

MESTRADO
COMUNICAÇÃO E GESTÃO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Laboratórios e Observatórios de Indústrias Criativas: Mapeamento e Gestão

Cláudia Manuel Figueiredo Lima

M

2023



Cláudia Manuel Figueiredo Lima

Laboratórios e Observatórios de Indústrias Criativas: Mapeamento e Gestão

Estágio realizado no âmbito do Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, orientada pela Professora Doutora Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto e pelo Professor Doutor Tiago Costa Martins.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2023

Sumário

SUMÁRIO.....	3
AGRADECIMENTOS.....	6
RESUMO	7
ABSTRACT	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
ÍNDICE DE TABELAS	10
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	11
INTRODUÇÃO.....	14
1. INSTITUIÇÃO DE ESTÁGIO: O CREIALAB.....	17
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	18
2.1. INDÚSTRIAS CRIATIVAS E A SUA IMPORTÂNCIA	18
2.2. CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS EM PORTUGAL	24
2.3. INDICADORES.....	26
2.3.1. <i>As propriedades dos indicadores</i>	30
2.3.2. <i>Tipos de fontes e dados</i>	31
2.3.3. <i>Nomenclatura e operações (o cálculo dos indicadores)</i>	32
2.3.4. <i>A elaboração da ficha do indicador</i>	34
3. PROJETO DE ESTÁGIO	35
3.1. UM OBSERVATÓRIO PARA AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS NO CREIA.LAB: O OBCEI.PT.....	35
3.2. METODOLOGIA	38
3.3. OBJETIVOS DO ESTÁGIO	41
3.4. PLANO DE TRABALHO	41
4. DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO	44
4.1. MANUTENÇÃO E GESTÃO DO CREIA.LAB	44
4.2. LEVANTAMENTO DE MODELOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS PARA OS FRAMEWORKS DE ANÁLISE DAS ICC	45
4.2.1. <i>DCMS – “Creative Industries Mapping Document”</i>	48
4.2.2. <i>UNESCO – “Framework for Cultural Statistics”</i>	52
4.2.3. <i>UNCTAD – “Creative Economy Report”</i>	56
4.2.4. <i>ESSnet-Culture – “Final Report”</i>	58
4.2.5. <i>Conta Satélite da Cultura</i>	60
4.3. ANÁLISE DE FRAMEWORKS E CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS	66
4.3.1. <i>DCMS</i>	67
4.3.2. <i>UNESCO</i>	69
4.3.3. <i>ESSnet-Culture</i>	71
4.3.4. <i>Conta Satélite Cultura</i>	73
4.3.5. <i>UNCTAD</i>	74
4.4. IDENTIFICAÇÃO DE FONTES E DADOS DO OBCEI.PT	76
4.5. MAPEAMENTO DE OBSERVATÓRIOS DE INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS	82
4.5.1. <i>Observatórios Nacionais</i>	84
4.5.2. <i>Observatórios Internacionais</i>	101
4.6. DESENVOLVIMENTO DO MANUAL DE ADMINISTRAÇÃO DO CREIALAB	111

4.7. ANÁLISE DE INDICADORES: RELAÇÕES E SEQUÊNCIAS TEMPORAIS	111
CONSIDERAÇÕES FINAIS	115
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117
ANEXOS	125
ANEXO 1 - MANUAL DE ADMINISTRAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DO CREIA.LAB	125
ANEXO 2 – CONTINUAÇÃO DAS CORRELAÇÕES ENTRE INDICADORES QUE JÁ EXISTEM NO INE E QUE PODEM SER TRANSFORMADOS EM INDICADORES PARA O OBCREI	125

DECLARAÇÃO DE HONRA

Declaro que o presente relatório é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto-plágio constitui um ilícito académico.

Porto, 5 Setembro 2023

Cláudia Manuel Figueiredo Lima

Agradecimentos

Com o término desta dissertação, termina também uma importante etapa na minha vida.

Etapa esta com altos e baixo, porém sempre com o apoio de inúmeras pessoas que durante estes dois anos estiveram ao meu lado.

Não é possível sequer expressar todo o carinho, ajuda e motivação por todos aqueles que sempre me apoiaram.

Não obstante, deixo um agradecimento especial:

À Professora Doutora Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto, minha orientadora, não só pela paciência e prontidão em ajudar-me, mas também por todo o conhecimento e total apoio que demonstrou, através de opiniões e críticas, durante toda a realização deste relatório, ajudando-me assim a solucionar problemas e dúvidas que foram surgindo.

Ao Professor Doutor Tiago Costa Martins, meu coorientador por ser a pessoa contagiante que é, tanto com o seu conhecimento como com a sua boa disposição. Agradeço sempre se ter mostrado disponível para me ajudar e por todas as palavras de incentivo.

A toda a equipa do Creia.Lab pelo seu acolhimento caloroso e constante instrução.

Ao Pedro, por estar sempre ao meu lado e me ajudar incondicionalmente.

Aos meus pais, Olga e Manuel, por sempre acreditarem em mim e me proporcionarem todas as oportunidades que tenho na vida. Sem eles, nada disto era possível.

Resumo

O presente relatório é resultado de um estágio curricular, desenvolvido e orientado pela Professora Doutora Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto e pelo Professor Doutor Tiago Costa Martins, no Creative Industries Accelerator Lab (CreIA.Lab), sediado no Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória» (CITCEM), para a conclusão do mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

O estágio, que decorreu entre outubro 2022 e Setembro 2023, teve como principal atividade o suporte ao funcionamento do laboratório e atividades associadas ao mesmo, nomeadamente com o levantamento de diferentes *frameworks* (DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura) para os setores culturais e criativos, a análise desses mesmos *frameworks* com a respetiva Classificação das Atividades Económicas, o mapeamento de observatórios (nacionais e internacionais) de indústrias criativas, assim como a colisão de indicadores já existentes no INE que poderão ser transformados em indicadores para o Creia.Lab.

Em relação ao enquadramento teórico deste relatório de estágio, podemos referir que procura dar respostas em relação a diferentes conceitos como indústrias criativas e indicadores, visto se ter demonstrado relevante aquando da realização deste relatório de estágio.

Palavras-chave: Indústrias Criativas; *Creative Industries Accelerator Laboratory* (CreiaLab); Indicador; Observatório; Observatório das Indústrias Criativas em Portugal (Obcrei.pt).

Abstract

This report is the result of a curricular internship, developed and supervised by Professor Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto and Professor Tiago Costa Martins, at the Creative Industries Accelerator Lab (CreIA.Lab), based at the Transdisciplinary Research Center "Culture, Space and Memory" (CITCEM), for the completion of the master's degree in Communication and Management of Creative Industries at the Faculty of Arts and Humanities of the University of Porto.

The main activity of the internship, which took place between October 2022 and September 2023, was to support the operation of the laboratory and the activities associated with it, namely with the survey of different *frameworks* (DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture and the Culture Satellite Account) for the cultural and creative sectors, the analysis of these *frameworks* with the respective Classification of Economic Activities, the mapping of observatories (national and international) of creative industries, as well as the collision of indicators already existing in INE that could be transformed into indicators for Creia.Lab.

With regard to the theoretical *framework* of this internship report, we can mention that it seeks to provide answers in relation to different concepts such as creative industries and indicators, as it proved to be relevant when carrying out this internship report.

Key-words: Creative Industries; Creative Industries Accelerator Laboratory (Creia.Lab); Indicator; Observatory; Observatory of Creative Industries in Portugal (ObCrei.pt).

Índice de Figuras

FIGURA 1 - PÁGINA INICIAL DO OBCREI.PT	37
FIGURA 2 - PÁGINA INICIAL DO OBCREI.PT	37
FIGURA 3 - DASHBOARD DO OBCREI.PT	37
FIGURA 4 - DOMÍNIOS DO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS DA UNESCO.....	54
FIGURA 5 - CLASSIFICAÇÃO DA UNCTAD PARA AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS.....	58
FIGURA 6 - PROPOSTA ESSNET-CULTURE PARA UM QUADRO ESTATÍSTICO EUROPEU ATUALIZADO: DEZ DOMÍNIOS CULTURAIS E SEIS FUNÇÕES.....	60
FIGURA 7 - DOMÍNIOS E FUNÇÕES CONSTITUTIVOS DO SETOR CULTURAL SEGUNDO AS CONTAS SATÉLITE DA CULTURA.....	62
FIGURA 8 - CLASSIFICAÇÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSNET- CULTURE E CONTA SATÉLITE DA CULTURA.....	63
FIGURA 10 - DIVISÃO NUTS III, NUTS II, NUTS I	80

Índice de Tabelas

TABELA 1 - PROPRIEDADES DESEJÁVEIS AOS INDICADORES	30
TABELA 2 - CRONOGRAMA DE ATIVIDADES	42
TABELA 3 - ATIVIDADES INCLUÍDAS NAS IC SEGUNDO A DCMS	49
TABELA 4 - CICLO CULTURAL E ESTATÍSTICO E OUTROS TIPOS DE DADOS	51
TABELA 5 - MAPEAMENTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO O DCMS, COM O RESPETIVO CAE REV.3....	67
TABELA 6 - MAPEAMENTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO A UNESCO, COM O RESPETIVO CAE REV.3	69
TABELA 7 - MAPEAMENTO DOS DOMÍNIOS DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO O ESSNET-CULTURE, COM O RESPETIVO CAE REV.3	71
TABELA 8 - MAPEAMENTO DAS FUNÇÕES DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO O ESSNET-CULTURE, COM O RESPETIVO CAE REV.3	72
TABELA 9 - MAPEAMENTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO AS CONTAS SATÉLITE DA CULTURA, COM O RESPETIVO CAE REV.3	73
TABELA 10 - MAPEAMENTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS SEGUNDO A UNCTAD, COM O RESPETIVO CAE REV.3	74
TABELA 13 - DIVISÃO NUTS III, NUTS II, NUTS I	80
TABELA 11 – LEVANTAMENTO DE OBSERVATÓRIOS NACIONAIS, BREVE DESCRIÇÃO E OBJETIVOS.....	85
TABELA 12 - OBSERVATÓRIOS INTERNACIONAIS, BREVE DESCRIÇÃO E OBJETIVOS.....	101
TABELA 14 - TABELA DE EQUIVALÊNCIA CAE REV.2.1. PARA CAE REV.3 DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS REFERENTE ÀS ATIVIDADES ECONÓMICAS DO FRAMEWORK DA UNCTAD (FRAMEWORK PELO QUAL O OBCREI SE SEGUE).....	112
TABELA 15 - CORRELAÇÕES ENTRE INDICADORES QUE JÁ EXISTEM NO INE E QUE PODEM SER TRANSFORMADOS EM INDICADORES PARA O OBCREI	113

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAC	ASSOCIAÇÃO ACADÉMICA DE COIMBRA
ACP	ARTES CULTURA E PATRIMÓNIO
ANACOM	AUTORIDADE NACIONAL DE COMUNICAÇÕES
APCT.....	ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA O CONTROLO DE TIRAGEM E CIRCULAÇÃO
CAE	CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS
CCI	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO E DA INFORMAÇÃO
CECS	CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO SOCIEDADE
CES.....	CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS
CIC.DIGITAL PORTO.....	CENTRO DE INVESTIGAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E CULTURA DIGITAL – PORTO
CITA.....	CLASSIFICAÇÃO INTERNACIONAL TIPO POR ATIVIDADE
CITCEM	CENTRO DE INVESTIGAÇÃO TRANSDISCIPLINAR CULTURA, ESPAÇO E MEMÓRIA
CLASSIFICATION	
COE	COUNCIL OF EUROPE
CPLP	COMUNIDADE DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA
CREACT4MED.....	CREATIVE ENTREPRENEURS ACTING FOR THE FUTURE MEDITERRANEAN
CREIA.LAB.....	CREATIVE INDUSTRIES ACCELERATOR LAB
CSC.....	CONTA SATÉLITE CULTURA
DCMS.....	DEPARTMENT FOR DIGITAL, CULTURE, MEDIA AND SPORT
DGEEC.....	DIREÇÃO-GERAL DE ESTATÍSTICAS DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA
DGPC	DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL
DRC	DIRECÇÕES REGIONAIS DE CULTURA
DSAC	DEPARTMENT OF SPORT ARTS AND CULTURE
EBOPS.....	EXTENDED BALANCE OF PAYMENTS SERVICES
EJO.....	EUROPEAN JOURNALISM OBSERVATORY
ESSNET-CULTURE	EUROPEAN STATISTICS SYSTEM NETWORK ON CULTURE
EUROSTAT	SERVIÇO DE ESTATÍSTICA DA UNIÃO EUROPEIA
FEDER	FUNDO EUROPEU DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL
FLUP	FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DO PORTO
GEP	GABINETE DE ESTRATÉGIA E PLANEAMENTO
GEPAC.....	GABINETE DE ESTRATÉGIA, PLANEAMENTO E AVALIAÇÃO CULTURAIS
I&D	INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO
IC	INDÚSTRIA CRIATIVA
ICA	INSTITUTO DO CINEMA E AUDIOVISUAL
ICA, IP	INSTITUTO DO CINEMA E AUDIOVISUAL, IP
ICC	INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS
ICNOVA	INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA NOVA

IGAC	INSPEÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES CULTURAIS
INE	INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA
ISCO	INTERNATIONAL STANDARD CLASSIFICATION OF OCCUPATIONS
ISCTE	INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA
ISIC.....	INTERNATIONAL STANDARD INDUSTRIAL CLASSIFICATION OF ALL ECONOMIC ACTIVITIES
ITU	INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION
MCGIC	MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E GESTÃO DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS
MILOBS	OBSERVATÓRIO SOBRE MÉDIA, INFORMAÇÃO E LITERACIA
MTSSS.....	MINISTÉRIO DO TRABALHO, SOLIDARIEDADE E SEGURANÇA SOCIAL
NACE	STATISTICAL CLASSIFICATION OF ECONOMIC ACTIVITIES
NUTS	NOMENCLATURA DAS UNIDADES TERRITORIAIS
OB.EMMA.....	ELECTRONIC MUSIC AND MEDIA ART OBSERVATORY
OBCREI.PT	OBSERVATÓRIO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS EM PORTUGAL
OBERCOM.....	OBSERVATÓRIO DA COMUNICAÇÃO
OBI.MEDIA.....	OBSERVATÓRIO DE INOVAÇÃO NOS MEDIA
OEA	OBSERVATÓRIO EUROPEU DO AUDIOVIDUAL
OEI	ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBERO-AMERICANOS
OPAC	OBSERVATÓRIO PORTUGUÊS DAS ATIVIDADES CULTURAIS
ORBIS.....	OBSERVATÓRIO REGIONAL BASE DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE
OTA	OBSERVATÓRIO DE TURISMO DOS AÇORES
OTICC.....	OBSERVATÓRIO TRANSFRONTEIRIÇO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS
P&D	PESQUISA E DESENVOLVIMENTO
PALOP.....	PAÍSES AFRICANOS DE LÍNGUA OFICIAL PORTUGUESA
PIB	PRODUTO INTERNO BRUTO
POCTEP	PROGRAMA DE COOPERAÇÃO TRANSFRONTEIRIÇA ESPANHA-PORTUGAL
POLOBS.....	OBSERVATÓRIO DE POLÍTICAS DE CIÊNCIA, COMUNICAÇÃO E CULTURA
PPGCIC.....	PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INDÚSTRIA CRIATIVA
REV.	REVISÃO
SACO	SOUTH AFRICAN CULTURAL OBSERVATORY
SAFEIC.....	SOUTH AFRICAN FESTIVAL ECONOMIC IMPACT CALCULATOR
SCC.....	SETOR CULTURAL E CRIATIVO
TDI	TELEVISÃO DIGITAL TERRESTRE

TIC	TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO
UC.....	UNIVERSIDADE DE COIMBRA
UE	UNIÃO EUROPEIA
UNAO.....	UNITED NATIONS ALLIANCE OF CIVILIZATIONS
UNCTAD	CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE COMÉRCIO
UNDP	UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME
UNESCO	ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA
UNITWIN	UNIVERSITY TWINNING AND NETWORKING PROGRAMME
VAB	VALOR ACRESCENTADO BRUTO
WIPO	WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION

Introdução

Este relatório é o resultado de um estágio curricular, realizado no âmbito do 2º ano de Mestrado em Comunicação e Indústrias Criativas, na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. O estágio em questão teve como entidade acolhedora o Creative Industries Accelerator Laboratory – Creia.Lab (mais especificamente a 2ª fase do projeto relativo ao Observatório das Indústrias Criativas em Portugal - Obcrei.pt), sediado no Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória» (CITCEM), e teve como principal atividade o suporte ao funcionamento do laboratório e atividades associadas ao mesmo.

Existiram diversas motivações a nível pessoal que me fizeram aceitar este projeto, nomeadamente o desafio do projeto em si, assim como o estímulo criativo do trabalho. Para além disso, outro ponto importante é a possibilidade de continuar a aprender e a tentar concretizar uma visão ou missão do observatório em questão, o que, consequentemente, se traduz em realização pessoal.

Contextualizando, o conceito de indústrias criativas surge em 1994, num relatório emitido pelo governo da Austrália designado de "Creative Nation" (Afriantari e Harikesa, 2020), sendo utilizado para designar setores que utilizam a criatividade como base do negócio, ou seja, nestas indústrias a criatividade é essencial, podemos até referir que é o elemento central, e que é desta que é gerada propriedade intelectual (Bendassolli *et al.*, 2009).

Ressalte-se que a importância destas indústrias cresce cada vez mais na nossa economia, já que muitas das atividades ligadas às mesmas estão em grande expansão. Para além disso, estas indústrias garantem o desenvolvimento contínuo da nossa sociedade, estando centralizadas na economia criativa.

Acresce que a disponibilidade e o acesso à informação alcançaram dimensões significativas no mundo social, sendo a sua comunicação potenciada pelo uso de tecnologias de visualização cada vez mais interativas. Além disso, as políticas governamentais associadas à disponibilização de meios de financiamento têm valorizado de forma particular os domínios da criatividade, da cultura e do turismo impondo-se não apenas discutir conceitos e abordagens, como também criar instrumentos informacionais de diagnóstico e monitorização que democratizem a

informação sobre a realidade social, ampliem o diálogo dos governos com a sociedade e promovam a avaliação das atuações e a (re)definição de políticas e estratégias. Estes objetivos requerem a sistematização, processamento e produção de informação plausível de compreensão e a criação de indicadores que viabilizem a tradução de determinado ponto da realidade social para posterior interpretação.

Deste modo, é importante estabelecer-se um olhar para o setor das indústrias culturais e criativas a partir do objeto infocomunicação. Uma abordagem que subjaz a este estágio e ao projeto em causa, no qual a perspetiva económica e a infocomunicacional se relacionam estreitamente, mas valorizando a dimensão infocomunicacional no âmbito da interdisciplina das Ciências da Comunicação e da Informação (CCI) e áreas conexas, que coloca o foco na Comunicação Pública, produção e disponibilização de informação para o acesso público, nomeadamente sob o formato de estatísticas e/ou indicadores, acessíveis através do Obcrei.pt.

Porém, é, ainda, necessário dar continuidade ao levantamento sobre o que são as Indústrias Criativas (IC), e deste modo apresentar uma discussão em torno das teorias da área e, consequentemente, dos conceitos relacionados. Para além disto, é também importante rever os modelos/*frameworks* em uso nas Indústrias Criativas, nomeadamente o da DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Contas Satélite da Cultura, assim como procurar sistematizar as Indústrias Criativas a partir da visão dos códigos CAE (Classificação das Atividades Económicas), uma abordagem sistemática adotada para categorização pelas instituições referidas anteriormente.

Estando realizado este caminho do abstrato ao operacional em termos de Indústrias Criativas, podemos elencar os observatórios para as IC e apresentar projetos em curso e como desenvolvem a sua atuação. Posteriormente apresenta-se detalhadamente o Observatório das Indústrias Criativas em Portugal (Obcrei.pt), assim como a proposta que esteve na sua origem e como está a ser desenvolvida a interface para apresentação de dados, estatísticas e indicadores.

Conclui-se com a análise de indicadores realizada, apresentando-se as fichas, relações e sequenciações estabelecidas para os objetivos fixados para este observatório.

Paralelamente, existe um conjunto de atividades realizadas ao longo do estágio que assentaram na gestão e atualização do CreiaLab, por exemplo com a criação e

publicação de conteúdos para a comunicação através do *website*, incluindo notícias, multimédia, etc.

Para além disso, e visto todo este trabalho ser realizado em *backoffice*, através da plataforma *Strapi*, para além da participação nas ações de formação relativas à 2ª fase de desenvolvimento do Obcrei.pt, elaborou-se um *Manual de Administração e Atualização do Creia.Lab*.

A abordagem metodológica adotada passou pela gestão de projeto, uma vez que se trata da realização de um estágio curricular. Adicionalmente, essa abordagem foi complementada por um enquadramento teórico-metodológico específico que se relaciona com o âmbito requerido pela área temática da atividade/estudo em causa e desenvolvidas na instituição de acolhimento, neste caso no Creia.Lab.

Relativamente à estrutura do relatório, este divide-se em quatro capítulos, sendo os mesmos: apresentação da instituição de acolhimento, enquadramento teórico, o projeto de estágio e desenvolvimento das atividades em estágio.

O primeiro capítulo correspondente à instituição de estágio, onde é apresentado o Creia.Lab. Tendo em conta o contexto em que este estágio curricular foi realizado (local e atividades), no segundo capítulo onde se apresenta o enquadramento teórico deste relatório, foram apresentados diferentes conceitos entre os quais o de IC, de indicador, atividade económica e respetiva codificação, procurando-se estruturar o que será apresentado no capítulo 4 de desenvolvimento do estágio em si. Já o terceiro capítulo, correspondente ao projeto de estágio, abordando-se a metodologia de trabalho utilizada, assim como os objetivos do estágio e o plano de trabalho a cumprir. Por fim, no quarto e último capítulo, são apresentadas e descritas as diferentes atividades que foram desenvolvidas durante o estágio.

Deste modo, o presente relatório pretende refletir sobre os resultados obtidos através desta experiência, submetendo-se como prova para obtenção de grau de Mestre.

1. Instituição de Estágio: o CreiaLab

Este capítulo apresenta a instituição onde foi realizado o estágio sistematizado no presente relatório.

Na origem do estágio encontramos o projeto infocomunicacional que visou a constituição do Observatório das Indústrias Criativas em Portugal (ObCrel.pt), uma iniciativa interdisciplinar que aliou as Ciências da Comunicação e da Informação à Economia, no contexto do Creative Industries Accelerator Lab (CreiaLab), então sediado no Centro de Investigação em Comunicação, Informação e Cultura Digital – Porto (CIC.DIGITAL Porto), em parceria com o Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas (MCGIC), ambos sediados na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

O Creia.Lab possui, neste momento, uma plataforma infocomunicacional *online*, gratuita e de fácil utilização que fornece acesso à informação e à análise de indicadores, metodologias, fontes e atividades das indústrias criativas e culturais. Esta plataforma será referida mais detalhadamente no decorrer deste relatório, pois acolhe o Observatório (Obcrei), fazendo-se referência ao *dashboard* interativo que é disponibiliza a todos os utilizadores, especialistas e não especialistas.

Segundo o site oficial do mesmo, este “procura promover uma abordagem trans e interdisciplinar que potencie uma participação ativa na transferência de conhecimento Universidade/Comunidade, a utilização de tecnologias inovadoras e as parcerias com criativos, empreendedores e outros agentes com interesse no setor” (Creia.lab, [s.d.]).

2. Enquadramento Teórico

Este capítulo contém a revisão de literatura, destacando conceitos teóricos de interesse para o relatório em questão.

2.1. Indústrias Criativas e a sua importância

Neste capítulo do enquadramento teórico começamos por explorar o conceito de Indústrias Criativas.

Capitalizando milhões por ano, assim como criando bastante emprego em todos os cantos do mundo, as indústrias culturais e criativas são consideradas como motores das economias de todos os países, tanto dos desenvolvidos, como daqueles em desenvolvimento. Considera-se que estas são os setores que mais rapidamente têm crescido por todo o mundo. Deste modo, estas têm uma grande influência tanto para a criação de empregos, como também influenciam a geração de rendimentos ou até mesmo das receitas de exportações.

Tudo isto significa que estas indústrias realmente são benéficas e conseguem trazer um futuro bem melhor para diversos países espalhados pelo globo, não só pela riqueza que trazem consigo, como também por contribuírem para “alcançar um desenvolvimento centrado nas pessoas, inclusivo e sustentável.”, tal como refere a UNESCO (2015b).

Deste modo, são necessárias diversas políticas públicas, de modo a apoiar as diferentes formas de criatividade, dentro dos setores da indústria cultural e criativa.

De acordo com a Resolução legislativa do Parlamento Europeu, de 28 de março de 2019, sobre a proposta de regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho que cria o programa Europa Criativa (2021-2027) e que revoga o Regulamento (UE¹) n.º 1295/2013, setores culturais e criativos são:

“(...) todos os setores cujas atividades se baseiam em valores culturais ou artísticos e noutras expressões e práticas criativas individuais ou coletivas, independentemente de essas atividades estarem ou não orientadas para o mercado. As atividades podem incluir a conceção, a criação, a produção, a divulgação e a conservação das práticas, dos bens e dos serviços que encarnam uma expressão cultural, artística ou qualquer outra expressão criativa, e funções conexas, como a educação ou a gestão. Muitas dessas atividades terão potencial para gerar

¹ União Europeia

inovação e emprego, em particular graças à propriedade intelectual. Os setores incluem a arquitetura, os arquivos, as bibliotecas e os museus, o artesanato, o audiovisual (em particular o cinema, a televisão, os jogos de vídeo e as atividades multimédia), o património cultural material e imaterial, a música, a literatura, as artes do espetáculo, os livros e a edição, a rádio, as artes plásticas, os festivais e o design, incluindo o design de moda.” (Parlamento Europeu, 2009)

A designação “indústrias criativas” surge associada a movimentos ocorridos nos anos 90 em alguns países industrializados. Tal como refere Bendassolli *et al.* (2009) “Mudanças económicas e sociais fizeram com que se deslocasse o foco das atividades industriais para as atividades intensivas em conhecimento, localizadas no setor de serviços”.

Este termo (Indústrias Criativas) surgiu inicialmente na Austrália no início dos anos 90, mais precisamente em 1994, quando num discurso intitulado como “*Creative Nation*”, Paul Keating, Primeiro-Ministro australiano se preocupava em como conseguiria aproveitar todas as oportunidades geradas tanto pela globalização, como pelos media digitais, de forma a potenciar a economia do seu país e, consequentemente, contribuir para o desenvolvimento da nação, através da sua identidade cultural. Deste modo, Paul Keating, instituiu um conjunto de políticas públicas com base na produção artística e cultural. Para além de enfatizar a importância que a cultura tem para a identidade nacional, o “*Creative Nation*” também destacou todo o potencial económico que encontramos nas artes (Bitterncourt, 2019).

Assim sendo, este não só continha um aspeto de política de incentivo à produção cultural, como também tinha um forte viés económico, tal como podemos observar pelo seguinte excerto, extraído do relatório expedido pelo Departamento de Comunicação e Artes:

“Cultura cria riqueza. As indústrias culturais australianas amplamente definidas geram 13 mil milhões de dólares por ano. Cultura emprega. Cerca de 336.000 australianos foram empregados em indústrias relacionadas à cultura. Cultura agrega valor. Ela faz uma contribuição essencial para a inovação, o marketing e o design. O nível de criatividade determina substancialmente a capacidade de se adaptar a novos imperativos económicos. É uma exportação valiosa em si e um acompanhamento essencial para a exportação de outras mercadorias. Atrai turistas e estudantes. É essencial para o sucesso económico.” (Departamento de Comunicação e Artes, 1994)

Porém, este termo apenas foi impulsionado mundialmente em Inglaterra em 1997, quando foi criada uma *Task Force* para as Indústrias Criativas pelo governo britânico, mais precisamente pelo Primeiro-Ministro Tony Blair.

Deste modo, podemos concluir que estes dois países - Austrália e Inglaterra – foram os pioneiros a utilizarem propositadamente todo o potencial, tanto cultural como criativo das suas nações, através de diferentes políticas públicas, de modo a ser gerado valor económico para a nação. Vale ainda ressaltar, que ainda hoje, estes mesmos dois países, se encontram na linha da frente no que se refere às estatísticas em Economia Criativa.

Refira-se, ainda, que Inglaterra, especificamente, foi o primeiro país a associar o termo Indústrias criativas com uma agenda política e económica, algo que hoje em dia nem se põe em questão, mas que para a época era vanguardista (Bendassolli *et al.*, 2009).

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - UNDP (2013), o conceito de indústrias criativas é “aplicado a um conjunto produtivo muito mais vasto, incluindo bens e serviços produzidos pelas indústrias culturais e as que dependem da inovação, incluindo muitos tipos de investigação e desenvolvimento de *software*.”

Assim, é importante salientar que existem diversas definições de indústrias criativas.

O Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS (2001) define-as como: "indústrias que têm a sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm um potencial para a criação de riqueza e emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual ". Com esta definição é possível concluir que estas indústrias são “sinais da evolução natural da indústria cultural, que acompanham as mudanças estruturais, causadas pela afirmação de novas tecnologias e novos produtos na esfera da indústria do entretenimento”, tal como refere Boix-Domènech e Rausell-Köster (2018)

Este termo é então utilizado para designar setores que utilizam a criatividade como base do negócio, ou seja, nestas indústrias a criatividade é essencial, podemos até referir que é o elemento central, e que é desta, que é gerada propriedade intelectual (Bendassolli *et al.*, 2009).

Ou seja, é o contrário da indústria tradicional que nos oferece produtos e/ou serviços acabados, já que a economia criativa é um processo que se foca essencialmente no potencial individual ou coletivo, para produzir tanto bens, como serviços, sejam estes tangíveis ou não, e que gerem valor para todas as partes envolvidas.

Podemos então afirmar que a cultura é tratada como se fosse objetos culturais, “ou seja, a percepção de utilidade gerada pelo objeto cultural é antes de tudo derivada da atribuição de valor pelo consumidor, no próprio ato do consumo, e não das suas propriedades físicas ou materiais” (Bendassolli *et al.*, 2009).

Para além disso, é importante referir que estas indústrias, transformam esses significados em propriedade intelectual, e consequente em valor económico, algo muito importante no mundo em que vivemos, sendo estas consideradas indústrias, que realmente dão um contributo bastante significativo à economia mundial.

De acordo com o “*Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*” publicado pela UNESCO, em 2013 as indústrias criativas e culturais geraram receitas de 2250 milhões de dólares (3% do PIB [Produto interno bruto] mundial), tendo ainda empregado cerca de 30 milhões de pessoas por todo o mundo. Os principais setores a contribuir para estes números são, sem dúvida, a televisão, as artes visuais e as revistas e jornais, dados estes interessantes quando comparados à realidade que hoje em dia vivemos. Sem dúvida que estes setores ainda hoje se encontram relevantes e com toda a certeza que continuam a gerar receita económica e mesmo empregos, porém já não são, dentro das indústrias criativas e culturais, os que mais se destacam.

Dados mais recentes da UNCTAD (2022) mostram que, este setor representou 3,1% do produto interno bruto (PIB) mundial. Para além disso, este relatório “estima que em 2020, os bens e serviços criativos representaram 3% e 21% do total das exportações de mercadorias e serviços, respetivamente” UNCTAD (2022).

Outro dado importante ressaltar, é que estas indústrias foram responsáveis por 6,2% de todo o emprego mundial, gerando cerca de 50 milhões de empregos por todo o globo, ainda que muitos sejam de baixa remuneração e mesmo de curto prazo (UNCTAD, 2022).

As indústrias criativas e culturais, foram ainda responsáveis pela empregabilidade mais jovem que já se viu (15-29 anos), comparativamente com qualquer outro setor favorecendo principalmente pessoas desta faixa etária, e pessoas

do sexo feminino. É ainda importante referir que a pandemia COVID-19 teve um impacto absolutamente avassalador em várias indústrias criativas, sendo que esta queda pode ser comprovada por diversos relatórios, que de facto indicam, que durante este período pandémico, cerca de 10 milhões de empregos dos setores cultural e criativo desapareceram, o que levou a uma redução global de cerca de 750 mil milhões de dólares no ano de 2020 (UNESCO, 2022).

