



CATÓLICA PORTO
ESCOLA DAS ARTES

Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas

Reflexões sobre Ensino/Investigação

Laura Castro

Universidade Católica Portuguesa
Escola das Artes

Porto, Junho de 2013

Índice

Enquadramento	3
Prioridades da Investigação em Indústrias Criativas	9
Referências.....	16

Enquadramento

Por sectores culturais e criativos entendem-se todos os sectores de actividade baseados em valores culturais e/ou expressões artísticas e criativas, quer estas actividades sejam ou não orientadas para o mercado, independentemente do tipo de estrutura que as veicula.

Estas actividades incluem a criação, a produção, a difusão e a preservação de bens e serviços que incorporam expressões culturais, artísticas e criativas, bem como funções relacionadas, tais como a educação, a gestão e a regulação.

Os sectores cultural e criativo incluem, em particular, a arquitectura, arquivos e bibliotecas, artesanato, audiovisual (cinema, televisão, jogos e multimédia), património cultural, design, festivais, música, artes cénicas, publicidade, rádio e artes visuais.

Creative Europe Programme... Comissão Europeia, Julho 2012

[...] a Comissão Europeia propõe que entre 2014 e 2020 se reforce significativamente o orçamento dedicado aos sectores cultural e criativo, num aumento que representa mais 37% face a valores anteriores. Este aumento está em total sintonia com a lógica e as prioridades da Estratégia Europeia para 2020, bem como com as suas iniciativas emblemáticas, já que o investimento nos sectores cultural e criativo contribui directamente para os objectivos dessa Estratégia de promoção do crescimento inteligente, sustentável e inclusivo.

Adaptado de: Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)

Criação do Curso

Criado no ano lectivo de 2010-2011, segundo ideia e plano de Álvaro Barbosa, então Director da área de Som e Imagem da Escola das Artes, o Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas articula docentes da Escola das Artes e da Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica no Porto, com o apoio da ADDICT – Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas.

O curso respondia à constatação de que muitos licenciados nos campos da Arte e da Cultura, particularmente da área de Som e Imagem da Escola das Artes, optam por criar o seu próprio negócio e respondia, também, à noção de que o exercício e as actividades assentes na cultura e na criatividade podem ser potenciados por competências nos domínios da gestão e da estratégia, da avaliação e da monitorização de projectos, da elaboração de um plano de negócios; e por conhecimentos nos domínios da legislação, da aplicação de tecnologias e do marketing.

O Mestrado não se propunha, portanto, formar candidatos para o exercício de uma profissão ou para uma área de actividade concreta, mas fornecer ferramentas, competências e conhecimentos a todos os que desenvolvem projectos de matriz cultural e criativa, particularmente vocacionados para a criação de negócios.

Simultaneamente o curso visava promover e consolidar a reflexão sobre o campo das Indústrias Criativas (IC) e desenvolver estudos que pudessem contribuir para o conhecimento dos seus sectores e sub-sectores e informar as respectivas práticas.

O curso foi acreditado pela A3ES em 2010 e registado na DGES com o nº R/A-Cr 190/2010.

Objectivos do Curso

Definiram-se como objectivos deste novo curso, os seguintes:

- Aumentar a oferta da formação na área da gestão das indústrias criativas.
- Formar especialistas na aplicação de conhecimentos a nível da gestão financeira, legal e operacional do sector criativo;
- Aumentar a eficiência, eficácia e impacto económico e sociocultural dos projectos culturais e criativos;
- Fomentar a criação de massa crítica que reflecta o sector das indústrias criativas;
- Dar a conhecer as principais práticas culturais nacionais e as formas como estas influenciam o desenvolvimento das indústrias criativas.

Factos relevantes

Alguns acontecimentos ocorridos na primeira década do século XXI e estudos realizados em Portugal, nesse período, apontavam para o crescimento e o desenvolvimento da área das IC, tornando particularmente relevante a criação do Mestrado. Entre esses factos, assinalamos:

2007

- Criação da incubadora de Negócios Criativos, “Aquário de Som e Imagem” no Departamento de Som e Imagem da Escola das Artes.

2008

- Publicação do estudo *Desenvolvimento de um cluster das Indústrias Criativas na Região do Norte*, promovido pela Fundação de Serralves, após ideia da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte.

