

panorama

inforegio

29

Primavera de 2009

Criatividade e inovação

Motores da competitividade nas regiões

EDITORIAL

Danuta Hübner

3

SÍNTESE

4-7

Um futuro inovador e criativo para a Europa

8-11

ENTREVISTAS

12-13

EM GERAL

Capital Europeia da Cultura: Liverpool 2008

14-17

NO TERRENO

Empregar a pessoa no seu todo –
a arte como via para um espaço de trabalho criativo

18-19

TERRENO COMUM

Agir em conjunto para promover a criatividade e a inovação

20

PARA SABER MAIS

21

NOS BASTIDORES DA DG REGIO

O futuro da política europeia de coesão

22

NO SEIO DO MUSIKPARK EM MANNHEIM

23

NO SEIO DO CENTER FOR NANOHEALTH (CNH)

24-25

TRABALHAR EM REDE

Quinta Conferência As Regiões e a Mudança Económica –
Trabalhar em rede para obter resultados

26

O ÚLTIMO E O PRÓXIMO NÚMEROS

27

AGENDA

28

DÊ-NOS A SUA OPINIÃO

Fotografias (páginas):

Capa © EC

Páginas 3, 4, 5, 8/9, 18, 19, 21, 24/25, 26 – © EC

Página 6/7 – © Conseil général de la Savoie

Páginas 9, 11, 12/13, 27 – © iStockphoto

Páginas 14-17 – © Peter Claesson

Página 22 – © Ivo Kljuce (Musikpark Mannheim GmbH)

Página 23 – © Tim Claypole

Editor: Raphaël Goulet, Comissão Europeia, DG Política Regional

Esta revista é impressa, em papel reciclado, em alemão, francês e inglês.

Encontra-se disponível em linha em 22 línguas no seguinte endereço electrónico: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_pt.htm

As opiniões expressas na presente publicação vinculam apenas os seus autores e não reflectem, necessariamente, os pontos de vista da Comissão Europeia.



Vivemos no seio de uma UE dinâmica e rica em diversidade, que transborda de energia criativa e de ideias inovadoras. Como afirmou um orador, numa recente conferência, as regiões são “suficientemente grandes para que se importem com elas e suficientemente pequenas para que se preocupem com elas” e, por isso mesmo, ocupam uma posição ideal para poder fomentar essa riqueza natural e fazer todo o possível para promovê-la.

Esta edição de Panorama sublinha a importância da criatividade e da inovação como meios para conseguir uma Europa saudável e próspera, o que a própria Comissão, no seu conjunto, reconheceu ao designar 2009 como Ano da Criatividade e da Inovação. Ao longo de todo este ano, a Comissão vai promover o debate sobre a maneira de reforçar o potencial criativo e inovador da Europa e sobre o modo de sensibilizar os cidadãos e as instituições para a importância da criatividade e da inovação como importantes motores do desenvolvimento pessoal, social e económico.

O debate levanta uma série de questões. Como definir os termos-chave criatividade, inovação e cultura? Como é que esses termos se inter-relacionam? Como podem a cultura e a criatividade suscitar a inovação? A arte e os negócios são como a água e o azeite que nunca se misturam ou podem alimentar-se entre si? Como ajudar as pessoas a libertar todo o seu potencial de modo a se tornarem criativas e inovadoras? Qual é o papel da educação e da aprendizagem ao longo da vida? Serão capazes de reforçar o dinamismo, a confiança em si próprias e a criatividade das nossas populações?

Panorama examina algumas dessas questões-chave e analisa os projectos que melhor ilustram o modo como a criatividade e a inovação podem desencadear mudanças.

Espero que a designação de 2009 como Ano da Criatividade e da Inovação nos permita recordar em permanência a necessidade de prosseguir os nossos esforços de modernização e de inovação.

Neste contexto de crescente competitividade e de importantes desafios a nível global, as práticas inovadoras e as soluções criativas constituem um trampolim para o crescimento e o bem-estar das nossas regiões e dos nossos países. Competências, ideias e processos, são aspectos que se devem combinar para nos ajudar a obter uma vantagem a nível da competitividade.

A Europa não devia reagir à crise reduzindo o investimento em competências e inovação. Devemos ter a ousadia de confiar na qualidade das nossas ideias e na nossa capacidade humana de adaptação. E também temos, evidentemente, de fazer com que o financiamento público disponível funcione melhor e produza melhores resultados.

Danuta Hübner

Comissária responsável pela Política Regional

“
As práticas inovadoras e as
soluções criativas constituem um
trampolim para o crescimento e o
bem-estar das nossas regiões e dos
nossos países

”

UM FUTURO INOVADOR E CRIATIVO

PARA A EUROPA

2009 – O Ano Europeu da Criatividade e da Inovação pretende inspirar uma reformulação geral do que se entende por criatividade e inovação e qual a sua contribuição para o nosso desenvolvimento pessoal, económico e social. A ideia é vasta e as palavras difíceis de definir e embora este domínio atraia cada vez mais investigadores, por agora os resultados são difíceis de quantificar. Não existe, no entanto, qualquer dúvida de que se a UE quiser continuar a ser competitiva e promover os valores comuns aos seus Estados-Membros, tem de explorar estas questões.

Definir ideias e desenvolver políticas

Inovação e economia do conhecimento, mudança para uma economia criativa, educação para a criatividade e inovação, criatividade e inovação do sector público, diversidade cultural como instrumento da criatividade e inovação, desafios do desenvolvimento sustentável, potencial das indústrias criativas e culturais – todas estas questões serão abordadas numa série de debates que se vão realizar ao longo do ano.

Enquanto estes debates se realizam em Bruxelas, nas regiões da UE o Ano da Criatividade e Inovação procurará:

- criar ligações mais estreitas entre as artes, as empresas, as escolas e as universidades;
- aumentar a sensibilidade dos jovens para o espírito empreendedor através da cooperação com o mundo empresarial; e
- desenvolver a capacidade de inovação em organizações públicas e privadas.

Para ajudar a manter as pessoas centradas nos temas, foram seleccionadas personalidades eminentes de toda a Europa que serão embaixadores do Ano. Muitas destas personalidades conhecidas, por exemplo, do mundo da música, da investigação científica e da arquitectura, divulgaram as suas ideias sobre o que se entende por 'criatividade' e 'inovação' no sítio web dedicado ao Ano.

Manter a Europa competitiva

Ideias criativas e soluções inovadoras são fundamentais para ajudar a Europa a emergir da sombra da crise económica que surgiu no final de 2008. "Estimular a competitividade e o emprego na Europa, especialmente neste difícil clima económico, exige novas ideias e um pensamento progressista", explica a Comissária responsável pela Política Regional, Danuta Hübner.

A política basilar da UE é a Estratégia de Lisboa para o crescimento e o emprego e o Ano procura dar mais ênfase à imaginação, cultura, criação e inovação para apoiar os objectivos definidos na Estratégia.

Mas existe o perigo de as organizações públicas e privadas, ao apertarem o cinto, também apertarem os seus orçamentos relativos a actividades cujos resultados são difíceis de quantificar e que têm um lento retorno. "A Europa não devia reagir à crise reduzindo o investimento em competências e inovação. Devemos ter a ousadia de confiar na qualidade das nossas ideias e na nossa capacidade humana de adaptação. E também temos, claro, de fazer com que o financiamento público disponível funcione melhor e produza melhores resultados", alerta a Comissária Hübner.

Quando a UE avalia a sua orientação estratégica para a próxima década e mesmo para além, pede-nos para pensar o que entendemos por criatividade e inovação e como promovê-las a todos os níveis: político, profissional e pessoal.





Os projectos inovadores aqui apresentados hoje constituem uma demonstração clara de como a Política de Coesão pode fazer a diferença e são uma verdadeira inspiração para outras regiões europeias

Comissária responsável pela Política Regional, Danuta Hübner



Premiados os projectos mais inovadores da Europa com os RegioStars

Da Valónia à Reunião, a atribuição dos prémios RegioStars de 2009, realizada em Bruxelas, em 16 de Fevereiro, acolheu as ideias mais brilhantes dos quatro cantos da UE.

Projectos co-financiados pelo FEDER competiram pelo reconhecimento dos mais inovadores no seu domínio, numa de três categorias: investigação, desenvolvimento tecnológico e inovação; adaptação ou mitigação das alterações climáticas; e anúncio audiovisual salientando a contribuição da política de coesão.

As Diple Printing Technologies, do País de Gales, Reino Unido, juntamente com o centro Cenaero Recherches, da Valónia, Bélgica, foram os vencedores na categoria de inovação. O projecto Diple foi premiado pelo seu êxito na pesquisa de uma impressão industrial avançada com reduzido impacto ambiental. Estes conhecimentos foram depois transferidos para a generalidade das empresas de impressão do País de Gales, onde este sector é fundamental.

Cenaero Recherches é um centro de excelência que dá apoio às empresas aeronáuticas da Valónia nos seus esforços de inovação, fornecendo-lhes conhecimentos em simulação digital e métodos de modelação.

A Central de Produção de Electricidade Fotovoltaica em Meio Tropical, na ilha da Reunião, França, venceu na categoria 'alterações climáticas'. O projecto dá resposta ao desafio de adaptar a tecnologia das células solares aos rigores de uma ilha tropical com poucos terrenos planos e pouco espaço aberto. Ao arranjar soluções para os problemas causados pela elevada velocidade do vento, como a utilização de painéis flexíveis, e pela falta de espaço aberto, resolvida com a colocação de painéis em aterros cobertos, o projecto contribuiu para o avanço da ilha para a auto-suficiência energética.

"Conhece o QREN?" foi o curto documentário público que venceu a categoria 'audiovisual'. Realizado pelo Ministério da Economia da Grécia e contando com a participação de um actor famoso, o filme explicava como as prioridades da política de coesão na Grécia são atingidas.

"Os projectos inovadores aqui apresentados hoje constituem uma demonstração clara de como a política de coesão pode fazer a diferença e são uma verdadeira inspiração para outras regiões europeias", explicou a Comissária responsável pela Política Regional, Danuta Hübner.

PARA REFLECTIR...

"A criatividade pode ser considerada como a fonte última da inovação – ou seja, transformar ideias criativas em produtos ou serviços. Neste sentido, a criatividade está sempre presente quando a inovação produz resultados económicos."

Hübner –

As Regiões e a Mudança Económica, 2009

"Um dos meios essenciais para assegurar o crescimento futuro consiste em explorar o potencial de inovação e de criatividade dos cidadãos europeus, com base na cultura e na excelência científica europeias."

Conclusões da Presidência, Conselho Europeu, 13-14 de Março de 2008

"A criatividade e a inovação não podem conduzir a economias sustentáveis se não for respeitada a diversidade cultural, que em si mesma é fonte de criatividade e de inovação."

Ján Figel, Comissário responsável pela Educação, Formação, Cultura e Juventude –
As Regiões e a Mudança Económica, 2009

O estudo 'A Economia da Cultura' (KEA) ilustra brilhantemente o potencial multifacetado do sector cultural: em 2004 havia 5,8 milhões de pessoas, na então UE-25, empregadas neste sector (3,1% da população total empregada na UE-25); embora o sector correspondesse a 2,6% do PIB da UE, o volume de negócios representava 654 mil milhões de euros. O mesmo estudo também explica que a função económica da cultura é extremamente importante a nível regional/local, uma vez que a cultura é um motor para o aparecimento de centros criativos e de desenvolvimento local (por exemplo, festivais e turismo cultural).

A inovação e a política de coesão – como tudo se passou até ao presente

“O nível regional é muito importante para as acções quando se trata de criar inovação e criatividade para o desenvolvimento económico. Somos suficientemente grandes para se importarem connosco e suficientemente pequenos para se preocuparem connosco”. As regiões e as cidades são as principais forças-motrizas.” Rudolf Niessler, Director da DG Regio, As Regiões e a Mudança Económica, 2009.

A política de inovação europeia foi evoluindo ao longo dos tempos. Nos anos 70 centrou-se na I&D, nos anos 80 baseou-se na transferência de conhecimentos. Nos anos 90 reconheceu-se que a inovação não é um processo linear (investigação - desenvolvimento - exploração), mas antes o produto de um sistema mais complexo, que envolve uma rede de intervenientes, nomeadamente universidades, investigadores, autoridades públicas e empresas.

Para o programa da política de coesão 2007-2013, a inovação é considerada como o meio determinante para atingir o crescimento sustentável. Abarca a ideia de incentivar clusters de actividades para maximizar o potencial/força em números.

Como a inovação beneficiou do apoio da política de coesão

A política de coesão apoia a inovação através do co-financiamento concedido pelos fundos estruturais e do reforço da governação regional baseada naquilo que é, em si mesma, uma política inovadora de parceria, desenvolvimento estratégico programado e avaliação. Os regulamentos que regem o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) tratam a inovação, globalmente, em quatro artigos.

