

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
- COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Cultura – Palco de Afirmação Política

Diana Soraia Gonçalves dos Santos

M

2017



Diana Soraia Gonçalves dos Santos

Cultura – Palco de Afirmação Política

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação –
variante em Comunicação Política, orientado pelo Professor Doutor Nuno Alexandre Meneses
Bastos Moutinho

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

novembro de 2017

Cultura – Palco de Afirmação Política

Diana Soraia Gonçalves dos Santos

Relatório de Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação –
variante em Comunicação Política, orientado pelo Professor Doutor Nuno Alexandre Meneses
Bastos Moutinho

Membros do Júri

Professor Doutor Fernando Vasco Moreira Ribeiro
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professora Doutora Suzana Margarida Dias dos Santos Cavaco
Faculdade de Economia – Universidade do Porto

Professor Doutor Nuno Alexandre Meneses Bastos Moutinho
Faculdade de Economia - Universidade do Porto

Classificação obtida: 17 valores

Aos meus Pais e Avós.

ÍNDICE

Agradecimentos	1
Resumo	3
Abstract	4
I. Introdução	5
II. Enquadramento do local de estágio.....	7
II.I. A Câmara Municipal do Porto	9
II.I.I. Manifesto Eleitoral do atual Presidente da Câmara Municipal do Porto – programação política	12
II.I.II. Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto	14
II.I.II.I. Atividades desenvolvidas	14
III. Revisão da Literatura	
III.I. Delimitação do Setor Cultural e Criativo	16
III.II. Cidades Criativas	23
III.III. Políticas Culturais enquanto Políticas Públicas	32
III.IV. Importância dos Eventos	38
IV. Política Cultural da cidade do Porto pela perspectiva dos seus responsáveis políticos	42
V. <i>Focus Group</i>	52
VI. Resultados	55
VII. Conclusões	59
VIII. Referências Bibliográficas	61
IX. Anexos	64
Anexo 1 - Dados relativos às exposições da Galeria Municipal do Porto entre o ano de 2014 e 2016	64
Anexo 2 – Análise de Conteúdo do <i>Focus Group</i>	66

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a todos os que, de alguma forma, contribuíram para que a realização desta etapa fosse possível.

Em primeiro lugar, aos meus Pais por sempre terem apoiado todas as minhas vontades e acreditado nas suas realizações. Pelo amor e dedicação incondicional. Por me terem ensinado o Caminho e continuarem a caminhar a meu lado.

À Professora Doutora Helena Lima pelo voto de confiança e disponibilidade.

Ao Professor Doutor Nuno Moutinho por todas as orientações, conselhos e reflexões conjuntas.

À Dra. Patrícia Vaz pelo acompanhamento, dedicação, ensinamentos e preocupação.

À Dra. Sílvia Fernandes pela oportunidade que me deu em integrar este estágio.

A todos os colegas da Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto que se cruzaram comigo, pelo acolhimento, simpatia, camaradagem e exemplo; em especial, à Dra. Sandra Paulinha pela atenção e generosidade constantes, demonstradas das mais variadas formas.

Aos meus Amigos, pelo apoio, opiniões e preocupação.

Ao Pedro, pelo Amor, pelo alento, por me ensinar que os Sonhos são concretizáveis. Por estar sempre comigo na recriação de horizontes.

A todos, o meu profundo e sincero agradecimento.

“A política, no limite, é isso. É uma antologia de propostas para um mundo melhor e a operacionalização das medidas que nos permitem concretizar esse “mundo melhor”. Nunca percebi como seria possível um mundo melhor sem cultura porque sem ela as propostas políticas, por mais bondosas que sejam, são planetas sem constelação, são células sem organismo. Ela é por isso transversal a toda a prática política. É um cimento suave que se infiltra nos territórios de descontinuidade, nas zonas frágeis, e lhes dá robustez.”

Paulo Cunha e Silva, 2015

RESUMO

O presente relatório de estágio resulta do estágio curricular realizado na Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto e parte de uma revisão da literatura assente em quatro temas: delimitação do setor cultural e criativo; cidades criativas; políticas culturais enquanto políticas públicas e eventos.

Posteriormente, é feita uma contextualização específica à cidade do Porto que permite ver o âmbito cultural da cidade através dos seus responsáveis políticos.

Culmina num *focus group* aos funcionários da DMACC que, como agentes culturais efetivos, concretizam toda a ação político-cultural, mostrando a visão de quem assistiu e assiste, internamente, a diferentes abordagens políticas relativas ao papel da cultura na cidade do Porto.

PALAVRAS – CHAVE:

Setor cultural e criativo; cidades criativas; políticas culturais; eventos; Porto; responsáveis políticos; agentes culturais

ABSTRACT

The current internship report results from the curricular internship held at the Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto and part of a review of the literature based on four themes: cultural and creative sector delimitation; creative cities; cultural policies as public policies and events.

Subsequently, a specific contextualization is made to Oporto city which allows visibility of the cultural scope of the city through their political leaders.

It culminates in a *focus group* to DMACC employees who, as effective cultural agents, concretize all the political-cultural action, showing the views from those who have internally seen the different political approaches regarding the role of culture in Oporto city.

KEYWORDS:

Cultural and creative sector; creative cities; cultural policies: events; Oporto; political leaders; cultural agents

I. INTRODUÇÃO

O presente relatório surge no seguimento do estágio curricular desenvolvido na Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto, mais concretamente, no Auditório e na Galeria Municipal do Porto, ambos situados no edifício da Biblioteca Almeida Garrett, nos jardins do Palácio de Cristal. Ocorreu entre o dia 3 de janeiro e o dia 31 de março de 2017, com uma duração total de 520 horas.

Este estágio foi realizado no âmbito da via de especialização profissional relativa ao segundo ano do Mestrado em Ciências da Comunicação, na variante de Comunicação Política.

Ao longo destes três meses de experiência profissional, foram desenvolvidas diversas atividades, nomeadamente atividades relacionadas com a organização e acompanhamento de eventos culturais ocorridos no Auditório Municipal do Porto. Neste período, também passaram pela Galeria Municipal do Porto duas exposições de arte contemporânea diferentes, as quais tive oportunidade de acompanhar: “Eyes Wide Open: 100 anos de Fotografia Leica” e “Quote/Unquote”, esta inaugurada no mês de março. Todas estas ações culturais serviram de base para a minha reflexão sobre o papel da cultura na construção da cidade, o sentimento de pertença e de unidade que esta proporciona; as políticas culturais do município do Porto e as suas repercussões, bem como a importância dos eventos na afirmação cultural. Esta reflexão levou-me ao ponto inicial do estudo de caso, deste relatório, que pretendeu perceber se a cultura é ou não um “palco de afirmação política”, como o ex-vereador da Cultura da Câmara Municipal do Porto, Paulo Cunha e Silva, lhe chamou (ver citação 1).

Um estágio curricular num Mestrado deve fazer a ponte entre a teoria e a prática, aproximando a Academia da realidade e o estudante do mercado de trabalho. Ao longo do estágio na Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto, fui-me deparando com uma série de questões que me obrigaram a proceder a uma reflexão teórica e à constituição de um *focus group*.

A primeira questão com que me deparei no início do estágio foi a delimitação do setor cultural. A amplitude de intervenção da Divisão Municipal está intimamente ligada

a esta questão, pelo que decidi procurar na literatura a resposta a esta questão. Depois, pareceu-me que o Porto estava a querer assumir-se, na forma como as políticas culturais eram levadas a cabo, como cidade criativa, o que me levou a procurar na literatura mais dois temas: o das cidades criativas e o das políticas culturais enquanto políticas públicas. Também me apercebi da importância que a Divisão Municipal e a Vereação atribuía aos eventos, pelo que fui procurar na teoria qual o papel dos eventos no âmbito das ciências da comunicação e do marketing cultural nos dias de hoje. Para tentar relacionar todos estes temas com a cidade do Porto, fui procurar declarações dos responsáveis do executivo camarário sobre todos estes tópicos. Finalmente, efetuei um *focus group* com todos os colaboradores da Divisão para perceber se emergiam conclusões sobre a perceção destes agentes culturais sobre estas temáticas, nomeadamente a política cultural da cidade do Porto, os públicos e a divulgação, o impacto da cultura no turismo e a criação artística.

Será meu objetivo, com este relatório, apresentar uma linha lógica e coerente que interseje a aprendizagem retida deste estágio à literatura apresentada, de modo a obter conclusões pertinentes acerca do papel das políticas, dos responsáveis e dos agentes culturais na cidade do Porto.

Citação 1: “Qual a relação de programação entre a política cultural do poder central, do poder local e das grandes instituições locais? Poderia à primeira vista pensar-se que o bom senso sugeriria a uma autarquia que pensasse numa programação generalista, com poucas pretensões de vanguarda, dirigida a públicos não diferenciados, deixando os grandes acontecimentos culturais, por um lado, e as manifestações de vanguarda, por outro, aos grandes centros culturais e aos locais de experimentação alternativa. Pensamos que essa opção é uma opção errada, mesmo em termos de investimento político autárquico. A cultura é hoje, simultaneamente, um dos grandes palcos de afirmação política e, porventura, o melhor instrumento de visibilidade de quem a promove.”

Silva, 1998 – P.

II. ENQUADRAMENTO DO LOCAL DE ESTÁGIO

O estágio curricular decorreu entre o dia 3 de janeiro e o dia 31 de março de 2017, no Auditório e na Galeria Municipal do Porto, e consistiu, essencialmente, na produção e acompanhamento dos eventos culturais decorridos nestes locais. A orientadora local deste estágio foi a Dr.^a Patrícia Vaz (coordenadora de produção da Galeria e Auditório), responsável pela coordenação da equipa que ali trabalha e que integra a Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto, gerida pela Dr.^a Sílvia Fernandes (superior hierárquica da área cultural).

A Galeria Municipal do Porto foi projetada pelo arquiteto José Manuel Soares e inaugurada no ano de 2001, dispendo de uma área de 1500 m² dividida em dois pisos. Possui uma missão expositiva, de grande versatilidade, dedicada às artes visuais, ao design e à arquitetura, oferecendo uma programação regular de exposições comissariadas pelo Pelouro da Cultura da Câmara Municipal do Porto, em articulação com curadores nacionais e internacionais e em coorganização com importantes instituições. Tem como mecenas a Fundação EDP, desde do ano de 2015. Para além da produção própria, também acolhe exposições externas de âmbito local, nacional e internacional. (Câmara Municipal do Porto, 2017) disponível em: <<http://www.cm-porto.pt/cultura/cultura/galeria-municipal>> Acesso em: 04 abr. 2017.

São objetivos fundamentais da Galeria: “promover o interesse pela arte, com particular incidência sobre a arte contemporânea; formar novos públicos, sensibilizando-os para a apreciação e compreensão do fenómeno artístico; estimular a criação artística; divulgar áreas do conhecimento histórico, científico e tecnológico; fomentar a apresentação de coleções privadas; contribuir para o desenvolvimento cultural do município e da região e fomentar o diálogo cultural nos planos nacional e internacional.” (Bibliotecas Municipais do Porto, 2017) disponível em: <<http://bmp.cm-porto.pt/galeriamunicipaldoporto>> Acesso em: 04 abr. 2017.

Em 2016, a Galeria Municipal foi alvo de uma iniciativa de reabilitação cultural, levada a cabo pela Câmara Municipal do Porto, onde se diferenciou da entidade, que até então lhe estava agregada, Biblioteca Municipal Almeida Garrett.

Com uma nova imagem gráfica, a Galeria ganhou, assim, maior autonomia e identidade, resultante do relevo e notoriedade que conquistou nos últimos anos. Tem assistido a um crescimento significativo do número de visitantes: no ano de 2014 foram contabilizados 69 837 visitantes; em 2015, 85484 e em 2016, 106 498. (dados cedidos pela Câmara Municipal do Porto – tabelas em anexo 1).

Quanto ao Auditório da Biblioteca Municipal Almeida Garrett, este é um espaço de grande qualidade arquitetónica que tem a particularidade de fazer ligação ao jardim onde está inserido, proporcionando, assim, uma agradável experiência de arquitetura sensorial. Com uma capacidade para 192 lugares, está dotado de um moderno equipamento de som, projeção e iluminação cénica. Possui amplo foyer e mezzaninos laterais que possibilitam a realização de exposições ou atividades paralelas.

A sua localização privilegiada, num amplo espaço verde no centro da cidade, o conforto e a diversidade do equipamento que disponibiliza fazem do auditório da BMAG um local de eleição para a realização de inúmeras atividades promovidas por diversas instituições.

Por aqui passaram os principais eventos da programação de literatura, ciência e pensamento da *Porto 2001* e acolhe diferentes eventos como festivais de teatro, ciclos de cinema, conferências, apresentações de livros, sessões de poesia, espetáculos de música, congressos e encontros profissionais, entre outros. Tem uma programação constante e versátil, o que dinamiza e consolida este espaço. (Bibliotecas Municipais do Porto, 2017) disponível em: «<http://bmp.cm-porto.pt/galeriamunicipaldoport>» Acesso em: 04 abr. 2017.

II.I. A CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO

“A Câmara Municipal é o órgão colegial representativo do município com funções executivas, é eleita por sufrágio universal, direto e secreto dos cidadãos eleitores residentes e recenseados na área do município, segundo o sistema da representação proporcional, aplicando-se, para o efeito, o método de Hondt (modelo matemático utilizado para converter votos em mandatos com vista à composição de órgãos de natureza colegial.) É constituída por um presidente, que é necessariamente o primeiro candidato da lista mais votada ou, no caso de vacatura do cargo, o que se lhe seguir da respetiva lista, e vereadores, com um mandato de quatro anos. O número de vereadores varia consoante a amplitude do conjunto de cidadãos inscritos no recenseamento eleitoral. De entre os vereadores, o presidente designará o vice-presidente a quem, para além de outras funções que lhe são atribuídas, cabe substituir o presidente nas suas faltas e impedimentos.” (Gaspar, 2013: 2).

O atual Executivo da Câmara Municipal do Porto (à data da realização deste relatório) é constituído pelo Dr.º Rui Moreira que exerce o cargo de Presidente, eleito no ano de 2013 como candidato independente, integrando o movimento “O Nosso Partido é o Porto”; Dr.ª Guilhermina Rego, Vice-Presidente e responsável pelo Pelouro da Educação, Organização e Planeamento; Dr.º Filipe Araújo, responsável pelo Pelouro da Inovação e Ambiente; Dr.ª Cristina Pimentel, responsável pelo Pelouro da Mobilidade; Dr.º Manuel Aranha, responsável pelo Pelouro do Comércio, Turismo e Fiscalização; Dr.º Manuel Pizarro, responsável pelo Pelouro da Habitação e Ação Social; Dr.º Manuel Correia Fernandes, responsável pelo Pelouro do Urbanismo; Dr.º Ricardo Valente, responsável pelo Pelouro do Desenvolvimento Económico e Social; e, sem Pelouros atribuídos, Dr.ª Carla Sousa; Dr.º Alberto Amorim Pereira; Dr.º Ricardo Almeida; Dr.º Pedro Carvalho e Dr.º Rui Loza. (Câmara Municipal do Porto, 2017) Disponível em: <<http://www.cm-porto.pt/executivo>> acesso em 04 de abr. 2017).

Já que este estágio curricular integrou uma Divisão Municipal de uma instituição tão emblemática como é a Câmara Municipal do Porto, achou-se pertinente fazer uma contextualização histórica e arquitetónica do local que, mais do que um órgão colegial,

é um marco cultural da cidade do Porto, não só pela eloquência dos seus espaços, mas também por toda a arte e história que guarda.

“O projeto para a construção do atual edifício da Câmara Municipal do Porto, integrado no plano de expansão do centro cívico da cidade elaborado pelo arquiteto inglês Barry Parker, foi aprovado em Reunião de Câmara a 1 de fevereiro de 1916. O referido plano conferiu ao centro da cidade a atual configuração, ligando a Praça da Liberdade, Avenida dos Aliados e a Praça General Humberto Delgado.

O edifício dos Paços do Concelho, projetado pelo Arq. Correia da Silva, começa então a ser construído em 1920. No entanto, e após inúmeras interrupções e alterações ao projeto inicial, introduzidas pelo Arq. Carlos Ramos, as obras só são retomadas em 1947, ficando concluídas 8 anos depois. Finalmente, em 1957, os serviços camarários são instalados no edifício.

O edifício da Câmara Municipal do Porto é constituído por seis pisos, uma cave e dois pátios interiores. Para atingir o topo da torre central, a 70 metros de altura e da qual faz parte um relógio de carrilhão, é necessária uma escalada de 180 degraus. A saber:

Átrio ou Passos Perdidos do rés-do-chão

Situado no piso térreo do edifício, neste local podem ser apreciadas as pinturas do teto em estilo romântico, de onde se destaca o Brasão da Câmara Municipal do Porto, acompanhado da Nossa Senhora da Vandoma, Santa Padroeira da Cidade. No acesso à escadaria principal, encontram-se duas estátuas em mármore, da autoria de Henrique Moreira, denominadas de "Indústria" e "Arte", representadas por figuras femininas. A primeira é representada por um mulher do povo com um xaile ao ombro e uma roda dentada; a segunda é representada por uma mulher de dorso nu e com a cabeça levemente levantada.