<http://www.serralves.pt/fotos/editor2/inserralves/Estudo%20Macroeconomico%20Desenvolvimento%20de%20um%20Cluster%20de%20Industrias%20Criativas%20da%20Regiao%20do%20Norte.pdf>

- Constituição da ADDICT (Outubro) – *Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas*, no Porto. A Universidade Católica Portuguesa é um dos organismos associados da ADDICT. <http://www.addict.pt/>
(Vítor Verdelho, docente do Mestrado, é actualmente um dos vogais da Direcção da Agência, em representação da Universidade Católica Portuguesa).

2010

- Publicação do estudo *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, coordenado por Augusto Mateus e que ficaria conhecido como “Estudo Mateus”.
Na plataforma: <http://www.gepac.gov.pt/?lnk=71ada270-da3a-4b2a-8dc1-331a02bc2be0>
- Publicação, pela Comissão Europeia, do Livro Verde “Realizar o Potencial das Indústrias Culturais e Criativas”, seguido de consulta pública e debate.
http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_pt.pdf
- Publicação de “Creative Economy Report 2010 da UNCTAD – United Nations Conference on Trade and development”.
<http://unctad.org/en/pages/PublicationArchive.aspx?publicationid=946>
- O projecto do Centro de Criatividade Digital da Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa é reconhecido como um dos projectos âncora do Cluster das Indústrias Criativas coordenado pela ADDICT. <http://artes.ucp.pt/ccd/>
- A incubadora “Aquário de Som e Imagem” é integrada no projecto Empreendedorismo na Católica Porto – Spinlogic passando a designar-se como ArtSpin. <http://spinlogic.porto.ucp.pt/directorio/artspin/>
- Entrada em funcionamento do Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas

2012

- Publicação, pela Comissão Europeia, do documento: *Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*

Cursos no plano nacional e internacional

- Em Portugal:

Licenciatura

- Universidade Portucalense – Licenciatura em *Cultura e Economia Criativa*

Mestrado

- ISCTE – Mestrado em *Comunicação, Cultura e Tecnologias da Comunicação (ramo Cultura e Indústrias criativas)*

Formação Avançada

- ISCTE – Curso de formação avançada em *Empreendedorismo Cultural e Indústrias Criativas*

- No Estrangeiro:

Mestrado

- Université Paris 8 – *Master en Culture et Communication. Spécialité Industries Créatives*
- Erasmus Universiteit Rotterdam – Erasmus School of History, Culture and Communication – *Master Arts and Cultural Studies – Specialization in Cultural Economics and Entrepreneurship*
- University of Amsterdam – Faculty of Economics and Business – *Master in Business Studies – Specialization in Creative Industries*
- University of the Arts London – *Master Enterprise and Management for the Creative Arts*
- University of Leeds – *Master Culture, Creativity and Entrepreneurship*
- Goldsmiths, University of London – *Master in Creative and Cultural Entrepreneurship*

Doutoramento

- Queensland University of Technology – Creative Industries Faculty – *Doctor of Creative Industries (Research)*
- King's College (London) / Humboldt University (Berlin) – *PhD in Culture, Media & Creative Industries*

Observações sobre a oferta existente:

- 1º ciclo – Revela-se pouco comum a opção recente da Universidade Portucalense pela criação de estudos de 1º ciclo no campo das IC. Atendendo à especificidade das ferramentas e das competências em questão, a ideia de cruzar, ao nível da licenciatura, os conhecimentos dos domínios da cultura e do mundo empresarial, parece-nos de evitar. Fundamental é que os estudantes tenham adquirido competências e conhecimentos, práticas e saberes numa área consolidada de estudos, remetendo a articulação com o mundo dos negócios para uma etapa posterior. Transportar para o 1º ciclo competências e conhecimentos dos dois universos (cultura e negócios) implicará, porventura, o não desenvolvimento de qualquer destes campos. A matriz de uma licenciatura de banda larga não poderá servir de justificação para a solução encontrada.
- 2º ciclo – As questões associadas às IC surgem, portanto, com maior incidência ao nível dos estudos de 2º ciclo. Apresentam-se tendencialmente como especializações radicadas num tronco comum preenchido por assuntos de arte, cultura, comunicação e respectivas tecnologias, na lógica do desenvolvimento dos Estudos Culturais muito cara ao mundo anglo-saxónico. É, portanto, em especializações, que são habitualmente introduzidas as expressões *indústrias criativas* e *empreendedorismo* que apontam para a presença de temas de gestão, estratégia, plano de negócio, etc.

