

RAQUEL PIRES; JOÃO A. MOTA & KATJA TSCHIMMEL

rspires@ipb.pt; joaomota@ua.pt; katjatschimmel@esad.pt

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA, ID+, INSTITUTO DE INVESTIGAÇÃO EM DESIGN, MEDIA E CULTURA / UNIVERSIDADE DE AVEIRO, ID+, INSTITUTO DE INVESTIGAÇÃO EM DESIGN, MEDIA E CULTURA / ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN DE MATOSINHOS, ID+, INSTITUTO DE INVESTIGAÇÃO EM DESIGN, MEDIA E CULTURA

INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS EM CONTEXTO RURAL: A REDE CULTURAL SETE SÓIS SETE LUAS EM ALFÂNDEGA DA FÉ

RESUMO

Esta investigação parte da existência de um défice de entendimento sobre qual o modelo e qual o valor instrumental das Indústrias Culturais e Criativas (ICC) para o desenvolvimento sustentável em contextos rurais.

Delimitamos o campo de estudo ao caso da Rede Cultural Sete Sóis Sete Luas (RCSSSL) em Alfândega da Fé (AF) para compreender melhor o processo das ICC em ambientes rurais.

O presente trabalho não pretende unicamente entender os setores cultural e criativo em ambientes rurais, mas também apresentar hipóteses de soluções agregadoras entre as comunidades rurais e os agentes criativos, tendo como referência a RCSSSL – AF.

Pretendemos compreender a autossustentabilidade do território de AF e como pode a RCSSSL favorecer a inovação social e a construção de narrativas comunicacionais, através do recurso à cultura local.

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.

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*.

Foi com recurso a estes instrumentos que selecionamos, recolhemos e analisamos os dados, para posteriormente lançar hipóteses de modelos de inovação/estímulo à criação em ambientes rurais.

Em relação aos resultados expectáveis, este trabalho não permitirá a generalização de resultados para outros contextos, mas possibilitará 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 sustentabilidade desses territórios.

PALAVRAS-CHAVE

Indústrias culturais e criativas em contexto rural; a rede cultural Sete Sóis Sete Luas em Alfândega da Fé

INTRODUÇÃO

As Indústrias Culturais e Criativas (ICC) têm sido a fórmula mais utilizada para o desenvolvimento das cidades criativas.

Dos estudos sobre ICC salientamos o facto de existir unanimidade na ideia de legitimar o setor criativo como um potencial para equilibrar a economia, para criar mais e melhor emprego e para estimular novos desafios territoriais.

Nas leituras sobre ICC, ao nível conceptual e operacional, considerámos estudos governamentais e estudos académicos do contexto europeu (DCMS, 1998; KEA, 2009; Comissão Europeia, 2010, 2012, 2013a, 2013b, 2014; Landry, 2000; Caves, 2000; Howkins, 2001; Florida, 2002; Hospers, 2003; Flew, 2012; Fleming, 2013), e do contexto português (Mateus, 2010; Lima & Gomes, 2011; ADDICT & Agência Primus, 2012).

No plano da inovação e das ICC, a política estratégica europeia para o sexénio 2014-2020 definiu um conjunto medidas cujo propósito é ativar ideias inovadoras, as quais possam ser transformadas em produtos e serviços que aumentem a competitividade e criem postos de trabalho.

Como pode o estímulo de projetos artísticos e/ou criativos em ambientes rurais favorecer as boas práticas das ICC, de acordo, ou com sugestões de alterações, às diretivas sugeridas pelos documentos governamentais e não governamentais?

Partindo 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, tencionamos definir hipóteses para um modelo de inovação que estimule o empreendedorismo territorial, a instalação de classes criativas e a fixação de população nestes territórios.

Direcionando os métodos do *Service Design Thinking* para o contexto das ICC em ambiente rurais, através do recurso à cultura local, pretendemos compreender a autossustentabilidade do território de Alfândega da Fé e como pode a Rede Cultural Sete Sóis Sete Luas favorecer a inovação social e a construção de narrativas comunicacionais. Entendemos, conforme Brown (2008), Brown e Wyatt (2010), Stickdorn (2014) e Tschimmel (2012), que o *Service Design Thinking*, enquanto processo co-criativo, terá um papel

importante para o nosso estudo ao combinar processos inovadores que regeneram os lugares, concretamente os serviços das localidades rurais.

É importante dissecar sobre se de facto as práticas culturais e criativas dependem exclusivamente de subsídios e financiamentos ou se são autossustentáveis.

INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS: BREVE ENQUADRAMENTO

Partindo das leituras exploratórias e de acordo com os dados mais recentes, em 2013 as receitas das Indústrias Culturais e Criativas a nível mundial contabilizam 1,57 biliões de dólares. Registando 29,5 milhões de postos de trabalho, as Indústrias Culturais e Criativas empregaram 1% da população ativa do mundo, cujas principais áreas foram as artes visuais (6,73 milhões), os livros (3,67 milhões) e a música (3,98 milhões) (EY, 2015).

Em 2012 o sector cultural e criativo na Europa gerou 535,9 mil milhões de euros de volume de negócios, empregou cerca de 7 milhões de pessoas e contribuiu aproximadamente com 4,2% do PIB (EY, 2014).

Já em 2013 foi considerado o segundo maior mercado em todo o mundo e o terceiro mais dinâmico a nível europeu. A receita anual na Europa foi de 709 mil milhões de dólares e empregou 7,7 milhões de pessoas, evidenciando a maior empregabilidade jovem (15-29 anos). A economia cultural europeia saiu ainda favorecida pela concentração das Indústrias Culturais e Criativas, considerando a tradição histórica, o património e as instituições de arte. Por exemplo, o Reino Unido foi líder no mercado de arte, especialmente devido à arte contemporânea; e dos 10 museus mais visitados a nível mundial, sete são europeus (Louvre, British Museum, Tate Modern, National Gallery, Museus do Vaticano, Centre Pompidou, Musée d'Orsay) (EY, 2015).

Salientamos ainda que, das 116 cidades pertencentes à Rede de Cidades Criativas da Unesco, 50 são europeias, sendo duas portuguesas (Óbidos – Literatura e Idanha-a-Nova – Música) (Unesco, 2016).

