

Carlos Martins

## **As indústrias culturais e criativas, as políticas públicas e o crescimento económico.**

### **Resumo**

Num contexto de crise, estará a cultura condenada a uma função residual nas políticas públicas, ou terá o sector cultural e criativo o potencial de, pelo contrário, criar crescimento e emprego, justificando um reforço de investimento público como meio para a geração de valor, riqueza e postos de trabalho?

As Indústrias Culturais Criativas referem-se às actividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e com potencial de criação de emprego e riqueza, através da criação e exploração da propriedade intelectual. Estas actividades apresentam um notável comportamento em contextos económicos adversos, já que são intensivas em mão de obra, possuem um elevado nível de qualificação dos seus trabalhadores e exigem reduzidos investimentos para a criação de novos negócios, dependendo fundamentalmente do talento e da criatividade, recursos imateriais e portanto ilimitados.

São também estes sectores que melhor contribuem para a expressão da identidade dos lugares tornando-os, simultaneamente, mais competitivos através da valorização dos seus factores diferenciadores, suportados no seu património simbólico e na sua identidade cultural.

Num contexto de crise como o actual, onde se assiste em todo o mundo ocidental ao enfraquecimento do sistema financeiro e à progressiva deterioração da situação económica e social, a actividade cultural é uma das primeiras a ser afectadas pela redução na dotação orçamental pública. Existe a opinião generali-

zada de que em contextos de crise, as políticas públicas devem colocar o acento nas manutenção ou alargamento do nível de serviços sociais ou em medidas de carácter mais produtivo, com especial incidência na criação directa de emprego, passando o investimento na cultura para plano secundário.

Por outro lado, neste contexto, o consumo cultural individual também se contrai devido a um menor rendimento das famílias e uma menor quota destinada ao lazer e cultura. Agravando a situação do sector cultural, as empresas também contribuem com menos fundos para programas de patrocínios e mecenato ou para a compra directa de serviços culturais e criativos.

Nesta situação estará a cultura então condenada a uma função residual nas políticas públicas? Ou terá o sector cultural e criativo o potencial de, pelo contrário, criar crescimento e emprego, justificando um reforço de investimento público como meio para a geração de valor, riqueza e postos de trabalho?

São cada vez mais estudos internacionais que sugerem a segunda opção, ao demonstrar que as Indústrias Culturais e criativas (ICC) apresentam um notável comportamento em contextos económicos adversos, já que são intensivas em mão de obra, possuem um elevado nível de qualificação dos seus trabalhadores e exigem reduzidos investimentos para a criação de novos negócios, dependendo fundamentalmente do talento e da criatividade, recursos imateriais e portanto ilimitados.

Sectores tão diversos como o audiovisual, a música, a edição, o design, a arquitectura ou o software de entretenimento, por exemplo, são hoje sectores estratégicos para o desenvolvimento da economia e para a geração de emprego, devendo, por isso, ser incluídos na agenda de prioridades dos governos. São também estes sectores que poderão ser a garantia de sobrevivência do património cultural de um território, uma vez que os lugares mais competitivos serão cada vez mais aqueles que beneficiem de factores diferenciadores suportados no seu património simbólico e na sua identidade cultural.

Está também hoje reconhecido o potencial de irradiação dos sectores cultural e criativo para outros sectores da economia, designadamente para os sectores mais tradicionais, como o têxtil, o calçado ou o mobiliário, para além de inegável efeito positivo que produz no sector turístico.

Com efeito, a cultura e criatividade como indústria cresceu internacionalmente, em termos relativos, mais do que a maioria dos outros sectores produtivos ou de serviços, e ocupa nos países mais industrializados um lugar de relevo em

termos de recursos internos mobilizados e na obtenção de divisas nos mercados externos. De destacar, a este propósito, a transformação que estão a sofrer as ICC pela incorporação das novas tecnologias digitais e pelas profundas mudanças nos hábitos de consumo, resultantes do elevado crescimento do acesso aos conteúdos multiplataforma. A tendência para que arte, ciência e tecnologia convirjam numa nova fórmula empresarial colaborativa e digital, poderá, também, revelar-se decisiva para os processos de internacionalização das economias locais.