Neste espaço podem ainda ser admiradas três obras da escultora Maria Alice Costa Pereira: "O Marítimo", "A Peixeira" e "A Ceifeira".

Escadaria principal

O acesso aos salões nobres faz-se através de uma ampla escadaria revestida a mármore negro, onde se encontra um busto do Corregedor Francisco de Almada e Mendonça, réplica do original de Soares dos Reis, patente no Cemitério do Prado do Repouso. No cimo das escadas, preenchendo os quatro cantos do espaço, podem ser apreciados quatro frescos de Dórdio Gomes, onde o artista aborda os seguintes temas: O Porto Romântico, evocando Camilo Castelo Branco em plena Praça da Liberdade; A Expansão Comercial, evocando Afonso Martins, o Alho, burguês portuense eleito para negociar com Eduardo III, em Londres, no ano de 1353, o primeiro tratado do comércio de que há notícia; A Dilatação Geográfica, dedicado aos Descobrimentos, com a figura do Infante D. Henrique; As Origens - Potucale Gêrmen da Nacionalidade, com a figura de D. Afonso Henriques.

Salão Nobre

É neste espaço que se realizam as cerimónias oficiais de receção ou homenagem a individualidades. Aqui destaca-se um centro de mesa, peça principal de um baixela em bronze dourado da segunda metade do séc. XIX, constituída por 43 peças (floreiras, candelabros e fruteiras), adquirida pela autarquia portuense aos herdeiros de António Bernardo Ferreira, proprietário da companhia de vinhos "Ferreirinha". Entre outras peças e pinturas, decoram o Salão duas figuras em mármore de carrara, a "Honra" e a "Concórdia", da autoria de Gustavo Bastos.

Sala D. Maria II

Neste salão sumptuosamente decorado, onde se distingue a pintura a óleo em tamanho natural de D. Maria, podem ainda ser apreciadas interessantes peças de arte decorativa. Na majestosa sala encontram-se um relógio e duas ânforas em porcelana rosa de Sévres do séc XIX, duas cómodas italianas do séc. XVIII com incrustações em marfim, dois jarrões japoneses do séc. XIX, uma mesa gigante em mogno, cujo o único suporte é um pé central que termina em garras de leão, dois tremós estilo império e dois lustres em cristal de Veneza.

Sala das Sessões

Esta sala, onde se realizam as reuniões de Executivo e as Assembleias Municipais, está decorado com três enormes tapeçarias de Guilherme Camarinha. A maior das três, denominada de "Hino em Louvor, Honra e Glória da Cidade do Porto", evoca os acontecimentos mais marcantes da história da Invicta, entre os quais o Cerco do Porto. As outras duas, mais pequenas, denominadas "A Faina do Douro" e "S. João", evocam, respetivamente, a ligação da cidade ao comércio do Vinho do Porto e a festa mais característica da cidade.” (Câmara Municipal do Porto, 2017) Disponível em: «http://www.cm-porto.pt/autarquia/edificio_5» acesso em 04 de abr. 2017.

II.I.I. MANIFESTO ELEITORAL DO ATUAL PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO – PROGRAMAÇÃO POLÍTICA

Rui Moreira candidatou-se à Presidência da Câmara Municipal do Porto, no ano de 2013, com uma candidatura “livre, independente e abrangente”, denominada «O Nosso Partido é o Porto». Esta candidatura assentou em três pilares fundamentais: “a Coesão Social; a Economia e o Emprego e a Cultura e o Desenvolvimento” (Moreira, 2013: 4).

No pilar da Coesão Social, Rui Moreira preocupou-se com a solidariedade social, prometendo interferir diretamente com políticas ativas para atenuar o sofrimento dos mais desfavorecidos, nomeadamente ao nível de apoios a instituições que trabalhassem neste sentido. Também a criação do Fundo de Solidariedade foi prometido, enquanto a situação de emergência vivida em Portugal em prol da crise, nesse período, não atenuasse. A habitação social foi outro eixo deste pilar e, neste manifesto eleitoral, foi proposto um conjunto de políticas de renovação urbana sustentada pela construção de novos bairros e pela reabilitação de outros já existentes, mas com poucas condições, preservando os moradores dos bairros populares (Moreira, 2013: 7-9).

Quanto ao pilar da Economia e Emprego, Rui Moreira manifestou a urgência na criação de “políticas integradas para atrair investimento direto, contribuir para a

sustentabilidade das empresas existentes e promover o empreendedorismo.” (Moreira, 2013: 9). Com objetivo de criar um Porto atrativo, é prometida a construção de um Centro de Congressos do Porto com capacidade para 6000 pessoas, capaz de albergar grandes congressos e eventos internacionais; uma instalação, na freguesia de Campanhã, – antigo matadouro municipal - do Pólo Logístico de Apoio a Pequenas e Médias Empresas do Porto, incluindo comércio tradicional e a constituição de um Grande Centro de Reindustrialização, também na freguesia de Campanhã, aproveitando os recursos existentes da cidade; etc. Neste pilar, Rui Moreira promete a criação de um Programa Mercator que consiste, entre outras coisas, na reabilitação do Mercado do Bolhão e na reabilitação do centro da cidade, de forma a voltar a atrair moradores, captando investimento empresarial, dinamizando o pequeno comércio. (Moreira, 2013: 10-13).

No pilar da Cultura e Desenvolvimento, que é aquele que mais interessa a este estudo, Rui Moreira manifesta o seu desejo em fazer do Porto uma Cidade de Quarta Geração, dando especial atenção ao futuro. Com um conjunto de equipamentos culturais a seu favor, o Porto é, assim, visto como possuidor uma dimensão cosmopolita rara entre cidades da sua dimensão. É proposta a valorização do Património Material e Imaterial da cidade, a sua mostra e exportação, vinculando-o à marca *Porto.*; o respeito pela programação autónoma e independente de equipamentos que tenham a sua direção artística; a aposta no reforço da internacionalização dos criadores da cidade, fazendo com que eles participem da marca *Porto.* e esta se enriqueça com a presença destes elementos na sua definição; a aposta na dimensão económica da Cultura e no seu poder de agregação e coesão social. Entende-se que “a economia da cultura é uma das áreas de maior reprodutibilidade do investimento”, criando renda, mas rendendo muito mais do que isso, criando identidade e vínculo simbólico (Moreira, 2013: 17). Ficou prometido, neste manifesto eleitoral, o projeto “Cultura Fora do Sítio” que consistia na criação de programação cultural para populações carenciadas ou em locais inesperados; o projeto “Caminhos da Criação” que visava dar a conhecer ao público a experiência da criação de diversos artistas; o Teatro Municipal no Rivoli, abrindo, a Câmara Municipal, um concurso para a escolha de um programador para o teatro e incentivando a sua utilização por parte dos agentes culturais da cidade; a criação da Galeria Municipal com dois polos distintos: nos Paços do Concelho e na Biblioteca Almeida Garrett; a reabilitação e expansão da Biblioteca Almeida Garrett, de acordo com o projeto do Arquiteto Souto

Moura; a dinamização da arte de rua efémera; a criação do “Fórum do Futuro”, com o objetivo de transformar o Porto no Grande Palco Internacional para se discutir o Futuro, uma semana por ano. (Moreira, 2013: 18-19).

Este projeto eleitoral entendeu, assim, a boa programação política como “um poderoso agente de afirmação cultural da cidade” e que, “através da Cultura, a cidade ganha orgulho e identidade, abrindo-se.” (Moreira, 2013: 19).

II.II. DIVISÃO MUNICIPAL DE AÇÃO CULTURAL E CIENTÍFICA DA CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO

A Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica da CMP – DMAACC - está integrada na Direção Municipal da Cultura e Ciência, dirigida pela Dr^a Mónica Guerreiro. É chefe desta Divisão a Dr^a Sílvia Fernandes que, a par da Dr^a Patrícia Vaz, acompanhou este estágio.

Parte da DMAACC encontra-se nas instalações da Biblioteca Municipal Almeida Garrett, fazendo a gestão do Auditório e da Galeria Municipal.

II.II.I. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Neste estágio curricular, foram desenvolvidas e acompanhadas várias atividades, ao longo de três meses. No início, tive contacto com o dossier logístico de alguns eventos, da responsabilidade da Divisão Municipal de Ação Cultural e Científica, decorridos na cidade, a fim de perceber quais os projetos em que a DMAACC é responsável e em que consistem. Também me familiarizei com os diversos catálogos das exposições decorridas na Galeria Municipal do Porto.

Comecei, desde logo, a acompanhar todas as atividades que aconteciam no Auditório Municipal, dando apoio presencial em tudo o que fosse necessário: frente de casa; fazendo a ponte entre os organizadores e a DMAACC; apoio logístico, etc. Outra atividade que realizei com muita frequência foi a elaboração das Fichas de Projetos das

iniciativas que aí decorriam, com base nos e-mails trocados entre os organizadores e a orientadora do meu estágio, Dr^a Patrícia Vaz.

Acompanhei, também, diversas atividades da responsabilidade do Serviço Educativo, conduzido pela Dr^a Graça Lacerda, nomeadamente visitas guiadas às exposições da Galeria Municipal, mas também encontros transgeracionais entre crianças e idosos, fazendo, muitas vezes, o registo fotográfico das mesmas.

Outra atividade que desenvolvi foi a criação de um Dossier de Apresentação da Galeria Municipal do Porto. Fiz, também, um e-mail de solicitação para possíveis patrocinadores para as inaugurações de exposições futuras, depois de uma pesquisa devida e contacto com algumas empresas. Foram igualmente feitos, por mim, pedidos de orçamentos a empresas de puffs, depois de vários contactos prévios a explicar as nossas necessidades, condições e contrapartidas.

Elaborei tabelas de estatísticas dos dados relativos aos diversos espetáculos culturais decorrentes nos mais variados equipamentos culturais da cidade; criei uma lista de locais para distribuição de flyers, separada por zonas para facilitar a entrega, e fui fazendo outras atividades mais pequenas, ao longo dos três meses, como afixação de cartazes e de licenças de representação; ajuda na desmontagem e montagem das exposições; distribuição de flyers; verificação das condições dos camarins, entre outras.

III. REVISÃO DA LITERATURA

III.I. DELIMITAÇÃO DO SETOR CULTURAL E CRIATIVO

A cultura, segundo a sua definição, é o “conjunto dos conhecimentos adquiridos que contribuem para a formação do indivíduo enquanto ser social”. É, também, o “conjunto de costumes, de instituições e de obras que constituem a herança de uma comunidade ou grupo de comunidades”. (*cultura* in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico).

De acordo com Botelho (2001), a cultura comporta duas dimensões: a antropológica e a sociológica. Na dimensão antropológica, a cultura é produzida através da interação social dos indivíduos, que constroem os seus modos de pensar e sentir, os seus valores, identidades e rotinas. É através desta dimensão que cada indivíduo cria pequenos mundos de sentido, ou seja, significados simbólicos, que podem ser determinados pelas origens regionais de cada um e pelos seus interesses, sejam eles profissionais, económicos, desportivos, culturais, sexuais, origens éticas, geração, entre outros. Assim, a interação social é a base essencial para a formulação dos pequenos mundos de sentido. Resumindo, em palavras de Botelho (2001), “a cultura é tudo o que o ser humano elabora e produz, simbólica e materialmente falando.” (Botelho, 2001: 74).

Quanto à sua dimensão sociológica, a cultura é produzida num contexto específico, ou seja, “é uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de produção” e está dependente de um “conjunto de fatores que propiciam ao indivíduo condições de desenvolvimento e de aperfeiçoamento dos seus talentos” e de “canais que lhe permitam expressá-los”, ou seja, a dimensão sociológica da cultura refere-se a um

conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e económicas, tendo, portanto, visibilidade em si própria.” É nesta dimensão que se cria um círculo organizacional capaz de estimular a produção, circulação e o consumo de cultura. Nasce, aqui, a “expressão artística em sentido estrito”. “É neste espaço que se inscreve tanto a produção de carácter profissional quanto a prática amadorística. É aqui também que existe todo o aparato que visa propiciar o acesso às diversas linguagens (...) que colabora para a formação de um público consumidor de bens culturais.” (Botelho, 2001: 74).

Cada indivíduo é possuidor de uma identidade que advém de muitas afiliações e pertenças que, portanto, “implica um sentimento de pertença a um determinado grupo étnico, cultural, religioso, de acordo com a percepção da diferença e da semelhança entre «ego» e o «alter», entre «nós» e os «outros». (Rodrigues, 2012: 3). Esta construção identitária, seja ela individual ou social, não é sólida nem estável, ou seja, vai sofrendo transformações ao longo do tempo. Segundo Patriota (2002), “o exterior exerce um importante papel na formação de nossa identidade, que está presente no nosso imaginário e é transmitida, fundamentalmente, por meio da cultura. A identidade é o que nos diferencia dos outros, o que nos caracteriza como pessoa ou como grupo social. Ela é definida pelo conjunto de papéis que desempenhamos e é determinada pelas condições sociais decorrentes da produção da vida material.” (Patriota, 2002: 3).

A identidade cultural é, então, o sentimento de pertença a uma “cultura nacional ou seja, aquela cultura em que nascemos e que absorvemos ao longo de nossas vidas. Ressaltamos aqui, que esta identidade não é uma identidade natural, geneticamente herdada, ela é construída.” (Patriota, 2002: 3).

“O património é um elemento fundamental na construção da identidade social/cultural e, simultaneamente, é a própria materialização da identidade de um grupo/sociedade (Choay, 1992; Schiele 2002; Peralta & Anico 2006)” apud (Rodrigues, 2001: 4). “O património expressa a identidade histórica e as vivências de um povo, (...) contribui para manter e preservar a identidade de uma nação daí o conceito de identidade nacional, de um grupo étnico, comunidade religiosa, tribo, clã, família (Choay, 1992). É a herança cultural do passado, vivida no presente, que será transmitida às gerações futuras. É o conjunto de símbolos sacralizados, no sentido religioso e ideológico, que

um grupo, normalmente a elite, política, científica, económica e religiosa, decide preservar como património coletivo.” (Rodrigues, 2001: 4).

No pensamento moderno, a questão da identidade foi crucial para fazer uma distinção em relação ao passado, marcando uma clivagem clara relativamente ao pensamento e às sociedades tradicionais. “Nestas, a identidade era definida como um atributo essencialmente fixo e predefinido dos indivíduos, resultado de uma dada ordem de papéis sociais estabelecida e de uma visão unitária do mundo que, por um sistema rígido de sanções, determinavam rigorosamente e de uma forma estrita os limites do comportamento, a forma de apresentação, de pensar e de ser de cada indivíduo. Consistindo pois a identidade numa realidade estável e não problemática, a mesma não era objeto de reflexão ou discussão e situava-se, também, como que à margem do pensamento.” (Esteves, 2003: 73).

Na modernidade, com as variadas transformações sociais, esta situação alterou-se profundamente, tornando-se a identidade “mais instável, fragmentada, múltipla, permeável às mudanças que ocorrem quer ao nível dos sistemas de pensamento, quer das formas de sociabilidade e de organização da vida coletiva em geral. (...) A identidade na modernidade passa a dar-se a ver como problemática e acaba mesmo por se constituir, ela própria como um objeto de reflexão e pensamento.” (Esteves, 2003: 74).

Estas mudanças de paradigma, quer a nível social, quer a nível económico, têm contribuído para uma visão mais ampla de cultura, “onde se encontram diferentes características partilhadas por uma determinada comunidade – modos de vida, sistemas de valores, tradições e modelos de consumo – em processos onde o conhecimento desempenha um papel decisivo na respetiva articulação.

As dimensões do “setor cultural” alargam-se ao mesmo tempo que as suas fronteiras se tornam mais difusas, nomeadamente, no que respeita às suas articulações com as atividades económicas de produção, distribuição e consumo de bens e serviços transacionáveis, sejam aquelas que se articulam mais estreitamente com o núcleo-duro dos bens culturais e que vieram a ser progressivamente cobertas pela designação de “indústrias culturais”, sejam aquelas que incorporam dimensões relevantes de

competências associadas à criação, diferenciação e desenvolvimento de elementos imateriais nos restantes bens e serviços e que vieram a ser progressivamente cobertas pela designação de “indústrias criativas”.” (Mateus, 2010: 4).

As fronteiras difusas e a aproximação de atividades, profissões, ambientes e comportamentos provocam a emergência de um “setor cultural e criativo” com novas tendências e transformações económicas e sociais.