Relativamente ao contexto português, reportando-nos aos últimos dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), constatámos que, embora o emprego no setor cultural e criativo tenha aumentado entre 2013 e 2014, de 71 300 para 78 400 postos de trabalho, o número de empresas e o volume de negócios teve um decréscimo (Tabela 1) (INE, 2014, 2015).

Em 2009, na Região Norte de Portugal, as Indústrias Culturais e Criativas totalizaram 1,190 milhões de euros e 40 000 empregos (ADDICT & Agência Primus, 2012).

Contudo, Portugal ainda apresenta um baixo nível de envolvimento em atividades culturais e níveis de indicadores de inovação, inclusão e sustentabilidade aquém do esperado (Tavares, 2014).

ANOS	NÚMERO DE EMPRESAS	VOLUME DE NEGÓCIOS
2010	53 361	5,6 mil milhões €
2012	50 426	4,6 mil milhões €
2013	49 691	4,4 mil milhões €

Tabela 1: Evolução do número de empresas e volume de negócio associado às ICC

Fonte: INE, 2014, 2015

No plano da inovação e das ICC, a política estratégica europeia para o Horizonte 2014-2020, através do programa Creative Europe, defende o estímulo da competitividade e o aumento de postos de trabalho através de ideias que possam ser transformadas em produtos e serviços. Entre as medidas previstas no programa Creative Europe colocou-se o “design como motor da inovação centrada no utilizador” (Comissão Europeia, 2013a).

O *design* tem manifestado um crescente comprometimento na mudança do mercado ao impulsionar: a inovação social, a inovação tecnológica, a inovação de serviços culturais, a produção sustentável e a constituição de comunidades criativas (Meroni, 2007).

INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS EM CONTEXTO RURAL

As ICC têm a sua génese nas cidades criativas, focalizando-se nos aglomerados urbanos de grande dimensão. Paralelamente, estudos e projetos artísticos já desenvolvidos em ambientes rurais ratificaram que a criatividade dos lugares não corresponde a um fenómeno unicamente urbano. Os contextos rurais são detentores de potencial criativo e também capazes de atrair novos investimentos que favorecem a inovação social (Bianchini, Bailey & Medlyn 2012; Burns & Kirkpatrick, 2008; Burns, 2009; Drda-Kühn & Wiegand, 2010; Gibbon, 2011; Mahroum et al., 2007; Smiles, 2006; White, 2010).

Para a expressão das ICC em contextos rurais tem sido ainda relevante a acessibilidade e a proximidade face aos grandes centros urbanos (Sela-da & Cunha, 2008; Burns & Kirkpatrick, 2008; Gibson, 2012; OECD, 2013).

Importa compreender que o modelo das ICC em contexto rural não deve replicar o modelo de ICC originário dos grandes centros urbanos. É fundamental desenvolver um modelo que se coadune com a realidade de uma localidade rural, valorizando os recursos distintivos do lugar (Fleming, 2013).

As relações entre o lugar e as ICC podem influenciar o processo criativo, as particularidades e recursos das localidades. E assim, a sustentabilidade dos territórios rurais, a par da autenticidade, podem constituir-se como vantagens competitivas na era da globalização (Lippard, 1997; Lewis, 2001; Drake, 2003; Comunian, Chapain & Clifton, 2010; Dessein, Soini, Fairclough & Horlings, 2015).

Similarmente:

os *clusters* criativos, como o design (...) também podem ser usados para ancorar e incorporar conteúdo criativo em lugares específicos. Possibilitando que *start-ups* beneficiem de fundos públicos ou sejam apoiadas para operar num local por um período de tempo específico ou para vincular a sua marca ao local, podendo adicionalmente ajudar a criar uma ligação entre o produto e o lugar. (OECD, 2014, p. 23)

Em Portugal, no âmbito das ICC em contextos rurais, analisámos dois programas: o Programa Novos Povoadores e o Programa para a Rede Rural Nacional. O primeiro, surgido em 2007, concerne a uma rede portuguesa “de repovoamento de territórios rurais com famílias empreendedoras”, contabilizando, em 2016, 132 famílias instaladas no território rural¹.

No caso do Programa para a Rede Rural Nacional, em 2012 criou o projeto Indústrias Culturais e Criativas em Espaços Rurais para incrementar o empreendedorismo nestes contextos. Consiste numa rede de associações de desenvolvimento local da Região Norte, cujo objetivo é sensibilizar para a nova realidade de empreendedorismo cultural e criativo em espaços rurais. Em novembro de 2012 a Rural Criativa apresentou os resultados preliminares referente às ICCER: 28% Património Histórico, Cultural e Natural, 17% Artesanato, 11% Edição, Música, Serviços de Software e 6% Publicidade, Design, Cinema, Rádio e TV. Verificou-se ainda que os eventos culturais e criativos que predominam são: Artes Cénicas – 26,6%, Música – 17,7%, Gastronomia – 16,5%, Artesanato – 12,7%; Os recursos financeiros são apontados pelas empresas e pelos espaços de difusão cultural e criativa como os principais constrangimentos (90%) no contexto das ICCER.

¹ Programa Novos Povoadores. Retirado de <http://www.novospovoadores.pt>

Pretendemos compreender a autossustentabilidade do território de Alfândega da Fé e como pode a RCSSSL favorecer a inovação social e a construção de narrativas comunicacionais, através do recurso à cultura local.

Entendemos que o Service Design Thinking, enquanto processo criativo centrado na experiência dos utilizadores de serviços através de uma dinâmica de co-criação, apoiará nosso estudo ao combinar processos inovadores que regeneram os lugares, concretamente os serviços das localidades rurais.

O Service Design Thinking é uma abordagem centrada no utilizador que analisa sistematicamente, inova e melhora os serviços. E existem vários modelos associados ao Service Design Thinking, por exemplo o processo de Design Thinking IDEO, modelo 3 I desenvolvido por Brown (2008), o modelo da Stanford d.school (2010), o modelo proposto por Stickdorn (2014) e o modelo Evolution 62 da empresa portuguesa Mindshake (2016).

De acordo com Brown (2008) e Brown e Wyatt (2010), Design Thinking é um processo dividido em três fases, compreendendo a “Inspiração” – busca de soluções para um problema ou partindo de uma oportunidade – a “ideação” – para o processo de produção, desenvolvimento e verificação de ideias que podem conduzir a soluções – e a “Implementação” – para a prossecução de um caminho.