Pensamos, portanto, que a opção do Mestrado foi a mais correcta. A estrutura do Mestrado criado na Escola das Artes apresentou, desde o início, particularidades em relação aos mestrados atrás indicados. De facto, a ideia de um 2º ciclo completamente vocacionado para a gestão dos negócios de matriz cultural e criativa, construído não como mera especialização, é inovadora e permite um maior aprofundamento dos assuntos abordados.

Terá contribuído para esta estrutura, a parceria entre a Escola das Artes e a Faculdade de Economia e Gestão que abria a hipótese de um mestrado com aposta nas unidades nucleares que fornecem conhecimentos e ferramentas para as IC e recusa de excessiva presença de unidades genéricas de enquadramento cultural.

- 3º ciclo – Ao nível do 3º ciclo de estudos, encontramos duas situações – uma que integra os estudos em IC no campo mais lato da cultura e da comunicação e uma que aponta para a obtenção de um grau de doutor em IC, sendo esta exclusivamente vocacionada para a investigação.

Prioridades da Investigação em Indústrias Criativas

A investigação em IC partilha, naturalmente, aspectos característicos dos processos e dos trabalhos de investigação, encarados de forma genérica, a saber: a existência de uma questão que lhe fornece orientação e propósito; a procura de uma resposta, qualquer que seja a sua natureza, mais conclusiva ou mais especulativa; o seu carácter sistemático, uma vez que a pesquisa se concretiza mediante etapas sucessivas e consequentes; o seu carácter organizado, no sentido em que envolve o planeamento e a estruturação de tarefas de forma metódica.

Como qualquer outro processo de investigação, implica como componentes: a presença de um sujeito investigador e o situacionismo da teoria e da prática do projecto enquadrado por circunstâncias particulares.

Modelos de Investigação adequados ao campo das Indústrias Criativas

A investigação em IC tem vindo a desenvolver-se mediante modelos que se entendem como os mais adequados ao conhecimento das suas dinâmicas e à exploração das suas particularidades. Entre esses modelos, que devem pautar as dissertações de mestrado, situam-se os seguintes:

- Questão – resposta – proporciona o avanço do conhecimento
Natureza especulativa e de reflexão do trabalho de investigação. Abordam-se problemas e procuram-se respostas; procura-se compreender uma questão, estimular o debate de ideias, reflectir sobre temas e aumentar o conhecimento sobre uma problemática.
- Questão – resposta – uso – procura a resolução de problemas; procura novas propostas
Natureza essencialmente aplicativa da investigação. Aplicam-se conclusões ou “descobertas” a situações concretas, propõem-se soluções para problemas

detectados, pondera-se o desenvolvimento de hipóteses de trabalho. A investigação informa as boas práticas no terreno.

- Questão – resposta – efeito – examina as consequências do assunto investigado. O trabalho de investigação examina e avalia as consequências humanas e sociais de determinado campo de problemas e de questões, os impactos e as implicações de certos assuntos na sociedade.

[V. COLLINS, Hilary – *Creative Research. The Theory and the Practice of Research for the Creative Industries*. Lausanne: AVA Publishing, 2010]

A ocupação do espaço científico pelas Indústrias Criativas

A ocupação do espaço científico pela investigação em IC coloca em cena a relação entre estas últimas e outras áreas de estudo. De facto, as IC abordam tópicos e apropriam temas estabelecidos em campos académicos perfeitamente estruturados e importam metodologias desses campos. Tem-se registado, quer no âmbito de publicações, quer no quadro de centros de investigação existentes, a presença de trabalhos que assentam no desvio de tópicos de pesquisa oriundos de outros campos disciplinares e a existência de pesquisas que há alguns anos teriam sido situadas nesses domínios, surgindo agora sob a chancela das IC. Entre outros, refiram-se as seguintes áreas disciplinares:

Comunicação

Design / Design Thinking

Direito – Direito de autor

Economia

Finanças

Geografia – Planeamento e Desenvolvimento regional e urbano

Gestão / Gestão cultural e do património

Marketing

Psicologia / Criatividade

Sociologia / Sociologia da cultura

Turismo

Urbanismo / Reabilitação urbana

Na consulta de elementos inscritos nas IC verificamos, com grande clareza, a situação atrás descrita. Vejamos o exemplo da plataforma “Researching Cultural and Creative Industries in London”, <http://www.rccil.org.uk/> em que se encontram recursos listados pelos seguintes temas: política, esfera pública e espaço urbano, economia criativa, organização industrial e mercados, acesso e participação, educação.