Segundo as “análises recentes do desenvolvimento das sociedades em contextos de concorrência global, nomeadamente, as de natureza económica, geográfica, sociológica e política”, a cultura tem um contributo importante para a criação sustentável de riqueza. (Mateus, 2010: 8). A noção de cultura expandiu, com a interação entre diferentes áreas, nomeadamente “entre cultura e atividades económicas, entre cultura e educação, entre cultura e lazer, entre cultura, cidadania e participação, quer em formas de penetração, integração, apropriação e utilização das tecnologias de informação e comunicação que moldam e transformam globalmente as sociedades atuais.” (Mateus, 2010: 8).

“A compreensão do papel multifacetado da cultura como fator de desenvolvimento humano, económico e social surge, assim, como linha condutora de qualquer exercício de definição, delimitação e avaliação do sector cultural e criativo, explicitando-se, na prática, através de um conjunto de dimensões que moldam o papel da cultura nas sociedades modernas enquanto:

- ▶ Fator estratégico de competitividade;
- ▶ Sector gerador de emprego e riqueza;
- ▶ Meio de reforço da cidadania;
- ▶ Alavanca de coesão social e territorial;
- ▶ Veículo de afirmação internacional das comunidades.”

(Mateus, 2010: 10)

Com a evolução económica e social, a aceleração da globalização e dos novos media, a definição de “indústrias culturais” alterou-se, aproximando-se das artes criativas. Esta aproximação permitiu uma nova compreensão quer “do novo papel da cultura nos novos modelos de crescimento económico endógeno, quer dos novos mercados e modelos de negócio associados à aceleração dos consumos “culturais”.

A designação “indústrias criativas” nasceu (...) do reconhecimento de que a cultura e a criatividade se tinham tornado fatores competitivos estratégicos para quase todas as atividades económicas de bens e serviços, em especial nos mercados de consumo final mais dinâmicos, sob o impulso dos casos de sucesso na utilização de elementos fortemente imbuídos de simbolismo e criatividade para desenvolver fatores de diferenciação de carácter imaterial ou intangível.

A construção da noção de “indústrias criativas”, por referência aos territórios e aos agentes que foram ganhando protagonismo na emergência da “criatividade”, pode ser encontrada num conjunto alargado e diversificado de contribuições, que foram posicionando a criatividade no coração dos novos paradigmas de afirmação das cidades contemporâneas e de desenvolvimento económico e social, onde duas referências merecem ser destacadas pela influência que tiveram na emergência do conceito de “indústrias criativas”, seja enquanto instrumento de análise, seja enquanto base de elaboração de políticas públicas.” (Mateus, 2010: 16-17).

Segundo o estudo de Florida (2002), “as regiões com maior densidade da “classe criativa” tendem a conhecer maior sucesso económico, gerando de forma sustentada, mais empregos qualificados e maior crescimento económico, isto é, consolidando vantagens duradouras no plano territorial.

O conceito de “classe criativa” estrutura-se, na abordagem de Florida, em torno de três T’s – Tecnologia, Talento e Tolerância – para fundamentar a preferência dos “criativos” por lugares diferenciados, tolerantes e abertos a novas ideias onde se produzem ritmos mais elevados de inovação e desenvolvimento tecnológico.” (Mateus, 2010: 17-18).

O setor cultural e criativo estrutura-se segundo três grandes componentes: setor cultural; indústrias culturais e setor criativo, que correspondem, por um lado, à fusão entre a cultura e a economia e, por outro, à fusão entre a economia e a criatividade.



*Figura 1–
Sector Cultural
e Criativo*

Fonte: (Mateus,
2010: 21)

Neste encontro, segundo Mateus (2010), destacam-se:

- ▶ O “setor cultural” em sentido restrito como espaço de afirmação de bens e serviços públicos e semipúblicos, onde se colocam questões relevantes associadas à existência de mercados incompletos e de externalidades que se situam, privilegiadamente nas atividades associadas ao património e às artes de mérito e onde os “stakeholders” determinantes e centrais são os cidadãos portadores de direitos democráticos de acesso à cultura;
- ▶ As “indústrias culturais” como espaço de afirmação de bens e serviços transacionáveis, onde se produzem fortes sinergias entre os objetos e produtos de criação e os suportes e equipamentos de difusão, que se situam privilegiadamente no terreno dos conteúdos e do lazer e onde os “stakeholders” determinantes e centrais são os consumidores portadores de hábitos e poderes de compra segmentados;
- ▶ O “setor criativo” como espaço de afirmação de competências e qualificações criativas, que acompanham a crescente relevância dos elementos imateriais (valores estéticos e simbólicos, entre outros), para além dos elementos de ordem material e

funcional, na determinação do valor dos bens económicos, em trabalhos de conceção, criação, design e branding, penetrando, mais ou menos intensamente, a generalidade das atividades económicas, e onde os “stakeholders” centrais são os profissionais portadores de capacidades diferenciadoras. (Mateus, 2010: 20).

O setor cultural e criativo envolve, ainda, “uma lógica própria de articulações, entre o território e a globalização, por um lado, e entre a produção e o consumo, por outro lado, onde se resolvem os conflitos e se produzem as sinergias e/ou desequilíbrios, entre, respetivamente, singularidade e mobilidade, identidade e universalidade, diferenciação e massificação e reprodutibilidade e customização.

A criatividade surge, nesta proposta, como um elemento aglutinador determinante para a própria autonomização e configuração do sector cultural e criativo.

As principais variáveis da criatividade incorporam uma dimensão cognitiva – inteligência, conhecimento, competências técnicas - uma dimensão de envolvente – fatores político-religiosos, económico-sociais, culturais e educativos - e uma dimensão de personalidade – motivação, confiança, não conformismo – e interação de forma multiplicativa para gerarem outputs criativos.

A criatividade é, assim, aqui entendida como, uma realidade social com valor económico, como uma concretização ou resultado de um processo e não como um mero potencial ou uma condição.” (Mateus, 2010: 26).

Segundo Mateus (2010), o novo paradigma do desenvolvimento, que alia a criatividade e a cultura à economia e à tecnologia, através de modelos centrados na predominância dos serviços e dos conteúdos criativos, encara a economia, baseada no conhecimento, como um dos mais poderosos motores do crescimento económico e do emprego na atualidade.

III.II. CIDADES CRIATIVAS

As cidades foram, desde sempre, centros privilegiados para a criação cultural e económica. “A transição do modelo tradicional de cidade para o modelo criativo, com a sua principal manifestação na passagem da Sociedade Industrial para a Sociedade da Informação e da Economia do Conhecimento, ocorreu em paralelo com a evolução das cidades ao longo dos tempos, de acordo com as diversas transformações demográficas, económicas, políticas, sociais e culturais que se foram processando, as quais influenciam toda a sua cadeia de valor, provocando mutações e impactos significativos na dinâmica e vivência urbana, e que colocam as cidades, atualmente, num panorama de competição económica, política e cultural que durante muito tempo se colocava apenas a uma escala nacional/estatal.” (Santos, 2012: 15).

O conceito de cidade criativa surgiu no século XX, resultando das grandes alterações sociais, económicas e ambientais sentidas nas cidades nesse período, assistindo-se, progressivamente, a uma transformação da cidade industrial para a cidade do conhecimento, caracterizada, como vimos anteriormente, pelo capital humano, pela economia do conhecimento, pela inovação e pelas redes digitais. Com isto, houve uma massificação da cultura e uma redução da exclusão social, surgindo novas formas de criação, produção, distribuição e consumo de bens culturais, sendo possível chegar a todos os estratos sociais com condições similares.

Segundo Santos (2012), “a cidade criativa é aquela que responde a estímulos da cultura pós-moderna, desenvolvendo-se num ciclo aberto e com ruturas.” (Santos, 2012: 12). Com a transição do modelo de cidade tradicional para o modelo de cidade criativa, também a relação com o espaço se foi alterando. As novas tecnologias encurtaram a distância entre as pessoas e os locais e a vivência presencial deram lugar à vivência digital. “Para além disso, houve uma revisão dos paradigmas económicos, na procura de novos modelos para o crescimento económico e socio-ambiental das cidades. Este foi um fenómeno caracterizador da sociedade pós-industrial e pós-moderna, “(...) cuja âncora de discussão e apropriação tem como eixo o reconhecimento de que a cultura alimenta uma nova economia e coloca-se, na atualidade, como pilar para o

desenvolvimento da sociedade, na era do conhecimento” (Marinho, 2009, p.251) apud (Santos, 2012: 12).

Nas palavras de Landry, “a cidade criativa é um toque de trombetas para estimular abertura mental, imaginação e participação pública. Isso tem um impacto dramático na cultura organizacional. A filosofia é que há sempre mais potencial em qualquer lugar do que pensaríamos à primeira vista (...). Parte-se do pressuposto que devem ser criadas condições para que as pessoas pensem, planejem e ajam com imaginação para aproveitar oportunidades ou resolver problemas urbanos aparentemente intratáveis. Estes podem variar de respostas à questão dos [sem-abrigo], à geração de riqueza ou à melhoria do ambiente visual. Isso significa que cidades grandes e pequenas podem ser criativas. Cidade criativa é portanto um conceito positivo. O pressuposto é que pessoas comuns podem fazer coisas extraordinárias acontecerem, se tiverem uma oportunidade.” (Landry in Reis; Kageyama, 2009, Prefácio) apud (Reis, 2012: 10).

Para se pensar a cidade, há que se pensar, desde logo, na cidade habitada, ou seja, nas pessoas que a habitam. É para estas que a cidade é desenvolvida, para atender às suas necessidades, ambições e expectativas. Hoje, as cidades enfrentam os desafios da contemporaneidade, resultantes da evolução da investigação e do conhecimento. Com a permanente renovação criativa, a cidade deve ser pensada com vista nos desafios da inovação do futuro, sempre com o foco nas pessoas, quer a nível individual quer a nível coletivo. A cidade criativa deve ser, então, “um lugar de inspiração para todos os que a pensam, estudam e nela vivem. Tem de ser também um lugar onde todos se sintam bem e por isso aspirem a nela permanecer” (García & Alves, 2017: 9).

Segundo Touraine (1925), “a ciência e a tecnologia, o cálculo e a precisão, a aplicação dos resultados da ciência a domínios cada vez mais diversos da nossa vida e da sociedade, são componentes necessárias, e quase evidentes, da civilização moderna.” (Touraine, 1925: 88). Também, segundo o mesmo autor, é “princípio fundador da modernidade o reconhecimento dos direitos do indivíduo, isto é, a afirmação de um universalismo que dá a todos os indivíduos os mesmos direitos, sejam quais forem os seus atributos económicos, sociais ou políticos.” (Idem: 88).

As cidades são, por excelência, centros de conhecimento, criatividade e inovação, fatores que são favoráveis ao seu desenvolvimento. “Ao longo dos tempos, as

características das cidades foram sofrendo alterações, adotando uma dimensão particular a cada contexto histórico, social, económico, político e cultural. Nesta evolução contínua e sistemática das cidades, que assumem tipologias cada vez mais diversificadas e complexas, o modo de produção e as relações sociais constituem os principais responsáveis pela transformação das cidades ao nível da ocupação do território e desenvolvimento humano.” (Santos, 2012: 9).

No entanto, também existem condicionantes, que resultam da evolução constante a que a cidade assiste, que exigem estratégias urbanas definidas para que estes impactos – “degradação ambiental, alterações climáticas, escassez de recursos, desigualdades sociais, crises económico-financeiras, entre outros” - sejam contornados. (Lopes, 2017: 56). Os decisores urbanos têm, assim, novos desafios e a criatividade é vista como fator fundamental para o desenvolvimento urbano, impulsionando o crescimento económico, social e territorial. “A criatividade, através da arte e da cultura, pode tornar-se uma ferramenta eficaz no envolvimento da população na tomada de decisões que afetam as suas comunidades. Tem, por isso, vindo a ser reconhecida como útil para a educação e consciencialização” (Combat Poverty Agency, 1996) apud (Lopes, 2017: 58).

De acordo com o estudo de Charles Landry (2000), na sua obra “The Creative City”, as cidades com sucesso apresentam em comum alguns fatores como: indivíduos visionários, organizações criativas e políticas públicas concretas. Devem ser cidades que almejem um objetivo, mas não devem seguir um caminho determinista. A sua liderança deve ser generalizada, passando pelo setor público, privado e setores voluntários. Devem, também, ser cidades ousadas, sem medo de arriscar, procurando criar iniciativas públicas, projetos e negócios que potencializem e maximizem o seu desenvolvimento.

Em relação a questões culturais, estas cidades devem expressar os seus valores e a sua identidade, fatores estes que serão importantes para responder aos desafios que possam surgir e para o sucesso das estratégias de planeamento urbano.

“A arte e a cultura podem ser importantes na revitalização do tecido urbano, ao darem “nova vida” aos locais de intervenção. Desempenham um papel importante na consolidação do sentimento de compromisso cívico da população, contribuem para a vitalidade cultural das comunidades, para a sua saúde, e desenvolvimento económico”

(Kleinhans et al., 2012; Martin-Brelot, Grossetti, Eckert, Gritsai & Kovács, 2010) apud (Lopes, 2017: 58).

A cultura provoca muitos impactos e, de acordo com Landry, é o prisma através do qual o desenvolvimento urbano deve ser visto. O autor refere que, de acordo como seu estudo, a indústria cultural, em cidades como Londres, Nova Iorque, Milão ou Berlim, emprega cerca de 3 a 5% da classe trabalhadora. O impacto social e educacional da cultura fomenta o desenvolvimento do capital social e a capacidade organizacional de responder a desafios. A cultura também contribui para fortalecer a coesão social, aumentar a confiança e a qualidade de vida das pessoas, melhorar o seu bem-estar físico e psicológico, fortalecer a capacidade para agir em democracia e desenvolver novas rotas de emprego. (Landry, 2000: 9).

Segundo Reis (2012), uma cidade criativa deve assentar sobre três pilares fundamentais - inovações, conexões e cultura. Por inovações, a autora entende não só as inovações tecnológicas e científicas, mas também as inovações do dia-a-dia, expressas em soluções para problemas quotidianos ou em novas visões para determinados campos, isto é, visões criativas capazes de gerar produtos, processos e propostas de valor para determinados grupos urbanos. A inovação é, assim, a reinvenção da cidade criativa. Relativamente às conexões, são referidas as pontes entre o local e o global, pois a cidade deve-se reger pelas suas tradições, mantendo a sua identidade cultural, mas deve, também, abrir-se para o mundo; pontes entre público, privado e sociedade civil para uma gestão compartilhada; pontes entre o passado e o futuro, pois só conhecendo o seu passado é que a cidade se pode perceber e reinventar e pontes entre as diferentes áreas da cidade, ou seja, criando um mapa administrativo do município, conectando todas as diferentes regiões urbanas. Quanto à cultura, a autora destaca a dimensão da cultura como códigos e valores compartilhados e como criadora de identidade; a cultura como geradora de economia, onde se enquadra, por exemplo, o turismo e a cultura como produtora de um ecossistema propício à criatividade, ou seja, um ambiente que apele à criação e desenvolvimento de novas ideias.

Neste seguimento, apresentamos as fases de transformação para uma cidade criativa:

Fases de transformação para uma cidade criativa (Reis, 2011)			
	LATÊNCIA	CATÁLISE	CONSOLIDAÇÃO
Criatividade	Esparsa	Em polos	Difusa
Liderança	Inexistente	Desencadeadora	Compartilhada
Mapas mental e afetivo	Desconhecidos	Ampliados	Sobrepostos
Conexões	Nas pontas	Entre nodos	Em rede
Espaço público	Espaço de ninguém	Híbrido: espaço de ninguém e de todos	Espaço de todos

Tabela 1 – Fases de transformação para uma cidade criativa

Fonte: (Reis, 2011) apud (Reis, 2014: 13)

Este processo de transformação é complexo e exige um planejamento estratégico específico que pode assentar em várias técnicas, como por exemplo, numa análise SWOT – que consiste na identificação dos pontos fracos e fortes, das oportunidades e das ameaças da cidade. (Landry, 2000: 167).

De acordo com Landry, o processo estratégico para a elaboração de uma Cidade Criativa é composto por cinco fases: fase de preparação e planejamento; fase de estabelecimento de indicadores – pontos fortes e pontos fracos ou obstáculos; fase de identificação das aspirações e necessidades; fase de execução; e fase de comunicação, disseminação e reflexão. (Landry, 2000: 168-173).

Mas, para que uma cidade seja verdadeiramente criativa e para que a criatividade se incorpore no tecido organizacional da cidade, existem algumas condições prévias. Primeiramente, são necessários vários fatores pessoais e coletivos, como a existência de um ambiente estimulante, seguro e livre de perturbações e ansiedade. Estes e outros fatores são necessários para estimular um pensamento criativo e para o aparecimento de ideias. É importante distinguir-se os fatores concretos, como as instituições educacionais dos fatores mais intangíveis como o sistema de valores, estilos de vida e a identificação das pessoas com a sua cidade. Existem, pelo menos, sete grupos de fatores:

- 1 - Qualidades pessoais;
- 2 - Vontade e liderança;
- 3 - Diversidade humana e acesso a talentos variados;
- 4 - Cultura organizacional;
- 5 - Identidade local;
- 6 - Espaços e instalações urbanas;
- 7 - Dinâmicas de rede.