O modelo da Stanford d.school (2010) inclui cinco fases, “empatia”, “definição”, “ideação”, “prototipagem” e “teste”.

Do ponto de vista dos consumidores, Stickdorn (2014) propôs um modelo com cinco princípios centrado nos utilizadores, co-criativo, sequencial, evidente e holístico, e dividido em quatro fases: “exploração”, “criação”, “reflexão” e “implementação”.

No modelo Evolution 62, o processo é dividido em seis fases todas iniciadas por “E”: Emergente, Empatia, Experimentação, Elaboração, Exposição e Extensão. E62 porque em cada fase do processo, ocorrem momentos de divergência (exploração) e convergência (avaliação), sendo por isso seis ao quadro. O modelo intitula-se Evolution porque “o processo criativo é evolutivo, em que interage um grande número de indivíduos e situações” (Tschimmel, 2012, p.19).

Por conseguinte, ao aplicar os métodos do Service Design Thinking, envolvendo as comunidades locais, teremos um melhor entendimento da realidade territorial e uma melhor percepção das experiências decorrentes da utilização dos serviços.

Algumas técnicas apresentadas no modelo Evolution 62, como o Mind Map Opportunity, o User Journey Map ou o Empathy Map, isoladas

ou a combinação de várias, podem ser úteis a fim de obter apreciações e sugestões dos utilizadores (comunidade local e/ou visitantes).

ESTUDO DE CASO

A REDE CULTURAL SETE SÓIS SETE LUAS

A rede cultural Sete Sóis Sete Luas (RCSSSL) emergiu em 1993 com a direção artística de Marco Abbondanza e Renzo Barsotti. Tudo começou em 1991, quando um grupo de estudantes da Toscana – Gruppo Teatrale Immagini, viajou até Portugal, concretamente para o Alentejo, apresentando um conjunto de espetáculos de teatro. Lá, conheceram José Saramago e começaram os relacionamentos com o escritor português. Com o apoio deste, surgiu o Festival Sete Sóis Sete Luas, inspirando-se nos valores presentes na obra Memorial do Convento, cujas personagens, Baltazar Sete Sóis e Blimunda Sete Luas, criam a “passarola”, uma máquina voadora. A “passarola” é o símbolo da RCSSSL. José Saramago foi o primeiro presidente honorário da rede, mas posteriormente também integrou, como presidente honorário, o escritor, dramaturgo e comediante italiano Dario Fo. Em 2012, dois anos após a morte de Saramago, foi nomeado um novo presidente honorário, o presidente da República de Cabo Verde, Jorge Carlos Fonseca.

O projeto iniciou-se com o intercâmbio cultural de Itália e Portugal e, entre 1993 e 2016, já passaram pela Rede 35 localidades de 13 países: Grécia – 1993, Espanha – 1997, Cabo Verde – 1998, França e Marrocos – 2005, Israel – 2006, Croácia – 2008, Brasil – 2009, Roménia – 2012, Eslovénia e Tunísia – 2013; e 35 localidades dos países referidos anteriormente (Cuenca, Aguimes, Tavernes de la Vallidigna, Alfândega da Fé, Aquiraz, Baia Sprie, Brasília, Castro Verde, Ceuta, Frontignan, Genazzano, Ioannina, Madalena, Montelupo Fiorentino, Odemira, Oeiras, Oristano, Pollina, Pontedera, Ponte de Sor, Elvas, Castelo Branco, Ribeira Grande, Roma, Rovinj, Tarrafal, Tanger, Auid, Beja, Maio, São Filipe, Impruneta, El Jadida, Piran).

A atividade da RCSSSL assinala-se na “reinterpretação da cultura” através do turismo cultural, da promoção do território, das artes plásticas (pintura, escultura, fotografia, performances e instalações artísticas) e, fundamentalmente, da *world music* onde se inscreve o Festival Sete Sóis Sete Luas (FSSSL).

O FSSSL, como principal evento, tem expressão em todas as localidades pertencentes à rede. Este evento acontece no verão e é apresentado em espaços públicos, com o intuito de ir “ao encontro das pessoas”.

As outras atividades acontecem mais pontualmente na generalidade das localidades, à exceção daquelas que acolhem os centros culturais. Todas as tipologias artísticas estão intrínsecas à programação anual dos quatro centros culturais: Centrum SSSL de Ponedera (Itália), Centrum SSSL de Ponte de Sor (Portugal), Centrum SSSL Frontignan (França) e, mais recentemente, o Centrum SSSL da Ribeira Grande (Ilha de Santo Antão, Cabo Verde). De salientar que está prevista a inauguração de um outro Centrum SSSL em Cabo Verde, em São Filipe na Ilha do Fogo.

E segundo Monteiro (2016), a presidente da Câmara Municipal de Alfândega da Fé também ambiciona edificar um Centrum SSSL naquela localidade.

A RCSSSL pretende afirmar-se “como um projeto autossustentável”, cuja missão assenta na divulgação/difusão da cultura portuguesa e mediterrânica, 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.

ALFÂNDEGA DA FÉ NO CONTEXTO DA REDE CULTURAL SETE SÓIS SETE LUAS

Alfândega da Fé é uma vila localizada no Nordeste de Portugal, NUT II Norte – NUT III Alto de Trás-os-Montes e pertence ao Distrito de Bragança. O seu concelho tem uma área total de 321,95 Km² e é composto por 20 freguesias. A população residente em todo o concelho é de 4 845 habitantes, registando 2016 habitantes na vila de Alfândega da Fé, sede de concelho (Instituto Nacional de Estatística, 2013).

Segundo o INE, em 2011, 32% da população residente no concelho corresponde a indivíduos com mais de 65 anos, o índice de envelhecimento tem vindo a aumentar (334,9 em 2011) e a taxa bruta de natalidade, em 2010, foi de 3% (INE, 2013).

A desertificação também tem sido um dos aspetos a enfatizar, tendo “os últimos Censos” revelado que “Alfândega continua a perder pessoas. Em 10 anos perdemos 900 pessoas. Isto tem de parar, é um problema de sobrevivência” (Câmara Municipal de Alfândega da Fé, 2014, p. 16).

