



**5º ENCONTRO DE
DOUTORAMENTOS
EM DESIGN**

UNIVERSIDADE DE
AVEIRO PORTUGAL,
22.23 JULHO 2016

**5TH PHD IN DESIGN
RESEARCH MEETING**

UNIVERSITY OF
AVEIRO, PORTUGAL
22.23 JULY 2016

**SOBREVIVÊNCIA
SURVIVAL**

PARA A VIVÊNCIA



FOR LIVING

A crescente inter-relação entre design, ciência e tecnologia revela-se tão complexa quanto construtiva. Da sua interação revêm-se práticas e teorias e desenvolvem-se novas formas de envolvimento e colaboração: para além dos benefícios diretos que trazem novos produtos, estudos e práticas interdisciplinares contribuem para a organização de novas formas de ação e consciência, que vão muito além da tecnologia, criando o seu espaço em áreas como a ecologia ou a cooperação social, procurando influência através da integração numa consciência mais global. Fala-se do presente, mas mais ainda, da sua projeção futura. Este tema favorece contribuições que demonstrem o papel estratégico do design para a sustentabilidade; do design para a inovação industrial e desenvolvimento económico e prosperidade social. Os trabalhos submetidos poderão explorar temas como o futuro; a criação de estratégias; a inovação; as tendências; o consumo; a antecipação; a sustentação; a sustentabilidade; o ecodesign; a eco-inovação – questionando o papel instrumental e político do design.

The growing interrelationship between design, science and technology proves to be as complex as constructive.

From its interaction practices and theories, new forms of involvement and collaboration are developed. In addition to the direct benefits that new products can bring, interdisciplinary studies practices also contribute to new forms of action and awareness, which go far beyond technology by defining its spaces in areas such as ecology and social cooperation, looking for influence through the integration into a more global awareness. We talk about the present, and further more about its future projection.

This theme encourages contributions that show the strategic role of design for sustainability; design for industrial innovation and economic development. Submitted papers should explore topics such as the future; creating strategies; innovation; trends; consumption; anticipation; support; sustainability; ecodesign; eco-innovation, while questioning the instrumental and political role of Design.

Indústrias Culturais e Criativas em contextos rurais: sobre(a)vivência da Rede Sete Sóis Sete Luas em Alfândega da Fé?
Cultural and Creative Industries in rural contexts: Living or survival of the Sete Sóis Sete Luas Network at Alfândega da Fé?

Raquel Pires · rcspires@gmail.com · rspires@ipb.pt
Aluna do Programa Doutoral em Design, Universidade de Aveiro, Universidade do Porto
Assistente Convidada, Instituto Politécnico de Bragança
PhD Student, University of Aveiro, University of Porto
Guest Lecture, Polytechnic Institute of Bragança

João A. Mota · joaomota@ua.pt
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro
Assistant Professor, University of Aveiro

Katja Tschimmel · katjatschimmel@esad.pt
Investigadora, ESAD Matosinhos, Fundadora e Consultora da Mindshake
Researcher, ESAD College of Art and Design, Matosinhos, Founder and Consultant of Mindshake

Resumo

Como pode o estímulo de projetos artísticos/criativos em ambientes rurais favorecer as boas práticas das Indústrias Culturais e Criativas (ICC)? A trajetória desta investigação parte da existência de um défice de entendimento sobre qual o modelo e qual o valor instrumental das ICC para o desenvolvimento sustentável em contextos rurais. Alguns estudos desenvolvidos nestes ambientes demonstram que o sucesso das ICC não corresponde a um fenómeno unicamente urbano; o êxito das ICC também se manifesta em sistemas rurais. No quadro das ICC, o Design tem manifestado um crescente comprometimento na mudança do mercado ao impulsionar a inovação social, a inovação tecnológica e a inovação dos serviços culturais. O presente trabalho não pretende unicamente entender o setor cultural e criativo em ambientes rurais, mas também apresentar hipóteses de soluções agregadoras entre as comunidades rurais e os agentes criativos, através dos métodos do Service Design Thinking, tendo como referência a Rede Cultural Sete Sóis Sete Luas (RCSSSL) em Alfândega da Fé (AF) RCSSSL - AF. Delimitamos o campo de estudo ao caso RCSSSL - AF para compreender melhor o processo das ICC em ambientes rurais. Pretendemos compreender a autossustentabilidade do território de AF e como pode a RCSSSL favorecer a inovação social e a construção de narrativas comunicacionais, com recurso à cultura local. Para o modelo de análise, optámos por uma metodologia qualitativa: Research in Design Context. Durante o estudo preliminar

e a formulação de hipóteses, recolhemos e organizamos informação segundo o modelo Grounded Theory. Foram realizadas três entrevistas – duas aplicadas à Câmara Municipal de AF e uma ao Diretor Artístico da Associação Cultural Sete Sóis Sete Luas. Os três guiões integraram perguntas diretas, abertas e follow up. Também analisámos dados recolhidos por via da observação in loco e da pesquisa documental. O propósito deste artigo é lançar hipóteses para um modelo de inovação em ambientes rurais, que estimule a instalação de *clusters* criativos e redes locais para o fomento da visibilidade e sustentabilidades desses territórios.