Naturalmente que a pesquisa em IC, ao apropriar-se de temas e métodos disciplinares pré-existentes, consolidados ao longo da história do conhecimento e da ciência, gera uma tensão inevitável no quadro académico. A história da ciência regista, aliás, outros processos semelhantes hoje encarados como uma espécie de renomeação ou *rebranding* de áreas científicas. Conflitos e controvérsias, hierarquias e ocupação de posições, para utilizarmos a terminologia de Pierre Bourdieu, são comuns na formação dos campos disciplinares. Neste entendimento, é importante entendermos as IC como elementos perturbadores da ordenação do saber em disciplinas estabelecidas, ou seja como elementos perturbadores da disciplinaridade em que assenta o saber, já para não falar da *patentificação de áreas da investigação* como refere Olga Pombo.

Possivelmente, a investigação em IC não terá vocação para se impor como uma nova disciplina, mas antes vocação para se instalar tangencialmente a outras disciplinas e situar-se confortavelmente na teia de contributos que delas recebe.

Sem originar uma nova disciplina, o estudo das IC permanece num registo interdisciplinar que cruza temas e estratégias de abordagem, destacando-se, provavelmente como particularidade própria a relação entre os universos da cultura/arte/criatividade/negócios/tecnologia. A sua natureza revela-se assim, do domínio do transitivo, do âmbito de uma relação entre... A própria investigação deverá determinar ou reflectir sobre a criação de um campo disciplinar ou de um trânsito entre campos, sobre a formação de uma disciplina, de intercâmbio e circulação ou campo interdisciplinar. Acrescentamos: a própria investigação deverá determinar se estamos perante um mero cenário de interesses políticos e económicos que remeteria para a *opinião* ou um campo estruturante que remeteria para a *ciência*. Não será suficiente elencar os temas tratados, será necessário perceber metodologias, o funcionamento de uma cultura disciplinar ou a sua ausência.

Estes aspectos não têm, no entanto, invalidado a procura de elementos susceptíveis de caracterizar e de conferir identidade à investigação em IC.

Tópicos Prioritários da Investigação em Indústrias Criativas

A identificação de linhas prioritárias de pesquisa em IC vem sendo feita em conferências internacionais, no quadro de estudos de âmbito nacional, bem como de manuais e livros destinados ao contexto académico. É com base em três publicações correspondentes a estas três tipologias que se assinalam as prioridades seguintes.

I Segundo Hilary Collins

[V. COLLINS, Hilary – *Creative Research. The Theory and the Practice of Research for the Creative Industries*. Lausanne: AVA Publishing, 2010]

No excelente manual de investigação em IC, Hilary Collins propõe a abordagem prioritária de:

- Impacto das ferramentas e das tecnologias digitais na produção, distribuição e consumo de conteúdos culturais e de novos produtos

Os desafios da tecnologia e o modo como se relacionam com novas formas de produção, distribuição e consumo ocupam um lugar central nesta pesquisa. O conhecimento destas novas condições pode ser extremamente útil para perceber a forma como hoje se estrutura o mercado e como poderá evoluir e para perceber em que produtos investir e de que formas distribuir.

- Novos modelos de negócio

Características, tendências e experiências ligadas aos modelos de negócio das IC. Conhecer estes modelos reforça o conhecimento da inovação em IC e poderá ajudar a disseminar práticas inovadoras.

- Processo criativo e modelos organizacionais

Conhecer e caracterizar contextos, métodos, ambientes, processos, recursos que estimulam a criatividade. Perceber que resultados e que vantagens retiram os negócios desses elementos. Conhecer esses elementos poderá contribuir para a sistematização de boas práticas.

- Gestão das Indústrias Criativas

Estudo e caracterização da complexidade das IC quanto às condições de trabalhos, estrutura financeira, recursos humanos e outros, dos seus diferentes sectores e sub-sectores. Estes estudos constituem-se particularmente em inquéritos e entrevistas a negócios com vista à obtenção de dados caracterizadores dos contextos de trabalho respectivos.

- Pequenos negócios e crescimento

Particularidades dos negócios de pequena dimensão. Razões e dinâmicas que explicam a sua pequena dimensão e relações com o crescimento económico.

II Segundo Sapsed et. al.