Decorrente do elevado envelhecimento populacional e da desertificação, o município de Alfândega da Fé, entre 2010 e 2014, vinculou-se com vários projetos e redes: Declaração de Dublin, integrando a Rede Global da OMS das Cidades e Comunidades Amigas das Pessoas Idosas; o Programa Novos Povoadores, gerando um centro *co-working* em Alfândega da Fé; a Campanhã GO Local: Por uma cidade sustentável; Cidades e Vilas de Excelência (Eixo 1: Cidade ou Vila Acessível para Todos; e Eixo 4: Cidade ou Vila Turística).

Em 2010 Alfândega da Fé associa-se à RCSSSL. Embora a cidade de Santa Maria da Feira já tenha integrado a rede entre 2001 e 2004 (Sacco, 2005), Alfândega da Fé é atualmente, e desde 2010, a única localidade do Norte de Portugal que está inserida na RCSSSL.

O FSSSL, que é gratuito, tem vindo a decorrer nesta localidade todos os anos (entre 2010 e 2015), nos meses de junho e julho. Este ano, o FSSSL está previsto para os dias 7 e 9 de setembro, conforme a informação/programação disponível no site do FSSSL.

ANÁLISE

Para compreender melhor o processo/valor instrumental das ICC em ambientes rurais, o campo de investigação foi limitado ao caso da RCSSSL em Alfândega da Fé. O objetivo é lançar hipóteses e teorias que possam contribuir para a implementação do modelo de ICC em ambientes rurais.

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 três entrevistas, duas à câmara Municipal de Alfândega da Fé (uma à presidente da Câmara Municipal de Alfândega da Fé e outra à chefe de gabinete dos assuntos turísticos e culturais) e outra ao diretor artístico da Associação Cultural Sete Sóis Sete Luas. Os três guiões integraram perguntas diretas, abertas e *follow up*. A análise qualitativa dos dados, especificamente das entrevistas, foi realizada através da “condensação descritiva” (Albarello et al., 2005, p. 182).

A primeira e a terceira entrevistas realizaram-se presencialmente na Câmara Municipal de Alfândega da Fé, em fevereiro e junho de 2013, por forma a poder aferir as informações coletadas. A análise destas duas entrevistas permitiu nomear as principais ações do poder local em Alfândega da Fé para o setor da cultura. Consideramos as seguintes questões:

- As principais linhas estratégicas da política cultural da Câmara Municipal de Alfândega da Fé e a contextualização do FSSSL neste âmbito;
- As ICC como principais orientações das políticas culturais europeias e o impacto na política cultural do município;
- Representatividade da procura/oferta no concelho;
- Estratégias de captação/formação de públicos;
- Estratégias de promoção/divulgação da cultura;
- Principais fontes de financiamento para a cultura e programas de apoio;
- Repercussão da RCSSSL na marca Alfândega da Fé e no valor simbólico do local.

Da análise das entrevistas apresentamos as seguintes considerações:

- Sobre as ICC é revelado um desconhecimento sobre os núcleos operacionais e sobre as diretrizes configuradas nos documentos referentes à política cultural europeia nesta matéria;
- “a cultura é muito importante” e tem orientado o propósito do “desenvolvimento da cultura de fora para dentro e de dentro para fora.” Apesar dos “cortes na cultura” que “têm sido uma realidade no país e isso tem naturalmente impacto em termos locais”, têm vindo a promover ações de teatro, música, património cultural local – investigação e visitas guiadas – e também apoiam as atividades das associações culturais e recreativas locais;
- Na captação de públicos para a cultura têm vindo a investir numa “programação cultural diversificada”, a qual consegue “atrair gente de todo o concelho de Alfândega da Fé... e vai ganhando público de fora do concelho”. 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. E “algumas atividades culturais têm mais público do que outros”. No caso do FSSSL, “não mobiliza a quantidade de espectadores comparativamente com a Festa da Cereja”.

Nas estratégias para captar mais públicos salientam a integração/promoção de bandas locais na programação do FSSSL. Dinamizam também

laboratórios de criatividade e laboratórios de gastronomia, performances, exposições, seminários, mas o FSSSL é atividade da Rede mais enfatizada.

A par da programação do FSSSL exprimem “preocupação em fazer uma ligação da cultura dos países/artistas convidados, com a cultura local para que as pessoas se identifiquem mais”, difundindo a cultura internacional através do intercâmbio de artistas por via da RCSSSL. Com efeito, em 2010, a programação paralela ao FSSSL integrou duas exposições fotográficas inspiradas nos burros: “Fé nos Burros” (Figura 1) e “Hardware+Software=Burros” (Figura 3).



Figura 1: “Fé Nos Burros”

Fonte: Câmara Municipal de Alfândega da Fé, 2011

Retirado de <http://www.cm-alfandegadafe.pt/pages/1032>

Em “Fé nos Burros”, João Pedro Marnoto, representou a cultura rural dos habitantes do concelho de Alfândega da Fé, retratando a forma como estes se relacionam com os burros e a forma de trabalhar a terra com os animais. O projeto resultou ainda numa publicação (Figura 2).

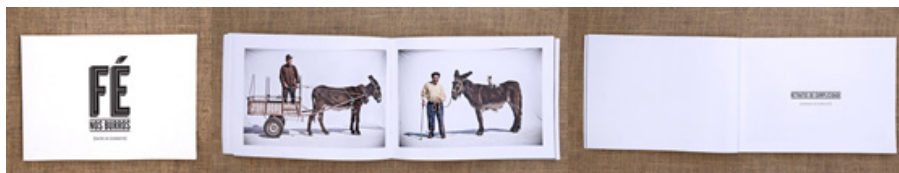


Figura 2: “Fé Nos Burros”. Publicação

Fonte: Associação para o Estudo e Proteção do Gado Asinino (AEPGA), 2011

Retirado de <http://loja.aepga.pt/produto/livros/livro-e-dvd-fe-nos-burros/>

Já em “Hardware+Software=Burros”, de Oliviero Toscani, tratou-se de uma exposição dedicada aos burros de raça mirandesa, apelando à reflexão para o modo de empobrecimento da inteligência do homem provocada pela tecnologia.