Justifica-se, assim, uma renovada e profunda reflexão sobre as consequências que estas questões deverão ter sobre as políticas públicas actuais, nomeadamente as de âmbito regional e local. De facto, não sendo adoptadas as adequadas opções, as cidades e regiões correrão o risco de perderem competitividade e verem fugir para outros territórios os seus melhores recursos: o talento, o empreendedorismo e a criatividade das suas gerações mais novas.

### **Das indústrias culturais às indústrias criativas**

Nas últimas décadas, diversos organismos internacionais e em diferentes regiões e países têm realizado esforços para definir o alcance e impactos das actividades culturais ou criativas nas economias regionais e locais, o que significou necessariamente a necessidade de desenvolver um novo campo de análise que é o da Economia Criativa. Estas análises pretendem mostrar que as expressões, actividades ou produtos da esfera criativa têm uma importância relevante em termos económicos para além do valor simbólico que se lhes possa atribuir. Estas preocupações - as de dimensionar em termos económicos o cultural e criativo - têm surgido em geral em áreas de gestão pública cultural tanto locais como nacionais e em organismos internacionais ligados a esses temas.

Dentro desse quadro foram realizados diversos estudos com o objectivo de analisar os impactos económicos e sociais da cultura e da criatividade, para o que foi necessário delimitar fronteiras conceptuais, ainda longe de estabilizadas.

A definição conceptual que utilizam os organismos internacionais de referência, como a UNESCO, evoluiu ao longo do tempo. Em 1982 esta organização considerava existir uma indústria cultural quando os bens culturais se produziam, reproduziam, conservavam e difundiam de acordo com critérios industriais e comerciais, ou seja, em série e aplicando uma estratégia de ordem económica, em

vez de perseguir apenas uma finalidade de desenvolvimento cultural (UNESCO, 1982;Getino,2008).Esta definição clássica das indústrias culturais inclui os sectores fornecedores de produtos culturais reprodutíveis ou difundidos em massa, como a indústria cinematográfica, o sector editorial, os meios de comunicação ou a indústria fonográfica. Estes sectores diferenciam-se de outros que contavam com processos de produção artesanal em que o produto final é único, como no caso das Artes Plásticas, ou repetível mas efémero, como acontece com as Artes Cénicas. Essa definição partia de uma concepção que distinguia economia e cultura como campos separados, e de alguma maneira também de outra antiga separação: a das belas artes face à cultura de massas.

Atendendo a uma definição mais recente adoptada pela UNESCO, as Indústrias Culturais são as que produzem e distribuem bens ou serviços culturais que, considerados do ponto de vista da sua qualidade, utilização ou finalidade específicas, encarnam ou transmitem expressões culturais, independentemente do valor comercial que possam ter.

De acordo com esta definição, as indústrias culturais apresentam as seguintes características:

- ❖ Têm como matéria-prima uma criação protegida por direitos de autor, em suporte físico ou electrónico.
- ❖ Incluem os bens e serviços culturais que são produzidos, conservados ou difundidos em série, com circulação em massa.
- ❖ Possuem processos próprios de produção, circulação e apropriação social.
- ❖ São adaptadas às lógicas do mercado e à comercialização, ou têm o potencial para entrar nelas.
- ❖ São espaços de integração e produção de imaginários sociais, conformação de identidades e promoção de cidadania.

Independentemente do conteúdo e da amplitude do conceito, as Indústrias Culturais têm uma dupla faceta, já que são ao mesmo tempo um recurso económico e uma fonte de identidade e coesão social, o que exige abordá-las também com um duplo enfoque: por um lado, aproveitando o seu potencial para contribuir para o desenvolvimento da economia, e por outro para que este valor económico favoreça as expectativas e interesses culturais dos membros de uma sociedade.

Nesta linha, os produtos culturais não são apenas portadores de identidade, valores e significado, mas também são factores de desenvolvimento económico e social. Esta indissolúvel dualidade cultural e económica das indústrias culturais estende-se aos seus produtos que, por essa mesma razão, não podem ser considerados como meras mercadorias de consumo ou entretenimento.

O que distingue um produto cultural de outros produtos de consumo é a sua dimensão simbólica. A produção cultural tem, por isso, de encontrar o equilíbrio entre a singularidade de cada experiência cultural (um concerto, por exemplo) e a produção em série de objectos culturais (um livro) e produtos electrónicos (um jogo). É verdade que se atribui maior valor ao singular do que ao produzido em série, mas a reprodução em série torna acessíveis muitos produtos que seriam inviáveis como produtos únicos. Há que ter em conta também a necessidade de satisfazer o aumento da procura de produtos culturais que se realizou nas últimas décadas em resultando da combinação de diversos factores como o aumento do nível de rendimento *per capita*, a educação ou a democratização do acesso à cultura.