Em 2006, a Comissão apelou a uma abordagem mais integrada da inovação e identificou novas áreas de acção. A isto seguiu-se um apelo do Parlamento Europeu para que uma parte substancial do financiamento dos Fundos Estruturais fosse investida em conhecimento, inovação e formação.

No entanto, as práticas inovadoras podem ser lentas a evoluir e a produzir frutos. Uma vez que há um certo grau de risco e que os resultados são difíceis de quantificar, é preciso tempo e segurança. Ao permitir que as autoridades públicas executem programas a médio e longo prazo, é possível desenvolver um apoio integrado para diversos aspectos do desenvolvimento económico e social. Os empresários e os investigadores ou os psicólogos educacionais e as autoridades locais, por exemplo, podem associar-se e ser-lhes dado tempo para colaborarem de forma inovadora. O financiamento de médio a longo prazo permite o necessário planeamento estratégico.

Os programas da política de coesão que visam o nível regional constituem um meio particularmente eficaz para promover a inovação, uma vez que as regiões proporcionam proximidade, que é essencial para estimular a interacção entre produtores, utilizadores e mediadores de conhecimento.

Contribuição da cultura para a coesão – um vector de criatividade e inovação na Europa

Embora a inovação seja acolhida muitas vezes como um meio de avançar para uma sociedade mais coesa e sustentável, exige mudanças que podem tornar as pessoas apreensivas. Como instrumento de coesão social e territorial, a cultura ajuda a estabelecer um equilíbrio entre tradição e inovação, permitindo o diálogo intercultural e intergeracional e aumentando a integração em sociedades multiculturais. Como catalisadora de desenvolvimento económico, a cultura pode contribuir para o desenvolvimento e a renovação urbanos e para o crescimento e emprego locais.

Quase 30% da despesa em I&D na UE-27 está actualmente concentrada em 12 regiões, seis das quais se situam na Alemanha, duas em França e uma na Bélgica, Dinamarca, Itália e Suécia, respectivamente.

As 15 principais regiões que gastam pelo menos 3,5% do PIB em investigação e desenvolvimento situam-se na Alemanha (6), Suécia (4), Finlândia (3), França (1) e Reino Unido (1).

Mais de 86 mil milhões de euros ou 25% da totalidade dos Fundos Estruturais são atribuídos à agenda da inovação, que abrange a investigação e inovação, exploração das TIC, medidas relacionadas com o espírito empresarial e inovação no local de trabalho.

Foram atribuídos mais 6 mil milhões de euros para infra-estruturas e serviços culturais e para a preservação do património cultural.

As estratégias regionais e locais apoiadas pela política de coesão integraram com êxito a cultura na promoção da inovação e da criatividade em domínios como:

- Património cultural;
- Desenvolvimento do turismo sustentável;
- Desenvolvimento socioeconómico com parcerias entre o sector criativo, a indústria, a investigação e outros sectores; e
- Revitalização das economias locais através do aumento de infra-estruturas e serviços culturais.

Uma sentinela alpina

Quando se caminha pela grandiosa paisagem dos Alpes franco-italianos, nem sempre é a obra da natureza que nos deslumbra – por vezes é também o trabalho dos homens. Grandes construções fortificadas elevam-se acima de despenhadeiros e penhascos, explorando as vantagens naturais da topografia – recordações dramáticas de tempos agitados que já passaram.

Pagar a conservação destas construções constitui um grande problema. No entanto, o turismo cultural pode ser parte da solução.

Um projecto financiado pelo INTERREG IIIA, 2000-2006, rendeu homenagem a estas construções imponentes, reunindo um conjunto de pessoas dos sectores público e privado em ambos os países. Proporcionou-lhes acções de formação e seminários e promoveu a criação de contactos em rede transfronteiras para manter os gestores a par das últimas novidades em matéria de preservação de sítios e de turismo cultural. Para além de ajudar estes sítios a beneficiarem plenamente do turismo, o projecto apoiou igualmente a investigação sobre a arquitectura, história e antropologia que estiveram na origem destes monumentos.

Uma série de exemplos no terreno formam um mosaico de estratégias regionais em que a cultura foi utilizada como instrumento de desenvolvimento local e regional e de coesão social. Um estudo independente, a lançar pela Comissão nos próximos meses, permitirá uma ilustração mais concreta da contribuição da cultura para o desenvolvimento económico das regiões e cidades europeias através da política de coesão comunitária.

É evidente que será bem acolhida qualquer exploração futura das ligações positivas entre cultura, criatividade, inovação e economia em sentido lato. Embora não haja dúvida que os sectores cultural e criativo podem promover a inovação noutros sectores da economia, surgem três questões:

- Como é que a cultura pode contribuir para o desenvolvimento de competências criativas num quadro de aprendizagem ao longo da vida?
- Como é que a cultura pode contribuir para o desenvolvimento de soluções criativas no local de trabalho, inclusive através da inovação social?
- Como é que a cultura pode contribuir para a criação de novos serviços e produtos?

Regiões 2020 – Papel da criatividade e da inovação na resposta aos desafios do futuro

“A capacidade de desenvolver novas ideias e transformá-las em produtos e serviços inovadores é essencial para o desenvolvimento regional.” Katarina Mathernova, Directora-Geral Adjunta, DG Regio.

Perante a turbulência que varre os mercados financeiros em todo o mundo e a imprevisibilidade da dinâmica de mudança que a UE enfrenta à medida que avança para uma nova década, foi realizada uma análise dos desafios que a Europa tem pela frente.

Regiões 2020 identifica quatro desafios fundamentais a que só pode ser dada resposta através de um pensamento criativo e inovador:

• Globalização

O progresso científico e tecnológico está a ser orientado pela globalização, o que torna a inovação e o conhecimento mais importantes do que nunca. A abertura de novos mercados cria novas oportunidades, mas põe igualmente à prova a capacidade da Europa para se adaptar às mudanças estruturais e resolver as consequências sociais daí resultantes. A transformação numa economia baseada no conhecimento e em serviços é tão fundamental como a anterior mudança da agricultura para a indústria.

• Alterações demográficas

A estrutura etária e de emprego da nossa sociedade vai ter de mudar. A eficácia económica e a igualdade entre idades são questões que se tornam cada vez mais prementes, exigindo soluções inovadoras. É preciso mudar a forma como tratámos os problemas que surgiram em fases anteriores do desenvolvimento da UE, para dar uma resposta adequada à própria natureza evolutiva dos problemas. De igual modo, os problemas migratórios exigem uma abordagem inovadora porque a pressão nas regiões mais pobres do mundo aumenta devido às alterações climáticas e à escassez de recursos naturais.

• Alterações climáticas

O impacto das alterações climáticas está no topo da agenda europeia. A sua redução através do controlo de gases com efeito de estufa e a adaptação a mudanças inevitáveis no futuro precisam urgentemente de todas as soluções criativas e inovadoras possíveis.

• Fontes de energia seguras, sustentáveis e competitivas

Um abastecimento limitado associado a um aumento da procura e ao imperativo ambiental de reduzir as emissões de carbono exige soluções inovadoras.

Temos de combinar, de forma criativa e inovadora, os domínios de intervenção em matéria de ambiente, energia, assuntos sociais, desenvolvimento económico, educação e inovação e cultura para fazer face aos desafios que temos pela frente.

DIRK AHNER

Director-Geral, Comissão Europeia, Direcção-Geral da Política Regional

Numa recente conferência, um dos oradores exprimiu a ideia de que a UE não podia continuar a ser competitiva, num mundo globalizado, graças apenas à sua produtividade. Actualmente, a inovação e a criatividade têm de se tornar as palavras de ordem. Partilha esta opinião?

Sim, estou de acordo com esse ponto de vista. Se quisermos continuar a competir num mundo cada vez mais globalizado, devemos evoluir para uma economia cada vez mais baseada no conhecimento. Infelizmente, parece que o atraso da Europa em matéria de inovação continua a acentuar-se, em relação a alguns dos seus principais concorrentes. Um atraso que poderia ser imputado, em parte, ao facto de que a Europa, muitas vezes, se mostra incapaz de transformar o desenvolvimento tecnológico em produtos e processos comerciais. Este é um assunto que requer que sejam tomadas medidas em várias frentes: mais investimentos em investigação e tecnologia, promoção da inovação através de produtos, processos e serviços novos ou melhorados que possam resistir à competição internacional e um maior apoio aos ramos criativos e inovadores da economia. Além disso, existem inúmeros argumentos que demonstram que a cooperação e a proximidade são muito importantes quando se trata de melhorar a criatividade e a inovação. É por essa razão que as políticas de desenvolvimento regional podem desempenhar um papel crucial como motores de progresso.

O que poderia ser feito, no domínio das suas competências, para promover a criatividade e a inovação a nível nacional e regional?

A criatividade e a inovação estão no centro dos nossos esforços para promover um crescimento rápido e a criação de mais postos de trabalho. No que respeita à área da política europeia de coesão, nunca como actualmente se havia reconhecido a inovação como uma política prioritária e, aliás, ela constitui um dos principais objectivos dos programas da política de coesão para o período de 2007-2013. Durante esse período, os investimentos em inovação vão triplicar em comparação com o anterior período de programação (2000-2006). A política de coesão atribui cerca de 86 milhares de milhões de euros à I&D (a quarta parte dos recursos da política de coesão). Uma grande parte desse envelope financeiro destina-se a fomentar a criação de redes, a cooperação e a constituição de "clusters" (agrupamentos de empresas). Dado que a inovação é um factor-chave para alcançar e manter uma vantagem competitiva a nível da economia global, estes investimentos massivos a título da política de coesão deveriam poder estimular, acelerar e apoiar a transformação económica e social das regiões europeias e da Europa, no seu todo. Neste contexto, é de salientar a importância da cooperação entre regiões fazendo parte ou não do mesmo país. As fronteiras entre regiões ou entre países não deveriam constituir um obstáculo ao desenvolvimento de áreas funcionais, como os distritos industriais ou os "clusters". Isto também faz parte do processo de integração europeia.

A cooperação territorial, sob a forma de cooperação transfronteiriça entre micro-regiões situadas perto de uma fronteira, ou sob a forma de cooperação transnacional entre macro-regiões como a do Mar Báltico, pode ajudar a estimular a criatividade e a inovação através de múltiplos contactos, intercâmbios ou projectos de desenvolvimento comuns.

De que outras oportunidades dispõem as regiões que desejem cooperar mais estreitamente para estimularem a criatividade e a inovação?

O compromisso assumido em relação à criatividade e à inovação não se limita ao financiamento. A política europeia de coesão visa promover a cooperação, no seio da vasta rede das regiões europeias, através do apoio ao intercâmbio de experiências e de boas práticas e ao desenvolvimento de novas oportunidades. Entre essas oportunidades podemos citar as redes relativas à iniciativa "As regiões protagonistas das transformações económicas", redes destinadas a reforçar o intercâmbio de experiências e a apoiar a inovação. Um dos temas principais da iniciativa "Regiões protagonistas das transformações económicas" é, sem dúvida, o que visa melhorar os conhecimentos e a inovação para aumentar o crescimento. Muito importante para nós, no contexto desta iniciativa, é que programas de desenvolvimento regional levem em conta as lições aprendidas e as ideias desenvolvidas no seio das redes e as traduzam em acções concretas.



“As políticas de desenvolvimento regional podem desempenhar um papel crucial como motores de progresso”



KARL-HEINZ BRANDENBURG

Professor e inventor do MP3

Um dos embaixadores do Ano da Criatividade e da Inovação, o Professor Karl-Heinz Brandenburg, é um investigador no domínio das tecnologias da informação e da comunicação, Director de Investigação na área das técnicas dos media electrónicos e Director do Instituto Fraunhofer para as tecnologias dos media digitais. Os seus trabalhos estão na base do desenvolvimento do MPEG Layer-3 (MP3), do MPEG-2 Advanced Audio Coding (AAC) e de muitos outros métodos de codificação de áudio.

Numa recente conferência, um dos oradores exprimiu a ideia de que a UE não podia continuar a ser competitiva, num mundo globalizado, graças apenas à sua produtividade. Actualmente, a inovação e a criatividade têm de se tornar as palavras de ordem. Partilha esta opinião?

Na realidade, desde há muito tempo que essa constatação é válida. No contexto de economia globalizada em que vivemos, a Europa não é a região que possui mais recursos naturais e também já não é o atelier do mundo. Só as mais recentes tecnologias e as ideias inovadoras poderão permitir à Europa de competir a nível da economia global. Essas ideias inovadoras, quer se trate de produtos, quer se trate de serviços, são, hoje em dia, a nossa verdadeira riqueza.