Palavras-chave

Indústrias culturais e criativas, contextos rurais, sustentabilidade dos territórios, service design thinking, rede Sete Sóis Sete Luas.

Abstract

How can the boost to artistic / creative projects in rural environments promote good practices in the Cultural and Creative Industries (CCI)? This research follows from the diffuse understanding of the model and the instrumental value of CCI for sustainable development in rural contexts. Studies carried out in rural environments confirm that the rise of the cultural and creative Industries is a phenomenon applied not only to an urban ecosystem, but also in the countryside. Within the CCI, design has shown a growing involvement with a sustainable

economy to drive social innovation, technological innovation and cultural services innovation. Our aims are not only understand the cultural and creative sector in rural environments, but also to present aggregating solutions between rural communities and creative agents, through Service Design Thinking methods, with reference to Sete Sóis Sete Luas Cultural Network (SSSLCN) at Alfândega da Fé (AF). The field study is limited (for feasibility) to the SSSLCN at AF for better understand the process/instrumental value of CCI in rural environments. Our purpose is to understand the self-sustainability of the territories, and how the SSSLCN can promote social innovation through local culture. For the analysis model we chose a qualitative methodology: Research in Design Context. During the preliminary study and the formulation of hypotheses, we collected and organised information based on Grounded Theory model. Three interviews were conducted: one with the Mayor of Alfândega da Fé, one with the head officer for Cultural and Tourism Affairs, and the third with the SSSL Artistic Director. The three scripts combined direct, open and follow up questions.

We also analyse data collected through observations and documental research. The propose of this paper is launch hypotheses for an innovation model in rural environments, which encourage setting up creative clusters and local networks to promote visibility and sustainability of these territories.

Keywords

Cultural and creative industries, rural contexts, sustainability of territories, service design thinking, Sete Sóis Sete Luas network.

1. Indústrias Culturais e Criativas – Breve enquadramento

Partindo das leituras exploratórias e de acordo com os dados mais recentes, as Indústrias Culturais e Criativas (ICC) geraram 29,5 milhões de postos de trabalho, empregando 1% da população ativa do mundo (EY, 2015). Em 2012 o setor cultural e criativo foi considerado o terceiro mais dinâmico da Europa: gerou 535,9 mil milhões de volume de negócios e empregou mais de 7 milhões de pessoas, contribuindo com cerca de 4,2% do PIB (EY, 2014). Das 116 cidades que constituem a Rede de Cidades Criativas da UNESCO, 50 são europeias, das quais duas são portuguesas (Óbidos – Literatura e Idanha-a-Nova – Música) (UNESCO, 2016). Em 2011, a Comissão Europeia apresentou o programa Creative Europe, destinado ao setor cultural e criativo. No quadro das ICC, o design tem manifestado um crescente comprometimento na mudança do mercado ao impulsionar a inovação social, a inovação tecnológica e a inovação dos serviços culturais (Comissão Europeia, 2013).

Relativamente ao contexto português e reportando-nos aos últimos dados do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2014, 2015), o número de empresas do setor cultural e criativo, em 2012, foi de 50 426, em 2013 gerou um volume na ordem dos 4,4 mil milhões de euros, e em 2014 empregou 78,4 mil pessoas. Na Região Norte de Portugal, em 2009, as ICC totalizaram mais 1,190 milhões de euros e 40 000 postos de trabalho (ADDICT & Agência Primus 2012). As ICC têm a sua génese nas cidades criativas, focalizando-se nos aglomerados urbanos de grande dimensão. Contudo, estudos já desenvolvidos em ambientes rurais demonstram que o sucesso das ICC não corresponde a um fenómeno unicamente urbano. O êxito das ICC também se manifesta em sistemas rurais (Bianchini, Bailey & Medlyn 2012; Burns & Kirkpatrick, 2008; Burns, 2009; Gibbon, 2011; Mahroum et al, 2007; Smiles, 2006; White, 2010). Em Portugal, na esfera das ICC em contextos rurais, analisámos dois programas: o Programa Novos Povoadores (PNP), surgido em 2007, que envolve uma rede portuguesa “de repovoamento de territórios rurais com famílias empreendedoras”, o qual contabiliza 132 famílias instaladas no território rural (PNP, 2016); e o Programa Rede Rural Nacional, que em 2012 criou o projeto Indústrias Culturais e Criativas em Espaços Rurais (ICCE) para incrementar o empreendedorismo nestes contextos. Partindo da existência de um défice de