A Unesco assume, assim, as Indústrias Culturais nesta sua dupla dimensão - cultural e económica -, e o termo aplica-se àquelas indústrias que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos que são imateriais e culturais na sua natureza. Estes conteúdos são normalmente protegidas pelos direitos de autor e podem assumir a forma de bens ou serviços. Esta dupla natureza constrói, desta forma, o perfil distintivo das Indústrias Culturais (UNESCO, 2008).

É neste contexto que surgem os conceitos de Indústrias Criativas e de Economia Criativa<sup>1</sup> em oposição a uma definição restritiva de actividades culturais - limitadas às diferentes formas de preservação da memória em termos de património e ao fomento da criação e difusão em termos artísticos - e que vai perdendo sentido. As dimensões do sector cultural ampliam-se ao mesmo tempo que as fronteiras se tornam mais ténues.

O Sector das Indústrias Criativas, de acordo com a UNESCO, representa, assim, um conjunto mais vasto de actividades que inclui as indústrias culturais às

---

<sup>1</sup> Surgiu na Austrália em 1994 com o lançamento do Relatório *Nação Criativa* por parte do governo daquele país e tem maior difusão a partir de sua aplicação na gestão pública cultural da Grã-Bretanha desde 1997.

quais se acrescenta toda a produção artística ou cultural, sejam espectáculos ou bens produzidos individualmente. São as actividades em que o produto ou serviço contém um elemento artístico ou criativo substancial (UNESCO, 2006).

Segundo a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento, um documento pioneiro a nível internacional (UNCTAD, 2008) - no sentido em que estima o valor do sector numa escala internacional com base na cadeia de valor e reconhece, paralelamente o papel central do mesmo no estímulo ao desenvolvimento humano -, as Indústrias Criativas abrangem o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utiliza o capital intelectual como input principal. Trata-se de um conjunto de actividades baseadas no conhecimento, que se centra nas artes, mas não se limita a elas.

Ainda que ambas as definições tenham pontos de contacto, é diferente a ênfase na ruptura com o estritamente cultural. A definição da UNESCO de Indústrias Criativas amplia o conceito original de Indústrias Culturais na produção de bens e serviços não industriais, mas com base no cultural ou artístico, mesmo quando depois o estende ao criativo. Enquanto a UNCTAD define mais claramente que se alarga o eixo desde o artístico ou cultural para o capital intelectual, não se limitando portanto ao cultural.

A noção de indústria cultural vai pois ampliando, neste contexto, a partir de um núcleo centrado no conceito de produção e consumo artístico irrepetível e, por conseguinte, na esfera das belas artes e dos espectáculos (Artes Plásticas e Cénicas), ao qual se somam, em primeiro lugar, as actividades de massificação e divulgação dos produtos artísticos e dos bens e serviços culturais (ligadas, por exemplo, à edição e à distribuição cinematográfica) e, posteriormente, aquelas em que a cultura é um input num modelo produtivo que se caracteriza pela utilização intensiva de conhecimento.

Segundo o documento da UNCTAD, as Indústrias Criativas encontram-se na intersecção entre a arte, a cultura, os negócios e a tecnologia [...]. Abrangem desde a música, os livros, a pintura e as artes dramáticas, até subsectores de alto índice tecnológico como a indústria do cinema, a radiodifusão, a animação digital, os videojogos para a geração de conteúdos para novas plataformas, incluindo também os sectores orientados para a prestação de serviços como a arquitectura, o design e a publicidade.

As Indústrias Criativas referem-se pois às actividades que têm a sua origem na criatividade individual, habilidade e talento e com potencial de criação de

emprego e riqueza, através da criação e exploração da propriedade intelectual. Este conceito de Indústrias Criativas, originalmente desenvolvido pelo Department of Culture, Media and Sports (UK DCMS), integra uma vasta lista de actividades bastante heterogéneas entre si, como Publicidade, Arquitectura, Artes Plásticas e Antiguidades, Artesanato e Joalheria, Design, Design de moda, Cinema, Vídeo e Audiovisual, Software educacional e de lazer, Música, Artes cénicas, Edição, Software e Serviços de informática e TV e Rádio. A lista permite admitir que o DCMS entendeu que essas actividades têm uma característica comum entre elas, uma vez que se baseiam na imaginação e criatividade individual, associadas à habilidade e ao talento, e produzem riqueza e empregos através da criação e exploração de novos conteúdos e propriedade intelectual.