Figura 3: “Hardware+Software=Burros”
 Fonte: Câmara Municipal de Alfândega da Fé, 2010
 Retirado de <http://www.cm-alfandegadafe.pt/uploads/document/file/1569/Newslettern4.pdf>

Em 2011, apoiado pelo município de Alfândega da Fé e pelo Instituto Camões, Noé Sendas (com origens em Alfândega da Fé) expôs “Parallel: In Search of the German Diaries Versus Crystal Girls”, em Ponedera, Itália e dinamizou um laboratório de criatividade. Esta exposição esteve patente, no mesmo ano, na Casa da Cultura de Alfândega da Fé, complementando a programação do FSSSL naquela localidade.

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.

- No que concerne às fontes de financiamentos, a Câmara Municipal de Alfândega da Fé, no âmbito da cultura, obteve apoios provenientes de programas nacionais e europeus: Fundação EDP, Fundo Baixo Sabor, DESTEQUE, InovRural, ON.2 - Novo Norte, PRODER. Quanto às Linhas de financiamento do FSSSL, são realizados processos de candidatura. O FSSSL em Alfândega da Fé, nas edições entre 2010 e 2013 foi financiado por fundos comunitários em 70% e os restantes 30% foram suportados pela Câmara Municipal de Alfândega da Fé. A edição de 2013 auferiu complementarmente de donativos da TECSAM, organismo privado da Região de Trás-os-Montes. A Câmara Municipal de Alfândega da Fé pretende “manter a programação cultural do FSSSL”, mas apontaram como principal constrangimento “os recursos financeiros”.

- Relativamente à divulgação das ações culturais, a Câmara Municipal utiliza a *newsletter*, *mailing list*, *flyers*, cartazes e, por vezes, alguns eventos são divulgados através dos meios de comunicação social nacional e regional, como é o caso do FSSSL.
A venda de produtos locais de Alfândega da Fé, como o azeite e a cerveja artesanal de cereja, através da RCSSSL é considerada uma medida de intercâmbio cultural e, simultaneamente, difusão da marca Alfândega da Fé. De salientar neste plano, que a imagem de marca do município são as cerejas (logótipo), e algum do tecido empresarial local direciona-se para o desenvolvimento de produtos com base nos recursos locais: compotas, licores, chá de pés de cereja, gastronomia local, saúde e bem-estar: cerejoterapia (Hotel & SPA Alfândega da Fé) ou Almofadas de caroços de cereja – Alfadoce.

Quanto à entrevista orientada para o Diretor Artístico da RCSSSL, realizou-se em março de 2013, em Pontedera (Itália). Neste contacto presencial obtivemos dados mais concretos e informação mais apurada da Rede SSSL sobre:

- O seu surgimento até à atualidade;
- A missão e quais são os objetivos;
- As fontes de financiamento e outros apoios;
- As audições no Parlamento Europeu e a designação da rede SSSL como exemplo de boa prática cultural;
- As orientações da Comissão Europeia relativamente às Indústrias Culturais e Criativas e o enquadramento da RCSSSL neste domínio;
- A experiência de articulação do trabalho da Associação Sete Sóis Sete Luas com as localidades da rede, especificamente em Alfândega da Fé.

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 festival, associado ao “turismo cultural”, é um “convite às pessoas a percorrerem as localidades da Rede e conhecer de perto a cultura desses locais”.

- “O poder político condiciona muitas vezes a difusão daquilo que se propõe 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 as viagens permitem experiências distintas”.

Este trabalho é feito com as localidades pertencentes à RCSSSL e a “logística torna-se menos dispendiosa graças a estas parcerias” com os artistas e com os municípios. “O festival é um meio que permite aos artistas difundirem as suas artes”. Trabalham diretamente com os músicos, contactam com eles e favorecem, através destas experiências, a expansão do seu trabalho no mercado.

“Existem muito bons exemplos e grandes experiências com as autarquias. Não existem amizades políticas. Entramos nos locais através dos artistas, que são os nossos interlocutores”.

“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 Câmara Municipal de Alfândega da Fé”.

- As fontes de financiamento, os apoios e os prémios: a RCSSSL teve o apoio de diversas instituições através das parcerias com os municípios das localidades que integram a Rede. De salientar que o Festival também tem sido apoiado pelo Camões – Instituto da Cooperação e da Língua (apoio que vigora até à atualidade), pelo Programa Caleidoscópio, pelo Programa Programa Interreg III B – Medocc, pelo Programa Cultura 2000 e Programa Cultura. Relativamente a prémios, recebeu o prémio espanhol Caja Granada, que permitiu reforçar a cooperação internacional através da construção do quarto centro cultural na Ribeira Grande, Cabo Verde.
- 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.”
As audições surgiram através de uma oportunidade concedida pela UE e realizaram-se com o intuito de “melhor esclarecer e sensibilizar o parlamento e a Comissão Europeia para as suas artes e os seus artistas”.
- Sobre as ICC: Em 2012, o diretor artístico do FSSSL esteve, em conjunto com outras entidades culturais, numa formação levada a cabo pela Comissão Europeia. Foi promovido o debate sobre o programa Europa Criativa e foi nessa altura que tomou “conhecimento do conceito e operacionalização das indústrias culturais e criativas”. Referiu ainda,

neste seguimento, que “a criação destes programas virá fortalecer a necessidade das profissões culturais. Falo especificamente da segurança laboral porque cada domínio artístico tem sempre um risco”.

No ano de 2013, a RCSSSL teve um orçamento superior a 800 mil euros, tendo tido o apoio da Fundação Anna Lindh (com sede no Egito), do Instituto Camões e dos municípios de Ponte de Sor, Alfândega da Fé, Castro Verde, Elvas, Odemira e Oeiras.

Reportando-nos às atividades que tiveram lugar nas edições de 2014 e 2015, a análise será baseada apenas na pesquisa documental, nas informações da comunicação social e na observação *in loco*.