entendimento sobre qual o modelo e o valor instrumental das ICC para o desenvolvimento sustentável em contextos rurais, a presente investigação visa construir hipóteses que contribuam para a implementação de um modelo para o território rural.

Para a sobrevivência dos territórios rurais, a sustentabilidade e a constituição de comunidades criativas exprimem-se como uma vantagem. No mesmo sentido, as particularidades das localidades podem constituir-se como aspetos distintivos e competitivos na era da globalização, influenciando positivamente processos criativos e consequentemente as relações entre lugar e ICC (Lippard, 1997; Drake, 2003; Meroni, 2007; Comunian, Chapain & Clifton, 2010). Tem sido ainda relevante, para a expressão das ICC em contextos rurais, a acessibilidade e a proximidade face aos grandes centros urbanos (Selada & Cunha, 2008; Burns & Kirkpatrick, 2008; Gibson, 2012; OCDE, 2013).

Por conseguinte, pretendemos compreender a autossustentabilidade do território de AF e como pode a RCSSSL favorecer a inovação social e a construção de narrativas comunicacionais, com recurso à cultura local.

2. Estudo de Caso

2.1. Rede Cultural Sete Sóis Sete Luas (RCSSSL)

A RCSSSL traduz-se num projeto de intercâmbio cultural, iniciado em 1993 entre Itália e Portugal, com o apoio do escritor português, José Saramago. Atualmente abrange 35 localidades de 13 países e a atividade assinala-se na “reinterpretação da cultura”, através do turismo cultural, da promoção do território, das artes plásticas, dos laboratórios de gastronomia e, fundamentalmente, da *world music* (Festival Sete Sóis Sete Luas - FSSSL). A Rede pretende afirmar-se “como um projeto autossustentável”, cuja missão assenta na divulgação/difusão da cultura portuguesa e mediterrânea, visando:

- Promover a mobilidade dos artistas da Rede;
- Defender as distintas realidades e identidades das localidades da Rede;
- Criar lugares privilegiados para realizar encontros interculturais entre os artistas e as comunidades locais;
- Atrair novos públicos.

2.2. Alfândega da Fé (AF) – Contexto

AF é uma vila do Nordeste de Portugal, sendo o seu concelho composto por 20 freguesias numa

área total de 321,95 Km². Segundo o INE, em 2011 o concelho registou 4 845 habitantes, dos quais 32% da população correspondia a indivíduos com mais de 65 anos, resultado do índice de envelhecimento (334,9) e da taxa bruta de natalidade que em 2010 era de 3% (INE, 2013). Enfatizando-se a desertificação, “os últimos Censos (...)” revelaram que “(...) Alfândega continua a perder pessoas. Em dez anos perdemos 900 pessoas. Isto tem de parar, é um problema de sobrevivência” (CMAF, 2014, p. 16). Decorrente deste cenário, o município de AF, entre 2010 e 2014, vinculou-se com vários projetos e redes: Rede Global da OMS das Cidades e Comunidades Amigas das Pessoas Idosas (Declaração de Dublin); Programa Novos Povoadores, gerando um centro co-working em AF; Campanhã GO Local: Por uma cidade sustentável; Cidades e Vilas de Excelência (Eixo 1: Cidade ou Vila Acessível para Todos; Eixo 4: Cidade ou Vila Turística). Em 2010 AF associou-se à RCSSSL e, até 2015, as ações neste âmbito têm decorrido nos meses de junho e julho.