No trabalho *The Economy of Culture in Europe*, elaborado para a Comissão Europeia pela Kea European Research em 2006, é apresentada uma classificação das actividades consideradas integradas nas Indústrias Criativas de acordo com a Teoria dos Círculos Concêntricos. Esta assenta sobre a diferenciação de um sector cultural, constituído pelos campos das artes tradicionais e das actividades culturais, e um sector criativo, que considera as actividades que utilizam a cultura como meio de adicionar valor a produtos não culturais.

Atendendo a este modelo, a Economia da Cultura é definida como um processo de radiação, com base num modelo centrado num núcleo originário de ideias criativas, que irradia para o exterior num processo em que estas ideias se vão combinando com cada vez mais inputs, para produzir uma gama de produtos cada vez maior. Isso significa que as indústrias criativas compreendem uma série de actividades diversas que vão desde os subsectores tradicionais, aos de alto índice tecnológico ou aos orientados à prestação de serviços. Desta forma, incluem actividades tão diversas como o folclore, os festivais, a música, os livros, a pintura e as artes performativas, a indústria do cinema, a fotografia, a radiodifusão, a animação digital e o vídeo, o design, a arquitectura ou a publicidade.

As Indústrias Criativas são então uma complexa cadeia de sectores e subsectores criativos e industriais cujas fronteiras são difíceis de estabelecer e sujeitas a profundo debate intelectual e académico. Mas ainda que a definição da DCMS dos sectores que integram as Indústrias Criativas (IC) tem sido por vezes contestada, tem o mérito de possibilitar uma maior consciencialização em torno da relevante contribuição das IC para o desenvolvimento económico local, regional e nacional. Tem também o mérito de promover o sector, defender a intervenção e

chamar a atenção para sectores que, por si só, careceriam de massa crítica e poder de atracção perante os sectores público e privado.

### **As metodologias de medição**

Com o fim de avaliar a verdadeira importância das IC, as estatísticas desempenham um papel de vital importância, oferecendo aos dirigentes uma ideia mais clara do impacto que estas actividades geram e, de que forma o sector público pode criar um contexto mais propício que permita o seu agrupamento (em clusters regionais) e crescimento. Sem existir ainda de uma metodologia internacional padronizada, desenvolveram-se em diferentes lugares do mundo um conjunto de pesquisas e análises exaustivas e certas práticas e metodologias têm sido adoptadas como as predominantes.

A este propósito destaca-se o facto de, nos últimos anos, a medição do valor económico das IC deixou de se apoiar no valor intrínseco de cada uma das suas expressões sectoriais e começou a orientar-se para o modelo da cadeia de produção, em que os subsectores perdem a sua importância individual em favor da sua posição na cadeia.

O conceito de cadeia de valor permite identificar os processos e operações que proporcionam valor para a empresa desde a criação da procura até que esta recebe o produto ou serviço. É uma ferramenta de informação e conhecimento que permite identificar o conjunto de actividades através das quais um produto ou serviço é criado e vendido aos clientes, analisando como influenciam cada uma delas nos custos e nas vantagens que representam face à concorrência. Reflecte a interacção entre os diferentes agentes que intervêm no processo produtivo.

De facto, o *Creative Industries Production System* (CIPS), que mede as actividades das indústrias criativas, divide estas em quatro segmentos: criação, produção, produção de bens de equipamento, distribuição e comercialização:

- ❖ Criação: refere-se aos processos através dos quais a matéria criativa e os activos intelectuais são originalmente produzidos. Esta fase inclui todas as formas criativas (imagens, ideias, planos, composições, texto, jogos, títulos, etc.):
- ❖ Produção: produção de protótipos que depois serão replicados.