[V. Sapsed et. al. – *Management Research Priorities in the Creative Industries: A Consultative Review*. DIME Conference: The Creative Industries and Intellectual Property, May 22-23, 2008]

Para apresentação numa conferência organizada em 2008, e que serviu de referência ao manual anterior, um conjunto de autores propôs os seguintes temas emergentes:

- Integração e desintegração

Ferramentas digitais e novos modelos de distribuição e de consumo de conteúdos culturais na web; formas de colaboração em outsourcing na implementação de serviços e de produtos criativos; em que negócios se verificam estes aspectos? Para que finalidades? Como gerir estas colaborações?

- Inovação e mudanças nos modelos de negócio e nos mercados

Como criar e vender produtos e serviços, mas também experiências? Como encarar as comunidades que não consomem apenas, mas adaptam os produtos e os serviços em função dos seus valores e interesses?

- Processo criativo

Gestão do processo criativo. Como? De que forma? Que valor se acrescenta com os processos de design thinking e de design consulting?

- Competências de gestão e novos modelos de negócio

Caracterização dos gestores em IC e da respectiva carreira; caracterização do ensino e sua adequação às especificidades das IC.

- Negócios de pequena dimensão e crescimento

As barreiras de mentalidade, as condições de financiamento, a organização de pequenos negócios e as suas implicações sobre o crescimento.

II Segundo Rosamund Davies e Gauti Sigthorsson

[V. DAVIES, Rosamund e SIGTHORSSON, Gauti – *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. Los Angeles: Sage, 2013]

Por ser um dos livros mais recentes sobre a temática das IC, pareceu-nos útil referir as abordagens do tema consideradas mais relevantes:

- Dados económicos

Estudar os dados existentes sobre o peso das IC na actividade económica, o emprego que geram e a produtividade associada. Caracterização dos sectores e sub-sectores das IC.

- Mercados

A incerteza e a volatilidade dos produtos e dos serviços criativos. O que produzem as IC, como distribuem os seus produtos, serviços e experiências e como são consumidos.

- Trabalho criativo

Tipo de trabalhadores, características dos contextos de trabalho. Como se processa o trabalho em contexto de IC.

Num **QUADRO SÍNTESE** dos tópicos prioritários de investigação obteremos:

Organização e processo criativo (OPC)	Modelos organizacionais nas IC Processo Criativo Design Thinking / Design Consulting Profissionais da área e contextos de trabalho (nomeadamente de incubação)
Novos modelos de negócio (NMN)	O que se produz de novo (produtos, serviços e experiências) Como se caracteriza esta inovação e mudança nos mercados - produção, distribuição e consumo Presença das tecnologias nestes processos
Identidade e Caracterização das IC (ICIC)	IC na economia – impacto, peso dos seus sectores e sub-sectores Especificidade das IC na economia – pequena dimensão, desintegração, Caracterização das IC em quadros nacionais, transnacionais, regionais e urbanos Participação em processos de regeneração urbana Questões de definição / “regionalização” de definições / actualização de definições
Impacto legal (IL)	Impactos legais das novidades e dos modos de actuação dos sectores e sub-sectores das IC

Nos quadros anexos a este documento, percebe-se que a maioria das dissertações já concluídas e em curso no Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas, da Escola das Artes, vai ao encontro destas questões.

Há casos em que o tratamento de outros assuntos se ficou a dever a interesses específicos dos alunos, relacionados com a profissão que exercem e o lugar que ocupam. Mas, mesmo nestes casos, cada aluno integrou a temática abordada no contexto das IC.

Referências

- BOURDIEU, Pierre – *Para uma Sociologia da Ciência*. Lisboa: Edições 70, 2004
- COLLINS, Hilary – *Creative Research. The Theory and the Practice of Research for the Creative Industries*. Lausanne: AVA Publishing, 2010
- DAVIES, Rosamund e SIGTHORSSON, Gauti – *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. Los Angeles: Sage, 2013
- POMBO, Olga – *Interdisciplinaridade e Integração dos Saberes*. Conferência apresentada ao Congresso Luso-Brasileiro sobre Epistemologia e Interdisciplinaridade na Pós-Graduação. Porto Alegre, 21-23 de Junho de 2004. [em linha: Liinc em Revista, v.1, n.1, março 2005, p. 3 -15 <http://www.ibict.br/liinc>]
- SAPSED *et. al.* – *Management Research Priorities in the Creative Industries: A Consultative Review*. DIME Conference: The Creative Industries and Intellectual Property, May 22-23, 2008
- STAINES, Judith; MERCER, Colin – *Mapping of CCI Export and Internationalisation Strategies in EU Member States*. EENC Report, February 2013

**

Programa Creative Europe –

http://ec.europa.eu/culture/media/creative-europe/index_en.htm