3. Análise

Para o modelo de análise, optámos por uma metodologia qualitativa: *Research in Design Context* (Horváth, 2007, 2008). Durante o estudo preliminar e a formulação de hipóteses, recolhemos e organizamos informação segundo o modelo *Grounded Theory* (Collins, 2010). Foram aplicadas duas entrevistas na câmara municipal (CM) de AF¹ e outra ao diretor artístico (DA) da Associação CSSSL. Os três guiões integraram perguntas diretas, abertas e *follow up*. A análise das entrevistas foi realizada através da “condensação descritiva” (Albarello et al, 2005). A primeira e a terceira entrevistas realizaram-se presencialmente na CMAF, em fevereiro e junho de 2013, por forma a poder aferir:

- Principais linhas estratégicas da política cultural da CMAF e a contextualização da RCSSSL neste âmbito;
- ICC nas políticas culturais europeias e nacionais;
- Representatividade da procura/oferta no concelho;
- Estratégias de captação/formação de públicos;
- Estratégias de promoção/divulgação da cultura;

1 Uma à presidente do município de Alfândega da Fé e outra à chefe de gabinete dos assuntos turísticos e culturais.

- Principais fontes de financiamento para a cultura e programas de apoio;
- Repercussão da RCSSSL na marca AF e no valor simbólico do local.

A análise destas duas entrevistas permitiu nomear as principais ações do poder local para o setor da cultura e coletar as seguintes considerações:

- Para CMAF “a cultura é muito importante”. A orientação da política cultural assenta no “desenvolvimento da cultura de fora para dentro e de dentro para fora”. Apesar dos “cortes na cultura” propõem ações baseadas nas artes, no património cultural material e imaterial local, e apoiam as associações culturais e recreativas locais. Contudo, sobre as ICC é revelado um desconhecimento sobre a política cultural europeia e nacional nesta matéria;
- Nas estratégias de captação de públicos para a cultura mencionam uma “programação cultural diversificada”, focando a parceria com a RCSSSL. Com vista à “educação” dos públicos locais, o FSSSL e outras ações da RCSSSL são consideradas como uma “experiência diferente”, possibilitando àqueles “que não podem sair” o acesso a estas práticas. No entanto, o FSSSL “não mobiliza a quantidade de espectadores comparativamente com a Festa da Cereja²”.

A par da programação do FSSSL integram/promovem bandas locais e exprimem “preocupação em fazer uma ligação da cultura dos países/artistas convidados, com a cultura local para que as pessoas se identifiquem mais”. Designadamente: em 2011, a exposição

2 A Festa da Cereja é a principal festividade do concelho que cruza a música popular ligeira, bem como outros registos musicais mais tradicionais e *pop*, e atividade económica, através da venda de produtos locais, com especial ênfase para a cereja.

fotográfica de João Pedro Marnoto *Fé nos Burros* (Imagem 1) que teve o apoio da CMAF e resultou ainda numa publicação (Imagem 2), documentou a cultura rural dos habitantes do concelho de AF através sua relação com os burros e na forma de trabalhar a terra; E em 2013, tendo como base comum a cultura judaica, a programação compaginou o seminário *Os Judeus em Trás-os-Montes: contributos para a criação de uma rota* e a atuação de Mor Karbasi, música Israelita.



Imagem 1 · Fé Nos Burros. Fonte: CMAF, 2011.

No contexto da RCSSSL enfatizam a promoção da cultura internacional através do intercâmbio de artistas: Em 2011, apoiado pela CMAF e pelo Instituto Camões, Noé Sendas³ expôs *Parallel: In Search of the German Diaries Versus Crystal Girls*, em Pontedera (Itália) e em AF.

- Quanto à divulgação das ações culturais, a CMAF utiliza a newsletter, mailing list, flyers, cartazes e, alguns eventos como o FSSSL, também são divulgados através da comunicação social nacional e regional.

3 Noé Sendas tem origens em Alfândega da Fé.



Imagem 2 · Livro Fé nos Burros. Fonte: AEPGA, 2012.

- Relativo às fontes de financiamento, a CMAF pretende “manter a programação cultural do FSSSL”, mas apontam como principal constrangimento “os recursos financeiros”. Note-se que entre 2010 e 2015, conforme os relatórios de contas da CMAF, as verbas para a RCSSSL em AF destinaram-se ao setor do turismo, mas provieram 70% de fundos comunitários (do setor da cultura) e 30% da CMAF. E em 2013 o município também auferiu de mecenato⁴.
- A venda de produtos locais azeite e cerveja artesanal de cereja através da Rede é considerada intercâmbio cultural e simultaneamente difusão da marca AF.

Relativamente à entrevista orientada para o DA da RCSSSL, realizada em março de 2013, em Pontedera (Itália), obtivemos dados mais concretos da RCSSSL sobre:

- O seu surgimento até à atualidade;
- A missão e os objetivos;
- As fontes de financiamento e outros apoios;
- As audições no Parlamento Europeu e a designação da RCSSSL como exemplo de boa prática cultural;
- As orientações da Comissão Europeia relativamente às Indústrias Culturais e Criativas e o enquadramento da RCSSSL;
- A experiência de trabalho com as localidades da Rede, especificamente em AF.