Ainda neste ano (2020) a UNCTAD estimou uma diminuição de 12,5% ano após ano a nível global, relativamente às exportações de bens criativos, sendo este valor quase o dobro das exportações de todas as mercadorias. Para além disso, as exportações de serviços criativos tiveram uma diminuição de 1,8% ano após ano.

Com todos estes dados, conseguimos ter uma melhor perceção daquilo que as ICC (indústrias culturais e criativas) são, e daquilo que estas movimentam, tendo-se tornado importantíssimas na era em que vivemos.

Cada vez mais a noção do que é a criatividade está a evoluir, sendo que hoje em dia a mesma se baseia “na interação entre criatividade humana, ideias, propriedade intelectual, conhecimento e tecnologia.”(UNCTAD, 2022). A definição deste termo não é certa, ou seja, varia de país para país, visto não existir uma definição simples que englobe todas as dimensões deste fenómeno, ainda mais numa era tão tecnológica com mudanças frequentes. Nos tempos que correm, as atividades criativas passaram de ser principalmente artes e ofícios tradicionais, para abranger a conceção de aplicações para *smartphones*, o que faz com que milhares de empregos sejam gerados, quer em países desenvolvidos, quer em países em desenvolvimento. Nesta era de mudança muito se está a aprender com o digital, por exemplo, a moda que outrora era uma atividade mais tradicional, hoje já beneficia com as novas tecnologias. Com isto, podemos afirmar que quando bem organizadas e bem planeadas, até as atividades patrimoniais que preservam antigas técnicas tradicionais, podem beneficiar com todos estes avanços tecnológicos em várias fases do ciclo do produto, desde a formação e a partilha de conhecimentos até à aquisição e por fim, comercialização (UNCTAD, 2022).

Em geral, e segundo a UNCTAD (2008) podemos decompor a criatividade da seguinte forma:

“Criatividade artística que envolve imaginação e capacidade de gerar ideias originais e formas inovadoras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem;

Criatividade científica que envolve curiosidade e vontade de experimentar e fazer novas ligações na resolução de problemas; e

Criatividade económica que é um processo dinâmico conducente à inovação em tecnologia, práticas empresariais, marketing, etc., e está estreitamente associado ao conceito de "economia do conhecimento", um motor fundamental do crescimento endógeno através do investimento em capital humano.”(UNCTAD, 2008).

Independentemente de como a criatividade é definida e interpretada, podemos referir que é um elemento crucial na definição do âmbito das indústrias criativas. Indústrias estas que incluem em si, uma variedade imensa de indústrias tal como a: “publicidade, arquitetura, artes e ofícios, design, moda, cinema, vídeo, fotografia, música, artes cénicas, edição, edição eletrónica, investigação e desenvolvimento, *software*, jogos de computador, e televisão e rádio” (UNCTAD, 2022).

Estas indústrias, como já foi referido anteriormente são responsáveis pela criação de emprego, ao mesmo tempo que promovem inovação, para além de oferecem ainda diversos benefícios não económicos “mantendo e promovendo valores culturais e artísticos que contribuem para o bem-estar das sociedades” (UNCTAD, 2022).

Outra definição bastante utilizada é a da UNCTAD (2008) que define estas indústrias como:

“(…) ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como inputs primários; constituem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, centradas mas não limitadas às artes, potencialmente geradoras de receitas provenientes do comércio e dos direitos de propriedade intelectual; compreendem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor económico e objetivos de mercado; estão na encruzilhada entre os sectores artesanal, de serviços e industrial; e constituem um novo sector dinâmico no comércio mundial” (UNCTAD, 2008).

Aqui, observa-se que o termo "indústrias criativas" excede os limites do setor cultural para incluir também os meios de comunicação e as tecnologias da informação e da comunicação (TIC) no seguimento das mudanças estruturais devidas ao crescimento e desenvolvimento das novas tecnologias, tal como refere Boix-Domènech & Rausell-Köster (2018).

Com todas estas definições realmente é possível perceber o porquê, e qual a importância que estas indústrias têm na nossa sociedade, e tudo aquilo que estas podem gerar para a mesma. Assim sendo, é necessário conhecê-las e se possível, tirar o máximo proveito das mesmas.

Vale ainda ressaltar que tanto em Portugal, como em tantos outros países, este setor apresenta características que o diferenciam em relações aos restantes setores da economia.

2.2. Classificação das Atividades Económicas em Portugal

A Classificação Portuguesa de Atividades Económicas (CAE) foi concebida pelo INE - Instituto Nacional de Estatística – com a colaboração de cerca de 20 entidades, nomeadamente com o envolvimento da Administração Pública, Parceiros Sociais e Empresas. A Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão 3 (CAE-Rev.²3) visa substituir a CAE-Rev.2.1.

Esta (CAE-Rev.2.1), foi publicada no Diário da República a coberto do Decreto-Lei nº 381/2007, de 14 de Novembro de 2007, e determina o “novo quadro das actividades económicas portuguesas articulado com a *Nomenclatura Estatística das Actividades Económicas na Comunidade Europeia* (NACE³- Rev.2), no âmbito do Regulamento da (CE) no 1893/2006, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Dezembro de 2006” (Instituto Nacional de Estatística, 2007).

A CAE é então o código numérico que delimita as diferentes atividades económicas portuguesas por ramos de atividade. Deste modo, todas as pessoas singulares que desenvolvam qualquer atividade empresarial necessitam, bem como as pessoas coletivas, de ter um CAE para a sua atividade (Instituto Nacional de Estatística, 2007).

Segundo o INE, a presente nomenclatura de atividades económicas (CAE-Rev.3) tem como principal objetivo realizar a classificação e agrupar unidades estatísticas produtores tanto de bens, como de serviços, tenham estes fins lucrativos ou não, de acordo com a sua atividade económica. Ou seja, organiza congruentemente e de forma coordenada a informação estatística económico-social, de acordo com o ramo de atividade económica nos mais diversos domínios. Para além disso, compara estatisticamente não só a nível nacional, como também a nível comunitário e mesmo mundial.

² Revisão

³ Statistical classification of economic activities

Em relação à estrutura, conceitos e mesmo notas explicativas inseridas na CAE-Rev.3 podemos referir que são essencialmente o resultado da harmonização imposta pelo Regulamento NACE-Rev.2 mas também da conciliação de interesses/necessidades (a nível nacional) a atender em relação às condições atuais de organização económica, assim como à previsão da sua evolução a médio prazo. Podemos ainda referir que os objetivos da CAE-Rev.3 são maioritariamente estatísticos (Instituto Nacional de Estatística, 2007).

Deste modo, podemos afirmar que o CAE, está em conformidade em termos conceituais e estruturais com a Nomenclatura das Atividades Económicas da União Europeia (NACE-Rev.2) e com a Classificação das Atividades das Nações Unidas (CITA⁴-Rev.4), determinando o conjunto das atividades económicas que podem ser prosseguidas por agentes económicos, conforme as necessidades nacionais (Cortez, 2020).

Vale ressaltar que esta classificação (CAE-Rev.3), apresenta 5 níveis sendo portanto uma nomenclatura mais detalhada quando comparada à NACE-Rev.2 e à CITA-Rev.4, que apenas apresentam 4 níveis (Instituto Nacional de Estatística, 2007).

Em Portugal existem diversos estudos que realmente comprovam que as diferentes tentativas de mapeamento, dos códigos da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, a incluir no setor cultural e criativo, ainda hoje não têm uma definição única, o que dificulta muita das vezes a interpretação de dados. Porém e mesmo assim, este setor não deixa de cada vez mais, ter importância para a economia nacional (Cortez, 2020).

Não é fácil efetuar o mapeamento das atividades culturais e criativas a nível nacional, já que nem sempre há correspondência direta entre os códigos utilizados na CAE e os subsectores identificados.

Devido às transformações tecnológicas e económicas constantes que caracterizam o setor cultural e criativo, cada vez mais existem tentativas para delimitar o mesmo, medindo qual o seu contributo a nível económico com coerência estatística, não só a nível nacional, como foi referido anteriormente, mas também a nível internacional (Direção-Geral das Atividades Económicas, 2018).

⁴ Classificação Internacional Tipo por Atividade.

Após análise do que é o CAE e do que este trata, torna-se fundamental trazer a discussão das indústrias criativas para os mesmos.

Deste modo, no capítulo 4 (mais precisamente 4.2) deste relatório serão discutidos os diferentes *frameworks* e modelos de mapeamento e definição de indústrias criativas, tal como o da DCMS, da UNESCO, da UNCTAD, do Essnet-Culture e das Contas Satélite da Cultura. Cada um destes *frameworks* trabalha com uma categorização, uma taxonomia diferente. Em alguns deles é possível observar diferenças gritantes, noutros nem tanto. Mesmo assim torna-se importante apresentar as diferenças existentes entre estes, de acordo com o CAE, de modo a expor o que são indústrias criativas para essas instituições, tal como definido no plano de trabalho.

2.3. Indicadores

Para este relatório de estágio também se considerou importante apresentar o conceito de indicadores, quais as propriedades que estes devem ter, quais os tipos de fontes e dados, a nomenclatura, fórmulas e operações para o cálculo de indicadores, e por fim como elaborar uma ficha de indicadores.

Segundo Carrasco-arroyo (2006), “Um indicador é a manifestação geralmente numérica da análise de um processo de identificação e medição de informação sectorial através de um algoritmo mais ou menos sofisticado, que facilita o acesso da informação a diferentes grupos de utilizadores, permitindo que a informação seja transformada em ação.”

Para Jannuzzi (2017) os indicadores capturam a realidade como uma “representação simplificada desta, tão melhor quanto mais específico o aspeto de interesse e quanto mais confiáveis e precisas forem as informações utilizadas para cômputo”.

Indicadores, trata-se então de criar uma prática coletiva de estabelecer informações estruturadas reunidas num dispositivo adequado, de modo a ser possível a leitura das estratégias, assim como da atuação de diferentes agentes nas indústrias culturais e criativas.

Como é de conhecimento geral, cada vez mais surgem dados e informação que necessitam ser tratadas, para posteriormente serem disponibilizadas a público. Deste

modo é necessário estabelecer diferentes práticas ou mesmo mecanismos que articulem tais dimensões, por exemplo, no apoio à leitura, monitorização e claro, avaliação das políticas culturais. É então estritamente necessário que a informação disponibilizada no âmbito do setor cultural e criativo, seja perceptível tanto pelo cidadão comum, como pelos diferentes agentes interessados, e para tal, a monitorização de diferentes indicadores tornou-se essencial nos dias que correm, daí ser tão importante a existência dos mesmos, e a sua atualização, de modo a ser possível analisá-los e compreender mais pormenorizadamente, através de dados, por exemplo, indústrias que estão em crescimento/decréscimo, se vale a pena investir em x área, entre tantas outras informações relevantes (Martins, Pinto e Silva, 2022). Indicadores trazem consigo “informação sobre algum elemento da realidade social, seja para perceber a manutenção ou a transformação dessa realidade” (Pinto, Martins e Silva, 2021). Ou seja, tornam possível o monitoramento da realidade social, já que nos permitem observar diferentes dados.

Num relatório apresentado pela Americans for the Arts (2014), é descrita a importância tanto das estatísticas como dos indicadores culturais, afirmando que estes são:

"(...) um instrumento para estimular o diálogo público sobre o valor das artes, bem como para melhorar a política e a tomada de decisões. Fornece uma moeda comum de linguagem - uma forma de mais pessoas falarem de forma informada sobre as artes, utilizando informação e termos semelhantes, sobre as razões da mudança, para onde as coisas estão a ir no futuro, e como as artes podem permanecer vitais" (Americans for the Arts, 2014).

Em relação a indicadores culturais, é importante referir que surgiram entre 1960 e 1970, tendo os mesmos uma maior estruturação, na década de 80. Pode ainda ser concluído, em ordem a melhor compreender os seus conceitos assim como aplicação na realidade social, que existem diferentes escolas e movimentos a considerar surgidas ao longo da história. Entre elas é importante referir a escola da análise de conteúdo, a da produção cultural e a dos valores e comportamentos. Para além disso, vale ainda ressaltar diferentes movimentos existentes ao longo das épocas tal como o movimento da cultura e do desenvolvimento, da cultura e da criatividade, da cultura e governança e por fim da cultura e democracia. É ainda importante referir que as escolas referidas

anteriormente são compreendidas na história em particular pelo reconhecimento elaborado por Arroyo (1999).

Em relação aos movimentos, também referidos anteriormente, vale ressaltar que são aproximações baseadas na análise do componente prático de criação dos indicadores (Martins e Pinto, 2019).

Deste modo, a história dos indicadores culturais, tal como as escolas e movimentos anteriormente falados, ensinam-nos, oferecendo-nos um melhor entendimento de cultura e dos usos dos indicadores, e que estes estão diretamente ligados à intencionalidade dos agentes e das respectivas instituições. Deste modo nenhum indicador é neutro já que são devedores do modelo interpretativo e do seu uso.

Muitos foram os países que tentaram definir diferentes temas culturais ligando indicadores que possam ser medidos e consequentemente utilizados para determinar não só objetivos, mas também monitorizar mudanças existentes ao longo do tempo. Por fim os mesmos, também deverão permitir a avaliação e a eficácia, de diferentes estratégias em relação à política cultural. Porém, é também importante que os objetivos e as prioridades a nível nacional estejam de acordo e alinhados com os indicadores culturais selecionados, isto para que exista uma motivação nítida para o financiamento público (South African Cultural Observatory, 2016).

Para que indicadores sejam bons e fiáveis é primeiramente necessário que sejam revelantes para o sistema sobre o qual a informação é procurada, e que sejam fidedignos para que possam ser utilizados no que compete à tomada de decisões. Para além disso, também se espera que os mesmos sejam percetíveis, ou seja, de fácil interpretação mesmo para o cidadão comum, e não só para agentes da área em questão. Por fim, algo crucial é que estes indicadores sejam construídos baseado em dados acessíveis (Toolkit, 2012).

Atualmente grande parte dos indicadores utilizados estão relacionados com valores culturais instrumentais, sendo concebidos com a utilização de dados de diferentes fontes, tal como as Contas Satélites Culturais, porém, não é por isso que deixa de haver um interesse, muito pelo contrário, em explorar diferentes maneiras de conseguir expressar, mas também medir valores culturais intrínsecos e sociais.

Os dados fornecidos por estas contas apresentam informação em várias categorias individuais, porém estas informações e estes dados, podem muitas das vezes

ser difíceis de interpretar, caso não existam indicadores compostos ou mesmo indicadores individuais organizados por temas, que possam ser alinhados com os objetivos políticos (South African Cultural Observatory, 2016). Deste modo, e tal como foi reconhecido no *Framework* da UNESCO para as Estatísticas Culturais de 2009⁵, o próximo passo a seguir é então a criação de bons indicadores culturais.

Indicadores culturais, bons, fiáveis e relevantes, tanto a nível nacional como organizacional, necessitam de medir as mudanças existentes ao longo do tempo, para além de precisarem, de ser interpretáveis facilmente (Hong, 2014).

Para além disso e como é expectável, estes necessitam também de ser úteis, quer para financiadores, quer para organizações artísticas, tal como foi referido anteriormente.

Deste modo, torna-se importante conceituar os mesmos para as indústrias criativas e culturais, de modo a quando for aplicada uma metodologia, não se esperar mais do que o seu modelo explicativo nos oferece. Ou seja, ao definirmos o que efetivamente é um indicador, estabelecemos potencialidade e os limites impostos em relação ao seu uso para perceber a realidade criativa e cultural (Pinto, Martins e Silva, 2021).

Basicamente podemos afirmar, que um indicador é um recurso metodológico que agrega em si informação relativa a algum elemento da realidade social (manutenção ou a transformação dessa realidade), o que significa que indicadores contribuem para a monitorização da realidade (Jannuzzi, 2017). Sinteticamente, podemos dizer que indicadores culturais agem como mecanismos de medição da realidade cultural para posteriormente decisões serem tomadas.

Estes identificam então situações, ou seja, “definem os problemas culturais e ajudam a orientar opções básicas dos planos nacionais para a consecução de objetivos culturais específicos” (BOHER 1979, p.05). FUKUDA-PARR (2000) sugere que podemos considerá-los como ferramentas necessárias para o diálogo político, que fornecem informações relevantes para o acompanhamento às políticas culturais.

A existência destes sugere-nos uma estratégia expressa em diferentes objetivos, em regularidades conhecidas, na capacidade de interpretar a “mensagem”

⁵ Disponível em: https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf

por assim dizer do indicador, e a capacidade de reagir a tal mensagem em função da estratégia (TOLILA, 2007). Este autor faz então uma associação muito interessante com a configuração dos indicadores associados com as estruturas da interpretação. Aqui opera-se para passar da recepção de determinada informação à sua organização adequada para a ação, que pode ser precisamente a decisão da tomada de decisões (CITCEM, 2022).

2.3.1. As propriedades dos indicadores

Quanto mais confiável e bem elaborado for um indicador, melhor ajudará, tanto na articulação como na mobilização, das diferentes partes interessadas em torno das propostas que se pretende futuramente implementar, assim sendo, é fundamental que estes cumpram uma série de requisitos em ordem a serem o mais úteis possível. Deste modo, existem diferentes propriedades desejáveis aos indicadores, ou seja, que estes devem ter.

Segundo o Observatório Regional Base de Indicadores de Sustentabilidade (ORBIS) (2010) existem 5 principais propriedades desejáveis aos indicadores, estando as mesmas descritas na seguinte tabela:

Tabela 1 - Propriedades desejáveis aos indicadores

Propriedades desejáveis aos indicadores	Definição
Confiabilidade da informação	“Utilizar dados de fontes confiáveis (secundários) ou coletados com metodologia adequada (primários). É desejável que os dados sejam rastreáveis, permitindo a identificação de sua origem.” (ORBIS, 2010)
Comunicabilidade	“Focar em aspectos práticos e claros, fáceis de comunicar e que contribuam para envolver os interessados nos processos de monitoramento e avaliação. O ideal é que o conceito do indicador seja facilmente compreendido e sua construção e cálculo sejam simples. É desejável, também, haver um bom entendimento do valor ideal para o indicador, oferecendo parâmetros de comparação.” (ORBIS, 2010)
Disponibilidade e Periodicidade	“Para que os indicadores estejam disponíveis nas tomadas de decisões, escolher dados que sejam de fácil coleta e atualização, com baixo custo, atualizados com a mesma metodologia ao longo do tempo, permitindo a formação de bases históricas, em frequência compatível às necessidades de sua utilização.” (ORBIS, 2010)
Desagregação	“Os indicadores devem ser capazes de atender à necessidade de avaliar diferentes estratos sociais ou localidades, possibilitando ações específicas a cada grupo, segundo seus padrões de comportamento. Isto ajudará a entender a diversidade, estabelecer foco de ação e garantir a representatividade e abrangência das informações.” (ORBIS, 2010)

Especificidade com Sensibilidade	“Os indicadores não devem ser nem tão amplos, que não orientem a decisão a ser tomada, nem tão específicos, que só os entendam quem os formulou; devem, também, ser capazes de captar a maioria das variações sobre o fenómeno de interesse, inclusive mudanças de comportamento durante a execução das atividades.”(ORBIS, 2010)
---	---

Fonte: Observatório Regional Base de Indicadores de Sustentabilidade (2010)

Tal como é possível observar, este observatório (ORBIS) destaca cinco propriedades cruciais para indicadores eficazes, sendo estes a confiabilidade da informação, comunicabilidade, disponibilidade e periodicidade, desagregação e especificidade com sensibilidade.

Todas estas características garantem então que os indicadores:

- Se baseiem em dados confiáveis;
- Sejam fáceis de comunicar;
- Estejam prontamente disponíveis e atualizados regularmente;
- Possam ser desagregados para diferentes grupos;
- Sejam suficientemente específicos para capturar variações relevantes no fenómeno em análise.

Assim sendo, estes critérios desempenham um papel fundamental na utilidade e eficácia dos indicadores.

2.3.2. Tipos de fontes e dados

Quando falamos em dados, referimo-nos aos registos ou valores recolhidos que serão utilizados no cálculo do indicador. Deste modo, ao atribuir aos mesmos um significado, transformamo-los num indicador.

Vale ainda ressaltar que existem diferentes tipos de dados, nomeadamente **dados primários** e **dados secundários**.

Os **dados primários**, tal como refere o ORBIS (2010), “são dados administrativos ou de pesquisa coletados diretamente do informante”. Deste modo, é essencial haver uma atenção especial, para utilizar uma metodologia que permita obter informações atualizáveis e simultaneamente confiáveis. Com este tipo de dados pode-se então definir tanto a desagregação, como a periodicidade da informação conforme o interesse, reduzindo deste modo o desfasamento, ou seja, a discrepância (caraterística mais presente nas informações secundárias).

Assim sendo, em casos de projetos, os dados primários podem por um lado aumentar internamente a confiança nos dados recolhidos, mas por outro reduzir a credibilidade externa, já que os atores que estabelecem e implementam o processo de intervenção, e posteriormente produzem os dados sobre os resultados obtidos, são os mesmos (ORBIS 2010).

Já os **dados secundários**, são recolhidos e disponibilizados por outras instituições. Assim, é importante ter a certeza que a instituição fornecedora é credível e que se conheça a metodologia de recolha, de modo a melhor compreender quais são as suas limitações, e mesmo quais as suas restrições de uso (ORBIS 2010). Normalmente, este tipo de dados permite o acesso a diferentes bases históricas, mais facilmente acessíveis.

Tal como refere o ORBIS (2010) existem também diferentes tipos de fontes, entre elas as fontes **administrativas, de pesquisa, censos e pesquisa amostral**.

As **fontes administrativas** “contém dados registrados sistematicamente por meio de processos administrativos e depois sistematizados para se tornarem públicos” ORBIS (2010). Já as **fontes de pesquisa** são recolhidas por “pesquisa amostral ou censo, em um período de referência específico, normalmente na forma de questionários” ORBIS (2010). Por sua vez, os **censos** são “o conjunto de todos os dados (todo o universo de pessoas, objetos, situações) que descrevem algum fenômeno de interesse” ORBIS (2010). Por fim a **pesquisa amostral** “é um subconjunto de dados extraído de determinada população”, sendo considerada a forma mais utilizada não só pela sua praticidade como também pelo seu baixo custo ORBIS (2010).

Independentemente do tipo de fonte, e do tipo de dados utilizados, estes devem permitir que sejam criados indicadores viáveis, e que respeitem as propriedades desejáveis dos mesmos.

2.3.3. Nomenclatura e operações (o cálculo dos indicadores)

Visto grande parte dos indicadores constituírem em si uma baixa complexidade de cálculo, ou seja, possuírem princípios básicos da divisão/multiplicação, faz com que seja possível mesmo pessoas não familiarizadas com esta linguagem, compreenderem a sua construção.

Indicadores podem então ser descritos de diferentes formas, nomeadamente com **dados discretos** e com **dados contínuos**.

Dados contínuos são normalmente extraídos através de instrumentos de medição, por exemplo uma régua. Tal como refere o ORBIS (2010), estes dados são “expressos em unidades de medida e podem assumir qualquer valor dentro de uma faixa especificada”, sendo que a expressão que os define, inicia maioritariamente, com o tipo de medida e a sua unidade, por exemplo a área de x aldeia em quilómetros.

Dados discretos são números que resultam tanto de contagens, como de classificação, por exemplo a população que reside num determinado local.

Normalmente, a descrição de indicadores será iniciada por diferentes expressões (número, percentual, razão, taxa, proporção, incidência, prevalência, média).

De acordo com o ORBIS, cada uma dessas expressões tem uma lógica de construção tal como podemos observar seguidamente:

Número: “indicadores cuja definição é iniciada por um número ou população são o resultado de uma contagem ou estimativa em valor absoluto. São dados comuns que, por terem sido dotados de um significado ou conceito, passam a ser considerados indicadores.” ORBIS (2010).

Média: “É o valor que representa um conjunto de valores da população. Definida como a soma de todos os valores da população, dividida pelo número de observações. Razão: a razão entre dois números (quantidades) nada mais é do que a divisão entre duas medidas, sendo que o denominador não inclui o numerador, ou seja, são duas medidas separadas e excludentes.” ORBIS (2010).

Proporção: é “o coeficiente entre duas medidas, sendo o numerador o número de casos específicos e o denominador o número de casos possíveis na população multiplicado por 100, estando sempre o numerador incluído no denominador. Pode ser usada para estimar a probabilidade de um evento.” ORBIS (2010).

Taxa: “é utilizada especialmente para acompanhar a variação de determinado fenómeno, em determinado tempo, estando associada com a velocidade e a direção (padrões) da mudança em processos dinâmicos. É um coeficiente assim como a proporção, mas o resultado é multiplicado por qualquer potência de 10 (100, 1 mil, 10 mil...), a fim de tornar o resultado de mais fácil compreensão.” ORBIS (2010).

Incidência: “número de novos casos ou ocorrências surgidos em relação a uma numa determinada população e num determinado intervalo de tempo.” ORBIS (2010).

Prevalência: “número de casos existentes em relação a uma determinada população e num determinado momento temporal.” ORBIS (2010).

Ao calcular proporções, taxas, incidências e prevalências, os resultados obtidos são valores relativos que, dependendo não só da sua magnitude, mas também do propósito da sua apresentação, podem ser expressos em diferentes potências de 10 de modo a facilitar sua leitura.

Comummente, expressa-se valores relativos através de percentagens (%) que envolvem multiplicar o resultado por 100, tornando-os mais facilmente compreensíveis.

Quando os valores resultantes de taxas, razões ou proporções são muito pequenos, de modo a facilitar a sua compreensão do indicador e tornar os números mais próximos de inteiros, é possível multiplicá-los por diversas potências de 10, como: 1 mil (‰), 10 mil (‱), e assim por diante. Quanto mais rara a ocorrência for, maior será o fator de multiplicação (ORBIS, 2010).

2.3.4. A elaboração da ficha do indicador

Qualquer indicador deve conter uma ficha técnica (disponibilizada a todos os utilizadores do mesmo) com diferentes informações relevantes, tal como a definição, a interpretação, as restrições de uso, as fórmulas de cálculo utilizadas, as unidades de medida, qual a fonte do mesmo, assim como a sua periodicidade, a desagregação, o subgrupo a que pertence, entre outras informações que poderão ser relevantes, para ajudar quem assim o desejar, a melhor compreender neste caso o que o indicador trata.

Ao elaborar esta ficha, consegue-se perceber se realmente o uso do indicador tratado tem viabilidade, ou se existe outra forma de medir o conceito desejado mais precisamente, ou mesmo com mais praticidade. Deste modo, estas chamadas fichas de indicador são vantajosas em diferentes aspetos, já que não só nos revelam informações importantes sobre os respetivos indicadores, como nos ajudam a perceber se realmente os estamos a tratar da melhor forma possível.

3. Projeto de Estágio

Neste capítulo é apresentada a entidade acolhedora do estágio, para além da descrição dos métodos e abordagens utilizadas para a realização do presente relatório. Para além disso, ainda neste capítulo são apresentados os objetivos e o plano de trabalho para o estágio em questão.

3.1. Um Observatório para as Indústrias Criativas no Creia.Lab: o

Obcrei.pt

Atualmente sediado no Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória» (CITCEM) e surgido no contexto da unidade de investigação CIC.Digital Porto (Centro de Investigação em Comunicação, Informação e Cultura Digital), em parceria com o Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, o Creative Industries Accelerator Lab (Creia.Lab) – local onde foi realizado o estágio curricular, referente ao presente relatório de estágio – é um laboratório que, entre outros objetivos, visa agregar, produzir e partilhar conhecimento e informação atual e credível com todos os seus utilizadores, numa plataforma intuitiva, gratuita e de fácil acesso. Deste modo, o mesmo procura proporcionar acesso à análise de informação, assim como indicadores deste setor, à escala nacional.

Deste modo, o mesmo promove uma abordagem trans e interdisciplinar que torna possível uma participação ativa na transferência de conhecimento, entre a Universidade e a Comunidade em si, através da utilização de diferentes tecnologias, assim como parcerias com criativos, empreendedores, entre tantas outras pessoas com interesse no setor em questão.

Esta plataforma valoriza o rigor, tanto a nível de competências científicas, como de integridade ou mesmo imparcialidade. Para além disso, outro ponto a salientar é a abertura e a transparência para com os seus utilizadores.

O Creia.Lab não só reúne, como também visa a promoção e preservação de informação relevantes acerca do setor das indústrias criativas, nomeadamente através dos projetos de investigação aplicada (pós graduação e outros) acolhidos pelo laboratório (Creia.lab, [s.d.]).

Tal como é referido no seu *site* oficial, o Creia.Lab é “um espaço que visa promover o diagnóstico, a reflexão, a monitorização e a experimentação direcionados a estudantes, docentes, investigadores e empreendedores no domínio Cultural e Criativo.” (Creia.lab, [s.d.])

Este laboratório disponibiliza ainda no seu site oficial um *dashboard* interativo onde é possível aceder a inúmeros dados relacionados ao SCC (setor cultural e criativo), tal como será referido, mais detalhadamente.

Cada vez mais ouvimos falar em indústrias criativas e consequentemente em novos projetos que vão surgindo dentro destas. Tal se deve, não só ao facto deste setor estar a crescer exponencialmente, como também à quantidade descontrolada de informação que chega até nós, numa era tão tecnológica. Deste modo, observatórios como o ObCrei.pt servem de suporte, para que o conhecimento destas áreas seja difundido com todos os interessados neste setor, sob o formato de estatísticas e/ou indicadores.

Através do seu *dashboard* interativo são realizadas correlações de dados, disponibilizando ao utilizador diferentes possibilidades de visualização. Indicadores como o tempo (anos), região geográfica, assim como indicadores de diferentes tipos, podem ser selecionados pelo utilizador, tendo este uma ação direta sobre a estrutura que é visualizada.

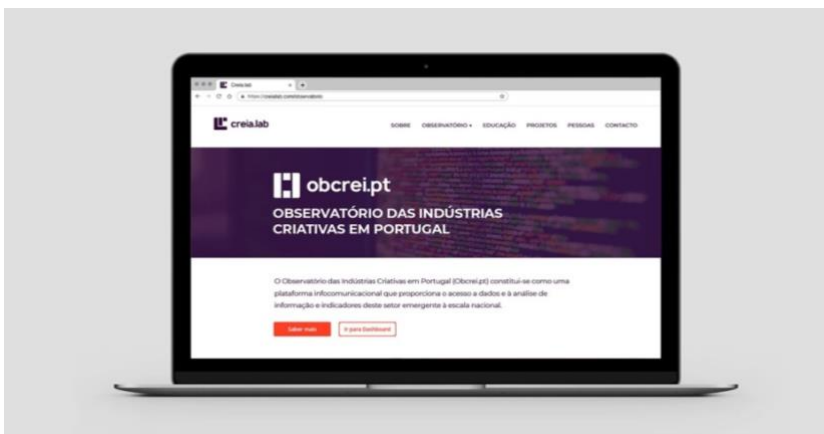
Como é expectável, o setor das indústrias criativas tem tido bastante investimento desde a última década, e, como tal, existem questões a que importa dar resposta de uma forma clara e objetiva. O ObCrei.pt, um observatório para as Indústrias Criativas em Portugal, procura responder a algumas delas através da análise de dados e de indicadores relevantes.

Na sua origem está o projeto de pós-doutoramento do Professor Doutor Tiago Costa Martins – coorientador deste relatório -, seguindo-se uma estreita cooperação entre o CIC.DIGITAL Porto e o programa de pós-graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) da Universidade Federal do Pampa, no Brasil. Este pós-doutoramento coincidiu com a criação de um laboratório direcionado às indústrias Criativas no CIC.DIGITAL Porto, em parceria com o então criado Mestrado em Comunicação e Gestão de Indústrias Criativas, – o CreiaLab. Este contexto deu suporte à ideia da criação de um observatório, tendo como ponto de partida a estrutura interpretativa das CCI, que foi

então pensada com a finalidade de ser aplicada, quer ao nível da informação e da sua organização e representação, quer ao nível da produção de novos indicadores, que consequentemente se acabaria por refletir numa visualização interativa, dando origem às bases deste projeto, já que existe uma quantidade incalculável de informação dispersa que poderia ser organizada e agregada por este projeto.