Uma cidade é tão mais criativa quanto maior for o número de fatores apresentados anteriormente a que obedeça. A ausência de fatores importantes como a vontade política ou a organização cultural apropriada pode colocar o processo criativo em risco e levantar outros problemas.

A criatividade urbana é difícil de alcançar, uma vez que implica reunir vários grupos: atores, agentes e grupos de interesse com diferentes origens, aspirações, potenciais e culturas. A cidade criativa é uma entidade diferenciada do artista e das organizações criativas, dando uma maior ênfase aos relacionamentos, processos de visão conjunta e dinâmicas de redes. (Landry, 2000: 105-106).

“A cidade criativa, enquanto organismo dinâmico e em constante mutação, reveste-se de uma complexidade de características próprias profundas, às quais, através do seu próprio processo de desenvolvimento, vão sendo adicionados novos atributos que contribuem para que a mesma possa ir respondendo aos desafios que todos os restantes atores lhe vão colocando, nomeadamente: Governo, Sector Privado, Organizações e Sociedade Civil.” (Santos, 2012: 28).

Embora não seja fácil transformar uma cidade em cidade criativa, uma vez transformada esta gera economia através das indústrias criativas – “indústrias que, tendo a sua origem na criatividade, talento e habilidade individuais, apresentam um elevado potencial de criação de riqueza e de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual” (Martins et al, 2007: 31). As cidades que apresentam estas

indústrias criativas são, segundo os mesmos autores, “aquelas que fazem amplo uso da criatividade dos seus recursos humanos, quer seja diretamente em atividades culturais e artísticas, quer no cruzamento da criação artística com a competência tecnológica, quer na capacidade de exploração das novas formas de comunicação digital e interativa, quer ainda na função de conceção de novos produtos e serviços ou de integração de sistemas”. (Idem, Ibidem). A economia criada através das indústrias criativas faz parte do plano estratégico deste tipo de cidades, uma vez que “as atividades criativas reforçam a qualidade de vida das cidades, facilitando a revitalização do espaço urbano e a modelação da identidade da cidade em termos de competição pelos talentos e investimentos” (Idem, Ibidem).

A classe criativa é, assim, essencial para o desenvolvimento competitivo da economia criativa. A competitividade irá depender, segundo Florida e Tignali (2004: 41) dos “3 T’s” do crescimento económico, que são: “a Tecnologia, o Talento e a Tolerância”. Segundo estes autores, o fator determinante da competitividade global, vai além do comércio de bens e serviços ou dos fluxos de investimento e de capital, passando, agora, pelos fluxos de pessoas. Na economia criativa global, os países bem-sucedidos, serão aqueles com maior capacidade de atração, retenção e desenvolvimento de talentos criativos, aproveitando os seus recursos e capacidades criativas. (Idem, Ibidem). Cada um destes elementos – tecnologia, talento e tolerância - é necessário, individualmente, mas não é suficiente, isoladamente, pois, “para atrair pessoas criativas, gerar inovação e estimular o desenvolvimento económico um lugar deve conter os 3Ts” (Florida, 2002: 12).

Para além do conceito dos 3 T’s de Florida, também outros autores definiram características essenciais para que uma cidade seja considerada criativa, como se pode ver no quadro seguinte:

3 T's de Richard Flórida	• Talento, Tecnologia e Tolerância
3 C's de Charles Landry	• Cultura, Comunicação e Cooperação
Verhagen	• Limpa, Verde e Segura
Howkins	• Aprendizagem, Colaboração e Novidade
Strickland	• Justiça, Igualdade e Diversidade
Kageyama	• Funcional, Segura, Confortável e Festiva
Fonseca e Urani	• Conexões, Cultura e Inovações
Lerner's	• Sustentabilidade, Mobilidade e Solidariedade
Pardo	• Exercício livre da cidadania, Ambientes socialmente complexos, Áreas culturalmente dinâmicas, Qualidade de vida democrática e Segurança

Tabela 2 – Requisitos e condições intrínsecas para que uma cidade seja considerada criativa. Fonte: (Reis, 2009: 17) apud (Santos, 2012: 28).

“A partir deste resumo, pode concluir-se que existem fatores similares e concordantes entre os diversos autores. Não obstante, para que uma cidade criativa seja bem sucedida, para além de reunir estes elementos, expressos [na tabela 2], necessita de ter por base uma boa Governança, apoiada numa estratégia de longo prazo, que seja capaz de gerar consenso e confiança (Reis, 2009a:18)” apud (Santos, 2012: 29).

Se as políticas públicas de uma cidade criativa não forem bem geridas, a cidade criativa pode entrar em crise e, com isso, trazer efeitos negativos, como explica Florida (2017) no seu mais recente livro “The New Urban Crisis”, onde aborda o problema do custo de vida crescente em áreas metropolitanas ‘mediáticas’, o que implica e provoca um aumento da desigualdade de renda e da segregação residencial.

Para Florida (2017), “os mesmos fatores que conduzem o crescimento económico também conduzem a desigualdade” (Florida, 2017: 88), por isso, há que criar políticas

progressistas para que o desenvolvimento de uma cidade não crie exclusão social - as quais poderão passar por políticas habitacionais, criando rendas mais acessíveis, investido em infraestruturas e dando uma maior remuneração aos empregos de serviços, ou seja, aos trabalhadores que estão fora da classe criativa. Assim, pode evitar-se uma cidade desequilibrada, onde as pessoas com menos recursos financeiros teriam de se deslocar para os subúrbios por não conseguirem acompanhar o desenvolvimento da cidade criativa tecido, tendencialmente, pelas classes sociais mais altas.

III.III. POLÍTICAS CULTURAIS ENQUANTO POLÍTICAS PÚBLICAS

A política é, segundo a definição de Albuquerque (2011), um “processo através do qual um grupo de pessoas chega a decisões coletivas que, de algum modo, vinculam esse mesmo grupo, [sendo] o processo dinâmico de decisão o carácter fundamental desta atividade. No decurso deste processo negocial, a política (politics) transforma-se, assim, numa determinada política (policy), isto é, num conjunto de decisões tomadas num (e para um) dado campo da esfera social.” (Albuquerque, 2011: 91).

Em relação à política pública, existem várias definições dadas por autores diferentes, não existindo, portanto, uma definição única e exata, uma vez que a política pública é um campo multidisciplinar, fazendo a convergência de áreas como a sociologia, a ciência política e a economia. As políticas públicas repercutem na economia e nas sociedades e, assim sendo, qualquer teoria da política pública necessita, também, de explicar as inter-relações entre Estado, política, economia e sociedade. (Souza, 2006: 25).

“A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real” (Souza, 2006: 26), portanto, o campo de conhecimento da política pública procura a ação do governo e a sua análise, bem como a proposta de mudanças na orientação e no decurso dessas ações.

“As políticas públicas, após desenhadas e formuladas, desdobram-se em planos, programas, projetos, bases de dados ou sistema de informação e pesquisas. Quando postas em ação, são implementadas, ficando submetidas a sistemas de acompanhamento e avaliação.” (Souza, 2006: 26). As políticas públicas têm, assim, um ciclo deliberativo constituído pelas seguintes etapas:

- Definição de agenda;
- Identificação de alternativas;
- Avaliação das opções;

- Seleção das opções;
- Implementação;
- Avaliação.

Como vimos no tema anterior sobre cidades criativas, o poder e a cultura estão intrinsecamente ligados e podemos dizer que, quando estes dois pilares - poder e cultura - se intersejam, estamos perante uma política cultural.

De acordo com Costa (1997), “as políticas culturais contemporâneas são, no essencial, políticas públicas, geradas em contexto de reflexividade social institucionalizada e objeto de controvérsia explícita no espaço público.” (Costa, 1997: 2). Estas controvérsias ocorrem porque, muitas vezes, não se consegue fazer uma distinção clara dos diversos espaços sociais de afirmação cultural, nomeadamente no que diz respeito aos seus graus de institucionalização e de reconhecimento de legitimidade cultural. Confrontado com estas dificuldades, o autor José Madureira Pinto (1994, 1995 e 1997) definiu cinco tipos de espaços culturais:

- a) O espaço da cultura “erudita” ou “cultivada” (o mais sobrelegitimado de todos os espaços);
- b) O espaço das indústrias culturais – relativo à sua “cultura de massas”, produção, difusão e consumo;
- c) O espaço organizado das subculturas dominadas e emergentes – artesanato, bandas, grupos de dança folclórica ou de salão, teatro amador e exposições de coletividade;
- d) O espaço coletivo – público (por exemplo, festas urbanas) e reservado (convivialidade de café, bar, discoteca);
- e) O espaço doméstico.

(Pinto, 1994, 1995 e 1997) apud (Costa, 1997: 2).

Neste seguimento, podemos compreender quatro dimensões distintas – a da criação cultural, a da expressão cultural; a da participação e a da receção.

Também outros autores sentiram necessidade de diferenciar as dimensões das políticas culturais, como por exemplo Lima et al. (2013), definindo, assim, uma tipologia assente em três grandes gerações de políticas públicas na área da cultura: a geração de formação da identidade e preservação do património; a geração de intervenção e regulação económica e, finalmente, a geração de produção e difusão cultural. A tabela seguinte apresenta esta classificação:

Tipologia histórica das políticas culturais

Modalidade de política	Conceito de cultura	Objetivo da política	Instrumentos de intervenção
<i>Políticas de primeira geração: consolidação da identidade e preservação do património</i>			
Políticas de identidade nacional	Cultura como identidade nacional	Consolidar a identidade nacional e preservar o património	Museus históricos nacionais, monumentos cívicos, missões folclóricas de resgate da cultura nacional
Políticas de reconhecimento da diversidade	Cultura como diversidade identitária	Reconhecer a diversidade das comunidades que integram o Estado nacional	Museus étnicos, património imaterial
<i>Políticas de segunda geração: intervenção e regulação económica do setor cultural</i>			
Políticas de proteção à indústria cultural nacional	Cultura como conjunto de bens simbólicos que podem ser reproduzidos serialmente	Diminuir o impacto (cultural/ económico) da indústria cultural estrangeira e fortalecer a indústria nacional	Cotas cinematográficas, estímulo fiscal à produção de conteúdo nacional
Políticas de economia criativa	Cultura como setor de atividade económica	Fomentar o setor económico criativo	Incentivo aos setores criativos, formação de <i>clusters</i> , cidades criativas
<i>Políticas de terceira geração: difusão e produção cultural</i>			
Políticas de democratização da cultura	Cultura como belas artes	Ampliar o acesso à cultura consagrada	Centros culturais orientados à difusão, orquestras públicas com entradas subsidiadas
Políticas de democracia cultural	Cultura como modo de vida	Apoiar a produção simbólica dos diversos segmentos sociais	Fomento à cultura popular e comunitária

Abordamos as “gerações” de políticas num sentido mais *lógico* do que *cronológico*¹¹.

Tabela 3 – Tipologia histórica das políticas culturais – as três gerações. Fonte: (Lima et al., 2013: 10).

Segundo Costa (1997), perante estes quadros vastos, diversificados e complexos, o autor José Madureira Pinto desenvolveu propostas para equacionar as políticas culturais, assentando uma das suas principais orientações na importância a dar a vetores estruturantes no plano cultural: vetores como a “preservação, valorização e disponibilização do património cultural acumulado” (Costa, 1997: 3), bem como vetores de “incorporação durável, junto dos diversos setores da população, de um conjunto de disposições intelectuais e estéticas elaboradas, condição de democratização cultural e de desenvolvimento cultural sustentado”. Com isto, o autor pretende a “descentralização de decisões, recursos e atividades; articulações entre serviços públicos, autarquias, associações e sistemas de ensino; reconhecimento e inclusão da diversidade de expressões culturais; respeito pelas identidades culturais e abertura à alteridade cultural.” (Idem, *Ibidem*). Outra das suas orientações tem que ver com a efetiva democratização cultural passar não só pelo alargamento dos públicos mas, também, pelo alargamento do conjunto dos criadores, isto é, pelo “alargamento do universo dos produtores culturais” (Idem, *Ibidem*), democratizando, assim, o campo da produção cultural. O autor salienta, aqui, o dever de se atenuarem as distâncias entre a criação e a receção com a implementação de ações concretas que passam pela “educação artística, pela ligação das artes à escola, pelas pedagogias ativas de familiarização, não só com os produtos culturais mas também com os processos de criação e produção cultural” -, o que o autor designa por “aproximação dessacralizadora à materialidade do ato de criação cultural” - pelo “incentivo e revalorização de modalidades culturais institucionalmente menos prestigiadas, como as de criação nos espaços doméstico, associativo e escolar, ou as das manifestações festivas.” (Idem, *Ibidem*). São abordados, ainda, outros vetores que o autor considera fundamentais para a concretização da democratização cultural, como o associativismo e o espaço público. (Costa, 1997: 3-4).

Suportado pelos estudos e contributos de Augusto Santos Silva (1995 e 1997), Costa (1997) refere que as políticas culturais podem, hoje, ser analisadas de uma perspetiva privilegiada – pelo ângulo das relações entre Estado e sociedade civil em matéria de ação cultural. As políticas culturais enquadram-se segundo quatro polos: “as políticas de património; as políticas de formação educativa de públicos; as políticas de sustentação da oferta cultural e as políticas de uso económico, social e político da cultura.” (Costa, 1997: 4).

Nesta articulação entre Estado e sociedade civil, importa perceber a relação dos agentes sociais com as políticas culturais e foi nesta lógica que Augusto Santos Silva (1995 e 1997), de acordo com Costa (1997), perspetivou sobre os agentes culturais.

Segundo o autor, do lado do Estado, existem vários tipos de agentes, dependendo do seu nível de organização e atuação: “os de nível local, os de nível regional; o de nível estatal e os de nível intraestatal” (Costa, 1997: 4). Do outro lado, do da sociedade civil, também existem diversos agentes intervenientes: “empresas promotoras culturais, empresas produtoras de atividades culturais, fundações, cooperativas e associações de criadores-produtores, cooperativas e associações de recetores-consumidores, instituições de parceria público-privado, grupos informais de praticantes.” (Idem, *Ibidem*).

Embora haja uma diversidade de agentes envolvidos nas atividades culturais, a dicotomia entre promoção pública e promoção privada não se revela um problema no que diz respeito à ação cultural, até porque, a maioria das atividades culturais resulta de associações de agentes de vários tipos, criando, assim, um “terceiro setor” da cultura. (Costa, 1997: 4).

Como podemos constatar, “as políticas culturais são um objeto de análise complexo” (Costa, 1997: 5) com muitas tipologias concetuais no que diz respeito à sua análise comparativa. Porém, uma das mais utilizadas, de acordo com o Conselho da Europa e a UNESCO, classifica as políticas culturais em três tipos: as políticas culturais carismáticas; as políticas de democratização da cultura e as políticas de democracia cultural. As primeiras visam o apoio aos criadores reconhecidos, ficando, por aí, a intervenção dos poderes públicos. As segundas não só apoiam os criadores como se propõem em alargar o acesso às obras para um público tanto maior quanto possível. As terceiras, para além de facilitarem e democratizarem a criação artística, pretendem ainda estimular, num vasto campo, a criatividade cultural e propiciar a expressão cultural dos diversos grupos sociais. (Costa, 1997: 5-6).

Conforme já referido anteriormente, a cultura e o poder estão intrinsecamente ligados e, numa análise comparativa relativa às políticas culturais de vários países europeus, feita por Bassand e Joye (1992) apud Costa (1997), sugere que “as políticas

carismáticas tendem a ser, na Europa, sobretudo características de partidos de direita, as políticas de democratização cultural a ser desenvolvidas mais por partidos de esquerda e as políticas de democracia cultural a remeter para a influência dos novos movimentos sociais.” (Costa, 1997: 6).

As políticas culturais são alvo de intensas mutações e reconfigurações e devem acompanhar e estimular as mudanças emergentes na sociedade civil para evitar assimetrias, no entanto, as políticas culturais dependem em muito, como vimos, do poder político. Cabe, assim, ao Estado uma orientação e regulação deste tipo de políticas, mas é, também, crucial, o empenho da gestão autárquica de cada cidade em prol da implementação e do sucesso das políticas culturais.

III.IV. IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS

De acordo com a pesquisa de Roberto Ramalho (2017), Antonio Houaiss, dicionarista, filólogo e enciclopedista brasileiro, na obra Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, conceituou Evento, como "qualquer acontecimento (festa, espetáculo, comemoração, solenidade etc.) organizado por especialistas, com objetivos institucionais, comunitários ou promocionais". (Ramalho, 2017: 1).