O resultado da entrevista permitiu expor a seguinte análise:

- O principal evento da RCSSSL é o FSSSL, privilegiando-se o verão para a realização dos concertos em espaços públicos, cujo propósito é ir “ao encontro das pessoas”.
- “O poder político condiciona muitas vezes a difusão daquilo que se propõem fazer e de um ano para o outro os apoios podem mudar. Por isso a dinâmica do Festival passa pela interligação e o desenvolvimento de relações estreitas nos locais” e a “logística torna-se menos dispendiosa graças a estas parcerias”.
- “Existem muito bons exemplos e grandes experiências com as autarquias. Há autarcas que estão mais perto da cultura e que encontram no Festival um meio para desenvolver sensibilidades multiculturais. É o

caso da presidente da CMAF”.

- Fontes de financiamento / apoios: diversas instituições e municípios das localidades que integram a Rede; Camões - Instituto da Cooperação e da Língua; Programa Caleidoscópio; Programa Interreg III B - Medocc; Programa Cultura 2000; Programa Cultura (2007-2013); e recebeu o prémio espanhol Caja Granada.
- As boas práticas culturais: “A mobilidade dos artistas e das obras, mostra a qualidade do trabalho que se têm vindo a desenvolver - um projeto europeu e internacional e isso favorece a relação com a UE”.
- “O ponto de partida é que a Europa se preocupa com a criação de uma identidade cultural europeia e sentimo-nos já como um projeto de cidadania europeia.”
- Com o intuito de “melhor esclarecer e sensibilizar o parlamento e a Comissão Europeia para as suas artes e os seus artistas”, surgiram as audições no Parlamento Europeu (2009 e 2013).
- Sobre as ICC: o DA teve conhecimento das ICC apenas em 2012, numa formação promovida pela Comissão Europeia sobre o Creative Europe.

Reportando-nos às atividades da RCSSSL decorridas em 2014 e 2015 em AF, a análise foi baseada na pesquisa documental, na observação *in loco* e na informação da comunicação social. Na tentativa de estabelecer pontes entre a cultura local e a cultura internacional, em 2014 a CMAF promoveu o seminário *Os Judeus em Trás-os-Montes* e uma degustação de produtos do mediterrâneo. Em 2015 o FSSSL assinalou-se com dois concertos: no dia 5 de junho, integrado na programação da Festa da Cereja, e no dia 29 de junho, data da comemoração do ferido municipal. Ainda em 2015, AF foi representada em Ceuta através do laboratório de gastronomia dinamizado pelo *chef* António Mauritti, residente desde 2012 em AF através do PNP. Este recorreu aos produtos locais de AF (cereja, amêndoa, castanha, azeite) e a receitas tradicionais desta localidade, “aliando inovação e tradição” (CMAF, 2015).

4. Discussão

Com base na interpretação dos resultados das entrevistas, na pesquisa documental e na observação *in loco*, apontamos algumas hipóteses para um modelo de inovação dos serviços neste território. Assim, sobre o que induz à menor

⁴ Recebeu donativos da TECSAM, organismo privado da Região de Trás-os-Montes.

adesão do público às atividades da RCSSSL, identificando as entrevistas com a CMAF, o FSSSL não capta tanto público “comparativamente com a Festa da Cereja”. Esta envolve mais público provavelmente por ser a principal festividade da localidade. E as atividades da RCSSSL, como o FSSSL, poderão efetivamente não ir ao encontro dos gostos/preferências de um número significativo da comunidade local. Daí poderá advir a estratégia da CMAF em evidenciar a necessidade de “educação” cultural, oferecendo uma “programação cultural diversificada” e proporcionando uma “experiência diferente”. Se por um lado as bandas locais são coadunadas na programação do FSSSL para captar mais público, por outro verifica-se o exíguo envolvimento dos *stakeholders* da indústria e comércio local neste evento. O envolvimento notável dos *stakeholders* associado à RCSSSL atrairia mais público.

Analogamente, reportando-nos à análise da observação *in loco*, os concertos de 2015 do FSSSL podem ter sido estrategicamente alocados a acontecimentos relevantes do município, com a finalidade de obter mais visibilidade. No entanto, verificámos que: na divulgação do dia 5 de junho, o programa não tinha referência de que o concerto do FSSSL estava integrado na Festa da Cereja; complementarmente, no momento do concerto, a assistência naquele espaço era muito reduzida.