Na tentativa de estabelecer pontes entre a cultura local e a cultura internacional:

- Em 2014 as iniciativas da RCSSSL em Alfândega da Fé iniciaram-se no dia 27 de junho com o Seminário “Os Judeus em Trás-os-Montes”, na Biblioteca Municipal. Como referimos anteriormente, o tema já tinha sido abordado na edição anterior (2013), com o intuito de gerar *contributos para a criação de uma rota* dos judeus em Trás-os-Montes. Na edição de 2014 o seminário fez uma abordagem às marcas e contributos deixados pelos judeus em Alfândega da Fé e na região de Trás-os-Montes.
- Em 2015 o FSSSL assinalou-se com dois concertos. O primeiro espetáculo aconteceu no dia 5 de junho e foi integrado na programação da Festa da Cereja. Salientamos que esta é a principal festividade do concelho, representando a mostra de produtos locais com especial ênfase para a cereja de Alfândega da fé. É um evento que cruza a música popular ligeira (bem como outros registos musicais mais tradicionais e *pop*), com a atividade económica local. O segundo concerto ocorreu no dia 29 de junho, data da comemoração do ferido municipal. Ainda em 2015, Alfândega Fé foi representada em Ceuta através do laboratório de gastronomia dinamizado pelo *chef* António Mauritti, residente desde 2012 em Alfândega Fé através do Programa Novos Povoadores. Este recorreu aos produtos locais de AF (cereja, amêndoa, castanha, azeite) e a receitas tradicionais desta localidade, “aliando inovação e tradição”. A ação decorreu entre 9 e 11 de julho e incluiu workshops e a apresentação de nitrogelado (Câmara Municipal de Alfândega da Fé, 2015a).

No que concerne às fontes de financiamento, na lógica do exposto anteriormente, o FSSSL em Alfândega da Fé, em 2014 e 2015, foi igualmente

financiado em 70% por fundos comunitários e 30% suportados pela Câmara Municipal de Alfândega da Fé. Sintetizando este aspeto, nas edições entre 2010 e 2015, conforme os relatórios de contas da Câmara Municipal de Alfândega da Fé, as verbas para a RCSSSL destinaram-se ao setor do turismo, mas provieram 70% de fundos comunitários (do setor da cultura) e 30% da Câmara Municipal.

Já para a edição de 2016 assinalaram-se duas atuações no âmbito do FSSSL. Pela primeira vez as ações aconteceram em setembro, sendo uma delas um espetáculo de circo acrobático aéreo e humorístico, pela companhia Les P'tits Bras².

E de acordo com o Relatório de Atividades, Orçamento e Grandes Opções do Plano (Câmara Municipal de Alfândega da Fé, 2015b), foi somente a Câmara Municipal de Alfândega da Fé a comportar a verba das atividades da Rede neste município.

DISCUSSÃO

Com base na interpretação dos resultados das entrevistas, bem como da pesquisa documental e da observação e participação *in Loco*, podemos apontar as seguintes hipóteses:

- Sobre o que induz à menor adesão do público ao FSSSL, com base nas duas entrevistas orientadas para a Câmara Municipal de Alfândega da Fé, salientamos que as atividades da Rede, em concreto o FSSSL, 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 Câmara Municipal de Alfândega da Fé 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. Possivelmente, havendo um maior envolvimento dos *stakeholders* associado às atividades da RCSSSL, estes indicadores poderão ser mais favorecidos e, assim, o FSSSL poderá atrair mais público. Analogamente, reportando-nos à análise da observação *in loco*, os

² Retirado de http://www.festival7sois.eu/wp-content/uploads/2016/02/AlfandegaDaFe2016_brochure.pdf

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 e algumas pessoas não se aproximavam, tendo ficado a assistir de longe (as pessoas estavam predominantemente no espaço dos expositores dos produtos locais).

As atividades da RCSSSL, em concreto do FSSSL, poderão efetivamente não ir ao encontro dos gostos/preferências de um número representativo da comunidade local.

Em relação à seleção programática para 2016, mês e tipologia de ação, poderá ser mais uma estratégia do município para atrair mais público e sincronicamente ir ao encontro dos gostos/interesses do público.

- As ações da RCSSSL são divulgadas pela Câmara Municipal através da *newsletter*, da *mailing list*, de *flyers*, de cartazes e nos meios de comunicação social nacional e regional.

Podemos questionar se os canais de comunicação e a forma como é disponibilizada a informação serão os mais adequados, considerando:

as características da população do concelho de Alfândega da Fé;

que a divulgação através de *flyers* e cartazes é confinada à sede de concelho. Nas aldeias não se observou nenhum suporte.

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”.

- O diretor artístico da RCSSSL referiu que as “parcerias” e as “relações estreitas nos locais” tornam a “logística menos dispendiosa”. Mas, apesar da Câmara Municipal de Alfândega da Fé ter em vista a atração de mais públicos, os constrangimentos apontados ao nível do financiamento poderão levar a não investir significativamente nestas atividades “diferentes” durante todo o ano.
- No quadro do intercâmbio cultural da RCSSSL, uma das estratégias camarárias é o estabelecimento de pontes entre a cultura local e a cultura dos outros países. Nesta medida, quando selecionam os artistas que integram a rede, fazem-no em conformidade com este critério. Porém, a ideia de fazer com que os habitantes locais identifiquem pontos de confluência entre a sua cultura e a cultura de fora, poderá

não residir na forma como se está a querer comunicar, formar, captar e familiarizar a comunidade. Provavelmente o desenvolvimento de um trabalho mais próximo da comunidade surtisse mais efeito. A proximidade que se institui com a comunidade leva a um outro preceito: obter opiniões e contributos decorrentes da utilização dos serviços e produtos disponibilizados pela RCSSSL. Neste contexto, o Service Design Thinking, enquanto processo co-criativo centrado no utilizador, poderia regular a articulação das atividades da RCSSSL com o plano geral de ação da Câmara Municipal de Alfândega da Fé, inovando e/ou melhorando os serviços.

