



Departamento de História

A Casa da Criatividade de S. João da Madeira: um exemplo de
revitalização local

Liliana Valente Cruz

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Gestão e Estudos da Cultura na especialidade de Museologia.

Orientador(a):

Doutora Nélia Susana Dias, Professora Associada
ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014

Agradecimentos

À minha orientadora Professora Doutora Nélia Dias, pela presença e amabilidade; por me guiar ao longo destes meses de incertezas e decisões.

A todos aqueles que, em S. João da Madeira, contribuíram para a minha dissertação e fizeram com que sentisse especial afeto por esta cidade, particularmente ao Fernando Pinho.

Aos familiares e amigos que, entre mesas recheadas e conversas, me deram a força extra para terminar este trabalho.

Às *companheiras de luta*, Sara Oliveira e Cláudia Correia.

Aos meus pais, pelo apoio e incentivo ao longo do trajeto académico e por permitirem que seguisse sempre o caminho que mais me fazia feliz.

Um agradecimento especial à minha irmã – porque tudo o que faça, será sempre a quatro mãos.

As cidades como os sonhos são construídas de desejos e de medos, embora o fio do seu discurso seja secreto, as suas regras absurdas, as perspectivas enganosas e todas as coisas escondam outra.

em “As Cidades Invisíveis” de Italo Calvino

Resumo

Esta dissertação analisa a cidade de S. João da Madeira e em particular o equipamento cultural Casa da Criatividade, para refletir sobre a pertinência de apostar na cultura como forma de revitalização local.

Na conjuntura atual, as cidades devem adotar estratégias para se revigorarem mas também para se destacarem, focando-se ao mesmo tempo na comunidade local e regional e em atrair turistas, enquanto uma importante fonte de receitas. Quando se aplica esta premissa em cidades de pequena ou média dimensão, fora dos grandes centros urbanos, a situação adquire outras dimensões. A braços com uma realidade geográfica específica e, na maioria das vezes, com um passado económico ligado à indústria, estas localidades tentam encontrar formas de revitalização; que, em alguns casos, passam pelo setor cultural. A cultura é vista como solução para a mudança, num plano que foca a dinamização da economia e o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Casa da Criatividade; S. João da Madeira; Equipamento Cultural; Indústrias Culturais; Revitalização Local.

Abstract

This study examines the city of São João da Madeira, particularly the cultural equipment *Casa da Criatividade*, to reflect upon the relevance of focusing on culture as a form of local revitalization.

In the current conjuncture, cities should adopt strategies to reinvigorate but also to succeed, focusing both on the local and regional community and attracting tourism, as an important source of revenue. When applying this premise in small or medium size cities, outside major urban centers, the situation acquires other dimensions. Faced with a specific geographical reality and often with an economic past related to the industry, these cities try to find ways to revitalize; in some cases it goes through the cultural sector. Culture is seen as the solution to change, in a plan focused on boosting the economic and local development.

Keywords: Casa da Criatividade; S. João da Madeira; Cultural Equipment; Cultural Industries; Local Revitalization.

Índice

| | |
|--|------|
| Índice de Quadros..... | vii |
| Glossário de siglas e abreviaturas..... | viii |
| Introdução..... | 1 |
| Justificação e pertinência do objeto de estudo..... | 3 |
| Abordagem metodológica..... | 4 |
| Estado da Arte..... | 6 |
| Capítulo I: Enquadramento Teórico..... | 9 |
| 1.1. Da cultura de massas, às indústrias culturais e criativas..... | 9 |
| 1.2. Indústrias culturais, indústrias criativas e desenvolvimento local..... | 13 |
| Capítulo II: Estudo de Caso..... | 16 |
| 1. A cidade: aspetos de S. João da Madeira..... | 16 |
| 1.1. Enquadramento geográfico e territorial..... | 16 |
| 1.2. Enquadramento social..... | 17 |
| 2. O Setor Cultural..... | 21 |
| 2.1. Equipamentos culturais..... | 21 |
| 2.2. Participação & Criação cultural..... | 23 |
| 2.3. Eventos culturais..... | 25 |
| 2.4. Circuitos pelo Património Industrial de S. João da Madeira..... | 26 |
| 2.5. Balanço do setor cultural..... | 27 |
| 2.6. O posicionamento de S. João da Madeira no contexto da oferta cultural da Área Metropolitana do Porto..... | 29 |
| 3. A Casa da Criatividade..... | 31 |
| 3.1. Sobre a sua designação..... | 31 |
| 3.2. O edifício da Casa da Criatividade..... | 32 |
| 3.3. O modelo de gestão / exploração..... | 34 |
| 3.4. A programação cultural..... | 37 |
| 3.4.1. Privilegiar a comunidade..... | 37 |
| 3.4.2. Artes performativas..... | 40 |
| 3.4.3. As produções da Casa da Criatividade..... | 42 |

| | |
|--|------|
| 3.5. A saída do diretor artístico: o fim do modelo..... | 43 |
| 3.6. Democratização cultural como linha da programação cultural..... | 45 |
| Considerações Finais..... | 48 |
| Fontes..... | 50 |
| Bibliografia..... | 51 |
| Jornais..... | 55 |
| Webgrafia..... | 57 |
| Anexos | |
| A. Fotografia do exterior do edifício da Casa da Criatividade..... | I |
| B. Fotografia da sala de espetáculos da Casa da Criatividade, a partir do palco..... | II |
| C. Fotografia da sala de espetáculos da Casa da Criatividade, a partir da plateia... | III |
| D. Excertos da entrevista a Fernando Pinho..... | IV |
| E. Quadro com a programação principal da Casa da Criatividade..... | XI |
| F. Quadro com o número de espetáculos da programação principal da Casa da Criatividade e respetiva percentagem, por horário..... | XIII |
| <i>Curriculum Vitae</i> | XIV |

Índice de Quadros

Quadro 2.1. Percentagem da População Residente em S. João da Madeira por nível de escolaridade.

Quadro 2.2. Percentagem da População Residente em S. João da Madeira por Grupos Etários.

Quadro 2.3. Número de espetáculos e respetiva percentagem por tipologia.

Glossário de siglas e abreviaturas

AMP – Área Metropolitana do Porto.

CC – Casa da Criatividade.

CCCCB – Centro de Cultura Contemporânea de Castelo Branco.

CMSJM – Câmara Municipal de São João da Madeira.

CPISJM - Circuitos pelo Património Industrial de São João da Madeira.

ESAD – Escola Superior de Artes e Design.

SJM – São João da Madeira.

TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação.

INTRODUÇÃO

Atualmente as cidades de pequena e média dimensão, fora dos grandes centros urbanos, encontram-se numa posição particular. A fuga substancial de residentes para zonas mais perto do litoral e principalmente para os grandes centros como Lisboa e Porto, o encerramento de muitas indústrias que eram pilares da economia de muitas destas cidades e as situações que daí surgem (como a diminuição do comércio tradicional, a desertificação residencial entre outras) transformaram a dinâmica existente nestes locais.

Os responsáveis políticos tentam chegar a respostas para minimizar o impacto desta conjuntura, que atinge vários níveis não apenas económicos como sociais. A necessidade de revitalizar economicamente mas também capacitar a cidade de um desenvolvimento social, num modelo capaz de sustentar e dinamizar o território, é considerado fundamental. Em alguns casos, a resposta tem sido uma aposta na cultura como motor para o impulso que desejam. Através da criação / reabilitação de infra-estruturas culturais, eventos pontuais ou programas específicos de fomento às indústrias culturais e criativas, é tentado organizar nestas cidades um universo cultural que seja capaz de as revigorar, num balanço entre a sua colocação no “mapa” dos pontos turísticos e o estreitamento relacional com a comunidade local.

Nesta posição encontra-se a cidade de S. João da Madeira que, através da realização da cultura como potencializadora de desenvolvimento, tem vindo a desenvolver uma série de projetos nesse âmbito. Um dos últimos foi a recuperação de um antigo cine-teatro que dotou a cidade de mais um espaço cultural, a Casa da Criatividade. Além do foco nas artes performativas, este espaço destaca-se por uma sala de espetáculos polivalente e, na sua primeira temporada, por um modelo de gestão / exploração diferente do que é habitual nos equipamentos culturais municipais. O facto da cidade ser vista como um exemplo de revitalização cultural e desenvolvimento local, foi o que levou à escolha desta cidade e deste equipamento cultural como objeto de estudo.

As três perguntas de partida foram as linhas de orientação iniciais para o desenvolvimento deste trabalho. As questões foram as seguintes:

1. O setor cultural, com especial atenção às indústrias culturais e indústrias criativas, pode ser um dinamizador local?
2. Pode a cultura ser determinante para a revitalização económica de uma localidade fora de um grande centro urbano?
3. Qual a importância de um equipamento cultural municipal e qual a relevância da sua programação e modelo de gestão / exploração face a dinâmica da localidade onde se insere?

A partir daqui, este trabalho foi atravessando várias etapas de escolhas e indecisões em torno da sua construção. Os rumos para os quais se podia dirigir eram numerosos e dividiam-se entre o aprofundamento das políticas culturais locais ou a análise dos públicos que frequentam o equipamento cultural. Apesar destas opções, o trabalho tentou responder às questões acima expostas, caminhando no sentido de clarificar as diversas temáticas que nelas se cruzam e se especificam com o estudo de caso.

No primeiro capítulo é feita uma reflexão em torno dos conceitos de *cultura de massas*, *indústrias culturais* e *indústrias criativas*. Através de uma breve análise das suas definições, procura-se entender se é possível uma delimitação precisa e efetiva destas três noções. A partir deste ponto, segue-se para uma observação à relação entre as indústrias culturais e indústrias criativas e desenvolvimento em localidades fora dos grandes centros urbanos, partindo do exemplo de duas localidades portuguesas, Idanha-a-Nova e Caldas da Rainha.

O segundo capítulo está dividido em três secções e apresenta o estudo de caso. A primeira secção é constituída pelo enquadramento geográfico e social de S. João da Madeira, frisando o passado industrial desta cidade. A segunda secção debruça-se sobre o setor cultural da cidade, fazendo um resumo das atividades culturais existentes e posicionando-as no contexto mais amplo da Área Metropolitana do Porto. A terceira e última parte, foca-se na Casa da Criatividade e nos seus diversos elementos: a polivalência da sala de espectáculos, todo o processo relacionado com o modelo de gestão / exploração e a programação cultural, notando a atenção dada às artes performativas e ao envolvimento da comunidade local.

Foi desafiante analisar uma instituição cultural que, no início da sua primeira temporada de existência, emergiu com a intenção de se tornar um exemplo para os equipamentos do género em Portugal; mas que no final desse período se mostrava com grandes dúvidas sobre a continuidade ao projeto. O desafio deveu-se não só, ao facto de o modelo de gestão / exploração (considerado como a grande mais-valia da Casa da Criatividade) ter chegado ao fim como também pela necessidade de construir toda a narrativa a partir da utilização de ferramentas da *história do presente*. A ausência de bibliografia por se tratar de uma realização cultural em curso, o recurso a documentação sob a forma de artigos de jornais e recursos a entrevistas¹ foram obstáculos que se fizeram notar ao longo deste trabalho. Esta clara falta de recuo temporal entre o objeto de estudo e a documentação utilizada para o sustentar tentou ser colmatada com bibliografia e trabalhos científicos pertinentes para consolidar as questões abordadas.

¹ Foram estabelecidos contactos com a Câmara Municipal de S. João da Madeira para compreender melhor a perspetiva da aposta na cultura e nas especificidades da Casa da Criatividade contudo, e apesar da demonstração inicial de interesse por parte desta entidade, as entrevistas não foram conduzidas. Foi realizada uma entrevista a Fernando Pinho, enquanto diretor artístico da Casa da Criatividade e após a sua saída, foi procurado um novo contacto porém este revelou-se sem efeito.

Justificação e Pertinência do Objeto de Estudo

A aposta na cultura como dinamizador socioeconómico tem sido apontada como uma das principais formas para a requalificação e o desenvolvimento urbano. Há uma especial atenção por parte de municípios – sobretudo os de pequena e média dimensão, fora dos grandes centros urbanos e outrora ligados à industrialização – para revigorarem a sua localidade e tornarem-na apta para os desafios que essas características podem gerar.

A emergência de vários centros culturais e casas da cultura, na Região Centro e Norte de Portugal, é um reflexo dessa tomada de consciência. O espaço GNRation em Braga, a Casa das Artes de Miranda do Corvo e o Centro de Cultura Contemporânea em Castelo Branco são exemplos de equipamentos culturais que inauguraram em 2013 e que surgem nesta vaga de investimento cultural por parte dos municípios.

A análise do município de S. João da Madeira e especialmente do equipamento cultural, Casa da Criatividade, surge pela atenção mediática dada ao concelho e ao projeto. Além disso, já havia sido apontada no *Estudo Macroeconómico para o Desenvolvimento de um Cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*² como uma das infra-estruturas que iria beneficiar a dinâmica cultural e criativa desta região e, em particular a da Área Metropolitana do Porto. Por ter sido inaugurada recentemente – em junho de 2013 – considerou-se bastante interessante analisar um projeto emergente, que ainda está em curso, e que se caracteriza pelo modelo de gestão, estilo arquitetónico e aposta cultural. Pela mesma razão, junta-se o facto da Casa da Criatividade combinar várias atividades culturais ligadas às artes performativas, contrastando com as realizações culturais criadas na Região Centro e Norte orientadas para as artes plásticas, nomeadamente para as exposições.

Deste modo, S. João da Madeira é visto como um exemplo de revitalização local através do fomento do seu setor cultural, das indústrias culturais e indústrias criativas; o projeto da Casa da Criatividade é marcado pela inovação arquitetónica da sala de espetáculos e pelo modelo de gestão / exploração alternativo. O enfoque na dinâmica cultural deste objeto de estudo e no cruzamento das suas ramificações procura direcionar a investigação para uma área que permita refletir uma série de aspetos que se prendem com os seguintes aspetos: equipamentos culturais municipais e as suas programações, os modelos de gestão / exploração com as suas vantagens e desvantagens, o balanço entre fomentar a ligação entre comunidade local e o setor cultural ou dinamizar o turismo cultural, entre outros.

² Fundação de Serralves (2008), *Estudo Macroeconómico para o Desenvolvimento de um Cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte. Relatório Final*, Porto, Fundação de Serralves, p.69.

Por conseguinte, este trabalho pretende, a partir de um estudo de caso, abrir caminho para uma reflexão sobre a situação cultural atual, nomeadamente das instituições culturais, em Portugal.

Abordagem metodológica

A decisão de elaborar um estudo de caso, cuja respetiva justificação e pertinência já foi abordada, levantou uma questão singular: tendo em conta que o critério para esta opção foi especificamente académica e que não havia qualquer tipo de conhecimento ou ligação pessoal à cidade ou ao projeto da Casa da Criatividade em si, como é que este facto podia beneficiar ou prejudicar o processo de investigação?

António Firmino da Costa clarifica esta questão, numa abordagem a partir da existente relação de familiaridade ou distanciamento entre investigador e o terreno. Referindo-se a ambas com um olhar crítico, o autor defende que o distanciamento “(...) não é, por si, garantia de objectividade no respectivo conhecimento. (...) [podendo] ocultar ao investigador o significado de um vasto leque de sinais sociais (dos quais pode nem sequer chegar a aperceber-se) e enviesar-lhe a interpretação das observações”³; e no caso da relação oposta, “(...) uma das principais consequências duma efectiva familiaridade é passar ao nível do consciente, do automático, do naturalizado e, portanto, do não explicitamente percebido, a maior parte do que nos rodeia.”

Ou seja, as duas relações possuem características que lhes dão contextos positivos e negativos. A familiaridade pode servir como estimulante para a elaboração da investigação porém tal como mencionado por António Firmino da Costa, evoca uma visão pessoal e emocional do objeto. O possível distanciamento – mesmo que em menor escala, ao longo do desenvolvimento do trabalho, especialmente no terreno, exige um processo de familiarização - face ao objeto de estudo dota o investigador de uma análise mais racional e “desligada” de influências afetivas contudo esta mesma posição pode incapacitá-lo de reconhecer e analisar situações mais desconhecidas.

Considerando estas circunstâncias, foi tentado produzir um trabalho preciso e conciso, que fosse o mais isento possível de pretensões e que conseguisse transmitir a realidade existente, através de um cruzamento de diversas técnicas de recolha de informação.

Com base em métodos qualitativos e numa pesquisa intensiva, as técnicas utilizadas foram: a análise documental e as entrevistas diretas. Após uma vasta pesquisa

³ Costa, António Firmino da (1999), “A Pesquisa de Terreno em Sociologia”, em José Madureira Pinto e Augusto Santos Silva (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, 10ª ed., Porto, Edições Afrontamento, p.147.

bibliográfica direcionada para os conceitos que se pretendia estudar: indústrias culturais, desenvolvimento local e democratização cultural; foi necessário focar o enquadramento e contextualização do estudo de caso – Casa da Criatividade e S. João da Madeira – e para tal foram analisados artigos da imprensa nacional (jornais *Público* e *Diário de Notícias*) e imprensa regional (jornais *Labor.pt* e *Regional*).

Foi realizada uma entrevista diretiva ao diretor artístico da Casa da Criatividade, Fernando Pinho. A opção pela entrevista diretiva, que segue uma linha estruturada e sequencial, esteve relacionada com a necessidade de obter respostas a determinados pontos e assuntos mas também com a falta de prática do entrevistador em outras técnicas mais espontâneas. O guião da entrevista⁴ tentou focar pontos-chave da investigação e do trabalho desenvolvido pelo entrevistado.

Esta técnica foi crucial porque permitiu “escutar” a opinião e interpretação⁵ do entrevistado contudo foi importante estar ciente que “(...) mesmo em questões ditas mais objectivas, tudo o que se obtém é uma declaração do sujeito sobre a observação que ele faz do seu próprio pensamento, comportamento ou situação.”⁶ Assim sendo, ainda mais relevante que a análise de conteúdo da entrevista, foi tecer um paralelismo entre os dados da entrevista e a informação recolhida através de bibliografia.

Igualmente importante foi a observação não-participante do evento *24 Horas de Teatro*, que permitiu entrevistar o diretor artístico mas também perceber as especificidades das manifestações levadas a cabo pela Casa da Criatividade.

⁴ Vd. Anexo D.

⁵ Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoutd (2008), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 5ª ed., Lisboa, Gradiva, p.193.

⁶ Costa, António Firmino da (1999), p.142.

Estado da Arte

A produção bibliográfica relativa às indústrias culturais e instituições municipais de cariz cultural tem vindo a desenvolver-se nos últimos anos, sendo composta essencialmente por dissertações de mestrado nas áreas da museologia, antropologia, estudos urbanos e cultura e comunicação. Este aspeto é revelador da importância crescente que as indústrias culturais desempenham ao nível do desenvolvimento local, políticas municipais e políticas culturais locais.

Sobre dinâmicas culturais, fora dos grandes centros urbanos portugueses, estudadas na sua dimensão de políticas locais e municipais, podemos destacar duas dissertações de mestrado: *Estratégias culturais e políticas de afirmação regional. O Centro Cultural Raiano* de Solange Quelhas Almeida⁷, que analisa o caso da criação do centro cultural, em Idanha-a-Nova, como forma de afirmação identitária e regional; e *Política Cultural Local – Território e Cultura: o concelho de Tomar* de Carla Pinheiro de Jesus⁸, que examina o setor cultural do município numa perspectiva de políticas e práticas culturais.

A dissertação *Cultura e Desenvolvimento: Novos desafios para as políticas municipais* de Maria Elisa Pérez da Silva Babo⁹ analisa os concelhos de Montemor-o-Novo e Vila do Conde sob os conceitos de capital (humano, social, cultural e criativo), distritos criativos e *governance*; a autora parte destas dimensões para encontrar resoluções que possam fomentar o desenvolvimento local.

Incidindo também em equipamentos culturais fora dos grandes centros urbanos portugueses, existem duas dissertações pertinentes realizadas recentemente: *Centro das Artes / Casa das Mudas e Museu Henrique e Francisco Franco: um ponto de partida para um inquérito sobre a museologia na Região Autónoma da Madeira* de Maria Leonor Morgado Melvill de Araújo¹⁰ e *Os públicos do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha* de André Lopes Esteves¹¹. Apesar de darem particular foco à questão dos

⁷ Almeida, Solange Quelhas (2000), *Estratégias culturais e Políticas de afirmação regional*, Dissertação de Mestrado em Antropologia: Poder e Diferenciação. Processos Contemporâneos, Lisboa, ISCTE.

⁸ Jesus, Carla Pinheiro de (2002), *Política Cultural Local – Território e Cultura: o concelho de Tomar*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, Lisboa, ISCTE.