Ainda neste contexto, as ações da RCSSSL são divulgadas pela CMAF através da *newsletter*, da *mailing list*, de *flyers*, cartazes e nos meios de comunicação social focalizava nacional e regional. Todavia, questionamos se os canais de comunicação e/ou a forma como é disponibilizada a informação serão os mais adequados. Considerando as características do lugar e da população local, seria útil uma abordagem participativa e de experimentação de “cima para baixo”, e não o inverso, compreendendo o propósito da RCSSSL de ir “ao encontro das pessoas”.

A existência simultânea de outras festividades pelo concelho, aquando da programação das atividades da RCSSSL poderá constituir outro fator da adesão pouco representativa.

O DA da RCSSSL referiu que as “parcerias” e as “relações estreitas nos locais” tornam a “logística menos dispendiosa”. Mas, apesar da CMAF ter em vista a atração de mais públicos e o interesse em manter a programação da RCSSSL, os constrangimentos apontados ao nível do financiamento poderão levar a não investir

nestas atividades.

A ideia de fazer com que a comunidade local identifique pontos de confluência entre a sua cultura e a cultura de outro local da RCSSSL é uma estratégia da CMAF. Porém, poderá não residir na forma como se está a querer comunicar, formar e captar. Possivelmente o desenvolvimento de um trabalho mais próximo da comunidade surtisse mais efeito. Neste contexto, o *Service Design Thinking*, enquanto processo co-criativo (Brown, 2008; Brown & Wyatt, 2010; Stickdorn, 2013; Tschimmel, 2012), poderia regular a articulação das atividades da RCSSSL com o plano geral de ação da CMAF, incluindo a comunidade local.

O turismo cultural é um dos serviços da RCSSSL. Contudo, a conexão com as localidades não nos parece eficaz⁵. Elencando as singularidades de AF e as estratégias de ação local para a cultura e para o turismo, confirmámos que este serviço não está devidamente articulado com o município: a brochura não traduz o potencial que o local possui.

Para além disso, o orçamento disponível para a RCSSSL, elencado no relatório de contas da CMAF, é exclusivamente para o setor do turismo, limitando ao longo do ano a articulação de ações estratégicas integradas nos vários pelouros. No que concerne à autossustentabilidade e à dependência de financiamentos, verificámos que o FSSSL em AF, entre 2010 e 2015, foi financiado 70% pelo Programa Cultura e em 2013 acumulou com mecenato. Já para 2016, conferimos que será apenas a verba da CMAF a suportar o FSSSL. Nesta matéria, embora subsistam financiamentos atribuídos à RCSSSL, a gestão dos mesmos poderia produzir melhores resultados junto dos públicos.

Relativamente à inovação social, o território oferece recursos ancorados na cultura local que potenciam a autossustentabilidade. Estes recursos podem ser favoráveis às dinâmicas locais, numa lógica de articulação dos objetivos da RCSSSL com os princípios da política cultural local.

Outros recursos como a cereja, a amêndoa, a castanha e o azeite estão a ser utilizados para a criação de novos produtos/serviços:

1. Algum do tecido empresarial local direciona-se para a criação de compotas, licores, chá de pés de cereja, gastronomia local, saúde e bem-estar

⁵ Quando efetuamos uma pesquisa, concluímos que apenas o site da RCSSSL faculta alguns elementos: brochuras digitais com informação vaga.

(por exemplo, cerejoterapia no Hotel & SPA Alfândega da Fé ou Almofadas de caroços de cereja produzidos pela empresa Alfadoce).

2. A RCSSSL vende produtos locais de AF.
3. Os laboratórios de gastronomia reinventam estes produtos e reinventam receitas tradicionais. No entanto, a reinvenção de receitas tradicionais, em alguns aspetos, poderá colocar em causa a autenticidade, a identidade do lugar e a memória coletiva. E a internacionalização destes laboratórios requer algum cuidado: noutra contexto cultural poderá levar à sua descaracterização.

Seria proveitoso descentralizar os laboratórios de gastronomia alfundeguense e outras atividades da RCSSSL, não acontecendo apenas naquela vila ou noutra localidade da RCSSSL. Envolver as comunidades locais das aldeias do concelho num processo de cocriação, utilizando os métodos do *Service Design Thinking*, otimizaria os recursos e a cultura local e tornaria o serviço acessível junto daqueles “que não podem sair” das aldeias e/ou da vila.