- Outra discussão que advém diz respeito a um dos serviços prestados pela RCSSSL: o turismo cultural. O festival, associado ao “turismo cultural”, é um “convite às pessoas a percorrerem as localidades da Rede e conhecer de perto a cultura desses locais”. Contudo, a conexão com as localidades não nos parece eficaz. Na entrevista, o diretor artístico, não dá grande expressão ao modo de funcionamento do serviço. E quando efetuamos uma pesquisa de informação sobre este assunto, apenas o site faculta alguns elementos: brochuras digitais com informação vaga. Para além disso, a brochura de Alfândega da Fé não traduz o potencial que o local possui. Elencando as singularidades deste território, bem como a própria estratégia de ação local para a cultural e para o turismo, percebe-se que este serviço não está devidamente articulado com o município. E esta poderia ser mais uma forma de trabalhar em rede, numa lógica de sustentabilidade e autenticidade do território. Sabemos que o orçamento disponível para a RCSSSL, vem elencado no relatório de contas respeitante ao setor do turismo, o que limita, com carácter de permanência ao longo do ano, a articulação de ações estratégicas integradas nos vários pelouros da Câmara Municipal de Alfândega da Fé.
- No que concerne à autossustentabilidade e à dependência de subsídios e financiamentos, verifica-se que o FSSSL entre 2010 e 2015 foi financiado 70% pelo programa cultura e em 2013 através de um mecenas da região de Trás-os-Montes. Todavia, a informação veiculada pelo Relatório de Atividades, Orçamento e Grandes Opções do Plano, indica que será apenas a Câmara Municipal de Alfândega da Fé a suportar financeiramente as atividades da RCSSSL neste município, na edição de 2016 (Câmara Municipal de Alfândega da Fé, 2015b).
- Relativamente à inovação social, o território oferece recursos que potenciam a autossustentabilidade. É o caso de aspetos da cultura local: património cultural material e imaterial, património natural, memória coletiva e criação de rotas e percursos históricos. 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: a imagem de marca do município são as cerejas (logótipo); algum do tecido empresarial local direciona-se para o desenvolvimento de produtos com base nos recursos locais: compotas, licores, chá de pés de cereja, gastronomia local, saúde e bem-estar: cerejoterapia (Hotel & SPA Alfândega da Fé) ou Almofadas de caroços de cereja – Alfadoce;

A RCSSSL vende produtos locais de Alfândega da Fé;

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 as atividades da RCSSSL, envolvendo também as comunidades locais das aldeias num processo de co-criação. Utilizando os métodos do Service Design Thinking, de acordo com Brown (2008), Brown & Wyatt (2010), Stickdorn (2014) e Tschimmel (2012), otimizará os recursos e a cultura local e tornaria os serviços acessíveis 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 OECD (2013) poderá constituir uma mais-valia para Alfândega da Fé. Em relação à proximidade com a cidade do Porto, Alfândega da Fé 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.

Por último, salientamos o interesse deste município em manter-se associado à RCSSSL, ambicionando, no futuro, edificar um Centrum SSSL em Alfândega da Fé (Monteiro, 2016). Se tal se consumir, será mais uma medida de fortalecimento do consórcio que poderá inscrever-se numa dinâmica de empreendedorismo através da rede, possibilitando um espaço para a comunidade local e os artistas em mobilidade expressarem a sua criatividade.

CONCLUSÕES

O estudo permitiu lançar hipóteses para um modelo de inovação em ambientes rurais, as quais poderão encorajar à criação ou estímulo à criação de *clusters* criativos e redes locais para promover a visibilidade e a sustentabilidade destes territórios.

A Câmara Municipal de Alfândega da Fé considera a cultura importante e tem vindo a propor propostas “diferentes” das habituais. O FSSSL é aludido nessa linha estratégica de promoção da cultura “diferente” e “diversificada”, que consegue atrair pessoas de todo o concelho e de fora do concelho. Contudo “não mobiliza a quantidade de público” comparativamente com outros eventos.

Existe um conjunto de estratégias que vão ao encontro do desenvolvimento da cultura e uma preocupação em manter o consórcio com a RCSSSL e até intensificar as relações, ponderando-se a construção de um Centrum SSSL em Alfândega da Fé. Porém, deverá haver uma melhor gestão dos recursos locais e financeiros, bem como uma melhor coadunação de programas, redes e projetos existentes naquele território. O objetivo é desenvolver uma dinâmica de sustentabilidade territorial e melhorar o impacto da RCSSSL na localidade. Estes fatores poderão também favorecer o aumento da visibilidade de Alfândega da Fé no contexto internacional, já que a internacionalização constitui uma linha de ação da política cultural europeia e portuguesa e também do município de Alfândega da Fé – como pudemos constatar através das entrevistas e no documento do plano estratégico anual deste município.

Neste seguimento, integrando o modelo do Service Design Thinking, os serviços prestados em Alfândega da Fé no contexto da RCSSSL poderão ser melhorados e/ou passar inclusivamente pela atração de novos investimentos para o concelho, incrementando a inovação social. Poderá por isso haver ainda uma melhor comunicação com a comunidade, indústria e comércio local ou outras pessoas potenciais criativas, o que também poderá constituir o reforço do “projeto de cidadania europeia” da RCSSSL.

Em termos futuros é expectável obter mais informações e cruzar posteriormente esses dados. De referir que este estudo avançará para uma comparação com outro contexto rural, igualmente integrado na RCSSSL – Ponte de Sor (Alentejo, Portugal). Nesta prossecução, no dia 27 de novembro de 2015 aplicámos, presencialmente, uma entrevista à Vereadora do Pelouro da Cultura deste município, cujo guião ponderou as mesmas questões dirigidas à Câmara Municipal de Alfândega da Fé. A recolha de dados respeitantes a Ponte de Sor poderá permitir um melhor aprofundamento dos ICC em territórios rurais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADDICT & Agência Primus. (2012). *Mapeamento do Setor Cultural e Criativo no Norte de Portugal*. Porto. Retirado de <http://addict.pt/category/publicacoes/estudos-nacionais/>
- Albarello, L.; Digneffe, F.; Hiernaux, J. P.; Marroy, C.; Ruquoy, D. & Saint-Georges, P. (2005). *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Bianchini, F.; Bailey, C. & Medlyn, S. (2012). *Rural Cultural Strategy* (Independent Study Report). Retirado de http://www.ruralculture.org.uk/wp-content/uploads/2012/03/ISRfinal_2012.pdf
- Burns, J. (2009). *Rural Creative Industries. Finding from the UK*. Londres: BOP Consulting.
- Burns, J. & Kirkpatrick, C. (2008) (2008). *Creative Industries in the Rural East Midlands: Case Study Report*. Londres: BOP Consulting.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92. Retirado de http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/IDEO_HBR_Design_Thinking.pdf
- Brown, T. & Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. In *Stanford Social Innovation Review* 8(1), 30-35. Retirado de <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*. Retirado de http://www.cm-alfandegadafe.pt/uploads/writer_file/document/212/_2014-02-20__Relatorio_de_Acompanhamento_-_GOLOCAL.pdf
- Câmara Municipal de Alfândega da Fé. (2015a). *Gastronomia Alfundeguenses em Ceuta | Inovação e tradição no âmbito do Festival Sete Sóis Sete Luas*. Retirado de http://www.cm-alfandegadafe.pt/frontoffice/pages/1119?news_id=125
- Câmara Municipal de Alfândega da Fé. (2015b). *Relatório de Atividades, Orçamento e Grandes Opções do Plano (2016)*. Retirado de http://www.cm-alfandegadafe.pt/uploads/document/file/3505/Or_amento_e_Gandes_Op_es_do_Plano.pdf
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- 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*. Suíça: AVA Publishing SA.
- Comissão Europeia (2010). *Green Paper - Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries. (COM (2010) 183 final)*. Retirado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:PT:PDF>
- Comissão Europeia (2012). *Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU*. European Commission.
- Comissão Europeia (2013a). *Implementing an Action Plan for Design-Driven Innovation. (SWD(2013) 380 final)*. Retirado de http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380_en.pdf
- Comissão Europeia (2013b). *Commission welcomes approval of Creative Europe programme by European Parliament*. Retirado de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-1114_en.htm - footnote-1
- Comissão Europeia (2014). *HORIZON 2020 em breves palavras*. Retirado de http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_PT_KI0213413PTN.pdf
- DCMS (1998). *Creative Industries Mapping Document*. United Kingdom. Retirado de <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- Dessein, J.; Soini, K.; Fairclough, G. & Hurlings, L. (Eds.) (2015). *Culture in, for and as Sustainable Development. Conclusions from the COST Action IS1007 Investigating Cultural Sustainability*. Finland: University of Jyväskylä.
- 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
- Drda-Kühn, K. & Wiegand, D. (2010). From culture to cultural economic power: Rural regional development in small German communities. *Creative Industries Journal*, 3(1), 89-96. doi: 10.1386/cij.3.1.89_7
- EY (2014). *Creating growth. Measuring cultural and creative markets in the EU*. Retirado de [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/$FILE/Creating-Growth.pdf)
- EY (2015). *Cultural times*. Retirado de [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)