O vocábulo ‘evento’ tem origem latina, derivando da palavra ‘eventus’, que significa acontecimento. (Idem, Ibidem).

O evento concretiza-se num “tipo de reunião com objetivo específico, seja ele a que finalidade se proponha: institucional, comunitário ou promocional. Tem como principal finalidade atrair a atenção do público, como, também, da imprensa através da divulgação.” (Idem, Ibidem).

Segundo Ramalho (2017), para um evento ter sucesso necessita de, antes da sua concretização efetiva, passar por um planeamento de Relações Públicas de forma detalhada e organizada, abrangendo todas as etapas da sua programação, desde a sua idealização até a sua conclusão. Um evento “é, portanto, toda a atividade onde uma determinada organização interage com os públicos diversos ou públicos específicos, com o objetivo de divulgar, capacitar, educar, promover ou integrar.” (Idem, Ibidem).

Os eventos apresentam-se em várias modalidades, dependendo da forma e dos temas a serem abordados. “Os mais importantes destacados e divulgados são: o Congresso, o Simpósio, o Seminário e a Conferência, sendo o principal objetivo de todos expor e colher informações, numa fertilização cruzada de conhecimentos e experiências, que criará condições para ampliação [do] nosso universo intelectual”. (Ramalho, 2017: 2).

A realização de um evento envolve uma logística complexa, desde um número elevado de profissionais experientes e qualificados, até à escolha e obtenção de infraestruturas adequadas, o que proporciona benefícios sociais e económicos para a

comunidade local e, porventura, para todo o país, sendo, assim, fundamentais para a criação de empregos e renda.

Com base na informação recolhida sobre este tema, percebeu-se, desde logo, uma ligação direta entre os eventos e o turismo. Os eventos captam turistas, quer nacionais, quer estrangeiros e esta afluência turística revela-se “especialmente positiva quando os eventos têm lugar em época turística média ou baixa (pois favorecem a redução da sazonalidade) e quando implicam um aumento da estadia no destino.” (Ribeiro et al., 2006: 65). Os eventos também estimulam o universo exterior a estes, isto é, captam a atenção das pessoas para outras atrações e equipamentos fixos dos locais onde o evento é produzido, contribuindo, assim, para visitas futuras. “Deste modo, maximiza-se e racionaliza-se o uso dos espaços, com os consequentes benefícios financeiros mas, também, a nível de preservação e difusão do património artístico e cultural.” (Idem, *Ibidem*).

Através da oferta de atrações e eventos culturais e do consequente fluxo turístico, os locais começam também a atrair investimentos, aparecendo, assim, uma indústria turística complementar capaz de gerar atividade e diversificação económica, “incorporando novos espaços que podem ser partilhados pelas empresas e cidadãos desse destino.” (Idem, *Ibidem*). É, então, essencial a projeção de uma imagem tanto melhor quanto possível do local e, para isso, o papel das entidades públicas é fundamental, devendo estas ser responsáveis pela “limpeza, segurança, boa sinalização, adequada iluminação, equipamentos urbanos - nomeadamente zonas de estacionamento e receção dos visitantes -, conservação e preservação do património, entre muitos outros” elementos. Os eventos funcionam, assim, como “catalisadores da renovação e desenvolvimento urbanos.” (Idem, *Ibidem*).

Segundo Getz (1991) apud (Ribeiro et al., 2006), os eventos culturais, particularmente os festivais, podem ajudar a alcançar um “turismo “novo”, “soft”, “alternativo”, “social”, “gentil”, baseado na comunidade local e apostado num desenvolvimento sustentável, na medida em que:

- i) Satisfaçam as necessidades locais de lazer, reduzindo o desejo de procurar outros destinos;

- ii) Mantenham tradições autênticas, o que pode ter o efeito de atrair turistas mais sensíveis aos recursos endógenos;
- iii) Melhorem o relacionamento dos residentes com os turistas, ao facilitar o entendimento e uma maior troca de benefícios mútuos;
- iv) Contribuam para a conservação do património natural, histórico e cultural; e,
- v) Por último, encorajem o desenvolvimento organizacional local, a liderança e a cooperação entre todos os agentes envolvidos, crucial se se pretende um desenvolvimento turístico baseado na comunidade. Este derradeiro talvez seja mesmo o principal papel deste tipo de eventos.” (Ribeiro et al., 2006: 65-66).

Para que este tipo de eventos tenha um impacto no desenvolvimento local, é fundamental que se criem vantagens para a população, mas, sobretudo, é essencial que esta se envolva, participando ativamente no processo, pois a base do sucesso dos eventos passa pela participação da população local – necessária na colaboração da organização e do seu suporte através de trabalho voluntário. (Ribeiro et al., 2006: 72). “Esta intervenção direta dos residentes, sobretudo quando há uma atenção especial para com os visitantes, é um fator indiscutivelmente importante de atração turística, pois reforça a autenticidade e a identidade do local de realização do evento” (André et al., 2003) apud (Ribeiro et al., 2006: 72).

Também as ações desenvolvidas pelos organismos públicos e privados, como as câmaras municipais, as juntas de freguesia e outros, são igualmente importantes para o sucesso destas iniciativas, fazendo muitas vezes o elo de ligação entre as organizações responsáveis pelos eventos e a população local e sendo responsáveis pelos aspetos logísticos necessários.

A proliferação de eventos culturais promove o aumento da procura de atividades culturais e estabelece “estratégias efetivas de diversificação da oferta turística, de modo a captar novos segmentos da procura e/ou renovar o interesse de visitantes já habituais. Se a estes fatores adicionarmos a atenção que os media concentram no local de realização dos eventos, mesmo por curtos períodos de tempo, encontramos justificação suficiente

para o empenho dos agentes públicos e privados na realização dos mesmos e nas ofertas complementares.

Contudo, para que estes eventos se traduzam em desenvolvimento turístico e em desenvolvimento local, seria necessário uma gestão integrada do produto turístico, com todas as implicações daí decorrentes ao nível das ofertas complementares, envolvimento da população local, coordenação da ação entre agentes públicos e privados envolvidos, etc..” (Ribeiro et al., 2006: 74).

Segundo Brito e Fontes (2002), os eventos são o maior e melhor meio de desenvolvimento nacional, do fomento da economia e da geração de empregos.

IV. POLÍTICA CULTURAL DA CIDADE DO PORTO PELA PERSPETIVA DOS SEUS RESPONSÁVEIS POLÍTICOS

Como já vimos no tópico II.I.I. - “Manifesto Eleitoral do atual Presidente da Câmara Municipal do Porto – programação política” deste estudo, a cultura integrava um dos três pilares fundamentais da política condutora do programa eleitoral de Rui Moreira.

Com a vitória do projeto autárquico “O Nosso Partido é o Porto”, Rui Moreira nomeou, para Vereador do Pelouro da Cultura do seu Executivo, Paulo Cunha e Silva, um dos principais responsáveis pela organização do Porto 2001 - Capital Europeia da Cultura. É nas reflexões de Paulo Cunha e Silva e na sua ideia de cidade que se vai centrar este capítulo, por se considerar Paulo Cunha e Silva a pessoa mais marcante da cultura da cidade do Porto dos últimos anos e, apesar de ter falecido em 2015, vítima de um enfarte do miocárdio agudo e de Rui Moreira ter assumido, desde então, a pasta da Cultura da Câmara Municipal do Porto, a programação cultural deixada pelo ex-vereador foi continuada, sendo, ainda hoje, a cultura da cidade do Porto o reflexo do trabalho feito e deixado por si.

Paulo Cunha e Silva queria do Porto uma “Cidade Líquida”, conceito que criou e explicou numa entrevista ao Jornal i: “a minha ideia de cidade líquida é que toda a cidade culturalmente é possível, a cultura pode acontecer em todos os lugares, os líquidos insinuam-se e escapam entre os territórios de possibilidade, ocupam tudo, como se uma cheia invadissem a cidade. Como na cidade há várias correntes de direção diferente, quando duas se encontram nessa zona cria-se um turbilhão, um vórtice, e as partículas que estão em suspensão precipitam-se. É o acontecimento, o evento. O evento é a cultura, são as coisas sólidas.” Disponível em: <<https://ionline.sapo.pt/480021>> acesso em: 09-06-2017. No ano de 2014, explicou: “Há algum tempo que falo no conceito de “Cidade Líquida” que é uma ideia de que a cultura pode funcionar como um agente de ligação que ativa zonas deprimidas da cidade, funcionando como uma espécie de catalisador, agente de estimulação e enriquecimento. Uma cidade mais culta é uma cidade mais orgulhosa, com mais identidade e maior capacidade de atrair turismo e investimento. Estive a estudar a relação entre os equipamentos culturais, dimensão das cidades e sua população e cheguei à conclusão de que o concelho do Porto é, das cidades médias de

cerca de 250 mil habitantes, das melhores equipadas do mundo. Agora, só falta passar de uma política de “espaços”, marcadamente do fim do milénio passado, para uma de conteúdos.” (Silva, 2014 – P.).

Paulo Cunha e Siva pretendia uma Cultura aberta à cidade que queria cosmopolita, pois, segundo ele, “as cidades cosmopolitas são cidades garbosas, orgulhosas de si próprias. Cidades com identidade. Mas com uma identidade feita a partir de todas as alteridades. Cidades, simultaneamente refúgio e espetáculo.” (Silva, 2002 – P.).

Cunha e Silva entendia a cidade como o principal equipamento cultural e foi para ela que construiu o seu programa cultural. O seu objetivo era criar uma narrativa cultural que articulasse todos os eventos que decorressem na cidade do Porto, ligando-a ao mundo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=52BeZCNTwgk>> acesso em: 09-06-2017. Para Paulo Cunha e Silva, “a cultura [era] (...), simultaneamente, um dos grandes palcos de afirmação política e, porventura, o melhor instrumento de visibilidade de quem a promove.” (Silva, 1998 – P.).

Apesar de Paulo Cunha e Silva ser um “homem das ciências”, uma vez que se licenciou em Medicina e obteve os graus de Mestre e Doutor pela Universidade do Porto, onde foi professor de Anatomia, sempre se interessou pela investigação transdisciplinar em diversas áreas da criação artística e cedo se ligou à área da Cultura. Antes de assumir a Vereação do Pelouro da Cultura da Câmara Municipal do Porto, “Paulo Cunha e Silva foi Presidente do Instituto das Artes do Ministério da Cultura, Conselheiro Cultural da Embaixada de Portugal em Roma e Comissário de um extenso programa da Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012. Mantinha uma estreita colaboração com a Fundação de Serralves, com a Fundação Calouste Gulbenkian e era Presidente da Comissão de Cultura do Comité Olímpico Português.” Disponível em: <<http://www.porto.pt/assets/misc/img/noticias/INSTITUCIONAL/2016/Paulo%20Alexandre%20Gomes%20da%20Cunha%20e%20Silva%20definitivo.pdf>> acesso em: 20-08-2017.

No seu trabalho “O Lugar do Corpo” (1998), Cunha e Silva refere uma relação e uma influência mútua entre a arte e a ciência. Segundo o autor, “a arte empresta à ciência a imaginação criativa e a ciência empresta à arte a racionalidade da relação com o objeto.

São esses "encontros esporádicos" (Lévy-Leblond, 1994), mais do que qualquer postura fusional, que permitem o enriquecimento mútuo dos saberes. Não é, por isso, despiciendo o facto de um artista como Jesus Soto, afirmar a utilização de conceitos científicos na produção dos seus trabalhos, nomeadamente, na pesquisa artística prévia (1994), não com o objetivo de fazer ciência, mas de encontrar, noutra linguagem, um suplemento de visibilidade." (Silva, 1998: 74).

Na sua reflexão sobre a programação cultural feita para o "Porto 2001 – Capital Europeia da Cultura" (2003), Paulo Cunha e Silva aborda a "metáfora das pontes", referindo que a programação cultural deve possuir pontes não só "entre o estado das coisas e a causa das coisas, ou seja, pontes entre o presente e o passado, mas sobretudo pontes para o futuro". Não é em vão que refere este símbolo, pois, segundo o autor, as pontes "representam a cidade. A cidade do Porto é imediatamente reconhecível através das suas pontes. E a sua história pode também contar-se através das suas pontes: das que desapareceram e das que se adivinham. Além disso, a lógica da ponte é uma das lógicas mais ricas em termos de programação cultural. E aqui a ponte passava sobretudo a ser uma metáfora. Pontes entre as pessoas, mas sobretudo pontes entre as diferentes áreas do conhecimento. (...) Uma cidade é sobretudo um local de cruzamentos, não há cidades feitas só com ruas paralelas. As cidades são locais em que as pessoas podem mudar de direção quando querem e, justamente, quando pretendem chegar a um qualquer lugar. Também no âmbito do conhecimento contemporâneo e no âmbito da cultura contemporânea é necessário mudar de direção quando se pretende chegar a um determinado lugar. Portanto, partimos para a reflexão em torno da ideia da ponte e servimo-nos da cartografia da cidade enquanto modelo inspirador para desenharmos a nossa programação cultural. (Silva, 2003: 131).

Este raciocínio acompanhou Paulo Cunha e Silva na programação cultural que definiu quando vereou o Pelouro da Cultura do executivo de Rui Moreira: o foco no futuro, sem nunca esquecer o passado, a identidade da cidade; o cruzamento entre diferentes áreas do conhecimento e a importância das pessoas que habitam a cidade e das suas escolhas.

Já em 1999, Paulo Cunha e Silva dizia que "a condição verdadeiramente contemporânea resulta da articulação entre o local e o global: é a condição glocal. Há

que preservar a identidade e cruzá-la com outras. Isso é que é contemporaneidade.” (Silva, 1999 – P.), sem nunca se privar ou condicionar liberdades, pois “a arte contemporânea é um exercício à volta da liberdade. A liberdade do artista e a possibilidade da arte experimentar todos os interditos é um dos adquiridos mais importantes da sociedade contemporânea.” (Silva, 2007 – P).

Neste trabalho abordamos o conceito de “Cidade Criativa”. No Manifesto Eleitoral de 2013 – “O Nosso Partido é o Porto”, é lançado o conceito de “Cidade de Quarta Geração (a cidade de 4G)”, onde a Cultura é vista como o fator de desenvolvimento dessa cidade 4G que se pretendia que o Porto se tornasse.

De facto, foram criados, efetivamente, diversos projetos culturais para a cidade do Porto que, a nosso ver, contribuíram para o seu desenvolvimento e fizeram dela uma “Cidade Criativa” ou 4G, dos quais: “Cinema Fora do Sítio”; “Cultura em Expansão”; “Fórum do Futuro”; “Um Objeto e Seus Discursos por Semana”; “Quintas de Leitura”, “Rivoli”; “TRIPASS”; aposta na programação da Galeria Municipal do Porto; criação da marca “Porto.”; bolsas de apoio à criação artística na cidade, entre outros.

O “Cinema Fora do Sítio” é um projeto, iniciado em 2014, que consiste em sessões de cinema gratuitas ao ar livre, durante todas as sextas-feiras e sábados do mês de agosto, nos mais variados lugares da cidade do Porto, garantindo sempre 200 lugares sentados. Estas sessões – iniciadas sempre às 22h – já passaram por locais como a Praça General Humberto Delgado; Miragaia (Largo da Praia); Jardins do Palácio de Cristal (gruta); Jardim do Passeio Alegre; Praça de Liége e Rua das Flores, entre muitos outros locais. Disponível em: «<https://jpn.up.pt/2014/07/29/porto-em-agosto-ha-cinema-gratuito-fora-do-sitio/>» Acesso em: 20-08-2017. Com este projeto, a Câmara Municipal do Porto permite aos portuenses não só desfrutarem da cidade, como lhes dá oportunidade de contactarem gratuitamente com o cinema, oferecendo-lhes uma grande variedade de filmes, contribuindo assim para a fruição cultural.

A “Cultura em Expansão”, inicialmente denominada “Cultura Fora do Sítio”, é “um conjunto de atividades, patrocinadas pela autarquia e em articulação com as instituições culturais da Cidade, em locais onde a cultura não é esperada”. Este projeto apresenta “programas culturais para populações carenciadas ou em locais inesperados, captando

assim um público diverso, numa lógica de investimento em Cultura e Coesão. (Moreira, 2013: 18).

O objetivo deste projeto é ir ao encontro do conceito de “Cidade Líquida” que Paulo Cunha e Silva desenvolveu, levando a cultura a todos os extratos sociais, “expandindo as atividades do pelouro da Cultura para locais menos previsíveis a nível de oferta e onde o acesso à arte é manifestamente limitado, como é o caso dos bairros sociais da cidade.” Nas palavras de Paulo Cunha e Silva: “Ao contribuirmos para o alargamento geográfico do fenómeno cultural na cidade - nomeadamente através da programação de, e apoio a, projetos artísticos que partem de um trabalho colaborativo com residentes de bairros e ilhas – sedimentamos uma política de acesso à Cultura sem fronteiras e sem barreiras, no Porto. Desta forma, propomos novas geografias para a Cultura e transformamos a cidade num território expandido, mais vivido, através de práticas culturais dotadas de novos pontos de partida, circulação e chegada.” Disponível em: <<http://www.porto.pt/assets/misc/documentos/PROGRAMA%20CULTURA%20EM%20EXPANS%C3%83O.pdf>> Acesso em: 20-08-2017.