- ❖ Produção de bens de equipamento: fabrico de produtos associados à produção criativa, como pincéis, computadores, câmaras fotográficas, instrumentos musicais, etc.
- ❖ Distribuição: actividades que levam os produtos e serviços criativos para o mercado, como reprodução de CDs, distribuição audiovisual, transporte e serviços de distribuição digital ...
- ❖ Comercialização: exibição dos produtos criativos produzidos (teatro, salas de concerto, cinemas, etc.) e venda a retalho de CD's, jogos, livros ou produtos).

Mas a verdade é que nem sempre é possível atribuir uma fase específica do processo de cada empresa da amostra, por operar muitos deles em várias das etapas, o que dificulta a exploração de variáveis como o número de empresas, volume de negócios, resultado ou emprego tendo em conta a este critério.

### **As indústrias criativas e o desenvolvimento territorial**

O crescente impacto económico dos sectores da cultura e da criatividade, o seu efeito de arrasto sobre outros sectores, a sua importância nos processos de coesão territorial e a sua maior influência nos indicadores de qualidade de vida dos cidadãos converte-os em elementos estratégicos para definir a competitividade dos territórios.

Durante a última década, vários governos de todo o mundo começaram a reconhecer esse facto e começaram a desenvolver políticas específicas para a promoção das Indústrias Criativas. Este crescente interesse por este tipo de indústrias, que durante um largo período de tempo foram consideradas como indústrias marginais, permitiu a proliferação de análises, estatísticas, mapeamentos e estudos sobre a relação entre as indústrias criativas e o desenvolvimento económico, proporcionando aos órgãos políticos de diferentes países os dados e informações necessários à elaboração de políticas públicas neste domínio.

Como se afirmava no relatório do Parlamento Europeu *As indústrias culturais e o emprego nos países da União Europeia*, se as indústrias culturais têm uma dimensão estruturadora, quando reforçam a coesão de um território com o seu desenvolvimento socio-económico e, ao mesmo tempo, uma dimensão de iden-

tificação, uma vez que consolidam as identidades culturais dos povos europeus, as instâncias políticas comunitárias devem ser capazes de maximizar o potencial deste sector traduzindo-o em actos políticos<sup>2</sup>.

A importância das políticas públicas dirigidas a todos os sectores das indústrias culturais reside na antes comentada dupla natureza dessas actividades tão específicas. Por um lado são sectores industriais que partilham as mesmas características que qualquer outro sector e, por outro, possuem uma característica fundamental que as diferencia do resto, que é a sua especificidade cultural.

Os diferentes canais através dos quais os produtos culturais podem ter impacto sobre o desenvolvimento local podem resumir-se em:

- ❖ Poder de atracção das actividades culturais<sup>3</sup>.
- ❖ O aumento das receitas locais e estímulo da economia.
- ❖ A capacidade de criar novos bens e serviços que serão vendidos maioritariamente fora do seu território.
- ❖ O poder de criar um sistema de valores e referências que podem abrigar a comunicação entre diferentes grupos de pessoas dentro de um território, ou à tomada de riscos comuns.

Por tudo isto, os programas de fomento das indústrias culturais devem ter o propósito de gerar um conhecimento dos recursos culturais também em sentido económico. A meta deste ponto de vista é a transformação da cultura num recurso, a criação de postos de trabalho, a geração de maior riqueza e o desenvolvimento de um turismo sustentável.

O sector cultural deve ser considerado como um factor relevante para a economia produtiva. Os parâmetros de comparação mostram como um sector muito

---

<sup>2</sup> O relatório da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económicos (OCDE), Cultura e Desenvolvimento Local, justifica o esforço de estímulo das indústrias culturais considerando o seu impacto no desenvolvimento regional e local. Neste relatório sublinha a importância e o poder da criatividade e da cultura como motor para o desenvolvimento pessoal e social, como indutores do crescimento económico, bem como o seu papel fundamental no desenvolvimento da competitividade na sociedade do conhecimento e de modelar os territórios e as economias locais de forma ao mesmo tempo criativo e inovador.