⁹ Babo, Maria Elisa Pérez da Silva (2010), *Cultura e Desenvolvimento: novos desafios para as políticas municipais*, Dissertação de Mestrado em Planeamento do Território – Inovação e Políticas de Desenvolvimento, Aveiro, Universidade de Aveiro.

¹⁰ Araújo, Maria Leonor Morgado Melvill de (2012), *Centro das Artes / Casa das Mudas e Museu Henrique e Francisco Franco: um ponto de partida para um inquérito sobre a museologia na Região Autónoma da Madeira*, Dissertação de Mestrado em Museologia e Museografia, Lisboa, Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa.

¹¹ Esteves, André Lopes (2013), *Os públicos do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha*, Dissertação de Mestrado em Cultura e Comunicação, Lisboa, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

públicos, estas dissertações refletem sobre a importância dos equipamentos nas dinâmicas culturais e sociais das respetivas cidades.

A escolha do estudo de caso tornou necessária a procura do que já havido sido publicado em torno de S. João da Madeira; com isso foi dado conta de um conjunto de trabalhos pertinentes, principalmente ao nível das temáticas do setor industrial e social.

O sociólogo Elísio Estanque, na obra *Entre a Fábrica e a Comunidade. Subjectividades e práticas de classe no operariado do calçado*, analisa o “processo histórico do desenvolvimento industrial da região e o seu impacto na estruturação da classe trabalhadora, através da observação das suas práticas, subjectividades e atitudes (...)”¹² e produz um consistente trabalho académico em torno da sociedade sanjoanense e do estudo do carácter industrial da cidade como modelador da envolvente social e cultural.

Recentemente, foram elaboradas duas dissertações sobre a cidade. *A memória do trabalho e os trabalhos da memória. O Caso do Museu da Indústria de Chapelaria de Suzana Menezes*¹³, no qual a autora analisa o caso específico do Museu da Chapelaria e a importância da memória social como elemento fulcral numa musealização de sítio, focando-se no valor deste enquanto espaço de uma identidade coletiva local. *A indústria de calçado em S. João da Madeira (1881-1953): Estudo e Mediação* de Susana de Carvalho¹⁴, baseia-se na recolha e análise documental referente à indústria do calçado de S. João da Madeira (SJM) – no período temporal entre o fim do século XIX e a primeira metade do século XX; acabando por elaborar uma reflexão sobre a organização empresarial dessa indústria.

Além destas obras mencionadas, existem monografias de divulgação da região, que apesar de não seguirem regras académicas e científicas, são ferramentas importantes para conhecer hábitos e tradições populares da cidade. Realizadas por autores locais, estão focadas nos conhecimentos empíricos dos mesmos e recorrem a testemunhos orais de habitantes para desenvolverem as suas narrativas. As fotografias servem de ilustração ao texto, procurando mostrar paisagens e monumentos mas também retratos de personalidades de importância local. Podemos salientar duas obras com estas características: *S. João da Madeira – Cidade do Trabalho* de Antonino Fernandes¹⁵ e

¹² Estanque, Elísio (2000), *Entre a Fábrica e a Comunidade. Subjectividades e práticas de classe no operariado do calçado*, Porto, Edições Afrontamento, p.16.

¹³ Menezes, Suzana (2006), *Memória do trabalho e os trabalhos da memória. O Caso do Museu da Indústria de Chapelaria*, Dissertação de Mestrado em Museologia, Lisboa, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

¹⁴ Carvalho, Susana Isabel Lage de (2012), *A indústria de calçado em S. João da Madeira (1881-1953): Estudo e Mediação*, Dissertação de Mestrado de Estudos em História e Património – Ramo Mediação Patrimonial, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

¹⁵ Fernandes, Maurício Antonino (1996), *S. João da Madeira – Cidade do Trabalho*, São João da Madeira, Câmara Municipal de São João da Madeira.

Memórias de Tempos Idos. Subsídios para a história de S. João da Madeira e a sua região
de Levi Moreira da Costa¹⁶

¹⁶ Silva, Levi Moreira da (1992), *Memórias de Tempos Idos. Subsídios para a história de S. João da Madeira e a sua região*, São João da Madeira, Câmara Municipal de São João da Madeira.

CAPÍTULO I: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. Da cultura de massas, às indústrias culturais e criativas

A utilização de noções como *indústrias culturais* e *indústrias criativas* que se fará ao longo da dissertação, requer que seja necessário abordar, de modo prévio, um conceito ligado à tipologia da cultura: *cultura de massas*.

Este conceito será tratado a partir do pensamento da socióloga Maria de Lourdes Lima dos Santos¹⁷, que sustenta que o início da produção (e reprodução) em série - da literatura de cordel, dos folhetins, das cópias dos quadros e mesmo de espetáculos populares com intuito comercial – como o primórdio da *cultura de massas*. O conteúdo de *massa* remetendo para o conjunto das camadas populares como termo depreciativo e declarado como “albergando gente ignorante e social, culturalmente pouco qualificada”¹⁸; coloca, assim, *cultura de massas* num nível inferior da legitimação cultural graças ao “gosto fácil do público”.

Esta conotação negativa é fortalecida ainda mais após a II Guerra Mundial e o importante aspeto propagandístico do apelo às massas, com a utilização da cultura (cinema, música, artes performativas e plásticas) pelos regimes totalitaristas. Estas circunstâncias iriam ser marcantes para o pensamento dos teóricos Theodor W. Adorno e Max Horkheimer - que consideram necessário substituir a expressão *cultura de massas* por *indústria da cultura*. Adorno e Horkheimer defendem que *cultura de massas* parecia implicar “qualquer coisa como uma cultura que surge espontaneamente das próprias massas, a forma contemporânea da arte popular”¹⁹ e era exactamente o contrário que acreditavam ser o real significado do mesmo: “uma manipulação das necessidades pelas forças produtivas”²⁰ para direccionar as massas aos interesses que beneficiavam quem detinha o monopólio do produto cultural. Convém notar que o termo *bem cultural* não é utilizado pois ao ser uma indústria o resultado final, em questão, é um produto ou mercadoria. A orientação dos interesses da *indústria cultural* vai na direção da mercantilização, da distribuição padronizada e conseqüente lucro. Para isso, o foco é posto na produção dos produtos culturais, que implica reiterar a valorização do mediano, a banalidade e o entretenimento fácil e repetitivo. Desta forma, o ato de criação passa a ser menosprezado. É também aqui que se estreita a ligação entre cultura e economia, que se manterá até a atualidade. “A fábrica de sonhos não fabrica os sonhos dos clientes, mas dissemina entre a população o

¹⁷ Santos, Maria de Lourdes Lima dos (1988), “Questionamento à volta de três noções (a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas)”, *Análise Social*, 101-102, (vol. XXIV), (2º-3º).

¹⁸ Santos, Maria de Lourdes Lima dos (1988), p.700.

¹⁹ Adorno, Theodor W. (1963), “Breves Considerações acerca da indústria da cultura”, em Theodor W. Adorno (2003), *Sobre a Indústria da Cultura*, Coimbra, Editora Angelus Novus, p.97.

²⁰ Adorno, Theodor W. (1942), “O esquema da cultura de massas”, em Theodor W. Adorno (2003), p.77.

sonho dos fornecedores”²¹: de uma forma simplista, esta metáfora de Adorno resume a sua posição face a indústria da cultura.

Vários outros teóricos trabalharam em torno das indústrias culturais e exploraram diferentes concepções e modelos aplicados, ao longo das décadas seguintes.

Nos anos de 1980, Bernard Miège afirma que a expressão *indústria cultural* induz em erro por tornar num todo, uma série de diferentes produtos e processos.²² Para este autor, o termo deve ser utilizado no plural para ser clara a sua complexidade e as diferentes formas culturais que fazem parte desta²³. Miège não encara a industrialização da cultura com a mesma perspetiva crítica de Adorno e sublinha as potencialidades abertas como a democratização e o caminho para a inovação cultural.

Em conjunto com as teorias da cultura, as indústrias sofreram grandes alterações ao longo de vinte anos com as novas tecnologias, – especialmente das tecnologias da informação e comunicação (TIC) – o advento da internet e os produtos que daí resultam: desde o comércio virtual, às redes sociais e as novas formas de fruição de cinema e música²⁴. Estas transformações dão conta da emergência do termo *indústrias criativas*. O conceito foi bastante desenvolvido e ganhou notoriedade a partir dos anos 2000. Richard Florida, Andy C. Pratt e Charles Landry²⁵ são alguns dos investigadores que têm trabalhado em torno desta noção. De uma forma geral, a noção de *indústrias criativas* retorna o foco para o processo criativo do produto cultural e valoriza as suas especificidades²⁶, dando especial atenção a conteúdos ligados às TIC.

O reconhecimento destas indústrias como catalisador económico para um desenvolvimento urbano ou requalificação de espaços urbanos²⁷, potencializado com a chamada de atenção dada às mesmas pelos atores políticos, conduziu os organismos internacionais a elaborarem definições. Consequentemente, diversas entidades produziram

²¹ Adorno, Theodor W. (1942), p.91.

²² Miège, Bernard (1989), *The Capitalization of Cultural Production*, Nova Iorque, International General, p.10.

²³ Miège, Bernard (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, p.28.

²⁴ UNESCO (2006), *Understanding Creative Industries. Cultural statistics for public-policy making*.

Disponível em:

http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/119426116973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf
Consultado a 04/09/14.

²⁵ Richard Florida e Charles Landry foram dos primeiros autores a desenvolver um outro conceito adjacente de *cidade criativa*, na regeneração e planeamento urbano enquanto que Andy C. Pratt estuda as indústrias culturais e criativas de um ponto de vista económico e espacial.

²⁶ Costa, Pedro (2008), “Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city”, em Philip Cooke e Luciana Lazzaretti (eds.), *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cheltenham, Edward Elgar, p.190.

²⁷ Cooke, Philip (2008), “Culture, clusters, districts and quarters: some reflections on the scale question”, em Philip Cooke e Luciana Lazzaretti (eds.), p.28.

vários relatórios e estudos²⁸ centrados nos conteúdos das noções de indústrias culturais e criativas.

Contudo é importante perceber exatamente o que difere ou o que une as indústrias culturais e criativas. As definições que serão reproduzidas no que se segue, são fundamentadas por dois relatórios baseados nos estudos internacionais acima referidos: o primeiro pelo Ministério da Cultura (2010)²⁹ e o segundo pelo Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais em conjunto com a Secretaria de Estado da Cultura (2013)³⁰. Paralelamente a estes dois relatórios, o *Estudo Macroeconómico para o Desenvolvimento de um Cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte* (2008)³¹ promovido pela Fundação de Serralves, fornece uma ótima análise para a discussão dos conteúdos destas noções.

As *indústrias culturais* são definidas como “grupo de actividades envolvidas na produção e distribuição de bens simbólicos cujo valor deriva da sua função de veículos de significados e conteúdos”³² e as áreas incluídas são: artes performativas, artes visuais, criação literária, património histórico e cultural (que se destacam como actividades nucleares do *setor cultural*, ou seja, do domínio onde o que importa são os cidadãos e o seu acesso democrático à cultura) juntamente com cinema e vídeo, edição, música, rádio, televisão e software educativo e de lazer. Ou seja, as indústrias culturais estão ligadas ao que comumente se denomina de actividades mais tradicionais da cultura e para a dimensão educativa.

As *indústrias criativas* incluem “(...) produtos relativos a design, artesanato, artes visuais, edição, novos media e audiovisuais e serviços relacionados com publicidade, arquitectura, investigação e desenvolvimento, audiovisuais e outros serviços pessoais, culturais e recreativos.”³³ Estas indústrias baseiam-se “em indivíduos com talento criativo que aliados a gestores de recursos económicos e tecnológicos geram produtos vendáveis, cujo valor económico assenta nas suas propriedades culturais ou intelectuais”.³⁴ Isto é, estas indústrias estão mais direccionadas para as novas tecnologias e para a dimensão económica.

²⁸ A UNESCO, a União Europeia (especialmente através da consultora KEA) e o Arts Council England são algumas das organizações que têm papel ativo e acreditado nesta bibliografia. O acesso aos mesmos pode ser feito através dos sítios oficiais e, tendo em conta que mais à frente se destacará relatórios nacionais, não serão mencionados concretamente.

²⁹ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), *O Sector Cultural e Criativo em Portugal. Relatório Final*, Lisboa, Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores Lda.

³⁰ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2013), *A Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa. Relatório Final.*, Lisboa, Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores Lda.

³¹ Fundação de Serralves (2008).

³² Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), p.15.

³³ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2013), p.21.

³⁴ Fundação de Serralves (2008),p.15.

Assim, enquanto as indústrias culturais são concebidas como “espaço de afirmação de bens e serviços transaccionáveis onde os *stakeholders* [agentes determinantes] são os consumidores portadores de hábitos e poderes de compra segmentados”³⁵, as indústrias criativas são encaradas como “espaço de afirmação de competências e qualificações criativas onde os *stakeholders* centrais são os profissionais portadores de capacidades diferenciadoras”.

Existem casos particulares como o do turismo cultural, em que nem sempre existe conformidade sobre qual o melhor conceito que o deve albergar – se *indústrias culturais*, se *indústrias criativas* – ou se são estes conceitos que devem ser associados ao do turismo cultural. A *sinergia turística*³⁶ deve ser vista como um coletivo que também envolve *indústrias culturais* e *indústrias criativas* e cuja cooperação é fundamental para ser uma aposta eficiente quando aplicada.

Apesar de oficialmente existir uma distinção entre indústrias culturais e indústrias criativas, o que se verifica é a dificuldade em estabelecer uma separação formal do que é cultural e do que é criativo pois existem atividades e produtos que se interligam e comunicam de maneira muito própria. Contudo, algumas diferenças podem ser salientadas: a dimensão económica mais forte (numa perspetiva de criação de riqueza e emprego) presente nas indústrias criativas *versus* a dimensão identitária e geradora de valores das indústrias culturais e a tónica posta nos consumidores nas indústrias culturais *versus* nos profissionais nas indústrias criativas.

³⁵ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), p.20.

³⁶ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2013), p.88.

1.1. Indústrias culturais, indústrias criativas e o desenvolvimento local

Maria Elisa Pérez da Silva Babo refere que o “(...) alargamento muito significativo da natureza e do tipo de actividades culturais e artísticas (...)”³⁷ foi uma das causas diretas para o subsequente aumento do impacto e expressão económica dessas atividades. Este crescimento é sentido particularmente no espaço / território onde estas atividades se encontram delimitadas, quer seja numa cidade, num concelho ou distrito³⁸. Desta forma, as indústrias culturais e as indústrias criativas (aqui referidas no seu sentido mais alargado como analisado na secção anterior) servem de alicerces para a dinamização do seu *raio de influência* territorial: através da criação de novos empregos, na fixação de jovens trabalhadores ou em outras áreas como o comércio local e o turismo. A atratividade resultante destas indústrias conduz a uma série de processos de diferentes sinergias locais, e acaba por fazer catapultar a importância da cultura para o “crescimento económico endógeno”³⁹.

Contudo, não é fácil analisar o impacto económico ou social *real* da cultura numa localidade. “Cada vez mais notamos que as actividades culturais podem atravessar uma série de fronteiras: culturais e criativas, comerciais e não comerciais, economias formais e informais, e passar mesmo através da produção e do consumo.”⁴⁰, como refere Andy C. Pratt. O autor sustenta que o esbarrar das fronteiras entre as várias áreas ligadas ao setor da cultura torna muito difícil a apresentação de resultados, no que diz respeito ao impacto da cultura sobre o desenvolvimento local.

Neste sentido, a melhor forma de ponderar esta questão é mencionar exemplos de localidades (situadas longe dos grandes centros urbanos) que apostaram na cultura como forma de incentivo económico e desenvolvimento local, tais como Idanha-a-Nova e Caldas da Rainha. Convém referir o importantíssimo caso do Museu Guggenheim em Bilbao como exemplo da relação direta entre o potencial de um projeto cultural e o desenvolvimento económico da região onde este se insere⁴¹; projeto que alterou completamente a dinâmica local e revitalizou uma cidade industrial⁴².

Analisando o caso de Idanha-a-Nova, Solange Quelhas Almeida referencia o Centro Cultural Raiano como um exemplo da importância da descentralização de equipamentos

³⁷ Babo, Maria Elisa Pérez da Silva (2010), p.35.

³⁸ Babo, Maria Elisa Pérez da Silva (2010), p.34.

³⁹ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), p.16.

⁴⁰ Pratt, Andy C. (2007), “O Estado da Economia Cultural: o crescimento da economia cultural e os desafios da definição de uma política cultural”, em AAVV, *A Urgência da Teoria*, Lisboa, Tinta-da-China, p.207.

⁴¹ Ignacio Vidarte, José (2007), “Nuevas infraestructuras culturales como factor de renovación urbanística, revitalización social y regeneración económica. El Museo Guggenheim Bilbao”, *Museo*, 12, p.100.

⁴² É curioso não deixar de notar que também S. João da Madeira é uma cidade industrial que luta agora com a necessidade de se *reinventar*.

culturais para “(...) estratégias de revitalização económica e social de localidades de pequena e média dimensão existentes no interior do país (...)”⁴³. O equipamento cultural é identificado como um dos motores da “(...) dinamização cultural, turística e económica de Idanha-a-Nova”⁴⁴ e determinante no desenvolvimento da dinâmica cultural local. O Centro Cultural Raiano está focado no seu núcleo museológico e em exposições; centra-se em preservar uma identidade rural e típica da região mas tenta também aliar esta dimensão tradicional com a mostra de novos trabalhos que a reinventem, através de conteúdos culturais contemporâneos. Assim, através desta afirmação identitária, este centro pretende fomentar e dinamizar o ambiente cultural desta localidade.⁴⁵ A autora esclarece que a vila estava, à época da sua inauguração em 1997, a “(...) ser alvo de um processo de revalorização e (...) de reinvestimento e revitalização social, cultural e económica (...)”⁴⁶, e que este equipamento cultural fez parte desse processo por conseguir apresentar-se como um projeto para a comunidade local mas também para o turismo cultural, que a Câmara Municipal pretendia captar.

Para André Lopes Esteves, o caso das Caldas da Rainha deve ser analisado a partir de um olhar crítico, com o objetivo de contribuir para melhorar a dinâmica cultural atual. O autor defende que deve existir uma “(...) redefinição do papel da cultura e criatividade nas Caldas da Rainha (...)”⁴⁷ para que seja possível potencializar as indústrias culturais e criativas como forma de desenvolvimento local e regional. A relação da cidade às indústrias culturais e criativas está estreitamente ligada à Escola Superior de Artes e Design (ESAD); a instituição contribui de forma crucial para a dinâmica cultural e social da cidade pois durante o período escolar os jovens universitários dotam a cidade de uma série de iniciativas e atividades que focam essas mesmas indústrias. Neste sentido, para André Lopes Esteves é pertinente a promoção deste ambiente ligado às indústrias culturais e criativas, como meio para um desenvolvimento local e regional; dando especial atenção ao desenvolvimento de uma relação⁴⁸ de reciprocidade de interesses entre os alunos da ESAD e dois dos equipamentos culturais da cidade, o SILOS e o Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha. Neste caso, não se trata de um equipamento cultural criado de raiz, mas de uma estreita ligação entre o ensino das artes e design e a localidade.

Em suma, a cultura é importante “enquanto meio e finalidade dos processos de desenvolvimento económico e humano (...)”⁴⁹ particularmente em localidades que, por se encontrarem fora dos grandes centros urbanos, necessitam de mais-valias para se

⁴³ Almeida, Solange Quelhas (2000), p.9.

⁴⁴ Almeida, Solange Quelhas (2000), p.34.

⁴⁵ Almeida, Solange Quelhas (2000), p.109.

⁴⁶ Almeida, Solange Quelhas (2000), p.110.

⁴⁷ Esteves, André Lopes (2013), p.30.

⁴⁸ Esteves, André Lopes (2013), p.29.

⁴⁹ Babo, Maria Elisa Pérez da Silva (2010), p.29.

destacarem mas também para se revitalizarem. Estes dois exemplos que remetem para experiências culturais contrastantes, são reveladores da extrema diversidade dos mecanismos de articulação entre indústrias culturais e desenvolvimento local. O caso de S. João da Madeira que será analisado no próximo capítulo assenta num equipamento cultural radicalmente diferente mas com o mesmo objetivo, o de revitalizar a cidade.