Este projeto teve início no ano de 2015 e, desde então, faz convergir diversas áreas artísticas interdisciplinares como o teatro, cinema, música, artes visuais e pensamento, primando pela alta qualidade artística reconhecida a nível nacional e internacional. A “Cultura em Expansão” tem como principal palco artístico a cidade real.

O “Fórum do Futuro” é um festival criado com o intuito de “inscrever a cidade do Porto no mapa internacional de divulgação do pensamento contemporâneo” e teve a sua primeira edição no ano de 2014. Acontece durante uma semana por ano e, aí, discute-se o Futuro com grandes personalidades e instituições de referência de todas as áreas – científicas, económicas, sociais e artísticas, sendo assim o “ponto de encontro de autores e interlocutores de experiências e visões singulares”. Disponível em: <<http://www.cm-porto.pt/noticias/forum-do-futuro-chega-a-cidade-em-novembro>> Acesso em: 20-08-2017.

“Um Objeto e Seus Discursos por Semana” é um projeto que consiste numa conversa semanal – todos os sábados, às 18 horas – “em torno de objetos de museus, bibliotecas, arquivos, teatros, jardins e de muitos outros locais da cidade do Porto, da nossa memória

coletiva, afetiva e até imaterial. Todas as sessões contam com a presença de convidados que abordam o assunto em causa nas suas diversas vertentes.” Todas estas sessões são gratuitas e visam “cruzar o património municipal com o de outras instituições privadas, parceiras da iniciativa. No atual ano de 2017, decorre a 4ª edição deste projeto. Disponível em: [«http://www.cm-porto.pt/cultura/agenda/um-objeto-e-seus-discursos-por-semana_11»](http://www.cm-porto.pt/cultura/agenda/um-objeto-e-seus-discursos-por-semana_11) acesso em: 20-08-2017.

As “Quintas de Leitura” são um ciclo poético com sessões mensais que decorrem no auditório do Teatro Municipal do Porto – Campo Alegre. Estas sessões têm sempre um tema central e contam com a participação de diversos convidados: autores, artistas, músicos, etc., que abordam a respetiva temática numa conversa literária intercalada por diversas leituras de poemas, performances artísticas e momentos musicais. Com começo marcado para as 22 horas, os bilhetes para estas sessões têm um custo de 7,50€.

O Teatro “Rivoli” era também uma prioridade do Manifesto Eleitoral de Rui Moreira em 2013, onde era referido que a Câmara Municipal do Porto iria abrir um “curso nacional para a escolha de um programador para o teatro e [iria incentivar] a sua utilização por parte dos agentes culturais da Cidade”, pretendendo que o Teatro Municipal fosse “um polo cultural com impacto, também, na atração de turistas.” (Moreira, 2013: 19). Este projeto foi cumprido e o Teatro Rivoli reabriu em setembro de 2014 apresentando “um programa multidisciplinar, aberto a várias latitudes e a diversos tipos de público, executando a estratégia implementada pelo Pelouro da Cultura da Câmara Municipal do Porto” fazendo deste Teatro “um verdadeiro lugar de descobertas e confirmações artísticas. Um sítio onde diferentes abordagens são programadas e apresentadas em múltiplas escalas.” Disponível em: [«http://www.teatromunicipaldoporto.pt/PT/quem-somos/»](http://www.teatromunicipaldoporto.pt/PT/quem-somos/) Acesso em: 21-08-2017.

O “TRIPASS” é um projeto anunciado no final de outubro no âmbito de uma estratégia municipal de apoio à exibição de cinema nas salas da baixa, que consistiu na criação de um cartão promovido pela Câmara Municipal do Porto, lançado a 1 de janeiro de 2017 e que “dá acesso privilegiado ao circuito de cinema no centro do Porto com descontos e outros benefícios nas salas dos cinemas Trindade, Teatro Municipal do Porto - Rivoli / Campo Alegre e Passos Manuel. Em todas as sessões de cinema ao longo de um ano, o TRIPASS oferece um desconto de 25% sobre o valor do bilhete normal

(exceto nas de preço único). O titular do cartão tem ainda acesso a convites para sessões especiais e a informação privilegiada regular sobre a programação nas diferentes salas. Disponível em: «<http://www.porto.pt/noticias/cinema-regressa-a-baixa-com-o-cartao-tripass>» Acesso em: 21-08-2017.

A Galeria Municipal do Porto foi também uma aposta do Pelouro da Cultura da Câmara Municipal do Porto, que decidiu apostar numa programação mais rica e estruturada. “Reabriu em 2013 com uma missão expositiva dedicada às artes visuais, ao design e à arquitetura. Dispõe de uma área expositiva de 1500 m² dividida em dois pisos e oferece um programa regular de exposições comissariado pelo Pelouro da Cultura da Câmara Municipal do Porto, em articulação com curadores nacionais e internacionais e em coorganização com importantes instituições culturais portuguesas e estrangeiras.” Disponível em: «<http://www.cm-porto.pt/cultura/cultura/galeria-municipal>» Acesso em: 21-08-2017.

Com o objetivo de promover a cidade do Porto e de lhe dar uma imagem identificativa, este Executivo criou a marca “*Porto*.” “A 29 de setembro de 2014, a Câmara do Porto apresentou a primeira marca gráfica de cidade do Porto. Foi designada “Porto.” e desdobra-se na identidade corporativa da autarquia e das suas empresas municipais. Da autoria da White Studio, uma empresa da cidade, a marca ganhou prémios internacionais, como um Graphis (Nova Iorque), um “pencil” da D&AD Awards (Londres) e dois troféus “ouro” no European Design Awards (Istambul), na categoria de Branding Implementation e Best of Show, em 2015. Atualmente, a marca é vista internacionalmente como um case study de sucesso em marcas de cidade, sendo apresentada em todo o mundo.” Disponível em: «<http://www.cm-porto.pt/cidade/porto-incomparavel-incontornavel-ponto>» Acesso em: 21-08-2017.

Para promover a Cultura, também foram criadas pela Câmara Municipal do Porto, diversas bolsas de apoio à criação artística contemporânea, como por exemplo, o concurso “Criatório” que visou a atribuição de apoio a dezasseis projetos de criação artística, produzidos na cidade do Porto, cada um no valor de 15.000 €, nas modalidades de artes visuais e curadoria; artes performativas e programação; composição, programação e performance musical: literatura, investigação e pensamento crítico. O “Criatório” aceitou candidaturas até dia 31 de janeiro de 2017. Outro projeto neste

âmbito foi a criação do “Prémio Paulo Cunha e Silva”, no valor de 25 mil euros, destinado a artistas com menos de 40 anos que não tenham tido mais do que uma exposição individual em instituições ou espaços de relevo internacional. O prémio destinou-se à coprodução de uma obra inédita pelo vencedor e foi financiado pela Fundação Millennium BCP, sendo atribuído sob a forma de uma bolsa para a produção de uma exposição inédita que deverá ser apresentada na Galeria Municipal do Porto no ano imediatamente a seguir. Disponível em: «<https://www.publico.pt/2016/12/16/local/noticia/camara-do-porto-cria-premio-paulo-cunha-e-silva-1755050>» Acesso em: 21-08-2017.

Estes foram alguns dos projetos culturais que integraram e, mais do que isso, afirmaram a política cultural da cidade do Porto no último mandato. Foram desenvolvidos com prudência e com cadência, ou seja, foram programados com um alinhamento temporal para que a cidade estivesse preparada para os receber, envolvendo as instituições, os agentes culturais e os públicos para que estes projetos não fossem considerados um “epifenómeno”, provando, progressivamente, a sustentabilidade da cultura, isto é, a sua capacidade de gerar desenvolvimento económico e coesão social. (Conversa à Porto – Rui Moreira, 2017) Disponível em: «<https://www.youtube.com/watch?v=CwkYvc0X8Rw>» acesso em: 03-09-2017.

A cultura confere à cidade identidade e é esta identidade que cria defesas contra as ameaças externas, que lhes permite serem contemporâneas e cosmopolitas. Segundo Rui Moreira, “uma cidade que vive bem com a sua cultura, vive bem com as influências externas; uma cidade que não sabe viver com a sua cultura, sente que a influência externa vai tomar conta dela, sente que a influência externa é o invasor. Se a cidade acreditar em si própria, se acreditar na cultura, isso é o cimento que nos junta, então não devemos ter medo do cosmopolitismo.” (Conversa à Porto – Rui Moreira, 2017) Disponível em: «<https://www.youtube.com/watch?v=CwkYvc0X8Rw>» acesso em: 03-09-2017.

O Porto conseguiu, indubitavelmente, afirmar-se. Resultado dessa afirmação são os títulos atribuídos em 2014 e 2017 como “Melhor Destino Europeu” e em 2015 como “Melhor Destino Emergente da Europa” competição promovida respetivamente pela *European Consumers Choice* e pelo *TripAdvisor*. Disponível em: «<http://www.porto.pt/noticias/porto-eleito-o-melhor-destino-europeu-emergente-e-o->

[terceiro-a-nivel-mundial_2](#)» e em:
«<https://www.publico.pt/2017/02/10/local/noticia/porto-eleito-melhor-destino-europeu-de-2017-1761590>» Acesso em: 05-09-2017.

“Através do Pordata, base de dados da Fundação António Manuel dos Santos, construída a partir dos números das estatísticas anuais do Instituto Nacional de Estatística (INE), é possível saber que, em 2015, foram construídas no Porto 1722 empresas, 139 das quais industriais e 1585 de serviços. Estes números mostram um crescimento de 30 por cento relativamente a 2012, revelando uma clara capacidade de empreendedorismo na cidade ligada sobretudo à área de serviços (onde está também grande parte da economia do conhecimento e ligada às novas tecnologias).” “(...) De acordo com a publicação de referência *fDi Intelligence* (ano 2014) do *Financial Times*, o Porto foi considerado uma das três melhores cidades da Europa do Sul para investir.” “(...) Não é portanto só o turismo – outro importante sector económico em crescimento – que apresenta grande dinamismo. (...) O Porto tem hoje fortes ativos, que começam logo pelo talento da cidade, pelas excelentes acessibilidades e pela reconhecida qualidade de vida. (...) Mas o turismo (...) é também um veículo de notoriedade e visibilidade entre os homens de negócio, evidenciando uma cidade atrativa para visitar, mas também para trabalhar e viver.” (Moreira, 2017: 51-54).

“O Porto e Norte receberam 1,9 milhões de turistas durante o primeiro semestre de 2017, o que representa um crescimento de nove por cento de visitantes em relação ao mesmo período de 2016. A região recebeu, nos primeiros seis meses do ano, 967 mil turistas nacionais e 905 mil estrangeiros, que despenderam, no total, mais de 185 milhões de euros durante a estadia.” Disponível em: «<https://jpn.up.pt/2017/08/17/turismo-quase-dois-milhoes-visitam-porto-norte-no-primeiro-semester/>» Acesso em: 05-09-2017.

O aumento de turismo na cidade do Porto é bastante significativo, o que requer alguns cuidados, por parte da gestão autárquica, para que a cidade não perca a sua singularidade e para que os portuenses não sofram os seus efeitos nefastos. Neste sentido, Rui Moreira afirma, no seu livro intitulado “Sem Medo do Futuro” lançado num momento de pré-campanha eleitoral, que “é por essa razão que é indispensável alargar e segmentar a oferta, procurando oferecer aos turistas outras fontes de interesse e novos

territórios para além daqueles que já hoje são sobejamente populares e procurados na cidade. Por isso, é importante regenerar o Bolhão e o Palácio de Cristal e é essencial criar novos polos de interesse e roteiros temáticos, ajustando a oferta cultural aos novos públicos. E, da mesma forma, é necessário evitar a gentrificação das zonas da cidade mais procuradas pelos turistas. Por respeito aos interesses dos cidadãos, mas, também, porque sem as suas gentes e os seus negócios tradicionais a cidade perderá o seu carácter”, por isso, é essencial “defender as atividades tradicionais da cidade” e “distribuindo por todos e pelo tempo as enormes vantagens económicas que o turismo pode trazer.” (Moreira, 2017: 69-70).

Rui Moreira entende a cultura como o rejuvenescimento e o instrumento de liberdade da cidade e, seguindo a visão de Paulo Cunha e Silva, a cultura é conduzida com foco no futuro. Assim, o Presidente da Câmara Municipal do Porto pretende uma cidade capaz de criar oportunidade de emprego aos cidadãos da cidade capacitados para executar competências culturais, por isso, tem como objetivo a criação de uma empresa municipal de cultura para melhor desenvolver projetos futuros específicos – nomeadamente para os Teatros Rivoli e Batalha -, para os quais entende que o município não tem recursos adequados. “A criação da empresa municipal tornou-se, segundo Moreira, uma urgência, dado o crescimento já registado na atividade cultural promovida pela autarquia e o acréscimo esperado com a entrada na esfera municipal do Cinema Batalha e, espera o autarca, do Teatro Sá da Bandeira.” Disponível em: [«https://www.youtube.com/watch?v=CwkYvc0X8Rw»](https://www.youtube.com/watch?v=CwkYvc0X8Rw) e em [«https://www.publico.pt/2017/07/20/local/noticia/o-porto-vai-ter-empresa-municipal-de-cultura-e-rui-moreira-bem-pode-agradecer-a-francisco-assis-1779743»](https://www.publico.pt/2017/07/20/local/noticia/o-porto-vai-ter-empresa-municipal-de-cultura-e-rui-moreira-bem-pode-agradecer-a-francisco-assis-1779743) acesso em: 05-09-2017. Este é um exemplo que integra o pilar que Rui Moreira pretende para a gestão do futuro: a sustentabilidade. Para o Presidente da Câmara Municipal do Porto, “a par da cultura, que é a pedra basilar da política da cidade do Porto, da coesão social e da economia, é indispensável apostar na sustentabilidade. Um conceito que não se esgota no meio ambiente, e que exige políticas económicas e sociais que garantam que o Porto permanece confortável, interessante e seguro para todos e que é capaz de fixar e atrair habitantes.” (Moreira, 2017: 14).

V. FOCUS GROUP

Como este trabalho parte, substancialmente, da experiência que o estágio curricular proporcionou, achou-se que seria oportuno fazer-se um estudo de caso que integrasse as pessoas que cruzaram este estágio, ou seja, os funcionários da Direção Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto que, direta ou indiretamente, tiveram influência neste estágio.

Dado o número de funcionários da DMACC que cruzaram este estágio e a dificuldade logística de se entrevistar um a um, encontrou-se, no *focus group*, a melhor opção metodológica para este estudo de caso, uma vez que possibilita, num só encontro, a reunião de todos os funcionários que têm em comum a mesma área laboral e a partilha de opiniões mais elaboradas sobre o que os une: o setor cultural e criativo da cidade do Porto.

O *focus group*, ou grupo de discussão, é um método de investigação social que visa a recolha de dados, resultante da interação de um grupo de participantes sobre um tema apresentado pelo investigador, que assume o papel de moderador da discussão. Este método de investigação permite “a focalização da discussão num dado assunto”, contribuindo para a “compreensão do tópico de interesse”, uma vez que os participantes que compõem o grupo de discussão possuem “alguma característica em comum e relevante face ao tema em discussão”, ou seja, “os *focus groups* são criaturas especiais no reino dos grupos, sendo que aquilo que os define e os distingue de outros tipos de grupo é o facto de serem dirigidos à recolha de dados qualitativos junto de pessoas com algum tipo de semelhança, numa situação de grupo, através de uma discussão focada.” (Silva & Keating, 2014: 177-178).

“O *focus group* faz parte de um conjunto de métodos de discussão baseados em grupos. O formato típico envolve um grupo relativamente homogêneo de cerca de seis a oito pessoas que se reúnem por um período de cerca de uma hora e meia a duas horas.” (OBSERVATÓRIO DO QREN: 1).

“Os *focus groups* tornam possível reunir, simultânea ou sequencialmente, os diferentes parceiros ou partes interessadas envolvidos num programa (gestores, pessoal

técnico, utentes ou beneficiários de serviços) e recolher uma vasta quantidade de informação qualitativa num espaço de tempo relativamente curto. Ao partilhar e comparar as suas experiências e pontos de vista, os participantes geram novos conhecimentos e entendimentos. O método permite ao avaliador examinar as diferentes perspetivas dos participantes, à medida que estas forem sendo construídas pela sua participação dentro de uma rede social, e examinar a forma como as discussões se vão configurando em conversas que decorrem naturalmente num contexto de grupo.” (Idem, *Ibidem*: 2).