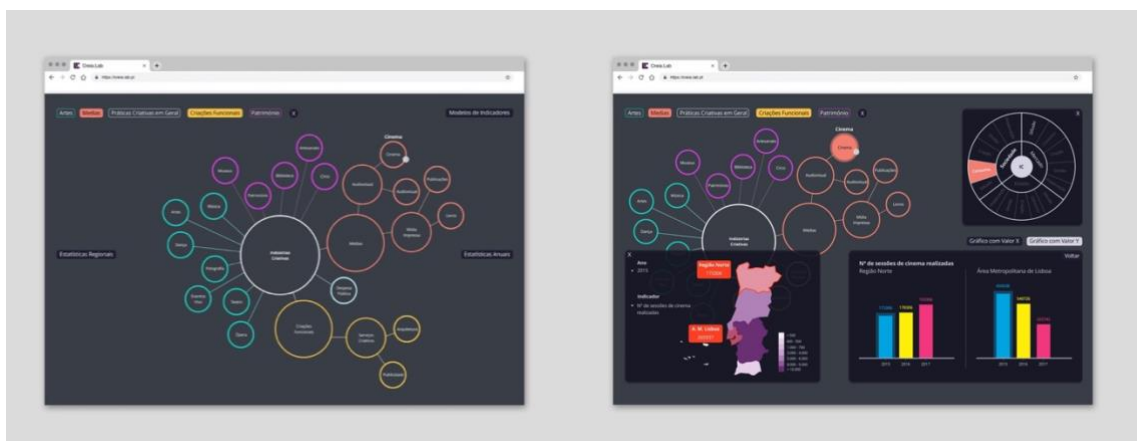
Este observatório constitui-se, então, como uma plataforma infocomunicacional, que visa proporcionar tanto o acesso, como a análise de informação e de indicadores deste setor emergente, porém disperso à escala nacional. Vale ainda ressaltar, que este é um projeto experimental, que tenciona ser reconhecido como uma fonte de informação aberta, interativa e próxima dos agentes do setor, e ao serviço das diferentes comunidades (educativa, cultural/criativa, científica, política e económica) (CITCEM, 2022).

Figura 1 - Página inicial do Obcrei.pt



Fonte: Rodrigues, n.d.

Figura 3 - Dashboard do Obcrei.pt



Fonte: Rodrigues, n.d.

3.2. Metodologia

Aqui, descrevem-se os procedimentos utilizados para o desenvolvimento das atividades que integram o plano de estágio. De acordo com Marconi & Lakatos (1990), não existe ciência desprovida da aplicação de métodos científicos. Como tal, na investigação utiliza-se um conjunto de atividades sistemáticas e racionais, chamada de métodos, que com maior economia e segurança, permitem alcançar o objetivo pretendido (conhecimentos verdadeiros e válidos), delineando o caminho a ser seguido. A propósito de tal, (Richardson, 1989) refere que o “(...) método em pesquisa significa a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenómenos”. Assim sendo, todo o trabalho de pesquisa efetuado deve ser planeado e executado conforme as normas que acompanham cada método (Dalfovo, Lana e Silveira, 2008).

O método de trabalho transversal adotado ao longo do estágio e para a elaboração deste relatório está fundamentado nos princípios da gestão de projeto, uma vez que o trabalho se baseou num projeto de estágio com um âmbito e objetivos definidos, bem como um ponto de partida e um fim claramente identificados. Deste modo, torna-se importante referir não só o conceito de projeto em si, como também qual a importância da gestão no desenvolvimento dos mesmos.

De acordo com o Guia PMBok⁶, um projeto é “um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado único. A natureza temporária dos projetos indica um início e um fim para o trabalho do projeto, ou da fase de trabalho do projeto” (Project Management Institute, 2021). Porém, esta temporalidade dos projetos não significa necessariamente que o projeto em si seja de curta duração, mas que o fim do mesmo é alcançado quando ocorrerem determinados fatores que levam a isso, tal como:

- “Os objetivos do projeto foram alcançados;
- Os objetivos não serão ou não poderão ser cumpridos;
- Os recursos estão esgotados ou não estão mais disponíveis para alocação ao projeto;
- A necessidade do projeto não existe mais;
- Recursos humanos e físicos não estão mais disponíveis; ou

⁶ Guia que abrange os principais aspetos contidos na gestão de um projeto.

- O projeto é finalizado por motivo legal ou por conveniência.”

Este guia define também a gestão de projetos como sendo “a aplicação de conhecimentos, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto a fim de cumprir os seus requisitos”, o que permite, que as organizações executem projetos de forma eficiente e eficaz. Tal pressupõem a importância da gestão de projeto, já que a mesma irá auxiliar indivíduos, grupos e organizações públicas e privadas a criarem valor, satisfazerem as expectativas das partes interessadas, responderem a riscos em tempo hábil, etc. (Project Management Institute, [s.d.]).

Vistos os projetos terem uma natureza temporária e restrita, o seu período de desenvolvimento chama-se “ciclo de vida”. Segundo o Guia PMBOK, o ciclo de vida de um projeto é então a série de fases pelas quais determinado projeto passa, desde o início até sua conclusão. Estas fases são as divisões realizadas visando mais controlo de gestão e adequação aos processos da organização, podendo ser sequenciais, iterativas ou sobrepostas (Project Management Institute, 2021). Todavia, todos os projetos podem ser mapeados segundo a seguinte estrutura genérica de ciclo de vida: “iniciar o projeto, organizar e preparar, realização do trabalho do projeto, fechar o projeto” (Silva, 2019).

Geralmente, os projetos são utilizados como ferramentas para alcançar os objetivos delineados no plano estratégico de uma organização, promovendo transformações e mudanças. Nesse contexto, este projeto de estágio insere-se na procura pela realização dos requisitos estabelecidos para a conclusão do curso de Mestrado.

Assim sendo, e de acordo com as principais áreas que a gestão de projeto compreende, pode-se referenciar o seguinte para o projeto em questão:

- **Gestão da qualidade** - assegura que o projeto em questão desempenha todos os objetivos e funções previamente definidos, o que possibilita controlar a qualidade do trabalho realizado. Para tal, todos os progressos foram sendo validados pela Professora Orientadora e pelo Professor Coorientador.
- **Gestão de riscos** – possibilita a identificação de potenciais ocorrências que poderão ter um impacto negativo ou positivo no projeto em questão (como tempo, custo, âmbito ou qualidade), caso se desenvolvam. Para tal, e de modo a fazer uma gestão correta do tempo, no decorrer do

estágio, o plano de trabalho foi sendo monitorizado e ajustado de acordo com as atividades desenvolvidas, como forma de minimizar o impacto que potenciais riscos pudessem ter.

- **Gestão de âmbito** – assegura a definição das atividades a serem desenvolvidas no decorrer do estágio. Por conseguinte, foi realizado um plano de trabalho, onde estão definidas todas as tarefas previstas para o estágio, que se encontram descritas neste relatório.
- **Gestão de custos** – garante o cumprimento do orçamento estipulado para completar as atividades do projeto. Visto se tratar de um estágio curricular, não houve quaisquer custos associados ao projeto a não ser o custo pessoal de deslocações para reuniões do projeto Creia.Lab, que ficaram a meu cargo. Porém, vale referir que os custos associados ao Laboratório em questão ultrapassam o nível da responsabilidade de execução prevista neste projeto, estando então a cargo da coordenação do Creia.Lab.
- **Gestão da integração** – presume que os diferentes elementos do projeto se encontrem em sintonia e coordenados. Ou seja, enquanto estagiária no Creia.Lab, o meu trabalho tem de ir de encontro aos objetivos definidos para o Laboratório em questão, e pelos objetivos definidos pela Professora Orientadora e Professor Coorientador, de acordo com as diferentes atividades que foram desenvolvidas.
- **Gestão das comunicações** - assegura a eficiência do processo de comunicação durante a execução do projeto, aos diferentes parceiros. Neste caso, informando a Orientadora e Coorientador de estágio da informação trocada com os diferentes parceiros.
- **Gestão dos Recursos Humanos** – responsável pela organização da equipa do projeto que se resume à Estagiária, à Professora Orientadora e Professor Coorientador, entre outros intervenientes ocasionais, de acordo com as necessidades das atividades desenvolvidas.
- **Gestão do Tempo** – pressupõe a elaboração de um cronograma de trabalho (apresentado pormenorizadamente no capítulo 3.4 deste

relatório) com a finalidade de organizar todas as atividades desenvolvidas, estimando o tempo previsto de duração de cada uma.

Deste modo, espera-se com o presente estudo contribuir para a melhoria da atuação do Creia.Lab como plataforma infocomunicacional.

3.3. Objetivos do estágio

O objetivo geral deste estágio curricular baseou-se na gestão do dia-a-dia, e funcionamento do Creia.Lab, para além da criação de diferentes ferramentas de comunicação, etc. Deste modo, podemos sintetizar os principais pontos de ação neste estágio como:

- I. Gestão do dia-a-dia do laboratório, através do acompanhamento e atualização do mesmo (atividade realizada *online*);
- II. Criação de ferramentas de comunicação, através da criação de conteúdos para o *website* e elaboração de materiais de apoio sobre como funciona o *backoffice* deste projeto;
- III. Realização de um levantamento sobre os modelos teóricos e conceptuais para os *frameworks* de análise das indústrias culturais e criativas.
- IV. Análise desses mesmos *frameworks* de acordo com a Classificação das Atividades Económicas no âmbito nacional.
- V. Identificação de informação e de indicadores existentes no âmbito das indústrias culturais e criativas.
- VI. Tipificação e atualização da base de dados que sustenta o Observatório das Indústrias Criativas em Portugal (ObCrel.pt);
- VII. Acompanhamento a atualização da plataforma (2ª fase do projeto Obcrei.pt).

3.4. Plano de trabalho

Durante o estágio, pretendeu-se que fossem desenvolvidas as seguintes atividades:

- Análise inicial do estado do projeto;
- Revisão de literatura e elaboração do estado da arte;

- Levantamento dos *frameworks* do DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura para os setores culturais e criativos.
- Análise de diferentes *frameworks* com a respetiva Classificação das Atividades Económicas
- Identificação de fontes e dados do ObCrel.pt;
- Mapeamento de observatórios (nacionais e internacionais) de indústrias culturais e criativas;
- Ida a reuniões;
- Ida a formação sobre como funciona o *backoffice* do Creia.Lab - CMS *Strapi*;
- Utilização do *backoffice* para gestão e atualização do Creia.Lab;
- Criação de notícias e multimédia para o Creia.Lab;
- Criação do manual de administração e atualização do Creia.Lab;
- Colisão de indicadores já existentes no INE que poderão ser transformados em indicadores para o Creia.Lab.

Tabela 2 - Cronograma de Atividades

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES	O U T U B R O	N O V E M B R O	D E Z E M B R O	J A N E I R O	F E V E R E I R O	M A R Ç O	A B R I L	M A I O	J U N H O	J U L H O	A G O S T O	S E T E M B R O
Gestão/supervisão do laboratório												
Análise inicial do estado do projeto												
Revisão de literatura												
Elaboração do estado da arte												
Levantamento dos <i>frameworks</i> do DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura para os setores culturais e criativos												
Análise de diferentes <i>frameworks</i> com a respetiva Classificação das Atividades Económicas												
Mapeamento de observatórios (nacionais e internacionais) de indústrias criativas												
Ida a reuniões												
Ida a formação sobre como funciona o <i>backoffice</i> do Creia.Lab (<i>Strapi</i>)												
Utilização do <i>backoffice</i> para gestão e atualização do Creia.Lab												

Criação de notícias e multimédia para o creia.lab;													
Criação do manual autoexplicativo de utilização do Creia.Lab													
Análise de indicadores já existentes no INE que poderão ser transformados em indicadores para o Creia.Lab.													
Elaboração do relatório de estágio													
Revisão e entrega do relatório													

Fonte: Autoria própria

4. Desenvolvimento do Estágio

De acordo com os objetivos estabelecidos para o estágio e com o plano de trabalho traçado, detalham-se nos próximos capítulos as tarefas e atividades que foram realizadas ao longo desse período, nomeadamente a realização de um levantamento sobre os modelos teóricos e conceituais para os *frameworks* de análise das indústrias culturais e criativas, identificação de informação e de indicadores existentes no âmbito das indústrias culturais e criativas, tipificação e atualização da base de dados que sustenta o Observatório das Indústrias Criativas em Portugal (Obcrei.pt), etc.

Contudo, como estagiária no Creia.Lab, a principal tarefa passava por assegurar a gestão diária do laboratório, mantendo uma presença assídua no *website* e no *backoffice* do mesmo.

Vale referir que a maior parte do estágio foi realizado de forma *online*, já que o trabalho a ser realizado não obrigasse a deslocação até ao CITCEM (local onde está sediado o Creia.Lab).

No início do estágio procedi a uma análise inicial do Creia.Lab, do Obcrei.pt e do que estes disponibilizavam aos seus utilizadores. Posteriormente estive presente em diversas reuniões do projeto (Creia.Lab), inclusive com diferentes membros da equipa, onde para além de perceber melhor do que se tratava o observatório, percebi como o gerir e atualizar (nomeadamente através do CMS *Strapi*, numa formação realizada pela 3Decide⁷).

Com a utilização desta plataforma de gestão do *backoffice* (*Strapi*) foi-me sugerida a criação de um manual de administração e atualização do Creia.Lab, que acabou por se tornar numa nova atividade do plano de trabalho, da qual falarei mais detalhadamente adiante.

4.1. Manutenção e Gestão do Creia.Lab

Relativamente à manutenção e gestão do Creia.Lab, as tarefas quotidianas passavam pela verificação do seu *website*, inclusive da sua formação e se estava tudo

⁷ “Empresa que aplica tecnologias e conteúdos visuais para criar inovadoras ferramentas de negócios” – que colabora com o Creia.Lab. Fonte: <https://upin.up.pt/pt-pt/content/3decide>

correto, e da organização das tarefas pretendidas para o dia em questão, de acordo com as prioridades estabelecidas com a orientadora. Na falta de alguma tarefa específica, como as descritas nos próximos capítulos, procedeu-se à revisão de literatura e desenvolvimento do projeto de estágio e estado da arte.

Para além de todas as alterações e correções no *website* do Creia.Lab, inclusive nos separadores “pessoas”, “contactos”, *banners* do site, etc., foram publicadas dezasseis notícias em que duas são multimédias, para além da adição de diversos pós-doutoramento, doutoramentos e dissertações, projetos e estágios do MCGIC no separador “projetos”.

Vale ainda referir que todas as alterações/adições realizadas no *website* do Creia.Lab em versão língua portuguesa, foram igualmente alteradas/adicionadas na versão em inglês.

4.2. Levantamento de modelos teóricos e conceptuais para os *frameworks* de análise das ICC

Uma das atividades desenvolvidas, no contexto deste estágio, consistiu na realização de um levantamento sobre os modelos teóricos e conceptuais para os *frameworks* de análise das indústrias culturais e criativas, visto cada vez mais ser possível observar o desenvolvimento que tem havido no Setor Cultural e Criativo (SCC) por toda a Europa, e mesmo por todo o globo. Este setor cada vez mais se apresenta relevante, tanto para o desenvolvimento económico como para o desenvolvimento social, querendo este ser inclusivo e sustentável (PNUD, 2013).

Assim sendo, a União Europeia (UE) refere que estes setores contribuem para o desenvolvimento económico da UE, ao mesmo tempo que geram emprego e crescimento. Como tal, a mesma considera os SCC fundamentais para o futuro da Europa (European Commission, 2019).

A abrangência destes setores é vasta, e ainda nos dias que correm, nem sempre é consensual, nomeadamente, porque se trata de uma área dinâmica que vai acompanhando tanto a evolução tecnológica, como a digitalização (IDEA, KEA e IMEC-SMIT-VUB, 2017).

Considera-se então, que este setor engloba em si diferentes atividades que têm por base a cultura, a criatividade e a propriedade intelectual. Para além disso, os mesmos criam bens e serviços com valor económico e social, que têm reflexos quer a nível de emprego, quer a nível de crescimento.

Segundo a UNCTAD (2010), o carácter inovador e de diferenciação que está associado a este setor tem-se traduzido numa aposta competitiva, tanto para as economias desenvolvidas, como para as economias em desenvolvimento (Cortez, 2020).

Estando as indústrias criativas entre os setores mais dinâmicos de toda a economia mundial, é necessário que haja uma medição em ordem a possibilitar uma visão benéfica e favorável tanto aos governos, como aos seus decisores políticos, tanto para o planeamento, como para a implementação de diversas políticas direcionadas à economia e às indústrias criativas (UNCTAD, 2022).

Ademais de todo o debate conceitual em redor das indústrias culturais e criativas, podemos referir que “um entendimento em sentido amplo sugere a constituição de uma taxonomia para domínios substantivos de práticas culturais e criativas. Um enquadramento de setores compreendido pelo eixo criatividade/cultura para o universo em observação” (Pinto, Martins e Silva, 2021).

Deste modo, diferentes taxonomias têm sido disponibilizadas por diferentes estudiosos, também influenciados por diferentes imperativos políticos (DISCE, 2020).

Tal como refere a UNCTAD (2022)

Existem vários *frameworks* para medir a economia criativa com padrões de indústrias e produtos comuns cobertos (isto é, artes, audiovisuais, edição, música, artes performativas, fotografia), mas também diferenças devido a classificações nacionais ou regionais; cobertura de atividades ou produtos; metodologia e diretrizes; e tipos de atividades e produtos cobertos (isto é, culturais e relacionados, criativos, auxiliares, interdependentes). (UNCTAD, 2022)

Ou seja, cada vez mais existem estudos de diferentes organizações e/ou da responsabilidade de académicos, que propõem delimitações do SCC, e que apresentam dados que comprovem a sua pertinência e relevância, com base em propostas de definição dos conceitos de cultura e de criatividade.

As conclusões que os mesmos apresentam têm sido fundamentais para a adoção de diversas estratégias políticas, visando tanto a consolidação, como o crescimento do setor cultural e criativo. Vale ainda ressaltar que este, cada vez mais, é visto como um dos setores mais importantes relativamente ao “reforço da estrutura económica

européia e à manutenção da sua competitividade a nível mundial (IDEA, KEA e IMEC-SMIT-VUB, 2017) pela relevância económica que tem vindo a assumir e pela capacidade de resiliência aquando da crise financeira de 2008” (Cortez, 2020).

Deste modo, torna-se bastante claro, a importância de monitorizar o impacto e as consequências, sejam estas positivas ou não, que estes setores têm a nível económico e social. Podemos até referir, que tal se traduz como uma importante ferramenta para auxiliar os investimentos públicos e privados nos setores culturais e criativos, estimulando assim o seu desenvolvimento.

Assim sendo, diferentes propostas de estruturação do setor cultural e criativo foram sendo desenvolvidas ao longo do tempo, numa tentativa de organizar, mas também compreender melhor as características das ICC. Porém, e mesmo assim, a uniformização da definição e abrangência do SCC continua sem uma resposta concreta, já que vai variando com o tempo, tentando assim, adaptar-se à realidade em que vivemos (Cortez, 2020).

Todas as mudanças na nossa sociedade, inclusive como consequências de uma evolução tecnológica desenfreada, vieram dificultar não só a definição dada a estas indústrias, como dificultam à adoção de um modelo único, capaz de medir o peso do setor cultural e criativo, não apenas em termos económicos e de empregabilidade, como também em relação às suas implicações em termos de valor social, tal como refere Cortez (2020).

Deste modo, foi proposto pela UE a organização deste setor em diferentes domínios sendo estes: Património (Museus, Sítios históricos, Sítios arqueológicos, Património intangível), Arquivos, Bibliotecas, Livros e Publicações, Artes visuais (Artes plásticas, Fotografia, Design), Artes Performativa (Música, Dança, Drama, Artes combinadas e outros espetáculos ao vivo), Audiovisuais e Multimédia (Cinema, Rádio, Televisão, Vídeo, Gravações de som, Obras multimédia, Videojogos), Arquitetura, Publicidade, Artesanato (European Commission e DG Eurostat, 2015), e em seis "funções" que podem ser traçadas nas estatísticas atuais: Criação; Produção/Publicação; Divulgação/Comércio; Preservação; Educação; Gestão/Regulamentação (ESSnet-Culture, 2012). Embora as três primeiras funções sejam muito parecidas às da UNESCO, esta organização lista "Educação e Formação" e "Arquivamento e Preservação" como domínios transversais e não culturais, não

incluindo também a gestão ou regulamentação, como se poderá observar seguidamente (South African Cultural Observatory, 2016).

Todo este esforço de medição e uniformização é então bastante benéfico para este setor, trazendo consigo não só benefícios económicos, como também benefícios sociais.

Com o passar do tempo, foram sendo criados diferentes estudos dentro da área dos SCC, tendo então sido desenvolvidas novas propostas para definir e medir a cultura, “enquanto as mudanças sociais e tecnológicas transformaram o lugar da cultura no mundo” (UNESCO, 2009).

As diretrizes mais regularmente usadas são o *Framework* de Estatísticas Culturais da UNESCO de 2009, o Guia da WIPO (*World Intellectual Property Organization*) intitulado como “*Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*” de 2015, e as diretrizes para as contas satélites culturais pelo “Andrés Bello Organization Agreement” (usado amplamente entre os países da América Latina) (UNCTAD, 2022). Para além destes, existem muito mais, tal como os *frameworks* da UNCTAD, DCMS, ESSnet-Culture, etc., todos diferentes entre si, e todos considerando diferentes tipos de atividades, ainda que muitos consideram as mesmas. Todos eles a partir de propostas de definição dos conceitos de cultura e de criatividade, propõem delimitações do setor cultural e criativo, apresentando ainda dados que atestam a sua relevância.

Contudo, vale ressaltar que nenhuma definição existente está ajustada às necessidades de todos os países do mundo. Mesmo assim, os *frameworks* e as classificações existentes podem ajudar qualquer que seja o país, a conceptualizar a sua economia e indústrias criativas de uma forma mais conveniente e harmonizada, algo que certamente só trará vantagens (UNCTAD, 2022).

4.2.1. DCMS – “Creative Industries Mapping Document”

Em 1998, tendo sido pioneiro, o *Department for Digital, Culture, Media & Sport* - DCMS realizou um mapeamento e uma análise das IC para compreender o seu contributo para a economia no documento histórico intitulado como “*Creative Industries Mapping Document*”. Este mapeamento foi fundamental, já que os conceitos e a história da indústria criativa foram aprofundados, para além de listarem ainda as

atividades que esta indústria abrange, separando-as em grupos específicos e também as empresas às quais essas atividades pertencem. Desta forma, o entendimento e o conhecimento deste tema foi facilitado, por parte de qualquer pessoa que assim o pretendesse (Nascimento e Menezes, 2020). Vale ainda ressaltar que em 2001, este mesmo departamento disponibilizou um relatório de acompanhamento do anteriormente produzido (BOP Consulting, [s.d.]).

Para este, tal como já foi referido, indústrias criativas são aquelas que necessitam na sua base a criatividade, a habilidade e o talento individual, capazes de gerar riqueza e emprego através da exploração da sua propriedade intelectual. Assim sendo, nos estudos do DCMS foram incluídas as seguintes atividades: publicidade, arquitetura, artes e antiguidades, artesanato, design, moda, filmes e vídeo, música, artes performativas, edição, *software*, televisão e rádio e videojogos (ADDICT, 2016).

Vale ressaltar que a definição e a lista de indústrias criativas emitidas pelo DCMS serviram de base para diferentes países fazerem as suas próprias definições (BOP Consulting, [s.d.]).

Para melhor compreensão, na tabela abaixo descrita, é apresentada uma sistematização das atividades incluídas nas IC segundo a DCMS.

Tabela 3 - Atividades incluídas nas IC segundo a DCMS

Modelo DCMS
• Publicidade • Arquitetura • Artes e antiguidades • Artesanato • Design • Moda • Filmes e vídeo • Música • Artes performativas • Edição • <i>Software</i> • Televisão e rádio • Videojogos

Fonte: Autoria própria.

Mesmo assim, este modelo suscitou várias críticas, nomeadamente sobre o posicionamento das artes, o próprio conceito de criatividade e o discurso económico da criação de riqueza (Lima, 2015).

Em 2004, numa lógica evolutiva, o DCMS desenvolveu o *Evidence Toolkit*, com o objetivo de “fornecer uma base fundamental para a melhoria da recolha e utilização de dados sobre o sector criativo”(Fundação de Serralves *et al.*, [s.d.]).

Esta ferramenta que otimiza tanto a recolha, como tratamento de dados, foi responsável por alargar a definição original de indústria criativa ao desporto, ao turismo e à gestão do património, incorporando o anterior setor criativo numa nova classificação.

Tal como refere a Fundação Serralves, o Evidence Toolkit (2004):

- “Define sete sectores DCMS (Audiovisual, Artes Visuais, Livros e Imprensa, Performance, Desporto, Turismo e Gestão do Património);
- Incorpora todos estes sectores num único e integrado sistema analítico com o objectivo de gerar evidências que favoreçam a análise e a tomada de decisões;
- Reestrutura a lista inicial de *mapping* dos subsectores criativos, condensando-os nos primeiros quatro acima referidos (Audiovisual, Artes Visuais, Livros e Imprensa e Performance);
- Separa cada um destes quatro sectores DCMS em seis fases da cadeia produtiva criativo: Criação, Produção, Divulgação, Exibição/Acolhimento, Arquivo/Preservação e Educação/Aprendizagem.”(Fundação de Serralves *et al.*, [s.d.])

Ainda que a metodologia básica se mantenha, pensa-se que esta nova classificação origine um aumento do valor económico deste setor, já que engloba uma cobertura da cadeia produtiva mais completa que a anterior (Fundação de Serralves *et al.*, [s.d.]).

Em seguida, é apresentada uma tabela explicativa com as seis fases da cadeia produtiva criativo referidas anteriormente, de acordo com esta “ferramenta” desenvolvida pela DCMS (2004):

Tabela 4 - Ciclo cultural e estatístico e outros tipos de dados

Criação	Produção	Divulgação	Exibição/ Acolhimento	Arquivo/ Preservação	Educação/ Aprendizagem
-Dados estatísticos utilizando os códigos SIC e SOC e outras fontes para os profissionais envolvidos (empregados ou não) na criação cultural, mediática e desportiva.	-Dados estatísticos sobre a produção e o volume de negócios nos setores cultural, mediático e desportivo.	-Dados estatísticos e outros dados sobre o alcance e diversidade do público para as formas culturais, mediáticas e desportivas produzidas. -Dados estatísticos e outros sobre a utilização das TIC e da Banda Larga como meio de difusão.	-Dados estatísticos e qualitativos sobre a diversidade das formas culturais, mediáticas e desportivas consumidas e modos de consumo (audiências, assistência e participação, etc.).	-Dados estatísticos e qualitativos sobre arquivamento, preservação e conservação.	-Dados estatísticos e outros dados relativos à formação, educação, financiamento e investimento na criação de capital.
-Dados estatísticos e qualitativos sobre a capacidade e os resultados da investigação -Informação sobre a existência de ferramentas políticas e estratégias para encorajar e/ou facilitar a criação cultural, mediática e desportiva. -Informação sobre a existência de cenários políticos e estratégias para abordar as necessidades de investigação e desenvolvimento.	-Dados estatísticos e qualitativos sobre a disponibilidade de infraestruturas para a produção dos setores cultural, mediático e desportivo. -Dados estatísticos e outros dados sobre a reprodução do produto original. -Informação sobre a existência de cenários políticos e estratégias para abordar as infraestruturas e outras necessidades de apoio à produção.	-Dados estatísticos e outros dados sobre a capacidade de exportação. -Dados estatísticos e outros dados sobre as vendas de produtos culturais, mediáticos e desportivos. -Informação sobre a existência e cenários políticos e estratégias para abordar as necessidades de divulgação e circulação.	-Dados estatísticos e qualitativos sobre a disponibilidade de infraestruturas para exposição/ receção nos setores cultural, mediático e desportivo.	-Informação sobre a existência de cenários políticos e estratégias para abordar as necessidades de arquivo, preservação e conservação.	-Informação sobre a existência de cenários políticos e estratégias para abordar a formação, educação, financiamento e investimento na criação de capital.

Fonte: (DCMS, 2004)

4.2.2. UNESCO – “Framework for Cultural Statistics”

Em relação à UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), é importante referir que trabalha na configuração de indicadores culturais e criativos desde os anos 70, sendo que em 1979 definiu um “*framework* bidimensional estabelecido pelas categorias culturais e pelas dimensões funcionais do ciclo cultural: criação/produção; transmissão/disseminação, receção/consumo, preservação/registo e participação.”(Creia.Lab, n.d.-c).

Em 2009, esta organização estabeleceu os domínios culturais no “*Framework for Cultural Statistics*”, onde o domínio cultural foi julgado como as atividades de um determinado setor cultural, independentemente se a sua natureza é económica ou social (UNESCO, 2009). Este procurava medir tanto as atividades, como os serviços e mesmo os bens culturais gerados por processos industriais, e não industriais, com base em seis domínios culturais, sendo estes o património cultural e natural, as apresentações artísticas e as celebrações, as artes visuais e o artesanato, os livros e os produtos impressos, os meios audiovisuais e interativos, e por fim o *design* e os serviços criativos (Pinto, Martins e Silva, 2021).

Neste *framework* é importante compreender como é a cadeia de valor do SCC, sendo que a UNESCO sugere o Ciclo Cultural como uma forma para o fazer. Tal inclui a Criação, a Produção, a Disseminação, a Exposição/Receção/Transmissão e o Consumo/Participação (UNESCO, 2009).

Podemos considerar o *framework* da UNESCO para as estatísticas culturais bastante importante como ponto de partida, já que promove a comparabilidade, ainda que dê autonomia a cada país ou região para o adaptar às suas necessidades.

Segundo a UNESCO (2009:11):

"Este novo quadro pretende ser flexível e não proscritivo, mas promove a comparabilidade. O *Framework* da UNESCO para as estatísticas culturais destina-se a ajudar os países a construir o seu próprio quadro cultural, selecionando os principais domínios que fazem parte das suas estatísticas culturais. Além disso, cada país, ao adotar as definições do *Framework* da UNESCO para as estatísticas culturais relevantes por domínio, permitirá a comparabilidade internacional dos seus próprios dados".

Estes domínios definidos pela UNESCO ainda que mutuamente exclusivos, contêm todas as atividades, bens e serviços de teor cultural que estão implicados nas diferentes fases do modelo do ciclo cultural. (UNESCO, 2009: 23)

Assim sendo, mesmo a música abrangendo em si diferentes domínios tais como os de 'Apresentações Artísticas e Celebrações' e 'Audiovisual', visto consistirem tanto em música gravada como em performance ao vivo, é apresentada numa única categoria sendo esta a 'Apresentações Artísticas e Celebrações', já que este *Framework* não classifica os itens conforme a forma que o mesmo aparece, mas sim com o tema. (UNESCO, 2009: 23-25).

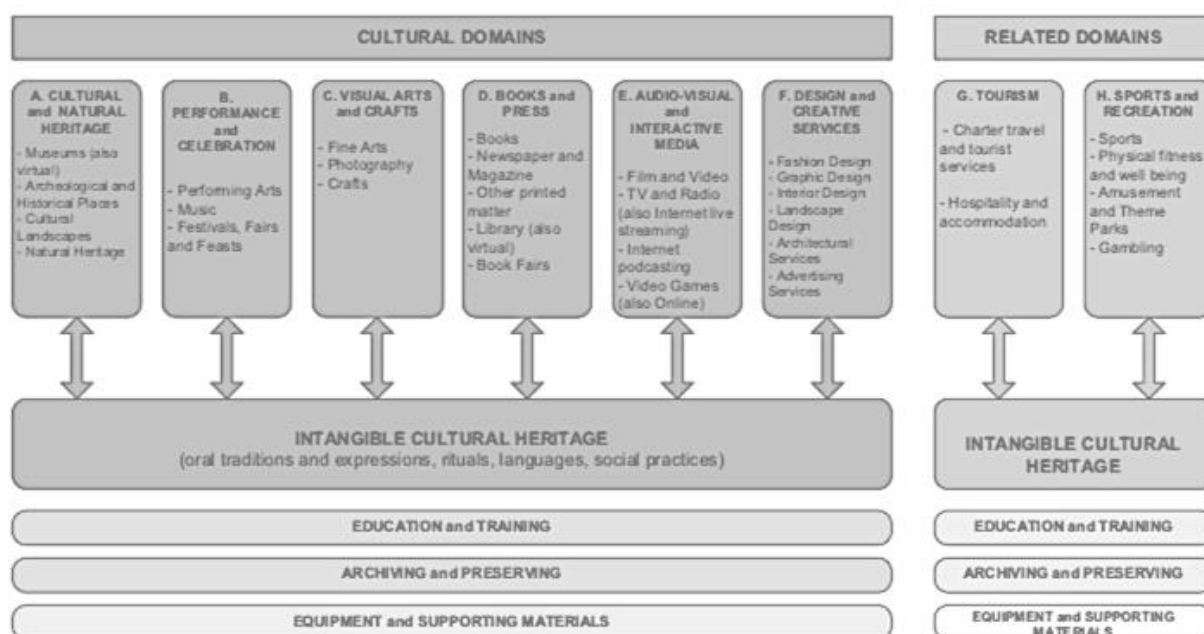
Ao categorizar desta forma evitamos duplicar a contagem, já que só é possível cada atividade ser categorizada uma única vez. Para além destes domínios, existe ainda o Domínio Transversal do Património Cultural Intangível ligado diretamente a todos os outros seis Domínios Setoriais, referidos anteriormente. Domínios estes que traduzem o número mínimo de domínios culturais centrais, que a UNESCO recomenda a recolha de dados.