Existem estudos que demonstram que, mesmo actualmente, muitas empresas obtêm importantes percentagens com a venda de produtos que só desenvolveram nos últimos cinco anos. Em alguns sectores, já existe uma separação evidente entre empresas que se contentam com desenvolver e vender as suas ideias, outras que as fabricam e, finalmente, empresas que vendem o produto final, muitas vezes utilizando a sua própria marca. Nesta divisão internacional do trabalho, é importante contribuir, tanto quanto possível, com ideias e inovações.

O que poderia ser feito, no domínio das suas competências, para promover a criatividade à escala europeia, nacional e regional?

Devemos pensar à escala global e promover a criatividade e a inovação a diferentes níveis: o sistema escolar é importante, assim como os institutos de formação contínua e as universidades. Se ficarmos para trás neste domínio, nunca

vamos conseguir ser mais criativos ou inovadores que os outros. A criatividade e a inovação são também uma questão de mentalidade: aqueles que só se interessam pelos seus próprios domínios e pela maneira de progredir neles, estão condenados ao fracasso. O mais importante a nível da criatividade é precisamente "sair dos caminhos trilhados", abandonar o quadro do pensamento compartimentado.

A ciência também se tornou global. As publicações científicas são acessíveis a todos no mundo inteiro e os cientistas estão habituados a cooperar à escala mundial. Devemos encorajar este tipo de colaboração e pôr de lado os egos nacionais. Esta é a melhor maneira de servirmos os nossos próprios interesses a nível regional, nacional e europeu. A investigação e o desenvolvimento e as indústrias criativas devem ser encorajadas para lá das nossas regiões e contar com um maior reconhecimento por parte da sociedade. O "Ano da Criatividade e da Inovação" está a contribuir para nos tornar mais conscientes em relação a estes imperativos, mas temos de definir, igualmente, quais são as verdadeiras prioridades a nível da educação e da investigação.

A criatividade não é algo reservado aos artistas? Em que medida é que interessa um engenheiro como o senhor?

Mesmo numa área como a da engenharia, é importante "sair dos caminhos trilhados". As ciências da engenharia têm por objectivo desenvolver tecnologias capazes de ajudar as pessoas, capazes de facilitar as nossas vidas a fim de melhor as aproveitarmos. Se eu seguisse sempre pelo mesmo caminho, acabaria por me aborrecer e deixaria de ser capaz de resolver os problemas actuais. "Impossível" é uma resposta inaceitável hoje em dia, na medida em as leis fundamentais da física são respeitadas! Os engenheiros devem estar sempre preparados para dar respostas inesperadas a problemas bem conhecidos – é precisamente a isso que chamamos "invenção". A propósito, inúmeros engenheiros são também muito criativos no domínio das artes. De facto, vários dos meus colegas do Instituto Fraunhofer são também músicos.

“ Só as mais recentes tecnologias e as ideias inovadoras poderão permitir à Europa de competir a nível da economia global ”



ODILE QUINTIN

Directora-Geral, Comissão Europeia, Direcção-Geral da Educação e Cultura



Numa recente conferência, um dos oradores exprimiu a ideia de que a UE não podia continuar a ser competitiva, num mundo globalizado, graças apenas à sua produtividade. Actualmente, a inovação e a criatividade têm de se tornar as palavras de ordem. Partilha esta opinião?

A inovação e a criatividade são dois factores determinantes dos quais vão depender os nossos futuros níveis de vida. A Europa tem de se tornar mais inventiva, mais inovadora e reagir de maneira mais proactiva às tendências do mercado. Estas necessidades já foram reconhecidas a nível das mais altas instâncias políticas. Há cerca de dois anos, foi lançada uma importante estratégia para a União Europeia baseada na inovação e passos significativos já foram dados nessa direcção.

A capacidade de inovação depende de múltiplos factores. A criatividade é um deles e o seu potencial ainda não foi completamente explorado. A ligação entre criatividade e inovação exige investimentos judiciosos capazes de induzir soluções inovadoras e sustentáveis e de angariar benefícios para as nossas economias e sociedades. Esta é a mensagem-chave do Ano Europeu da Criatividade e da Inovação, mensagem que adquire todo o seu significado no contexto da actual crise financeira.

O que poderia ser feito, no domínio das suas competências, para promover a criatividade e a inovação a nível nacional e regional?

Para desenvolver ambientes propícios à criação e à inovação, é necessário levar a cabo acções a todos os níveis da governança e implicar nesse processo as partes interessadas, tanto públicas como privadas.

A criatividade não se limita ao sector cultural ou criativo e a inovação vai muito além da I&D. Devemos promover parcerias multisectoriais que associem, por exemplo, a cultura, a educação, a investigação, a tecnologia, a indústria e os serviços públicos. Temos de reforçar, igualmente, as competências necessárias ao desenvolvimento de uma sociedade aberta à inovação.

Os instrumentos comunitários apoiam tanto a criação de "clusters" (agrupamentos de empresas), como veículos para a criatividade e a inovação, como a mobilidade e a transferência de conhecimentos. Impõe-se que um apoio semelhante seja dado a nível nacional, regional e local.

Para elaborar uma estratégia de criatividade e de inovação eficaz e sustentável, é necessário que nos apoiemos em elementos concretos.

Quando foi lançada a nova fase da Estratégia de Lisboa para o crescimento e o emprego para o período de 2008-2010, os líderes políticos da UE reconheceram que "desenvolver plenamente o potencial de inovação e de criatividade dos cidadãos europeus com base na cultura europeia e na excelência da sua ciência, constitui um factor fundamental para o crescimento futuro". O que pensa desta afirmação em relação à ideia da cultura como motor para a criatividade e a inovação?

A cultura não se limita unicamente às artes, mas também diz respeito à ciência, à educação, à indústria e à economia em geral. As indústrias culturais e criativas contribuem para estimular a investigação, o desenvolvimento de produtos e de serviços inovadores, de marketing e de comunicação, a promoção da imagem de marca das cidades ("branding of cities") ou o desenvolvimento de comunidades. Mediante a utilização de redes e de parcerias, quando são necessárias competências transversais, essas indústrias propõem um novo modelo de crescimento no contexto de um mundo globalizado. Exemplos recolhidos em cidades e regiões europeias mostram bem como a cultura pode ser utilizada, no âmbito de uma abordagem integrada, para um desenvolvimento sustentável em termos económicos e sociais.

O desafio é saber como explorar os "efeitos colaterais" positivos produzidos pela cultura. Para isso, necessitamos de estratégias alvo a todos os níveis da governança, capazes de maximizar as relações entre cultura, criatividade, inovação e desenvolvimento sócio-económico. Reservar um espaço para a cultura nas nossas políticas, é reservar um espaço à criatividade e à inovação.

“ O desafio é saber como explorar os efeitos colaterais positivos produzidos pela cultura ”



JAMIE OLIVER

Chefe cozinheiro



Jamie Oliver é um chefe cozinheiro de renome internacional e o fundador da cadeia de restaurantes Fifteen, uma associação de beneficência que propõe estágios de formação a jovens que necessitam uma segunda oportunidade para se reinserirem na sociedade. Oliver, que beneficiou de um financiamento regional para o seu restaurante Fifteen das Cornualhas, é também um membro importante da campanha a favor de uma comida saudável nas escolas do Reino Unido.

Numa recente conferência, um dos oradores exprimiu a ideia de que a UE não podia continuar a ser competitiva, num mundo globalizado, graças apenas à sua produtividade. Actualmente, a inovação e a criatividade têm de se tornar as palavras de ordem. Partilha esta opinião?

Como não sou um político, não pretendo ser perito nessa matéria. Tudo o que sei é que seja qual for a empresa que administremos, temos de nos adaptar, improvisar e, efectivamente, inovar. Mas inovar significa ter um produto pronto para ser comercializado, de outra maneira não faz sentido. Quando se começa um novo negócio, perguntamos sempre a nós próprios como vamos poder oferecer “mais qualquer coisa”. Como podemos ter a certeza de que o público vai acorrer regularmente, seduzido pela qualidade que propomos e a acessibilidade dos nossos custos e pela verdadeira criatividade de que dispomos.

Isto é a autêntica criatividade. E associada a uma alta produtividade, vai conduzir-nos, de certeza, ao êxito – é assim que funcionam todas as cozinhas dos restaurantes de sucesso... e é assim que funcionam todos os restaurantes Fifteens, incluindo o das Cornualhas, cujo carácter inovador já foi reconhecido e apoiado pela UE. Servimos aí mais de 80 000 refeições por ano, de modo que já vamos num quarto de milhão de refeições desde a sua abertura, em Maio de 2006. Criatividade, inovação, produtividade... eis a chave do sucesso!

Servir mais de 200 refeições de uma tal qualidade todos os dias constitui, por si só, a prova de uma produtividade impressionante. Mas as pessoas não vêm por isso... disso elas já estão à espera... o que os clientes querem é aquilo que se lhes apresenta, pessoalmente, no seu prato e isso é o fruto da criatividade na cozinha.

Fifteen é um exemplo vivo da inovação em acção: acolhe jovens que precisam que lhes seja dada uma oportunidade na vida – muitas vezes uma segunda oportunidade – e transforma-os em chefes competentes com boas perspectivas profissionais. O impacto dessa visão, por sua vez, vai estender-se tanto à comunidade local situada perto do Fifteen, como à indústria hoteleira, em geral.

O que poderia ser feito, no domínio das suas competências, para promover a criatividade e a inovação a nível nacional e regional?

Creio que, amiúde, se criam empresas ou organizações sem a menor intenção de que sejam inovadoras, empresas que se contentam com manter o statu quo e quando os tempos se tornam difíceis são elas as primeiras a sofrer com isso. Estou convencido que, muitas vezes, as empresas, e, nalguns casos, os governos também, têm de, ou encorajar o seu pessoal a ser mais criativo, ou então recrutar novo pessoal que o seja e que sacuda um pouco as coisas. É preciso ousar e não ter medo de experimentar novas ideias.

Os fundos europeus podem ajudar a que isso aconteça... “facilitar” no jargão comunitário... Todo esse dinheiro e todo esse talento... e um continente inteiro de pessoas brilhantes com quem trabalhar! É preciso estar consciente da existência de um tal potencial, utilizá-lo, alimentá-lo, financiá-lo... e não se arrancar os cabelos se alguma coisa falhar... acontece!

Como descreveria a relação entre a criatividade, a cultura e os desafios que representa a vida numa sociedade moderna

Penso que, em relação à criatividade, as sociedades modernas actuais oferecem sobretudo oportunidades e não problemas. Alguns dos empresários britânicos que mais admiro – por exemplo, Paul Smith ou Richard Branson – alcançaram êxito numa sociedade onde a criatividade é valorizada e penso que, efectivamente, deveríamos incentivar as pessoas mais criativas a exporem as suas ideias.

Hoje em dia, o público sabe apreciar muito bem a criatividade na vida quotidiana. As pessoas querem conceitos bem estudados e apreciam as ideias inteligentes. Basta ver aquilo que se come e que se bebe hoje em dia em comparação com o que se fazia há vinte anos. As pessoas não querem voltar atrás mas sim viver em sintonia com a cultura moderna.

“Seja qual for a empresa que administremos, temos de nos adaptar, improvisar e, efectivamente, inovar”

CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA: LIVERPOOL 2008

‘The World in One City’

O programa “Capital da Cultura” foi lançado em 1985, em Atenas. Desde então, todos os Estados-Membros da UE tiveram a oportunidade de designar uma das suas cidades como capital da cultura. Em 2008, foi a vez de Liverpool ser nomeada e de apresentar um impressionante programa intitulado ‘The World in One City’ (“O Mundo numa Cidade”).

A UE contribuiu com um financiamento de um milhão e meio de euros destinado a projectos de infra-estruturas na cidade. Por seu turno, esses projectos atraíram outros investimentos comerciais que prometem importantes repercussões económicas a longo prazo.

Entre 1994 e 2006, o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) concedeu a Liverpool um importante financiamento de 1 405 milhões de euros destinado ao Merseyside. De uma cidade em declínio económico, Liverpool tornou-se num dinâmico centro de negócios e de actividades culturais. O financiamento ajudou a cidade a transformar-se numa concorrente bem-sucedida ao título de Capital Europeia da Cultura.

Muitos dos parceiros culturais que organizaram eventos em 2008 guardaram o contacto graças às redes locais. E numa maior escala, estão a ser criadas outras redes entre as Capitais Europeias da Cultura.

Evento de abertura

40 000 visitantes assistiram ao evento que marcou a abertura deste ano excepcional para Liverpool. O ex-Beatle Ringo Starr foi a estrela principal de uma noite electrizante em que participaram 800 artistas.

Artes do espectáculo

Ao longo de todo o ano, celebraram-se inúmeros eventos musicais de inspiração diversa e de todos os estilos (da música clássica aos ritmos modernos). Sir Paul McCartney, de volta às suas raízes, deu um concerto, muito esperado, no estádio Anfield, juntamente com outros importantes grupos musicais de Liverpool.

Artes visuais

Assistiu-se a uma autêntica explosão de arte vanguardista, com obras expostas em todos os locais disponíveis da cidade e levada a cabo em parceria com a Bienal das artes de Liverpool. As novas exposições atraíram um número de visitantes sem precedentes às galerias e aos museus. A principal atracção foi, para muitos, a exposição sobre Klimt, no Tate Liverpool, mas as artes de rua, particularmente vibrantes, também mostraram ser muito populares.

Transição

No fim do ano, Liverpool tinha rendido homenagem ao seu passado, acolhido um número incalculável de eventos culturais e estava preparada para encarar o futuro com novas perspectivas. Em 2009, as Capitais Europeias da Cultura serão Vilnius e Linz.

A equipa de “Culture Liverpool” centraliza os esforços de promoção futuros de Liverpool a fim que a cidade se torne num dos melhores destinos culturais europeus.

A nova Liverpool

Aproveitando a imagem positiva que a região adquiriu, uma série de programas e de iniciativas comerciais continuam a manter unidas as pequenas empresas do Noroeste da Inglaterra.

Segundo um inquérito, 79% das pessoas interrogadas consideravam que Liverpool era uma cidade que “ia de vento em popa”

Os maiores benefícios

Benefícios imediatos para todos

Os investimentos que lhe foram atribuídos dotaram Liverpool de novas e soberbas infra-estruturas. O Echo Arena e o BT Convention Centre ganharam 216 milhões de euros em 2008 e já têm reservas feitas até 2014. Liverpool One, um novo e vasto centro comercial que une o centro da cidade a Albert Dock, gerou um volume de negócios de 2,16 milhares de milhões de euros num só ano.

Durante o período de quatro anos que precedeu o ano de 2008, foram investidos 11,89 milhões de euros nos meios artísticos e associativos ligados ao sector público. Entre 2004 e 2007, o Programa Creative Communities seleccionou temas anuais para o período de 2004 - 2008 a fim de preparar a cidade para as celebrações de 2008.

Em 2008, 15 milhões de pessoas assistiram a um evento cultural e a maior parte desses eventos estavam directamente relacionados com a Capital da Cultura. 70% dos habitantes de Liverpool visitaram um museu ou uma galeria de arte.

A cidade atraiu 3,5 milhões de visitantes que despenderam 864 milhões de euros e reservaram um milhão de camas de hotel. A ocupação dos hotéis bateu todos os recordes, atingindo os 81% nalguns meses.

Muitas desses visitantes dirigiram-se ao Centro de Informação do Turismo, a designada “The 08 Place”, que ganhou um prémio como recompensa pela qualidade dos seus serviços. Globalmente, as visitas ao Centro de Informação do Turismo aumentaram em cerca de 150%. O “Welcome Programme recrutou mais de 5 000 habitantes da cidade para trabalhar no sector do turismo e melhorar os serviços de atendimento dos clientes.

Cerca de 12 000 artigos foram escritos sobre Liverpool e publicados no mundo inteiro, contribuindo para aumentar a popularidade da cidade e a tornar mais atractiva aos olhos dos visitantes.

Todas as crianças das escolas de Liverpool se implicaram no acontecimento e 67 000 de entre elas participaram directamente nalguma actividade ou espectáculo.

A população da cidade deixou-se envolver pela atmosfera e participou no acontecimento. As obras e os eventos do programa serviram de pretexto para implicar os habitantes e para suscitar o diálogo sobre temas tão sensíveis como a criminalidade ou a exclusão social.

O “Volunteer Programme” incitou um milhão de pessoas a oferecer a sua ajuda aos organizadores dos eventos e a informar sobre aquilo que se podia ver, fazer e criar na cidade. Os motoristas de táxi informaram-se no Tate sobre a obra de Klimt e alguns deles decidiram seguir aulas de arte moderna. Numerosas pessoas aproveitaram a oportunidade para apreciar novos tipos de arte através dos diferentes media.

EMPREGAR A PESSOA COM TODAS AS SUAS POTENCIALIDADES –

A ARTE COMO VIA PARA UM ESPAÇO DE TRABALHO CRIATIVO

Panorama visita a Suécia, onde um projecto está a desenvolver alianças criativas entre artistas e locais de trabalho. A empresa TILLT coloca artistas em organizações para ajudarem os empregados a encontrar soluções criativas face aos desafios actuais.

Quando se passeia nos corredores de um hospital nos arredores de Gotemburgo, Suécia, nada chama a nossa atenção. O pavimento reflecte réstias suspensas de luz e pessoas vestidas de branco passam com um ar preocupado. Mas se tivéssemos estado nesses mesmos corredores há alguns meses, teríamos podido associar-nos aos doentes e ao pessoal, contemplando fascinados a actuação do dançarino/coreógrafo Mattias Olaison pelas diferentes enfermarias.

“Ao vermo-nos através do seu olhar conseguimos ver coisas que nos valorizaram e outras que tínhamos perdido de vista”, disse Marianne Olsson, directora de projecto no Hospital Angeredes Närsjukhus. “O artista compreendeu quem éramos na realidade e fez-nos ver isso mais claramente”. Este projecto, que resultou de dois meses de pesquisa do artista no hospital, é um exemplo da TILLT em acção.

A TILLT, uma empresa sueca sediada em Gotemburgo, dirige uma série de programas que colocam artistas em espaços de trabalho. Todos os programas, quer sejam de longo, médio ou curto prazo, têm um ponto comum: exploram as formas de pensar e de apreender específicas de um determinado artista e libertam-nas num local de trabalho, de forma a transformá-las num catalisador de mudança. O artista, as necessidades dos empregadores, os objectivos, os problemas, a duração do programa, todos esses elementos são meticulosamente harmonizados de modo a conduzirem a uma experiência que se afigura tão singular como as pessoas que nela estão envolvidas.

E surge a mudança. Mudança no reconhecimento mútuo, na comunicação e na abordagem do desconhecido. Mudança também nos níveis de produtividade – uma pesquisa realizada pelo Instituto de Inovação e Tecnologia da Gestão (IMIT), em Gotemburgo, revela que a produtividade aumenta, ao passo que as licenças por doença diminuem.

Voltando ao hospital, Marianne Olsson não tem dúvidas: “Há muito menos resistência à incerteza do que antes”, diz ela referindo-se ao pessoal. Apreensivos e prudentes quando Mattias chegou pela primeira vez, não sabiam o que esperar e muitos ficaram perturbados. “Estávamos a meio da construção

do hospital, daí a questão que não se ousava colocar: ‘Porque é que nos estão a fazer isto?’, diz Olsson com um sorriso. Mas, uma vez terminada a experiência, as pessoas mostraram-se muito positivas – algo que alguns gestores são capazes de utilizar agora quando abordam novas ideias. “Podemos lembrar-lhes como se pode ficar surpreendido quando se ousa fazer qualquer coisa que parece estranha ou ver algo de outra perspectiva. É por isso que é uma ferramenta importante para mim como gestora. Os meus colaboradores estão mais abertos, mais receptivos”.

O que é o AIRIS

AIRIS – é um programa com a duração de um ano gerido pela TILLT, no qual o artista passa os primeiros dois meses a fazer pesquisa, a trabalhar com os empregados, a observar o espaço de trabalho, a fazer perguntas e, mais tarde, a conceber tarefas com vista a alcançar os objectivos da organização.

O artista e a organização são acompanhados por Roger Sarjanen, gestor de projectos na TILLT, que se considera ele próprio como um sistema de alerta precoce, disponível em permanência, tanto a nível do artista como do cliente, sempre que seja necessário.

Progressivamente, ele e o artista vão-se retirando, a fim de se assegurarem que tanto a elaboração dos conceitos, como a motivação, provêm realmente dos empregados. Assim, quando a TILLT parte, ao fim de um ano, depois de uma reunião final com a organização a fim de encerrar o programa, deixa atrás de si mudanças duradouras.



Estas mudanças foram observadas por todos os gestores entrevistados. “Nem pode imaginar o prazer que é dirigir pessoas motivadas e que não têm receio de tomar iniciativas”, diz Berit Hallersbo, Directora de Recursos Humanos no Município de Vara. Após ter adquirido 19 programas anuais AIRIS, consistindo em incluir um artista no local, o município está bem colocado para avaliar o programa. Metade dos seus 1 300 empregados já participou num projecto da TILLT e prevê-se levar a cabo mais 21 projectos desse tipo. “Queremos promover abordagens que sejam capazes de ajudar o nosso pessoal a melhorar os seus métodos de trabalho”, acrescenta Hallersbo, convencida de contribuir para esse objectivo graças aos artistas da TILLT.

Como é que tudo começou?

No início do século XX, a sociedade sueca adoptou a ideia de que a arte e a necessidade de cultura eram fundamentais na vida dos seus cidadãos. Partindo da vontade de reconhecer a toda a gente o direito de explorar a arte e a cultura, surgiu a



ideia de integrar a arte na vida profissional quotidiana. A partir da década de 70, o impulso assumiu a forma de uma cadeia nacional de organizações que vendiam, a empregados dos sectores público e privado, bilhetes com desconto para o teatro, exposições e ópera.

Em 2001, Pia Areblad entrou na filial de Gotemburgo, numa altura em que a Internet estava consolidada e se encurtaram as distâncias de um ponto ao outro do mundo. Por isso, a venda de bilhetes não parecia uma boa solução. “Foi-nos confiado um mandato por parte do sector da cultura e da arte, da Comissão dos Assuntos Empresariais e Culturais e da Comissão dos Assuntos Regionais – ambas a nível regional – para analisar como é que a arte e a cultura podiam promover a vida profissional e vice-versa”, explica Areblad, Directora-Geral da TILLT.

Embora tivessem sido contratados para trabalhar em toda a região, não havia dinheiro adicional para cobrir os 48 municípios para além de Gotemburgo. “Era um desafio e eu gosto de desafios, porque exigem que se pense de modo diferente e se mude de ideias”.

A mudança funcionou. Começou, apenas com outro colega, a oferecer bilhetes com desconto para espectáculos e exposições e dependia totalmente de subvenções. Actualmente, a TILLT – até o nome é novo – emprega 10 pessoas e 65% do seu rendimento provém de autofinanciamento. Acabam de lhes ser atribuídas duas subvenções da UE e o seu conselho de administração é composto pela Confederação Sueca de Empresas, por sindicatos e pelo sector cultural.

Reproduzir a TILLT por todo o lado – como fazer arrancar o conceito

Areblad começou por reunir as organizações culturais da zona-alvo e por lhes perguntar como é que as suas actividades culturais se poderiam integrar na vida das empresas do município. Depois convidou-as a aderirem à TILLT. O passo seguinte foi a procura de clientes, começando pelas autarquias e associando à ideia o presidente da câmara. “A decisão de associar a arte e a cultura, como forma de desenvolver a vida activa no seio de um município, tem de vir do seu presidente”, explica Areblad.

Assim que obteve o acordo do presidente da câmara, Pia Areblad contactou os funcionários responsáveis pelo desenvolvimento empresarial e pelos recursos humanos do município - na Suécia, o sector público é um dos principais empregadores e só a cidade de Gotemburgo emprega 50 000 pessoas. Foi elaborado um plano criativo no qual se explicava de que forma as autoridades locais poderiam utilizar a arte no seio da sua própria organização”.

“Após a elaboração desse plano, era lógico que o serviço responsável pelo desenvolvimento empresarial pensasse

em envolver o sector privado na iniciativa e tentasse uma aproximação em relação às empresas implantadas no município. “Se perceberem como a competência artística pode efectivamente desenvolver o sector, farão passar a mensagem”, refere Areblad.

“O que é preciso são artistas de qualidade profissional, autoridades públicas e um sector privado. O modelo pode, em seguida, ser aplicado em qualquer parte”, acrescenta. É igualmente necessário poder contar com uma pessoa que tenha ideias e vontade de pôr tudo isto em conjunto e em prática.

A arte e a criatividade fomentam a inovação e o crescimento

Bertil Törsäter é o Director Executivo, encarregado do Desenvolvimento Regional de West Götaland. Na sua opinião, as organizações que exploram actualmente novas formas de pensamento estarão mais bem posicionadas para aproveitarem as oportunidades que possam surgir de uma eventual melhoria económica. “Um espírito criativo está aberto à mudança e é por uma mudança que estamos a passar”, afirma. Proporcionalmente, West Götaland é um dos maiores investidores do mundo em matéria de investigação e desenvolvimento e, segundo Törsäter, a criatividade está intrinsecamente ligada à I&D.

AstraZeneca, uma empresa multinacional do sector farmacêutico que emprega 60 000 pessoas no mundo inteiro, tem 2 000 empregados – a maior parte deles investigadores – nas suas instalações de Gotemburgo. O administrador local, Peter Nyström, está convicto de que Törsäter tem razão. “Cultura, saúde, inovação e competitividade, há muito por explorar”. Na empresa, cada vez mais pessoas estão convencidas de que é da interacção entre o caos e a ordem que, segundo as palavras de Nyström, nasce a magia.

Como em todas as empresas, o sucesso de AstraZeneca depende da sua capacidade de inovar. Segundo Nyström, essa capacidade é desencadeado pela combinação de diferentes perspectivas. A perspectiva criativa que procuravam resultou da participação em dois programas AIRIS. Mikael Werner, um quadro que trabalha no local, explica que “é preciso coragem para envolver a empresa num projecto TILLT, porque não se sabe como é que vai acabar”. Neste caso, o projecto acabou por melhor preparar a empresa para a mudança: “Assistimos a mudanças todos os meses e não há dúvida de que, depois do projecto, as pessoas ficaram mais receptivas à mudança e menos perturbadas com ela”.

Manter as pessoas incentivadas é o principal desafio referido por Nyström: “Aquilo que fazemos não está longe do nível do Prémio Nobel – e é difícil exceder as nossas próprias expectativas quando funcionamos a 80% da nossa capacidade. É preciso estar a 120%. As capacidades de reflexão que adquirimos graças ao projecto AIRIS, ajudaram-nos muito”.

Törsäter sustenta que o apoio à arte e à cultura a nível regional tem outra vantagem importante, que é a de tornar a região atractiva relativamente às empresas estrangeiras: “Temos de criar um local onde as pessoas desejem trabalhar”, afirma. A Volvo, a AstraZeneca e outras multinacionais têm instalações em Gotemburgo e empregam trabalhadores que estão habituados a poder escolher entre as grandes áreas metropolitanas: “Temos de mostrar claramente porque é melhor virem para aqui”, explica Törsäter. A criação de novos sistemas e de novos fóruns para incentivar a cooperação entre os sectores empresarial e criativo é uma solução. “A TILLT é o exemplo de uma nova forma de combinar dois pontos fortes e obter algo mais sólido graças à sinergia”.

Quem paga a conta?

As organizações culturais pagam uma pequena quota para se tornarem membros e obterem promoção. Tanto as autoridades públicas como o sector privado participam num programa gerido pela TILLT, seja um projecto AIRIS de um ano, um “Creative Kick” concebido por medida ou o facto de alguns membros do seu pessoal receberem formação e apoio da TILLT para desempenharem o papel de “Embaixador Cultural” na organização. “Deste modo não temos de recorrer aos políticos para lhes pedir dinheiro. As despesas são repartidas: todos contribuem e todos beneficiam”, explica Areblad.

Cultura e empresa – mais do que um acordo de patrocínio

Em West Götaland, o envolvimento das empresas na cultura ultrapassa os patrocínios e já não se trata apenas de logótipos num programa de ópera. “Se utilizamos um artista num projecto AIRIS, podemos ver que isso se reflecte nos números, sendo os benefícios quantificáveis”, diz o Director do Desenvolvimento da Federação Sueca do Comércio, Hans Löwlund.

Na sua opinião, os artistas são pessoas com um espírito aberto, criativas e flexíveis. O problema é que não estão interessados em concluir contratos. “Querem ser livres”, explica. “Por isso, mesmo se um director de RH quisesse encontrar essas personalidades excepcionais, não o consegue”. Segundo Löwlund, a única forma de conseguir que uma pessoa com estas qualidades trabalhe numa empresa é envolvê-la durante três, seis ou doze meses num projecto como o AIRIS. “De repente, vê-se a empresa tornar-se mais aberta, mais inovadora, mais autoconfiante”.

O artista como guia para novas soluções

Klas Ålander, Gestor de Comunicação na empresa, e Eva Degerman, Directora de Recursos Humanos a nível mundial, trabalham na FlexLink. Ambos concordam com Löwlund. A sua empresa está envolvida na logística de produção e 2007 foi um ano difícil. No início do ano, a decisão de mudar um fornecedor correu mal e durante os meses seguintes houve alguns despedimentos. “Os trabalhadores lutaram arduamente para conseguirem acompanhar a procura, o que foi problemático e desgastante. Estou convencido de que a presença do artista ao nosso lado foi benéfica, uma vez que nos ajudou a alargar as nossas perspectivas”, sublinha Ålander.

Embora tenham recuperado das dificuldades internas, a situação financeira global mantém-se problemática. Ålander está convencido de que chegou a hora de pensar de forma inovadora: “As empresas têm de pensar de modo inovador. A arte e a cultura são formas de salvaguardar a inovação em qualquer organização”.

Gerir um projecto AIRIS exige empenhamento a começar pela direcção, explica Degerman. “É importante não dar a impressão que a ideia é dos RH, mas sim um projecto da empresa. É preciso ser muito claro sobre o que se pretende alcançar e criar um grupo de gestão do projecto, que não seja demasiado grande”. A organização do projecto e a adesão dos outros gestores à iniciativa é apenas uma parte do problema. Também é preciso incentivar os empregados.

Inicialmente, havia muita ansiedade. O pessoal pura e simplesmente não queria fazer nada, “mas logo que tudo se pôs em marcha empenharam-se a 200% e foi fantástico”, afirma Degerman. Foi solicitado ao pessoal que fizesse alguns trabalhos artísticos e realizou-se uma exposição. “Mesmo depois de a exposição ter acabado, continuámos a receber trabalhos. Depois de lhes tomarem o gosto, as pessoas não queriam parar”, lembrou Ålander.

Este entusiasmo é algo que a PAROC, uma empresa que produz isolamento de lã de rocha, também viu nos seus empregados durante e após o envolvimento da TILLT. Até à data, o Director dos Recursos Humanos, Lars Lindström, convidou a TILLT a realizar dois projectos AIRIS, estando um terceiro em preparação. “Nunca é a boa altura e as pessoas alegam que lá porque um projecto funcionou bem num determinado sítio, não quer dizer que vá funcionar de igual modo num espaço de trabalho diferente.



Como funciona na prática um projecto AIRIS

“Na perspectiva dos gestores, as pessoas começam por não gostar, mas é preciso termos confiança e a coragem de assumir as nossas convicções para podermos prosseguir. É preciso moderar a ansiedade do pessoal enquanto tudo se desenrola. Mas também é muito divertido. Os doentes adoraram estar sentados numa sala de espera e aparecerem alguns dançarinos a saracotear. Houve muito riso e alegria numa altura que normalmente é dominada pela ansiedade para todos nós”, sublinhou Marianne Olsson, Directora do Projecto no Hospital Angereds.

As pessoas procuram desculpas. Mas é preciso não deixar passar a oportunidade e ter coragem”, sublinha.

A PAROC sofria de estagnação: esta indústria pesada já estava no local há uma geração. Trabalhar em cinco turnos diferentes significava que apenas 20% do pessoal se encontrava na fábrica ao mesmo tempo e que, embora as duas unidades fabris se situassem face a face, era como se uma montanha as separasse. Estava-se num impasse. “Eu queria que as pessoas sentissem orgulho em trabalhar aqui”.

E há motivos de orgulho: o isolamento de lã de rocha que a fábrica produz tem um elevado grau de eficiência energética. O produto tem benefícios ambientais evidentes, isolando com maior eficiência do que as alternativas – algo de que Lindström gostaria que o seu pessoal se orgulhasse. “Em vez de pensarem: ‘Vim aqui parar e estou a pagar a hipoteca’, queria que pensassem: ‘Aproveitei a oportunidade de trabalhar na PAROC e estou a fazer algo pelo ambiente’”, refere ainda. Por isso, recorreu à TILLT.

O actor/director seleccionado cuidadosamente e com precisão pelo gestor de projectos da TILLT, Roger Sarjanen, chegou e passou os dois meses habituais a ouvir e observar.

Resultado: o mesmo pessoal, mas pessoas diferentes

A seguir vieram as tarefas. Depois de algumas sugestões sobre como “olhar” através de uma lente, os empregados deviam fotografar-se uns aos outros da maneira que considerassem que mostrava melhor aquilo que faziam. Tirar as fotografias e depois mostrá-las uniu os empregados. As conversas tornaram-se mais fáceis com a partilha de uma tarefa, as próprias fotografias mostraram-lhes uma nova dimensão dos seus colegas e a qualidade das imagens era uma fonte de orgulho.

Concursos tolos envolveram fortes arrelias – isto entre homens, muitos já nos seus 50 anos, que trabalharam lado a lado durante 20, 30 anos, ou mais, sem se cumprimentarem com um aperto de mão. Também foi organizado um concurso de cuspidelas! Risos, colaboração, reconhecimento mútuo.

Um trabalhador, condutor de uma empilhadora, assumiu a tarefa de recolher sons em toda a fábrica, que designou como o “Cantar das máquinas”. Esteve na televisão sueca em Março a falar da sua participação neste projecto e disse que agora vê a cultura como a definição do ser humano. Lindström explica: “Esta tarefa fê-lo olhar para o seu ambiente de trabalho de forma totalmente diferente e o que realizou, como resultado dessa mudança de visão, é considerado por ele, e com razão, como motivo de orgulho”.

Esta exposição mediática é uma boa coisa? Na sua resposta, Lindström revela outro elemento fundamental do sucesso de um projecto AIRIS, a qualidade da sua gestão: “A publicidade é excelente, mas o que realmente aprecio é aquilo que proporciona a estes homens a possibilidade de se poderem vangloriar em torno de um churrasco com amigos, familiares ou vizinhos. Podem dizer: ‘Na semana passada aparecemos no jornal’. Aprecio que tenham qualquer coisa de que se orgulhar”.

O gestor fabril, Michael Gustavsson, explica que, no ano seguinte ao do projecto, a produção aumentou de 20%, o que representa um aumento extraordinário que nunca tinham conseguido antes. As licenças por doença também diminuíram. Reunir os empregados antes do projecto era uma tarefa ingrata e apenas 5% responderam a um questionário sobre a qualidade de vida no trabalho. Depois do projecto, 95% responderam a esse mesmo questionário. Parece que são os próprios trabalhadores da PAROC que se empenham. “Agora reúnem-se, depois do trabalho, e passam algum tempo juntos”, diz Lindström. Graças a este conceito, também têm algo de que se podem gabar.

Para onde vamos agora?

O próximo passo da TILLT é dar uma dimensão europeia ao seu trabalho: partilhar os seus conhecimentos e aprender com outros a trabalhar para um objectivo idêntico.

A União Europeia acaba de lhe atribuir duas subvenções, que serão fundamentais para partilhar as melhores práticas da TILLT. “Nos próximos anos, irão receber 1 milhão e meio de euros por ano – 780 000 euros, anualmente, do fundo INTERREG IVA da UE e o restante das regiões participantes da Escandinávia. Este dinheiro será utilizado para prosseguir o projecto “Creative Interaction in Working Life” (Interacção Criativa na Vida Profissional), que envolve quatro regiões: Noruega Meridional; Noruega Oriental; Dinamarca Setentrional e Suécia Ocidental. Com base na experiência da TILLT, a atenção vai centrar-se na criação de novos métodos, na realização de pesquisas para identificar o impacto do trabalho realizado até aqui e assegurar que a qualidade do trabalho é sistematicamente elevada. O objectivo global é manter a essência da arte como motor de desenvolvimento na Europa.

Também foi concedida à TILLT uma subvenção de 150 000 euros para trabalhar como parceira na elaboração do primeiro Livro Verde da UE sobre a cultura, partilhando os seus conhecimentos sobre a promoção da criatividade e da inovação na sociedade através da integração da arte e da cultura na nossa vida quotidiana.

“Tenho a certeza de que vamos dar resposta ao desafio do desenvolvimento da criatividade e da inovação na Europa para nos tornarmos na economia baseada no conhecimento mais dinâmica do mundo. Para isso, temos de continuar a alargar os nossos horizontes e a arte é um meio para continuarmos a crescer. É uma viagem, com tudo o que isso implica”, conclui Areblad.



AGIR EM CONJUNTO PARA PROMOVER

A CRIATIVIDADE E A INOVAÇÃO

As pessoas e as empresas procuram encontrar novas formas de trabalhar e de viver. Na Europa, o nosso pensamento de vanguarda produz ciências inovadoras, melhores soluções empresariais e uma enorme variedade de expressões culturais. Quer seja para vender um produto industrial ou para encontrar novas formas de apreciar a arte, somos os melhores a encontrar novas dimensões.

A Estratégia de Lisboa para o crescimento e o emprego, que aborda a combinação do crescimento económico com benefícios mais vastos para a sociedade e o ambiente, constitui um excelente quadro para defender ideias empresariais que vão nesse sentido. Nos negócios, as soluções inteligentes dizem todas respeito a produtos mais eficientes e que proporcionam maiores lucros.

No domínio cultural, novas formas de apresentação e de interpretação de obras de arte, música, teatro ou cinema significam que as audiências são inspiradas e provocadas em permanência. É dada nova vida a obras antigas e estão constantemente a aparecer novas formas de arte.

Na Comissão Europeia já está a ser dada prioridade, em termos de financiamento, a produtos e a soluções criativas e inovadoras. O Ano da Criatividade e da Inovação constitui um ponto de referência para identificar as prioridades comuns entre os diversos interesses. Permite impulsionar a discussão sobre uma série de matérias, desde a investigação médica até à arte e à ópera, passando pela astronomia, pelo espaço para a aprendizagem ao longo da vida e pelos jogos informáticos em educação. A seguir, apresentam-se alguns aspectos importantes de algumas Direcções-Gerais da Comissão.

Formular novas abordagens para a investigação

A DG da Investigação está habituada a operar na vanguarda da ciência e da tecnologia. Os projectos actuais têm todos a ver com investigação plenamente integrada, que dá resposta às necessidades sociais e do mercado a níveis muito diferentes. As principais prioridades destes projectos são fomentar a prosperidade e a competitividade da UE, promover o papel da ciência na sociedade moderna e ligar a investigação nacional a projectos que estão a ser geridos a nível europeu.

Este ano, o grande acontecimento foi a **Research Connection '09**, que reuniu cientistas e investigadores com empresários e industriais. Realizada em Praga no mês de Maio, no âmbito da Presidência Checa da UE, apresentou muitos projectos de investigação pioneiros que já estão a receber financiamento da UE. Os participantes ficaram entusiasmados com o trabalho existente, mas o essencial foi, por um lado, terem podido beneficiar de orientações sobre o modo de obterem ajudas europeias para o financiamento de investigações relacionadas com os seus próprios projectos e, por outro, terem podido reunir-se com investidores interessados e colaboradores que se poderão tornar parceiros.

O **Instituto Europeu de Inovação e Tecnologia (EIT)** é um novo organismo criado pela Comissão que pretende impulsionar a colaboração entre universidades, centros de investigação e empresas. O EIT vai centrar-se na transferência de conhecimentos e demonstrar que da investigação resultam, efectivamente, produtos comerciáveis inovadores. As suas principais prioridades referem-se aos domínios das alterações climáticas, das energias renováveis e das tecnologias da comunicação.

Ano da Criatividade e da Inovação – um instrumento para as empresas

O espírito europeu de inovação faz com que muitas empresas instaladas na UE forneçam os produtos tecnologicamente mais avançados e de elevada qualidade, promovendo, ao mesmo tempo, a sustentabilidade ambiental e os benefícios sociais. Para ajudar um maior número de empresas a evoluir e a crescer, a DG Empresas e Indústria está a recorrer a novos métodos para impulsionar esta agenda.

A primeira **Semana Europeia das PME** realizou-se em Maio, tendo proporcionado apoio às novas empresas e desafiado as PME existentes a alargarem mais os seus horizontes. Sendo muitas vezes o ponto de partida da maior parte das grandes ideias que podemos observar à nossa volta, as PME são um terreno especialmente fértil para conceitos inovadores e criativos. A semana incluiu uma exposição interactiva excepcional, a **Experiência PME**, onde uma série de demonstrações práticas convidavam os visitantes a 'ver, cheirar, tocar e ouvir' para descobrirem o que sente um empresário.

A cultura como motor de criatividade e inovação

No seu papel de coordenadora do Ano, a DG Educação e Cultura está a usar a grande diversidade de inovação que reside nos projectos culturais, para incitar as empresas a novas abordagens e à integração europeia. Com a cultura como preocupação central do Ano, há oportunidade para todos de participarem em toda a Europa, uma vez que as diferenças económicas, sociais e étnicas são postas de lado.





Enquanto indivíduos, a nossa capacidade de criar e de inovar desenvolve dentro de nós um sentimento de satisfação, permitindo que nos expressemos melhor. A música, a arte, o teatro, os filmes e a literatura proporcionam, de modos muito diferentes, um escape para a nossa expressão criativa. Desta experiência resulta um grande benefício pessoal e social.

Ao mesmo tempo, a cultura também pode ter vantagens económicas e ser a força motriz da reabilitação de zonas desfavorecidas. Existe uma lógica empresarial sólida na promoção de programas culturais e no apoio ao desenvolvimento de economias locais através da cultura. Não só alimenta a criatividade e a inovação entre os que participam, mas incentiva igualmente a mobilidade e intercâmbios produtivos entre empresas.

Colocar a cultura no centro da economia e da sociedade

É fundamental para a **Agenda europeia da cultura**, o primeiro quadro político a integrar a cultura nos assuntos europeus, demonstrar as ligações entre cultura, criatividade e inovação.

O **Fórum Europeu de Cultura**, que se vai realizar em Setembro de 2009, em Bruxelas, constituirá uma oportunidade para fazer o balanço do que foi realizado e incentivar novas realizações. Ao mesmo tempo, também vão ser promovidas outras prioridades políticas, como incentivar novas competências e oportunidades de emprego, fomentar a aprendizagem ao longo da vida, a inovação a nível da indústria e o aproveitamento dos pontos fortes da cultura num mercado globalizado. Trata-se da utilização de ideias criativas e inovadoras para desenvolver o potencial económico, assim como para assegurar o bem-estar individual e social.

Desenvolver a experiência cultural em todos os sectores

O Ano constitui uma oportunidade para que sectores muito diferentes partilhem vantagens comuns e desenvolvam sinergias e efeitos colaterais positivos, como se encontra claramente exposto no programa de eventos a nível nacional e a nível da UE. Eventos artísticos, como a **exposição interactiva Orbis Pictus**, foram intercalados com

inovações científicas no domínio da astronomia e do espaço, enquanto que os concertos partilham as luzes da ribalta com novos progressos na eco-inovação. A outro nível, **Imaginate 09**, um novo concurso de desenho para as escolas na Irlanda, convidou os alunos a desenharem um objecto para a sala de aula do futuro e a descreverem como pensam que as suas ideias podem contribuir para melhorar a aprendizagem. O verdadeiro desafio consiste em transformar essas ideias em realidade, introduzindo novas competências criativas, melhoradas pela introdução da cultura no sector empresarial, e incentivando novas parcerias entre os domínios da cultura, da educação, da investigação e da tecnologia, das empresas, dos serviços públicos e da nossa sociedade no seu conjunto.

Novos indícios das vantagens da cultura e da criatividade

O estudo recente sobre Economia da Cultura na Europa foi o primeiro a medir o impacto económico directo das indústrias cultural e criativa, bem como os ganhos indirectos para as regiões e empresas da UE. Um novo estudo sobre o impacto da cultura na criatividade explora as ligações, muito subestimadas, entre a cultura, a criatividade, a inovação e a economia no seu conjunto.

Em termos económicos, é o sector cultural que está na vanguarda da contribuição para o crescimento e o emprego. Mas o que é fundamental, é que também está a alimentar capacidades criativas noutras áreas da economia, especialmente as relacionadas com as TIC, aumentando o seu desempenho e criando empregos em domínios mais interessantes.

As empresas estão a equipar-se melhor para desenvolverem tipos inovadores de emprego e formas mais sustentáveis de produção. Assiste-se a este crescimento em todas as regiões da UE. O carácter inclusivo da inovação

cultural constitui uma poderosa força para juntar comunidades e dar-lhes uma visão concreta de como a integração da UE pode fomentar a prosperidade económica.





Ano Europeu da Criatividade e da Inovação - 2009

Sítio web oficial do Ano Europeu da Criatividade e da Inovação
<http://create2009.europa.eu/>

Decisão n.º 1350/2008/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de Dezembro de 2008, relativa ao Ano Europeu da Criatividade e da Inovação (2009), Jornal Oficial da União Europeia L 348 de 24.12.2008, p. 115.
<http://eur-lex.europa.eu/pt/index.htm>

Ligações da Comissão Europeia:

Direcção-Geral da Educação e da Cultura da Comissão Europeia
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_pt.html

Direcção-Geral das Empresas e da Indústria da Comissão Europeia
http://ec.europa.eu/enterprise/index_pt.htm

Outras ligações úteis:

eTwinning – comunidade de escolas da Europa
<http://www.etwinning.net/pt>

Euro Creator – uma rede de vídeos digitais das escolas
<http://www.eurocreator.com/>

Rede Europeia de Centros de Empresas e de Inovação
<http://www.ebn.be/>

Prémio de vídeo sobre empreendedorismo europeu - 2009
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/video-award/index_pt.htm

Instituto Europeu de Inovação e Tecnologia
<http://ec.europa.eu/eit/>

Programa e comunicações da Conferência "As Regiões e a Mudança Económica" (16 e 17 de Fevereiro de 2009) 'Trabalhar em rede para obter resultados'
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/networking/programme_en.cfm?nmenu=4

Incentivar a inovação na aprendizagem ao longo da vida
<http://www.elearningeuropa.info/>

Recomendação n.º 2006/962/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de Dezembro de 2006, sobre as competências essenciais para a aprendizagem ao longo da vida, Jornal Oficial da União Europeia L 394 de 30.12.2006, p. 10.
<http://eur-lex.europa.eu/pt/index.htm>

Primavera da Europa 2009 – As ideias fazem a Europa avançar
<http://www.springday2009.net/>

Ligações para projectos mencionados neste número:

Rede ECCE – Economic Clusters of Cultural Enterprises – serviços de aconselhamento financeiro, informação e formação para PME, empresários e actores do sector cultural e criativo.
<http://www.connectedcreatives.eu/default.aspx>

Restaurantes "Fifteen" de Jamie Oliver, empresa de beneficência que oferece estágios profissionais de cozinha para jovens
<http://www.jamieoliver.com/fifteen>

Liverpool – Capital Europeia da Cultura
<http://www.liverpool08.com/>

Centro de Nanotecnologia da Saúde da Universidade de Swansea
<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

MusikPark – Mannheim
<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

TILLT
<http://www.tillt.se/eng/airis.asp?m1=engAiris&m2=The%20concept>

Ligação para o sítio web do próximo número

Estratégia da UE para a Região do Mar Báltico
http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm

O FUTURO DA POLÍTICA EUROPEIA DE COESÃO

A elaboração das políticas – Panorama analisa regularmente o que se passa no centro nevrálgico da Política Regional, a sede da sua Direcção-Geral em Bruxelas

O futuro da política europeia de coesão – relatório de peritos independentes

De forma a contribuir para o debate sobre o futuro da política europeia de coesão após 2013, a Comissão pediu ao Dr. Fabrizio Barca, um eminente economista do Ministério Italiano da Economia e Finanças, que preparasse um relatório independente, a fim de analisar qual a eficácia da política regional e de formular recomendações para o futuro. Um assunto ambicioso, já que engloba questões mais gerais, como o orçamento da UE e as prioridades futuras da União.

O debate sobre o futuro da política de coesão teve início em 2007, com a publicação do Quarto Relatório da Coesão Económica e Social, ao qual se seguiu, em Novembro de 2008, o relatório da Comissão intitulado “Regiões 2020”. Neste último documento analisava-se, pela primeira vez, o provável impacto que teriam, a longo prazo, os quatro principais desafios que enfrentamos actualmente: a globalização, as tendências demográficas, as alterações climáticas e a energia (utilização e abastecimento).

Durante mais de um ano, o Dr. Barca organizou debates e seminários nos quais participaram universitários e responsáveis políticos de toda a Europa, dos Estados Unidos e da Nova Zelândia. O seu relatório é o fruto desses trabalhos. Nas suas reflexões sobre as realizações e sobre a gestão da política europeia de coesão, o relatório Barca analisa os fundamentos

económicos e as motivações necessárias à elaboração de políticas de desenvolvimento centradas na importância do local onde devem ser aplicadas, isto é, políticas que têm em conta as características dos locais onde devem ser implementadas e que compreendem que o lugar onde uma política será aplicada, influencia consideravelmente a maneira como essa política aí será implementada.