- Fleming, T. (2013, novembro). *Smaller Creative Cities*. Presentation at Final Conference: Potentials and Challenges of Cultural and Creative Industries in medium-sized Cities, Cottbus, German. Retirado de http://www.creativepoles.eu/uploads/files/Final_Conference/TomFleming_Smaller%20Creative%20Cities%20Cottbus.pdf
- Flew, T. (2012). *The Creative Industries. Culture and Policy*. Londres: Sage.
- Florida, R. L. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Nova Iorque: Basic Books.
- Gibbon, C. (2011). *How much can the creative industries contribute to regional development in Britain?* Londres: BOP Consulting.
- Gibson, C. (2012). *Creativity in Peripheral Places: Redefining the Creative Industries*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Horváth, I. (2007). Comparison of three methodological approaches of design research. In *International conference on engineering design, ICED* (Vol. 7, pp. 28-31). Paris.
- 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
- Hospers, G. (2003). Creative Cities in Europe – Urban Competitiveness in the Knowledge Economy. *Intereconomics*, 38(5), 260-269.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How people make money from ideas*. Reino Unido: The Penguin Press.
- Instituto Nacional de Estatística (2013). Retirado de 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. Retirado de 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. Retirado de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=224737758&DESTAQUESmodo=2
- KEA (2009). *The impact of culture on creativity*. Bruxelas: KEA European Affairs.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia and Earthscan.

- Lewis, H. (2001). *Design + Environment: A Global Guide to Designing Greener Goods*. Sheffield, Reino Unido: Greenleaf Publishing.
- Lima, M. J. & Gomes R. T. (2011). *Compendium. Cultural Policies and trends in Europe. Country Profile: Portugal. (Council of Europe/ERICarts)*. Retirado de http://www.culturalpolicies.net/down/portugal_062011.pdf
- Lippard, L. (1997). *The lure of the local: Senses of Place in a Multicentred Society*. Nova Iorque: The New Press.
- Mahroum, S. et al. (2007). *Rural Innovation*. Londres: NESTA - National Endowment for Science, Technology and the Arts.
- Mateus, A. (Ed.) (2010). *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Lisboa: Augusto Mateus e Associados.
- Meroni, A. (2007). *Creative communities. People inventing sustainable ways of living*. Milão: Edizioni POLI.design.
- Mindshake (2016). Evolution 62 Design Thinking Model. Retirado de http://mindshake.pt/design_thinking?lang=en
- Monteiro, M. J. (2016, 22 de junho). O festival Sete Sóis Sete Luas é uma ode à diversidade cultural. *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/o-festival-sete-sois-sete-luas-e-uma-ode-a-diversidade-cultural-1736008>
- OECD (2013). *Rural-Urban Partnerships: An Integrated Approach to Economic Development*. OECD Publishing. doi: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204812-en>
- OECD (2014). *Tourism and the Creative Economy*. OECD Studies on Tourism, OECD Publishing. doi: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- Sacco, M. (2005) *Actas do Simpósio Sete Sóis Sete Luas, 2001, 2002, 2004*. Santa Maria da Feira: Câmara Municipal de Santa Maria da Feira.
- 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*, 23. Sydney: International Federation of Arts Councils and Culture Agencies. Retirado de <https://web.archive.org/web/20100613142046/http://ifacca.org/media/files/CulturalDevelopmentRuralRemote.pdf>
- Stickdorn, M. (2014). Service Design. In S. Maccabe (Eds.), *Routledge Handbook of Tourism Marketing* (pp. 329-344). Londres: Routledge.

- Tavares, J. (2014). *Cultura e Desenvolvimento: Um Guia Para os Decisores*. Faculdade de Economia. Nova School of Business and Economics – GANEC/ GPEARI. 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. Retirado de http://www.idmais.org/pubs/KatjaTschimmel/2012/actas_internacionais%20c%F3pia/2012.4.ISPIM.KatjaTschimmel1.pdf
- Unesco (2016). *Creative Cities Network*. Retirado de <http://en.unesco.org/creative-cities/>
- White, P. (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

Citação:

Pires, R.; Mota, J. A. & Tschimmel, K. (2017). Indústrias culturais e criativas em contexto rural: a rede cultural Sete Sóis Sete Luas em Alfândega da Fé. In M. Gama & H. Sousa (Eds.), *Contributos do Congresso Internacional “Redes de Cooperação Cultural Transnacionais: Um olhar sobre a realidade lusófona”* (pp. 106-130). Braga: CECS.