CAPÍTULO II: O ESTUDO DE CASO

1. A cidade – aspetos de S. João da Madeira

1.1. Enquadramento geográfico e territorial

São João da Madeira, com cerca de 8 km², é o mais pequeno concelho em termos de área em Portugal. Localizado na Região Norte, mais precisamente Entre Douro e Vouga, encontra-se no distrito de Aveiro. Oliveira de Azeméis e Santa Maria da Feira são os dois municípios que o delimitam. O curso do rio UI banha parte da cidade. No âmbito territorial integra ainda a Área Metropolitana do Porto.

Situa-se a pouco menos de 50 km das duas grandes cidades mais próximas: Porto e Aveiro. As auto-estradas A32 e A25 fazem, respetivamente, a ligação entre S. João da Madeira e cada uma das cidades. Além destas, a IC2 – principal estrada de acesso à ligação Porto-Lisboa – atravessa o município. Em termos destas rodovias, a acessibilidade é feita sem qualquer problema e de forma bastante rápida.

A rede ferroviária, contudo, não se encontra no mesmo estado. Não existe uma ligação ferroviária direta entre S. João da Madeira e Porto ou Aveiro. As cidades de maior importância ligadas pela Linha do Vouga da *CP – Comboios de Portugal* com passagem em S. João da Madeira são Espinho e Oliveira de Azeméis.

A rede de transportes rodoviários que faz a ligação entre S. João da Madeira e outras localidades é composta por duas empresas principais – *Grupo Transdev* e *Rede Nacional de Expressos* que possuem autocarros que realizam diferentes rotas. Os horários destas ligações são diversos contudo terminam por volta das 22 horas.

Os transportes rodoviários públicos no interior da cidade – *TUS. Transportes Urbanos Municipais* – facilitam o acesso a quem se desloca dentro de SJM. Nos dias de semana funcionam até às 20 horas e aos sábados até às 13 horas.

O que se depreende é que, sendo os transportes colectivos (públicos e privados) uma importante forma de mobilidade, a forma como estão organizados pode ter influências na acessibilidade a determinados locais e eventos bem como na dinâmica da cidade com outras localidades⁵⁰.

⁵⁰ Esta questão será referida mais à frente – no ponto 3.4, da programação cultural – quando se fizer alusão aos horários dos transportes públicos face aos horários dos espetáculos da Casa da Criatividade. Tentando desta forma perceber como é feito o acesso de partida e chegada à cidade.

1.2. Enquadramento social

Com uma população residente total de 21 713 habitantes⁵¹, S. João da Madeira apresenta-se como uma cidade com uma identidade ligada à sua forte tradição industrial; sendo uma marca importantíssima na estrutura da sociedade sanjoanense.

Os níveis de escolaridade da população – ver Quadro 2.1. – são contrapostos por uma grande quantidade de habitantes que tem apenas concluído o 1º Ciclo (29,32% da população) face a um significativo número de habitantes com o Ensino Superior completo (15,10%). É pertinente fazer uma reflexão destes dados com a análise simultânea da divisão da população residente por grupos etários – ver Quadro 2.2.

| Nível de escolaridade | Percentagem da População Residente (calculada a partir dos dados recolhidos nos Censos 2011 ⁵²) |
|-----------------------|---|
| Nenhum nível | 5, 81 % |
| Ensino Pré-Escolar | 2,63 % |
| 1º Ciclo | 29, 32 % |
| 2º Ciclo | 11,57 % |
| 3º Ciclo | 16, 76 % |
| Ensino Secundário | 17,68 % |
| Ensino Pós-Secundário | 1,13 % |
| Ensino Superior | 15, 10 % |
| Total | 100 % |

Quadro 2.1. Percentagem da População Residente em SJM por nível de escolaridade.

Fonte: Censos 2011

⁵¹ Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.01. População Residente, População Presente, Famílias, Núcleos Familiares, Alojamentos e Edifícios.*

⁵² Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.03. População Residente segundo o nível de escolaridade e sexo e taxa de analfabetismo.*

| Grupos Etários | Percentagem da População Residente (calculada a partir dos dados recolhidos nos Censos 2011 ⁵³) |
|-----------------|---|
| 0-14 anos | 14, 39 % |
| 15-24 anos | 11,58 % |
| 25-64 anos | 57, 56 % |
| 65 anos ou mais | 16, 47 % |
| Total | 100 % |

Quadro 2.2. Percentagem da População Residente em SJM por Grupos Etários.

Fonte: Censos 2011

O facto de mais de metade da população residente (57, 56%) se encontrar no grupo etário dos 25 aos 64 anos faz com que seja possível perceber o espaçamento entre os níveis de escolaridade, que são marca da progressão no grau de escolaridade no período democrático em Portugal⁵⁴ – com os dados referentes ao Ensino Secundário e Ensino Superior - mas também o atraso escolar global vindo de um longo passado político ditatorial no país⁵⁵ e de especificidades locais⁵⁶ – com a grande percentagem de população residente possuir apenas com o 1º Ciclo.

Apesar disto, a taxa de analfabetismo em São João da Madeira encontra-se, abaixo da taxa nacional (5,2 %⁵⁷), nos 2, 94 %³. Tal como a taxa de desemprego, que se encontra nos 11,01%⁵⁸, opondo-se à média nacional de 13,2%⁵⁹.

É crucial mencionar especificamente a forte dimensão histórica industrial e a sua importância como marco na construção identitária do local.

Desde o século XIX⁶⁰ que SJM possui estruturas industriais de calçado e chapelaria (e de seus materiais componentes), que se impuseram como principal força motriz do seu

⁵³ Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.02. População Residente em 2001 e 2011, segundo os grupos etários e sua evolução entre 2001 e 2011.*

⁵⁴ Barreto, António (2005), “Mudança Social em Portugal: 1960-2000”, em António Costa Pinto (coord.), *Portugal Contemporâneo*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, p.150.

⁵⁵ Oliveira Marques, A. H. de (2009), *Breve História de Portugal*, 7ª ed., Barcarena, Editorial Presença, p.670.

⁵⁶ “Em termos globais verifica-se que há na região um maior peso de força de trabalho com baixos níveis de instrução (...) também um reflexo do tipo de estrutura industrial desta zona (...).” em Estanque, Elísio (2000), p.217.

⁵⁷ Instituto Nacional de Estatística (2012), *Censos 2011 Resultados Definitivos*. Portugal, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, I.P., p.38.

⁵⁸ Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.05. População Residente e desempregada (sentido restrito) segundo a condição de procura de emprego e sexo, taxas de desemprego.*

⁵⁹ Instituto Nacional de Estatística (2012), p.51.

desenvolvimento económico e social. Anterior a essa data, artesãos chapeleiros e sapateiros sanjoanenses possuíam oficinas que se dedicavam ao fabrico dos respetivos artigos, num formato tradicional e manual⁶¹.

A necessidade de mão-de-obra para as fábricas que se instalavam na cidade levou a uma crescente fixação populacional na região; juntando aos muitos trabalhadores rurais que trocaram “os campos pelas fábricas” ou aos que mantinham as duas atividades paralelas.

No século XX, a dimensão industrial da cidade era bastante significativa e importante no panorama industrial português, como apontam António Lima e Jorge Ribeiro⁶²: “(...) em S. João da Madeira, até 1957, localizam-se mais de 50% das unidades fabris de chapelaria em todo o país.” Contudo, a classe operária fabril vivia situações extremamente penosas e de pobreza.

As condições de vida da classe operária – fosse na chapelaria, no calçado ou noutro sector – eram extremamente duras, os aprendizes começavam a trabalhar com 9 ou 10 anos, sem qualquer «paga» nos primeiros tempos, passando, ao fim de vários meses ou mesmo de um ano, a receber aproximadamente vinte réis por dia. Os horários de trabalho eram igualmente variados, mas podiam oscilar entre as 11 e as 16 horas diárias⁶³

Estas circunstâncias ligam o movimento operário a um forte sentimento de comunidade local e a uma separação de classes, entre os grandes proprietários industriais e os pequenos patrões e o operariado⁶⁴.

Elísio Estanque traça a organização da sociedade sanjoanense no início do século XXI:

(...) a estrutura de classes desta região vem [se] organizando em torno de uma lógica bipolar: um peso quase esmagador da categoria proletária, que ultrapassa os 60% da força de trabalho (bastante superior aos 46,5% da estrutura de classes nacional), uma classe média quase inexistente e uma classe capitalista reduzida (embora com um peso superior ao da amostra do país), e uma pequena burguesia ainda significativa (mas mais pequena na região do que no país).⁶⁵

A identidade social de SJM é fortalecida por uma qualidade bairrista, de carácter tradicional e por um sentimento geral de orgulho pela classe operária.

Outras fábricas ligadas às mais variadas produções como vestuário (*Califa*), à maquinaria industrial e máquinas de costura (*Oliva*) e ao fabrico de lápis (*Viarco*) também se

⁶⁰ Estanque, Elísio (2000), p.116-119.

⁶¹ Lima, António e Jorge Ribeiro (1987), *Indústria de Chapelaria em S. João da Madeira*, São João da Madeira, Câmara Municipal de São João da Madeira, p.121.

⁶² Lima, António e Jorge Ribeiro (1987), p.129.

⁶³ Estanque, Elísio (2000), p.123.

⁶⁴ Estanque, Elísio (2000), p.140.

⁶⁵ Estanque, Elísio (2000), p.326.

instalaram na cidade. Todavia, o auge industrial entra num período de decadência, nas últimas trinta décadas do século XX, e o fecho de fábricas é inevitável.⁶⁶

A indústria do calçado foi exceção; conseguiu demarcar-se do declínio industrial através da aposta na qualidade e inovação. Tornou-se marca forte da região, sendo reconhecida pelo título nacional de *Capital do Calçado*.

Esta conjuntura criou na cidade uma necessidade (transformada em oportunidade) de se renovar e tentar distanciar-se da imagem decrépita ligada ao encerramento de fábricas. A fórmula escolhida, pela Câmara Municipal de São João da Madeira mas também por instituições privadas, foi a aposta em unidades de I&D – Centro Tecnológico do Calçado, Centro de Formação Profissional da Indústria do Calçado e Centro Empresarial e Tecnológico – e no setor criativo e cultural.

Tendo em conta a temática desta dissertação, a secção seguinte traçará o perfil do setor cultural de São João da Madeira.

⁶⁶ São vários os fatores que contribuíram para este acontecimento mas podemos assinalar dois importantes: no caso da indústria chapeleira, o desuso de chapéus no quotidiano e noutras indústrias, a transferência de empresas para países com mão-de-obra mais barata.

2. O setor cultural de S. João da Madeira

2.1. Equipamentos culturais

A cidade possui um conjunto de equipamentos culturais considerável para a sua área territorial. São cerca de cinco equipamentos – excluindo a Casa da Criatividade, que será profundamente estudada no ponto 3. – que funcionam como os palcos principais do panorama cultural de S. João da Madeira e que serão enunciados de seguida.

O Museu da Chapelaria, sito numa antiga fábrica de chapelaria da cidade, foi criado em 2005. Exemplo de musealização de sítio, promove uma grande interatividade com os visitantes através de experiências sensoriais dos materiais com que fabricavam os chapéus. A maquinaria exposta é legendada com testemunhos de antigos trabalhadores, que informam como estas funcionavam mas também como decorria o quotidiano na fábrica. O Serviço Educativo e de Animação tem um importante trabalho na área pedagógica, com foco nas componentes sociais, culturais e educativas do museu; com oficinas e atividades específicas para diferentes grupos etários, que pretendem fazer uma ponte entre a história e a memória local. A APOM – Associação Portuguesa de Museologia galardoou o Museu da Chapelaria por duas vezes com Menção Honrosa de Melhor Museu Português (2005) e Melhor Serviço de Extensão Cultural (2010).

O Paços da Cultura está situado no antigo edifício dos Paços do Concelho. Após um período de reabilitação do espaço para se transformar num equipamento cultural, foi inaugurado em 2005. Neste local encontramos o arquivo histórico da cidade, um auditório com duzentos lugares, espaços com funções expositivas e uma sala nomeada de “Sala da Memória” onde foram depositados importantes documentos referentes à história institucional da cidade. É um dos mais importantes espaços de espetáculos de S. João da Madeira, já que aqui se realizam três eventos culturais bastante marcantes na oferta cultural da cidade – *Poesia à Mesa, Festival de Teatro e Musicatos*⁶⁷. A cafetaria que se encontra no edifício – *Café-Concerto* – também serve de espaço para pequenos concertos ou espetáculos ao vivo.

A Biblioteca Municipal Dr. Renato Júnior é um dos mais antigos equipamentos culturais da cidade, existindo desde 1961. Com exposições temporárias, serviço educativo, clubes de leitura mensal, lançamentos de livros, debates e uma série de outras atividades funciona como um agente promotor de hábitos e práticas culturais nos cidadãos sanjoanenses.

Inaugurado em 1964, o Instituto de Línguas tem como principal objetivo o ensino e a divulgação da cultura de língua francesa, inglesa e alemã. Atualmente é a parte integrante

⁶⁷ Estes três eventos serão analisados no ponto 2.3, dedicado aos eventos culturais de S. João da Madeira.

da Associação Cultural Alão de Morais⁶⁸ e a sua programação cultural é marcada pelas exposições, seminários e exibição de filmes.

A Oliva Creative Factory é um dos projetos de S. João da Madeira que mais visibilidade teve por parte da comunicação social portuguesa. Localizada na antiga fábrica das indústrias Oliva e aberta desde 2012, é um espaço ligado às indústrias criativas com particular interesse em servir de plataforma para o desenvolvimento de novos projetos – com incubadoras de empresas – e em fazer surgir sinergias com espaço para empresas formadas e experientes. Apesar de ser um projeto essencialmente ligado à componente empresarial e, desta forma, ao carácter económico das indústrias criativas, a Oliva Creative Factory está também relacionada com o universo cultural: tem um Núcleo de Arte⁶⁹, uma exposição permanente – Núcleo Histórico da Oliva – com a temática da história da empresa Oliva e acolhe associações sociais e escolas com cursos ligados às artes⁷⁰. Além disso é palco de inúmeras conferências, feiras e eventos relacionados com o setor criativo e cultural.

Para terminar podemos fazer um pequeno balanço destes equipamentos: todos possuem espaços para albergar exposições, em maior ou menor escala, e salas de espetáculo ou auditórios com capacidade para uma audiência significativa (nunca ultrapassando as duzentas pessoas).

⁶⁸ Esta associação e outras associações serão analisadas no ponto seguinte, 2.2.

⁶⁹ O Núcleo de Arte foi inaugurado em 2013 e pretende ser um espaço expositivo dedicado à arte contemporânea. Atualmente possui duas coleções, a Coleção Norlinda e José Lima e a Coleção Treger/Saint Silvestre, que pretendem pôr SJM no *mapa* para apreciadores de arte contemporânea. É feito também um importante trabalho, no Serviço Educativo, em estabelecer uma ligação entre a comunidade local e o espaço, através de visitas guiadas e conversas abertas com comissários e outras personalidades envolvidas nas coleções. Possui ainda um espaço dedicado a exposições temporárias.

⁷⁰ Estes espaços também serão analisadas no ponto seguinte, 2.2.

2.2. Participação & Criação cultural

O associativismo tem um forte elemento ligado à sociabilidade porém a sua capacidade de unir cidadãos em torno de um objetivo ou prática comum é, sem dúvida, o que mais o caracteriza. Segundo Augusto Santos Silva, são um componente essencial à comunidade local e à cidade pois são "... depositárias de tradições, depois porque mobilizam públicos próprios e (...) trazem notoriedade, prestígio e influência essenciais para os processos de legitimação política (...)"⁷¹. Desta forma não deixa de ser importante, mencionar uma das associações que mais está ligada à cultura em SJM. Além desta organização, iremos referir dois projetos que também estão ligados à participação em atividades culturais e à criação artística – a Companhia de Teatro e a Casa Aberta, integrantes da Casa da Criatividade.

A Associação Cultural Alão de Morais foi fundada em 1986 e integra atualmente a Academia de Música, o Centro de Arte e o Instituto das Línguas⁷². A Academia de Música foca-se no ensino de música e em atividades relacionadas com o mesmo (concertos, audições, *workshops*, entre outros); colabora com as escolas de ensino básico e secundário da região. No Centro de Arte, atualmente situado nas instalações da Oliva Creative Factory, a atenção é dada à formação na área das artes plásticas mas também na administração de cursos e formações relacionadas com outras matérias como a fotografia, a multimédia ou a história de arte.

A cidade tem várias outras associações⁷³ que se destacam pela ocupação de tempos livres para crianças e seniores, com predomínio para o desporto e de âmbito social; por se repartirem nestes outros setores, não serão analisadas nesta dissertação. Porém é igualmente necessário referir a existência de alguns grupos de teatro amador e de núcleos teatrais nas associações⁷⁴.

Ao nível da formação artística performativa, podemos dar conta de duas escolas de dança na cidade: EDDALM – Escola de Dança Ana Leite de Mendonça (localizada na Oliva Creative Factory) e Academia de Bailado Liliana Leite.

Os dois projetos da Casa da Criatividade – a Casa Aberta e a Companhia de Teatro residente – pretendem dar à sociedade a oportunidade de fazer parte de duas iniciativas no âmbito das artes performativas, além de contribuírem para o fortalecimento do vínculo entre a comunidade local e a Casa da Criatividade. Outra função clara é a de dar uso ao espaço

⁷¹ Silva, Augusto Santos (2007), "Como abordar as políticas culturais autárquicas? Uma espécie de roteiro", *Sociologia, Problemas e Práticas*, (Online), 54, p.26.
Disponível em: http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292007000200002&lng=pt&nrm=iso. Consultado a 29/05/14.

⁷² Por ter sido descrito no ponto anterior, o Instituto das Línguas não será novamente abordado.

⁷³ Podemos salientar: a Associação "Jovens Ecos Urbanos", a Associação Cultural e Recreativa "É Bom Viver", C.C.D.R. Fundo de Vila, Associação "Estamos Juntos" e a APROJ.

⁷⁴ Entre eles estão: TEPAS – Teatro Experimental por Amadores Sanjoanenses e o núcleo teatral da associação APROJ bem como os núcleos das respetivas escolas do ensino básico e secundário.

da Casa da Criatividade durante o tempo em que não se preparam ou se realizam os espetáculos, contribuindo para uma rentabilização dos recursos.

A Casa Aberta é um projeto focado em descobrir e contribuir para o desenvolvimento de jovens artistas, sem carreira profissional; cedendo o espaço e os meios da Casa da Criatividade para que estes possam apresentar o seu trabalho num espetáculo. Inicialmente é feito um *open call* para artistas das artes performativas, que após uma seleção terão a oportunidade de se apresentar na Casa da Criatividade e de receber os apoios necessários para a construção do espetáculo que será posto em cena⁷⁵. Da primeira edição da Casa Aberta (em outubro de 2013), que contou com mais de vinte inscrições, apenas três das inscrições eram de jovens artistas; as outras inscrições eram de profissionais, que não são quem se pretende abranger neste projeto.

A Companhia de Teatro da Casa da Criatividade é a companhia residente de teatro amador, que dá a oportunidade a pessoas de qualquer idade e profissão de fazerem parte de uma produção teatral que terá todo processo de produção e encenação elaborado na Casa da Criatividade. Apesar do amadorismo por parte dos elementos, a Companhia surge para fazer notar que é possível fazer peças de qualidade com atores locais e que a barreira entre profissional e amador não pode retirar mérito aos segundos⁷⁶. Atualmente, é composta por doze elementos com idades compreendidas entre os cinco e os setenta anos.

⁷⁵ Carvalho, Anabela S. (31/10/13), “Casa da Criatividade recebeu 80 inscrições de aspirantes a teatro”, *Labor.pt*. Disponível em: <http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=395&id=20122&idSeccao=4122&Action=noticia>. Consultado a 28/05/2014.

⁷⁶ Anon. (03/10/13), “Herman José e Avô Cantigas na Casa da Criatividade”, *O Regional*. Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3477/cultura/herman-jose-e-avo-cantigas-na-casa-da-criatividade.html>. Consultado a 28/05/14.

2.3. Eventos culturais

S. João da Madeira apresenta uma série de eventos culturais diversificados com continuidade regular – durante todo o ano e com várias edições anteriores - que se afirmam como uma valência na oferta cultural da cidade. Para entender as suas características, passaremos, de seguida, à sua descrição breve; é de notar que não foram analisados eventos pontuais ou ligados à denominada *cultura popular*⁷⁷.

Composta por diversos eventos ao longo do ano, a campanha *Poesia à Mesa* pretende fomentar o gosto pela poesia e o hábito da leitura. Criada pela Câmara Municipal de São João da Madeira (CMSJM) no âmbito do Dia Mundial da Poesia de 2003⁷⁸, é composta por uma série de iniciativas de promoção da poesia – lançamentos de livros, concursos de escrita, sessões de poesia e outras atividades – que, ao longo de todo o ano, decorrem em espaços públicos e privados da cidade.