Para além das reflexões sobre a importância das políticas baseadas no local onde devem ser implementadas, o relatório Barca também analisa os êxitos e os fracassos da política de coesão e faz recomendações sobre os principais aspectos da governança.

De igual modo, propõe uma série de ideias para otimizar e reforçar o princípio da gestão partilhada que é, por essência, a relação entre os Estados-Membros e a Comissão. O relatório recomenda ainda que as avaliações de impacto se tornem a coluna vertebral da política de coesão e que seja criado um Comité do Conselho para a política de coesão, destinado a examinar os relatórios estratégicos elaborados anualmente por cada um dos Estados-Membros.

O relatório é totalmente independente e não reflecte, necessariamente, a opinião da Comissão. As suas conclusões serão tidas em conta quando for examinado o futuro da política de coesão após 2013.

O Dr. Barca e a Comissária Danuta Hübner apresentaram ao público as principais conclusões do relatório, no passado dia 27 de Abril, em Bruxelas. Nos próximos meses terão lugar diversos debates sobre este tema, entre os Estados-Membros e as partes interessadas, no decurso de vários eventos organizados pelas Presidências Checa e Sueca da União Europeia.



Relatório Barca: uma rápida panorâmica

O relatório constata a necessidade de uma reforma global da política de coesão. É necessária uma abordagem mais baseada em critérios geográficos, uma distinção clara entre objectivos económicos e sociais e estar consciente dos problemas existentes a nível de utilização de indicadores e de avaliação de impacto.

O relatório sublinha ainda que a política de coesão não deve ser utilizada como uma fonte de financiamento destinada a criar condições idênticas. Então o que deve fazer a União para se assegurar que todos os territórios e todos os cidadãos europeus têm a possibilidade de tirar o maior partido possível das oportunidades que lhes são oferecidas pela própria União e para gerir os riscos e as ameaças que isso implica?

O relatório sugere que são necessários três requisitos para que esse fim possa ser atingido:

- Objectivos bem definidos, baseados em reflexões económicas verificáveis, susceptíveis de poder ser avaliados;
- Uma justificação política sólida e explícita, baseada nas actuais condições da Europa e capaz de responder às expectativas daqueles que aí vivem;
- Um sistema de gestão capaz de tirar ilações das suas próprias acções, que encoraje activamente a participação democrática e cujas possibilidades de funcionar adequadamente sejam credíveis.

Para aceder ao relatório completo, queira consultar: http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/barca_en.htm

Em cada uma das suas edições, Panorama mostra o modo como dois projectos se desenrolam segundo o ponto de vista das pessoas que os gerem. São analisados os altos e os baixos da gestão de projectos financiados pelo FEDER, com o objectivo de identificar problemas e partilhar soluções.

PROJECTO

1

NO SEIO DO MUSIKPARK EM MANNHEIM

Factos e números

Vão ser investidos cerca de 5 milhões de euros em Musikpark e nos projectos relacionados com a Popakademie, no âmbito do Objectivo II. O financiamento começou em 2004 e foi previsto para durar 15 anos.

No seio do Musikpark em Mannheim

A indústria criativa constitui um paradoxo: o sector gera enormes receitas, que rondaram os 654 milhares de milhões de euros em 2003, isto é, 2,6% do PIB da UE para esse ano. Contudo, quando se trata de investir num grupo de jovens vestidos com jeans rasgados, os bancos não se mostram interessados. Com vinte anos passados no mundo da indústria da música, Christian Sommer está perfeitamente consciente da situação.

A sua experiência e a sua extensa rede de contactos fizeram dele a força motriz de Musikpark, em Mannheim – um projecto que ajuda as PME do sector musical a darem os seus primeiros passos.



Encontro com Christian Sommer, director do projecto

A música apoderou-se da vida de Sommers em finais dos anos 80, quando percorria os palcos como cantor e guitarrista, mas só em 1990 começou a dedicar-se a ela a tempo inteiro. Em 1992, decidiu abandonar a cena e passar aos bastidores e tornou-se administrador do grupo “Master Boy», que alcançou bastante fama. “Ganharam discos de ouro e de platina em todo o mundo. Foi uma aprendizagem francamente difícil», recorda Sommer.

A experiência, o stress e, sobretudo, os contactos que estabeleceu foram sem dúvida inestimáveis mas, em 1997, achou que já chegava. A nova etapa da sua vida levou-o até uma companhia multinacional de discos, onde passou um ano a aprender tudo sobre a produção e o marketing. Em 2000, já trabalhava fora de Munique como Director de marketing, de artistas e de repertório.

Mas nascido e criado em Mannheim, quando soube que a cidade precisava de um director para o seu projecto de vanguarda destinado a agrupar serviços musicais e incubar empresas recém-criadas, não deixou escapar a ocasião.

Ajudar os artistas a entrar no mundo da indústria

Cerca de 40 empresas, que empregam 140 pessoas, ocupam os 4 300 metros quadrados do Musikpark. Um tal espaço permite também acolher uma sala de coreografia e de espectáculo, um atelier, vários estúdios de som, um estúdio de televisão e uma elegante sala de reuniões para negociar a primeira comissão, que é também a mais importante.

“Uma das nossas principais missões consiste em atrair aqui os clientes para que contratem as nossas empresas”, afirma Sommer. Se as grandes empresas fecham as suas portas na cara de um grupo ou de um bailarino desconhecidos, o mesmo não se passa quando se trata de Musikpark. “Servimos de ponte para ajudar as duas partes a melhor se compreenderem”.

Quando se trata de financiamento, os projectos que promovem as PME recém-criadas têm tendência a centrar-se na elaboração dos planos de negócio. “É um modelo que não se adapta às indústrias criativas”, explica Sommers. As empresas deste sector não contraem empréstimos junto dos bancos e possuem muito pouco dinheiro “externo”. O que as jovens empresas da indústria musical necessitam são concertos e a oportunidade de se produzir, de mostrar aquilo de que são capazes para conseguirem obter mais contratos. E é a esse nível que intervém Musikpark.

Um serviço integral

Para os organizadores de espectáculos, Musikpark é uma espécie de balcão único onde podem encontrar bailarinos, músicos, equipas audiovisuais, para já não mencionar técnicos de som e engenheiros de luzes. Além disso, também são organizados eventos e uma galeria de 150 m² proporciona aos jovens fotógrafos do mundo da música a oportunidade de exporem as suas obras.

E esta diversidade de serviços agrupados debaixo do mesmo tecto é também benéfica para os artistas. Inspiram-se uns nos outros, concebem ideias e encontram soluções – cada disciplina esforçando-se para reforçar a inovação das outras. “É difícil produzir uma obra de qualidade e criativa quando se trabalha isoladamente”, declara Sommer. Os artistas e os produtores formam o núcleo criativo da empresa. Várias outras actividades, todas elas instaladas no parque, apoiam a actividade criativa: marketing, vendas, realização de maquetes, eventos, aspectos legais e financeiros, sítios web e portais da Internet, promoção.

Na realidade, como mentor do projecto, Sommer segue atentivamente, e com o maior respeito, a evolução das suas empresas. “Os jovens empresários trabalham de uma maneira proactiva e independente. Nós só os ajudamos a serem autónomos”, conclui Sommer.



PROJECTO 2

NO SEIO DO CENTRE FOR NANOHEALTH (CNH) DA UNIVERSIDADE DE SWANSEA

Factos e números

Foram investidos mais de 21 milhões de euros no Centre for NanoHealth (“Centro de Nanotecnologia da Saúde”) no âmbito do Objectivo de Convergência. O financiamento teve início em 2009 e vai prolongar-se por 5 anos.

No seio do Centre for NanoHealth (CNH) da Universidade de Swansea

Agora que os sistemas de saúde se confrontam com grandes pressões ocasionadas pelos elevados custos dos tratamentos e jogam com a ética do financiamento dos cuidados paliativos, torna-se mais urgente que nunca desenvolver instrumentos capazes de ajudar a estabelecer diagnósticos precoces. Graças a uma parceria que reúne o mundo académico, o sector privado e o serviço de saúde pública, o CNH trabalha para aplicar as nanotecnologias à detecção de doenças e para identificar os tratamentos adequados.

Encontro com o Dr. Tim Claypole, membro do Comité Executivo do CNH



O salto que o propulsou da investigação sobre a formação de contaminantes nos fumos para a impressão de materiais biológicos parece enorme. Na realidade, foi por pura casualidade que, em 1990, a carreira do Dr. Claypole tomou um novo rumo.

Após terminar a sua licenciatura em engenharia mecânica, em meados dos anos 70, o Dr. Claypole iniciou a sua carreira como engenheiro de projectos na construção de uma nova aciaria em Cardiff. Depois de passar um certo tempo no mundo da produção de aço, voltou para a universidade a fim de redigir uma tese de doutoramento sobre a formação de poluentes nas chamas.

A combustão e a separação das poeiras mantiveram-no ocupado desde meados dos anos 80 até 1990, ano em que começou a trabalhar a tempo inteiro no meio universitário. Juntamente com um leitorado Youngblood do Conselho de Investigação em Ciências Físicas e Engenharia, Claypole obteve um posto de investigador na Universidade de Swansea onde se interessou pelos rolamentos das turbinas de gás. Uma outra das suas áreas de investigação foi a medição, a laser, dos fluxos nos reactores nucleares.

Estabelecer a ligação

Apesar de estudar os fluxos, rolamentos e delimitação estatístico de experiências, foi unicamente quando um impressor lhe expôs um problema de fluxo de tinta que Claypole se apercebeu que todo o saber-fazer que tinha adquirido ao longo das suas investigações podia ser aplicado na indústria de impressão. Estávamos em 1990 e, desde então, o conceito foi crescendo como uma bola de neve. A tal ponto que a empresa Diple, que foi criada para explorar esta sinergia, foi uma das vencedoras dos RegioStars 2009.

Se antes era a tinta que o mantinha ocupado, agora são os “fluidos de impressão». E as propriedades desses fluidos (condutivos, sensíveis ao Ph, magnéticos, biofluidos, etc) são tantas que as possibilidades em matéria de impressão são praticamente ilimitadas.

Quem participa?

O UK Research Council (“Conselho de Investigação do Reino Unido») tinha concedido quatro prestigiosas bolsas de estudo em nonomedicina, conjuntamente ao Instituto de Ciências Biológicas (ILS) da Universidade de Swansea e ao Centro Multidisciplinar de Nanotecnologia (MNC). Uma colaboração tão bem-sucedida que conduziu, logicamente, à fusão dessas duas instituições para formarem o Centre for NanoHealth, que começou a funcionar em fins de 2008.

Tanto o Instituto como o Centro Multidisciplinar, possuem numerosos recursos: o Blue C, um dos super-computadores destinados à investigação médica mais rápidos do mundo, 25 equipas de investigação especializadas no ILS, cerca de 100 no MNC, sem esquecer o apoio do Serviço Nacional de Saúde e de IBM. “Encontramo-nos perante uma excelente oportunidade», declarou Claypole.

Mais vale prevenir que remediar

Os nanodispositivos e os nanosensores biológicos poderão ser utilizados para detectar e medir marcadores biológicos presentes nos nossos fluidos ou tecidos. O seu nível de sensibilidade é muito superior ao dos actuais métodos de detecção - na ordem de uma parte por bilhão. Sistemas de detecção tão aperfeiçoados vão permitir estabelecer diagnósticos precoces e tratamentos mais rápidos em doenças como o cancro, a diabetes, a obesidade e muitas outras.

O Dr. Claypole dirige a secção de impressão do Centro, que inclui uma instalação piloto para a fabricação de “tinta» em pequena escala. É aí que se desenvolverão as tintas biológicas - nanopartículas, fios, enzimas, marcadores biológicos e ADN. “Gosto de pensar que, a longo prazo, vamos poder influir sobre a maneira como as doenças serão tratadas e seguidas», explicou ainda.

QUINTA CONFERÊNCIA AS REGIÕES E A

TRABALHAR EM REDE PARA OBTER RESULTADOS

Intitulada "Trabalhar em rede para obter resultados", a conferência As Regiões e a Mudança Económica, realizada em Bruxelas em 16 e 17 de Fevereiro, foi tudo menos uma desculpa para partilhar dados pontuais em torno de uma sanduíche e escutar passivamente os peritos a desfiarem os seus domínios. A conferência foi estimulante e muito abrangente: os workshops abordaram assuntos tão diversos como as migrações e a informação por satélite.

Associar os conhecimentos para maximizar os resultados

Para ajudar as pessoas envolvidas em projectos financiados pelos programas URBACT II e INTERREG IVC a reunirem-se e partilharem boas práticas no quadro de 'As Regiões e a Mudança Económica', a Comissão organiza todos os anos uma conferência importante. Este ano foi a quinta e centrou-se em três temas: inovação e criatividade, alterações climáticas e desenvolvimento sustentável. Os resultados foram resumidos de forma clara por Job Cohen, Presidente da Câmara de Amesterdão: "Encontrar uma solução para um problema comum e divulgar essa solução por toda a Europa."