“A técnica dos *focus groups* é uma fonte primária de informação qualitativa, combinada habitualmente com outros métodos e incorporada numa abordagem de estudo de caso. A técnica dos *focus groups* adapta-se bem aos casos em que os tópicos em avaliação e as questões a serem abordadas dão origem a opiniões divergentes, mas em que a discussão pode conduzir a um ponto de vista mais profundo e mais ponderado.” (Idem, *Ibidem*: 3).

“Este tipo de método de discussão oferece informação detalhada sobre os valores e opiniões dos participantes selecionados. À medida que novos dados e nova informação for emergindo da discussão de grupo, as perspetivas são menos influenciadas pela interação com o investigador do que possa ser numa entrevista individual.

O facto de se reunir um certo número de pessoas permite haver um determinado equilíbrio nas respostas dadas e torna mais fácil à equipa de avaliação definir a opinião geral sobre um programa em particular. É devido à participação de várias pessoas que o *focus group* obtém um nível de “controlo de qualidade” sobre os dados recolhidos, julgando os prós e os contras da argumentação de cada pessoa, evitando, assim, opiniões extremas.” (Idem, *Ibidem*: 5).

O objetivo deste *focus group* é perceber de que forma os funcionários da DMAACC, enquanto agentes culturais ativos, olham para a cultura; o que pensam sobre as políticas culturais praticadas pelo atual executivo; se consideram a cultura uma afirmação política da cidade; qual a visão que têm dos públicos e da divulgação cultural por parte dos responsáveis; a influência do turismo na cultura, entre outros assuntos.

Fundamentalmente, pretende perceber-se se existe uma coerência na ação de quem elabora formalmente as políticas culturais, ou seja, dos responsáveis do executivo camarário, e de quem as executa no terreno, dos agentes culturais, neste caso, dos funcionários da DMACC. Esta coerência, ou ausência dela, é importante para a determinação do sucesso ou insucesso de uma política cultural, uma vez que implica a ação de duas forças diferentes que são essenciais para a construção de resultados. É importante que essas forças sejam complementares e que haja uma compreensão, por parte dos agentes culturais, sobre aquilo que se pretende implementar e, por outro lado, é também importante que os responsáveis do executivo camarário conheçam as limitações da ação dos agentes culturais, bem como de toda a logística envolvente, para que não se projetem políticas impossíveis de concretizar ou de resultados pouco satisfatórios para todas as partes: câmara; agentes culturais e público.

Os funcionários da DMACC que participaram no *focus group* foram aqueles que acompanharam, mais de perto, este estágio curricular, integrando o grupo a Coordenadora de Produção da Galeria e Auditório Municipal (e, também, orientadora local deste estágio), Patrícia Vaz; vários Técnicos Superiores: Graça Lacerda (serviço educativo); Joana Gonçalves (comunicação); Arlindo Santos; Luís Neves; Telmo Vasco Teixeira (som e imagem); Assistentes Técnicos: Guilherme Dantas (som e imagem); Octávio Vieira e Joaquim Aguiar (montagem).

A discussão foi gravada, em áudio, no Auditório Municipal do Porto e teve a duração de cerca de uma hora. Estará disponível para fins exclusivamente académicos, devidamente solicitados e justificados formalmente.

Para análise dos dados recolhidos através do *focus group*, foi elaborada uma análise de conteúdo, da qual resultou uma tabela (tabela em anexo – anexo 2) dividida por quatro parâmetros: categoria; subcategoria; unidade de registo e unidade de contexto.

VI. RESULTADOS

Através da análise de conteúdo do *focus group*, obtivemos nove categorias diferentes:

- 1 - Opinião sobre a política cultural da cidade do Porto;
- 2 – Rui Moreira e Paulo Cunha e Silva;
- 3 – O serviço da cultura;
- 4 – O público cultural;
- 5 – A divulgação da informação cultural;
- 6 – O trabalho de Paulo Cunha e Siva;
- 7 – Impactos do Turismo;
- 8 – Criação Artística; e
- 9 – A importância da política cultural.

Em relação à opinião sobre a política cultural da cidade do Porto, foi feita, desde logo, uma clara distinção entre a ação cultural anterior ao mandato de Rui Moreira e a ação cultural do executivo de Rui Moreira. Comparando com a ação do executivo imediatamente anterior ao de Rui Moreira, o de Rui Rio, não houve qualquer dúvida de que a política cultural do executivo de Rui Moreira foi mais expressiva, aliás, foi unânime que houve uma destruição cultural no executivo de Rui Rio, por isso, qualquer ação cultural que se fizesse, posteriormente, seria notada. Comparando com o trabalho feito pelos executivos anteriores ao de Rui Rio, a opinião é de que o executivo de Rui Moreira apenas rentabilizou os espaços culturais já existentes, dando-lhes visibilidade, mas a ação cultural anterior teve uma maior dinâmica e impulsionou, indubitavelmente, a cidade.

Foi referido que, a atual política cultural da cidade do Porto se deve, ainda, à ação de Paulo Cunha e Silva, ex-vereador da Cultura, e que Rui Moreira lida, desde o falecimento de Paulo Cunha e Silva, com um problema de inovação, uma vez que a sua ação se limita a continuar os projetos que o ex-vereador da Cultura deixou.

Quanto ao serviço da cultura conduzida pelo atual executivo, foram destacados dois aspetos: um deles incide sobre a visão da cultura numa perspetiva de marketing, comercializando-a para que também atraia o turismo; outro aspeto foi a cultura de elite, onde se criticou o direcionismo da programação cultural que é conduzido para um público específico, mais elitista, não havendo associativismo que envolva o restante público que fica de fora deste grupo restrito, excepcionando um projeto que tenta colmatar essa falha, o projeto “Cultura em Expansão”, mas que, apesar de ser uma boa iniciativa, não é suficiente nem completamente abrangente.

Relativamente ao público da Galeria Municipal e do Auditório, este é distinto, mas há um problema comum que é a localização, isto porque as pessoas não têm conhecimento de onde ficam estes espaços, dado que não existe sinalização nem divulgação e muito do público que visita as exposições da Galeria Municipal fá-lo não como propósito, mas sim por um mero acaso resultante de uma visita aos Jardins do Palácio de Cristal. Quanto ao público do auditório, este é um público bastante mais específico, uma vez que o auditório funciona mais como um espaço de acolhimento de atividades específicas – congressos, colóquios, palestras – e, por isso, é um público mais informado e direcionado. No entanto, o auditório fica aquém do público que poderia ter devido à falta de divulgação e promoção das atividades, por parte da Câmara Municipal do Porto, e aos próprios condicionamentos do espaço onde está inserido, que limita as atividades – principalmente as noturnas – devido aos horários da biblioteca onde se insere, aos acessos, ao facto de as luzes estarem apagadas e não haver sinaléticas. Em relação ao público presente nas inaugurações das exposições, este é constante e repete-se, sendo composto por pessoas do meio artístico, por isso, é tendencialmente mais elitista.

Em relação à divulgação da informação cultural, existem dois responsáveis: os indivíduos que estão um pouco alienados do universo cultural e, por falta de interesse, desconhecem a programação cultural da cidade e a Câmara Municipal do Porto que não reúne esforços no sentido de fazer convergir todas as componentes culturais através de uma divulgação e programação devida, tratando todas estas componentes de forma igualitária e não destacando somente determinadas áreas, nomeadamente os teatros.

Quanto a Paulo Cunha e Silva, é reconhecido o mérito do seu trabalho, sendo que todos os projetos culturais existentes, atualmente, na cidade do Porto, resultam do seu legado, mas é também referido que foram terminados projetos culturais pelo próprio, que vinham de mandatos anteriores, e que tinham importância para a cidade. Paulo Cunha e Silva é considerado como o polo aglutinador e é notório o estilhaçamento dessa aglutinação, depois do seu desaparecimento.

Sobre os impactos do turismo, na Galeria Municipal, estes não foram sentidos, devido à lacuna que já foi referida anteriormente, a divulgação e promoção. Já o mesmo não se verifica na cidade do Porto, nomeadamente no centro histórico, considerando-se que o turismo está a provocar uma descaracterização da cidade que se vê, assim, transformada numa estância turística com implicações nefastas para os portuenses.

Em relação à criação artística, considera-se que o Porto, enquanto entidade viva e independente de políticas e executivos, é uma cidade que apela à criação artística devido a vários fatores, mas, sobretudo, devido à sua autenticidade que, apesar do impacto do turismo, ainda consegue manter.

Por último, relativamente à importância da política cultural da cidade do Porto, foi questionado se a cultura, conduzida pelo atual executivo, era um palco de afirmação política e a opinião resultante foi de que a cultura não deve ser um palco de espetáculos e deve afirmar-se para toda a gente, o que não acontece atualmente, como pudemos verificar.

Com isto, pudemos perceber que os funcionários da DMAACC têm uma opinião bastante clara sobre as políticas culturais executadas na cidade do Porto e é unânime a distinção entre o trabalho cultural dos diferentes executivos camarários. Há uma crítica clara à falta de aposta na divulgação de conteúdo cultural, bem como à preferência dada a determinado tipo de cultura, que abrange um público mais específico. A ideia de “cidade líquida” que Paulo Cunha e Silva queria impor na cidade do Porto, no sentido de levar a cultura a todos os públicos, entrando em áreas onde, à partida, não chegaria, é, segundo estes agentes culturais, pouco pronunciada,

uma vez que a cultura ainda não chegou a todos e não se expressa de forma igual em todas as vertentes que possui.

Conclui-se que estes agentes culturais ativos têm uma percepção bastante consolidada sobre todas as componentes culturais, entendendo os objetivos primeiros das políticas culturais elaboradas pelos executivos camarários. No entanto, regista-se uma lacuna do lado oposto, ou seja, os executivos camarários não respondem às necessidades dos agentes culturais, nomeadamente ao nível da promoção e divulgação, o que condiciona bastante os resultados das ações culturais, não lhes fornecendo o potencial necessário para o sucesso que poderiam ter.

VII. CONCLUSÕES

Com a realização deste relatório de estágio, pudemos concluir que o papel que a cultura exerce numa sociedade e, no caso específico, numa cidade, é importantíssimo. Uma cidade é capaz de se afirmar através das suas políticas culturais, dos seus agentes criativos e de todo o seu legado, mas é necessário muito esforço para que tal aconteça. Antes de mais, para se pensar o futuro de uma cidade é preciso conhecer-se muito bem o seu passado e respeitá-lo para que seja, assim, possível manter-se a sua identidade. É, também, importante, que a cidade reúna condições para se conseguir ter sucesso na implementação das políticas culturais, nomeadamente, ter património, equipamentos culturais, agentes criativos, entre outros. Depois, a estratégia política autárquica deve assentar em bases estruturadas e definidas para que se consiga criar competitividade, emprego, riqueza, coesão social e afirmação internacional. Estes fatores são essenciais para criar uma cidade criativa que traga, aos seus habitantes, confiança, qualidade de vida e orgulho de pertença.

Na realidade, a concretização de uma política cultural capaz de cumprir os fatores anteriores é bastante complicada, isto porque se torna difícil fazer uma democratização cultural na gestão autárquica, uma vez que, devido à diversidade dos habitantes da cidade, é quase impossível criar uma política cultural que satisfaça e seja benéfica para todos os tipos de público e na mesma medida.

Neste seguimento, a construção de uma cidade que se afirme pela sua criação artística e cultural, gera, naturalmente, assimetrias, por isso, é necessária a intervenção autárquica ponderada para que as desigualdades sociais sejam atenuadas. Através dos resultados obtidos neste estudo, pudemos perceber que a cultura na cidade do Porto tem sido direcionada para um público específico, mais elitista, sendo assim, excluída a cultura mais popular e o público menos “informado”.

Os eventos são componentes de atratividade importantes para atrair um fluxo turístico à cidade, mas o turismo, além de gerar crescimento económico, pode ser um fator negativo para os habitantes da cidade, se não for controlado. Com o estudo de caso, percebemos que, na opinião dos funcionários da DMAACC, a cidade do Porto está a ficar

descaracterizada devido ao turismo e os portuenses estão a ser afetados negativamente pela afluência turística a que a cidade assiste.

Concluimos então que, para a cultura ser considerada um palco de afirmação política, é necessária uma abrangência total, não podendo excluir ninguém, nomeadamente a nível social, habitacional e de mobilidade. Também não deve ser somente uma componente de espetáculo, deve afirmar-se integralmente com o objetivo de unificar uma cidade e torná-la mais desenvolvida e homogénea no sentido social.

VII. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A Avaliação do Desenvolvimento Socioeconómico, MANUAL TÉCNICO II: Métodos e Técnicas - A Recolha de Dados: Focus Groups (Grupos de Discussão).

ALBUQUERQUE, Luísa Arroz - Política cultural: conceitos e tipologias. Cadernos PAR n.º 4 (Mar. 2011), p. 91-97.

BOTELHO, Isaura (2001). Dimensões de Cultura e Políticas Públicas. São Paulo em Perspectiva, 15 (2) 2001, pp. 73-83.

BRITO, Janaina. FONTES, Nena. Estratégias para eventos. Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

COSTA, António Firmino da (1997). Políticas Culturais: Conceitos e Perspectivas. Observatório das Actividades Culturais, OBS nº 2, Outubro de 1997, pp. 10-14.

DONIZETE, Rodrigues (2012). “Património Cultural, Memória Social e Identidade: uma abordagem antropológica” (UBImuseum n.01 – Revista Online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior).

ESTEVES, João Pissarra (2003). Espaço Público e Democracia: Comunicação, Processos de Sentido e Identidades Sociais. Edições Colibri, Lda. Faculdade de Letras de Lisboa. Lisboa.

FLORIDA, R. e TINAGLI, I., (2004). "Europe in the Creative Age". s.l.: DEMOS.

FLORIDA, R. L. (2002). The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York, NY, Basic Books.

FLORIDA, Richard (2017). The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality, Deepening Segregation, and Failing the Middle Class—and What We Can Do About It. Basic Books.

GARCÍA, Francisco García & ALVES, Luís Alberto (2017). Libro de Actas. V Congresso Internacional - Cidades Criativas. 25-27 jan. 2017. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

GASPAR, Jorge (2013). Órgãos das Autarquias. Formação 2013.

LANDY, Charles (2000). The Creative City – A Toolkit for Urban Innovators. Comedia. Earthscan. London. Serling, VA.

LIMA, Luciana P. B., ORTELLADO, Pablo & SOUZA, Valmir de. O que são as políticas culturais? Uma revisão crítica das modalidades de atuação do estado no campo da cultura. IV Seminário Internacional – Políticas Culturais – 16 a 18 de

outubro/2013 Setor de Políticas Culturais – Fundação Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil.

LOPES, Ana Cruz (2017). Reabilitação pela Arte na Cidade Criativa. Faculdade de Ciências e Tecnologia. Universidade Nova de Lisboa.

MATEUS, Augusto (2010). O Sector Cultural e Criativo em Portugal.

MARTINS, N. et al., (2007). PROJECTO “CIDADES INTELIGENTES”- Orientações de Política de Revitalização Urbana para a Competitividade e Sustentabilidade das Cidades., Lisboa: DPP.

MOREIRA, Rui (2013). Manifesto Eleitoral – Porto, Nosso Partido. Autárquicas 2013. ruimoreira2013.com

MOREIRA, Rui (2017). Sem medo do futuro. Clube do Autor, S.A. Lisboa, Portugal.

OBSERVATÓRIO DO QREN (n.d.). A Avaliação do Desenvolvimento Socioeconómico, MANUAL TÉCNICO II: Métodos e Técnicas - A Recolha de Dados: *Focus Groups* (Grupos de Discussão). Disponível em: «http://www.observatorio.pt/item1.php?lang=0&id_page=548» Acesso em: 23 sep. 2017.

PATRIOTA, Lúcia Maria. Cultura, identidade cultural e globalização. João Pessoa - Número Quatro - Agosto de 2002. Disponível em: «<http://www.cchla.ufpb.br/caos/numero4/04patriota.pdf>» Acesso em: 19 agosto 2017.

P. – uma homenagem a paulo cunha e silva, por extenso (2016). Câmara Municipal do Porto.

RAMALHO, Roberto. O que é um Evento?. WebArtigos., 13 jun. 2017. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/o-que-e-um-evento/29848/#ixzz4pH96DONU>.

REIS, Ana Carla Fonseca (2012). Cidades Criativas. Curso de Formação de Gestores Públicos e Agentes Culturais.

RIBEIRO, José Cadima; et al. - Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: um estudo de caso. Revista Portuguesa de Estudos Regionais. Nº 11 (2006).

RODRIGUES, Donizete. Património cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica. Universidade da Beira Interior. Center of Research in Anthropology (Lisboa).

SANTOS, Joana (2012). “As Cidades Criativas como Modelo Dinamizador do Destino Turístico”. Escola Superior de Gestão de Tomar. Instituto Politécnico de Tomar.