Outro evento que acontece ao longo de todo o ano desde 2007, é o ciclo de concertos *Musicanos*. Este ciclo surge uma parceria entre a Academia de Música e a Câmara Municipal de São João da Madeira, com o intuito de divulgar jovens artistas músicos (de música clássica) da Área Metropolitana do Porto (AMP) através da sua apresentação em palco nos Paços da Cultura.

O Festival de Teatro de S. João da Madeira, encontra-se este ano na oitava edição, realiza-se anualmente (dez dias, em data variável mas no período da primavera) e é a mostra de grupos de teatro amador e profissional, maioritariamente da região. Além destes grupos são feitas apresentações por parte de importantes companhias da *cena* teatral nacional. Estas apresentações realizavam-se apenas no Paços da Cultura porém este ano dividiram-se as peças também pela Casa da Criatividade. O evento é organizado pelo Agrupamento de Escolas Dr. Serafim Leite, no âmbito do projeto *Espaço Aberto*⁷⁹, que se foca em fazer a ponte entre o ensino e o acesso à participação e criação artística.

⁷⁷ Neste sentido, foram tidas em conta as características de *cultura popular* referidas pelo sociólogo Augusto Santos Silva: "... ocupação de espaços públicos ou quase-públicos urbanos; elevados níveis de acessibilidade – quer material, quer semiótica – de públicos numerosos e pluriclassistas aos bens e mensagens difundidos; e máxima aproximação dos eventos culturais ao universo lúdico e convivial." em Silva, Augusto Santos (2002), "A dinâmica cultural das cidades médias: uma sondagem do lado da oferta", em Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva, *Projecto e circunstância: culturas urbanas em Portugal*, Porto, Edições Afrontamento, p.98.

⁷⁸ Site da Câmara Municipal de S. João da Madeira, *Campanha Poesia à Mesa*.

Disponível em: <http://www.cm-sjm.pt/411>. Consultado a 28/05/14.

⁷⁹ Site do Projeto Educativo Municipal da Câmara Municipal de S. João da Madeira (08/04/11), *Comunidade sobe ao palco no 5º Festival de Teatro*.

Disponível em: <https://projectoeducativomunicipal.wordpress.com/2011/04/08/comunidade-sobe-ao-palco-no-5-%C2%BA-festival-de-teatro>. Consultado a 29/05/14.

O 7º Encontro Internacional de Ilustração realiza-se, em 2014, de 20 a 26 de outubro. Girando sempre em torno de uma tema – este ano, será a embalagem⁸⁰ – são realizadas um conjunto de iniciativas que procuram promover a ilustração como forma de estimular a criatividade e desenvolver competências artísticas. Apesar da data oficial do Encontro ser a acima mencionada, desde junho que são realizadas algumas atividades no âmbito desta manifestação como mostra de filmes e oficinas. A dimensão do Encontro, inicialmente para a comunidade escolar, tem vindo a alargar-se e nesta edição pretende ter participantes de toda a comunidade local e regional.⁸¹ As atividades do encontro irão decorrer em vários espaços da cidade, incluindo as várias escolas do ensino básico e secundário, o Museu da Chapelaria e a Oliva Creative Factory.

2.4. Circuitos pelo Património Industrial de S. João da Madeira (CPISJM)

Este projeto – pioneiro em Portugal – foi lançado em janeiro de 2012 e permite visitar fábricas que ainda se encontram em funcionamento e instituições ligadas a estas indústrias. Com apenas dois anos de existência, esta iniciativa conseguiu singrar como roteiro turístico⁸² e servir de modelo para outras cidades do país⁸³.

S. João da Madeira reconheceu os benefícios da aplicação de uma estratégia de turismo envolta no património industrial e deu-se conta que “toda a diversidade e dinâmica industrial [da cidade] permitiram que se adotassem as bases para a criação de um produto turístico diferenciado e inovador”⁸⁴

O projeto é constituído por seis fábricas – Viarco, Evereste, Helsar, Cortadoria, Fepsa e Heliotêxtil – e três instituições – Museu da Chapelaria, Centro Tecnológico do Calçado e Centro Profissional de Indústria do Calçado (CFPIC). O *Welcome Center*, localizado na Torre da Oliva, é o espaço que disponibiliza toda a informação sobre o projeto e serve de ponto inicial para o visitante. Existem dez circuitos pré-definidos mas é dada total

⁸⁰ 7º Encontro Internacional de Ilustração (20/05/14), *Comunicado à Imprensa*.

Disponível em: http://issuu.com/7ilustra/docs/press_pt. Consultado a 29/05/14.

⁸¹ Costa, António Gomes (22/05/14), “Uma ilustração inovadora e envolvente”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3509/cultura/uma-ilustracao-inovadora-e-envolvente.html>. Consultado a 29/05/14.

⁸² De 2012 a 2014, foram contabilizados mais de 35 mil turistas. em Familiar, Diana (23/01/14), “Turismo Industrial faz dois anos”, *Labor.pt*.

Disponível em: <http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=407&id=20643&idSeccao=4221&Action=noticia>. Consultado a 29/05/14.

⁸³ Em 2013, a Câmara Municipal da Marinha Grande viria a estabelecer um protocolo com a CMSJM para reproduzir este modelo de Circuito no seu concelho, ligado à indústria do vidro. *vd.* Site do Turismo Industrial da Câmara Municipal da Marinha Grande.

Disponível em: <http://www.turismoindustrial.cm-mgrande.pt>. Consultado a 11/06/14.

⁸⁴ Cardoso, Vanda (2012), “Turismo Industrial. Uma abordagem metodológica para o território”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1/2012, p.38.

liberdade ao visitante de fazer o seu próprio circuito, tendo em conta a disponibilidade dos locais para as visitas.

No sítio da internet⁸⁵ é possível ter todas as informações sobre os circuitos (e cada uma das fábricas e instituições) bem como sobre a cidade e os espaços ligados ao lazer e à cultura. As marcações das visitas podem ser feitas através de um formulário disponível *online* ou no Welcome Center. O sítio permite escolher entre versão portuguesa e inglesa, uma decisão que mostra interesse em captar turistas internacionais e que é reforçada pelo facto de tanto os materiais para os visitantes como os áudio-guias para as visitas estão disponíveis em línguas portuguesa, francesa, inglesa e espanhola.

2.5. Balanço do setor cultural

Após a análise dos tópicos anteriores é possível traçar um perfil do setor cultural de SJM e realçar pontos-chave do mesmo.

Os eventos culturais da cidade operam num espectro amplo que se estende das artes performativas à literatura e se ramificam pelos diversos espaços públicos e equipamentos existentes. Há uma atenção especial por parte dos agentes ligados à programação cultural da cidade, em não fazer coincidir eventos pontuais e novos eventos com eventos regulares ou festividades locais.

Existe um envolvimento forte entre o meio escolar e o setor cultural, quer em termos do associativismo quer em atividades conduzidas de e para esse público em alguns eventos (como no caso do Encontro Internacional de Ilustração e no Festival de Teatro de S. João da Madeira).

O foco primordial do setor passa pelo público local / regional e em segundo plano, o nacional / internacional. A diversidade de iniciativas culturais, a componente de estabelecer conexões com a comunidade residente com as práticas (exemplo disso, os projetos da *Companhia de Teatro da Casa da Criatividade* ou as atividades da *Poesia à Mesa*) e a estratégia de perpetuar a memória da indústria local (caso do Museu da Chapelaria e outros eventos pontuais que ocorrem ao longo do ano) marcam essa posição de foco na comunidade local.

É notada a preocupação em seguir uma linha que vai ao encontro do que o sociólogo João Teixeira Lopes defende, da importância de "(...) uma intervenção global que

⁸⁵ Site do Turismo Industrial da Câmara Municipal de S. João da Madeira.
Disponível em: <http://www.turismoindustrial.cm-sjm.pt>. Consultado a 28/05/14.

signifique uma verdadeira *política de cidade* e não se limite à produção de grandes acontecimentos mediáticos ou de uma imagem para consumo externo.”⁸⁶

Augusto Santos Silva afirma que a aposta em eventos marcantes é uma forma de cidades médias se colocarem *no mapa*. O autor atenta para o facto de, com essas apostas, as cidades passarem a estar “no mapa dos sistemas culturais (...) dos circuitos turísticos e patrimoniais, no mapa dos investimentos públicos e privados (...)”⁸⁷. Desta forma, as cidades conseguem ganhar destaque no panorama cultural nacional.

No caso de SJM, apesar de o objetivo ser o mesmo, o de *se pôr no mapa*, a aposta passou por projetos marcantes – como a Oliva Creative Factory, os CPISJM e a Casa da Criatividade. Desta forma, a cidade toma essa característica de destaque porém consegue trabalhar no sentido da *política de cidade*, com um envolvimento continuado da comunidade local, que vai ao encontro da tese de João Teixeira Lopes.

Dos projetos culturais sanjoanenses, aqueles que mais se direccionam para captação de visitantes nacionais e internacionais⁸⁸ são a Oliva Creative Factory (principalmente pelo Núcleo de Arte) e os Circuitos pelo Património Industrial de S. João da Madeira. Esta direção parte do potencial de ambos em oferecerem experiências únicas no país – entre as quais podemos distinguir o facto da Oliva Creative Factory deter duas coleções de arte contemporânea bastante singulares e do CPISJM possibilitar ao visitante conhecer, através de um roteiro, a atividade de uma ou mais indústrias. A atenção dada pela comunicação social (nacional mas também internacional) e o importante trabalho de comunicação levado a cabo pelas entidades responsáveis pelos projetos potencializou a capacidade de atrair público de fora da região.

A inauguração da Casa da Criatividade esteve também marcada por um enorme interesse por parte da comunicação social nacional. O modelo de gestão alternativo e a complexidade da sala de espetáculos foram os tópicos que dominavam as notícias sobre este equipamento.⁸⁹

O setor cultural é, sem dúvida, um dos pontos fortes da cidade⁹⁰; numa dualidade de esforços entre fortalecer o envolvimento da comunidade local mas também em tornar SJM num destino de clara importância turística.

⁸⁶ Lopes, João Teixeira (1998), *A cidade e a cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, p.168.

⁸⁷ Silva, Augusto Santos (2002), p.104.

⁸⁸ Esta atração acaba por incidir mais numa componente de turismo; na tipologia de turismo cultural e no caso dos CPISJM, especificamente de turismo industrial.

⁸⁹ Este assunto voltará a ser desenvolvido na secção 3.

⁹⁰ No *Diagnóstico Social de S. João da Madeira* realizado pelo Conselho Local de Ação Social, em 2011, cerca de um terço dos pontos fortes da cidade – após a análise SWOT (que ajuda a examinar a cidade através do levantamento dos seus *pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças*) – estavam relacionados com setor cultural.

2.6. O posicionamento de SJM no contexto da oferta cultural da Área Metropolitana do Porto

A AMP é composta por dezassete concelhos⁹¹ e é a segunda maior metrópole portuguesa, com cerca de um milhão e setecentos mil habitantes⁹².

A cidade do Porto exerce um enorme raio de influência baseado na sua centralidade que faz com que seja o foco da competitividade cultural da AMP⁹³, podendo oferecer um leque de diversidade cultural – em termos de tipologia de espetáculos, infra-estrutura, etc. Desta forma, é mais adequado centrar a comparação da oferta cultural de SJM com a dos outros municípios, excluindo o Porto.

SJM é um município com uma oferta cultural ativa e diversificada, como se pôde comprovar nos pontos desenvolvidos anteriormente. De uma forma generalizada, os concelhos da AMP seguem uma linha de oferta cultural regular, com predomínio de espetáculos de música e exposições⁹⁴.

O destaque de SJM passa pelo facto de, tendo em conta a sua pequena área territorial, dispor de uma tríade de equipamentos culturais - Museu da Chapelaria, Oliva Creative Factory e Casa da Criatividade (CC) – que se evidenciam pela variedade de iniciativas culturais e por serem espaços inaugurados recentemente.⁹⁵

Segundo Natália Azevedo, “os centros municipais de animação cultural (casas da cultura e centros culturais) surgem na década de noventa como os principais suportes físicos e institucionais dos programas municipais de animação cultural”⁹⁶. Esta ocorrência permitiu dotar cada concelho com um auditório, de forma geral, capaz de receber espetáculos culturais; situação que é encontrada na AMP. Neste caso, a Casa da Criatividade de SJM consegue distinguir-se de outros equipamentos do género da AMP pela possibilidade de diferentes configurações da sala de espetáculos e pelo destaque dado às artes performativas.

É possível encontrar similaridades na programação entre equipamentos da AMP: é o caso da CC e do Cine-Teatro de Estarreja. Apesar do segundo deter uma vertente ligada ao cinema e ter já nove anos de existência, os dois equipamentos seguem uma linha de

⁹¹ Os concelhos pertencentes à AMP são: Arouca, Espinho, Gondomar, Maia, Matosinhos, Oliveira de Azeméis, Porto, Póvoa de Varzim, Santa Maria da Feira, Santo Tirso, S. João da Madeira, Trofa, Vale de Cambra, Valongo, Vila do Conde, Vila Nova de Gaia e Paredes.

⁹² Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Resultados Definitivos. Região Norte. Quadros Resumo: 1.01. População Residente, População Presente, Famílias, Núcleos Familiares, Alojamentos e Edifícios*.

⁹³ Azevedo, Natália (2003), “Políticas culturais à escala metropolitana: notas de uma pesquisa sobre a Área Metropolitana do Porto”, *Sociologia*, 13, p.207-208.

⁹⁴ Conclusão após a análise da tipologia dos eventos culturais dos dezasseis concelhos da AMP – com a exclusão do Porto – colocados na plataforma digital *iporto.amp.pt* (que será descrita na seguinte página), de junho de 2013 a junho de 2014.

⁹⁵ O Museu da Chapelaria é o equipamento mais antigo dos três, inaugurado em 2005.

⁹⁶ Azevedo, Natália (2003), p.206.

programação musical⁹⁷ semelhante, que se centra nos intérpretes portugueses de diferentes estilos musicais (quer sejam novos artistas ou artistas consagrados). Em relação ao teatro, encontramos uma situação quase idêntica: apresentam peças de produção própria mas também recebem digressões de outras companhias de teatro. Esta situação não deve ser vista como desvantagem para a AMP pois consegue, simultaneamente, fomentar a circulação de públicos (deste tipo de programação) entre concelhos mas também dar a possibilidade desses mesmos públicos não terem de se deslocar a outro município, caso não o possam fazer.

Apesar disso, a multiplicidade é também uma característica da oferta cultural da AMP. Não se encontram na AMP eventos culturais semelhantes ao *Imaginarium* (Festival Internacional de Teatro de Rua) em Santa Maria da Feira, e ao *Encontro Internacional de Ilustração* de SJM. Desta forma é promovida a diversidade e a unicidade de cada concelho como mais-valia na programação cultural da área metropolitana.

É importante reforçar que ao fazerem parte de uma instituição intermunicipal como uma área metropolitana é importante que exista por parte dos municípios, um conjunto de sinergias e iniciativas colectivas – neste caso, a nível cultural - que consiga fortalecer a atratividade dos vários municípios⁹⁸, jogando com as suas semelhanças e contrastes. Um dos projetos que foi criado seguindo esta premissa foi a agenda cultural *iPorto. Agenda Metropolitana da Cultura*⁹⁹, que promove e divulga as iniciativas culturais existentes na AMP.

⁹⁷ Site do Cine-Teatro de Estarreja, *Arquivo*.

Disponível em: <http://www.cinetatroestarreja.com>. Consultado a 18/06/14.

⁹⁸ Carvalho, Luís (2006), “Governance challenges towards a knowledge economy – the case of the Metropolitan Area of Porto”, comunicação apresentada no *Young Researcher’s Seminar Series*, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Novembro de 2006, Porto, p.16.

⁹⁹ Lançada em 2007, num formato de magazine com uma tiragem inicial de 150 mil exemplares e periodicidade trimestral (mais tarde, a tiragem baixou para os 80 mil exemplares e a periodicidade passou a bimestral; em setembro de 2013, a versão impressa foi descontinuada), tornou possível aos cidadãos terem acesso a informação referente a espetáculos e atividades culturais a realizar nos diversos concelhos da Área Metropolitana do Porto. Em 2009, a iniciativa dera origem a um portal *online* - <http://iporto.amp.pt/> - ainda em funcionamento. A atualização da plataforma é feita regularmente e tendo em conta a extinção da agenda impressa, é a principal forma de acesso conjunto ao programa cultural dos concelhos pertencentes à AMP.

3. Casa da Criatividade

3.1. Sobre a sua designação

Em 2009, aquando do início do projeto, o espaço foi apresentado com denominações que variavam entre *Casa das Artes e da Criatividade* e *Casa das Artes do Espectáculo*. A designação final do espaço, firma na sua inauguração a 12 de junho de 2013, acabou por ser uma versão diminuta e mais simples em relação aos nomes dados anteriormente – *Casa da Criatividade*.

Esta designação revela a tónica que se pretendia ver aplicada na programação deste equipamento: um local para a comunidade local e regional, que para além de sala de espetáculos, alicerçasse a relação entre público e espaço, através de iniciativas / projetos culturais e criativos.

Desta forma, o nome do equipamento remete para duas conceções que iremos abordar. A primeira ligada à utilização da palavra *casa* e a segunda com o campo de conteúdos que se abarcam na terminologia *criatividade*.

Na entrevista realizada a Fernando Pinho¹⁰⁰, foi questionada a opção por *casa* e não outra designação como *centro cultural*. A resposta dada pelo diretor artístico salientou as sensações de familiaridade e bem-estar que são transmitidas com a utilização dessa palavra: “Casa é muito mais pessoal, casa associamos sempre a conforto. A algo nosso. Acho que o termo *casa* é muito mais adequado a cultura do que um *centro cultural*, que existem por todo o lado...”. Convém notar que esta decisão pretende ser uma marca distintiva e de singularidade face às denominações de outros equipamentos culturais.

Tendo em conta os domínios temáticos que alberga o vocábulo *criatividade*, a intenção da CMSJM ao escolhê-lo como denominação, remete para um reforço linguístico do carácter artístico e criativo que se pretende que se instale naquele espaço. Referindo-se a *criatividade* é facilmente possível fazer uma ponte e abrigar noções ligadas às indústrias culturais e criativas incluindo todas as formas culturais de criatividade, e não apenas aquelas ligadas às artes do espetáculo.

Terminando num tom provocatório, pode supor-se que esta preferência esteja também relacionada com a atual popularidade de conceitos como *criatividade*, *inovação* e *empreendedorismo* no discurso político português.

¹⁰⁰ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

3.2. O edifício da Casa da Criatividade

A Casa da Criatividade¹⁰¹ foi edificada no espaço onde se encontrava o antigo *Cine-Teatro Imperador*. Este cine-teatro fora inaugurado em 1958 e apesar da existência de outro espaço para cinema na cidade – o Cine-Teatro Avenida¹⁰², dotou-a de um equipamento moderno. Quarenta anos após a sua abertura, o *Imperador* encerra e é comprado pela Câmara Municipal de São João da Madeira pela quantia de 1,25 milhões de euros.

Apesar do espaço temporal entre o encerramento do cine-teatro e da aquisição pela Câmara Municipal ter sido bastante curto (cerca de um ano), o início das obras de recuperação do imóvel só acontecem no final de 2009. O intuito desta compra e posterior recuperação foi o de transformar o edifício num local cultural de excelência da cidade, em que se privilegiasse a multidisciplinaridade artística e que revigorasse a praça central onde se situa.

O valor total da reconversão do espaço foi superior a cinco milhões de euros¹⁰³ e demorou cerca de três anos.

O edifício manteve a fachada original contudo sofreu grandes transformações interiores para conseguir albergar a sala de espetáculos idealizada pela Câmara Municipal de São João da Madeira. Com um projeto do arquiteto Filipe Oliveira Dias¹⁰⁴, o espaço foi desenhado para conseguir demarcar-se pela sua polivalência e versatilidade.

A forma escolhida para aplicar os atributos pretendidos foi a de dotar a sala de espetáculos¹⁰⁵ de uma particularidade: a capacidade de, através de mecanismos hidráulicos, apresentar diferentes configurações do mesmo espaço. Desta forma, a sala consegue apresentar seis diferentes posicionamentos do palco e dos lugares de plateia, conforme as necessidades do espetáculo em cena. Estas seis posições permitem transformar o espaço - com retração da bancada de público e diferente disposição do palco – em sala de teatro com ou sem fosso de orquestra, sala livre, passerela ou arena desportiva.