Outro aspeto importante para a sustentabilidade do território é o fator acessibilidade e proximidade, que no quadro lógico de Selada & Cunha (2008) e da OCDE (2013) poderá constituir uma mais-valia para AF. Em relação à proximidade com a cidade do Porto, AF poderá beneficiar com a melhoria das acessibilidades. A rede de estradas poderá ser uma oportunidade para o empreendedorismo e para a inovação dos serviços: o IC5, e mais recentemente a A4 e o túnel do Marão diminuíram a distância entre os grandes centros urbanos.

Conclusões

Com base na análise dos dados e na discussão, confirmámos que a CMAF considera a cultura importante e pretende enquadrar propostas “diferentes” das habituais, nas quais inscreve a RCSSSL. Existe deliberação em manter-se na RCSSSL, verificando-se que as estratégias executadas refletem provavelmente tentativas para atrair mais públicos e aumentar a notoriedade daquele território através da RCSSSL. Contudo, a Rede não tem mobilizado a quantidade de público comparativamente com outros eventos.

Por conseguinte, deverá haver uma comunicação mais eficiente com a comunidade, indústria e comércio local ou outras pessoas potenciais criativas.

Neste seguimento, integrando o modelo

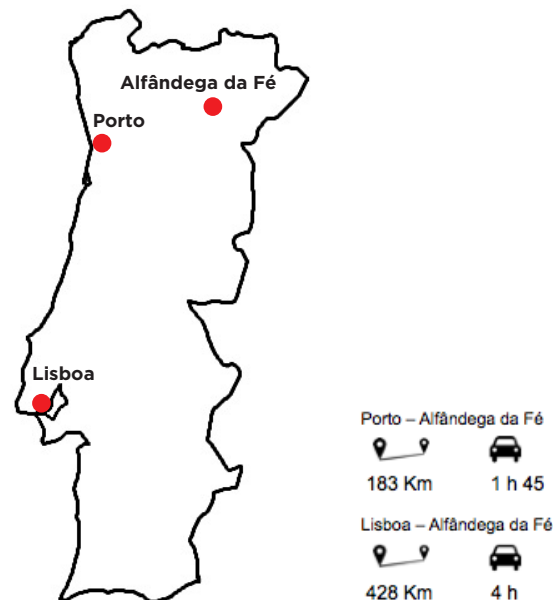


Imagem 3 · Acessibilidade e proximidade de Alfândega da Fé aos grandes centros urbanos. Fonte: Autoria própria

do *Service Design Thinking*, os serviços da RCSSSL em AF poderão ser melhorados e/ou passar inclusivamente pela atração de novos investimentos para o concelho, fomentando a inovação social, reforçando o aproveitamento e a promoção dos produtos locais, o que também poderá constituir o reforço do “projeto de cidadania europeia”. Todos estes fatores poderão aumentar a visibilidade de AF no contexto internacional, já que a internacionalização do sector cultural e criativo constitui uma linha de ação da política cultural europeia e portuguesa, e do próprio município, segundo o que constatámos através das entrevistas e no Plano Estratégico Anual da CMAF.

Futuramente, é expectável obter mais informações e cruzar posteriormente esses dados com as informações já coletadas. De referir que este estudo avançará para uma comparação com outro contexto rural, igualmente integrado na RCSSSL – Ponte de Sor (Alentejo, Portugal).

Referências bibliográficas

- ADDICT & Agência Primus. (2012). *Mapeamento do Setor Cultural e Criativo no Norte de Portugal*. Porto. Disponível em <http://addict.pt/category/publicacoes/estudos-nacionais/>
- Albarello, L., et al. (2005). *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Bianchini, F., Bailey, C. & Medlyn, S. (2012). *Rural Cultural Strategy* (Independent Study Report). Disponível em http://www.ruralculture.org.uk/wp-content/uploads/2012/03/ISRfinal_2012.pdf