SILVA, Isabel Soares; VELOSO, Ana Luísa; KEATING, José Bernardo. Focus group: Considerações teóricas e metodológicas. Revista Lusófona de Educação, [S.l.], v. 26, n.

26, aug. 2014. ISSN 1646-401X. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/article/view/4703>>. Acesso em: 24 sep. 2017.

SILVA, Paulo Cunha e. “Cidade e programação cultural: o caso do Porto 2001”. Sociologia. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Vol. XIII (2003), pp. 131-137.

SILVA, Paulo Cunha e (1998). O Lugar do Corpo. Elementos para uma Cartografia Fractal 1ª ed. Porto: Edições Piaget.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. Sociologias, nº 16, 2006, p. 20-45. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16>

TOURAINE, Alain (1925). Um Novo Paradigma, Para Compreender o Mundo de Hoje. Trad.: Armando Pereira da Silva (2005). Instituto Piaget. Lisboa.

«<https://ionline.sapo.pt/480021>» Acesso em: 09-06-2017

cultura in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2017. [consult. 2017-06-10]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/cultura>

X. ANEXOS

Anexo 1:

Dados relativos às exposições da Galeria Municipal do Porto entre o ano de 2014 e 2016:

Exposição	Data	Nº Visitantes
Habitare's	1 de janeiro - 23 de fevereiro	1456
Porto Poetic	6 de março - 9 de abril	14702
A poesia está na rua	25 de abril - 22 de junho	13799
Extensões do corpo de Adriana Barreto	22 de maio - 27 de julho	4461
Present Tense	10 de julho - 31 de agosto	9974
Outro modo de ler	5 de setembro - 21 de setembro	10070
Cinzas de Pasoli	10 de setembro - 30 de setembro	7890
Sub 40	18 de outubro - 31 de dezembro	8085
	TOTAL	69837

Tabela 1 – Exposições do ano de 2014

Exposição	Data	Nº Visitantes
Sub 40 (transitou de 2014)	1 de janeiro - 11 de janeiro	1178
You love me, you love me not	5 de março - 17 de maio	34976
Tesouros da Fotografia Portuguesa	5 de junho - 16 de agosto	15643
Con(texto)	4 de setembro - 15 de novembro	14785
Coral	4 de setembro - 27 de setembro	8059
Agostinho Ricca - Arq. e Obra	15 de outubro - 17 de dezembro	6487
A Felicidade em Júlio Pomar	5 de dezembro - 31 de dezembro	4356
	TOTAL	85484

Tabela 2 – Exposições do ano de 2015

Exposição	Data	Nº Visitantes
A Felicidade em Júlio Pomar (transitou de 2015)	1 de janeiro - 21 de fevereiro	9245
Habitar Portugal 12-14	18 de fevereiro - 25 de abril	19687
P. - Uma homenagem a Paulo Cunha e Silva, por extenso	12 de março - 23 de maio	21147
PIGS	3 de junho - 21 de agosto	8725
100 tesouros da BPMP	2 de setembro - 13 de novembro	20011
Reencontro com Vergílio Ferreira	2 de setembro - 13 de novembro	16060
Eyes Wide Open: 100 anos de Fotografia Leica	30 de novembro - 31 de dezembro	11623
	TOTAL	106498

Tabela 3 – Exposições do ano de 2016

Nota: Dados cedidos pelo Departamento Municipal de Ação Cultural e Científica da Câmara Municipal do Porto – elaboração própria.

Anexo 2: Análise de Conteúdo do *Focus Group*

Categoria	Subcategoria	Unidade de Registo	Unidade de Contexto
1 – Opinião sobre a política cultural da cidade do Porto	A política cultural antes do executivo de Rui Moreira e a política cultural do executivo de Rui Moreira	A política cultural deste atual executivo, comparada com a do anterior executivo, de Rui Rio, é mais expressiva	<i>“Comparada com o outro executivo, é mais expressiva”</i>
	O que se fez, a nível cultural, antes do executivo de Rui Rio e no executivo de Rui Moreira	A política cultural deste atual executivo, comparada com a do executivo anterior a Rui Rio, está aquém; o executivo de Rui Moreira apenas rentabilizou os espaços já existentes	<p><i>“Antes do Rui Rio fez-se a Biblioteca Almeida Garrett, os museus tiveram um impulso muito grande, houve a Capital da Cultura, portanto, houve uma dinamização enorme na cidade. A cidade melhorou de uma maneira... não há comparação possível. Com Rui Rio foi abaixo, com Moreira foi rentabilizar os espaços que há e que havia.”</i></p> <p><i>“Antes tinhas a CulturPorto, tinhas muitos mais eventos culturais, mesmo festivais de teatro, havia vários, e que agora desapareceram e não foi por falta de verbas.”</i></p> <p><i>“Rui Moreira conseguiu rentabilizar muito bem o que tinha, praticamente, sido destruído e deu-lhe uma visibilidade de uma maneira que quase que parece um marketing cultural.”</i></p>
2 – Rui Moreira e Paulo Cunha e Silva	A importância de Paulo Cunha e Silva	Rui Moreira vive na sombra da programação e da política cultural que Paulo Cunha e Silva deixou	<i>“O problema de Rui Moreira foi a morte de Paulo Cunha e Silva, porque, a seguir, ele limitou-se a fazer aquilo que Paulo Cunha e Silva... não há ideias, há uma continuidade, é viver na sombra...”</i>

3 – O serviço da cultura	A cultura como estratégia de marketing político da cidade	Visão cultural numa ótica de marketing que acompanha o fenómeno turístico	<i>“Há um ponto de vista cultural que é uma visão quase de marketing a acompanhar a onda turística da cidade”</i>
	A cultura de elite	A política cultural do executivo de Rui Moreira é direcionada para determinado tipo de público, mais elitista	<i>“Há um privilégio muito grande de determinados tipos de arte, em detrimento de outras, nomeadamente a arte mais popular. Há áreas que estão um bocadinho descuidadas, em detrimento de outras. Há uma arte contemporânea que é muito trabalhada... é para um público mais restrito”</i> <i>“O Fórum do Futuro também é para gente mais esclarecida”</i> <i>“Antes, na altura da CulturPorto, nós tínhamos um leque, p.e., no Rivoli, que abrangia tudo. Agora, basta ver o programa e, no ano de 2016, quase só teve dança”</i>
		Não há associativismo capaz de dar resposta às necessidades das pessoas, existe somente um programa que tenta envolver as pessoas: Cultura em Expansão, o que não é suficiente	<i>“Eu acho que há uma área que foi completamente abaixo que foi o associativismo. Não vejo grande envolvência da população, a vários níveis... quando falamos de associações, não estamos só a falar de juntas de freguesia, mas outro tipo de associações culturais que no executivo de Rui Rio acabaram, p.e., o Clube Literário, e não se veem outras forças para dar resposta ao que as pessoas querem. Há realmente um grande direccionismo, da parte do executivo, do que é cultura, a meu ver, bastante elitista.”</i> <i>“Há aí um programa, que pode ser interessante, e que é uma tentativa de levar a cultura a outro patamar, que é o programa Cultura em Expansão, que é fazer coisas nos bairros sociais, foi uma boa iniciativa”</i> <i>“Mas, mesmo assim, se fores a ver, está a restringir os bairros”</i> <i>“Mas não deixa de ser uma boa iniciativa”</i> <i>“Antes do executivo do Rui Rio havia muitos espetáculos que tinham adesão e com os meios próprios dar resposta àquilo que os públicos pretendiam”</i>

4 – O público cultural	O desconhecimento da Galeria Municipal do Porto	Não há indicação devida a sinalizar a Galeria Municipal	<i>“Quem entra na Galeria, é quase que um mero acaso, porque, temos que ter a consciência de que, aqui na cidade do Porto, as pessoas não conhecem a Galeria Municipal do Porto (...) eu tenho a noção de que as pessoas, ao entrarem no edifício, vêm primeiro ver o que é que é isto (...) e depois vão procurando. Nós tivemos p.e. exposições que a maior parte dos públicos que entraram sem marcação foram estrangeiros e eu não sei se tiveram alguma vontade de vir à Galeria Municipal para visitar a exposição x, acho que foi mesmo visitar os Jardins do Palácio de Cristal, entrar no edifício e depois procurar os seus serviços.”</i>
	O público específico do Auditório	O Auditório tem uma dinâmica diferente, uma componente dirigida a áreas específicas (congressos, colóquios, seminários) e por isso é para um público mais informado	<i>“O espaço do auditório é um espaço mais de acolhimento”</i> <i>“O público a mim parece-me transversal, mas para gente mais informada, digamos assim”</i> <i>“São públicos direcionados especificamente para aquela atividade”</i>
	A falta de divulgação das atividades do Auditório e os condicionamentos do edifício	A Câmara Municipal do Porto deveria dar mais apoios ao nível da promoção e divulgação das diferentes atividades que acontecem no auditório	<i>“A nossa grande dificuldade no auditório tem a ver com a questão da divulgação, porque nós somos um espaço de acolhimento, essencialmente, e portanto, têm que ser as entidades que têm que fazer essa divulgação e as entidades, às vezes até grupos mais particulares, não têm força de comunicação e divulgação. Acho que, nós, a Câmara deveria dar esse apoio (...) minimamente dar esse apoio, porque era uma mais-valia não só para quem vem para cá, como para nós, para a sala estar dinâmica e cheia, não só nos congressos, conferência, etc, mas em concertos que temos(...) o público não é muito e eu acho que é por falta de informação. Temos também uma desvantagem na questão do horário, como nós somos um auditório dentro de uma biblioteca, acabamos sempre por estar um bocadinho limitados a esse nível, as atividades noturnas sofrem sempre disso, da própria dinâmica do edifício, dos jardins,</i>

			<p><i>dos acessos, das coisas estarem fechadas, apagadas, etc. (...) e a única forma de tentar combater era através do reforço de comunicação que não existe”</i></p>
	<p>As inaugurações das exposições da Galeria Municipal</p>	<p>O público presente nas inaugurações das exposições da Galeria é sempre o mesmo, sendo composto por pessoas da área artística, por isso, é, tendencialmente, mais elitista</p>	<p><i>“No caso das inaugurações das exposições, o público é quase sempre o mesmo, não se sente um novo público, há um movimento contínuo, não tem crescido, são sempre as mesmas pessoas”</i></p> <p><i>“Mas as inaugurações das exposições são mais do que inaugurações, são atos sociais e, por isso, são pessoas da área”</i></p> <p><i>“Em termos da Galeria é um público mais restrito (...) mais elitista, não num sentido necessariamente negativo, mas no sentido de serem pessoas mais ligadas às artes plásticas e a esse universo”</i></p>
	<p>A responsabilidade dos indivíduos</p>	<p>As pessoas não têm iniciativa na procura de informação cultural</p>	<p><i>“Também tem que haver aqui uma responsabilização da pessoa, não podemos só culpabilizar as instituições e as entidades que têm uma responsabilidade acrescida porque são instituições, ainda para mais, públicas, mas também as pessoas (...) hoje em dia as pessoas também não sabem porque não se dão ao trabalho de querer saber”</i></p>
<p>5 – A divulgação da informação cultural</p>	<p>A divulgação da Galeria Municipal</p>	<p>Não há esforço por parte da CMP na divulgação da programação cultural, deveria haver igualdade entre todos os setores culturais</p>	<p><i>“Antes, articulava-se tudo e fazia-se uma espécie de agendas, as pessoas sabiam o que é que acontecia, havia uma articulação das iniciativas dos vários pelouros. (...) A Galeria, que pode estar nas prioridades da política cultural da Câmara, mas acho que a Galeria somada aos Teatros (...) não há uma agenda física, onde as pessoas peguem no roteiro e saibam tudo o que está a acontecer na cidade, as coisas estão dispersas (...) a Câmara perdeu um bocado esse papel, porque há um privilégio em determinadas iniciativas e em determinadas áreas”</i></p> <p><i>“O site da Cultura não existe, é ficção, o site da Câmara não tem um link direto que diga – Cultura”</i></p>

6 – O trabalho de Paulo Cunha e Siva	Os projetos culturais	As iniciativas culturais que ainda continuam resultam do trabalho que PCS deixou, no entanto, PCS acabou com projetos importantes que a cidade tinha	<p><i>“Todas as grandes iniciativas que continuam foram todas criadas por ele”</i></p> <p><i>“A Cidade Líquida, aquela ideia de expansão, isso sentiu-se”</i></p> <p><i>“Ele consegui fazer muita coisa, até já tinha sido feita, mas de uma outra forma (...) O PCS tinha carta branca para fazer muita divulgação para os seus projetos inovadores... e dinheiro, ou seja, o que subsiste, realmente, são os projetos de PCS, agora, nada contra a sua ação na vida cultural, mas foram apagados muitos projetos que já existiam e que existiam com imensíssimas dificuldades, mas mesmo assim tinham públicos e envolvia muita dinâmica aqui da Câmara e, principalmente, da cidade e esses, realmente, não subsistem porque a visibilidade para esses projetos nunca lhes foi dada”</i></p> <p><i>“PCS cortou com alguns canais”</i></p>
	A pessoa como pólo aglutinador	Houve um estilhaçamento depois da morte de PCS	<p><i>“O PCS conhecia bem a cidade e tinha muitos conhecimentos (...) havia um grupo de fãs, muito grande, dele e estava sempre a trabalhar, fosse a que horas fosse”</i></p> <p><i>“Ele era uma espécie de pólo aglutinador, quase que se ele próprio, a atividade dele, fosse a própria agenda da cidade, só que não pode ser essa a lógica, porque acontece o que aconteceu, as pessoas desaparecem e é necessário haver uma lógica que sobreviva às pessoas e com a morte dele desaparece esse pólo aglutinador e acaba por haver um certo estilhaçamento, digamos assim, de diversas áreas”</i></p>

7 – Impactos do Turismo	O Turismo na Galeria Municipal	Não se sentem impactos do turismo na Galeria Municipal, porque não há canais de divulgação apropriados	<p><i>“Há exposições em que entram muitos visitantes estrangeiros e não é, de certeza, por causa da divulgação, eu acho que é por causa do fluxo de grupos turísticos virem aqui aos Jardins do Palácio”</i></p> <p><i>“Não vêm à procura da exposição”</i></p>
	A transformação da cidade do Porto	O turismo está a descaracterizar a cidade do Porto	<p><i>“Parece uma estância turística (...) está a ser descaracterizada a cidade, os portuenses, os tripeiros estão a sair todos da zona onde deveriam estar e tudo se está a transformar em hotéis”</i></p> <p><i>“e sítios para comer”</i></p> <p><i>“se calhar, temos que converter este espaço para espetáculos em inglês”</i></p> <p><i>“o ‘boom turístico’ é essencialmente no centro histórico e no centro histórico temos cada vez mais desertificação da própria população para alojamento local e guest houses.. e alguma coisa que não está a funcionar... as pessoas são deslocadas para arredores do Porto ou para zonas quase fronteiriças e têm que sair do centro histórico, é uma tendência que, a meu ver, o Porto poderá ter algumas vantagens, claro que sim, mas não está a aprender com os outros exemplos na Europa (...) os turistas querem conhecer uma outra cultura e não conhecer aquilo que já têm no seu próprio país”</i></p>

<p>8 – Criação Artística</p>	<p>O apelo da cidade à criação artística</p>	<p>A cidade do Porto é um organismo vivo que apela à criação artística, conseguindo, apesar de tudo, manter a sua autenticidade</p>	<p><i>“A cidade como entidade viva apela à criação artística, desde sempre, o rio, a própria luz, o casario, a própria gente, acho que apelam - a cidade como organismo vivo, independentemente de políticas e de executivos e disso tudo - acho que sim, que apela”</i></p> <p><i>“O Porto, como todas as cidades, são realmente organismos vivos”</i></p> <p><i>“acho que as pessoas do Porto conseguem manter, de alguma forma, a sua autenticidade, sabendo acolher bem os turistas, mas sem perdermos a nossa identidade”</i></p>
<p>9 – A importância da política cultural</p>	<p>Cultura como palco de afirmação política</p>	<p>A Cultura não deve ser um palco de espetáculos e deve afirmar-se para toda a gente</p>	<p><i>“Uma certa forma de fazer cultura foi usada como palco, o problema é quando a cultura não é tão abrangente como se quer e quando se pode, eventualmente, descuidar outras áreas, nomeadamente as áreas sociais e de habitação e de mobilidade. A Cultura, depois dos mandatos de Rui Rio, qualquer coisa que se fizesse era um brilharete, foram dados passos importantes, mas não foram dados os passos fundamentais para a cultura ser um palco para todos”</i></p> <p><i>“A cultura não é espetáculo e, como tal, temos aqui um grande problema essencial – a cultura é invisível e o que este executivo conseguiu foi fazer, de algumas atividades culturais, um espetáculo, mas eu acho que não devemos ficar deslumbrados com os espetáculos e perceber, realmente, quais são os conteúdos que estão por detrás e essa é que eu acho que deve ser a verdadeira afirmação política cultural”</i></p>