O sistema mecanizado que permite a mudança nas configurações é composto por um conjunto de vinte e oito varas motorizadas que consegue movimentar um metro da estrutura da sala por segundo e fazer com que esta se altere rapidamente.

A lotação máxima é atingida quando disposta em sala livre (ou seja, sem lugares de plateia e mais direcionado para conferências ou eventos) onde o espaço consegue receber

¹⁰¹ Vd. Anexo A.

¹⁰² O Cine-Teatro Avenida fora inaugurado em 1925, contudo a sua popularidade diminui a partir da década de 1950. em Estanque, Elísio (2000), p.192.

¹⁰³ Site da Câmara Municipal de S. João da Madeira, *Casa da Criatividade*.

Disponível em: <http://www.cm-sjm.pt/1993>. Consultado a 29/05/14.

¹⁰⁴ Filipe Oliveira Dias (n. 1963) projetou também o Teatro Municipal de Bragança, o Teatro Municipal de Vila Real e o Teatro Helena Sá e Costa do Instituto Politécnico do Porto.

¹⁰⁵ Vd. Anexo B e C.

quinhentas e cinquenta e cinco pessoas. A capacidade máxima com plateia é de quinhentos e cinquenta lugares¹⁰⁶, quando está no modo de sala de teatro sem fosso de orquestra.

Este género de estrutura em salas de espetáculo é único em Portugal. O modelo foi inspirado em salas já existentes em Inglaterra e Japão mas especialmente no auditório da Guildhall School of Music and Drama, de Londres.

Inicialmente o projeto para a sala de espetáculos teria “infinitas configurações”¹⁰⁷, só em 2010 com a chegada do diretor artístico Fernando Pinho e a posterior visita à Guildhall School pela equipa responsável pela transformação da sala, é que ficou tomada a decisão de se optar pelo número de seis formatos.

Foi possível manter a ideia de versatilidade – tida como um dos pontos principais com que se queria dotar a Casa da Criatividade – e de originalidade – com a estrutura móvel a servir de componente diferenciadora e inovador face às restantes salas de espetáculo do género no país – sem pôr em causa a funcionalidade da sala.

Desta forma, a polivalência da Casa da Criatividade dota o espaço da capacidade de se adaptar ao espetáculo em cena e não o contrário. Permite dar a possibilidade de escolha às diversas apresentações artísticas que possam vir a ser mostradas no palco da CC, tornando-se um estímulo ao trabalho que aí seja desenvolvido.

Por razões ligadas à rentabilização do espaço¹⁰⁸, na grande maioria dos espetáculos foi utilizada a configuração de sala de teatro sem orquestra. Com esta escolha foi possível obter o valor máximo possível em receita de bilheteira, já que se utiliza a capacidade máxima de espetadores.

¹⁰⁶ Carvalho, Anabela S. (25/04/13), “Gulbenkian e Produção Própria abrem Casa da Criatividade em junho”, *Labor.pt*.

Disponível em:

<http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=372&id=19130&idSeccao=3921&Action=noticia>.

Consultado a 29/05/14.

¹⁰⁷ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

¹⁰⁸ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

3.3. O modelo de gestão / exploração

O facto do modelo de gestão / exploração da Casa da Criatividade ser diferente do que habitualmente existe nos equipamentos culturais municipais foi um dos pontos mais abordados e noticiados pela imprensa nacional, aquando da inauguração desta instituição. O que se verifica na maioria dos equipamentos municipais é a gestão total por parte da Câmara Municipal ou por empresas públicas especificamente ligadas à cultura mas tuteladas pela mesma (como é o caso da EGEAC em Lisboa).

No caso concreto da Casa da Criatividade, o orçamento da CMSJM disponível para a programação deste equipamento (e também para o Paços da Cultura) seria de cem mil euros. A diferença é que em caso de prejuízo na gestão dos recursos, de extrapolação do valor cedido pela Câmara, essa quantia seria reposta pelo diretor artístico, Fernando Pinho. Este modelo de gestão / exploração incide numa gestão de risco partilhado, em que ao cargo de diretor artístico se acrescenta uma responsabilidade financeira substancial.

A escolha deste modelo está especialmente ligada ao diretor artístico, Fernando Pinho e por isso é importante mencionar o ponto do seu trajeto profissional que o levou até a este cargo. Em 2010, como finalista do curso superior de *Stage Management & Technical Theatre* na Guildhall School of Music and Drama (Londres), ganhou o Deutsche Bank Award atribuído a ideias inovadoras no campo das artes performativas. Esse seu projeto estava ligado à criação e desenvolvimento de produções teatrais em regiões não urbanas, a partir de um diferente modelo de negócios. Seguidamente trabalhou em inúmeras produções e equipamento culturais, desde à Royal Opera House ao Royal Albert Hall. Para além desse percurso¹⁰⁹ mas em particular o projeto distinguido pelo Deutsche Bank foi o que levou ao convite por parte do Presidente da CMSJM (à data, Manuel Castro Almeida) para fazer parte da equipa da Casa da Criatividade.

O modelo foi adaptado às especificidades locais da cidade mas também ao que se pretendia com a Casa da Criatividade. A premissa deste modelo de gestão / exploração é tornar o equipamento autossustentável¹¹⁰, capacitando-o de condições para que consiga *pagar* os seus espetáculos. Para tal, a lógica seguida é de que, na maioria dos espetáculos, as receitas de bilheteira deveriam ter capacidade de cobrir os gastos da sua produção. Adicionalmente, as produções próprias iriam em digressão pelo país e parte dos lucros provenientes desses espetáculos seriam aplicado na programação¹¹¹ da CC. Sendo possível assim, apostar em espetáculos menos conhecidos ou com menos probabilidade de esgotar

¹⁰⁹ Juntamente ao facto de Fernando Pinho ser natural de SJM.

¹¹⁰ Neste caso específico, entenda-se *autossustentável* como a capacidade para conseguir, no mínimo, pagar as despesas que foram tidas com respetivo espetáculo. O financiamento da CMSJM não é posto em causa pois este valor é destinado à programação e não contabiliza as despesas fixas de manutenção do equipamento.

¹¹¹ O tema da programação da Casa da Criatividade será abordado na secção seguinte.

pois as produções próprias e a rentabilidade dos restantes espetáculos conseguiriam compensar as possíveis perdas. A este planeamento minucioso da programação acrescenta-se também a preferência por uma equipa de funcionários mais pequena – de quatro a cinco pessoas – no equipamento¹¹².

Em termos económicos e financeiros, as condições gerais eram as seguintes: “De três em três meses, as contas da Casa da Criatividade serão feitas. Se houver lucros, receberá [o diretor artístico] 25% das receitas provenientes da bilheteira e das tournées que pretende fazer com as produções próprias. Os restantes 75% entram directamente nos cofres da câmara.”¹¹³ No caso de prejuízo, essas mesmas percentagens inverteriam o sentido e a CMSJM pagaria a parte mais pequena do valor (25%) enquanto que Fernando Pinho asseguraria a grande fatia financeira dos prejuízos (75%).

Importante também frisar a pressão e o risco maior que o diretor artístico suporta, já que existem implicações pessoais e particulares, para fazer receitas e reduzir despesas.

Contudo, o ponto que mais se impõe é a desta majoração na importância dos bilhetes vendidos num equipamento cultural municipal como a Casa da Criatividade levantar questões ligadas à inflação dos preços e à subsequente exclusão de cidadãos que não os possam adquirir.

(...) Os nossos espetáculos, a bilheteira paga sempre o custo de produção. Ou seja, os custos dos bilhetes é sempre flutuante em função do custo de produção do evento. Portanto podes ter bilhetes a vinte euros como a trinta e cinco, como já tivemos. Essa é a razão para qual existem os bilhetes a cinco euros – precisamente para não excluir nenhuma camada da sociedade por causa deste modelo de gestão. (...) ¹¹⁴

Na década de 1960, Pierre Bourdieu e Alain Darbel¹¹⁵ analisaram esta questão do ponto de vista dos visitantes dos museus de arte europeus e concluíram que o baixo preço ou a redução dos preços de bilheteira não faz aumentar a frequência por parte dos grupos sociais desfavorecidos. Ou seja, apesar da legitimidade desta interrogação e de no caso da CC existirem mesmo alguns bilhetes a preço reduzido (apesar de não existir qualquer tipo de requisito para a sua compra), a preocupação com a exclusão de cidadãos deve ser

¹¹² Em espetáculos que seja necessário um maior apoio, são contratadas as pessoas necessárias para o período de tempo em questão.

¹¹³ Oliveira, Sara Dias (14/06/13), “Diretor artístico do novo equipamento partilha lucros e assume prejuízos”, *Público*.

Disponível em: <http://www.publico.pt/cultura/jornal/diretor-artistico-do-novo-equipamento-partilha-lucros-e-assume-prejuizos-26683700>. Consultado a 23/07/2014.

¹¹⁴ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

¹¹⁵ Bourdieu, Pierre e Alain Darbel (2007), *The Love of Art. European Art Museums and Their Publics*, Cambridge, Polity Press, p.19.

refletida focando outros planos – ligação escola / cultura e comunidade / cultura, entre outros – e não, apenas ligado à questão dos rendimentos dos mesmos.

É evidente que replicar este modelo de exploração para outros equipamentos culturais municipais é complexo pois é necessário existir uma predisposição e capacidade financeira por parte dos diretores artísticos ou programadores culturais, que lhes permita correr este tipo de riscos. A capacidade de conseguir suportar um potencial prejuízo – cujo valor pode ser alto ou baixo, dependendo sempre do tamanho da perda – é algo que nem todos os responsáveis podem (ou querem) ter. Ainda assim, numa época como a que se vive atualmente, com a diminuição dos apoios estatais e um número crescente de equipamentos culturais a competir por subsídios¹¹⁶ (nacionais ou europeus) é necessário pensar novos modelos e formas de financiar e gerir. O que faz com que estas experiências de novos ou modelos alternativos sejam observadas pelos atores culturais como um incentivo e estímulo e não como uma ameaça:

(..) como deves imaginar eu chegar a Portugal com este modelo e dizer ao país que só ganho ordenado se isto for sustentável, fez os meus colegas ficarem muito chateados. E de repente os presidentes da câmara dizem “Porque é que vocês não estão no mesmo modelo?” e as pessoas não gostam de se meter nessas coisas, gostam de ter o seu dinheirinho ao final do mês e não se chatear muito (...) ¹¹⁷

Convém notar que uma das recomendações apontadas pela Sociedade de Consultores Augusto Mateus para o setor cultural e criativo português prende-se com o incentivo à criação de projetos ligados às novas formas de organização e gestão simultaneamente com o estímulo à capacidade de desenvolver “mecanismos de financiamento compartilhados (...) [e] lógicas mais regulares de produção cultural (...)”¹¹⁸

¹¹⁶ Frey, Bruno S. e Stephan Meier (2009), “Cultural Economics”, em Sharon Macdonald (org.), *A companion to museum studies*, Malden, Blackwell Publishing, p.411.

¹¹⁷ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

¹¹⁸ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), p.126.

3.4. A programação cultural

A programação cultural da Casa da Criatividade¹¹⁹, na sua primeira temporada e com a direção artística de Fernando Pinho, pretendeu fazer uma aposta marcante nas artes performativas e nos projetos / atividades próprios. Eram estas as duas forças motrizes que marcavam as escolhas e pretendiam tornar-se nas características fortes do equipamento. Neste sentido, tomamos em nota que não serão referenciados eventos de menor visibilidade que tiveram lugar na Casa da Criatividade como espetáculos organizados pelas escolas de dança e música da cidade, galas de solidariedade ou de empresas privadas.

Segundo André Lopes Esteves, "(...) elaborar um programa cultural não consiste apenas em agendar eventos, divulgá-los e esperar que o público apareça. É antes propor linhas de leitura, (...) ir ao encontro das expectativas dos públicos e, também lançar desafios (...)"¹²⁰. No caso da CC, o objetivo era o de conceber uma programação diversificada assente em duas dimensões: oferecendo aos públicos uma programação que correspondesse não apenas aos seus desejos e expectativas mas que estimulasse a participação cultural dos mesmos e os surpreendesse com projetos desconhecidos ou pouco explorados bem como a tônica na comunidade local.

Nós tentamos diversificar e trazer um espetáculo para cada público possível. Ao fazermos isso também estamos a picar as outras faixas etárias e estratos para virem ver os outros espetáculos, aos quais não estão tão habituados. Acabam por ficar surpreendidos. (...) O objectivo é trazer sempre espetáculos de qualidade mas para públicos diversificados.¹²¹

3.4.1. Privilegiar a Comunidade

A criação de um ambiente muito ligado à comunidade local, privilegiando artistas da região e partilhando com os mesmos um espaço para desenvolverem as suas competências foi potencializada com a conceção dos projetos *Casa Aberta*, Companhia de Teatro da Casa da Criatividade e o evento *24 Horas de Teatro*. Os dois primeiros projetos foram abordados no ponto 2.2. e apesar de terem sido bastante trabalhados ao longo da temporada da CC – foram selecionados participantes, reuniões e ensaios – não chegaram a existir apresentações do que foi desenvolvido ao público.

O *24 Horas de Teatro*, realizado nos dias 7 e 8 de fevereiro de 2014, foi um dos eventos mais marcantes da primeira temporada da CC. A premissa era que, no espaço de 24 horas, atores, encenadores e escritores se conhecessem e produzissem peças de teatro originais para serem apresentadas ao público no culminar desta atividade. O número total

¹¹⁹ Vd. Anexo E.

¹²⁰ Esteves, André Lopes (2013), p.67.

¹²¹ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

de participantes foi: dezoito atores, cinco autores e seis encenadores. A maioria dos participantes era da Região Norte e a sua participação tinha um custo de inscrição de dez euros, que se converteria em dois bilhetes para assistir à apresentação do espetáculo.¹²² Na noite de 8 de fevereiro, foram apresentadas seis pequenas peças resultantes dessas vinte e quatro horas de trabalho conjunto. Apesar do espetáculo não ter lotação esgotada, demonstrou o carácter inovador e singular da programação da CC.

Segundo Fernando Pinho era importante fomentar o hábito de frequentar o equipamento cultural e de fazer com que os indivíduos se sentissem envolvidos nas suas atividades: “(...) educar as pessoas a virem para aqui e gostarem do ambiente, do palco, do espetáculo e tentar de (...) estas pessoas trazem a família para ver o espetáculo e a família fala...”¹²³

Outro assunto, que se cruza com a intenção de estreitar os públicos da região com a programação da CC, é o da acessibilidade. Como já foi referido (ponto 1.1), o acesso à cidade de SJM através de transportes públicos acaba por privilegiar os espetáculos diurnos; notando que, aproximadamente, apenas 25% dos espetáculos¹²⁴ na CC ocorreram durante esse período. Consequentemente, a questão da acessibilidade constitui certamente um dos problemas para quem reside fora da cidade e pretende deslocar-se para assistir a um espetáculo pois torna necessária a utilização de veículo próprio para que o acesso à CC seja feito. Segundo Fernando Pinho, se for vista da perspetiva anterior à CC (em que um género de programação semelhante só estava disponível no Porto ou em Estarreja), esta condicionante não é tão assim tão relevante.

(...) há pessoas que não têm carro para vir a S. João da Madeira mas também te digo que há pessoas que não têm carro para ir ao Porto. Há muita gente que não tem dinheiro para ir ver um concerto ao Porto, que é caro e paga-se portagem na A1, estacionamento, gasolina e comida.¹²⁵

Ou seja, apesar de ser um equipamento que se insere na oferta cultural da Área Metropolitana do Porto e que pretende alcançar os cidadãos que aí residem, a atenção principal passa por captar os públicos da cidade e dos concelhos limítrofes a SJM; permitindo que os mesmos tenham no raio de proximidade mais curto (o que garante gastos financeiros de deslocação menores) a possibilidade de fruírem de atividades culturais, que até então só existiam no Porto e em Estarreja.

¹²² O preço de bilheteira para o espetáculo era de cinco euros.

¹²³ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

¹²⁴ Vd. Anexo F.

¹²⁵ Pinho, Fernando. 07/02/14. Diretor Artístico.

Este foco direcionado para a comunidade local e, de uma forma mais alargada, para os públicos da região vem distanciar-se de outros equipamentos culturais que dão primazia à captação de turistas nacionais e internacionais. O exemplo mais claro é o do Centro de Cultura Contemporânea de Castelo Branco (CCCCB) – inaugurado em outubro de 2013 - em que a posição foi apostar nos visitantes de fora da cidade e internacionais, especialmente espanhóis¹²⁶. Esta escolha está muito ligada à localização geográfica¹²⁷ da cidade mas também à ideia de fomentar Castelo Branco como ponto turístico e conseguir, dessa forma, um retorno económico-financeiro maior. Este equipamento cultural é centrado nas artes plásticas contemporâneas e tem uma programação que incide no acolhimento de exposições¹²⁸. A atual capacidade de renovação dessas exposições é apenas anual¹²⁹, o que faz com que o hábito de frequentar o centro cultural pela comunidade local fique prejudicado. Contudo, funciona como atrativo para o público-alvo: turistas nacionais e internacionais, que visitam o CCCC B de modo pontual.

¹²⁶ Valente, Cristina (15/04/14), “Castelo Branco: Mais de 10 mil visitaram Centro de Cultura Contemporânea”, *Diário Digital Castelo Branco*. Disponível em: <http://www.diariodigitalcastelobranco.pt/detalhe.php?c=6&id=26811>. Consultado a 15/09/14.

¹²⁷ De automóvel, a cidade de Castelo Branco fica a duas horas de Lisboa e a três horas de Madrid.

¹²⁸ A exposição de abertura foi uma mostra de obras de artistas latino-americanos, pertencentes à Coleção Berardo.

¹²⁹ Rato, Vanessa (12/12/13), “Castelo Branco: a meio caminho entre Lisboa e Madrid”, *Ípsilon-Público*.

Disponível em: <http://ipsilon.publico.pt/artes/texto.aspx?id=328639>. Consultado a 15/09/14.

3.4.2. Artes performativas

As artes performativas, na sua multiplicidade, são o núcleo da CC. A tipologia dos espetáculos que constituíram a programação cultural da primeira temporada da Casa da Criatividade pode ser, por isso, dividida em cinco categorias: teatro, música, dança, artes circenses e comédia. Todos os espetáculos eram de produção e artistas nacionais. Como se verifica no quadro seguinte, o teatro e a música, são sem dúvida, os dois tipos de espetáculos que mais foram levados ao palco; cerca de 85% dos espetáculos apresentados eram de teatro e música.

| Tipologia | Número de espetáculos | Percentagem |
|------------------|------------------------------|--------------------|
| Teatro | 20 | 44,45% |
| Música | 18 | 40% |
| Dança | 2 | 4,44% |
| Artes Circenses | 3 | 6,67% |
| Comédia | 2 | 4,44% |
| Total | 45 | 100% |

Quadro 2.3. Número de espetáculos e respetiva percentagem por tipologia.

Analisando a programação musical, destacam-se por um lado nomes bastante conhecidos dos públicos portugueses como Pedro Abrunhosa, Carlos do Carmo e Sérgio Godinho, por outro notam-se nomes do novo panorama musical português, artistas emergentes como Márcia e Noiserv.

Basicamente nós estamos atentos ao que está a acontecer em termos culturais: lançamentos de novos álbuns, artistas emergentes - tentamos trazer logo. Nós estamos muito atentos ao que está a acontecer. Por exemplo, a Gisela João está muito na moda agora, vamos trazê-la. O Noiserv veio em novembro. O Abrunhosa lançou um novo álbum, veio cá... portanto temos [de] trazer o que está a acontecer. Mas também trazemos aquilo que sabemos que as famílias vão gostar. Trouxemos o Avô Cantigas – que atravessa gerações – o Luís de Matos.¹³⁰

A passagem citada revela o objetivo da programação, que é uma espécie de cruzamento entre uma antiga e uma nova geração de músicos portugueses, para responder às expectativas do público mas também criar surpresas. No entanto, convém sublinhar que o estilo de música predominante é o da música dita popular (apesar de artistas bastante

¹³⁰ Pinho, Fernando.07/02/14. Diretor Artístico.

conhecidos como Rodrigo Leão, Mário Laginha Novo Trio e Dead Combo terem actuado na CC), com variações de *rock* e *indie*.

A mistura de géneros caracteriza não apenas a programação musical como também a programação teatral. Peças de teatro como *Lar Doce Lar* e *Os Idiotas* que estiveram em cena na CC e os espetáculos de Herman José, Avô Cantigas ou Luís de Matos encheram a sala de espetáculos. Da mesma forma que o concerto da fadista Ana Moura.

