro Bernardes, Centos de Estudos em Arqueologia, Artes e Ciências do Património da UAlg (Património Cultural)
- Marco Lopes, Museu Municipal de Faro (Equipamentos Culturais)
- Nuno Pereira, LAC Laboratório de Atividades Criativas (Residências Artísticas)
- Fátima Catarina, Região de Turismo do Algarve (Turismo Cultural)

Espaço de Descoberta Empreendedora

Contributos dos participantes com projetos e desafios para ações colaborativas a explorar no âmbito da Plataforma (Intervenções de 5 minutos)

Painel INDÚSTRIAS CRIATIVAS

“DESENVOLVIMENTO DE CLUSTERS CRIATIVOS NA REGIÃO”

Oradora convidada

- Ana Rita Cruz – Professora da Faculdade de Economia da UAlg e Investigadora do CinTurs - [PDF](#)

Mesa Redonda

“PÓLOS DE EXCELÊNCIA NO SETOR CRIATIVO REGIONAL”

Moderação: Aquiles Marreiros – Vogal Executivo Programa Regional ALGARVE 2030

- João Vargues, Museu Zer0 (Arte Digital)
- Jorge Carrega, Centro de Investigação em Artes e Comunicação da UAlg (Investigação & Talento)
- Rui Barroca, designFAO (Design)
- João Carrilho, Fly Moustache (Cinema e animação)

Espaço de Descoberta Empreendedora

Contributos dos participantes com projetos e desafios para ações colaborativas a explorar no âmbito da Plataforma (Intervenções de 5 minutos)

Encerramento

Conclusões e próximos passos

CONTRIBUTOS DOS PARTICIPANTES

Painel 1: Cultura		
João Rodrigues	Chimera Visuals	<p>ALGARVE SUBMERSO Museu digital de Património Subaquático</p> <p>O projeto ALGARVE SUBMERSO visa digitalizar e preservar os riquíssimos patrimónios cultural e natural subaquáticos da região, criando um arquivo permanente para a posteridade e um museu digital inovador para o público apreciar.</p> <p>Com a utilização de tecnologias de ponta, como fotografia subaquática de alta resolução, cinematografia e realidade virtual, pretendemos capturar a beleza e a complexidade dos ecossistemas marinhos do Algarve, bem como os vestígios históricos e culturais que se encontram escondidos sob as águas.</p> <p>O nosso objetivo é criar uma plataforma digital interativa, que permita ao público explorar e descobrir as riquezas do Algarve subaquático, que de outra forma estariam inacessíveis. O museu digital será um espaço virtual onde os visitantes poderão mergulhar nas águas do Algarve, explorar naufrágios, recifes e outras formações subaquáticas, e aprender sobre a história, a biologia e a ecologia da região.</p> <p>Além disso, o projeto também visa sensibilizar a comunidade para a importância da preservação do património subaquático do Algarve, promovendo a consciencialização sobre a necessidade de proteger estes tesouros para as gerações futuras. Com o ALGARVE SUBMERSO, pretendemos contribuir para a valorização e preservação da nossa herança cultural e natural, e oferecer uma experiência única e enriquecedora para os visitantes de todo o mundo.</p>
Luís Guerreiro	Nera (consultor)	<p>PLANO DE AÇÃO 2030 TURISMO CULTURAL E CRIATIVO</p> <p>(Documento de trabalho elaborado conjuntamente por NERA, DRCAlgarve, MACA, RTA e ATA, no âmbito do Projeto Algarve Premium, co-financiado pelo Programa Operacional Regional do Algarve - CRESC ALGARVE 2020, em dez.2023)</p>
Vera Pinheiro	Sopro de Vista	<p>Reativação Criativa do Património Urbano através de Intervenções Artísticas em Janelas Históricas – O modelo VENTUS</p> <p>Como podemos transformar janelas e fachadas de edifícios históricos em espaços de criação, experimentação e storytelling cultural contemporâneo?</p>
Carolina Santos	Mákina de Cena	<p>Clusters Criativos - Criar bolsa de "classificados" profissionais no âmbito das indústrias culturais (serviços artísticos - encenação, realização, coreografia, composição, interpretação; serviços técnicos - luz, som, cenografia; tradução e legendagem, produção, entre outros) para que surja o real conhecimento dos agentes ativos na região; criar um selo "Made in Algarve", que permita apoiar e exportar projetos produzidos inteiramente na região para que se apresentem em Feiras, Teatros e outros locais do país, garantindo o "espalha a palavra" da produção cultural de qualidade que se faz no Algarve.</p>

Painel 2: Indústrias Criativas

Luís Sousa	LS Engenharia Geográfica	Engenharia Geoespacial e Cultura: Tecnologias de Mapeamento e Realidade Digital na Inovação Cultural do Algarve
José Graça	Innuos	Uma vez que a Innuos desenvolve e comercializa produtos de áudio digital, estamos disponíveis para colaborações e sinergias com artistas (músicos), estúdios de música e entidades, como a Orquestra do Algarve (com quem temos colaborado)
Cristina Veiga Pires	Centro de Ciência Viva do Algarve	Os Centros Ciência Viva como parceiros no ecossistema cultural e criativo da Região.
Carlos Carvalho	Município de Faro	
Paulo Martins	Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes	