

Lisbon, 20 November 2009

Launching Colloquy of
« Heritage and Beyond »
a publication on the contribution of the Council of Europe Framework
Convention on the value of cultural heritage for society (Faro Convention)

Prof Augusto Mateus

A new culture of development



CULTURA, CONHECIMENTO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL: O PAPEL CENTRAL DO PATRIMÓNIO

Augusto Mateus

Colóquio

Património Cultural Ir mais além...

Lisboa

20 Novembro 2009



DUAS NOTAS INICIAIS

“A **Cultura**, o **Conhecimento** e a **Criatividade** constituem os grandes factores de progresso económico num mundo em globalização”

“Só tem **futuro** (“vai” para longe) quem tem **passado** (“vem” de longe)”

O **Património**, nas suas múltiplas formas, assume, por isso, um papel central no **desenvolvimento económico e social**



Um Quadro Analítico



UM NOVO PARADIGMA DE DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL

O desenvolvimento económico tem vindo a ganhar, pelo seu lado, novas dimensões polarizadas pela noção de “**crescimento endógeno**”, que moldam quer as estratégias privadas, quer as políticas públicas, e que colocam no centro do processo de criação de riqueza a eficiência da organização e a **mobilização de recursos humanos qualificados e de conhecimentos científicos e tecnológicos avançados.**

A adesão da União Europeia a estas perspectivas de uma “**Economia baseada no Conhecimento**” traduziu-se, como se sabe, na adopção e renovação da “Estratégia de Lisboa”.



UM NOVO PARADIGMA DE DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL

“Better, Faster, Cheaper”

Melhor, mais rápido, a mais baixo custo

Minimizar recursos

em vez de

Maximizar receitas

Organização, Sistema, Valor

em vez de

Trabalho, Equipamento, Produção

Flexibilidade e Qualidade Total (puxada pela organização)

em vez de

Rigidez e Qualidade parcial (empurrada pela tecnologia)

“Delivered ou Made by”

em vez de

“Made in”

Informação, Conhecimento, Imaterial, Diferenciação



A NECESSIDADE DE UMA VISÃO ALARGADA DA CULTURA

As mudanças de paradigma no desenvolvimento económico e social, integrando crescentemente **novas dimensões culturais e criativas**, têm contribuído para alimentar a construção de uma **visão alargada da “cultura”** onde se encontram diferentes características partilhadas por uma determinada comunidade – modos de vida, sistemas de valores, tradições e modelos de consumo – em processos onde o **conhecimento** desempenha um papel decisivo na respectiva articulação.



O APROFUNDAMENTO DA EXPRESSÃO ECONÓMICA E DA RELEVÂNCIA SOCIAL DA CULTURA

○ **desenvolvimento cultural** arrastou a **extensão e o aprofundamento do sector cultural**, quer na sua **expressão económica**, quer na sua **relevância social**.

As análises recentes do desenvolvimento das sociedades em contextos de concorrência global, nomeadamente, as de natureza económica, geográfica, sociológica e política, convergem, por isso, na identificação do **reforço do contributo da cultura para a criação sustentável de riqueza**, no quadro mais geral da valorização do papel dos factores intangíveis e imateriais.



A INTERPENETRAÇÃO CRESCENTE ENTRE A “ECONOMIA” E A “CULTURA”

A evolução recente das sociedades modernas, em especial das europeias, produziu, de facto, uma **forte interpenetração entre a economia e a cultura.**

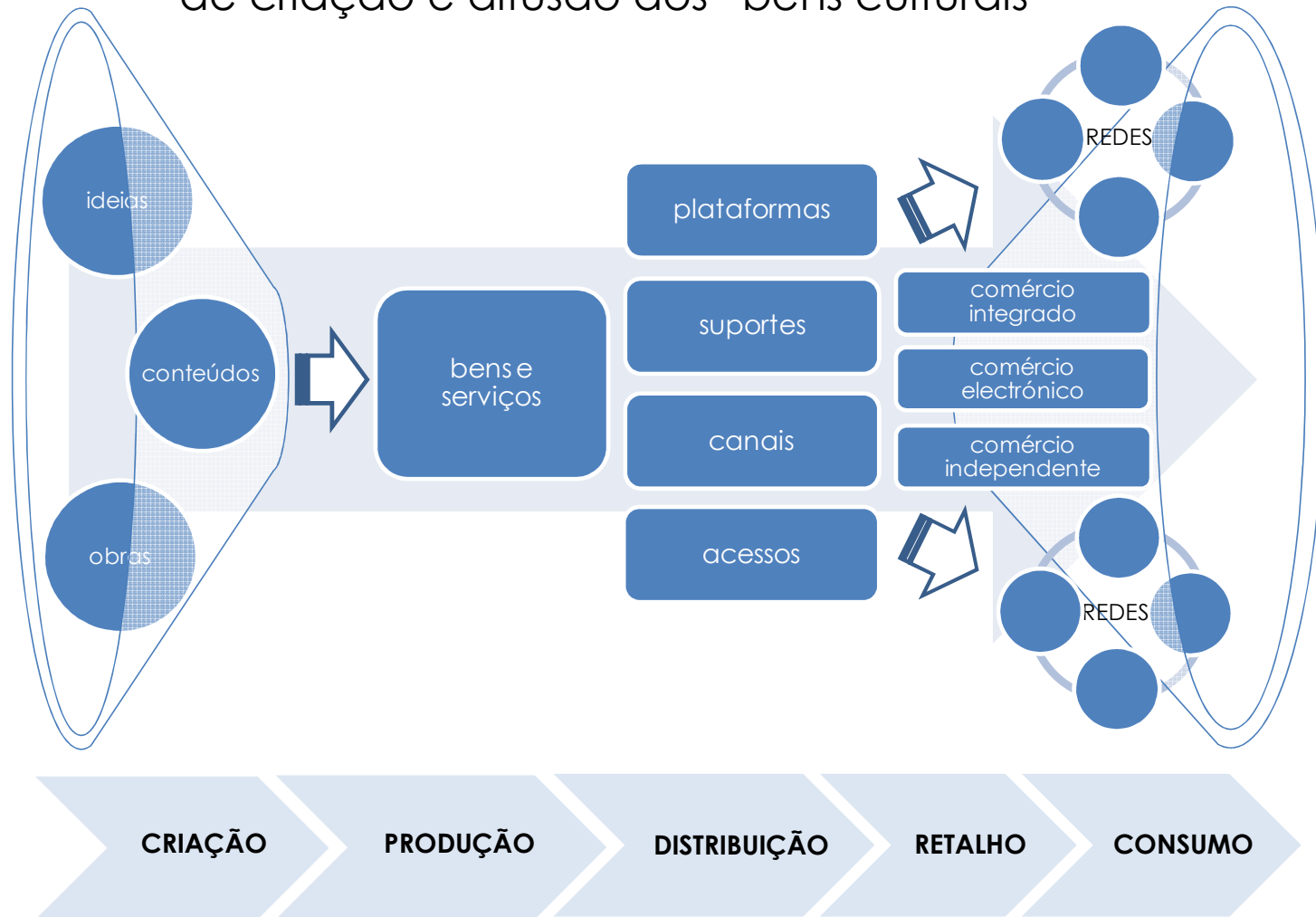
O mercado penetrou a cultura, integrando-a progressivamente em circuitos comerciais alargados de produção e distribuição, ao mesmo tempo que **os conteúdos culturais moldam de forma cada vez mais relevante a produção, distribuição e consumo de bens e serviços económicos.**



SECTOR CULTURAL E CRIATIVO

Uma Cadeia de Valor Específica

O “duplo funil” da diversidade nos processos de criação e difusão dos “bens culturais”



CONFIGURAÇÃO DO SECTOR CULTURAL E CRIATIVO

- “**sector cultural**” em sentido restrito como espaço de afirmação de **bens e serviços públicos e semi-públicos** onde os “stakeholders” centrais são os **cidadãos** portadores de direitos democráticos de acesso à cultura

As “**indústrias culturais**” como espaço de afirmação de **bens e serviços transaccionáveis** onde os “stakeholders” determinantes e centrais são os **consumidores** portadores de hábitos e poderes de compra segmentados

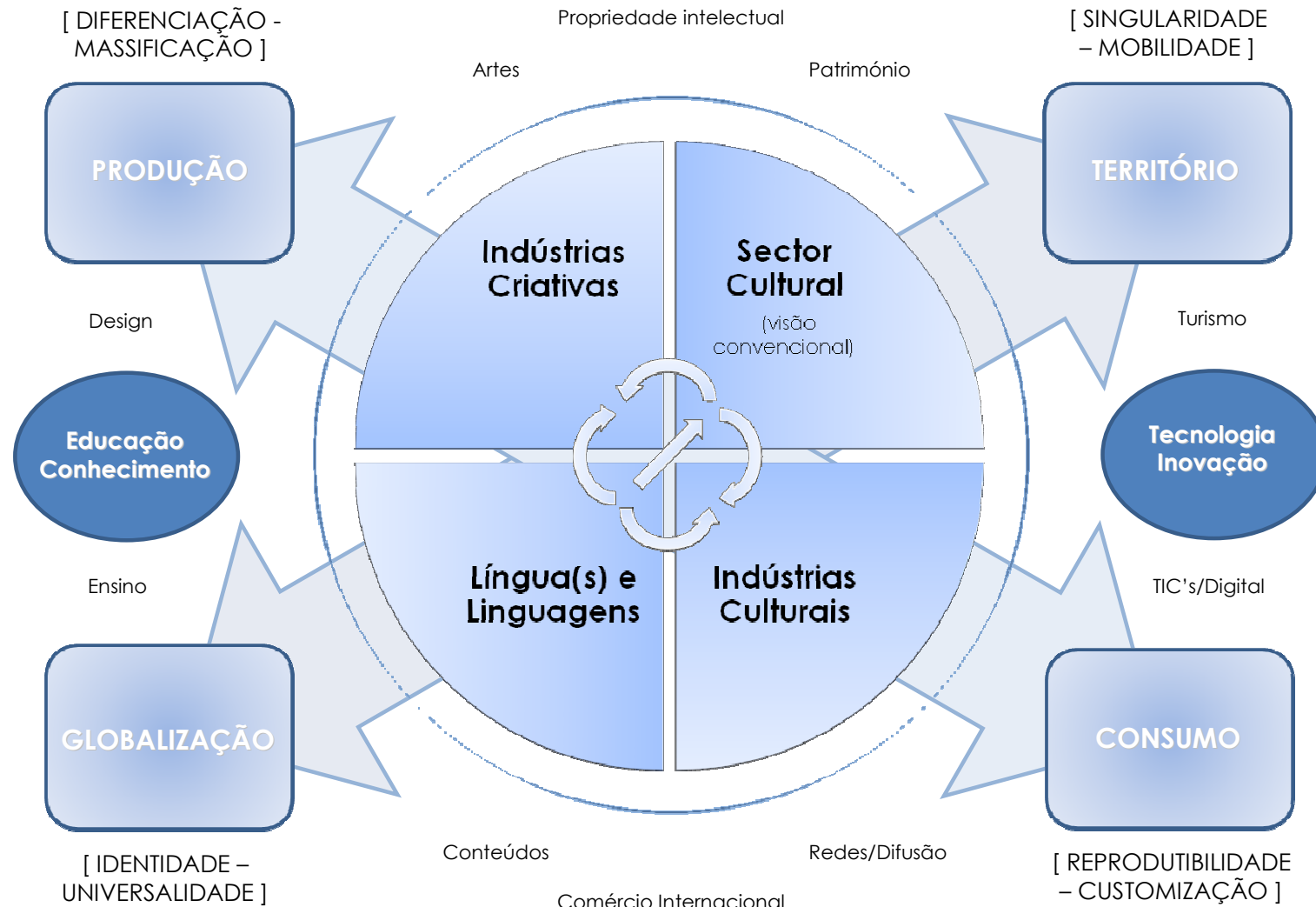
- “**sector criativo**” como espaço de afirmação de **competências e qualificações criativas** onde os “stakeholders” centrais são os **profissionais** portadores de capacidades diferenciadoras.

A(s) **língua(s)** e das **linguagens** que suportam e alimentam as anteriores componentes, seja a “**língua da comunidade**” (português, no nosso caso) como elemento central do património cultural e eixo de diferenciação e segmentação, seja a “**língua da globalização**” (inglês, na presente fase) como eixo de comunicação e conexão global



SECTOR CULTURAL E CRIATIVO

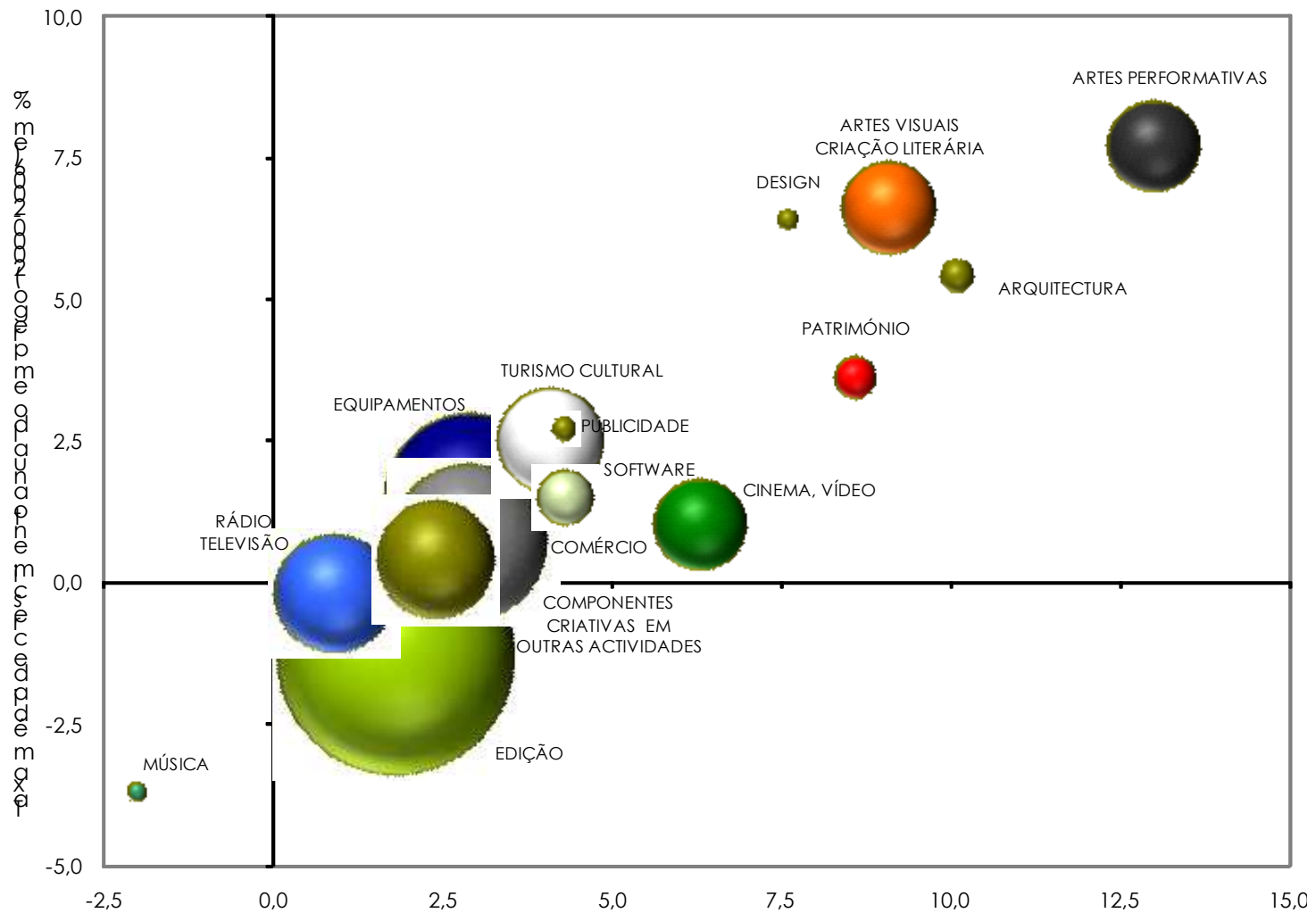
Configuração Global



Alguma Evidência Empírica



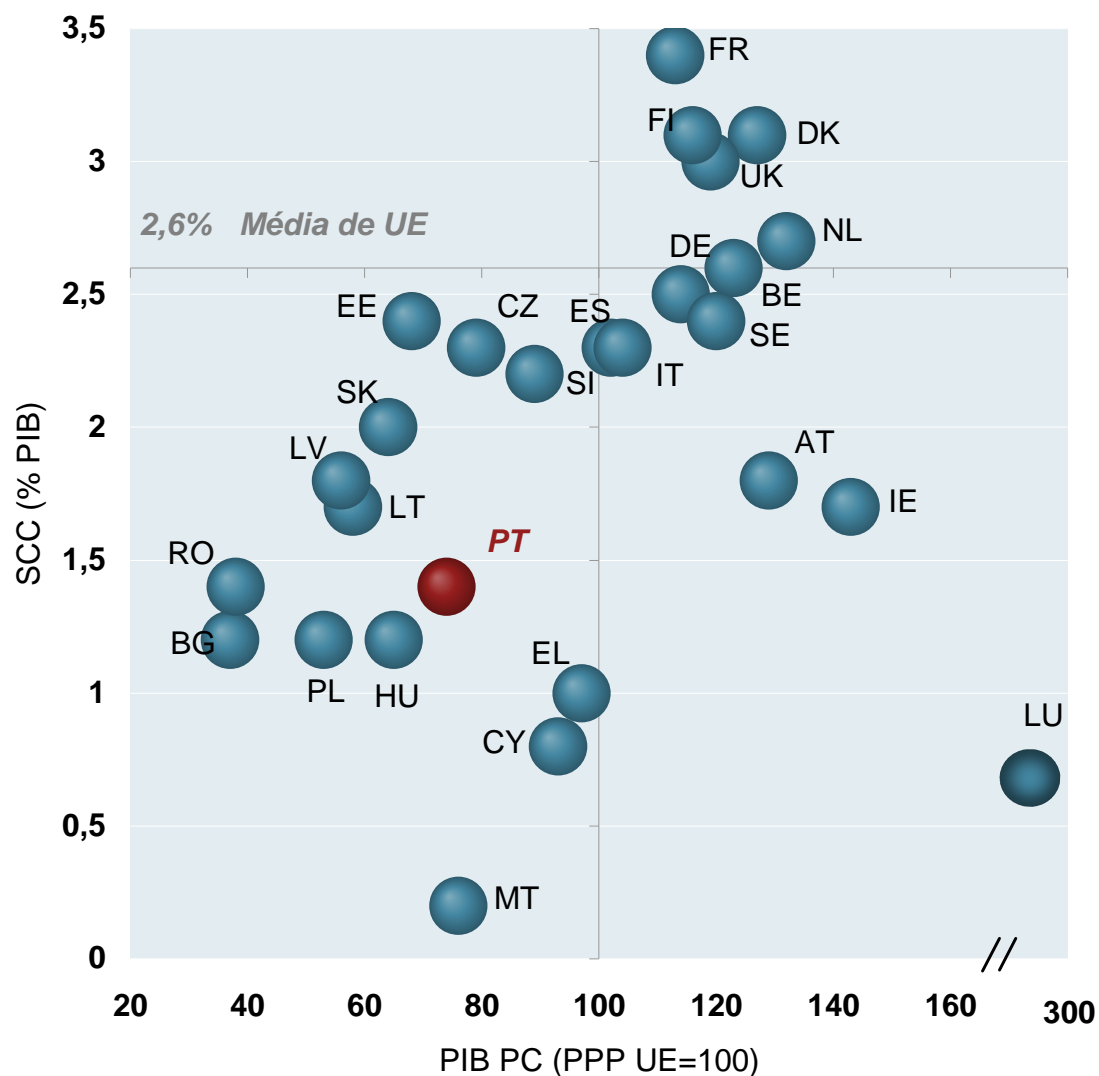
AS DINÂMICAS DESIGUAIS DE CRESCIMENTO NO SECTOR CULTURAL E CRIATIVO EM PORTUGAL



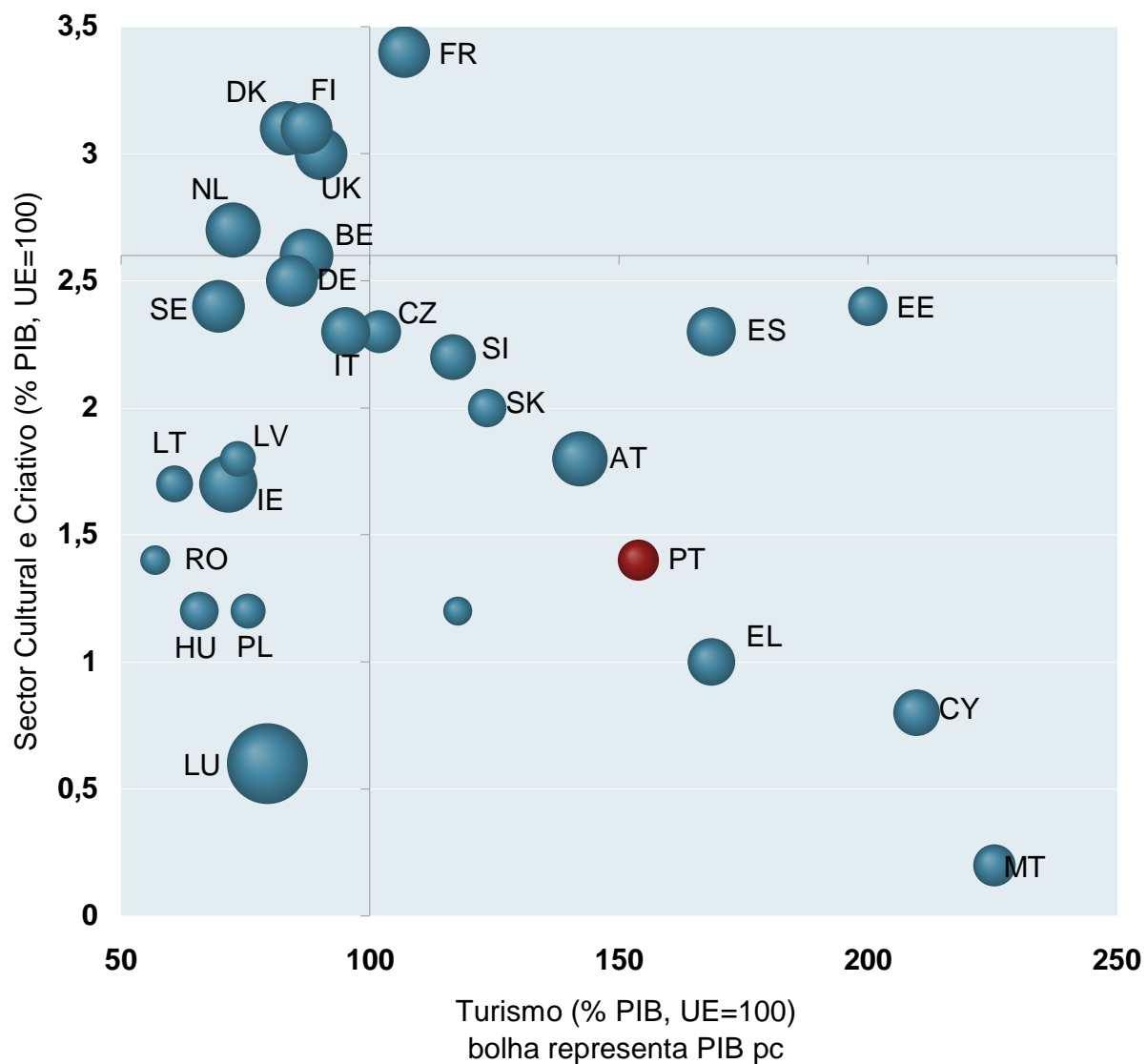
Taxa média de crescimento anual do VAB (2000-2006) em %
 [As "bolhas" representam o peso relativo no Sector Cultural e Criativo em termos de Emprego]



A RELAÇÃO ENTRE O NÍVEL DE VIDA E A DIMENSÃO RELATIVA DO SECTOR CULTURAL E CRIATIVO

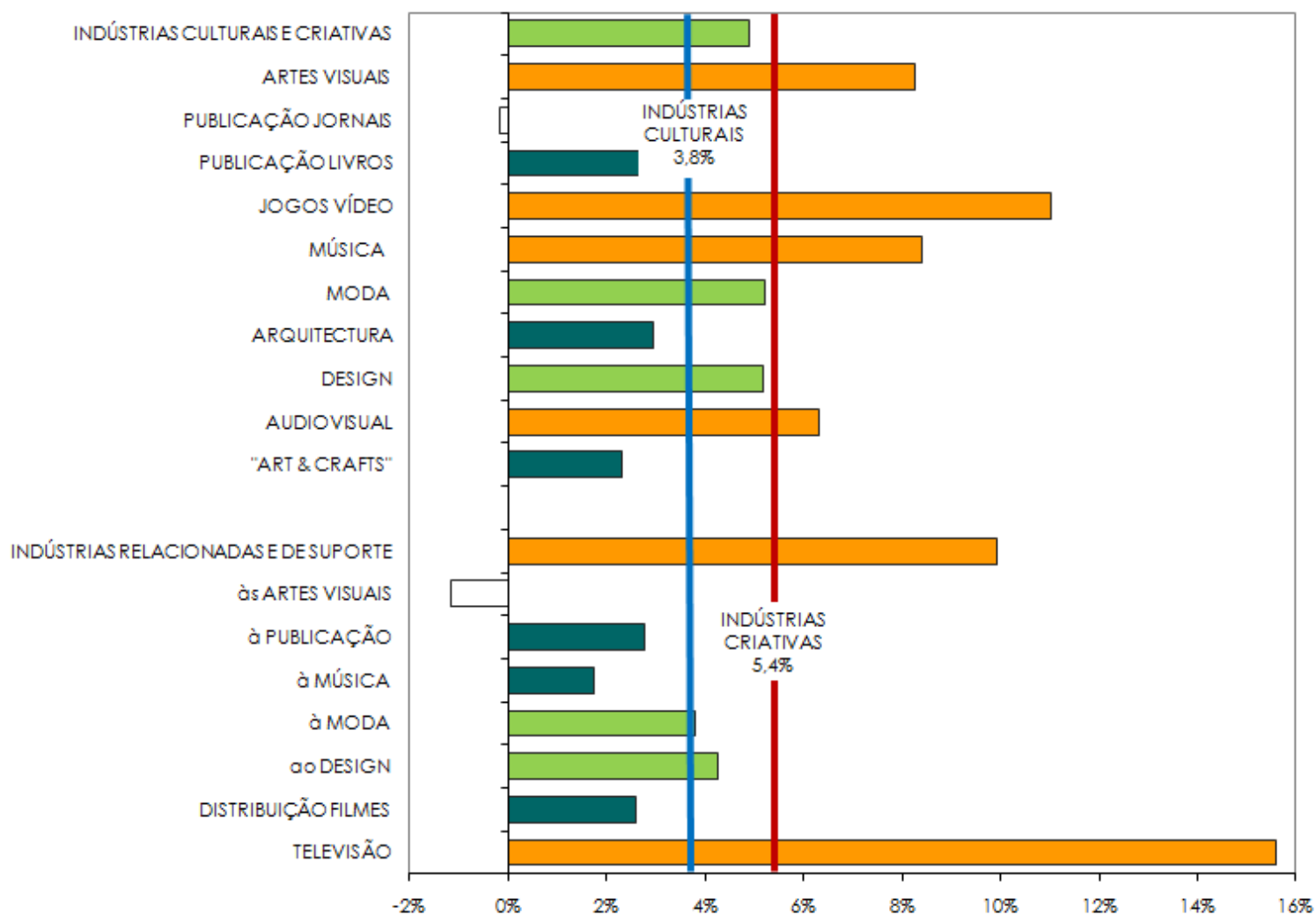


ESPECIALIZAÇÃO NO TURISMO E DIMENSÃO DO DO SECTOR CULTURAL E CRIATIVO

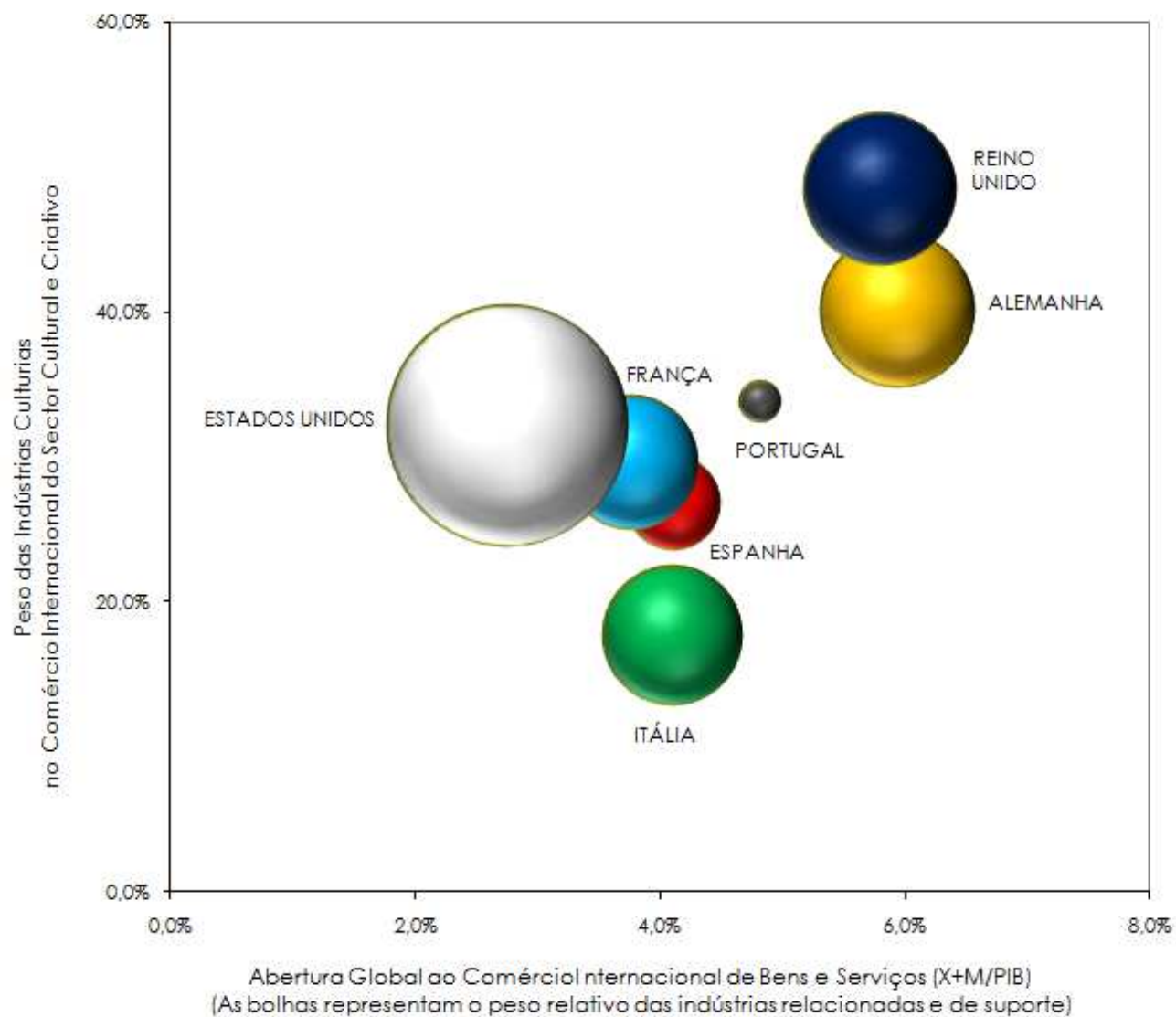


EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES DO SECTOR CULTURAL E CRIATIVO

(taxa média de crescimento anual 1996-2006)



ABERTURA GLOBAL DO SECTOR CULTURAL E CRIATIVO



Notas Finais



CULTURA E CRIATIVIDADE COMO FACTORES DE COMPETITIVIDADE E COESÃO

O sector cultural e criativo assume um papel crescentemente relevante na criação de emprego e de riqueza e na promoção da qualidade de vida das populações, nomeadamente nas cidades, isto é, contribui decisivamente para a **competitividade**, sem a qual não existe **crescimento económico sustentável**, e para a **coesão**, na sua tripla dimensão *económica, social e territorial*, sem a qual não existe **equidade no acesso aos frutos desse mesmo crescimento**, transformando-o em desenvolvimento humano, social e institucional.



O PATRIMÓNIO COMO INVESTIMENTO INTELIGENTE

A presença activa num mundo crescentemente globalizado exige “olhar” a **requalificação e a dinamização do património e a consolidação e desenvolvimento da museologia e de equipamentos culturais relevantes**, como **factores de competitividade**, construindo modelos de desenvolvimento regional capazes de atrair actividades e pessoas.

Os territórios devem construir **alicerces competitivos em redor da cultura** pela inserção em circuitos turísticos internacionais, pela inserção em redes de investigação e desenvolvimento científico aplicadas aos domínios culturais e pela inserção em comunidades criadoras de conteúdos culturais.