Para além disso, ainda existem três outros Domínios Transversais, que ocorrem em toda a gama dos Domínios Setoriais sendo então consequentemente medidos através dos mesmos. Estes domínios encontram-se incluídos devido ao seu papel bastante importante no ciclo cultural, sendo estes a Educação e Formação, o Arquivamento e Preservação e o Equipamento e Materiais de Apoio. Num relatório publicado pela UNESCO (2009a) é ainda referido que a inclusão destes mesmos domínios é crucial para conseguir captar toda a extensão da expressão cultural.

Aliados a estes três domínios, temos os Domínios Relacionados (o Turismo, o Desporto e o Lazer, que contêm características tanto de atividades económicas, como de atividades sociais, caso estas sejam consideradas parcialmente culturais, de lazer ou recreativas (UNESCO, 2009).

Para melhor compreensão, na figura abaixo descrita, é exposta uma sistematização de tudo o que foi referido anteriormente, onde é apresentado o *framework* referencial para os domínios de estatísticas culturais segundo a UNESCO.

Figura 4 - Domínios do *Framework for Cultural Statistics* da UNESCO



Fonte: (UNESCO, 2009)

De acordo com Usero e Brío (2011), o *framework* da UNESCO para as estatísticas culturais tem sido bastante importante e benéfico para os diferentes agentes já que delimita as diferentes atividades culturais, de modo a definir o que pode e deve estar incluído nos diferentes domínios culturais. Para além disso, o mesmo ainda se torna oportuno, já que descreve com precisão todas as atividades incluídas, em cada um dos domínios culturais, de modo a conseguir medir o impacto tanto económico, como social que cada atividade gera. Para tal, este *framework* desenvolveu métodos de medição do impacto cultural, já que a cultura e os domínios em si estão definidos claramente, tornando possível a recolha de dados fiáveis, e por sua vez a realização de análises estatística de interesse público (Usero e Brío, 2011).

Todo este trabalho é crucial, já que o SCC cada vez mais tem um crescimento acelerado, que necessita de ser explorado. É necessária a existência de dados e a análise dos mesmos, em ordem a melhor compreender quais os pontos fortes e quais os fracos, quais aqueles que podemos melhorar, e comparar valores entre setores. Com uma análise cuidada é então possível a aplicação de diversas políticas, validadas e revistas, com base em dados fidedignos e sólidos (Usero e Brío, 2011).

Ainda assim, apesar das suas inúmeras vantagens, este *framework* deve manter-se atual, e evoluir consoante essa mesma evolução se verifica nas ICC, de modo a manter-se relevante nos dias que correm.

Resumidamente este *framework* da UNESCO tentou produzir uma definição adequada da cultura que pudesse ser reconhecida em todos os países, sendo esta:

"cultura é o conjunto de características distintivas espirituais, materiais, intelectuais e emocionais da sociedade ou de um grupo social, que abrange, não só arte e literatura, mas também estilos de vida, formas de vida em conjunto, sistemas de valores, tradições e crenças"(UNESCO, 2009).

Esta definição mostra-nos que a natureza da cultura para além de intangível, visto conter na sua íntegra valores e crenças, não pode ser diretamente medida. Ainda assim é possível medir segundo a UNESCO (2009), os diversos comportamentos e mesmo práticas associadas, que seguem as crenças/valores da sociedade.

Em relação à definição da UNESCO para um domínio cultural, é referido que diversas indústrias podem ser definidas formalmente, mediante a utilização de sistemas de classificação internacionais já existentes, nomeadamente a Classificação Internacional Tipo das Profissões (ISCO) para o emprego, entre tantos outros sistemas, tal como o que irá ser abordado posteriormente. Para além disso, um domínio pode conter a atividade informal e social que ocorre sob o seu *heading*. Exemplificando, nas estatísticas cinematográficas estão incluídas todas as atividades formais de produção cinematográfica e da venda de bilhetes, assim como da atividade informal, por exemplo da produção ou mesmo exibição de filmes “caseiros”. Estes domínios têm por um lado uma representação da atividade económica, sendo esta a produção de bens/serviços culturais, como por outro lado, uma representação social, ou seja, a participação em atividades de teor cultural (South African Cultural Observatory, 2016).

Resumidamente este *framework* “fornece as classificações e metodologias básicas para medir a contribuição das atividades culturais para a economia em termos de PIB e valor acrescentado bruto; emprego em atividades culturais e profissões culturais; consumo e participação na cultura; e comércio internacional de bens e serviços criativos” (UNCTAD, 2022).

4.2.3. UNCTAD – “Creative Economy Report”

Por sua vez, o relatório “*Creative Economy Report*” da UNCTAD (sigla para Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento), publicado em 2010, trouxe consigo uma sistematização das formas de classificar as IC.

Segundo a UNCTAD (2010), as indústrias criativas são:

(...)“os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente gerem receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor económico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; e constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.”

A UNCTAD faz a distinção entre atividades *upstream* (atividades culturais tradicionais – exemplo: artes performativas e visuais) e atividades *downstream* (atividades com maior proximidade do mercado – exemplo.: edição, publicidade e as atividades ligadas aos media) (Unctad, 2010). Para além disso a mesma ainda argumenta que “o segundo grupo deriva o seu valor comercial dos baixos custos de reprodução e fácil transferência para outros domínios económicos” (UNCTAD , 2010). A partir dessa perspetiva, as indústrias culturais compõem um subconjunto das indústrias criativas (UNCTAD, 2010).

A classificação da UNCTAD para as indústrias criativas, divide-se em quatro grandes grupos sendo estes o património, artes, media, e criações funcionais. Por sua vez, estes grupos são, divididos em nove subgrupos diferentes.

O património cultural é identificado como “a origem de todas as formas de arte e a alma das indústrias cultural e criativa.” Ou seja, “é o ponto de partida da classificação. É o património que une os aspetos culturais dos pontos de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social, influencia a criatividade e caracteriza-se como a origem de uma gama de produtos e serviços patrimoniais, além de atividades culturais”(UNCTAD, 2010).

Assim sendo, este grupo é dividido em dois subgrupos, sendo estes as Expressões Culturais Tradicionais (artesanato, festivais e celebrações) e os Locais culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições, etc.)

Em relação às artes, “este grupo inclui as indústrias criativas baseadas puramente na arte e na cultura. O trabalho artístico é inspirado pelo património, valores de identidade e significado simbólico”(UNCTAD, 2010).

Assim sendo, este grupo é dividido em dois subgrupos, sendo estes as Artes Visuais (pinturas, esculturas, fotografia e antiguidades) e as Artes Cénicas (música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc.)

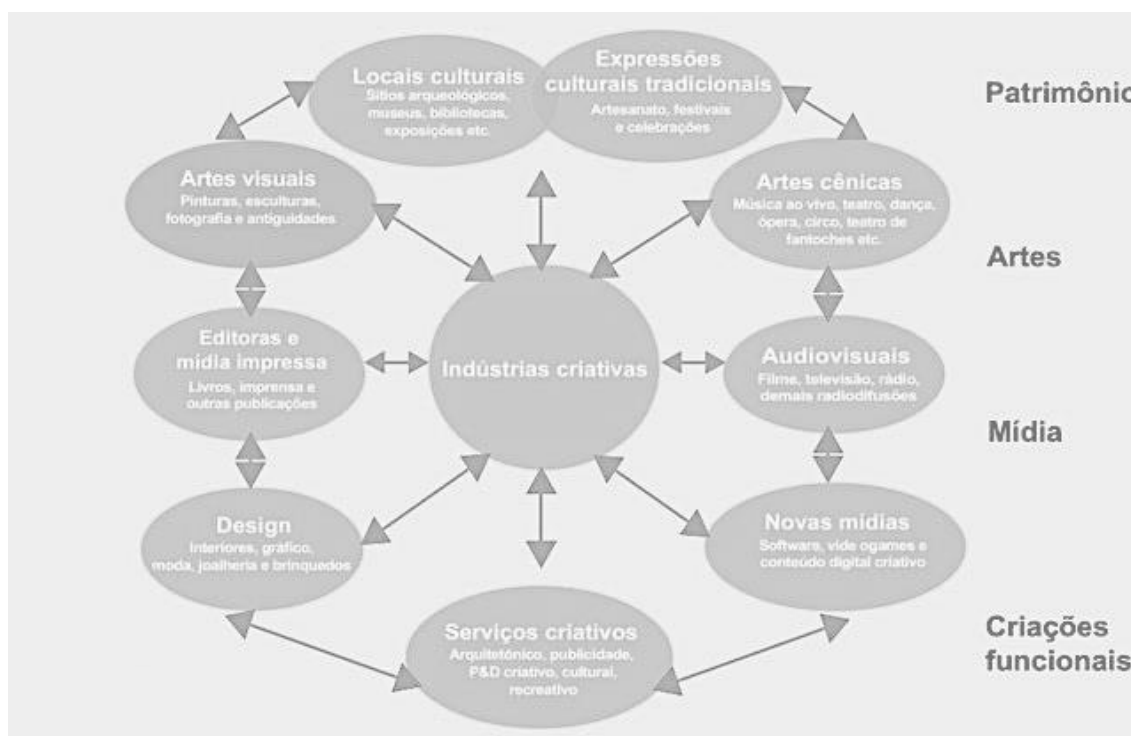
O grupo dos Media “abrange dois subgrupos de media que produzem conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer Comunicação com grandes públicos (“novos media” recebem uma classificação separada)”, sendo estes Editoras e Media Impressa (livros, imprensa e outras publicações) e Audiovisuais (filmes, televisão, rádio e demais radiodifusões) (UNCTAD, 2010).

Por fim, o grupo das Criações funcionais, “constitui indústrias mais impulsionadas pela demanda e voltadas à prestação de serviços, com a criação de produtos e serviços que possuam fins funcionais.” (UNCTAD, 2010) Assim sendo, este grupo é dividido em três subgrupos sendo estes o *Design* (interiores, gráfico, moda, joalheria, brinquedos), os Novos Media (arquitetónico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais) e os Serviços Criativos (arquitetónico, publicidade, cultural e recreativo, P&D criativo, outros serviços criativos digitais).

É ainda importante referir que, segundo a UNCTAD, as IC estão ampliadas no conceito de “criatividade”. Estas atividades possuem então um sólido componente artístico para “qualquer atividade económica que produza produtos simbólicos intensamente dependentes da propriedade intelectual, visando o maior mercado possível” (ADDICT, 2016).

Para melhor compreensão, na figura abaixo descrita, é exposta uma sistematização de tudo o que foi referido anteriormente, onde é apresentada a classificação da UNCTAD para as indústrias criativas.

Figura 5 - Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas



Fonte: UNCTAD (2010)

4.2.4. ESSnet-Culture – “Final Report”

Falando agora do ESSnet-Culture, sigla para *European Statistical System Network on Culture*, que consiste em diversas organizações do sistema estatístico europeu que trabalham em conjunto nos desenvolvimentos metodológicos, com o propósito de produzir resultados úteis para todos os membros do *European Statistical System* e divulgando estatísticas comparáveis sobre a cultura (EGMUS, [s.d.]).

Este *framework* do ESSnet-Culture foi então concebido através da sua comparação com um *framework* anterior, sendo este o *Leadership European Group on Cultural Statistics* (LEG-Culture, 1997), e o Framework da UNESCO para estatísticas culturais referido anteriormente.

O *framework* do ESSnet-Culture foi então adaptado do *framework* do LEG-Culture, de modo a incluir mais indústrias culturais – o Artesanato e a publicidade –, para incluir também novas tecnologias, assim como para reconhecer toda a importância que o património cultural intangível tem, tal como é apresentado no *framework* da UNESCO.

Para identificação do âmbito cultural, o mesmo conta com 10 domínios, sendo estes: Património (Museus, Lugares históricos, Sítios arqueológicos, Património

intangível, Arquivos, Bibliotecas, Livro e Imprensa, Artes visuais (Artes plásticas, Fotografia, Design), Artes cénicas (Música, Dança, Drama, Artes combinadas e outros espetáculos ao vivo), Audiovisuais e Multimédia (Cinema, Rádio, Televisão, Vídeo, Gravações de som, Obras multimédia, Videogames), Arquitetura, Publicidade, Artesanato (European Commission e DG Eurostat, 2015).

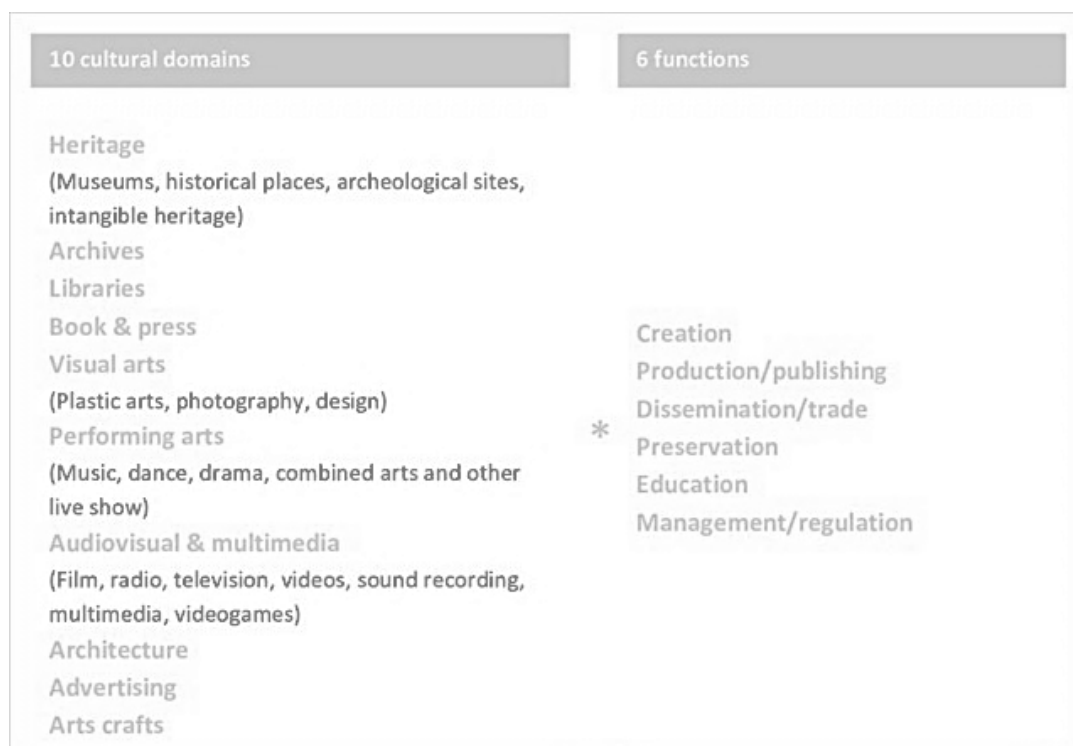
Ainda assim, este *framework* do ESSnet-Culture é um subconjunto do *framework* da UNESCO para estatísticas culturais, já que não contém a categoria de património natural do domínio "Património Cultural e Natural", os domínios relacionados - Desporto e Turismo, um dos domínios transversais - Equipamento e material de apoio - e alguns dos setores mais comerciais com menor conteúdo simbólico ou cultural - *software*, telecomunicações, impressão em geral, etc. (South African Cultural Observatory, 2016).

Tal como no *framework* da UNESCO, é também importante neste *framework* compreender como é a cadeia de valor do SCC, sendo que o ESSnet-CULTURE (2012) lista seis "funções" que podem ser traçadas nas estatísticas atuais, sendo estas a Criação; Produção/Publicação; Divulgação/Comércio; Preservação; Educação; Gestão/Regulamentação. Embora as três primeiras funções sejam muito parecidas às da UNESCO, esta organização lista "Educação e Formação" e "Arquivamento e Preservação" como domínios transversais, e não inclui gestão ou regulamentação (South African Cultural Observatory, 2016).

Deste modo, segundo a Comissão Europeia e a Eurostat (2015), este *framework* para estatísticas e definições culturais concentra em si dois grandes objetivos, sendo estes a definição e a estruturação do *framework* das atividades culturais, e propor um *framework* para a produção regular de estatísticas culturais comparáveis a nível da União Europeia.

Para melhor compreensão, na figura abaixo descrita, é exposta uma sistematização de tudo o que foi referido anteriormente, onde é apresentada a proposta do ESSnet-Culture para um quadro estatístico europeu atualizado.

Figura 6 - Proposta ESSnet-Culture para um quadro estatístico europeu atualizado: dez domínios culturais e seis funções



Fonte: Bennett (2022)

4.2.5. Conta Satélite da Cultura

Falando agora da Conta Satélite da Cultura, podemos começar por referir que nos apresenta diversos indicadores relativos por exemplo, aos consumos das famílias referentes a exportações/importações, assim como o Valor Acrescentado Bruto (VAB) das diferentes atividades culturais na economia, etc.

O principal objetivo destas contas satélite é então permitir uma análise, tanto da dimensão, como da relevância da cultura na nossa economia. Para além disso, estas ainda tentam responder a qual o contributo que as atividades culturais, têm na atividade económica dos países que as desenvolvem. (Leite, 2018).

De acordo com o Regulamento do Sistema Europeu de Contas 2010:

“As contas satélite podem responder a necessidades específicas em matéria de dados, facultando mais pormenores, reformulando conceitos do sistema central ou fornecendo informações adicionais, como, por exemplo, sobre os fluxos e stocks não monetários. Podem afastar-se dos conceitos subjacentes ao sistema central. A reformulação de certos conceitos pode melhorar a relação com conceitos da teoria económica como os de bem-estar ou de custos de transação, conceitos administrativos como o rendimento tributável ou os lucros nas contas das empresas e conceitos políticos como indústrias estratégicas, economia do conhecimento e investimentos das empresas, utilizados na política económica nacional ou europeia. Quando assim acontece, as contas satélite comportam

um quadro que apresenta as relações entre os seus principais agregados e os do sistema central.” (Regulamento UE n.º 549/2013, 2013)

Estas têm diversos objetivos, tais como definir e caracterizar o campo cultural, ao mesmo tempo que as suas fronteiras, limites e taxonomia. Para além disso, as mesmas ainda são responsáveis por identificar produtos culturais e por identificar as atividades que geram esses mesmos produtos, de modo a conseguirem determinar os seus mecanismos de produção, consumo e mesmo troca. Outro objetivo destas contas é determinar e fazer a análise do consumo cultural, e consequentemente do gasto, conforme a sua finalidade, beneficiários e natureza.

As mesmas ainda proporcionam informações relevantes sobre não só a oferta, como também a demanda por produtos culturais, ao mesmo tempo que incorporam informações monetárias, ou não. Por fim, outro grande objetivo destas contas é determinar “os fluxos de comércio exterior de produtos culturais” (Convenio Andrés Bello, [s.d.]).

Tal como refere o IGAC - Inspeção-Geral das Atividades Culturais (2016), sendo o potencial da cultura tão elevado, são necessárias metodologias estatísticas serem desenvolvidas que meçam tanto a dimensão, como a contribuição deste setor na economia, preferencialmente permitindo a comparabilidade internacional. Porém, e como é expectável, a cultura não tem a coerência, por exemplo de um setor económico, esta é antes, a interseção de diversos setores (como indústria, comunicações, comércio, serviços, etc.) em torno de uma enorme função coletiva.

De acordo com o ESSnet-Culture (2012) e o INE (2015) as atividades culturais concentram-se em oito domínios, que se entendem como o “conjunto de práticas, atividades ou produtos culturais centrados em expressões reconhecidas como artísticas, enquanto as funções traduzem as diferentes fases da produção de produtos culturais, inspiradas na cadeia de valor” IGAC (2016). Ou seja, estes, não tentam hierarquizar as atividades culturais.

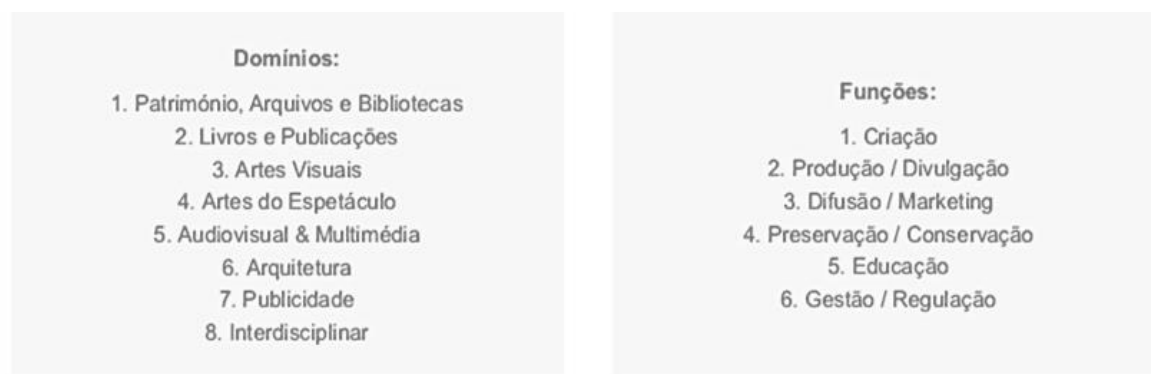
Os domínios aqui apresentados são: Património, Arquivos e Bibliotecas; Livros e Publicações; Artes Visuais; Artes do Espetáculo; Audiovisual & Multimédia; Arquitetura; Publicidade; Interdisciplinar.

As seis funções que concentra, por sua vez estão organizadas de forma centrífuga: a Criação é a atividade central, à qual se segue a Produção / Divulgação e

posteriormente a Difusão / Marketing. Já as funções de Preservação / Conservação, Educação e Gestão / Regulação constituem funções de apoio às anteriores) tal como refere o IGAC (2016).

Para melhor compreensão, na figura abaixo descrita, é exposta uma sistematização de tudo o que foi referido anteriormente, onde são apresentados os domínios e funções constitutivos do setor cultural segundo as Contas Satélite da Cultura.

Figura 7 - Domínios e Funções constitutivos do setor cultural segundo as Contas Satélite da Cultura



Fonte: (IGAC, 2016)

Deste modo, as Contas Satélite apresentam-se como uma importante ferramenta de medição dos contributos económicos diretos do setor cultural, nos países em que as mesmas foram desenvolvidas (Portugal, Espanha, Finlândia, Polónia e República Checa).

Vale ainda referir que em 2015 foi realizado o estudo "*Culture Satellite Accounts*": *An Examination of Current Methodologies and Country Experiences*", disponível atualmente como um projeto de relatório para consulta, mesmo não existindo um guia formal da UNESCO sobre as Contas Satélites Culturais (CSC) (UNESCO, 2015). Aqui, estão evidenciadas as práticas nas CSC para os países que as utilizam. Ainda que grande parte das mesmas se baseiam no *framework* da UNESCO para estatísticas culturais (2009). A revisão da UNESCO (2015) afirma uma variação considerável na forma como estas CSC são realizadas, tornando a comparação direta dos números complicada (South African Cultural Observatory, 2016).

A CSC 2018-2020 de Portugal foi desenvolvida pelo INE em parceria com o Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais (GEPAC), do Ministério da

Cultura, no âmbito de um protocolo de colaboração entre estas entidades (Cultura Portugal, 2022). Esta veio atualizar a CSC 2010–2012, sendo que Portugal foi o quinto país da Europa a ter uma Conta Satélite da Cultura, juntando-se então à Espanha, Finlândia, Polónia e República Checa.

Esta foi publicada em Outubro de 2022 e refere-se ao triénio 2018-2020. A mesma afirma que as atividades culturais valem cerca de 2,4% do VAB da economia portuguesa, tanto em 2018 como 2019. Já em 2020 observamos uma descida para 2,3%, valores bastante superiores aos observados na edição anterior, onde estas atividades culturais representaram apenas 1,7% do VAB da economia nacional (Cultura Portugal, 2022).

Todos estes dados, como tanto outros disponibilizados por estas CSC mostram a importância que o SCC tem para a economia, neste caso portuguesa.

Em seguida é apresentada uma tabela com a classificação das indústrias criativas segundo os diferentes modelos/*frameworks* referidos anteriormente.

Figura 8 - Classificação das indústrias criativas segundo DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura

MODELO/Framework				
DCMS	UNESCO	UNCTAD	ESSNET-CULTURE	CONTA SATÉLITE DA CULTURA
SETORES CONSIDERADOS/Características				
SETORES - Publicidade - Arquitetura - Arte e antiguidades - Artesanato - Design - Moda - Filme e vídeo - Música - Artes cénicas - Edição - Software - Televisão e rádio - Videojogos e jogos de computador	DOMÍNIOS CULTURAIS - Património natural e cultural - apresentações artísticas e celebrações - artes visuais e artesanato - livros e imprensa - mídias audiovisuais e interativas - design e serviços criativos DOMÍNIOS TRANSVERSAIS - património cultural imaterial - educação e formação - arquivos e preservação - equipamentos e materiais de apoio DOMÍNIOS RELACIONADOS - Turismo - Desporto e lazer	PATRIMÓNIO <u>Expressões culturais tradicionais:</u> - artesanato - festivais - celebrações <u>Locais culturais:</u> - locais arqueológicos - museus - bibliotecas - exposições - etc. ARTES <u>Artes visuais:</u> - pinturas - esculturas - fotografia - antiguidades <u>Artes cénicas:</u> - música ao vivo - teatro - dança - ópera - circo - teatro de fantoches - etc.	DOMÍNIOS CULTURAIS - <u>Património</u> (Museus, Lugares históricos, Sítios arqueológicos, Património intangível) - <u>Arquivos</u> - <u>Bibliotecas</u> - <u>Livros e Imprensa</u> - <u>Artes visuais</u> (Artes plásticas, Fotografia, Design) - <u>Artes cénicas</u> (Música, Dança, Teatro, Artes combinadas e outros espetáculos ao vivo) - <u>Audiovisuais e Multimédia</u> (Cinema, Rádio, Televisão, Vídeos, Gravações de som, Obras multimédia, Videogames) - <u>Arquitetura</u> - <u>Publicidade</u> - <u>Artesanato</u> FUNÇÕES - Criação	DOMÍNIOS - Património, Arquivos e Bibliotecas - Livros e Publicações - Artes Visuais - Artes do Espetáculo - Audiovisual & Multimédia - Arquitetura - Publicidade - Interdisciplinar FUNÇÕES - Criação - Produção / Divulgação - Difusão /Marketing - Preservação/ Conservação - Educação - Gestão / Regulação

		MÍDIA <u>Editoras e media impresso:</u> - livros - imprensa e outras publicações <u>Audiovisuais:</u> - filmes - televisão - rádio - demais radiodifusões CRIAÇÕES FUNCIONAIS <u>Design:</u> - interiores - gráfico - moda - joalheria - brinquedos <u>Novos media:</u> - software - videogames - conteúdo digital criativo <u>Serviços criativos:</u> - arquitetónico - publicidade - cultural e recreativo - P&D criativo - outros serviços criativos digitais	- Produção/Publicação - Divulgação/Comércio - Preservação - Educação - Gestão/Regulamentação	
--	--	---	--	--

Fonte: Autoria própria.

Com a tabela acima referida conseguimos ter uma visão abrangente das IC, organizadas de acordo com os diferentes modelos/*frameworks*, referidos anteriormente.

A classificação dessas mesmas indústrias de acordo neste caso com a DCMS, UNESCO, UNCTAD, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura demonstra-nos então a complexidade dos diferentes setores criativos que desempenham na nossa sociedade um papel fundamental, seja a nível da cultura ou mesmo da economia. Deste modo, a compreensão dos mesmos tornou-se fundamental não só para desenvolver estratégias e novas abordagens, mas também políticas capazes de promover e acima de tudo apoiar as IC.

Assim sendo, algo importante a ser melhorado no setor das indústrias criativas e culturais é este começar a ser classificado estatisticamente como um setor separado em todos os países, algo que não acontece. Só assim é possível haver coerência e

desenvolvimento, já que esta é uma indústria com cada vez mais potencial para desenvolver o seu crescimento económico.

Visto grande parte das informações estatísticas e não só, serem fragmentadas, para além da informação sobre este setor ser muitas vezes recolhida de forma regional ou setorial, faz com que não haja comparabilidade entre os diferentes países ao longo dos anos. Informação e dados estes, que quando recolhidos sistematicamente poderiam ajudar a perceber por exemplo, qual é o impacto social e económico e qual é o valor das indústrias culturais e criativas. Outras perguntas tais como, de que forma estas indústrias podem influenciar e contribuir para diferentes objetivos das políticas, tanto nacionais, como regionais poderiam ser respondidas, entre tantas outras convenientes, para melhor compreender o papel desta indústria – criativa e cultural – na nossa sociedade, e qual o seu impacto, por exemplo a nível económico.

Algo importante referir é que grande parte dos *frameworks* existentes para estatísticas culturais, foram criados com o objetivo de determinar qual é a contribuição financeira deste setor para o PIB da economia (UNESCO, 2007). Deste modo, tal como refere o South African Cultural Observatory (2016), “a maioria dos *frameworks* começa por utilizar o sistema de contas nacionais, utilizando os sistemas de classificação de dados existentes, tais como o sistema de Classificação Internacional Tipo Industrial (ISIC), e a Classificação Internacional Tipo das Profissões (ISCO)”.

Esta abordagem por muito boa que seja, tem falhas que necessitam ser melhoradas, tal como o facto de não ter em consideração o valor não mercantil ou intrínseco da cultura. Vários *frameworks* têm trabalhado em relação a isto, e como tal têm-se alargado de modo a incluir não só o impacto económico, como também o impacto social das indústrias culturais e criativas. Porém, o que se entende por "social" é sobretudo a inclusão da dimensão do consumo ou da participação, em vez de objetivos sociais mais amplos.

Bohm and Land (2008) apresentam ainda exemplos de variados valores públicos instrumentais relacionados às artes e à cultura tais como: "Criatividade e inovação; Educação, formação, competências e empregabilidade, Inclusão social e coesão comunitária e ... Capital humano e social".

Todo este impacto, ainda que por vezes indiretamente, leva não só ao crescimento económico, como ao aumento da produtividade em si, e mesmo à criação

de emprego, porém, regra geral não se encontram no *framework* de Referência para as Estatísticas Culturais. Todos estes impactos deveriam ser analisados e medidos, tal como refere o South African Cultural Observatory (2016), “ao nível de projetos e instituições individuais de artes, cultura e património, como é sugerido em *"A Framework for the Monitoring and Evaluation of Publically Funded Arts, Culture and Heritage"*”.

Deste modo, é fundamental compreender aquilo a que *frameworks* para as estatísticas culturais podem responder, assim como ao que não podem, tal como conceder dados qualitativos associados à cultura sobre valores não-mercantis.

Um passo crucial no desenvolvimento de um *framework* é então, a definição do âmbito das indústrias criativas e/ou culturais.

É ainda importante referir que existem diversas definições destas indústrias, tal como as referidas anteriormente, porém também devemos considerar a do *framework* da UNESCO para as estatísticas culturais, que ainda que nos dê orientação gerais, ainda se constitui muito amplo. Tal não impede que esteja a ganhar cada vez mais reconhecimento internacional, o que fez com que grande parte dos países o adaptasse de modo a ser ajustado ao seu próprio contexto, e mesmo à sua disponibilidade de dados.

Independentemente das diferentes classificações existentes, quer sejam estas mais ou menos abrangentes, estas indústrias cada vez mais têm um impacto económico, tornando-se consequentemente, cada vez mais importantes e significativas, no mundo em que vivemos (Ribeiro, 2020).