- Burns, J. & Colin, K. (2008). *Creative Industries in the Rural East Midlands: Case Study Report*. London: BOP Consulting.
- Burns, J. (2009). *Rural Creative Industries*. Finding from the UK. London: BOP Consulting.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92. Disponível em http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/IDEO_HBR_Design_Thinking.pdf
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review* 8(1), 30-35. Disponível em <https://gwht.pratt.duke.edu/sites/gwht.pratt.duke.edu/files/u7/Design%20Thinking%20for%20Social%20Innovation%20copy.pdf>
- Câmara Municipal de Alfândega da Fé. (2014). *GO Local. Por uma cidade sustentável. Relatório de Acompanhamento*. Disponível em http://www.cm-alfandegadafe.pt/uploads/writer_file/document/212/_2014-02-20__Relat_rio_de_Acompanhamento_-_GOLOCAL.pdf
- Câmara Municipal de Alfândega da Fé. (2015). Gastronomia Alfandeguenses em Ceuta. Inovação e tradição no âmbito do Festival Sete Sóis Sete Luas. Disponível em http://www.cm-alfandegadafe.pt/frontoffice/pages/1119?news_id=125
- Comunian, R., Chapain, C. & Clifton, N. (2010). Location, location, location: exploring the complex relationship between creative industries and place. *Creative Industries Journal*, 3(1), 5-10. doi: 10.1386/cij.3.1.5_2
- Collins, H. (2010). *Creative Research: The Theory and Practice of Research for the Creative Industries*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Comissão Europeia. (2013). *Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation*. (SWD(2013) 380 final). Disponível em http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380_en.pdf
- Drake, G. (2003). This place gives me space: place and creativity in the creative industries. *Geoforum*, 34(4), 511-524. doi: 10.1016/S0016-7185(03)00029-0
- EY. (2014). *Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*. Disponível em [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf)
- EY. (2015). *Cultural times*. Disponível em [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)
- Gibbon, C. (2011). *How much can the creative industries contribute to regional development in Britain?* London: BOP Consulting.
- Gibson, C. (2012). *Creativity in Peripheral Places: Redefining the Creative Industries*. London and New York: Routledge.
- Horváth, I. (2007, August). Comparison of three methodological approaches of design research. In *International conference on engineering design, ICED* (Vol. 7, pp. 28-31). Paris, France.
- Horváth, I. (2008). Differences between 'research in design context' and 'design inclusive research' in the domain of industrial design engineering. *Journal of Design Research*, 7(1), 61-83. doi: 10.1504/JDR.2008.018777
- Instituto Nacional de Estatística. (2013). Disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_unid_territorial&menuBOUI=13707095&contexto=ut&selTab=tab3
- Instituto Nacional de Estatística. (2014). *Estatísticas da Cultura 2013*. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=224329250&PUBLICACOESmodo=2
- Instituto Nacional de Estatística. (2015). *Estatísticas da Cultura 2014*. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaque&DESTAQUESdest_boui=224737758&DESTAQUESmodo=2
- Lippard, L. (1997). *The lure of the local: Senses of Place in a Multicentred Society*. New York: The New Press.
- Mahroum, S., et al. (2007) *Rural Innovation*. London: NESTA - National Endowment for Science, Technology and the Arts.
- Meroni, A. (2007). *Creative communities. People inventing sustainable ways of living*. Milano: Edizioni POLI.design.
- OECD. (2013). *Rural-Urban Partnerships: An Integrated Approach to Economic Development*, OECD Publishing. doi: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204812-en>
- Programa Novos Povoadores. (2016) Disponível em <http://www.novospovoadores.pt>
- Selada, C. & Cunha, I. V. (2008, 4 de fevereiro). A criatividade é um "produto" urbano? *Público*, p. 35.
- Smiles, R. (2006). Cultural development in rural and remote areas. *D'Art Topics in Arts Policy*, nº 23. Sydney: International Federation of Arts Councils and Culture Agencies. Disponível em <https://web.archive.org/web/20100613142046/http://ifacca.org/media/files/CulturalDevelopmentRuralRemote.pdf>
- Stickdorn, M. (2013). Service Design. In Maccabe, S. (Ed.) *Routledge Handbook of Tourism Marketing*. London: Routledge, pp. 329-344.
- Tavares, J. (2014). *Cultura e Desenvolvimento: Um Guia Para os Decisores*. Faculdade de Economia. Nova School of Business and Economics - GANEC/ GPEARL. Lisboa.
- Tschimmel, K. (2012). Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. In *Proceedings of the XXIII ISPIM Conference: Action for Innovation: Innovating from Experience*. Barcelona. Disponível em http://www.idmais.org/pubs/KatjaTschimmel/2012/actas_internacionais%20c%F3pia/2012.4.ISPIM.KatjaTschimmel1.pdf
- UNESCO. (2016). Creative Cities Network. Disponível em <http://en.unesco.org/creative-cities/>
- White, Pauline. (2010). Creative industries in a rural region: Creative West: The creative sector in the Western Region of Ireland. *Creative Industries Journal*, 3(1), 79-88. doi: 10.1386/cij.3.1.79_1

—
Contactos / Contacts

Departamento de Comunicação e Arte
Universidade de Aveiro
Campus Universitário de Santiago
3810-132 Aveiro
Portugal

<http://ud16.web.ua.pt>
ud16conference@gmail.com

<https://www.facebook.com/ud16conference>
<https://www.instagram.com/ud16aveiro>