<sup>3</sup> Estas actividades (restauro de monumentos, festivais, exposições) atraem turistas bem como visitantes locais que consumirão bens e serviços.

importante, que proporciona 2,6% do PIB da União Europeia e cinco milhões de empregos na UE-27. Em Portugal, por outro lado, o sector Cultural e Criativo originou, em 2006, um valor acrescentado bruto (VAB) de 3,7 milhões de euros, sendo responsável por 2,8% de toda a riqueza criada nesse ano em Portugal, superior, por exemplo, à contribuição das indústrias alimentares e de bebidas ou têxteis e de vestuário. No que diz respeito ao emprego no sector Cultural e Criativo era responsável, naquele ano, de cerca de 2,6% do emprego nacional total<sup>4</sup>. É necessário colocar o enfoque em acções específicas para ajudar a impulsionar a economia criativa para que contribua mais para o PIB e para a geração de emprego. Mas os resultados poderiam ser ainda melhores destinando recursos, desenvolvendo políticas e criando de plataformas específicas para obter resultados.

Em 2009, a Comunidade Europeia publicou um estudo sobre o impacto da cultura na promoção das indústrias criativas e a influência da criatividade no desenvolvimento económico e social das sociedades. O estudo propõe um conjunto de medidas concretas com o objectivo de criar uma Europa que promova a criatividade através de incentivos que utilizam a cultura como motor de renovação social e económica. A partir de todos esses debates, entre as principais recomendações para tornar realidade este potencial criativo é possível destacar as seguintes:

- ❖ criar uma importante base de dados quantitativos que sirvam de base à tomada de decisões de legisladores e reguladores;
- ❖ a integração na agenda de Lisboa do sector cultural e criativo com o objectivo básico de incrementar e melhorar o investimento na criatividade;
- ❖ utilizar e aproveitar ao máximo os programas de ajudas existentes na UE;
- ❖ reforçar o mercado interno para as pessoas, produtos e serviços criativos;
- ❖ fomentar a mobilidade de artistas, eliminar barreiras fiscais e sociais, adaptar as normas de contabilidade para promover a valorização dos activos intangíveis;

---

<sup>4</sup> Augusto Mateus & Associados (2010). *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais – Ministério da Cultura.

- ❖ promover a criatividade e a educação no mundo dos negócios desde a escola até aos níveis profissionais;
- ❖ dar impulso à relação entre criadores e tecnologia agrupando as diferentes competências em plataformas de criatividade;
- ❖ e possibilitar a utilização dos instrumentos financeiros do Banco Europeu de Investimentos.

Em Portugal o *Plano Tecnológico* considera a inovação especialmente necessária no que se refere à internacionalização da economia portuguesa e considera que a classe criativa deverá ser possuidora do talento e tolerância que permitam inovar e apostar na tecnologia, para que tenha como resultado final um crescimento económico. Este documento define como principais objectivos estratégicos no capítulo das indústrias criativas:

- ❖ Divulgar e promover o conceito de indústria criativa em Portugal;
- ❖ Consolidar a base de conteúdos culturais e informativos;
- ❖ Promover o potencial económico das indústrias criativas pelo acesso ao financiamento e aos recursos humanos;
- ❖ Promover as cidades criativas em Portugal.

Na Região Norte de Portugal, a iniciativa *Norte 2015*<sup>5</sup> considera as Indústrias Criativas como prioridade: “A definição de medidas de políticas públicas de incentivo à organização e networking, à promoção, dinamização e monitorização destes sectores de actividade, na Região do Norte, poderão condicionar positivamente a sua estruturação e consolidação, concretizando potencialidades económicas e empresariais relevantes e o reforço, pela via da exportação da imagem regional!”

A importância desta área foi também destacada pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N) no programa Norte 2020 - Iniciativa Competitividade e Convergência, onde são definidas as áreas prioritárias e de maior potencial para o desenvolvimento da região na próxima

---

<sup>5</sup> A definição de medidas políticas de iniciativa pública de preparação e definição da estratégia de desenvolvimento regional do Norte de Portugal pós-2006, promovida em parceria pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N) eo Conselho Regional do Norte.

década, e através dos apoios concedidos pelo ON.2 - O Novo Norte à criação de infra-estruturas criativas, a grandes eventos e as actividades e negócios baseados na criatividade e no talento artístico, que ascendem já a cerca de 65 milhões de Euros. O particular impacto da cultura e da criatividade no Norte luso ainda está materializado no constituído Cluster das Indústrias Criativas, com sede na região.

Apesar do crescente importância da agenda da cultura e da criatividade no debate sobre a competitividade das cidades e regiões, o verdadeiro papel do sector cultural e criativo na economia está ainda debaixo de forte debate académico, sendo de particular relevância a produção de conhecimento sobre esta matéria.