Nos últimos anos têm-se vindo a perceber que as mesmas têm um papel absolutamente transformador e estratégico no sistema produtivo. Deste modo, cada vez mais a importância da criatividade como insumo de produção é percebida, o que leva a que, a quantidade de pessoas que queira investir nestes setores aumente. Assim sendo, são necessárias políticas públicas que regulem as mesmas, assim como apoios governamentais.

4.3. Análise de Frameworks e Classificação das Atividades Económicas

Após o levantamento sobre os modelos teóricos e conceptuais para os *frameworks* de análise das indústrias culturais e criativas observou-se que cada modelo

apresentava uma taxonomia diferente com base num sistema específico, de acordo com o país onde o estudo foi desenvolvido. Como atividade de estágio procedeu-se à sua padronização através de tabelas de conversão para o CAE Rev.3 ou à adaptação de tabelas já existentes.

Esta classificação e os diferentes *frameworks* estão conectados entre si, na medida em que ambos desempenham um papel complementar tanto na classificação, como na análise, estratégia e até mesmo nas políticas relacionadas às atividades económicas. Assim sendo, estes ajudam-nos a melhor compreender essas mesmas atividades enquanto a CAE nos fornece uma estrutura para registar e analisar diferentes dados consistentemente.

Deste modo, e de acordo com o plano definido para estágio a que corresponde este relatório foi necessário realizar uma análise da conta satélite de cultura em Portugal, percebendo a sua configuração da Classificação das Atividades Económicas, surgindo a importância de se apresentar tabelas com os diferentes *frameworks* falados anteriormente, com a respetiva CAE.

4.3.1. DCMS

A seguinte tabela conta com o mapeamento das Indústrias Criativas segundo o DCMS, com o respetivo CAE Rev.3.

Tabela 5 - Mapeamento das Indústrias Criativas segundo o DCMS, com o respetivo CAE Rev.3⁸

DCMS		
Domínios ⁹	CAE Rev.3	Designação
Publicidade	73110	Agências de publicidade
	73120	Atividades de representação nos meios de comunicação
	73200	Estudos de mercado e sondagens de opinião

⁸ Tabela adaptada da "Table A1: Mapping Creative Industries using ISIC and the correspondent Portuguese nomenclature of economic – DCMS (UK) Model" disponibilizada no artigo "Industry-based methodological approaches to the measurement of Creative Industries: a theoretical and empirical account" disponível online em: <https://wps.fep.up.pt/wps/wp453.pdf> [acedido em Julho de 2023];

⁹ A seleção dos domínios foi baseada em DCMS (2010) "Creative Industries Economic Estimates - 10 February 2010" - Annex A , disponível online em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78418/Creative_Industries_Economic_Estimates_2010_technical_note.pdf [acedido em Julho de 2023];

Arquitetura	71110	Atividades de arquitetura
	71120	Atividades de engenharia e técnicas afins
	71200	Atividades de ensaios e análises técnicas
Artes e Antiguidades	47790	Comércio a retalho de artigos em segunda mão, em estabelecimentos especializados
Artesanato	23411	Olaria de barro
	23412	Fabricação de artigos de uso doméstico de faiança, porcelana e grés fino
	23413	Fabricação de artigos de ornamentação de faiança, porcelana e grés fino
	23414	Atividades de decoração de artigos cerâmicos de uso doméstico e ornamental
	23110	Fabricação de vidro plano
	23120	Moldagem e transformação de vidro plano
	23131	Fabricação de vidro de embalagem
	23132	Cristalaria
	23140	Fabricação de fibras de vidro
	23190	Fabricação e transformação de outro vidro (inclui vidro técnico)
	16291	Fabricação de outras obras de madeira
	16292	Fabricação de obras de cestaria e de espartaria
	32110	Cunhagem de moedas
	32121	Fabricação de filigranas
	32122	Fabricação de artigos de joalheria e de outros artigos de ourivesaria
	32123	Trabalho de diamantes e de outras pedras preciosas ou semipreciosas para joalheria e uso industrial
	32130	Fabricação de bijutarias
Design	74100	Atividades de design
Moda	14110	Confeção de vestuário em couro
	14120	Confeção de vestuário de trabalho
	14131	Confeção de outro vestuário exterior em série
	14132	Confeção de outro vestuário exterior por medida
	14133	Atividades de acabamento de artigos de vestuário
	14140	Confeção de vestuário interior
	14190	Confeção de outros artigos e acessórios de vestuário
	14200	Fabricação de artigos de peles com pêlo
	14310	Fabricação de meias e similares de malha
	14390	Fabricação de outro vestuário de malha
	15120	Fabricação de artigos de viagem e de uso pessoal, de marroquinaria, de correeiro e de seleiro
	15201	Fabricação de calçado
	15202	Fabricação de componentes para calçado
Vídeo, Filme & Fotografia	74100	Atividades de design
	59110	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59120	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
	59130	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59140	Projeção de filmes e de vídeos
	18200	Reprodução de suportes gravados
música e as artes visuais & performativas	74200	Atividades fotográficas
	59200	Atividades de gravação de som e edição de música
	90030	Criação artística e literária
	79900	Outros serviços de reservas e atividades relacionadas
	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	90010	Atividades das artes do espetáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	9321	Atividades de diversão e recreativas
Edição	9329	Outras atividades de diversão e recreativas
	58110	Edição de livros
	58130	Edição de jornais
	58140	Edição de revistas e de outras publicações periódicas
	58190	Outras atividades de edição
	63910	Atividades de agências de notícias
	63990	Outras atividades dos serviços de informação, n.e.
	18200	Reprodução de suportes gravados

Software, Jogos de Computador e Edição Eletrónica	58210	Edição de jogos de computador
	58290	Edição de outros programas informáticos
	62010	Atividades de programação informática
	62020	Atividades de consultoria em informática
Rádio e Televisão	60100	Atividades de Rádio
	60200	Atividades de televisão

Fonte: Adaptada de Cruz e Teixeira (2012)

4.3.2. UNESCO

A seguinte tabela conta com o mapeamento das Indústrias Criativas segundo a UNESCO, com o respetivo CAE Rev.3.

Tabela 6 - Mapeamento das Indústrias Criativas segundo a UNESCO, com o respetivo CAE Rev.3¹⁰

UNESCO		
Domínios ¹¹	CAE Rev.3 ¹²	Designação
Domínios Culturais		
Património natural e cultural	90010	Atividades das artes do espetáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	90030	Criação artística e literária
	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	9102	Atividades dos museus
	9103	Atividades dos sítios e monumentos históricos
	9104	Atividades dos Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários e dos Parques e Reservas Naturais
	47790	Comércio a retalho de artigos em segunda mão, em estabelecimentos especializados
Apresentações artísticas e celebrações	90010	Atividades das artes do espetáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	90030	Criação artística e literária
	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	32200	Fabricação de instrumentos musicais
	59200	Atividades de gravação de som e edição de música
	47630	Comércio a retalho de discos, CD, DVD, cassetes e similares, em estabelecimentos especializados

¹⁰ Tabela adaptada da “Table 2. Cultural productive activities and goods and services defined with the CPC 2 and ISIC 4 codes” disponibilizada no artigo “UNESCO Guide to Mapping the Cultural Sector for Evidenced Based Policy Making in Developing Countries”, disponível online em: https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/UNESCO%20Cultural%20Sector%20Mapping%20Guidelines_OctoberVersion.pdf [acedido em Julho de 2023] utilizando a tabela de equivalência de ISIC Rev.4 para NACE 2, disponível online em: https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/tables/ISIC/ISIC31_ISIC4/ISIC31_ISIC4.txt [acedido em Julho de 2023], disponibilizada pela UNSTAT em: <https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/isic> [acedido em Julho de 2023];

¹¹ A seleção dos domínios foi baseada na “Figure 2. Framework for cultural statistics domains” disponibilizada no artigo “2009 UNESCO FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS” - disponível online em: https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf [acedido em Julho de 2023];

¹² A nomenclatura portuguesa CAE (Classificação das Atividades Económicas) Rev.3 tem correspondência direta com o NACE-REV.2.

Artes visuais e artesanato	90010	Atividades das artes do espetáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	90030	Criação artística e literária
	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	72200	Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas
	74200	Atividades fotográficas
	58190	Outras atividades de edição
Livros e imprensa	32110	Cunhagem de moedas
	3212	Fabricação de joalheria, ourivesaria e artigos similares
	72200	Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas
	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
	58110	Edição de livros
	58130	Edição de jornais
	58140	Edição de revistas e de outras publicações periódicas
Mídias audiovisuais e interativas	58190	Outras atividades de edição
	47610	Comércio a retalho de livros, em estabelecimentos especializados
	47620	Comércio a retalho de jornais, revistas e artigos de papelaria, em estabelecimentos especializados
	63910	Atividades de agências de notícias
	63990	Outras atividades dos serviços de informação, n.e.
	4649	Outro comércio por grosso de bens de consumo
	90010	Atividades das artes do espetáculo
Design e serviços criativos	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	90030	Criação artística e literária
	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	58210	Edição de jogos de computador
	58290	Edição de outros programas informáticos
	59110	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59120	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
Educação cultural	59130	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59200	Atividades de gravação de som e edição de música
	59140	Projeção de filmes e de vídeos
	60100	Atividades de rádio
	60200	Atividades de televisão
	63120	Portais Web
	63910	Atividades de agências de notícias
Turismo	77220	Aluguer de videocassetes e discos
	47630	Comércio a retalho de discos, CD, DVD, cassetes e similares, em estabelecimentos especializados
	47910	Comércio a retalho por correspondência ou via Internet
	74100	Atividades de design
	71110	Publicidade
	71120	Atividades de engenharia e técnicas afins
	73110	Agências de publicidade
Domínios transversais		
Educação cultural	73120	Atividades de representação nos meios de comunicação
	85320	Ensinos secundário tecnológico, artístico e profissional
	85410	Ensino pós-secundário não superior
	85420	Ensino superior
Domínios relacionados		
Turismo	85520	Ensino de atividades culturais
	49100	Transporte interurbano de passageiros por caminho-de-ferro
	49320	Transporte ocasional de passageiros em veículos ligeiros
	4939	Outros transportes terrestres de passageiros, n.e
	5010	Transportes marítimos de passageiros
	51100	Transportes aéreos de passageiros
Estabelecimentos hoteleiros		

	55300	Parques de campismo e de caravanismo
	79110	Atividades das agências de viagem
	79120	Atividades dos operadores turísticos
	79900	Outros serviços de reservas e atividades relacionadas
	55300	Parques de campismo e de caravanismo
	77210	Aluguer de bens recreativos e desportivos
Desporto e lazer	93110	Gestão de instalações desportivas
	93130	Atividades de ginásio (fitness)
	93120	Atividades dos clubes desportivos

Fonte: Adaptada de UNESCO (2009)

4.3.3. ESSnet-Culture

As seguintes tabelas contam com o mapeamento das Indústrias Criativas segundo o ESSnet-Culture, com o respetivo CAE Rev.3.

Tabela 7 - Mapeamento dos domínios das Indústrias Criativas segundo o ESSnet-Culture, com o respetivo CAE Rev.3¹³

ESSnet-Culture		
Domínios ¹⁴	CAE Rev.3 ¹⁵	Designação
Património, Arquivos, Bibliotecas	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
	91020	Atividades dos museus
	91030	Atividades dos sítios e monumentos históricos
Livros e Publicações	58110	Edição de livros
	58130	Edição de jornais
	58140	Edição de revistas e de outras publicações periódicas
	63910	Atividades de agências de notícias
	47610	Comércio a retalho de livros, em estabelecimentos especializados
	47620	Comércio a retalho de jornais, revistas e artigos de papelaria, em estabelecimentos especializados
	74300	Atividades de tradução e interpretação
Artes visuais	90030	Criação artística e literária
	74200	Atividades fotográficas
	74100	Atividades de design

¹³ Tabela adaptada da “Tabela A.0: Atividades culturais previstas no relatório ESSnet-Culture em nomenclatura NACE-REV.2.”, disponibilizada no artigo “A DIMENSÃO ECONÓMICA DO SETOR CULTURAL segundo as Contas Satélite da Cultura Europeias” disponível *online* em: <https://www.igac.gov.pt/documents/20178/557437/A+dimensao+do+setor+cultural+segundo+as+Contas+Satelite+da+Cultura+europeias.pdf/55a86760-f16c-4c57-a01c-0de22e9e01fa?fbclid=IwAR1Nw6UdM7YefzgpimzGdfn6qCFJlhnwxaXH3gqi87tBZYQftGzxucOqBUY> [acedido em Julho de 2023].

¹⁴ A seleção dos domínios foi baseada no ESSnet-Culture (2012) “ESSnet-Culture final report”, disponível *online* em: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf/a6518128-69b3-4d89-82b8-060a3ad0d1d5> [acedido em Julho de 2023];

¹⁵ A nomenclatura portuguesa CAE (Classificação das Atividades Económicas) Rev.3 tem correspondência direta com o NACE-REV.2.

Artes Cénicas	90010	Atividades das artes do espectáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espectáculo
	90040	Exploração de salas de espectáculos e atividades conexas
Audiovisuais e Multimédia	59110	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59120	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
	59130	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59140	Projeção de filmes e de vídeos
	58210	Edição de jogos de computador
	59200	Atividades de gravação de som e edição de música
	60100	Atividades de rádio
	60200	Atividades de televisão
Arquitetura	47630	Comércio a retalho de discos, CD, DVD, cassetes e similares, em estabelecimentos especializados
	77220	Aluguer de videocassetes e discos
Arquitetura	71110	Atividades de arquitetura
Publicidade	73110	Agências de publicidade
Artesanato	85520	Ensino de atividades culturais

Fonte: Adaptado de IGAC (2016).

Tabela 8 - Mapeamento das funções das Indústrias Criativas segundo o ESSnet-Culture, com o respetivo CAE Rev.3¹⁶

ESSnet-Culture		
Funções ¹⁷	CAE Rev.3 ¹⁸	Designação
Criação	47610	Comércio a retalho de livros, em estabelecimentos especializados
	47620	Comércio a retalho de jornais, revistas e artigos de papelaria, em estabelecimentos especializados
	47630	Comércio a retalho de discos, CD, DVD, cassetes e similares, em estabelecimentos especializados
Produção/Publicação	58110	Edição de livros
	58130	Edição de jornais
	58140	Edição de revistas e de outras publicações periódicas
	58210	Edição de jogos de computador
	59110	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59120	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
	59130	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59140	Projeção de filmes e de vídeos
Divulgação/Comércio	59200	Atividades de gravação de som e edição de música
	60100	Atividades de rádio
	60200	Atividades de televisão

¹⁶ Tabela adaptada da "TABLE A.III -CULTURAL CREATIVE ACTIVITIES WITH CAE REV.3 CLASSES BY FUNCTIONS" disponibilizada no artigo "FINANCIAL PERFORMANCE IN PORTUGUESE CREATIVE INDUSTRIES AND MACROECONOMIC FLUCTUATIONS: A FIRM-BASED ANALYSIS (2004-2011)", disponível online em <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/10847/1/DM-MSCSF-2015.pdf> [acedido em Julho de 2023];

¹⁷ A seleção das funções foi baseada no ESSnet-Culture (2012) "ESSnet-Culture European Statistical System Network on Culture final report", disponível online em: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf/a6518128-69b3-4d89-82b8-060a3ad0d1d5> [acedido em Julho de 2023];

¹⁸ A nomenclatura portuguesa CAE (Classificação das Atividades Económicas) Rev.3 tem correspondência direta com o NACE-REV.2.

	63910	Atividades de agências de notícias
	71110	Atividades de arquitetura
	73110	Agências de publicidade
Preservação	74100	Atividades de design
	74200	Atividades fotográficas
	74300	Atividades de tradução e interpretação
	77220	Aluguer de videocassetes e discos
Educação	85520	Ensino de atividades culturais
	90010	Atividades das artes do espetáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	90030	Criação artística e literária
Gestão/Regulamentação	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
	91020	Atividades dos museus
	91030	Atividades dos sítios e monumentos históricos

Fonte: Adaptada de Fialho (2015)

4.3.4. Conta Satélite Cultura

A seguinte tabela conta com o mapeamento das Indústrias Criativas segundo as Contas Satélite da Cultura, com o respetivo CAE Rev.3.

Tabela 9 - Mapeamento das Indústrias Criativas segundo as Contas Satélite da Cultura, com o respetivo CAE Rev.3¹⁹

CONTA SATÉLITE CULTURA		
Domínios ²⁰	CAE Rev.3	Designação
Património Cultural	91020	Atividades dos museus
	91030	Atividades dos sítios e monumentos históricos
Arquivos	91012	Atividades dos arquivos
Bibliotecas	91011	Atividades das bibliotecas
Livros e Publicações	18110	Impressão de jornais
	18120	Outra impressão
	47610	Comércio a retalho de livros, em estabelecimentos especializados
	47620	Comércio a retalho de jornais, revistas e artigos de papelaria, em estabelecimentos especializados
	58110	Edição de livros
	58130	Edição de jornais
	58140	Edição de revistas e de outras publicações periódicas

¹⁹ Tabela disponível em “Quadro 1 - Distribuição das principais atividades económicas seleccionadas, por Domínio” disponibilizada no artigo “Conta Satélite da Cultura – 2010-2012 Notas metodológicas” - disponível *online* em: <https://polobs.pt/wp-content/uploads/2021/02/Notas-Metodologicas-CS-Cultura.pdf> [acedido em Julho de 2023];

²⁰ A seleção dos domínios foi baseada “Tabela I.1: Domínios e Funções constitutivos do setor cultural (Instituto Nacional de Estatística, 2015)” disponibilizada no artigo “A DIMENSÃO ECONÓMICA DO SETOR CULTURAL segundo as Contas Satélite da Cultura Europeias”, disponível *online* em: <https://www.igac.gov.pt/documents/20178/557437/A+dimensão+do+setor+cultural+segundo+as+Contas+Satélite+da+Cultura+europeias.pdf/55a86760-f16c-4c57-a01c-0de22e9e01fa> [acedido em Julho de 2023]

	63910	Atividades de agências de notícias
Artes Visuais	74100	Atividades de design
	74200	Atividades fotográficas
	32200	Fabricação de instrumentos musicais
Artes do Espetáculo	79900	Outros serviços de reservas e atividades relacionadas
	90010	Atividades das artes do espetáculo
	90020	Atividades de apoio às artes do espetáculo
	90040	Exploração de salas de espetáculos e atividades conexas
	93291	Atividades tauromáquicas
Audiovisual e Multimídia	18200	Reprodução de suportes gravados
	47630	Comércio a retalho de discos, CD, DVD, cassetes e similares, em estabelecimentos especializados
	58210	Edição de jogos de computador
	59110	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59120	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
	59130	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
	59140	Projeção de filmes e de vídeos
	59200	Atividades de gravação de som e de edição de música
	60100	Atividades de rádio
	60200	Atividades de televisão
Arquitetura	71110	Atividades de arquitetura
Publicidade	73110	Agências de publicidade
Interdisciplinar	47111	Comércio a retalho em supermercados e hipermercados
	47784	Comércio a retalho de outros produtos novos, em estabelecimentos especializados, n. e.
	47790	Comércio a retalho de artigos em segunda mão, em estabelecimentos especializados
	69200	Atividades de contabilidade e auditoria; consultoria fiscal
	72200	Investigação e desenvolvimento das ciências sociais e humanas
	74300	Atividades de tradução e interpretação
	74900	Outras atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares, n. e.
	84112	Administração Regional Autónoma
	84123	Administração Pública - atividades da cultura, desporto, recreativas, ambiente, habitação e de outras atividades sociais, exceto segurança social obrigatória.
	85320	Ensinos secundário tecnológico, artístico e profissional
	85420	Ensino superior
	85520	Ensino de atividades culturais
	85593	Outras atividades educativas, n. e.
	90030	Criação artística e literária
	93192	Outras atividades desportivas, n.e.
	93294	Outras atividades de diversão e recreativas, n. e.
	94991	Associações culturais e recreativas
	94995	Outras atividades associativas, n. e.
	82990	Outras atividades de serviços de apoio prestados às empresas, n. e.

Fonte: (INE, [s.d.])

4.3.5. UNCTAD

A seguinte tabela conta com o mapeamento das Indústrias Criativas segundo a UNCTAD, com o respetivo CAE Rev.3.

Tabela 10 - Mapeamento das Indústrias Criativas segundo a UNCTAD, com o respetivo CAE Rev.3²¹

²¹ Tabela adaptada de “Lista de desejos” proposta pela UNCTAD para serviços criativos baseados nos códigos EBOPS ” disponibilizada no artigo “Relatório de Economia Criativa 2010” disponível *online* em:

UNCTAD			
Domínios ²²	Atividade Económica	CAE Rev.3 ²³	Designação
Artes visuais	Fotografia	7420	Atividades fotográficas
	Pinturas e esculturas	900	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
Artes Cênicas	Artes Cênicas	900	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
		5920	Atividades de gravação de som e edição de música
		1820	Reprodução de suportes gravados
		3220	Fabricação de instrumentos musicais
Serviços de Publicações	Serviços de Publicações	5811	Edição de livros
		5812	Edição de listas destinadas a consulta
		5813	Edição de jornais
		5819	Outras atividades de edição
		5920	Atividades de gravação de som e edição de música
		582	Edição de programas informáticos
		1811	Impressão de jornais
		1812	Outra impressão
		6391	Atividades de agências de notícias
Serviços Audiovisuais e Relacionados	Rádio e Televisão	6010	Atividades de rádio
		6020	Atividades de televisão
		5912	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
		5920	Atividades de gravação de som e edição de música
		6391	Atividades de agências de notícias
	Filme	5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
		6020	Atividades de televisão
		5913	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
		5914	Projeção de filmes e de vídeos
Design	Interior	7410	Atividades de design
		3100	Fabricação de mobiliário e de colchões
	Joias	3211	Cunhagem de moedas
		3212	Fabricação de joalheria, ourivesaria e artigos similares
Artes Cênicas	Brinquedos	3240	Fabricação de jogos e de brinquedos
	Conteúdo digital online	5811	Edição de livros
		5813	Edição de jornais
		5920	Atividades de gravação de som e edição de música
		5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
Serviços Criativos	Serviços de Publicidade	582	Edição de programas informáticos
		731	Publicidade
		5812	Edição de listas destinadas a consulta
		5813	Edição de jornais
		6010	Atividades de rádio
		6020	Atividades de televisão
		5813	Edição de jornais
		5819	Outras atividades de edição

https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf [acedido em Julho de 2023], e utilizando a tabela de equivalência de CPC Ver. 2 para ISIC Rev. 4., disponível *online* em: https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/tables/ISIC/ISIC4_CPC2/ISIC4-CPC2.txt [acedido em Julho de 2023]

²² A seleção dos domínios foi baseada na “Tabela 1.1 Sistemas de classificação para as indústrias criativas derivados de diferentes modelos” disponibilizada no artigo “Relatório de Economia Criativa 2010”, disponível *online* em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_pt.pdf [acedido em Julho de 2023]

²³ A nomenclatura portuguesa CAE (Classificação das Atividades Económicas) Rev.3 tem correspondência direta com o ISIC Rev. 4.

Royalties e Taxas de Licença		6311	Atividades de processamento de dados, domiciliação de informação e atividades relacionadas
		6312	Portais Web
	Serviços de Arquitetura	7111	Atividades de arquitetura
	Serviços Culturais e recreativos	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
		9102	Atividades dos museus
		9103	Atividades dos sítios e monumentos históricos
		9321	Atividades dos parques de diversão e temáticos
		9329	Outras atividades de diversão e recreativas
	Royalties e Taxas de Licença	7722	Aluguer de videocassetes e discos
		582	Edição de programas informáticos
		5811	Edição de livros
		5812	Edição de listas destinadas a consulta
		5813	Edição de jornais
		5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
		5912	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, videos e programas de televisão
		5913	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão
5920		Atividades de gravação de som e edição de música	
9000		Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias	
7740	Locação de propriedade intelectual e produtos similares, exceto direitos de autor		

Fonte: Adaptada de UNCTAD (2010)

Após análise das tabelas acima referidas consegue perceber-se que efetivamente os diferentes modelos/*frameworks*, das diferentes instituições não contêm na sua definição de indústrias criativas os mesmos domínios/funções. Tal se reflete quando estas (IC), são apresentadas a partir da visão do CAE pelo qual foram categorizados pelas instituições (DCMS, UNESCO, ESSnet-Culture e Conta Satélite da Cultura).

4.4. Identificação de fontes e dados do ObCrel.pt

Para o presente relatório de estágio também se constituiu importante contextualizar o leitor sobre a forma como atua o Obcrei e qual o *framework* que utiliza, qual a sua estrutura interpretativa, qual a estrutura de indicadores que utilizam, etc.

Assim sendo, relativamente ao *framework* do Obcrei, podemos referir que o indicador cultural é um instrumento que realiza a ponte interdisciplinar entre a perspetiva económica, e a perspetiva infocomunicacional.

Ao nível da estrutura interpretativa, esta componente direcionada à análise sobre o SCC que envolve, quer as dimensões, quer o ciclo criativo, foi um processo de construção.

Relativamente à estrutura dos indicadores desta plataforma, é importante mencionar que a sua visualização incide nas ICC, permitindo a apropriação e a

compreensão, por parte de pessoas ligadas a esta área (privilegiando uma abordagem tanto sistemática como relacional), porém também o permite ao público em geral, que geralmente tende a pesquisar por termos de linguagem natural. Tal significa que o utilizador comum, poderá apenas pesquisar por “museus”, que esta plataforma localiza este mesmo termo, devolvendo ao utilizador a informação existente acerca dos mesmos.

Deste modo os indicadores são então reconhecidos como uma síntese interpretativa, que procura perceber simultaneamente a realidade cultural e criativa, tornando-a plausível de interpretação, mas também “para o interesse teórico (investigação académica), programático (formulação de políticas) ou democrático (exercício social de participação e fidelização das políticas culturais)” (CITCEM, 2022).

O Obcrei.pt escolheu então optar por trabalhar com a estruturação base da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD, já que após análise, esta foi a proposta que melhor se encaixou neste projeto, já que garantia uma maior comparabilidade de indicadores, para além de ser a mais adequada em relação às categorias apresentadas pela organização.

Assim sendo e de acordo com a UNCTAD, o Obcrei utiliza sistematizadamente as seguintes categorias:

- Artes performativas (música, teatro, dança, outros)
- Artes plásticas visuais (pintura, escultura, fotografia, outros)
- Expressões culturais tradicionais (artesanato e festivais)
- Sítios culturais (monumentos, sítios, museus, bibliotecas e galerias)
- Audiovisual (filmes, TV, rádio)
- Edição e média impressa (livros, jornais e outros)
- Design (interiores, gráfico, produto, moda, joalharia, brinquedos)
- Serviços criativos (arquitetura, publicidade e outros)
- Novos media (*software*, videojogos, conteúdos digitais)

Framework: Dimensão

Em relação à componente das dimensões, esta plataforma procura no fundo, estabelecer um reconhecimento sociológico com todos os agentes envolvidos nas IC.

Para além disso, simultaneamente a mesma pretende também perceber que existem agentes e instituições do Estado, da economia (mercado) e mesma da sociedade, que constituem a estrutura de um ou mais domínios, e perceber onde é que estes estão a atuar.

Agentes criativos são então sujeitos (individuais e coletivos), que têm a capacidade de intervir nos processos estabelecidos nas ICC, como por exemplo, consumidores de televisão portuguesa ou empreendedores na produção de música.

Instituição por sua vez, é “o conjunto estruturado e complexo de relações sociais estabelecido a partir de valores e procedimentos comuns e atuando como mecanismos estruturantes de comportamentos e práticas nos diferentes momentos da produção criativa. Exemplo: Câmara Municipal.” (Creia.lab, [s.d.])

Assim sendo, na dimensão do estado “destaca-se a compreensão das suas estruturas, responsáveis por atuar na normalização, regulação e fomento das indústrias culturais e criativas. O uso dos indicadores está em avaliar, medir, monitorizar as práticas e o desempenho de governos em diferentes escalas, tais como as despesas públicas em cultura de uma Câmara Municipal.” (Pinto, Martins e Silva, 2021).

Já na economia (mercado) “há a medição dos aspetos económicos das indústrias culturais e criativas com a mobilização de emprego, renda, impacto no Produto Interno Bruto, entre outros. Além disso, é possível identificar o uso de indicadores para prospetar mercados, padrões de comportamento ou valores.” (Pinto, Martins e Silva, 2021).

Por fim, na sociedade “notam-se leituras de comportamentos, valores e formas de observar e agir na realidade criativa e cultural. Os indicadores servem para entender os comportamentos e as formas de criar, produzir e consumir criatividade/cultura.” (Pinto, Martins e Silva, 2021)

Framework: Ciclo Criativo

Sendo que a inserção do ciclo se refere à necessidade de observar a estrutura de um determinado campo criativo é importante referir duas entidades, já que as mesmas foram essenciais para a criação deste observatório, sendo estas a UNESCO e o INE. A partir das mesmas, considera-se um ciclo constituído pelas seguintes funções:

- **Criação:** atividades relacionadas com a elaboração de ideias e conteúdos artísticos de produtos culturais.
- **Produção/Divulgação:** atividades que contribuam para a transformação de um trabalho original num trabalho disponível.
- **Difusão/Marketing:** atividades que não só comunicam como também difundem conteúdos, de forma a tornar os produtos culturais disponíveis para todos os consumidores.
- **Preservação/Conservação:** atividades que conservam, protegem, restauram e mantêm o património cultural.
- **Educação:** inclui educação formal e não formal na área da cultura.
- **Gestão/Regulação:** atividades desenvolvidas por organizações, públicas ou privadas, cuja missão é disponibilizarem os meios para um ambiente favorável para as atividades, operadores e espaços culturais.
- **Consumo/participação:** atividades e experiências das audiências/consumidores/participantes com a indústria criativa. Por exemplo, visitar galerias de arte, ler livros, escutar rádio, etc.

Escalas administrativas

Relativamente à escala utilizada para este projeto, foi optada pela utilização da Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos (NUTS), que é “um sistema hierárquico de divisão do território em regiões” (PORDATA, [s.d.]).

Tendo sido criada no início dos anos 70 pela Eurostat, esta nomenclatura visa a harmonização das estatísticas dos vários países em termos de recolha, a compilação e a divulgação de diferentes estatísticas a nível regional (PORDATA, [s.d.]).

A mesma subdivide-se em 3 níveis (NUTS I, NUTS II, NUTS III), definidos de acordo com critérios populacionais, administrativos e geográficos.

Vale também ressaltar que em 2015 entrou em vigor uma nova divisão regional em Portugal – NUTS 2013, sendo a versão anterior a NUTS 2002²⁴. A NUTS 2013 em relação à anterior contém significativas alterações de número e de composição municipal das NUTS III, as quais passaram de 30 para 25 unidades territoriais, designadas

²⁴ Alterações entre a versão 2002 e a versão 2013 das NUTS III, disponível para consulta em: https://www.pordata.pt/Site_Static/PORDATA_NUTS2013_PT.pdf.

agora de «unidades administrativas», sendo que estas correspondem às "Entidades Intermunicipais", "Região Autónoma dos Açores" e "Região Autónoma da Madeira".

Relativamente às NUTS I e II, a nova versão - NUTS 2013, não implicou alterações, tendo apenas a designação da NUTS II "Lisboa" passado para "Área Metropolitana de Lisboa" (PORDATA, [s.d.]).

Deste modo, atualmente, os 308 municípios de Portugal agrupam-se em 25 NUTS III, 7 NUTS II e 3 NUTS I, tal como se pode observar na seguinte figura/tabela.

Figura 9 - Divisão NUTS III, NUTS II, NUTS I



Fonte: (PORDATA, [s.d.])

Tabela 11 - Divisão NUTS III, NUTS II, NUTS I

NUTS III	NUTS II	NUTS I
Alto Minho Cávado Ave Área Metropolitana do Porto Alto Tâmega Tâmega e Sousa Douro Terras de Trás-os-Montes	Norte	Continente
Oeste Região de Aveiro Região de Coimbra Região de Leiria Viseu Dão Lafões Beira Baixa Médio Tejo Beiras e Serra da Estrela	Centro	

Área Metropolitana de Lisboa	Área Metropolitana de Lisboa	
Alentejo Litoral Baixo Alentejo Lezíria do Tejo Alto Alentejo Alentejo Central	Alentejo	
Algarve	Algarve	
Região Autónoma dos Açores	Região Autónoma dos Açores	
Região Autónoma da Madeira	Região Autónoma da Madeira	

Fonte: (PORDATA, [s.d.])