O exemplo da programação da CC caracterizada pelo cruzamento entre estilos e atividades culturais revela a dificuldade de distinguir *cultura popular* de cultura *de elite*. Maria de Lourdes Lima dos Santos¹³¹ salientou o carácter problemático das oposições *cultura cultivada / cultura popular*; esta dualidade que ainda continua, de certa forma, a ser relevante e a levantar discussões:

(...) O vereador independente [Jorge Lima] alega que a programação da Casa da Criatividade prende-se 90% em torno da música ligeira, quando em outros locais a regra 90% de atividades culturais e apenas 10% de música ligeira. Para o independente, a Casa da Criatividade é escassa ou mesmo nula no bailado, música clássica e dança, entre outras áreas (...)¹³²

Esta posição do vereador da CMSJM pode estar ligada a uma exageração política, contudo pode ser encarada como uma manifestação da indefinição do que é *música ligeira*. A questão da democratização cultural e a atitude algo paternalista em relação aos públicos por parte de atores políticos serão desenvolvidas no secção 3.6.

Relativamente à programação da Casa, é possível destacar apresentações que são exemplos de como é difícil estabelecer uma fronteira entre *cultura cultivada* e *cultura popular*. Por exemplo, a cultura dita erudita esteve presente na programação da CC por parte da Orquestra Gulbenkian e a Orquestra XXI bem como um recital de piano; com dois espetáculos de dança contemporânea e de artes circenses (*novo circo*); o recital do *Sermão de Santo António aos Peixes* do Padre António Vieira por Diogo Infante bem como o musical produzido pela CC, baseado numa peça do século XIX.

¹³¹ Santos, Maria de Lourdes Lima dos (1988), p.698.

¹³² Familiar, Diana (27/02/2014), "Mafalda Veiga e Clã na Casa da Criatividade", *Labor.pt*.

Disponível em:

<http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=412&id=20871&idSeccao=4266&Action=noticia>. Consultado a 16/09/2014.

3.4.3. As produções da Casa da Criatividade

O musical *Despertar da Primavera*¹³³ foi a produção própria da temporada da CC e com sete representações em cena. A encenação esteve a cargo do diretor artístico, Fernando Pinho e a equipa de atores era constituída por treze atores; juntamente com uma orquestra ao vivo e um grupo de técnicos da região; perfazendo um total de vinte e sete pessoas. O musical foi bastante bem recebido pelos públicos, esgotando a bilheteira em todas as suas apresentações.

A produção própria era uma importante parte do projeto da CC e da direção artística de Fernando Pinho. Era uma das características da dimensão criativa e diferenciadora que este equipamento defendia ser a sua marca. Além disso, seria através da digressão das produções próprias que o modelo de gestão / exploração seria fortalecido. O que se verificou foi que o processo de itinerância das produções da CC pelos equipamentos culturais do país acabou por não se realizar. Espaços culturais, em Leiria e Aveiro, que tiveram o *Despertar da Primavera* agendado na sua programação, acabaram por cancelá-lo¹³⁴. Segundo Fernando Pinho, não foram claras as razões que presidiram ao cancelamento do dito espetáculo, sendo o número reduzido de bilhetes vendidos uma das razões apontadas.

O facto de não ter conseguido vender esta produção a outros locais do país implicou o fim do modelo de gestão / exploração e, a consequente saída de Fernando Pinho. Seria interessante perceber porque razão este espetáculo teve um relativo sucesso em SJM e constituiu um fracasso fora da localidade. A ligação de Pinho a SJM poderá mais uma vez tornar compreensível o sucesso de certos empreendimentos neste local e o seu insucesso fora da cidade.

¹³³ Esta produção é a versão portuguesa da peça de Duncan Sheik e Steven Sater produzida em 2006 para a Broadway. Esta peça foi baseada na peça original do séc. XIX do dramaturgo alemão Frank Wedekind.

¹³⁴ Pinho, Fernando.07/02/14. Diretor Artístico.

3.5. A saída do diretor artístico: o fim do modelo

Apesar da inauguração da CC ter tido lugar em junho de 2013, a ligação do diretor artístico Fernando Pinho ao projeto já existia desde meados de 2010. A oficialização do cargo foi feita em Abril de 2011¹³⁵, com a duração prevista de três anos.

A posição de Fernando Pinho como diretor artístico fora feita através de um convite direto pelo presidente da CMSJM. O cargo não foi colocado em concurso público porém tendo em conta o seu currículo¹³⁶, considerado qualificado para aquele cargo e para avançar com o projeto do equipamento cultural que já era ambicionado pela CMSJM como algo que se pretendia distinto e singular – à época apenas na versatilidade da sala de espetáculos. A aposta forte da CMSJM era na possibilidade de aplicar um modelo de exploração / gestão na CC alternativo aos que vigoravam no país, a partir do trabalho que Fernando Pinho já desenvolvera, e conseguir dessa forma tornar o equipamento vantajoso: não apenas ao nível (mais claro) cultural e social mas também económico.

Cumprido o tempo de contrato, em abril de 2014, a CMSJM revela que será aberto um concurso público para a nova direção artística. Era possível que Fernando Pinho se candidatasse a este concurso, caso assim o desejasse, contudo o mesmo não aconteceu. O que resultou na sua direção em apenas uma temporada de programação – da abertura até ao segundo trimestre de 2014.

Com o fim desta colaboração, algumas declarações de Fernando Pinho à imprensa local deram conta de insatisfação com a forma como a CMSJM procedeu:

Neste momento a Câmara Municipal de S. João da Madeira está muito longe de poder oferecer condições para um projecto cultural não controlado por forças políticas (...) pior ainda, apesar do meu modelo financeiro inovador em Portugal, a Câmara não está preparada para dar a autonomia necessária a quem ocupa o cargo”¹³⁷

A insatisfação do atual ex-diretor artístico parece corresponder a uma crítica direta às relações com a CMSJM e à intromissão desta no processo ligado ao modelo de exploração / gestão do equipamento. Apesar de não ter sido possível ouvir a CMSJM e perceber a que

¹³⁵ Pinho, Fernando (01/08/13), “Esclarecimento do Director Artístico da Casa da Criatividade”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3497/local/camara-abre-concurso-para-director-artistico-da-casa-da-criatividade.html>. Consultado a 09/09/14.

¹³⁶ Costa, Joana Gomes (21/04/11), “Fernando Pinho vai dirigir a Casa das Artes”, *O Regional*. Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3362/cultura/fernando-pinho-vai-dirigir-casa-das-artes.html>. Consultado a 09/09/14.

¹³⁷ Costa, Joana Gomes (27/02/14), “Câmara abre concurso para director artístico da Casa da Criatividade”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3497/local/camara-abre-concurso-para-director-artistico-da-casa-da-criatividade.html>. Consultado a 10/09/14.

pressões se referia Fernando Pinho, a sua saída mostra o insucesso do modelo que fora anunciado como modelador do projeto da Casa da Criatividade.

Até à data, não foi tornado público qualquer resultado do concurso público para a nova direção nem a intenção de, com um novo diretor artístico, replicar a experiência da primeira temporada.

3.6. Democratização cultural como linha da programação cultural

O debate em torno das programações culturais em equipamentos culturais municipais mostra, normalmente, alguma divergência de opiniões entre os diversos atores locais, quer sejam políticos ou ligados à cultura. Por isso, é comum as escolhas dos responsáveis pela programação serem alvo de atenção e de críticas¹³⁸. A linha ou o modelo cultural que esta planificação deve seguir, as atividades culturais que deve ou não incluir e o efeito que tais escolhas terão nos públicos são assuntos que, quando refletidos a partir de diferentes perspetivas, comprovam a existência de diversas formas de pensar o tema da programação cultural. Para melhor entender esta diversificação de opiniões e a sua relevância quando se trata de equipamentos culturais municipais, é necessário refletir acerca de um conceito que lhe é intrínseco: a democratização cultural.

Segundo Alexandre Melo¹³⁹, a democratização cultural está directamente ligada à descentralização e ao pluralismo cultural. A primeira noção centra-se na “(...) melhoria das condições de acesso das populações à formação e informação cultural (...)” através do “(...) alargamento geográfico da acessibilidade aos bens culturais (...)”¹⁴⁰ enquanto a segunda noção é considerada pelo autor como mais complexa de definir pois o seu sentido pode derivar bastante conforme as interpretações conceptuais de quem a menciona; podendo estar associada à diversidade de atividades culturais, à multiplicidade de públicos que pretende albergar ou ao facto de se pretender ocupar das várias tipologias da cultura. Destas ideias, parte-se para as duas posições mais comuns e que ocupam extremos opostos no “espectro” da democratização cultural. Por um lado, uma posição mais populista de “dar aos públicos aquilo que querem / merecem”, por outro, uma posição centrada na capacidade artística e criativa das atividades culturais como forma de estimular e incentivar os públicos. Trata-se, então, de uma espécie de paralelismo entre “formar público para as artes” ou “criar arte para o público”¹⁴¹.

É importante entender que a programação cultural deve ter em conta uma ideia real dos públicos e dos seus interesses e não uma projecção ficcionada, um tanto paternalista, do que se pensa ser *aquilo que os públicos deviam gostar*.¹⁴² Porém, é igualmente importante ter claro que “(...) os gostos, sempre em mutação, dependem da amplitude do

¹³⁸ Tal como mencionado no capítulo dedicado à programação cultural, as escolhas da temporada de 2013-2014 da Casa da Criatividade foi alvo de duras críticas.

¹³⁹ Melo, Alexandre (2002), *Globalização Cultural*, Lisboa, Quimera Editora.

¹⁴⁰ Melo, Alexandre (2002), p.147.

¹⁴¹ Henriques, Eduardo Brito (2002), “Novos desafios e orientações das políticas culturais: tendências nas democracias desenvolvidas e especificidades do caso português”, *Finisterra*, 73, (XXXVII), p.73.

¹⁴² Lewis, Justin (1994), “Designing a Cultural Policy”, em AAVV (2000), *The Politics of Culture. Policy Perspectives for individuals, institutions and communities*, Nova Iorque, The New Press, p.88.

leque das possibilidades de exercício da liberdade da escolha”.¹⁴³ Esta dualidade tem que ser trabalhada de forma bastante inteligente para ser possível construir uma programação cultural que ofereça aos públicos uma articulação funcional destas posturas.

A programação da CC é um exemplo da tentativa de desenvolver a sua planificação tendo em conta esta dualidade. Foi tentado fazer um cruzamento entre a oferta de atividades que atingissem um número vasto de públicos, que se definiria como pertencentes às indústrias culturais (por potencializar o entretenimento e a comodidade, como defende Adorno mas também por ser marca desta democratização cultural como reforça Miége) e a estimulação dos públicos através de atividades culturais ditas eruditas. Apesar de ser importante esta visibilidade de atividades, talvez menos conhecidas por alguns públicos, num equipamento municipal, é ainda mais importante elaborar programas ou atividades de formação e sensibilização de públicos¹⁴⁴.

O que se nota é que ao nível da democratização cultural e para a concretização do que se considera ser o seu objetivo, é necessária a criação de uma estratégia concreta por parte dos responsáveis locais, de preferência albergando vários equipamentos e a longo prazo, para que seja possível traçar objetivos específicos para a localidade e programar em função destes.

No caso de SJM, e apesar da cidade ter uma série de eventos culturais bastante diversificados como se teve oportunidade de analisar na secção 2.3., não existe uma estratégia cultural colectiva em termos de programação cultural entre os três principais equipamentos culturais da cidade – Oliva Creative Factory, Museu da Chapelaria e Casa da Criatividade. Apesar de os três equipamentos, serem um exemplo da criação / recuperação de infra-estruturas como desígnio da democratização cultural, já foi comprovado que apenas o “(...) aumento e descentralização da oferta cultural (...) [não se traduz] automaticamente num alargamento social dos públicos.”¹⁴⁵

O Núcleo de Arte da Oliva Creative Factory bem como o Museu da Chapelaria possuem um ativo serviço educativo, que desenvolve várias atividades culturais com a comunidade local. A Casa da Criatividade aposta nos projetos (*Casa Aberta* e *Companhia de Teatro*) que pretendem dar oportunidade aos artistas locais e regionais contudo não possui um serviço educativo formal que consiga envolver a comunidade local.

Portanto, é necessário dotar esta tríade de equipamentos de uma programação cultural coletiva bem como de um projeto formal de formação de públicos, trabalhada em

¹⁴³ Melo, Alexandre (2002), p.150.

¹⁴⁴ Gomes, Rui Telmo e Vanda Lourenço (2009), *Democratização cultural e Formação de Públicos: inquéritos aos “serviços educativos” em Portugal*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais, p.32.

¹⁴⁵ Gomes, Rui Telmo e Vanda Lourenço (2009), p.13.

conjunto e respeitando as especificidades de cada um, para que seja possível criar na cidade um plano cultural concreto, focado na comunidade local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

S. João da Madeira é uma cidade que transformou as suas fragilidades num estímulo, reabilitando edifícios marcantes da sua história local mas também dotando-se de infra-estruturas modernas e singulares¹⁴⁶. Estes elementos foram incluídos numa intenção de envolver a localidade num ambiente impulsionado pelas indústrias culturais e criativas.

O Museu da Chapelaria, a Oliva Creative Factory e os Circuitos pelo Património Industrial de S. João da Madeira são projetos que mostram como o passado industrial tem sido reconhecido como um ponto forte da cidade. Este reconhecimento evidencia uma estratégia em potencializar um traço importante da localidade, requalificando-o como componente da memória coletiva para a comunidade local mas também como produto turístico atrativo.

O balanço entre a captação de turistas e o envolvimento da comunidade local é notado na dinâmica cultural da cidade. A cidade de S. João da Madeira posiciona-se, assim, numa dualidade entre a sua transformação em pólo turístico-cultural para visitantes nacionais e internacionais e revigoração para a comunidade local.

A inauguração da Casa da Criatividade, em junho de 2013, ficou marcada por um forte mediatismo. A polivalência da sala de espetáculos, a ênfase nas artes performativas e, principalmente, o modelo de gestão / exploração alternativo que destacava o papel do diretor artístico, Fernando Pinho, face ao da Câmara Municipal de S. João da Madeira foram apontados como elementos que levariam este equipamento cultural a ser considerado um exemplo para as infra-estruturas culturais municipais. Contudo o fim do modelo de gestão / exploração da Casa da Criatividade mostra uma série de desafios e obstáculos que a Câmara Municipal de S. João da Madeira e o diretor artístico não conseguiram ultrapassar. A saída de Fernando Pinho e o anúncio de concurso público para a ocupação do seu cargo (ainda sem resultados) deixam em incógnito o futuro do projeto da Casa da Criatividade. Não só está incerta a tentativa de repetir o modelo com outra direção, como a continuação do plano de programação cultural conduzido na primeira temporada e marcado por uma série de características: o foco nas artes performativas, a produção própria, os projetos para a comunidade local e regional e a oferta diversificada de espetáculos.

O sucesso deste projeto marcaria, sem dúvida, o debate sobre a forma de gerir equipamentos culturais municipais em Portugal. Apesar do mesmo não ter acontecido, é possível levantar algumas questões sobre esta experiência:

¹⁴⁶ A CMSJM prepara mais um empreendimento importante, a construção de uma nova piscina coberta na cidade, com projeto da autoria do arquiteto Eduardo Souto Moura. O equipamento será o primeiro do género na Europa, a possuir certificação LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).

1. Continuaram a existir pressões por parte dos responsáveis políticos aos programadores culturais?
2. Este modelo de gestão / exploração aplicado na CC poderia ser replicado, noutras cidades e equipamentos culturais? Ou o contexto específico da ligação do diretor artístico Fernando Pinho a S. João da Madeira e do seu reconhecimento internacional foram essenciais para esta aposta?
3. Estarão os equipamentos culturais municipais e os seus responsáveis (políticos e culturais) preparados para a aplicação de novos modelos?

A análise deste primeiro ano da Casa da Criatividade, de um ponto de vista económico e financeiro, seria também interessante para avaliar o impacto do modelo.

É evidente que, a Casa da Criatividade é um equipamento cultural pensado para a comunidade local e regional contudo, e apesar da sua programação ter tido atividades que incitavam a participação desta, não existe um serviço educativo ou qualquer género de programa de formação de públicos. Segundo o estudo, *O sector cultural e criativo em Portugal*, produzido pela consultora Augusto Mateus & Associados, é necessário o “(...) incentivo de ações de captação, formação e desenvolvimento de públicos, onde se inserem iniciativas de ‘inclusão cultural’, (...), de ‘cultivo e diversificação da preferência cultural’ e de ‘educação de públicos’ (...)”.¹⁴⁷ Esta falta deve ser retificada pois a existência do equipamento e a sua programação diversificada não são suficientes para que exista um envolvimento da comunidade.

Dotar a cidade de um ambiente ligado à cultura, cimentado pelas indústrias culturais e criativas, com uma preocupação em dinamizar a comunidade local mas também em potencializar o turismo parece ser a estratégia seguida por S. João da Madeira. A partir daí, a Câmara Municipal de S. João da Madeira espera um caminho prolífero para a revitalização local e o desenvolvimento económico, porém é difícil medir estas dimensões e reportar resultados: apenas uma análise profunda, ao nível económico e social, posicionada num amplo limite temporal, poderá confirmar ou não o sucesso desta aposta.

¹⁴⁷ Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), p.127.

FONTES

Conselho de Ação Social (2011), *Diagnóstico Social de S. João da Madeira*.

Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.01. População Residente, População Presente, Famílias, Núcleos Familiares, Alojamentos e Edifícios*.

Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.02. População Residente em 2001 e 2011, segundo os grupos etários e sua evolução entre 2001 e 2011*.

Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.03. População Residente segundo o nível de escolaridade e sexo e taxa de analfabetismo*.

Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Quadro de Apuramento: 1.05. População Residente e desempregada (sentido restrito) segundo a condição de procura de emprego e sexo, taxas de desemprego*.

Instituto Nacional de Estatística, *Censos 2011 – Resultados Definitivos. Região Norte. Quadros Resumo: 1.01. População Residente, População Presente, Famílias, Núcleos Familiares, Alojamentos e Edifícios*.

BIBLIOGRAFIA

- Adorno, Theodor W. (1942), “O esquema da cultura de massas”, em Theodor W. Adorno (2003), *Sobre a Indústria da Cultura*, Coimbra, Editora Angelus Novus, p.57-96.
- Adorno, Theodor W. (1963), “Breves Considerações acerca da indústria da cultura”, em Theodor W. Adorno (2003), *Sobre a Indústria da Cultura*, Coimbra, Editora Angelus Novus, p.97-106.
- Almeida, Solange Quelhas (2000), *Estratégias culturais e Políticas de afirmação regional*, Dissertação de Mestrado em Antropologia: Poder e Diferenciação. Processos Contemporâneos, Lisboa, ISCTE.
- Araújo, Maria Leonor Morgado Melvill de (2012), *Centro das Artes / Casa das Mudas e Museu Henrique e Francisco Franco: um ponto de partida para um inquérito sobre a museologia na Região Autónoma da Madeira*, Dissertação de Mestrado em Museologia e Museografia, Lisboa, Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa.
- Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2013), *A Cultura e a Criatividade na Internacionalização da Economia Portuguesa. Relatório Final.*, Lisboa, Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores Lda.
- Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores (2010), *O Sector Cultural e Criativo em Portugal. Relatório Final*, Lisboa, Augusto Mateus & Associados, Sociedade de Consultores Lda.
- Azevedo, Natália (2003), “Políticas culturais à escala metropolitana: notas de uma pesquisa sobre a Área Metropolitana do Porto”, *Sociologia*, 13, pp.201-210.
- Babo, Maria Elisa Pérez da Silva (2010), *Cultura e Desenvolvimento: novos desafios para as políticas municipais*, Dissertação de Mestrado em Planeamento do Território – Inovação e Políticas de Desenvolvimento, Aveiro, Universidade de Aveiro.
- Barreto, António (2005), “Mudança Social em Portugal: 1960-2000”, em António Costa Pinto (coord.), *Portugal Contemporâneo*, Lisboa, Publicações Dom Quixote, pp.137-162.
- Bourdieu, Pierre e Alain Darbel (2007), *The Love of Art. European Art Museums and Their Publics*, Cambridge, Polity Press.
- Cardoso, Vanda (2012), “Turismo Industrial. Uma abordagem metodológica para o território”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1/2012, pp.37-59.