Nove workshops sobre assuntos que abarcaram desde a gestão da água, o acesso universal à banda larga, o impacto das alterações climáticas, o efeito da indústria nas economias urbanas e gestão de riscos até aos serviços por satélite, atraíram 603 pessoas vindas de toda a UE.

A caminho de uma economia dinamizada pela inovação

A revista Panorama esteve no workshop sobre a criatividade e a inovação como motores do desenvolvimento urbano e regional, onde os oradores discutiram a eliminação das diferenças entre cultura e negócios, como fazer da Capital da Cultura um êxito e a equação fundamental 'criatividade+espírito empresarial=inovação'.

Ao abrir o workshop, o seu presidente, Rudolph Niessler, Director da Coordenação da Política, DG Política Regional, explicou que a intenção subjacente ao Ano da Criatividade e da Inovação é fazer da criatividade uma questão real, com impacto no modo como vivemos e conduzimos a nossa economia. O workshop procurou proporcionar um melhor conhecimento do papel que a cultura, a indústria criativa e a criatividade podem desempenhar neste contexto.

Falando em nome da rede Espaço de Criatividade da Flandres, Pascal Cools resumiu os objectivos da organização: tornar a Flandres empresarial mais criativa e a Flandres criativa mais empresarial. "A principal força de uma economia reside na sua capacidade de ser criativa e não na sua eficiência", disse, acrescentando: "O nível das regiões é o mais adequado para tratar a inovação. Somos suficientemente grandes para se importarem conosco e suficientemente pequenos para se preocuparem conosco."

A rede Espaço de Criatividade da Flandres opera numa rede internacional de regiões que trabalha para o objectivo de maior inovação, desde Oklahoma até Osaka. Cools descreveu a complexidade de estar ligado a uma rede internacional de parceiros que tem membros em seis fusos horários diferentes: "Qual é o momento adequado para realizar uma teleconferência se todos estão em fusos horários diferentes?" Outras dificuldades que mencionou foram os diferentes contextos culturais e o acesso dos membros ao financiamento, que também muda, em função do sítio onde estão. "Temos dimensões diferentes, enfrentamos desafios diferentes e partilhamos soluções diferentes mas, deste modo, não temos de reinventar a roda." As pessoas interrogam-se porque é que estão envolvidas numa rede tão alargada: "Por vezes pergunto-me se sou maluco por dar as nossas ferramentas a outras regiões", diz Cools. "Mas em troca recebemos outras coisas. É preciso ser-se aberto."

As comunicações criaram o entendimento de que as redes servem para mais do que simplesmente falar – precisam de abranger projectos concretos com objectivos ambiciosos, transformando a teoria em realidade. Tal como admitiu Neil Peterson, coordenador de Liverpool, Capital Europeia da Cultura 2008, nem ele nem a sua equipa podiam imaginar que o ano viesse a ter um êxito tão grande como teve: "Definimos cedo as nossas ambições e procurámos realizá-las", explicou.

“ Grande ambição, mas actuar passo a passo – coisas práticas que se podem fazer para atingir os objectivos ”

Neil Peterson – Liverpool, Capital Europeia da Cultura, 2008





Ter um objectivo claro pode levar diferentes organizações a trabalharem em conjunto. Há cinco anos as instituições culturais em Liverpool competiam umas com as outras para conseguirem financiamentos. “Uma grande consequência do nosso ano como Capital da Cultura é que a abordagem é agora mais colectiva. Estamos a trabalhar juntos para manter a cultura no topo da agenda”, explica Peterson.

2008 proporcionou a Liverpool uma maneira de utilizar a cultura para estabelecer contactos com os habitantes da cidade. Alguns projectos artísticos reuniram pessoas de diferentes origens e de zonas diferentes da cidade, incentivando o debate sobre como a emigração e a imigração beneficiaram Liverpool ao longo dos anos e sobre os danos causados pela violência e pela homofobia.

Existem benefícios económicos, mas Peterson avisa: “É preciso saber com o que se parece o êxito.” Isto partilhava um comentário feito antes por Cools de que o benefício económico da cultura e da criatividade para uma comunidade leva tempo a ser conhecido e pode ser difícil de medir – são investimentos a longo prazo na capacidade de uma região para ser inovadora.

A cultura como vector de criatividade e de inovação

O nível regional é muito importante para as actividades que colocam a criatividade como motor do desenvolvimento económico. Fazer uma ligação da relação existente entre lugar e cultura aumenta essa criatividade. No que se refere à cooperação entre os sectores artístico e empresarial, Pia Areblad

e Rudolph Niessler são claros: cada sector tem a sua legitimidade. Não se trata de fazer dos artistas homens de negócios nem vice-versa. Existe um terreno comum em que podemos tirar o máximo proveito da sinergia entre os dois. “O melhor é efectivamente experimentar e partilhar as boas práticas, sem receios nem inveja, numa situação em que todos os parceiros envolvidos têm muito a ganhar”, disse Niessler.

Agregar para crescer

Conglomerados Económicos de Empresas Culturais (ECCE - Economic Clusters of Cultural Enterprises) é uma rede co-financiada pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) que oferece aconselhamento e formação a empresários do sector cultural e criativo.

Estes serviços estão disponíveis em centros de recursos locais que funcionam nas cidades da rede ECCE: Nantes, Rennes e Angers em França, Aachen na Alemanha, Eindhoven e Utreque nos Países Baixos e Huddersfield no Reino Unido.

O crescimento do sector da cultura e das indústrias criativas não tem a ver apenas com a evolução de grandes empresas para empresas gigantes, mas sim como as pequenas empresas podem beneficiar da agregação, de redes e da promoção da Internet. O maior desafio desta rede consistiu em desenvolver uma comunidade criada por utilizadores, em linha, transnacional e constituída por pessoas envolvidas na criatividade e cultura.

A utilização da plataforma é livre e os visitantes podem carregar os seus perfis pessoais ou profissionais, indicar domínios de interesse e iniciar um blogue. Pode ser igualmente utilizada para associar pessoas do mesmo local ou com interesses comuns. Curioso? Dê uma espreitadela em: www.connectedcreatives.eu

As Regiões e a Mudança Económica – Definir boas práticas e aperfeiçoar políticas

A diversidade das regiões da Europa levou ao desenvolvimento de soluções diferentes para fazer face aos diferentes desafios que se nos colocam – uma solução nunca é igual a outra. O conjunto de conhecimentos é tão diversificado como as soluções que gera.

Uma vez que as áreas de conhecimento se podem complementar entre si, foi lançada a iniciativa As Regiões e a Mudança Económica. Seguiu-se a um movimento da Política de Coesão para se centrar mais nos objectivos fundamentais da Estratégia de Lisboa para o crescimento e o emprego, especialmente o desenvolvimento dos recursos humanos, o aumento dos investimentos na inovação e na economia do conhecimento, apoio às empresas e desenvolvimento das infra-estruturas críticas da UE.

O seu objectivo é reforçar o intercâmbio de boas práticas e fazer da criação de redes um instrumento para partilhar ideias que funcionem. Tudo isto é feito, principalmente, através de dois programas pan-europeus de trabalho em rede: INTERREG IVC e URBACT II.



O ÚLTIMO NÚMERO

As perspectivas futuras da coesão territorial foi o tema do último número da revista Panorama. A Comissão Europeia recebeu mais de 380 respostas ao Livro Verde sobre a Coesão Territorial. Contribuindo para as reflexões sobre o futuro desta política, os Estados-Membros da UE, autoridades regionais, associações regionais e locais, cidades, parceiros económicos e sociais, organizações da sociedade civil, instituições académicas e de investigação, bem como os cidadãos, em geral acolheram bem o Livro Verde. Muitos partilharam o ponto de vista de que a coesão territorial complementa e reforça a coesão económica e social. A Comissão Europeia publicará um resumo das contribuições para o debate que será integrado no 6.º Relatório Intercalar sobre a coesão económica e social. A seguir a Comissão Europeia examinará a forma como a coesão territorial pode ser integrada na Política de Coesão da UE para além de 2013.

O PRÓXIMO NÚMERO

A primeira Estratégia da UE para a Região do Mar Báltico será o tema da próxima edição da revista Panorama. Esta estratégia procura tornar a região sustentável do ponto de vista ambiental e aumentar a sua prosperidade. São igualmente prioridades essenciais a melhoria das ligações de transportes e o aumento da protecção e segurança marítimas. A estratégia, implicando um vasto conjunto de intervenientes (Estados-Membros, regiões, cidades, sector privado, grupos de interesses e o público em geral), será uma das principais prioridades da Presidência sueca da UE no segundo semestre de 2009. A revista Panorama abordará os problemas que afectam a região e falará com peritos envolvidos na definição das políticas.

DATAS	EVENTO	LOCAL
10 de Junho de 2009	Adopção da estratégia regional UE-Mar Báltico pela Comissão Europeia http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm	Bruxelas (BE)
11-12 de Junho de 2009	A Estratégia para o Mar Báltico – Regiões e Política de Coesão em acção http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/visby_11062009_en.htm	Visby (SE)
15-16 de Junho de 2009	Terceira reunião da rede comunitária INFORM dos funcionários da comunicação da Política Regional http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm	Bruxelas (BE)
17 de Junho de 2009	Plataforma da rede JESSICA http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/2007/jjj/jessica_network_en.htm	Bruxelas (BE)
18-20 de Junho de 2009	Jornadas da Inovação 2009 http://www.innovationdays.eu/	Lisboa (PT)
17 de Julho de 2009	Prazo para candidaturas aos RegioStars 2010 http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010	
Prazo: 15 de Agosto de 2009	Comité Económico e Social Europeu: Design ZeroNine – Prémio Europeu para um Presente Sustentável www.design-competition.eesc.europa.eu Os estudantes e os profissionais de design são convidados a inscrever-se neste concurso e apresentar as suas ideias até 15 de Agosto de 2009.	
5-6 de Outubro de 2009	Da Carta Europeia das Pequenas Empresas para a Lei das Pequenas Empresas http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/index_en.htm	Estocolmo (SE)
5-8 de Outubro de 2009	Open Days – Semana Europeia das Regiões e Cidades: Desafios Globais, Respostas Europeias http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/	Bruxelas (BE)
14-16 de Outubro de 2009	Conferência sobre Criatividade e Inovação - 2009 http://www.creativityandinnovation.nl/	Maastricht (NL)

Descubra os principais eventos da Política Regional no sítio web:
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_en.cfm

DÊ-NOS A SUA OPINIÃO

KN-LR-09-029-PT-C

Esta edição da revista Panorama é a primeira a beneficiar dos novos grafismo e de um novo conceito editorial. Embora Panorama continue a destacar um tema específico em cada número, acrescentámos novas secções para analisar a política regional a partir das perspectivas dos seus diferentes protagonistas. O artigo "Projecto no seio de ..." apresenta projectos que Panorama espera seguir durante um período mais longo a fim de, por exemplo, ilustrar os altos e baixos da gestão e da realização dos projectos co-financiados pelo FEDER. A rubrica "Terreno Comum" mostra-nos o que outras organizações estão a fazer na mesma área.

A partir da próxima edição, poderá fazer perguntas sobre os aspectos práticos dos projectos, sobre a política regional ou sobre o tema analisado no número da revista em questão. Esperamos publicar as perguntas, respostas e comentários de maior interesse para os nossos leitores. O próximo número de Panorama abordará a primeira **Estratégia da UE para a Região do Mar Báltico**, que tem por objectivo coordenar os esforços dos vários intervenientes na região (Estados-Membros, regiões, instituições financeiras, UE, organizações pan-bálticas, organizações não governamentais, etc.) a fim de promoverem, em conjunto, um desenvolvimento mais equilibrado da região.

Para fazer perguntas ou exprimir opiniões sobre esta ou qualquer outra questão de política regional, podem contactar-nos através do endereço e-mail: regio-panorama@ec.europa.eu.

ISSN 1725-8154

© Comunidades Europeias, 2009
Reprodução autorizada mediante indicação da fonte.

Impresso na Bélgica

SERVIÇO DAS PUBLICAÇÕES OFICIAIS
DAS COMUNIDADES EUROPEIAS
L-2985 Luxemburgo

Comissão Europeia, Direcção-Geral da Política Regional
Unidade B1 – Informação e Comunicação
Raphaël Goulet
Avenue de Tervuren 41, B-1040 Bruxelas
Fax: (32-2) 29-66003
E-mail: regio-info@ec.europa.eu
Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_pt.htm