O PATRIMÓNIO COMO INVESTIMENTO INTELIGENTE

O investimento na **recuperação e divulgação do património**, na promoção de **eventos de prestígio**, na criação de estruturas físicas duradouras de apoio a **eventos culturais**, deve obedecer a uma lógica de capitalização das vantagens competitivas específicas de cada território e fundamentar lógicas de diferenciação, na descentralização e na internacionalização, associadas ao património artístico e cultural.



O PATRIMÓNIO COMO INVESTIMENTO INTELIGENTE

A **competitividade regional** deve conferir ao **património edificado** um **critério de “mobilidade”**, relacionando-o com formas de valorização imateriais, por via da acentuação da sua qualidade, singularidade, diferenciação e identidade histórica, e complementando-o com uma gama de serviços prestados (circuitos temáticos, informação histórica, animação artística) catalisadora de dinâmicas de fidelização e de disseminação positiva



O PATRIMÓNIO COMO ACTIVO ESTRATÉGICO

A articulação entre a “sociedade do conhecimento” e a “sociedade da informação” faz-se com a **“sociedade da aprendizagem”** que capacita os cidadãos, as organizações e as instituições e reforça a democracia.

O património como **activo estratégico**, e não apenas como “herança”, implica, como no caso do “capital humano, um processo de apropriação de “saber” que é decisivo para concretizar o potencial da inovação e do desenvolvimento tecnológico, isto é, para garantir que o “high tech” serve o “high touch”, das relações humanas e sociais inclusivas, e o “high service”, dos produtos e soluções ao serviço das necessidades das pessoas e das sociedades, “casando” **competitividade e coesão.**