- Carvalho, Luís (2006), "Governance challenges towards a knowledge economy – the case of the Metropolitan Area of Porto", comunicação apresentada no *Young Researcher's Seminar Series*, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Novembro de 2006, Porto.
- Carvalho, Susana Isabel Lage de (2012), *A indústria de calçado em S. João da Madeira (1881-1953): Estudo e Mediação*, Dissertação de Mestrado de Estudos em História e Património – Ramo Mediação Patrimonial, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Cooke, Philip (2008), "Culture, clusters, districts and quarters: some reflections on the scale question", em Philip Cooke e Luciana Lazzaretti (eds.), *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cheltenham, Edward Elgar, pp.25-47.
- Costa, António Firmino da (1999), "A Pesquisa de Terreno em Sociologia", em José Madureira Pinto e Augusto Santos Silva (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, 10ª ed., Porto, Edições Afrontamento, pp.129-149.
- Costa, Pedro (2008), "Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city", em Philip Cooke e Luciana Lazzaretti (eds.), *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cheltenham, Edward Elgar, pp.183-210.
- Estanque, Elísio (2000), *Entre a Fábrica e a Comunidade. Subjectividades e práticas de classe no operariado do calçado*, Porto, Edições Afrontamento.
- Esteves, André Lopes (2013), *Os públicos do Centro Cultural e de Congressos das Caldas da Rainha*, Dissertação de Mestrado em Cultura e Comunicação, Lisboa, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Fernandes, Maurício Antonino (1996), *S. João da Madeira – Cidade do Trabalho*, São João da Madeira, Câmara Municipal de São João da Madeira.
- Frey, Bruno S. e Stephan Meier (2009), "Cultural Economics", em Sharon Macdonald (org.), *A companion to museum studies*, Malden, Blackwell Publishing, pp.398-414.
- Fundação de Serralves (2008), *Estudo Macroeconómico para o Desenvolvimento de um Cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte. Relatório Final*, Porto, Fundação de Serralves.

- Gomes, Rui Telmo e Vanda Lourenço (2009), *Democratização cultural e Formação de Públicos: inquéritos aos “serviços educativos” em Portugal*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- Henriques, Eduardo Brito (2002), “Novos desafios e orientações das políticas culturais: tendências nas democracias desenvolvidas e especificidades do caso português”, *Finisterra*, 73, (XXXVII), pp.61-80.
- Ignacio Vidarte, José (2007), “Nuevas infraestructuras culturales como factor de renovación urbanística, revitalización social y regeneración económica. El Museo Guggenheim Bilbao”, *Museo*, 12, pp.99-108.
- Instituto Nacional de Estatística (2012), *Censos 2011 Resultados Definitivos*. Portugal, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Jesus, Carla Pinheiro de (2002), *Política Cultural Local – Território e Cultura: o concelho de Tomar*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação, Lisboa, ISCTE.
- Lewis, Justin (1994), “Designing a Cultural Policy”, em AAVV (2000), *The Politics of Culture. Policy Perspectives for individuals, institutions and communities*, Nova Iorque, The New Press, pp.79-93.
- Lima, António e Jorge Ribeiro (1987), *Indústria de Chapelaria em S. João da Madeira*, São João da Madeira, Câmara Municipal de São João da Madeira.
- Lopes, João Teixeira (1998), *A cidade e a cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Dissertação de Doutoramento em Sociologia, Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Melo, Alexandre (2002), *Globalização Cultural*, Lisboa, Quimera Editora.
- Menezes, Suzana (2006), *Memória do trabalho e os trabalhos da memória. O Caso do Museu da Indústria de Chapelaria*, Dissertação de Mestrado em Museologia, Lisboa, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Miége, Bernard (1989), *The Capitalization of Cultural Production*, Nova Iorque, International General.
- Miége, Bernard (2000), *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

Neves, José Soares (2010), “Políticas Culturais Locais e Financiamento da Cultura: Crescimento e Planeamento”, *Trajectos: Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, 16, pp.125-130.

Oliveira Marques, A. H. de (2009), *Breve História de Portugal*, 7ª ed., Barcarena, Editorial Presença.

Pratt, Andy C. (2007), “O Estado da Economia Cultural: o crescimento da economia cultural e os desafios da definição de uma política cultural”, em AAVV, *A Urgência da Teoria*, Lisboa, Tinta-da-China, pp.189-218.

Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (2008), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 5ª ed., Lisboa, Gradiva.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (1988), “Questionamento à volta de três noções (a grande cultura, a cultura popular, a cultura de massas)”, *Análise Social*, 101-102, (vol. XXIV), (2º-3º), pp. 689-702.

Silva, Augusto Santos (2002) , “A dinâmica cultural das cidades médias: uma sondagem do lado da oferta”, em Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva, *Projecto e circunstância: culturas urbanas em Portugal*, Porto, Edições Afrontamento, pp.65-107.

Silva, Augusto Santos (2007), “Como abordar as políticas culturais autárquicas? Uma espécie de roteiro”, *Sociologia, Problemas e Práticas*, (Online), 54. Disponível em: http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292007000200002&lng=pt&nrm=iso. Consultado a 29/05/14.

Silva, Levi Moreira da (1992), *Memórias de Tempos Idos. Subsídios para a história de S. João da Madeira e a sua região*, São João da Madeira, Câmara Municipal de São João da Madeira.

UNESCO (2006), *Understanding Creative Industries. Cultural statistics for public-policy making*.

Disponível em: http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/119426116973cultural_stat_EN.pdf/cultura_l_stat_EN.pdf. Consultado a 04/09/14.

Jornais

Anon. (03/10/13), “Herman José e Avô Cantigas na Casa da Criatividade”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3477/cultura/herman-jose-e-avo-cantigas-na-casa-da-criatividade.html>. Consultado a 28/05/14.

Carvalho, Anabela S. (25/04/13), “Gulbenkian e Produção Própria abrem Casa da Criatividade em junho”, *Labor.pt*.

Disponível em:

<http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=372&id=19130&idSeccao=3921&Action=noticia>.

Consultado a 29/05/14.

Carvalho, Anabela S. (31/10/13), “Casa da Criatividade recebeu 80 inscrições de aspirantes a teatro”, *Labor.pt*.

Disponível em:

<http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=395&id=20122&idSeccao=4122&Action=noticia>.

Consultado a 28/05/2014.

Costa, António Gomes (22/05/14), “Uma ilustração inovadora e envolvente”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3509/cultura/uma-ilustracao-inovadora-e-envolvente.html>. Consultado a 29/05/14.

Costa, Joana Gomes (21/04/11), “Fernando Pinho vai dirigir a Casa das Artes”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3362/cultura/fernando-pinho-vai-dirigir-casa-das-artes.html>. Consultado a 09/09/14.

Costa, Joana Gomes (27/02/14), “Câmara abre concurso para director artístico da Casa da Criatividade”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3497/local/camara-abre-concurso-para-director-artistico-da-casa-da-criatividade.html>. Consultado a 10/09/14.

Familiar, Diana (23/01/14), “Turismo Industrial faz dois anos”, *Labor.pt*.

Disponível em: <http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=407&id=20643&idSeccao=4221&Action=noticia>. Consultado a 29/05/14.

Familiar, Diana (27/02/2014), “Mafalda Veiga e Clã na Casa da Criatividade”, *Labor.pt*.

Disponível em:

<http://www.labor.pt/noticia.asp?idEdicao=412&id=20871&idSeccao=4266&Action=noticia>.

Consultado a 16/09/2014.

Oliveira, Sara Dias (14/06/13), “Director artístico do novo equipamento partilha lucros e assume prejuízos”, *Público*.

Disponível em: <http://www.publico.pt/cultura/jornal/director-artistico-do-novo-equipamento-partilha-lucros-e-assume-prejuizos-26683700>. Consultado a 23/07/2014.

Pinho, Fernando (01/08/13), “Esclarecimento do Director Artístico da Casa da Criatividade”, *O Regional*.

Disponível em: <http://www.oregional.pt/pt/newspaper/3497/local/camara-abre-concurso-para-director-artistico-da-casa-da-criatividade.html>. Consultado a 09/09/14.

Rato, Vanessa (12/12/13), “Castelo Branco: a meio caminho entre Lisboa e Madrid”, *Ípsilon-Público*.

Disponível em: <http://ipsilon.publico.pt/artes/texto.aspx?id=328639>. Consultado a 15/09/14.

Valente, Cristina (15/04/14), “Castelo Branco: Mais de 10 mil visitaram Centro de Cultura Contemporânea”, *Diário Digital Castelo Branco*.

Disponível em: <http://www.diariodigitalcastelobranco.pt/detalhe.php?c=6&id=26811>. Consultado a 15/09/14.

Webgrafia

7º Encontro Internacional de Ilustração (20/05/14), *Comunicado à Imprensa*.

Disponível em: http://issuu.com/7ilustra/docs/press_pt. Consultado a 29/05/14.

Agenda Metropolitana da Cultura, *iPorto*.

Disponível em: iporto.amp.pt. Consultado a 30/05/14.

Site da Câmara Municipal de S. João da Madeira, *Campanha Poesia à Mesa*.

Disponível em: <http://www.cm-sjm.pt/411>. Consultado a 28/05/14.

Site da Câmara Municipal de S. João da Madeira, *Casa da Criatividade*.

Disponível em: <http://www.cm-sjm.pt/1993>. Consultado a 29/05/14.

Site do Cine-Teatro de Estarreja, *Arquivo*.

Disponível em: <http://www.cineteatroestarreja.com>. Consultado a 18/06/14.

Site do Projeto Educativo Municipal da Câmara Municipal de S. João da Madeira (08/04/11), *Comunidade sobe ao palco no 5º Festival de Teatro*.

Disponível em: <https://projectoeducativomunicipal.wordpress.com/2011/04/08/comunidade-sobe-ao-palco-no-5-%C2%BA-festival-de-teatro>. Consultado a 29/05/14.

Site do Turismo Industrial da Câmara Municipal de S. João da Madeira.

Disponível em: <http://www.turismoindustrial.cm-sjm.pt>. Consultado a 28/05/14.

Site do Turismo Industrial da Câmara Municipal da Marinha Grande.

Disponível em: <http://www.turismoindustrial.cm-mgrande.pt>. Consultado a 11/06/14.

ANEXOS

A

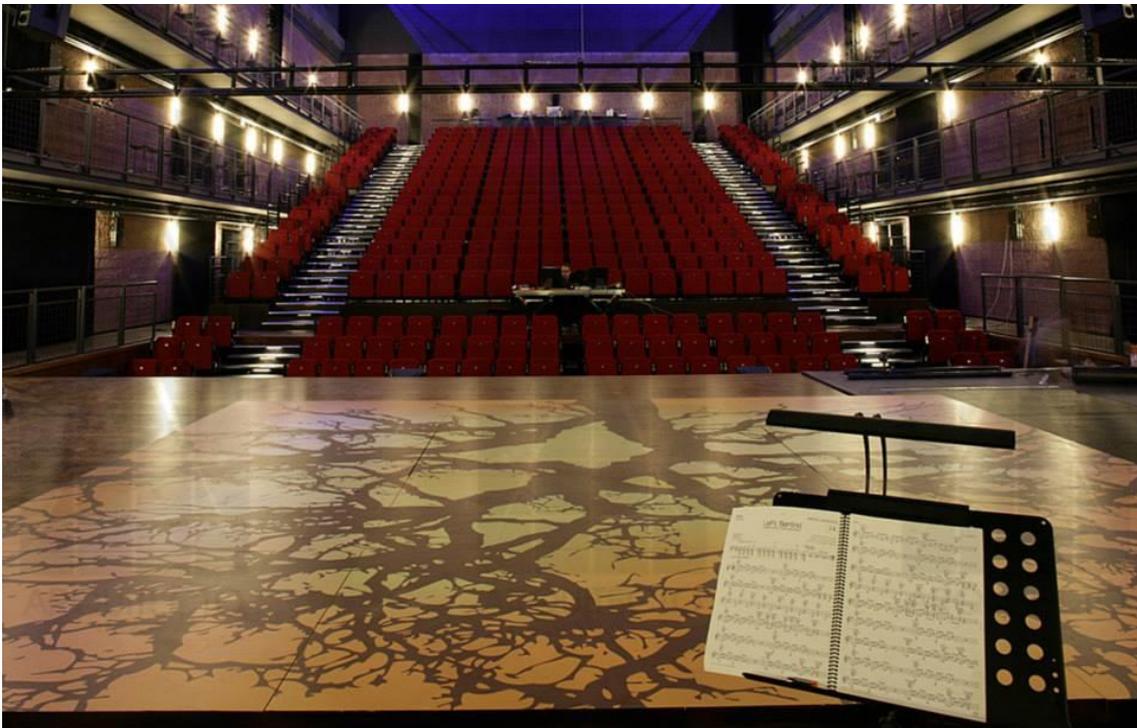
Fotografia do exterior do edifício da Casa da Criatividade.

Autoria da fotografia: Liliana Cruz.



B

Fotografia da sala de espetáculos da Casa da Criatividade, a partir do palco.
Autoria da fotografia: fotógrafo António Gorgal. Gentilmente cedida pelo arquiteto do projeto
Filipe Oliveira Dias.



C

Fotografia da sala de espetáculos da Casa da Criatividade, a partir da plateia.
Autoria da fotografia: fotógrafo António Gorgal. Gentilmente cedida pelo arquiteto do projeto
Filipe Oliveira Dias.



D

Excertos da entrevista realizada a Fernando Pinho, no dia 7 de fevereiro de 2014, na Casa da Criatividade em S. João da Madeira.

1. A Casa da Criatividade apresenta uma grande diversidade de espetáculos: desde concertos de músicos reconhecidos do grande público como experiências artísticas como esta do *24 horas de Teatro*. Considera importante para o público esta variedade? Acha que a apresentação de espetáculos mais experimentais pode funcionar como forma de *serviço educativo* para o público?

F.P.: (...) tens que servir a generalidade da população. Nós não somos (...) especializado num segmento, numa faixa dessa população e portanto a programação tem de ser claramente diversificada, balizada por limites. Ou seja, esses limites são estabelecidos pelo projeto que nós definimos com a Câmara. *Tony Carreira's* está no limite inferior. Nós tentamos diversificar e trazer um espetáculo para cada público possível. Ao fazermos isso também estamos a picar as outras faixas etárias e estratos para virem ver os outros espetáculos, aos quais não estão tão habituados. Acabam por ficar surpreendidos. (...)

É um evento que promove criatividade - que é um dos objetivos aqui da casa.

2. Até que ponto consegue conciliar na programação cultural esta dimensão de *conforto cultural* (com espetáculos de nomes conhecidos do mundo do espetáculo) com a dimensão da criatividade, da aposta em novos talentos - do *desafio cultural*?

F.P.: Conciliar não é difícil... Os espetáculos mais reconhecidos - que nós chamamos que vão vender e vão ter mais aceitação - vendem-se por si só e não há grande desafio. Os espetáculos de novos talentos são enquadrados especificamente como ações de desenvolvimento cultural e de apoio aos artistas e portanto levam sempre agarrados essa etiqueta. (...) O *24 horas de Teatro* é um bom exemplo. As pessoas vêm mas ninguém sabe o que vai acontecer: pode ser uma catástrofe ou pode ser uma coisa fabulosa. Portanto conciliar não é difícil, pelo contrario elas são importantes de existir as duas e são importantes que o público de um conheça... [o outro]. É importante para mim que as pessoas não digam assim "ah aquilo é só Pedro Abrunhosa ou é só não sei o quê". Não, nós temos atividades especificamente para novos talentos para... A companhia de teatro da casa que são amadores. A *Casa Aberta* que é para apoiar novos artistas. (...)

3. Quais os princípios que regem as escolhas da programação cultural da CC?

F.P.: (...) Basicamente nós estamos atentos ao que está a acontecer em termos culturais: lançamentos de novos álbuns, artistas emergentes - tentamos trazer logo. Nós estamos muito atentos ao que está a acontecer. Por exemplo, a Gisela João está muito na moda

agora, vamos trazê-la. O Noiserv veio em novembro. O Abruñosa lançou um novo álbum, veio cá... portanto temos trazer o que está a acontecer. Mas também trazemos aquilo que sabemos que as famílias vão gostar. Trouxemos o avô cantigas – que atravessa gerações – o Luís de matos. Ou seja, espetáculos que nós sabemos que vão juntar as famílias e que vão... O objetivo é trazer sempre espetáculos de qualidade mas para públicos diversificados. (...)

4. Qual o ritmo da programação cultural? Tem sido conseguida a meta de um espetáculo por semana e duas produções próprias anuais?

F.P.: Inicialmente a meta era um espetáculo por semana e duas produções anuais... Não tem sido um por semana propositadamente. Porque achamos que o público ainda não está preparado para esse tipo de cadência. Tem sido em média dois, três por mês. (...)

5. As produções próprias vão ser itinerantes por outras salas do país? Se sim, quais?

F.P.: As produções próprias vão itinerar, sim mas tem sido um desafio muito grande porque tem a ver com os problemas dos teatros municipais de Portugal. Eu ia para a semana a Aveiro com o *Despertar da Primavera*... acabou de ser cancelado ontem pelo teatro aveirense porque não venderam bilhetes. Não venderam bilhetes porquê? Não fizeram publicidade, não souberam vender e podíamos começar aqui a desenrolar uma série de problemas. Leiria também cancelou porque não tinha vendido. Vamos agora ao Porto mas o Porto é diferente porque sou eu que vou portanto não há possibilidade de cancelar. Ou seja, estamos a tentar levar mas os teatros não têm meios financeiros para receber as produções que nós estamos aqui a fazer. São produções muito grandes. O *Despertar da Primavera* era gigantesco, em termos de meios são vinte e cinco pessoas. É uma produção grande. Portanto sim queremos ir... A questão não é se nós vamos mas sim se os outros querem ou se podem.

5.1. Tem que existir um esforço de coordenação e cooperação de várias entidades...

F.P.: Nem é só coordenação. Não adianta ter o maior espetáculo do mundo quando os teatros não têm meios para os receber. Digo meios e é tanto são financeiros ou outros. Um exemplo, um artista português de renome custa quase 10 mil euros por concerto; eu estou a vender este espetáculo [*Despertar da Primavera*] a três mil euros por apresentação. Ninguém compra... Há uma interpretação e um preconceito muito grande em Portugal em relação a musicais, porque é associado ao La Féria e as pessoas associam a teatro de segunda. O que não é a realidade do teatro musical no mundo. Portugal tem este elitismo...

6. Qual o balanço das atividades já desenvolvidas na Casa?

F.P.: Muito bem, estamos quase sempre cheios. O que não enchemos era aquilo que sabíamos que não iam encher. Nós não podemos fazer atividades a pensar se vamos encher ou não. Eu sabia que trazia aqui Olga Roriz e não ia encher, eu sabia que ia trazer cá a márcia e não ia encher. O *24 horas* está quase vazio... as pessoas não gostam de

comprar bilhetes sem saber para o que vão. Portanto nós sabemos, à partida o que vai acontecer mas não podemos medir o sucesso da atividade pelo número de bilhetes vendidos. Esse é um problema cá em Portugal. Pode ter enchido e não prestar. Portanto acho que aqui tem corrido muito bem, as salas têm estado cheias, o feedback dos espetáculos tem sido muito bom e temos estas iniciativas todas a acontecer e ainda só temos nove meses de vida.

6.1. É a questão do sucesso estar ligado às receitas da bilheteira.

F.P.: O que não é real, em cultura não é real. Não está diretamente ligado. É uma coisa muito portuguesa – muito por causa das políticas dos governos sobre cultura em Portugal.

7. Qual o balanço desta experiência das 24 Horas de Teatro?

F.P.: [A entrevista foi feita antes do início das 24 horas de teatro]. Tivemos muitas inscrições mas também tivemos muitas desistências. (...) O que nos vai obrigar a ter que fazer algum jogo de cintura hoje mas faz parte das 24 horas e do imprevisto e nós é que nos temos de adaptar ao que vai acontecer. A expectativa é enorme. Eu já participei nesta iniciativa lá fora e é sempre muito interessante. Cria-se um espírito giro entre as pessoas e surgem trabalhos, por vezes, fabulosos. e dar palco a estas pessoas, que os atores em Portugal não têm tempo de palco porque não tem trabalho e portanto nós temos aqui atores que não pisam palcos; também temos aqui atores que pisam frequentemente. Dar esperança a estas pessoas, dar currículo é muito importante. É por isso que acho que de certa forma o balanço já é muito positivo. (...)