Deste modo, e para o carácter experimental do observatório este optou pelo nível NUTS II (Norte, Centro, Área metropolitana de Lisboa, Alentejo, Algarve, Região Autónoma dos Açores e Região Autónoma da Madeira).

Temporalidade

Relativamente à temporalidade, o Obcrei escolheu apresentar os anos de 2015, 2016 e 2017 já que foram os únicos anos, em que foi possível obter estatísticas do INE, de forma contínua, já que existe falta de informação disponível, o que leva a que seja preciso uma procura consistente por parte do observatório, em ordem a estar o mais atualizado possível.

A intencionalidade deste apresentar indicadores deve-se ao facto de o mesmo procurar desenvolver um exercício de visualização, permitindo não só a apropriação, como também a compreensão por parte de diferentes sujeitos das ICC, desde o público em geral, que procuram por termo de linguagem natural, até aos especialistas destes domínios, que privilegiam de uma abordagem sistemática e relacional.

Aqui os indicadores são reconhecidos como:

“uma síntese interpretativa construída a montante por agentes, estratégia e base teórica, que procura perceber a realidade cultural e criativa, tornando-a plausível de interpretação a jusante, para o interesse teórico (investigação académica), programático (formulação de políticas) ou democrático (exercício social de participação e fiscalização das políticas culturais).”

Assim sendo, na conjuntura tanto de criação, como de disponibilização de indicadores culturais e criativos, este observatório procura ser:

“um dispositivo infocomunicacional de articulação entre a disponibilização de indicadores sobre a realidade cultural e criativa e os grupos-alvo de interesse na temática, tais como: estudantes, docentes e investigadores; organismos da Administração Pública; entidades e demais agentes ligados ao setor; público em geral.(Creia.lab, [s.d.])

Deste modo, realmente podemos observar o quão importante este observatório é visto não só disponibilizar diferentes dados a diferentes agentes, mas também a forma como o faz (gratuitamente e de fácil acesso). O mesmo tem muito potencial, já que trata indústrias que cada vez mais, são importantes a diferentes níveis. Assim sendo, o trabalho da equipa por detrás deste é bastante importante, de modo ao mesmo, se ir atualizando e disponibilizando cada vez mais informação e indicadores.

4.5. Mapeamento de Observatórios de Indústrias Culturais e Criativas

Antes de mais é importante referir que um observatório é uma plataforma utilizada para a investigação científica, assim como a disseminação do conhecimento de uma determina área. Este dedica-se, acompanha e/ou fiscaliza, diferentes atividades e setores presentes na nossa sociedade. No contexto académico podemos afirmar que estes se focam em diagnosticar qualitativamente, e quantitativamente resultados de ações, projetos e práticas sociais.

Vale ainda referir o que são observatórios sociais, que significam “uma organização sem fins lucrativos que procura promover a qualidade na aplicação dos recursos através de um processo de supervisão dos governos locais...” (Barros *et al.*, 2019) “...e da aplicação dos recursos municipais em favor da sociedade local como um significado de transparência pública” (Barros *et al.*, 2019). Ou seja, aqui consegue-se perceber que um observatório social é uma forma de supervisionar as políticas públicas dos governos, ao mesmo tempo que também fomentam a transparência pública.

Outra definição dada por González *et al.* (2013) é que “...os observatórios (sociais) concentram-se na produção e divulgação de informação fiável, atualizada e oportuna, com o objetivo de promover a participação dos cidadãos nas políticas educativas adequadas às necessidades da região”. De uma forma mais abstrata, os

observatórios são “uma instância criada por um coletivo, para acompanhar a evolução de um fenómeno, geralmente social, a partir de um ponto de vista” (Schmidt e Silva, Da, 2018).

O seu surgimento deu-se com o principal objetivo de supervisionar a utilização de fundos públicos por parte do governo local, através do envolvimento de determinados setores da sociedade, em ordem a avaliar tanto a qualidade da administração pública, como a transparência das políticas públicas. Desta forma, o observatório social surge então, como uma ferramenta anticorrupção, intensificando e potencializando ainda, a transparência das políticas públicas (Barros *et al.*, 2019).

Com o passar dos tempos, estes observatórios sociais foram alargando a sua perspetiva e consequentemente o seu âmbito. Segundo uma perspetiva construtivista, estes tentam contribuir para o desenvolvimento humano, assim como para a qualidade de vida nas cidades. Para além disto, os mesmos ainda tentam contribuir para a administração pública. Aqui conseguimos observar inerentemente o envolvimento dos cidadãos, ou seja, é introduzida uma nova perspetiva de responsabilização e de análise das exigências e necessidades da sociedade (Barros *et al.*, 2019).

Resumidamente estes podem ter uma natureza tanto temática como setorial, podendo ter cobertura local, regional ou nacional. Para além disso, podem ser promovidos por diferentes organizações ou empresas sociais, e claro, pela administração pública. A sua missão centra-se em caracterizar questões específicas, momentos, e mesmo situações, em certos contextos, tornando-se deste modo pontos centrais de informação, informação esta fiável e fidedigna, algo muito importante nos dias de hoje, em que existe uma quantidade abismal de informação.

Quanto aos seus objetivos, podemos referir que tentam combater a desinformação, constituindo-se como uma ferramenta de *fact-checking*. Estes facilitam ainda a previsão de cenários futuros, ou seja, são capazes de analisar tendências, de apoiar a tomada de decisões, e de captar, processar e divulgar informação, seja em que formato for, em ordem a gerar conhecimento, útil e fidedigno. Assim sendo, podemos dizer que estes se apresentam atualmente como um instrumento de gestão, que procura envolver a participação das pessoas com interesse e conhecimento, na elaboração, e claro implementação e ações de políticas públicas, o que podemos

traduzir numa promoção da cidadania participativa, algo tão importante numa era em que os cidadãos querem estar informados e envolvidos (CITCEM, 2022).

Assim sendo, e como é de conhecimento geral, as indústrias culturais e criativas agregam em si diferentes atividades, tendo todas algo em comum – a criatividade, o conhecimento cultural e a propriedade intelectual como capital, de modo a produzir bens e serviços, com significado cultural e social.

A joalheria, o cinema, as artes performativas, a rádio, a música, a fotografia, a arquitetura entre tantas outras áreas, fazem parte daquilo que são indústrias culturais e criativas, um setor cada vez mais em crescimento. Deste modo é necessária uma consolidação, visto ser um setor tão diverso e ao mesmo tempo tão disperso entre si. Tal não impediu, que o mesmo se tornasse responsável por uma importância económica bastante significativa para a maior parte dos países, gerando empregos e capital, como já referido anteriormente.

Deste modo observatórios relativos a esta indústria cada vez mais são relevantes, já que ajudam diferentes pessoas, a melhor compreender, e a acompanhar o crescimento das ICC.

Segundo Maria de Fátima Makiuchi, da Universidade de Brasília - no campo específico das políticas culturais, estas estruturas "emergem motivadas pela necessidade de acompanhar as várias políticas concebidas pelos países, os impactos que geram nas populações e, mais importante ainda, o aprofundamento da democracia e a redução das desigualdades sociais" (Centro de Estudos de Comunidade e Sociedade, 2019).

Assim sendo, e como é previsível existem diversos observatórios ligados às indústrias culturais e criativas, tanto a nível nacional como internacional.

Seguidamente, e de acordo com o plano de trabalho desenvolvido para este relatório, são apresentados diferentes observatórios, analisando-os, dando uma descrição dos mesmos e expondo ainda como estes atuam.

4.5.1. Observatórios Nacionais

Na seguinte tabela é apresentado um mapeamento a nível nacional de observatórios ligados às indústrias criativas. Através da leitura de uma breve descrição

e dos objetivos que os próprios definiram é possível ficar a conhecê-los um pouco melhor, ainda que mais à frente serão referidos individualmente e mais detalhadamente.

Tabela 12 – Levantamento de Observatórios Nacionais, breve descrição e objetivos

OBSERVATÓRIOS NACIONAIS	
BREVE DESCRIÇÃO	OBJETIVOS
MILOBS - Observatório sobre Média, Informação e Literacia https://milobs.pt	
“Acompanha, monitoriza e divulga o que se faz no domínio da Educação para os Media, em Portugal e no estrangeiro, ao mesmo tempo que promove a Literacia Mediática junto dos diferentes setores da sociedade.” (MILOBS, [s.d.])	• “Reunir informação relevante e atualizada nos vários domínios da Educação para os Media; • Partilhar experiências de sucesso tendo por horizonte e preocupação a literacia na esfera da comunicação e dos media; • Estimular e facilitar o trabalho das pessoas que se movem nesta área, nomeadamente no campo da formação; • Construir redes de interação, com entidades nacionais e internacionais, com preocupações similares às do MILObs; • Prestar serviços a entidades terceiras, no domínio da formação, consultadoria, estudos e pareceres; • Tomar posição pública relativamente a matérias de interesse público relacionadas com o seu campo de atividade.” (MILOBS, [s.d.])
PoLObs - Observatório de Políticas de Ciência, Comunicação e Cultura https://polobs.pt	
“Projeto de monitorização das principais ações que, em Portugal, mobilizam o campo da comunicação e da cultura. Inscrevendo-se naquilo que tem sido desde sempre a marca de intervenção da investigação desta unidade de pesquisa, este observatório tem o propósito de rastrear as políticas públicas em esferas decisivas dos média e da comunicação enquanto domínio científico e de educação.” (POLOBS, [s.d.])	• “Monitorar e analisar as políticas de comunicação e cultura em Portugal; • Desenvolver uma atividade de intervenção pública na área da regulação dos média, nomeadamente em matéria de serviço público; • Apresentar propostas de atuação em matérias em que a comunicação possa contribuir para o desenvolvimento social e cultural do país; • Mapear as políticas de educação e ciência no campo da comunicação; • Monitorizar o desenvolvimento de uma política pública de cultura; • Promover a constituição de uma rede de agentes culturais e académicos; • Analisar as políticas de proteção do património cultural, bem como as políticas de apoio à criação e programação cultural e à formação de públicos;

	• Desenvolver ações de cooperação com organismos públicos que possam beneficiar de instrumentos de comunicação e assim promover uma cidadania mais ativa; • Promover investigação-ação que contribua para a aproximação entre a academia e a sociedade civil.” (POLOBS, [s.d.])
Obercom - Observatório da Comunicação https://obercom.pt	
“Centrado na análise das dinâmicas comunicacionais contemporâneas.” (OBERCOM, [s.d.]) “O OberCom tem-se debruçado sobre os aspetos transformativos da indústria dos media em Portugal e no mundo, nomeadamente a televisão, rádio e imprensa / jornalismo e entretenimento.” (OBERCOM, [s.d.])	• “Mapeamento das dinâmicas evolutivas da Internet, redes sociais e outras estruturas digitais de mediação • Produção de conhecimento • Mediação de um debate aberto, envolvendo académicos e especialistas, principais atores na indústria da comunicação em Portugal e público em geral. • Documenta, com alguma amplitude, tendências e mudanças na Europa e internacionalmente por forma a analisar os sectores de Media portugueses num contexto alargado.” (OBERCOM, [s.d.])
Obi.Media - Observatório de inovação nos media https://obi.media	
“Têm como missão monitorizar e analisar práticas de inovação narrativa, digital, social, inclusiva e financeira presentes nos órgãos de comunicação social e noutras áreas do sector cultural e criativo português. Ao mesmo tempo, quer identificar obstáculos à inovação e propor respostas, em articulação com os profissionais, o mercado e a sociedade.” (Obi.Media, [s.d.])	“Com a sua investigação e intervenção propõem-se a alcançar oito dos 17 Objetivos que se seguem: • Analisar o papel da inovação no desenvolvimento das ICC portuguesas; • Gerar indicadores anuais para a comunidade académica e sociedade civil; • Contribuir para linhas de investigação nacionais e internacionais; • Ajudar os profissionais das ICC a maximizar o potencial para a inovação e criatividade; • Trabalhar com a comunidade académica, profissional e civil, numa logica de ciência e inovação abertas; • Apoiar os estudantes de doutoramento no desenvolvimento da sua investigação nestes campos; • Desenvolver uma base de dados de recursos relacionados com a inovação nas ICC; • Ser um observatório de boas praticas internacionais; • Estimular a comunicação de ciência e promover ações e plataforma de partilha de conhecimento; • Identificar obstáculos a inovação e contribuir para a sua concretização;

	• Promover a investigação e a prática artística no campo da inovação através de residências e formação em metodologias; • Promover uma conferência anual sobre inovação nos media; • Colaborar com redes internacionais; • Reunir anualmente casos de inovação nos órgãos de comunicação social portugueses e noutras ICC pontuais; • Promover o debate sobre literacia cultural e criativa; • Promover estudos no âmbito das audiências das ICC; • Assegurar a interdisciplinaridade, a interação e a inclusão. Maior objetivo: Ter, sobretudo, um impacto positivo na comunidade académica, nos profissionais dos media e outras indústrias culturais e criativas (ICC), e na sociedade civil.” (Obi.Media, [s.d.])
Ob.EMMA – Observatório da Música Eletrónica e Arte Multimédia http://obemma.pt	
“Este integra em si duas linhas de investigação, tal como o nome sugere a música eletrónica e a media arte, ambas exploradas maioritariamente de forma autónoma, porém sem desconceituar paralelismos e/ou similaridades que viabilizem análises conjuntas.” (OBEMMA, [s.d.])	• “Monitorização, mapeamento, diagnóstico e promoção da investigação da música eletrónica e media arte em Portugal.” (OBEMMA, [s.d.])
OPAC - Observatório Português das Atividades Culturais https://www.opac.cies.iscte-iul.pt	
“Tem como missão o estudo, produção e disponibilização pública de informação rigorosa e atualizada nos diversos domínios culturais visando desta forma contribuir para os debates atuais na sociedade portuguesa e para a formulação, acompanhamento e avaliação das políticas públicas.” (Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, [s.d.])	• “A produção e difusão de indicadores sobre as artes e a cultura, incluindo o que vem sendo designado como sectores cultural e criativo; • A realização de estudos próprios e a participação em parcerias com instituições públicas e privadas; • A realização e participação em projetos de investigação dos sistemas científico nacional, europeu e internacional; • A realização e participação em encontros e outras iniciativas de debate e disseminação de resultados de estudos; • O desenvolvimento da articulação entre investigação e formação avançada, de 2º e 3º ciclo, no ISCTE²⁵.” (OPAC, [s.d.])

²⁵ Instituto Universitário de Lisboa

OTICC - Observatório Transfronteiriço das Indústrias Culturais e Criativas
<http://www.iccobservatorio.pt/pt>

A criação deste surgiu de modo a ser possível monitorizar e avaliar digitalmente a realidade do empreendedorismo no setor cultural e a promoção dos produtos criativos que impulsionam a competitividade empresarial no território de cooperação da Euroregião Alentejo-Algarve-Andaluzia. Ou seja, o mesmo permite um conhecimento mais aprofundado do comportamento do sector das indústrias culturais e criativas nestas regiões, o que permite implementar estratégias transfronteiriças que atendam tanto às tendências como às necessidades destes atores. (OTICC, [s.d.])

- Contribuir para o conhecimento das diferentes indústrias criativas e culturais, através de informação estatística, que nos permite traçar um retrato do setor em si.(OTICC, [s.d.])

Observatório da Cultura da Universidade de Coimbra
<https://www.uc.pt/ocuc>

O OCUC foi instituído pelo Estatuto do estudante integrado em atividades culturais no âmbito da Universidade de Coimbra e da Associação Académica de Coimbra.

- “Apoiar a Universidade no desenvolvimento da sua estratégia para a cultura;
- Acompanhar as atividades culturais da UC²⁶ e da AAC²⁷ no sentido do reconhecimento do seu mérito e da promoção da sua qualidade;
- Analisar os pedidos de reconhecimento de grupos com atividade cultural relevante no âmbito da UC e da AAC;
- Articular a concessão do Estatuto de Estudante Integrado em Atividades Culturais no âmbito da UC com o suplemento ao diploma;
- Desenvolver sistemas de monitorização, acompanhamento e estudo das atividades culturais no âmbito da UC.”(Universidade de Coimbra, [s.d.])

Observatório CREATOUR
<https://ces.uc.pt/observatorios/creatour/>

²⁶ Universidade de Coimbra

²⁷ Associação Académica de Coimbra

“O Observatório CREATOUR é uma plataforma intersetorial que congrega investigadores e profissionais dos setores cultural e criativo e do turismo, ligando a academia aos setores público e privado, numa lógica de crítica, avaliação e reflexão para produção de conhecimento relativamente às práticas culturais, de turismo criativo e demais áreas disciplinares associadas.”(Observatório CREATOUR, [s.d.])	• “Monitorizar e avaliar as práticas culturais, criativas e de turismo sustentável de base cultural e criativa • Gerar conhecimento e know-how que promova a ligação entre cultura, criatividade e turismo • Relacionar a pesquisa com a prática adaptando e disseminando o conhecimento académico à sociedade civil • Estimular a coprodução de conhecimento entre investigadores e profissionais • Promover e desenvolver mecanismos de capacitação • Desenvolver e proporcionar formação avançada e especializada a investigadores e profissionais • Gerar informação e recomendações que apoiem a elaboração de políticas públicas nas áreas da cultura, criatividade e turismo • Promover o diálogo internacional, debate e troca de conhecimento com as práticas culturais e criativas e de turismo sustentável de base cultural e criativa, por via da iniciativa CREATOUR International.”(Observatório CREATOUR, [s.d.])
---	---

Fonte: Autoria própria

Após análise da tabela acima descrita, percebe-se que existem diferentes observatórios nacionais ligados às ICC. Tal mostra-se ser benéfico para diferentes agentes do setor e mesmo para o cidadão comum já que estes disponibilizam através das suas plataformas informações, dados, estatísticas, estudos, etc., relevantes para o SCC. Em seguida são apresentados estes mesmos observatórios, de uma forma mais minuciosa, tentando perceber o que estes disponibilizam ao seu público, e a forma como o fazem.

4.5.1.1. MILObs- Observatório sobre Media, Informação e Literacia

O MILObs - Observatório dos Media, Informação e Literacia, é um projeto que começou em 2012 (porém apenas foi publicado em 2018), com um Protocolo de Cooperação assinado entre o Centro de Comunicação e Investigação da Sociedade, da Universidade do Minho e o que era então, o Gabinete para os Meios de Comunicação Social (MILOBS, [s.d.]).

Para além disto, vale referir que o mesmo conta com várias parcerias, para além de ser membro associado do Programa de Cooperação UNESCO-UNAOC²⁸ UNITWIN²⁹, sobre Literacia dos Meios de Comunicação e Informação, e Rede de Presidentes de Diálogo Intercultural.

Inicialmente este propõe um resumo do que é a Literacia Mediática, apresentando uma breve síntese histórica, conceitos e metodologias, etc. Além de que o mesmo, também apresenta diferentes políticas interessantes, tanto nacionais como internacionais, que poderão ser do interesse dos seus utilizadores, para além de diversos materiais (como documentos, leis, diretrizes, atividades, *websites*) relativos ao Serviço Público de Media, não só em Portugal, mas também na Europa.

No seu *website*, existe ainda um “separador”, sobre as práticas de educação para os media organizado em “(...) três vertentes: iniciativas, ações ou cursos de formação e projetos de intervenção no terreno. Nos casos pertinentes, destaca-se as práticas protagonizadas pelo MILObs e práticas de outras entidades” (MILOBS, [s.d.]).

Em relação à investigação, vale referir que apresentam diversos projetos “coordenados pela equipa do MILObs ou com a sua participação, bem como projetos externos divulgados pelos seus responsáveis.” (MILOBS, [s.d.]).

Os recursos (nacionais/internacionais) disponibilizados por este observatório são extensos, tendo uma enorme importância para todos os seus utilizadores. Aqui são disponibilizados “artigos, livros e relatórios, filmes e vídeos relacionados com os media, dados estatísticos e infografias, mas também sugestões de atividades de Literacia Mediática que podem ser realizadas em vários contextos, mas especialmente na Escola.” (MILOBS, [s.d.])

Por fim o mesmo conta com uma agenda, para todos os interessados ficarem a saber o que vai acontecer e quando, relacionado às áreas em que este observatório opera.

²⁸ United Nations Alliance of Civilizations

²⁹ University Twinning and Networking Programme

4.5.1.2. PolObs - Observatório de Políticas de Ciência, Comunicação e Cultura

O PolObs - Observatório de Políticas de Ciência, Comunicação e Cultura é uma estrutura de intervenção do CECS (Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade) da Universidade do Minho.

Este disponibiliza a todos os seus leitores boletins informativos, onde aborda diversos temas relevantes na área em que este opera, sendo produzidos pela equipa de investigadores que o próprio contém. Vale ressaltar que o último boletim informativo disponibilizado foi em 2022, relativo ao mês de setembro-outubro, contando até à data com mais 14 boletins.

Para além disso, a equipa deste observatório organizava um Seminário Permanente com o objetivo de “promover um espaço de reflexão sobre políticas de ciência, comunicação e cultura” bastante relevante, já que fomentava “o debate sobre temáticas como a regulação dos media, as políticas científicas e de ensino e as dinâmicas culturais”. Os oradores de cada mês eram diferentes, sendo maioritariamente pessoas ligadas a diferentes universidades.

Estes tiveram início em 2018, sendo que o último realizado ocorreu a 25 de Janeiro de 2021. Não existem confirmações que os mesmos deixaram de ser realizados, mas visto terem uma periodicidade mensal, pressupõem-se o término da realização dos mesmos.

Este observatório partilha ainda diferentes notícias, que poderão ser do interesse dos seus utilizadores, e por fim disponibiliza o intitulado “Mapa Virtual”, onde é possível observar associações de comunicação na Europa, Ibero-América, mundial, PALOP (Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa); entidades reguladoras e observatórios de cultura inseridos nos países da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa), países da OEI (Organização Dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura), países da UE (União Europeia), países da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e países do COE (Conselho da Europa) (POLOBS, [s.d.]).

Este observatório também conta com o “mediascópio”, onde apresenta diferentes decretos, portarias, certificados, etc., interessantes para os seus utilizadores, tendo já sido aqui publicado, no ano em que estamos (2023) (POLOBS, [s.d.]).

O mesmo também (re)publica diferentes políticas, como a legislação da área da ciência, comunicação social e cultura, entre outros (POLOBS, [s.d.]).

Apresenta ainda diferentes projetos, por exemplo “*cultura e desenvolvimento: projetos culturais em rede e a agenda 2030*”, todos com diferentes equipas de investigação, e diferentes tipos de financiamento (POLOBS, [s.d.]).

Para além de tudo isto, disponibiliza diferentes documentos, como livros, revistas científicas, teses de doutoramento, *working papers*, etc., sobre a temática que o mesmo desenvolve (POLOBS, [s.d.]).

Este observatório contém ainda redes sociais, de modo a dar mais visibilidade ao que fazem, inclusive no Facebook, onde publicam regularmente. Por fim, é importante referir que é possível através do *site*, subscrever à sua *newsletter*, que segundo os mesmos, dá a quem a subscrever, o conhecimento de todas as novidades da sua plataforma - PolObs.

4.5.1.3. OberCom - Observatório da Comunicação

O OberCom - Observatório da Comunicação, é uma associação sem fins lucrativos, centrada na análise dos setores dos Media portugueses, num contexto alargado. Este, tem como principal tarefa, “investigar e analisar os media e a comunicação social em Portugal.” (OBERCOM, [s.d.]), sendo esta investigação realizada, ou no quadro do observatório, ou através de diferentes parcerias, tanto nacionais, como internacionais.

Este observatório publica investigação sobre diferentes temáticas, sendo estas:

- Agências de Notícias
- Mercado e Prospetiva
- Cinema e Conteúdos Audiovisuais
- Consumo e Literacias de Media
- Covid-19 e crise pandémica
- Desinformação e *fake news*
- *Digital News Report*
- Estudos de Caso Jornalísticos
- Imprensa Mercado e Prospetiva

- Internet em Portugal
- Investigação
- *Media Management*
- Migração TDT (Televisão Digital Terrestre)
- Mobilidade, Telemóveis e Media
- Novas Tendências de Autoria
- Novos Modelos de Negócio Media
- Publicidade
- Rádio Mercado e Prospetiva
- Serviço Público e Valor Público dos Media
- Sociedade de informação e Redes Sociais
- Televisão Mercado e Prospetiva

Visto ter como objetivo, “divulgar descobertas e análises no campo do estudo dos media e das ciências da comunicação” este observatório, criou um *Journal* designado de (OBS*) Observatório³⁰ que permite “a divulgação científica em Portugal e nos continentes americano, europeu, africano e asiático”(OBERCOM, [s.d.]). Vale ainda referir, que este observatório também contém uma *newsletter*, para que todos os seus assinantes estejam a par das novidades do mesmo.

Para além disto, este Observatório da Cultura, conta ainda com um separador designado de ‘*media trends*’, onde disponibiliza o barómetro de jornalismo (inquérito do OberCom que “analisa o estado da profissão jornalística em Portugal e cobre um vasto número e assuntos sobre as práticas e perceções dos jornalistas.”(OBERCOM, [s.d.])), o barómetro de *media trends* (inquérito do OberCom que “analisa o estado do mercado de media em Portugal através da opinião dos gestores do sector da comunicação e cobre um vasto número de assuntos sobre as tendências do mercado de media.”(OBERCOM, [s.d.])), e o anuário estatístico dos media, que conta com a colaboração das seguintes instituições: ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações; APCT - Associação Portuguesa de Controlo e Tiragem; DGEEC – Direção Geral de Estatísticas da Educação e Ciência; ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual;

³⁰ Website: <https://obs.obercom.pt/index.php/obs/index>

IGAC – Inspeção Geral das Atividades Culturais; INE - Instituto Nacional de Estatística; Marktest; Omnicom – OmnicomMediaGroup.

Vale também ressaltar, que sendo parceiro do EJO (European Journalism Observatory) em Portugal, o OberCom também publica regularmente os resultados dos seus estudos, na rede europeia EJO (OBERCOM, [s.d.]).

Por fim, o mesmo através de diferentes parcerias, oferece aos seus utilizadores diversos recursos tais como “uma seleção de livros e monografias publicadas no campo dos media e comunicação” (neste caso, pareceria com o Portal da Comunicação), entre tantos outros (OBERCOM, [s.d.]).

4.5.1.4. Obi.Media - Observatório de inovação nos media

O Obi.Media - Observatório de inovação nos media, está integrado na Unidade de investigação ICNOVA (Instituto de Comunicação da NOVA), da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa, e é um observatório dedicado à inovação nos media e outras indústrias criativas, tendo como principal missão “monitorizar e analisar práticas de inovação narrativa, digital, social, inclusiva e financeira presentes nos órgãos de comunicação social e noutras áreas do sector cultural e criativo português.” (Obi.Media, [s.d.]).

Para além disso, o mesmo quer ainda, ser capaz de identificar obstáculos à inovação, mas também propor respostas, em articulação com diferentes profissionais, o mercado e mesmo a sociedade.

É ainda importante referir que este, organiza ações de informação, desenvolvem estudos de observação e de impacto, entre tantos outros serviços e colaborações, que realmente têm um impacto positivo na sociedade, na comunidade académica no geral, assim como nos profissionais dos media, e de qualquer outra ICC. Neste momento este observatório está a desenvolver quatro iniciativas sendo estas, a realização da análise e mapeamento da oferta curricular, a nível universitário, no âmbito do empreendedorismo/inovação, nos cursos de media; o mapeamento e a análise de projetos de media independentes, e de empreendedores portugueses; a comparação dos resultados, com os resultados dos parceiros latino-americanos e europeus; e o desenvolvimento de um microsite ligado às atividades do observatório e à cobertura editorial da investigação, em relação às áreas acolhidas (ICNOVA, [s.d.]).

Este observatório conta ainda com diversas publicações, tais como relatórios elaborados pelo mesmo, publicações realizadas pela equipa (constituída por investigadores, doutorandos e colaboradores da indústria), curtas análises, ensaios e opiniões. O mesmo, conta também com uma *newsletter*, em que todos os meses são partilhadas ideias sobre inovação, com todos os utilizadores que a subscreverem.

O Obi.Media tenta também ter um impacto positivo na sociedade com projetos de investigação (neste momento encontram-se dois em curso), parcerias e experiências (OBI.MEDIA, [s.d.]).

Para além disso, este observatório contém ainda um glossário, bastante interessante, onde são expostos alguns dos conceitos de interesse para um observatório da sua natureza, para além de casos de inovação, tanto a nível nacional, como internacional. O mesmo apresenta ainda diferentes instituições, iniciativas e apoios do interesse do seu público, para além de disponibilizar relatórios e indicadores, revistas académicas de diferentes temas, por exemplo empreendedorismo, gestão e inovação. Este apresenta também notícias da atualidade, e tudo o que está a acontecer dentro da área da inovação nos media.

Por fim, este observatório tem uma forte presença em redes sociais, tendo conta no instagram, no twitter e no facebook, onde publica de forma assídua, fazendo com que a informação que disponibiliza, alcance cada vez mais público (OBI.MEDIA, [s.d.]).

4.5.1.5. Ob.EMMA - Electronic Music and Media Art Observatory

O Ob.EMMA, sigla para Electronic Music and Media Art Observatory, caracteriza-se como o observatório pioneiro de “monitorização, mapeamento, diagnóstico e promoção da investigação da música eletrónica e media arte em Portugal.” (Ob.EMMA, [s.d.])

Este integra em si duas linhas de investigação, tal como o nome sugere, a música eletrónica e a media arte, ambas exploradas maioritariamente de forma autónoma, porém sem desconceituar paralelismos e/ou similaridades que viabilizem análises conjuntas.

O mesmo faz parte do CITCEM e apresenta no seu site o nome de investigações, ou seja, produção científica/publicações e produção científica/dissertações de mestrado, de trabalhos realizados no âmbito deste observatório.

Este observatório realmente tem potencial que não está a ser aproveitado, já que não disponibiliza qualquer tipo de informações ou dados, documentos, estatísticas, etc., para os seus utilizadores, algo que sem dúvida seria benéfico para todos os seus utilizadores.

4.5.1.6. OPAC - Observatório Português das Atividades Culturais

O OPAC - Observatório Português das Atividades Culturais, foi criado em 2018 no Instituto Universitário de Lisboa - ISCTE. Este, tal como os demais, têm como missão “o estudo, a produção e disponibilização pública de informação rigorosa e atualizada nos diversos domínios culturais.” (OPAC, [s.d.]).

No seu *website* pode aceder-se a diferentes registos de informação, tais como, estudos, indicadores, publicações, notícias, relatórios e ligações.

Neste momento têm em curso diferentes estudos, por exemplo o estudo do “Sector Artístico e Cultural em Portugal”, para além de diferentes indicadores e estatísticas em preparação, como por exemplo “Despesas dos municípios com cultura” e “Despesas da administração central com cultura”.

Vale ainda ressaltar, que este observatório para além do que está a fazer neste momento, já tem diversos estudos publicados, tal como o “Diagnóstico e Caracterização dos Museus da DGPC³¹ e das DRC³²”, ou mesmo o “Estudo de Públicos de Museus Nacionais”.

Para além disto, este observatório apresenta também diferentes indicadores, utilizando dados do Instituto Nacional de Estatística (INE).

Por fim, o mesmo apresenta diferentes ligações do interesse das atividades culturais, assim como relatórios, tal como as “Estatísticas da Cultura” da autoria do INE, ou mesmo o estudo “*Culture & working conditions for artists*”, da autoria da UNESCO. Basicamente aqui são apresentados diferentes documentos do interesse de agentes, ou mesmo do público em geral que está interessado em saber mais, e de forma atualizada o que se passa no universo das IC.

³¹Direção-Geral do Património Cultural

³² Direções Regionais de Cultura

Este, à semelhança de observatórios anteriormente observados, também está presente em redes sociais, nomeadamente no facebook, onde conta com um número considerável de pessoas a segui-los (quase 2 mil pessoas).

4.5.1.7. OTICC - Observatório Transfronteiriço das Indústrias Culturais e Criativas

Outro observatório interessante no âmbito das IC é o OTICC - Observatório Transfronteiriço das Indústrias Culturais e Criativas, sendo este uma das atividades do projeto Magalhães. Este projeto foi financiado pelo FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional), através do Programa INTERREG V- A Espanha-Portugal (POCTEP - Programa de Cooperação Transfronteiriça Espanha-Portugal) 2014-2020 (OTICC, [s.d.]).

A criação do mesmo surgiu de modo a ser possível, monitorizar e avaliar digitalmente, a realidade do empreendedorismo no setor cultural, e a promoção dos produtos criativos que impulsionam a competitividade empresarial no território de cooperação da Eurorregião Alentejo-Algarve-Andaluzia. Ou seja, o mesmo permite um conhecimento mais aprofundado do comportamento do setor das ICC nestas regiões, o que permite implementar estratégias transfronteiriças que atendam tanto às tendências, como às necessidades destes atores. O seu principal objetivo é então, contribuir para o conhecimento das diferentes indústrias criativas e culturais, através de informação estatística, que nos permita traçar um retrato do setor em si.

Assim sendo, o mesmo oferece diferentes recursos, inclusive podemos filtrar o tipo de recurso que se quer pesquisar em Documentação Europeia; Estudo; Guia; e Política Pública.

Para além disso, o mesmo apresenta também, diferentes estatísticas nas regiões do Algarve, Alentejo e Andaluzia, podendo os mesmos serem filtrados, ou pelo município (depois dá para selecionar o município que o utilizador pretender), ou pela área temática (artes plásticas, atividades artísticas e de espetáculo, emprego, atividade económica das empresas, publicações periódicas, cinema, empresas e estabelecimentos, financiamento público, património cultural e radiodifusão). Após o utilizador selecionar o que pretender, terá de selecionar pelo menos dois anos de que quer as estatísticas (2016,2017,2018,2019), e quais os indicadores desejados.

Vale ainda salientar que aqui são utilizados dados do INE - Instituto Nacional de Estatística, do GEP - Gabinete de Estratégia e Planeamento, e do MTSSS - Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social.

Este observatório também disponibiliza de forma rápida e gratuita, registar atividade ou negócio (nas regiões do Algarve, Alentejo ou Andaluzia), através de um formulário disponibilizado pelos mesmos.

Por fim, o mesmo disponibiliza diferentes contactos, tanto de financiamento, como projetos, aconselhamento, etc., nas regiões referidas anteriormente, para todos os interessados.

4.5.1.8. Observatório da Cultura da Universidade de Coimbra

O Observatório da Cultura da Universidade de Coimbra (OCUC) é então uma iniciativa vinculada à Universidade de Coimbra e à Associação Académica de Coimbra, tendo sido instituído pelo Estatuto do estudante integrado em atividades culturais.

Infelizmente, este apenas nos disponibiliza as suas missões sendo estas:

- “Apoiar a Universidade no desenvolvimento da sua estratégia para a cultura;
- Acompanhar as atividades culturais da UC e da AAC (Associação Académica de Coimbra) no sentido do reconhecimento do seu mérito e da promoção da sua qualidade;
- Analisar os pedidos de reconhecimento de grupos com atividade cultural relevante no âmbito da UC e da AAC;
- Articular a concessão do Estatuto de Estudante Integrado em Atividades Culturais no âmbito da UC com o suplemento ao diploma;
- Desenvolver sistemas de monitorização, acompanhamento e estudo das atividades culturais no âmbito da UC.” (Universidade de Coimbra, [s.d.]).

Para qualquer informação acerca do mesmo, disponibilizam ainda um email (OCUC@UC.PT), por onde se podem tirar dúvidas.

Vale ainda referir que a sua presença no *online* podia ser mais informativa, interativa, e atualizada, até porque com o site do mesmo pouco se compreende de que forma atuam, não dando ao leitor uma ideia clara daquilo que é o OCUC.

4.5.1.9. Observatório CREATOUR

Sendo considerado uma iniciativa de investigação multidisciplinar, o CREATOUR Azores é “um projeto com uma abordagem integrada de investigação e aplicação, que visa desenvolver uma pesquisa centrada no turismo criativo nas regiões insulares; diversificar as ofertas turísticas nos Açores; e fortalecer as ligações com outras regiões portuguesas onde este modelo está a ser implementado através do projeto CREATOUR.”(Obsevatório CREATOUR, [s.d.])

Assim sendo, o principal objetivo deste observatório é capacitar diferentes agentes localizados no arquipélago dos Açores para não só desenvolverem, como também implementarem e promoverem experiências de turismo criativo, visto que através das mesmas, os turistas terão a oportunidade de participar ativamente em atividades criativas, proporcionando, tal como refere este observatório, “oportunidades de aprendizagem, auto-expressão criativa e interação com as comunidades locais”.

Esta abordagem do turismo criativo permite todos beneficiem com o turismo, quer os próprios turistas, quer as comunidades locais, já que ao promover a vitalidade e a sustentabilidade cultural, leva a que atividades artísticas/criativas desempenhem um papel determinante no desenvolvimento socioeconómico.

Para além disso, este projeto procura também reforçar “o conhecimento sobre os segmentos de mercado específicos com maior interesse em produtos de turismo criativo, que podem ser oferecidos na região (fazendo corresponder perfis de características e ofertas de destinos específicos), bem como identificar os canais mais apropriados para comunicar com esses segmentos diferenciados.” Devido à sua localização única e características intrínsecas dos Açores, existe um grande potencial para o desenvolvimento de ofertas de turismo criativo atrativas e únicas a nível internacional.

Vale ainda referir que o CREATOUR Azores é co-coordenado pelo Observatório de Turismo dos Açores (OTA) e pela Universidade dos Açores, em parceria com o Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra, sendo financiado pelo FEDER através do programa operacional Açores 2020 e por fundos regionais através da Direcção Regional de Ciência e Tecnologia (Obsevatório CREATOUR, [s.d.]).

O mesmo apresenta ainda diferentes informações e dados interessantes, nomeadamente com a publicação de notícias e publicações (capítulos de livros e mesmo livros, entre outras). Também dá a conhecer aos seus leitores diferentes oportunidades nas áreas que abordam e que necessitam de pessoas, disponibilizando o formulário para candidatura, algo que realmente é benéfico para quem estiver à procura de projetos, etc., para se candidatar. Para além disso disponibilizam também um calendário, onde é possível observar eventos relevantes para as áreas que tratam, que se irão realizar, ou já foram realizados.

Por fim, desenvolvem uma rede de projetos piloto onde “as organizações piloto integrantes assumem um papel de relevo, através do desenvolvimento e implementação de um conjunto de atividades de turismo criativo” (Observatório CREATOUR, [s.d.]).

Deste modo, e segundo o mesmo, este promove “atividades de turismo criativo, interativas e de escala humana, construídas com base em tradições culturais locais, aptidões, conhecimentos e práticas artísticas emergentes, ambicionando contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades locais em todo o país” (Observatório CREATOUR, [s.d.]).

Sem dúvida que este é um observatório muito interessante e benéfico para todos os seus utilizadores, porém poderia ser atualizado mais frequentemente.

Além dos observatórios referidos, existem outros a nível nacional que, ou ainda se encontram em desenvolvimento, como é o caso do ObsMeL - Observatório dos Média na Lusofonia, e o Observatório da Cultura e Indústrias Criativas da Madeira (RTP MADEIRA, 2021), ou observatórios que não estão completamente inseridos nas ICC.

A maior parte dos observatórios referidos procuram diagnosticar quer qualitativamente, quer quantitativamente os resultados de ações, projetos e práticas sociais, fomentando a transparência pública. Estes tentam contribuir de certa forma para o desenvolvimento humano, mas também para a administração pública, com toda a informação/dados/estatística/etc., que disponibilizam.

Deste modo, poderemos identificá-los como um instrumento de gestão, que ajudam diferentes pessoas a melhor compreender e a acompanhar o crescimento das ICCs, tal como foi referido anteriormente.

Ainda assim, vale também ressaltar que grande parte dos mesmos realiza uma análise documental, análise bibliográfica, etc., mas não foi possível identificar uma categorização, ou seja, uma taxonomia clara e objetiva do que estes entendem por IC.

Deste modo acaba por não só se problematizar a configuração de indicadores, mas também a própria existências de observatórios e daquilo que os mesmos observam, sendo que o critério para qualquer tipo de observatório, é observar uma realidade, principalmente do ponto de vista, em que seja possível compará-la com outras realidades, e se não há a mesma base de comparação, visto cada observatório ter a sua forma de categorizar e ver a realidade, não há comparação possível.

Ainda assim e sem dúvida alguma que a existência dos mesmo a nível nacional é uma mais valia, já que fornecem informações sobre o funcionamento das IC apresentando dados económicos, desafios enfrentados pelo setor, etc., o que ajuda os seus leitores a conseguir compreender mais facilmente o impacto das IC não só na economia do país, mas também na sociedade no geral. Para além disso os mesmo também poderão ajudar na tomada de decisões, na promoção, consciencialização, educação e apoio a este setor em desenvolvimento, nomeadamente em Portugal.

4.5.2. Observatórios Internacionais

Após mapeamento dos observatórios ligados às ICC a nível nacional, tornou-se também relevante fazê-lo a nível internacional. Assim sendo, na seguinte tabela é apresentado um mapeamento a nível internacional de observatórios ligados às indústrias criativas. Através da leitura de uma breve descrição e dos objetivos que os próprios definiram é possível ficar a conhecê-los um pouco melhor, inclusive o que têm para oferecer aos seus utilizadores e de que forma o fazem. No decorrer deste relatório os mesmos serão ainda referidos individualmente e mais detalhadamente, para uma melhor perceção da sua atuação enquanto observatórios.

Tabela 13 - Observatórios Internacionais, breve descrição e objetivos

OBSERVATÓRIOS INTERNACIONAIS	
BREVE DESCRIÇÃO	OBJETIVOS

CREAT4MED ³³ CCI Data Observatory https://creativemediterranean.org/resources/final-cross-country/	
“CREACT4MED é um projeto financiado pela União Europeia (UE) através do Programa EuropeAid,” (Creative Mediterranean, [s.d.])	• “visa reforçar as empresas e o empreendedorismo nas indústrias culturais e criativas (CCI) nos países vizinhos do Sul da UE, com especial incidência nos jovens e nas mulheres.”(Creative Mediterranean, [s.d.]) “
Cultural and Creative Cities Monitor https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor	
“(...) concebido para ajudar os decisores políticos nacionais, regionais e municipais a identificar os pontos fortes e oportunidades locais e a comparar as suas cidades com centros urbanos semelhantes, utilizando dados quantitativos e qualitativos.”(Comissão Europeia, [s.d.])	• “(...) promover o intercâmbio e a aprendizagem mútua entre cidades. Para os investigadores, espera-se que o conjunto de dados comparáveis gere novas questões e perspetivas sobre o papel da cultura e da criatividade no bem estar social e económico das cidades.”(Comissão Europeia, [s.d.])
SACO - South African Cultural Observatory https://www.southafricanculturalobservatory.org.za	
“(...)o Observatório Cultural Sul-Africano (SACO) é um projeto de investigação estatística e sócio-económica, lançado em 2014, que traça o impacto sócio-económico dos sectores das artes, cultura e património (ACH) e das indústrias culturais e criativas (CCIs) na África do Sul.” (South African Cultural Observatory, [s.d.])	• “Investigação avançada teórica e relevante em termos políticos sobre as tendências culturais e a economia cultural • A conceptualização e recolha de estatísticas (bases de dados) • Monitorização e avaliação do impacto de eventos culturais • Fornecer acesso físico e <i>online</i> à informação cultural • Desenvolvimento de capacidades nos sectores das Artes, Cultura e Património e Indústrias Criativas • Criação de redes, parcerias e partilha de conhecimentos • Promoção da diplomacia cultural” (South African Cultural Observatory, [s.d.])
Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory https://www.emiliaromagnaoosservatorioculturaecreativita.it/?lang=en	
“O Observatório da Cultura e da Criatividade é uma ferramenta integrada concebida para monitorizar o sector das ICC da região Emilia-Romagna.”(Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory, [s.d.])	• “O objetivo é a melhoria dos processos de tomada de decisão e o desenvolvimento de medidas à medida para apoiar o crescimento deste sector.” (Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory, [s.d.])

³³ Creative Entrepreneurs ACTing FOR the future MEDITerranean

Observatório Europeu do audiovisual https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/	
“o Observatório pretende promover uma maior transparência e uma melhor compreensão do funcionamento das indústrias audiovisuais na Europa, tanto do ponto de vista económico como jurídico.” (European Audiovisual Observatory, [s.d.])	• com o respetivo “recolher e divulgar informações sobre as indústrias audiovisuais na Europa.” ”(European Audiovisual Observatory, [s.d.])
Observatorio da Cultura Galega http://observatorio.consellodacultura.gal	
“O Observatório Galego da Cultura é uma unidade dependente do Conselho da Cultura que visa colmatar a lacuna de informação existente sobre a cultura através de um método rigoroso e padronizado de recolha de informação.” (Observatório da Cultura Galega, [s.d.])	• “Todos os resultados têm como objetivo final contribuir para o desenvolvimento de políticas culturais baseadas em evidências empíricas.” (Observatório da Cultura Galega, [s.d.])
Observatorio Extremeño de la Cultura https://observaculturaextremadura.es	
“(…) temos vindo a trabalhar sobre a necessidade de observar, recolher, analisar, gerar informação e avaliar os diferentes sectores da cultura a partir de diferentes perspetivas: políticas culturais, legislação, programas, ações, acervos, etc., tanto no sector público como no privado. Tudo isto com o objetivo de visualizar, argumentar, prever e fazer sugestões sobre a cultura, as suas políticas, o seu desenvolvimento e as suas tendências futuras, a fim de estarmos mais bem preparados para empreender políticas no sector.” (Observatorio Extremeño de la Cultura, [s.d.])	• “Visualizar o conjunto de práticas e processos culturais que se desenvolvem na nossa região. • Organizar e sistematizar a múltipla, ampla e diversificada produção cultural existente, facilitando o acesso à informação sobre a mesma. • Recolher conhecimentos sobre a oferta cultural esporádica que ocorre nos concelhos da Extremadura e que na maioria das vezes passa despercebida ou foge aos habituais circuitos ou canais de informação. • Gerar um espaço de encontro para todos e para todos no campo da cultura. Um espaço que fomenta alianças entre instituições públicas (regionais, provinciais e locais), empresas, indústrias, grupos culturais, organizações do terceiro setor (associações, fundações...), etc. Um espaço capaz de consolidar redes para o desenvolvimento da cultura. • Possibilitar uma visão objetiva, que promova uma análise dos aspetos culturais e conduza à deteção de necessidades de otimização de recursos. • Proporcionar um espaço de consulta geral e específico, que de carácter universal tenha acesso à cidadania e à sua representação através da participação das diferentes manifestações culturais.

	• Servir de referência regional e espaço partilhado na área da cultura.” (Cultura, [s.d.]). • Gerar dinâmicas de análise e reflexão e canais de partilhamento de conhecimento.
--	---

Fonte: Autoria própria.

4.5.2.1. CREAT4MED CCI Data Observatory

O projeto CREAT4MED é financiado pela União Europeia (UE) através do Programa EuropeAid. Este programa procura reforçar tanto as empresas, como o empreendedorismo em si, na área das ICC, em países vizinhos do Sul da União Europeia, com especial incidência nas mulheres, e nos jovens.

Este refere o que entende por ICC, sendo que se baseiam em diversas fontes. Para o mesmo, estas indústrias englobam a cultura e as artes (património cultural, gastronomia, artes visuais, artes do espetáculo, lazer e recreação, artesanato), os media (publicação, tv e rádio, meios digitais, jogos, filme e vídeo, música) e o design (*software*, publicidade, arquitetura, design de interiores, desenho gráfico, moda).

Aqui, há a tentativa de mostrar como é que as ICC contribuem para a economia, sendo que disponibilizam diferentes dados sobre a contribuição destas indústrias para a mesma, em termos de criação de emprego, valor acrescentado, contribuição para as exportações/importações, etc., nos seguintes países: Argélia, Egipto, Israel, Jordânia, Líbano, Marrocos, Palestina e Tunísia (Creative Mediterranean, [s.d.]).

Para além disso, ainda dentro de cada um destes países, são disponibilizadas informações sobre fatores que podem melhorar o desenvolvimento dos setores subjacentes às ICC tais como infraestruturas culturais e digitais, política e legislação, assim como, informações sobre o estatuto da Propriedade Intelectual nos países-alvo (EU Neighbours, [s.d.]).

Vale ainda ressaltar que este observatório atua numa perspetiva setorial, ou seja, apresenta informações sobre setores específicos, tais como a produção cinematográfica, a indústria musical, os meios de comunicação social, etc.

Todos os dados aqui apresentados estão devidamente referenciados, o que ajuda o utilizador a perceber de onde estes vieram. Por exemplo, na análise do Líbano

utilizam dados da UNCTAD, do WIPO (Organização Mundial da Propriedade Intelectual), do ITU (União Internacional de Telecomunicações), da UNESCO, etc. (Creative Mediterranean, [s.d.]). Tal se torna importante para o utilizador já que sabe de onde veio a informação que está a visualizar.

4.5.2.2. Observatório das Cidades Culturais e Criativas / Cultural and Creative Cities Monitor

Publicado pela Comissão Europeia, o Observatório das Cidades Culturais e Criativas fornece ao seu público, diferentes dados comparáveis em nove dimensões - abrangendo tanto a cultura como a criatividade — realçando ainda o quanto esse desempenho contribui tanto para o desenvolvimento social, como para o crescimento económico e até mesmo a criação de empregos (Europe Direct Bragança, 2017).

“Este é o resultado de um projeto de investigação que cobre 168 cidades em 30 países europeus” (Europe Direct Bragança, 2017), sendo que se encontra disponível como uma ferramenta em linha/interativa, que permite a todos os seus utilizadores pesquisar as cidades pretendidas, “bem como um vasto leque de informação de natureza quantitativa e qualitativa sobre o respetivo desempenho” (Europe Direct Bragança, 2017).

Este observatório tem como principal objetivo a troca de informação e de experiências entre cidades, para uma aprendizagem mútua sobre o que dá resultados positivos e o que não dá. Deste modo, este observatório poderá ser uma mais-valia para agentes dos setores culturais e criativos ou mesmo decisores políticos que procuram identificar pontos fortes ou mesmo domínios a melhorar, podendo aqui ser feita uma comparação de quais cidades são mais dinâmicas, e como o atingiram (Secretaria Geral da Economia, [s.d.]).

4.5.2.3. SACO - South African Cultural Observatory

Lançado em 2014 e iniciado pelo Departamento do Desporto, Artes e Cultura (DSAC), através da Mzansi Golden Economy Strategy (2011), o South African Cultural Observatory - SACO apresenta-se como um projeto de investigação estatística e sócio-económica (South African Cultural Observatory, [s.d.]).

Este tenta demonstrar qual o impacto socioeconómico dos setores das artes, cultura e património (ACP), mas também das indústrias culturais e criativas (CCIs), na África do Sul especificamente. Para tal, fazem uso de diferentes metodologias estatísticas inovadoras, diferentes auditorias e ferramentas de investigação, de modo a compreender a economia criativa.

Tal como refere o South African Cultural Observatory, o seu principal objetivo é “o desenvolvimento de um sistema de informação cultural abrangente que capta continuamente dados culturais e monitoriza e avalia as iniciativas governamentais nos sectores da ACP e das CCIs”. Para além disso, este observatório trabalha para “ser a principal fonte de estatísticas culturais e indicadores-chave da África do Sul para avaliar o valor do sector e acompanhar as mudanças ao longo do tempo e fazer comparações entre diferentes bases de evidência e modelar a evidência de forma a produzir novos conhecimentos” (South African Cultural Observatory, [s.d.]).

O mesmo contém ainda uma “biblioteca” extensa, com diferentes relatórios, apresentações, documentos de trabalho e investigação, políticas e legislação da África do Sul, etc.

Vale ainda referir que organizam conferências, e que têm uma grande presença *online*, nomeadamente no facebook, whatsapp, twitter, instagram, linkedin e youtube, para além de terem uma newsletter. Este observatório tem também uma agenda, onde são publicados futuros eventos relevantes para a área em que este se insere.

Por fim, desenvolveram uma ferramenta *online* e gratuita apelidada de *South African Festivals Economic Impact Calculator* (SAFEIC), especialmente para uso de organizadores de festivais e eventos culturais, de modo a que estes, consigam acompanhar o impacto económico dos seus eventos (South African Cultural Observatory, [s.d.]).

Deste modo, e visto disponibilizarem tantos dados, ferramentas e informação aos seus utilizadores, conseguem destacar-se entre os demais pela positiva.

4.5.2.4. Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory

Este observatório da cultura e criatividade apelidado de Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory, é uma ferramenta integrada, concebida para monitorizar o

setor das ICC da região Emilia-Romagna (Itália), pretendendo melhorar a acessibilidade à informação.

Este observatório delinea ainda as “características e dinâmicas das CCI regionais através de sete áreas temáticas, de modo a fornecer uma imagem integrada deste sector”(Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory, [s.d.]), sendo estas:

- “-**locais** preservam e promovem o património cultural regional, alguns deles reflectem a longa tradição desta área enquanto outros são a prova da constante evolução das expressões artísticas;
- a **oferta** mostra a agitação e as transformações intermináveis das produções culturais propostas pelas organizações e profissionais que operam neste território;
- a **digitalização** explora o impacto da tecnologia nos novos processos, serviços e produtos, dá também uma visão geral das políticas e investimentos realizados para estimular a I&D;
- o **financiamento** analisa a sustentabilidade económica das CCI, os recursos investidos tanto pelo sector público como pelo privado;
- Socioeconómicos** descreve este campo através dos critérios que são geralmente utilizados para avaliar os sectores mais tradicionais;
- a **internacionalização** controla a propensão das ICC regionais para os mercados estrangeiros;
- a **inovação** é um tema amplo e central que é cada vez mais relevante para o crescimento sustentável deste domínio.” (Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory, [s.d.]).

Cada uma destas áreas temáticas pode então ser explorada individualmente, através de dados, gráficos interativos, tabelas, etc., para que o utilizador compreenda, e consiga assimilar toda a informação, de uma forma mais dinâmica e intuitiva. Vale ainda ressaltar, que toda esta informação se encontra devidamente referenciada, para que o utilizador consiga perceber de onde vieram todos os dados utilizados (Emilia-Romagna Culture and Creativity Observatory, [s.d.]).

Para além disto, este observatório disponibiliza ainda estudos e publicações de autoria própria, com o objetivo de explorar questões e/ou tendências específicas que caracterizam o setor, etc.

Por fim, o mesmo disponibiliza também um separador de “news” onde através de notícias, eventos, etc., refere o que se está a passar no observatório em questão, mas também na cultura e criatividade por todo o mundo.

4.5.2.5. OEA - Observatório Europeu do Audiovisual

Instituído em 1992 de modo a colmatar a falta de informação sobre o setor audiovisual, e sendo um organismo do Conselho da Europa, o OEA – Observatório Europeu do Audiovisual (sedado em Estrasburgo, França), centra-se em recolher e divulgar informações e dados sobre a indústria cinematográfica e audiovisual europeia do ponto de vista económico e legal (Europa Criativa, 2023).

Assim sendo, desempenha um papel fundamental na disponibilização de diferentes informações previamente tratadas sobre o setor audiovisual, a diferentes organismos (públicos e privados), no domínio em questão.

Diversos são os Estados-Membros (40 Estados-Membros + UE) deste observatório, incluindo Portugal. Estes são bastante importantes já que o orçamento deste observatório é principalmente financiado pelos contributos diretos dos Estados-membros e da UE, representada pela Comissão Europeia.

Vale também referir que a sua presidência é rotativa entre os diferentes Estados-membros, sendo que Portugal irá, assumiu a presidência rotativa do Observatório Europeu do Audiovisual este ano (2023), através de Marta Sousa, do Instituto do Cinema e Audiovisual (ICA, IP) (Cultura Portugal, 2023)

Este observatório é uma das únicas organizações capazes de disponibilizar um panorama comparativo da indústria audiovisual na Europa, já que tem acesso a informações sobre estas indústrias de 40 países diferentes, para além do seu acesso e relações privilegiadas com diferentes organismos públicos que trabalham neste domínio na Europa (European Audiovisual Observatory, [s.d.]).

É ainda importante referir que estes oferecem diferentes recursos aos seus utilizadores, tais como análises estatísticas e económicas das tendências dos setores europeus do cinema, televisão, vídeo e Internet, informações sobre os meios de financiamento destes setores, relatórios sobre os principais desenvolvimentos jurídicos, casos inovadores que afetam a legislação relativa aos meios de comunicação social na Europa, *newsletters*, bases de dados, *workshops*, *press releases*, etc. (European Audiovisual Observatory, [s.d.]).

Deste modo, considera-se este observatório como uma fonte crucial de análises e diferentes informações para todos os interessados na indústria audiovisual europeia, já que para além de promover a tomada de decisões e a transparência, ainda promove o desenvolvimento do setor que trata.

4.5.2.6. Observatório Galego da Cultura

O Observatório Galego da Cultura é uma unidade dependente do Conselho da Cultura, colaborando com o Ministério da Cultura e Desporto e com o e o Instituto Galego de Estatística, e estando encarregues de promover o desenvolvimento estatístico da Galiza.

Para além da sua atividade principal que é a produção de estatísticas, disponibilizam também aos seus utilizadores um monitor da cultura galega, um mapa de equipamentos culturais da Galiza, diferentes relatórios qualitativos e avaliativos como o Barómetro da cultura galega 2022 (27/04/2022), etc., tendo todos eles como objetivo “contribuir para o desenvolvimento de políticas culturais baseadas em evidências empíricas” (Observatório da Cultura Galega, [s.d.]).

Deste modo, o mesmo tenta colmatar a falta de informações existente sobre a cultura, através de um método rigoroso e padronizado de recolha de informação (Observatório da Cultura Galega, [s.d.]).

A relevância do mesmo deve-se a tudo que este disponibiliza, já que a existência destes estudos ajudam a aprofundar a reflexão sobre a política cultural, ao mesmo tempo que dão uma maior coerência às políticas públicas, valorizando não só o papel da cultura numa perspetiva multidimensional, como também na compreensão do papel das IC em relação ao crescimento económico e à qualidade de vida (Observatório da Cultura Galega, [s.d.]).

4.5.2.7. *Observatorio Extremeño de la Cultura*

O *Observatorio Extremeño de la Cultura* é uma proposta de trabalho que a Associação de Gestores Culturais da Extremadura (associação que dirige este observatório) apresentou à Junta da Extremadura (junta que lidera este observatório), em 2007, após constatar a falta de fontes de informação completas, integradas, fiáveis e acessíveis relativamente à realidade cultural da Extremadura.

Este tem como objetivo não só visualizar, mas também argumentar, prever e mesmo fazer sugestões de melhoria para a cultura, as suas políticas, o seu desenvolvimento e as suas tendências futuras, de modo a estar preparado para empreender políticas no respetivo setor.

Deste modo, e tal como referem, têm vindo a “trabalhar sobre a necessidade de observar, recolher, analisar, gerar informação e avaliar os diferentes sectores da cultura

a partir de diferentes perspetivas: políticas culturais, legislação, programas, ações, acervos, etc., tanto no sector público como no privado” (Observatorio Extremeño de la Cultura, [s.d.]).

Assim sendo, disponibilizam a todos os seus utilizadores:

- Informação sobre o setor artístico, o mundo da Cultura e o Património Cultural;
- Legislação e regulamentos públicos;
- Mapa de recursos: reportório de Instituições, Entidades, Organizações e Associações Culturais;
- Diretórios de interesse;
- Fundações e empresas privadas da área cultural;
- Estudos e pesquisas;
- Experiências e boas práticas no domínio da cultura;
- Informações para treinamento; e
- Estatísticas culturais.

Vale ainda ressaltar que os mesmos estão presentes em diferentes redes sociais, onde publicam regularmente, como no twitter e no facebook, mantendo deste modo uma relação próxima com os seus utilizadores, algo certamente benéfico.

Para além disso, também publicam diferentes notícias interessantes no âmbito das ICC, para além de projetos que se irão realizar também neste âmbito. Deste modo conseguimos perceber a relevância que este tem, principalmente para a realidade cultural da Extremadura.

Todos estes observatórios, tal como os observatórios a nível nacional referidos anteriormente, consideram-se fundamentais para que exista gratuitamente e de fácil acesso, informação, estatísticas, etc., das ICC, em diferentes domínios setoriais, ajudando deste modo a contribuir para o desenvolvimento humano, a qualidade de vida nas cidades, mas também a administração pública.

Nestes observatórios é possível observar um maior cuidado em relação aos observatórios nacionais (no geral), na forma como são apresentados todos os recursos, o que facilita o utilizador, ao mesmo tempo que se mostram mais transparentes. Mesmo assim o seu principal objetivo vai de encontro ao mesmo que os observatórios nacionais, que é o de monitorizar, analisar e promover o SCC. Ambos os observatórios (nacionais

e internacionais) desempenham um papel muito importante tanto no apoio como no desenvolvimento desses setores, algo que é crucial para a cultura, a economia e para a sociedade, tal como vem sendo referido ao longo deste relatório.

Perceber a realidade em que estes observatórios se inserem (quer os observatórios a nível nacional, quer os observatórios a nível internacional), foi então uma atividade do plano de trabalho que contribuiu para a proposta de trabalho que orientou o estágio que se sistematiza no presente relatório.

4.6. Desenvolvimento do *Manual de Administração do CreiaLab*

Ainda de acordo com o plano de trabalho elaborado para este relatório de estágio, foi criado um manual de administração e atualização da plataforma digital que suporta o Creia.Lab (disponível no anexo 1 deste relatório) com o objetivo de fornecer todas as informações necessárias para administrar e aceder ao sistema com facilidade. Aqui é explicado como aceder passo-a-passo ao *backoffice* do Creia.Lab, com instruções claras e detalhadas, permitindo que os administradores acessem, atualizem e analisem tudo o que é publicado na plataforma (Creia.Lab), de forma eficiente.

O seu propósito é então proporcionar aos administradores uma ferramenta prática e acessível para a administração adequada do Creia.Lab, garantindo a sua operacionalidade e relevância contínua.

4.7. Análise de indicadores: relações e sequências temporais

Outro objetivo do plano de trabalho a ser cumprido foi a identificação de informação e de indicadores existentes no âmbito das ICC.

Assim sendo, através de indicadores já existentes (do INE) foi possível obter sequências temporais, criando correlações entre indicadores, tal como será apresentado na tabela 15 e seguidamente no anexo 2.

Porém quando estes indicadores estavam a ser tratados reparou-se que havia indicadores que eram basicamente iguais, a única coisa que os distinguia ou era a diferença da NUTS utilizada (explicado anteriormente) ou o CAE utilizado (se era a Rev. 2.1 ou a Rev.3). Deste modo, torna-se importante apresentar a seguinte tabela de equivalência, para proporcionar aos leitores a ideia de que é possível, dentro do Obcrei,

realizar a continuidade intemporal dessas informações a partir de uma equivalência das revisões. Tal significa que por exemplo, mesmo que no CAE Rev. 2.1. um domínio tenha um determinado código, mas no CAE Rev. 3 tenha um código diferente, ainda assim, possuem equivalência entre si, o que acaba por se definir, que são o mesmo indicador.