8. Como funciona o modelo de gestão da CC? Esta fórmula permite-lhe ter mais flexibilidade e liberdade na programação?

F.P.: É uma pergunta complicada.... O modelo de gestão é fácil dizer. Funciona da seguinte forma: eu tenho total responsabilidade sobre a Casa e sobre a gestão de recursos, etc. (...) não faço nada muito experimental aqui ou quando faço tenho que compensar com algo comercial, que é para o que perdi num ganho no outro. A vantagem é que tenho total liberdade e a verdade é que a maioria dos nossos espetáculos é sustentável – o que é uma realidade que os teatros em Portugal não têm. Porque o que acontece em Portugal é o programador liga para o agente “eu quero aqui o Pedro Abrunhosa. quanto é que custa ? 10 mil?” pronto põe-se os bilhetes a 10 euros e tal mas aquilo nunca paga. Os nossos espetáculos, a bilheteira paga sempre o custo de produção. Ou seja, os custos dos bilhetes é sempre flutuante em função do custo de produção do evento. Portanto podes ter bilhetes a 20 euros como a 35, como já tivemos. Essa é a razão para qual existem os bilhetes a 5euros – precisamente para não excluir nenhuma camada da sociedade por causa deste modelo de gestão. Era muito fácil para os partidos da oposição dizerem “ah pois aquilo é só para ricos” porque a sustentabilidade obriga a que os preços sejam mais elevados mas ao mesmo tempo para combater esse problema, uma percentagem dos lugares são sempre

vendidos a 5euros em todos os espetáculos. (...)

9. Há algum apoio por parte do tecido empresarial de São João da Madeira?

F.P.: Não, não há. (risos) (...)

10. Quais os desafios que este modelo de gestão apresenta face ao sistema português comum [orçamento ou subsídios provenientes do Estado e não do município]?

F.P.: Os desafios são muito e começa pelos meus pares. Como deves imaginar eu chegar a Portugal com este modelo e dizer ao país que só ganho ordenado se isto for sustentável, fez os meus colegas ficarem muito chateados. E de repente os presidentes da câmara dizem “Porque é que vocês não estão no mesmo modelo?” e as pessoas não gostam de se meter nessas coisas, gostam de ter o seu dinheirinho ao final do mês e não se chatear muito. Portanto eu acredito que tenho criado alguma controvérsia mas a verdade é que o modelo deles já está provado que não funciona. (...) Nós não temos nenhum subsídio do estado portanto o dinheiro é todo do orçamento do município (...)

11. A que se deve a escolha na denominação de Casa e não, Centro Cultural ?

F.P.: Casa é muito mais pessoal, casa associamos sempre a conforto. A algo nosso. Acho que o termo “casa” é muito mais adequado a cultura do que um “centro cultural”, que existem por todo o lado (...)

11.1. Em relação à não divulgação da programação anual da Casa

F.P.: A programação é divulgada de dois em dois meses. É uma estratégia de marketing. (...)

12. Esteve relacionado com a transformação do espaço (Cine-Teatro) em CC, tendo em conta a atenção que foi dada à possibilidade da sala ter seis configurações – dependendo do espetáculo a apresentar: dança, música, teatro.

F.P.: Sim o projeto quando cá cheguei (em 2010) já estava em construção mas havia um problema muito grande na obra na altura. Estava quase parada na altura porque a primeira solução que estava desenhada não estava a correr - houve problemas com empreiteiros etc. aproveitando esse problema eu fiz algumas propostas à Câmara. Na altura a sala era um conjunto de 32 plataformas hidráulicas e aquilo não tinha seis, tinha infinitas configurações. (...) Eu disse “porque não usar um sistema de bancadas retráteis” e as pessoas não conheciam. (...) estudamos várias soluções e estabelecemos estas seis configurações de forma a não perder a ideia original de versatilidade. A verdade é que nós usamos uma configuração quase sempre que é a que tem a capacidade máxima porque ninguém quer perder bilhetes. Mas a realidade é que a sala está disponível para estas seis configurações. Nesse processo de transfiguração de um projeto para o outro ou de evolução, eu fui parte integrante na escolha dos materiais, da luz, das cadeiras. A partir daí já estive muito envolvido.

13. Os projetos como *Casa Aberta* e a companhia de teatro residente notam a atenção em relacionar a população residente com o que se faz na CC. Qual o balanço e a importância desses projetos?

F.P.: Balanço não te consigo fazer ainda, nós tivemos bastante adesão e aí consigo dizer-te fantástico. Principalmente na companhia de teatro fiquei de boca aberta com a qualidade das pessoas. Temos uma companhia fabulosa, desde miúdos de 5 anos a pessoas de 70. é uma companhia pequena de 12 atores de S. João da Madeira mas que eu acho que é fabulosa. A casa aberta foi mal usada, ou seja, profissionais usaram a *Casa Aberta*. Conclusão da primeira leva de projetos, só três é que eram verdadeiros novos artistas. (...) As pessoas querem fazer parte, ter oportunidade, querem usar o seu tempo livre para fazer teatro amador. (...) Eu tenho um conceito, que eu chamo conceito “happy meal”. Como é que a Mcdonald garante que tu vais crescer como consumidora Mcdonald? O “happy meal” vai fazer parte da tua memória. Eu hoje olho para trás e lembro-me do Avô Cantigas, do Clube dos Amigos Disney, da Abelha Maia. São coisas que fazem parte da minha memória. O “happy meal”, o brinquedo, a caixinha são coisas que criam uma ligação emocional com a marca, depois fica. O que tu tens q fazer aqui é (claro que sem essa força)... é começar por aí. Educar as pessoas a virem para aqui e gostarem do ambiente, do palco, do espetáculo e tentar de ser forma... e depois estas pessoas trazem a família para ver o espetáculo e a família fala... É uma escala pequenina mas o princípio está lá.

14. Numa articulação entre Casa da Criatividade, Oliva Creative Factory e Museu da Chapelaria, é notado um panorama cultural diversificado. Como é desenvolvida a relação entre os três espaços culturais?

F.P.: Não tenho uma resposta muito boa para te dar nesta pergunta. A articulação neste momento ainda é muito fraquinha (...) Nós estamos todos dentro do mesmo departamento mas a verdade é que não há muita comunicação. Não há comunicação por várias razões . Primeiro porque o meu modelo de negócios quando foi desenhado não foi desenhado em função da Oliva. Ou seja, eu não posso deixar de fazer espetáculos por causa da Oliva porque isso vai afectar o meu rendimento e portanto as coisas têm que ser reajustadas para esta realidade. A cidade é minúscula, é o concelho mais pequeno de Portugal e por isso não nos podemos canibalizarmos uns aos outros portanto tem que existir aqui alguma... o Museu da Chapelaria nós não temos problema nenhum porque são outro tipo de atividade que fazem. A Oliva também tem um sala de espetáculos lá dentro também mas é mais concentrada para concertos rock, heavy metal e dj's. É um dos pontos que nós temos que melhorar. Mas também estamos a começar: a Oliva acabou de abrir e a Casa também é recente. Por isso ainda temos aqui muito por onde desenvolver neste ponto.

15. Como se insere a oferta cultural de São João da Madeira, e em particular a da CC, no contexto cultural da Área Metropolitana do Porto?

F.P.: eu acho que a sul do Porto e até Estarreja não havia nada. Havia aqui uma faixa de território em que não havia uma casa de espetáculos desta escala e eu acho que é por causa disso que nós também temos o sucesso de bilheteira que temos. Porque de repente as pessoas já não precisam de ir ao Porto e saí muito mais barato vir aqui. Poupam mais combustível, o bilhete pode ficar mais barato,... havia uma lacuna. Existe alguma coisa há volta mas nada como uma sala de espetáculo. Santa Maria da Feira é muito conhecida pelos espetáculos de rua, pelo Imaginarius, pela Feira Medieval mas não tem um teatro assim. Oliveira de Azeméis é muito fraquinho. Ovar também. Portanto nós de repente entramos e foi uma lufada de ar fresco para as pessoas. Acho que assumimos um papel interessante... não fazemos nada que não vá ao Porto mas a minha ideia não é essa. (...) A realidade é não estou a competir com o Porto, eu estou a oferecer a possibilidade a estas pessoas de não terem de ir ao Porto para ver estes tipos de espetáculos. É uma alternativa mais barata do que ir ao Porto.

16. Há algum conhecimento do tipo de públicos que visitam a Casa? Se existem pessoas do Porto e Lisboa a se deslocarem a SJM com o intuito de assistir a um espetáculo na Casa? [em relação a Lisboa e Porto, a acessibilidade de transportes públicos não permite a deslocação e assistir a um espetáculo no mesmo dia.]

F.P.: O público da Casa não é diferente do nacional. Basicamente entre os 25 e os 36-37 anos, mais mulheres do que homens. (...)

17. Ao contrário de outros exemplos nacionais como Centro de Cultura Contemporânea de Castelo Branco e Casa das Artes de Mirando do Corvo, em que a aposta na cultura (e na possível revitalização económica) se centra nas artes plásticas e na captação de turistas internacional, a aposta da Casa da Criatividade é nas artes performativas e no turismo nacional, nos públicos que já consomem cultura em Lisboa e Porto. Porquê esta opção?

F.P.: Eu não sei responder por estes dois exemplos mas o que eu sei é porque é que eu vou estar focado no internacional quando estas pessoas aqui à volta estão sequiosas. Por décadas não houve nada aqui e portanto isto como teatro municipal tem que se focar nas pessoas da região. Se vierem pessoas de fora, fantástico mas seria um bocadinho contraproducente estar a focar-me num público internacional quando aqui as pessoas nem sequer estão nesse patamar... As pessoas aqui não têm acesso. Dizias à bocado que há pessoas que não têm carro para vir a S. João da Madeira mas também te digo que há pessoas que não têm carro para ir ao porto. Há muita gente que não tem dinheiro para ir ver um concerto ao porto, que é caro e paga-se portagem na A1, estacionamento, gasolina e comida. Portanto a prioridade da Casa sempre foi servir a região, ser uma oferta da área metropolitana do porto e não um centro para o estrangeiro ou para desenvolver um certo tipo de dança ou Somos polivalentes, queremos estar em todas os estilos performativos

e somos generalistas assumidamente – o que não é mau. (...)

18. De que maneira é que a aposta na cultura em SJM pode contribuir para a sua revitalização económica e desenvolvimento?

F.P.: Esta pergunta é interessante. Eu não tenho nenhuma noção de como está a afectar profundamente a região mas conheço casos muito específicos, de hotéis, restaurantes. Sempre que pomos alguma coisa no nosso *facebook* hotéis e restaurantes de SJM fazem *repost* e é engraçado porque dizem “venha ver o Abrunhosa e fico no nosso hotel.” O restaurante ali do outro lado da rua é o maior beneficiado, está sempre cheio em dias de espetáculo e traz gente para o centro? O problema de SJM é que está a atravessar uma crise no comércio tradicional e o que há é fraco e portanto tu podes trazer público para aqui mas se depois não tens nada para oferecer, eles vão-se embora outra vez. Eles vêm para o espetáculo, jantam aqui nos restaurantes à volta mas depois vão-se embora. Eu acredito que sim que a casa trouxe muita gente para a região; e que em dias de espetáculo se nota logo, à gente à pinha. Amanhã não é um bom exemplo porque o *24 horas* não vai encher mas há um *buzz* muito giro aqui, com pessoas bem dispostas. Eu sinto que ajuda indiretamente o comércio – quando temos que fazer alguma coisa utilizamos sempre comércio aqui da região, os figurinos do musical foram todos desenhados e feitos por uma figurinista aqui de SJM, os cenários foram feitos por uma empresa de Santa Maria da Feira. Portanto nós usamos tudo aqui à volta mas também estamos numa escala pequena não podemos fazer milagres.

E

Quadro com a programação principal da Casa da Criatividade.

| Programação Principal Casa da Criatividade | | | |
|--|--|------------------------|---------|
| TIPOLOGIA | ARTISTA / NOME | DATA | HORÁRIO |
| Música | Orquestra Gulbenkian / Concerto de Inauguração | 12 de junho de 2013 | 18:00 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> | 13 de junho de 2013 | 21:30 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> | 14 de junho de 2013 | 21:30 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> | 15 de junho de 2013 | 16:30 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> | 15 de junho de 2013 | 21:30 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> | 16 de junho de 2013 | 17:30 |
| Música | Ana Moura | 21 de junho de 2013 | 21:30 |
| Artes Circenses | <i>Pé de Balancé</i> | 23 de junho de 2013 | 11:30 |
| Dança | Olga Roriz / <i>A Sagração da Primavera</i> | 28 de junho de 2013 | 21:30 |
| Música | Rodrigo Leão | 5 de julho de 2013 | 21:30 |
| Artes Circenses | Luís de Matos / <i>Chaos</i> | 7 de setembro de 2013 | 21:30 |
| Música | Márcia | 14 de setembro de 2013 | 21:30 |
| Comédia | Pedro Tochas | 28 de setembro de 2013 | 21:30 |
| Música | Carlos do Carmo | 5 de outubro de 2013 | 21:30 |
| Música | Sérgio Godinho | 11 de outubro de 2013 | 21:30 |
| Teatro | <i>Lar Doce Lar</i> | 19 de outubro de 2013 | 21:30 |
| Comédia | Herman José | 2 de novembro de 2013 | 21:30 |
| Música | Avô Cantigas | 3 de novembro de 2013 | 16:30 |
| Música | Noiserv | 15 de novembro de 2013 | 21:30 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> (Reposição) | 29 de novembro de 2013 | 21:30 |
| Teatro | <i>Despertar da Primavera</i> (Reposição) | 30 de novembro de 2013 | 21:30 |
| Música | Sofia Escobar / Concerto de Natal | 21 de dezembro de 2013 | 21:30 |

| | | | |
|-----------------|---|----------------------------|-------|
| Música | Pedro Abrunhosa | 25 de janeiro de 2014 | 21:30 |
| Música | Pedro Abrunhosa | 26 de janeiro de 2014 | 16:30 |
| Teatro | <i>Sermão de Santo António aos Peixes</i> | 1 de fevereiro de 2014 | 21:30 |
| Teatro | <i>24 Horas de Teatro</i> | 7 e 8 de fevereiro de 2014 | 21:30 |
| Música | Mário Laginha Novo Trio | 13 de fevereiro de 2014 | 22:00 |
| Música | Luís Represas | 21 de fevereiro de 2014 | 21:30 |
| Música | Mafalda Veiga | 28 de março de 2014 | 21:30 |
| Música | Clã | 5 de abril de 2014 | 21:30 |
| Música | Orquestra XXI / Concerto de Páscoa | 12 de abril de 2014 | 21:30 |
| Artes Circenses | Novo Circo: <i>Contigo</i> | 19 de abril de 2014 | 21:30 |
| Teatro | Os Idiotas / VIII Festival de Teatro de SJM | 25 de abril de 2014 | 21:30 |
| Teatro | <i>Os detalhes</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 26 de abril de 2014 | 15:30 |
| Teatro | <i>Adão sem Eva</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 27 de abril de 2014 | 18:30 |
| Teatro | <i>As Portas da História</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 29 de abril de 2014 | 21:30 |
| Teatro | <i>Dança das Cadeiras</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 30 de abril de 2014 | 21:30 |
| Teatro | <i>Não há chapéu que aguento!</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 1 de maio de 2014 | 18:30 |
| Teatro | <i>Comum Ponto</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 2 de maio de 2014 | 21:30 |
| Teatro | <i>Perdida no Tempo</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 3 de maio de 2014 | 18:30 |
| Teatro | <i>Dr. Jekyll and Mr. Hyde</i> / VIII Festival de Teatro de SJM | 4 de maio de 2014 | 18:30 |
| Música | Pedro Burmester / Concerto de Abertura do XII Concurso de Piano Florinda Santos | 16 de maio de 2014 | 21:30 |
| Música | Dead Combo | 14 de junho de 2014 | 21:30 |
| Dança | <i>Play false</i> | 27 de junho de 2014 | 21:30 |
| Teatro | <i>A loucura dos 50</i> | 11 de julho de 2014 | 21:30 |

F

Quadro com número de espetáculos da programação principal da Casa da Criatividade e respetiva percentagem, por horário.

| Horário | Número de espetáculos | Percentagem |
|-----------------------|------------------------------|--------------------|
| Diurno (até às 19:00) | 11 | 24,44% |
| Nocturno (após 19:00) | 34 | 75,56% |
| Total | 45 | 100% |

CURRICULUM VITAE

Informação Pessoal

| | |
|------------------------|--|
| Apelido / Nome próprio | Liliana Valente Cruz |
| Morada | Rua Professor Egas Moniz, nº 2, 2º Direito 2625 – 412 Forte da Casa |
| Telefone | 96 956 52 64 |
| Correio eletrónico | lilianavalentecruz@gmail.com |
| Nacionalidade | Portuguesa |
| Data de Nascimento | 12 de novembro de 1991 |

Educação e Formação

| | |
|--|--|
| Datas | Desde setembro de 2012 |
| Designação da qualificação atribuída | Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura, especialidade em Museologia |
| Nome e tipo da organização de ensino ou formação | ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa |
| Datas | De setembro de 2009 a junho de 2012 |
| Designação da qualificação atribuída | Licenciatura em História Moderna e Contemporânea |
| Nome e tipo da organização de ensino ou formação | ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa |
| Classificação final | 13,44 valores |

Experiência Profissional

| | |
|---|--|
| Datas | De fevereiro de 2013 a novembro de 2013 |
| Função ou cargo ocupado | Estágio Profissional na função de Técnica Superior de Tratamento de Património Museológico |
| Principais atividades e responsabilidades | Registo e introdução de peças museológicas em bases de dados (Matriz 3.0). Captação e associação de imagens. Elaboração de listagens de localização por coleção. Transcrição de documentação para formato informático. |
| Nome e morada do empregador | Fundação Portuguesa das Comunicações – Reserva Museológica da Boa-Hora. Rua do Instituto Industrial, nº16, 1200-225 Lisboa |

| | |
|---|--|
| Datas | De novembro de 2012 a janeiro de 2013 |
| Função ou cargo ocupado | Estágio de desenvolvimento curricular, na área da Museologia |
| Principais atividades e responsabilidades | Preparação de conteúdos informativos sobre peças dos acervos do Museu. Renovação de uma das vitrines exteriores do Museu, com uma pequena mostra de instrumentos. Tratamento de incorporações de fonogramas. Colaboração no desenvolvimento de novas atividades para o Serviço Educativo. |
| Nome e morada do empregador | Museu da Música Estação do Metropolitano Alto dos Moinhos Rua João de Freitas Branco, 1500-359 Lisboa |
| Datas | De outubro de 2012 a novembro de 2012 |
| Função ou cargo ocupado | Assistente na exposição “Vérride”, patente no Palácio de Santa Catarina no âmbito do projeto “Lisbon Week” |
| Principais atividades e responsabilidades | Informações sobre os artistas e as peças expostas bem como de outros eventos relacionados com o projeto “Lisbon Week” |
| Nome e morada do empregador | XN Brand Dynamics, Lda. Rua das Chagas, nº 20, R/C esquerdo, 1200 – 107 Lisboa |
| Datas | De julho de 2012 a setembro de 2012 |
| Função ou cargo ocupado | Estágio na área de História e Património, no âmbito do programa PEJENE |
| Principais atividades e responsabilidades | Recolha de testemunhos orais. Transcrição de documentos do século XVIII e XIX. Inventariação de património arquitetónico, azulejaria e estatuária. Pesquisa documental no Arquivo Municipal de Grândola, Torre do Tombo, Biblioteca Nacional, Arquivo da CP e Arquivo de Documentação Ferroviária. |
| Nome e morada do empregador | Junta de Freguesia de Azinheira dos Barros e São Mamede do Sádão Rua João de Deus, nº 1, 7570 – 003 Grândola |

Competências Pessoais

Língua materna Português

Outras línguas

| | Compreender | | Falar | | Escrever |
|----------|------------------|---------|----------------|---------------|----------|
| | Compreensão oral | Leitura | Interação oral | Produção oral | |
| Inglês | C2 | C2 | C1 | C1 | C1 |
| Espanhol | C1 | C2 | B1 | B1 | B1 |
| Francês | A2 | A2 | A1 | A1 | A1 |

Níveis: A1/A2: utilizador básico – B1/B2: utilizador independente – C1/C2: utilizador avançado
(Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas)

| | |
|-----------------------------|---|
| Competências de comunicação | Espírito de equipa. Flexibilidade e adaptação à mudança. Dinamismo, empenho e proatividade. |
| Competências de organização | Capacidade de liderança. Sentido de organização. Capacidade de gestão de projetos e de equipas. Organização de um ciclo de documentários, no âmbito da unidade curricular “Portugal após 1974” no 3º ano da licenciatura (com a participação do Coronel Aniceto Afonso e da realizadora Joana Pontes). |
| Competências informáticas | Domínio do software Office (Microsoft Word, Excel, Power Point e Publisher). Conhecimento básico de Photoshop e Picasa. Conhecimentos altos da Base de Dados Matriz 3.0 |