Tabela 14 - Tabela de equivalência CAE Rev.2.1. para CAE Rev.3 das Indústrias Criativas referente às atividades económicas do framework da UNCTAD (framework pelo qual o Obcrei se segue)

UNCTAD			
Designação	CAE Rev.2.1	CAE Rev.3	Designação
Atividades fotográficas	74810	7420	Atividades fotográficas
-----	-----	900	Atividades de teatro, de música, de dança e outras atividades artísticas e literárias
Edição de gravações de som	22140	5920	Atividades de gravação de som e edição de música
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	74872		
Atividades técnicas de pós- produção	92112		
Atividades de rádio e televisão	92200		
Reprodução de gravações de som	22310		
Reprodução de gravações de vídeo	22320	1820	Reprodução de suportes gravados
Reprodução de suportes informáticos	22330	3220	Fabricação de instrumentos musicais
Fabricação de instrumentos musicais	36300		
Edição de livros	22110	5811	Edição de livros
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
Edição de jornais	22120	5813	Edição de jornais
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
Edição, n.e.	22150	5819	Outras atividades de edição
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
-----	-----	582	Edição de programas informáticos
Impressão de jornais	22210	1811	Impressão de jornais
Fabricação de artigos de pasta de papel, de papel e de cartão, n.e.	21250	1812	Outra impressão
Impressão, n.e.	22220		
Atividades de agências de notícias	92400	6391	Atividades de agências de notícias
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	6010	Atividades de rádio
Atividades de rádio e televisão	92200		
Telecomunicações	64200	6020	Atividades de televisão
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400		
Atividades de rádio e televisão	92200		
Atividades técnicas de pós- produção	92112	5912	Atividades técnicas de pós-produção para filmes, vídeos e programas de televisão
Atividades de agências de notícias	92400	6391	Atividades de agências de notícias
Produção de filmes e de vídeos	92111	5911	Produção de filmes, de vídeos e de programas de televisão
Atividades de rádio e televisão	92200		
Distribuição de filmes e de vídeos	92120	5913	Distribuição de filmes, de vídeos e de programas de televisão

Projeção de filmes e de vídeos	92130	5914	Projeção de filmes e de vídeos
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	74872	7410	Atividades de design
-----	-----	310	Fabricação de mobiliário e de colchões
Cunhagem de moedas	36210	3211	Cunhagem de moedas
-----	-----	3212	Fabricação de joalheria, ourivesaria e artigos similares
Fabricação de jogos e brinquedos	36500	3240	Fabricação de jogos e de brinquedos
-----	-----	731	Publicidade
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	5812	Edição de listas destinadas a consulta
Edição de livros	22110		
Processamento de dados	72300		
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	6311	Atividades de processamento de dados, domiciliação de informação e atividades relacionadas
Atividades de bancos de dados e disponibilização de informação em contínuo	72400	6312	Portais Web
Atividades de arquitetura	74201	71110	Atividades de arquitetura
Atividades de bibliotecas e arquivos	92510	9101	Atividades das bibliotecas e arquivos
Atividades de museus e conservação de locais e de monumentos históricos	92520	9102	Atividades dos museus
Atividades de museus e conservação de locais e de monumentos históricos	92520	9103	Atividades dos sítios e monumentos históricos
Parques de diversão	92330	9321	Atividades dos parques de diversão e temáticos
Outras atividades de diversão e espetáculos diversos, n.e.	92342		
Outras atividades recreativas, n.e.	92720	9329	Outras atividades de diversão e recreativas
Outras atividades de diversão e espetáculos diversos, n.e.	92342		
Aluguer de bens de uso pessoal e doméstico, n.e.	71400	7722	Aluguer de videocassetes e discos
Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas	74872	7740	Locação de propriedade intelectual e produtos similares, exceto direito de autor

Fonte: Autoria própria.

Tal como é possível observar na tabela acima descrita, existe equivalência em quase todos os domínios do CAE Rev 2.1 para o CAE Rev.3, o que se traduz no que foi dito anteriormente, que ainda que um domínio tenha um código diferente no CAE Rev. 2.1. ou no CAE Rev. 3, mesmo assim possuem equivalência entre si, o que acaba por se definir, que são o mesmo indicador.

Seguidamente serão apresentadas, as correlações entre indicadores que já existem no INE e que podem ser transformados em indicadores para o Obcrei, realizadas de acordo com o plano de trabalho deste relatório:

Tabela 15 - Correlações entre indicadores que já existem no INE e que podem ser transformados em indicadores para o Obcrei

Indicador/Definição	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas Indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)

Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas Indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão

Fonte: Autoria própria

No anexo 2 deste relatório encontram-se a continuação das tabelas com correlações entre indicadores que já existem no INE e que podem ser transformados em indicadores para o Obcrei.

O objetivo da apresentação/criação destas tabelas é então tentar dar, uma temporalidade maior e inclusive mais espacialidade em relação a indicadores que são separados no INE, mas que para as IC são possíveis de serem integrados.

Deste modo, com base no mapeamento e na identificação efetuada, foi possível proceder à identificação de sequências temporais correlacionando indicadores que poderão ser utilizados pelo Obcrei.

Indicadores estes que tornarão a sua base de dados mais completa, disponibilizando, por sua vez mais dados e estatísticas das ICC a todos que assim o desejarem. Tal será benéfico para todas as partes, já que o Obcrei pretende ser uma plataforma de partilha de informações relevantes para estas mesmas indústrias.

Tal como já foi referido, esta correlação manifestou-se como uma atividade previamente definida a ser realizada no estágio a que este relatório se refere, de modo a contribuir para a melhoria da atuação do Creia.Lab e consequentemente do Obcrei.

Considerações finais

Após cumpridos os objetivos do estágio a que este relatório se refere, é importante realizar uma análise crítica a todo o trabalho que foi desenvolvido, não só para salientar o que correu de acordo com o estabelecido, mas também para perceber as dificuldades encontradas ao longo de todo este relatório.

Podemos afirmar que o estágio realizado está alinhado com a comunicação/gestão de indústrias criativas, já que, e segundo o Creia.Lab, este “é um espaço que visa promover o diagnóstico, a reflexão, a monitorização e a experimentação direcionados a estudantes, docentes, investigadores e empreendedores no domínio Cultural e Criativo.” Cada vez mais estas indústrias são importantes para a economia, já que muitas das atividades ligadas às mesmas estão em grande crescimento. Para além disso, as mesmas garantem ainda o desenvolvimento contínuo da nossa sociedade.

Durante o período em que aqui estive a estagiar, foram desenvolvidas diferentes atividades que contribuíram para o meu entendimento não só destas indústrias, mas também para as minhas habilidades profissionais. Deste modo, posso sem dúvida referir que foi uma experiência bastante enriquecedora, que para além de ampliar o meu conhecimento teórico sobre os temas abordados, também desenvolveu as minhas habilidades práticas.

Em relação ao que poderia ter corrido melhor destaco a gestão do tempo para cada atividade desenvolvida, que podia ter sido gerido de forma mais proveitosa.

Nomeadamente o atraso na migração dos dados para a plataforma de *backoffice* (*Strapi*), onde enquanto estagiária “trabalhei”, levou a que atividades ficassem suspensas por algum tempo, não podendo dar seguimento ao trabalho que deveria ter sido realizado. Mesmo assim, poderia ter sido feito uma melhor gestão de tempo da minha parte, o que levaria a um trabalho mais benéfico tanto para o Creia.Lab como para mim. Ainda assim, mantemos a confiança daquilo que foi possível realizar e para o qual se perspetiva a sua continuidade no futuro.

As atividades desempenhadas neste estágio resumem-se à manutenção do Creia.Lab criando e atualizando diferentes informações no seu site através da plataforma *Strapi*, sobre o qual também foi desenvolvido um manual de administração e atualização do Creia.Lab, para futuros integrantes da equipa do mesmo, terem por

onde se guiar e saber passo a passo como atualizar esta plataforma. Para além disso o levantamento sobre os modelos teóricos e conceptuais para os diferentes *frameworks* de análise das ICC, também se constituiu como uma atividade do estágio, fazendo uma síntese do que diferentes organizações entendem por ICC e que domínios/funções lhes atribuem. Por sua vez a análise desses domínios/funções dos diferentes *frameworks* referidos neste relatório, com a respetiva CAE, também se sintetizou como uma atividade relevante, já que não foi possível encontrar, até à data, tabelas onde estão demonstrados os diferentes domínios/funções de acordo com a Classificação das Atividades Económicas Rev.3.

Seguidamente, e após se ter realizado um mapeamento de diferentes observatórios, tanto nacionais como internacionais e perceber o que estes disponibilizam aos seus utilizadores, como ideias futuras pensa-se que algo valioso a ser criado no Creia.Lab seria uma *newsletter* mensal com diferentes informações, desde notícias relevantes para a área em que o mesmo atua, a testemunhos, *reviews* de livros da área, entrevistas a personalidades relevantes, entre tantas outras coisas que seriam uma mais valia para o mesmo. Para além disso, e visto vivermos numa era digital, algo proveitoso seria a criação de redes sociais do Creia.Lab, pelo menos com posts semanais, de modo a dar mais visibilidade a este observatório, que tanto tem para oferecer.

Como última atividade do estágio foi realizada uma sequência temporal de indicadores relacionados, que para além de importante para este observatório, também o é para todos os seus utilizadores já que beneficiarão, caso estes sejam disponibilizados na plataforma, com mais informações acerca do SCC. A criação de novos indicadores para esta plataforma poderia ter sido outra atividade a desenvolver caso a gestão do tempo tivesse sido melhor, como referido anteriormente, e sem dúvida que seria um ponto de relevo para este relatório de estágio e para a disponibilização de indicadores por parte do Obcrei.

Todas as tarefas e desafios enfrentados neste estágio aprofundaram então o meu conhecimento não só teórico, mas também prático, algo que certamente será uma mais valia para o meu futuro profissional.

Referências bibliográficas

ADDICT - A economia criativa em Portugal: Relevância para a competitividade e Internacionalização da economia portuguesa [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://www.fjuventude.pt/files/files/catalog/Estudo-ADDICT-Economia-Criativa-20200925-105712.pdf>>.

AFRIANTARI, Rini; HARIKESA, I. Wayan Aditya - Industry Revolution 4.0: Strengthening the Creative Economy Sectors through BEKRAF Implementation Programs. *Transborder*. 3:2 (2020) 28–43.

AMERICANS FOR THE ARTS - National arts index 2014: an annual measure of the vitality of arts and culture in the united states: 2001-2012

ARROYO, Salvador Carrasco - Indicadores Culturales: Una reflexión

BARROS, Jones Nogueira et al. - Social Observatory as a new space for civil society and government relationships in Belém, Pará State, Brazilian Amazon. *Interações (Campo Grande)*. 2019) 725–736. doi: 10.20435/inter.v20i3.1810.

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. - Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas. Brasil*. 2009) 18.

BENDASSOLLI, Pedro F. et al. - Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*. 49:1 (2009) 10–18. doi: 10.1590/s0034-75902009000100003.

BENNETT, Toby - Data for the Cultural and Creative Sector production system - Part 1: Problems of statistical description. June (2022). doi: 10.5281/zenodo.6224372.

BITTERN COURT, Luiza - Cidades Criativas e Desenvolvimento Territorial: Uma Perspectiva de Amarante como “Cidade da Música”. [S.l.] : Universidade Federal Fluminense, 2019

BOIX-DOMÈNECH, Rafael; RAUSELL-KÖSTER, Pau - The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union. ISBN 9783319952611.

BOP CONSULTING - Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas

CARRASCO-ARROYO, Salvador - Una tarea inacabada. *Medir la cultura. Periferica*. 7 (2006) 140–168. doi: 10.25267/periferica.2006.i7.09.

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNIDADE E SOCIEDADE - Culture policies, observatories and development [Em linha], atual. 2019. [Consult. 18 jan. 2022]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.cecs.uminho.pt/en/politicas-de-cultura-observatorios-e-desenvolvimento/>>.

CENTRO DE INVESTIGAÇÃO E ESTUDOS DE SOCIOLOGIA - Observatório Português das Atividades Culturais [Em linha] [Consult. 13 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.cies.iscte-iul.pt/np4/opac/>>.

CITCEM - Oficinas de Investigação CITCEM 2021/22 «Observatórios e indicadores em indústria criativa: subsídios para análises transdisciplinares» Apresentação de Tiago Costa Martins. [Em linha], atual. 2022. [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.youtube.com/watch?v=ET849bKzOh4&list=PLKq-kiPmlWY9LpE9mRKqjuVqbZhvbOBAX&index=3>>.

CITCEM - Oficinas de Investigação CITCEM 2021/22 «Obcrei.pt - Um observatório para as Indústrias Criativas em Portugal» Apresentação de Maria Manuela Pinto e Armando Malheiro da Silva. [Em linha], atual. 2022. [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.youtube.com/watch?v=DIFey6W6G_4&list=PLKq-kiPmlWY9LpE9mRKqjuVqbZhvbOBAX&index=5>.

CITCEM - Oficinas de Investigação CITCEM 2021/22 «Observar a realidade através da informação» Apresentação de Marta Castro Antunes. [Em linha], atual. 2022. [Consult. 18 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.youtube.com/watch?v=8O4TOyQZsx4&list=PLKq-kiPmIWY9LpE9mRKqjuVqbZhvbOBAX&index=3>>.

COMISSÃO EUROPEIA - How cultural and creative is your city? [Em linha] [Consult. 16 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor>>.

CONVENIO ANDRÉS BELLO - Objetivo das Contas Satélite da Cultura, [s.d.]. Disponível em WWW:<URL:https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fimages.slideplayer.com.br%2F27%2F9083034%2Fslides%2Fslide_12.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fslideplayer.com.br%2Fslide%2F9083034%2F&tbnid=-UO5GbkSEbLp-M&vet=12ahUKewig6sGiivj7AhULhxoKHZ6mB7IQMygBegQIARAk..i&>.

CORTEZ, Maria Raquel Mendes Guerra Marques - O setor cultural e criativo em Portugal - 20 anos de desenvolvimento [Em linha]. [S.l.] : Universidade Católica Portuguesa, 2020 Disponível em WWW:<URL:[https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/33611/1/Dissertação Final.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/33611/1/Dissertação%20Final.pdf)>.

CREATIVE MEDITERRANEAN - CCI Observatory – Regional Perspective [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://creativemediterranean.org/resources/final-cross-country/>>.

CREATIVE MEDITERRANEAN - Lebanon – CCI [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://creativemediterranean.org/resources/lebanon-cci/>>.

CREIA.LAB - Indústrias Culturais e Criativas [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://web4.letras.up.pt/sobre/>>.

CREIA.LAB - Diagnóstico, reflexão e monitorização das indústrias criativas [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://cicdigitalporto.letras.up.pt>>.

CREIA.LAB - Observatórios das indústrias criativas em Portugal [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://web4.letras.up.pt/sobre-obcrei/>>.

CREIA.LAB - Sobre os indicadores - Dimensão (Estado, mercado, sociedade) [Em linha] [Consult. 18 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://web4.letras.up.pt/obcrei>>.

CREIA.LAB - Sobre o Obcrei.pt [Em linha] [Consult. 18 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://web4.letras.up.pt/sobre-obcrei/>>.

CRUZ, Sara Santos; TEIXEIRA, Aurora A. C. - Industry-based methodological approaches to the measurement of Creative Industries: a theoretical and empirical account [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://wps.fep.up.pt/wps/wp453.pdf>>.

CULTURA, Observatorio Extremeño De La - Observatorio/Objetivos [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://observaculturaextremadura.es/el-observatorio/objetivos>>.

CULTURA PORTUGAL - Conta Satélite da Cultura 2018-2020 [Em linha], atual. 2022. [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://culturaportugal.gov.pt/pt/saber/2022/10/conta-satelite-da->>

cultura-2018-2020/>.

CULTURA PORTUGAL - Portugal preside ao Observatório [Em linha], atual. 2023. Disponível em WWW:<URL:<https://culturaportugal.gov.pt/pt/saber/2023/01/portugal-preside-ao-observatorio-europeu-do-audiovisual/>>.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia - Métodos Quantitativos e Qualitativos: um Resgate Teórico. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada. . ISSN 1980-7031. 2:4 (2008) 1–13.

DCMS - Creative Industries Mapping Documents 2001 [Em linha], atual. 2001. [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>>.

DCMS - DCMS Evidence Toolkit (DET). August (2004).

DCMS - Creative Industries Economic Estimates Technical Note [Em linha] Disponível em WWW:<URL:https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/78418/Creative_Industries_Economic_Estimates_2010_technical_note.pdf>.

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO E ARTES - Creative nation: Commonwealth cultural policy, October 1994. Austrália : Department of Communications and the Arts, 1994. ISBN 064222126X.

DIREÇÃO-GERAL DAS ATIVIDADES ECONÓMICAS - Indústrias Culturais e Criativas. 2018) 20.

DISCE - Measuring creative economies: a critical review of CCIs [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://disce.eu/wp-content/uploads/2019/12/DISCE-Report-D2.1.pdf>>.

EGMUS - ESSnet on Cultural Statistics [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.egmus.eu/en/activities/essnet/>>.

EMILIA-ROMAGNA CULTURE AND CREATIVITY OBSERVATORY - The Observatory [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.emiliaromagnaoosservatorioculturaecreativita.it/l-osservatorio/?lang=en>>.

EMILIA-ROMAGNA CULTURE AND CREATIVITY OBSERVATORY - The Cultural and Creative Ecosystem [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.emiliaromagnaoosservatorioculturaecreativita.it/the-cultural-and-creative-ecosystem/?lang=en>>.

ESSNET-CULTURE - European Statistical System Network on Culture - Final Report. 2012) 556.

EU NEIGHBOURS - EMEA launches CCI Data Observatory

EUROPA CRIATIVA - Conferência anual do Observatório Europeu do Audiovisual realiza-se em Lisboa a 6 de Junho, atual. 2023.

EUROPE DIRECT BRAGANÇA - Observatório das Cidades Culturais e Criativas [Em linha], atual. 2017. [Consult. 19 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://europedirectbraganca.ipb.pt/wp/boletim-informativo/observatorio-das-cidades-culturais-e-criativas/>>.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY - What we do [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/what-we-do>>.

EUROPEAN COMMISSION - Creative Europe Monitoring Report 2019. ISBN

9789276189848.

EUROPEAN COMMISSION; DG EUROSTAT - ESSnet framework for culture statistics [Em linha] Disponível em WWW:<URL:[https://circabc.europa.eu/sd/a/57a2167d-765f-4c20-a39b-b0a319538279/Presentation point 04 - ESSnet.pdf](https://circabc.europa.eu/sd/a/57a2167d-765f-4c20-a39b-b0a319538279/Presentation%20point%2004%20-%20ESSnet.pdf)>.

FIALHO, Mariana Serras Celorico Da Silva - Financial performance in Portuguese Creative Industries and Macroeconomic Fluctuations: a firm-based analysis (2004-2011) [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/10847/1/DM-MSCSF-2015.pdf>>.

FUNDAÇÃO DE SERRALVES et al. - Desenvolvimento de um cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte

GONZÁLEZ, Silvia; MARTÍN, Victoria; SALINAS, Jesús - Observatorio de las tecnologías en la educación en la Patagonia: el proceso de elaboración y selección de indicadores. Pixel-Bit Revista de Medios y Educación. . ISSN 11338482. 43 (2013) 113–123. doi: 10.12795/pixelbit.2013.i43.07.

HONG, Bev - National cultural indicators in New Zealand. Cultural Trends. 23:2 (2014) 93–108.

ICNOVA - Observatório da Inovação nos Media e Indústrias Criativas [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:https://www.icnova.fcsh.unl.pt/observatorio-da-inovacao-nos-media-industrias-criativas/?fbclid=IwAR2QIjF2IxtyoXhQ-p2HgO_dHdouHhL5ct5WxhU5zIUa8Pn3k-v9Lsnvl-4>.

IDEA; KEA; IMEC-SMIT-VUB - Mapping the Creative Value Chains [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4737f41d-45ac-11e7-aea8-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF>>.

IGAC - A dimensão económica do setor cultural segundo as Contas Satélite da Cultura Europeias: Uma comparação metodológica e setorial das experiências de Portugal, Espanha, Finlândia, Polónia e República Checa na criação de Contas Satélite da Cultura. 2016).

INE - Conta Satélite da Cultura 2010-2012 Notas metodológicas. [s.d.]].

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA - Classificação Portuguesa das Actividades Económicas, Revisão 3. ISBN 9789726739197.

JANNUZZI, Paulo De Martino - Indicadores Sociais no Brasil: conceitos, fontes de dados e aplicações. Campinas : [s.n.]

LEITE, Pedro Pereira - Industrias culturais e criativas em Portugal II - principais indicadores [Em linha], atual. 2018. [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://globalherit.hypotheses.org/6866>>.

LIMA, Diana Patrícia Correia - Hubs Criativos No Norte De Portugal: Análise Do Seu Contributo Para Fortalecer As Indústrias Culturais E Criativas Na Região Norte. 2015) 136.

MARCONI, Marina De Andrade; LAKATOS, Eva Maria - Metodologia Científica. 2 ed. ed. São Paulo : Atlas, 1990

MARTINS, Tiago Costa; PINTO, Maria Manuela Gomes De Azevedo - História , escolas e movimentos dos indicadores culturais. Pol. Cult. Rev. 12:1 (2019) 329–359.

MARTINS, Tiago Costa; PINTO, Maria Manuela Gomes De Azevedo; SILVA, Armando Manuel Barreiros Malheiro Da - Políticas culturais, indicadores e Comunicação

Pública. Redes. 26:2022) 9–28. doi: 10.17058/redes.v26i0.15769.

MILOBS - MILOBS - About Us30 Janeiro 2023. [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://milobs.pt/en/about-us/about-us-2/>>.

MILOBS - O MILOBS tem como objetivos [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://milobs.pt/quem-somos/objetivos/>>.

MILOBS - MILOBS - Practices [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://milobs.pt/en/praticas/>>.

MILOBS - MILOBS - Investigação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://milobs.pt/pagina-investigacao/>>.

MILOBS - MILOBS - Recursos [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://milobs.pt/recursos/>>.

NASCIMENTO, Fernanda Ferreira Do; MENEZES, Rodrigo Ábner Gonçalves - SIMAICC: Sistema para Mapeamento das Indústrias Culturais e Criativas

OB.EMMA - Electronic Music and Media Art Observatory [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://obemma.pt/pt/apresentacao.aspx>>.

OBEMMA - Apresentação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<http://obemma.pt/pt/apresentacao.aspx>>.

OBERCOM - OberCom. [s.d.]).

OBERCOM - OBERCOM - Investigação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/homepage/investigacao/>>.

OBERCOM - OBERCOM - Journals [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/homepage/journals/>>.

OBERCOM - OBERCOM - Barómetro de Jornalismo [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/homepage/barometro-de-jornalismo/>>.

OBERCOM - OBERCOM - Barómetro de media trends [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/homepage/barometro-de-media-trends/>>.

OBERCOM - OBERCOM - EJO Portugal [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/homepage/ejo-portugal/>>.

OBERCOM - OBERCOM - Ciências da Comunicação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obercom.pt/homepage/ciencias-da-comunicacao/>>.

OBI.MEDIA - Obi. [Observar + Inovação] [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obi.media/quemsomos/#missao>>.

OBI.MEDIA - Projetos de investigação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obi.media/impacto/#experiencias>>.

OBI.MEDIA - Atualidade - Notícias, agenda, breves ensaios e outros artigos [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://obi.media/blog/noticias/>>.

OBSERVATÓRIO CREATOUR - O que fazemos [Em linha] [Consult. 5 jul. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://ces.uc.pt/observatorios/creatour/?lang=1&id=38856>>.

OBSERVATÓRIO DA CULTURA GALEGA - Quen somos

OBSERVATORIO EXTREMEÑO DE LA CULTURA - Observatorio Presentación [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://observaculturaextremadura.es/el-observatorio/presentacion>>.

OBSEVATÓRIO CREATOUR - CREATOUR AZORES – Transformando os Açores num Destino Turístico Criativo [Em linha] [Consult. 5 jul. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://creatour.pt/azores/>>.

OBSEVATÓRIO CREATOUR - Pilotos: co-investigadores CREATOUR [Em linha] [Consult. 5 jul. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://creatour.pt/pilots/>>.

OPAC - Apresentação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.opac.cies.iscte-iul.pt/apresentacao?fbclid=IwAR12ZK8QfLVmovAsexhmZjBRv-NWP5m0YiD0YVsTICri7VOF69KCIIEbyBU>>.

ORBIS - Construção e análise de indicadores. 2010) 108.

OTICC - Sobre o Observatório [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:http://www.iccobservatorio.pt/pt/sobre?fbclid=IwAR1gptpvkC_EGmdJaFVwfsbk-8BA7k5gWaTtog3InrjZ65wyTIA-e6vXIMk>.

Documento legislativo consolidado. (09-

Regulamento UE n.º 549/2013. [Em linha] (13- Disponível em WWW:<URL:<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/pt/TXT/?uri=CELEX%3A32013R0549>>.

PINTO, Maria Manuela Gomes De Azevedo; MARTINS, Tiago Costa; SILVA, Armando Malheiro Da - Um observatório das indústrias criativas em Portugal: o obcrei.pt [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://hdl.handle.net/10216/133118>>.

PNUD - Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways [Em linha]. New York : [s.n.] Disponível em WWW:<URL:<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>>. ISBN 978-92-3-300005-6.

POLOBS - Apresentação [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/sobre-o-observatorio/apresentacao/>>.

POLOBS - Objetivos [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/sobre-o-observatorio/objetivos/>>.

POLOBS - POLOBS - Mapa Virtual [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/mapa-virtual/>>.

POLOBS - POLOBS - Mediascópio [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/mediascopio/>>.

POLOBS - POLOBS - Políticas [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/politica/>>.

POLOBS - POLOBS - Projetos [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/projeto/>>.

POLOBS - POLOBS - Documentos [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://polobs.pt/documento/>>.

PORDATA - O que são NUTS? [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://www.pordata.pt/o+que+sao+nuts>>.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE - O que é Gerenciamento de Projetos? [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://pmies.org.br/conheca/o-que-e-gerenciamento-de-projetos/>>.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE - A Guide to the Project management body of knowledge (PMBOK® Guide). 7a Edição ed.

RIBEIRO, Beatriz Dos Santos Gonçalves - O impacto da Humanize Produções e o Desenvolvimento sustentável na estratégia da cultura como negócio social

RICHARDSON, Roberto Jarry - Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo : Atlas, 1989

RODRIGUES, César - Creia.lab [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://cesarrodrigues.com/portfolio/creia-lab/>>.

RTP MADEIRA - Observatório das indústrias culturais e criativas (vídeo), atual. 2021.

SCHMIDT, Nádia Solange; SILVA, Christian Luiz DA - Observatório como instrumento de prospectiva estratégica para as Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs). Interações (Campo Grande). 2018) 387–400. doi: 10.20435/inter.v19i2.1689.

SECRETARIA GERAL DA ECONOMIA - Novo Observatório Europeu mostra como a cultura e a criatividade contribuem para a prosperidade das cidades [Em linha] [Consult. 17 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.sgeconomia.gov.pt/noticias/novo-observatorio-europeu-mostra-como-a-cultura-e-a-criatividade-contribuem-para-a-prosperidade-das-cidades.aspx>>.

SILVA, Inês Filipa Da - eHeritageLab: um laboratório para a Cultura e Património Digital [Em linha]. [S.l.] : Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2019 Disponível em WWW:<URL:<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/124276/2/367486.pdf>>.

SOUTH AFRICAN CULTURAL OBSERVATORY - About Us [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.southafricanculturalobservatory.org.za/about-us>>.

SOUTH AFRICAN CULTURAL OBSERVATORY - Aims and Objectives [Em linha] [Consult. 29 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.southafricanculturalobservatory.org.za/aims-and-objectives>>.

SOUTH AFRICAN CULTURAL OBSERVATORY - What does SAFEIC do? [Em linha] [Consult. 23 jan. 2023]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.southafricanculturalobservatory.org.za/safeic-intro>>.

SOUTH AFRICAN CULTURAL OBSERVATORY - Towards the development of a framework for cultural statistics for South Africa

TOOLKIT, Pacific - Implementing, Monitoring and Evaluating Cultural Policies: A Pacific Toolkit. Fiji : [s.n.]

UNCTAD - Creative Economy Report 2008 [Em linha] Disponível em WWW:<URL:http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf> <http://www.oecd.org/dataoecd/35/56/2101733.pdf> <http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1595> http://www.isc.hbs.edu/Innov_9211.pdf>. ISBN 9782952221030.

Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option. (10-

UNCTAD - Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<http://www.unctad.org/creative-economy>>. ISBN 9780981661902.

UNCTAD - Creative Economy Outlook 2022 [Em linha] Disponível em WWW:<URL:https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf>.

UNDP - CREATIVE ECONOMY REPORT > WIDENING LOCAL DEVELOPMENT

PATHWAYS 2013 SPECIAL EDITION

UNESCO - 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics [Em linha]. Montreal : [s.n.] Disponível em WWW:<URL:http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf>.

UNESCO - Marco de estadísticas culturales (MEC) de la UNESCO 2009. Montreal : [s.n.]

UNESCO - UNESCO Guide to Mapping the Cultural Sector for Evidenced Based Policy Making in Developing Countries. October (2009).

UNESCO - The first global map of cultural and creative industries. . ISSN 03702693. 2015).

UNESCO - Culture Satellite Account : An Examination of Current Methodologies and Country Experiences. 2015).

UNIVERSIDADE DE COIMBRA - OCUC [Em linha] Disponível em WWW:<URL:<https://www.uc.pt/ocuc>>.

USERO, Belén; BRÍO, Jesús Angel Del - Review of The 2009 UNESCO framework for cultural statistics. Cultural Trends. 20:2 (2011) 193–197. doi: 10.1080/09548963.2011.563915.

Anexos

Anexo 1 - Manual de Administração e Atualização do Creia.Lab

Em volume próprio.

Anexo 2 – Continuação das correlações entre indicadores que já existem no INE e que podem ser transformados em indicadores para o Obcrei

Indicador/Definição	Custo das mercadorias vendidas (Série 2004-2007 - €) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 2.1) nas Indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Custo das mercadorias vendidas (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão
Indicador/Definição	Empresas (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3 nas indústrias Criativas); Anual
Interpretação e Uso	Empresas (N.º) de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (N.º)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	-----
Indicador/Definição	Empresas (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Empresas (N.º) de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto- (N.º)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado

Indicador/Definição	Gastos com o pessoal (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Gastos com o pessoal (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão / Regulamentação
Indicador/Definição	Gastos com o pessoal (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Gastos com o pessoal (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão / Regulamentação
Indicador/Definição	Imposto sobre o rendimento (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Imposto sobre o rendimento (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão / Regulamentação
Indicador/Definição	Imposto sobre o rendimento (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Imposto sobre o rendimento (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.

Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão / Regulamentação
Indicador/Definição	Impostos (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Impostos (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão / Regulamentação
Indicador/Definição	Impostos (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Impostos (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão / Regulamentação
Indicador/Definição	Outros gastos com o pessoal (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Outros gastos com o pessoal (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão
Indicador/Definição	Outros gastos com o pessoal (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Outros gastos com o pessoal (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual

Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão
Indicador/Definição	Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (N.º)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Sociedade
Ciclo criativo	Participação
Indicador/Definição	Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (N.º)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Sociedade
Ciclo criativo	Participação
Indicador/Definição	Pessoal ao serviço remunerado (N.º) nas empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Pessoal ao serviço remunerado (N.º) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (N.º)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Sociedade
Ciclo criativo	Participação
Indicador/Definição	Pessoal ao serviço remunerado (N.º) nas empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Pessoal ao serviço remunerado (N.º) das Empresas de Indústrias Criativas.

Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (N.º)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Sociedade
Ciclo criativo	Participação
Indicador/Definição	Prestações de serviços (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Prestações de serviços (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Prestações de serviços (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Prestações de serviços (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Produção (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Produção (€) das Empresa de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Produção

Indicador/Definição	Produção (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Produção (€) das Empresa de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Produção
Indicador/Definição	Remunerações (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Remunerações (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão
Indicador/Definição	Remunerações (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Remunerações (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Estado
Ciclo criativo	Gestão
Indicador/Definição	Resultado líquido do período (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Resultado líquido do período (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado

Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Resultado líquido do período (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Resultado líquido do período (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Valor acrescentado bruto (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Valor acrescentado bruto (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Valor acrescentado bruto (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Valor acrescentado bruto (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Vendas de mercadorias (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Vendas de mercadorias (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual

Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Vendas de mercadorias (€) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Vendas de mercadorias (€) das Empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Volume de negócios (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Volume de negócios (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS II
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing
Indicador/Definição	Volume de negócios (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2002) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3) nas indústrias Criativas; Anual
Interpretação e Uso	Volume de negócios (€) das empresas de Indústrias Criativas.
Metodologia de Cálculo Simplificada	Não tem formula nenhuma, só o valor bruto - (€)
Desagregação Geográfica	NUTS III
Periodicidade	Anual
Fonte	Dados: INE, Sistema de contas integradas das empresas
Categorias Disponíveis (subgrupos)	Estas categorias estão associadas a uma tabela de equivalência (Tabela 14) que possui determinados códigos de atividade económica associados a cada um dos itens.
Dimensão	Mercado
Ciclo criativo	Difusão / Marketing