RELATÓRIO
WORLD CAFÉS VIRTUAIS

Cultura
Algarve
Horizonte
2030

Cultura Algarve Horizonte 2030

Ficha técnica

Organização
AMAL

Parceria
Direção Regional da Cultura do Algarve

Produção
Universidade do Algarve

Promoção
Faro 2027

Redação e elaboração do relatório
Marta Costa Lima

Junho de 2021

Índice

Introdução 3

Objetivos 4

Metodologia 5

- **World Café Virtual** 5
- **Ementa do Dia** 6
- **Etiqueta** 7

Apresentação de Resultados 8

- **Participantes** 8
- **Princípios Orientadores** 9
- **Visão prospetiva** 11
  - Respostas coincidentes e comuns aos três grupos 11
  - Grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (ou WCF1) 12
  - Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2) 13
  - Grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as (WCF3) 14
- **Pontos Fortes e Oportunidades** 15
  - Respostas coincidentes e comuns aos três grupos 15
  - Grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (ou WCF1) 17
  - Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2) 18
  - Grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as (WCF3) 20
- **Ações para a próxima década** 21
  - Respostas coincidentes e comuns aos três grupos 21
  - Grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (ou WCF1) 24
  - Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2) 25
  - Grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as (WCF3) 26

Análise e discussão dos resultados 29

Conclusões 32

Avaliação pelos participantes 33

Anexos 36

Introdução

A iniciativa "Cultura Algarve Horizonte 2030" é um projeto de auscultação alargada que visa a concretização de um documento sobre as visões de futuro para o desenvolvimento do Sector Cultural e Criativo na região do Algarve num horizonte de 10 anos (2030).

O Algarve é uma região geograficamente bem definida o que lhe confere um conjunto de características que potenciam as lógicas colaborativas e a definição de caminhos comuns. Neste contexto, potenciado pela vontade dos Municípios, através da AMAL, se associarem como co-produtores da candidatura de Faro a Capital Europeia da Cultura, surgiu o interesse em se desenvolver um documento com uma visão, em género de desejo, do que se quer para o futuro da cultura na região.

A esta vontade juntou-se a estrutura que no Algarve tem a responsabilidade de representação do Ministério da Cultura - a Direção Regional de Cultura do Algarve – e que tem um papel fundamental na definição das linhas estratégicas futuras para o Sector Cultural e Criativo na região. Aliando o conhecimento acumulado da Universidade do Algarve, pretende-se, através desta, dinamizar a criação de um documento que possa congregar diversas visões, desejos, anseios e vontades, expressas por lógicas locais, sub-regionais e regionais, numa perspetiva agregadora e suficientemente ampla para que uma vasta maioria se possa rever no mesmo.

Assim, pretende-se a concretização de um documento assente em 3 áreas.

1) <u>Promoção de uma visão prospetiva para a cultura na região</u> - Inspirando visões de futuro sobre o desenvolvimento do Sector Cultural e Criativo do Algarve, mas acima de tudo auscultando o território e os seus agentes, procurando conhecer e congregar os seus anseios;

2) <u>Definição de princípios orientadores que potenciem o desenvolvimento através da cultura</u> - Agregando os momentos de auscultação e as orientações emanadas dos planos regionais em vigor e em preparação, pretende-se definir um conjunto de princípios orientadores assentes numa perspetiva de inovação e desenvolvimento local e regional através da cultura e criatividade;

3) <u>Criação de valor sustentado associado à cultura na</u> região – Desenvolvendo novas narrativas que permitam valorizar o Sector Cultural e Criativo do ponto de vista não apenas do desenvolvimento pessoal e enriquecimento intelectual dos cidadãos, mas também do valor social e económico intrínseco ao desenvolvimento destas atividades.

Para este processo foram identificadas diversas entidades regionais, municípios, bem como diversos agentes do Sector Cultural e Criativo (SCC) do Algarve que foram alvo de auscultação por parte da equipa multidisciplinar da Universidade do Algarve. Contudo, com o objetivo de alargar o processo a todas as pessoas interessadas, a equipa de Faro 2027 propôs-se a realizar um conjunto de outras ações de comunicação e auscultação abertas a toda a população da região do Algarve. Neste sentido, foram realizadas três conferências "Talks Horizonte 2030" e três "World Café Virtuais".

O presente relatório abrange os resultados das sessões destes últimos "World Café Virtuais".

Objetivos

Estas sessões de “World Café Virtual”, tiveram como missão facilitar a participação de um grupo alargado de atores e cidadãos na construção de uma nova Visão para a Cultura no Algarve no horizonte 2030. Mais especificamente, pretendeu-se:

- Proporcionar um espaço de reflexão, visualização e projeção do potencial máximo cultural e criativo da região;

- Promover o debate e a partilha de perspetivas entre agentes de diferentes concelhos da região;

- Recolher informação que pudesse ser um contributo para o documento a ser construído;

- Proporcionar novas formas de auscultação e debate coletivo através de meios digitais, como alternativa de participação pública em fase de confinamento

Metodologia

World Café Virtual

O World Café é uma metodologia de partilha e discussão em grupo bastante utilizada em todo o mundo, sendo muito útil para estimular a criatividade, explorar temas relevantes e criar espaço para que a inteligência coletiva possa emergir. O nome Café aparece justamente para convidar as pessoas a conversar de uma forma informal, descontraída, como se estivessem numa mesa de um café/restaurante.

Embora este World Café seja Virtual, acontecendo na plataforma Zoom, recorremos a metodologias que nos permitiram desenvolver esta ação com dinamismo e gerando oportunidades para que todos pudessem participar, tal como aconteceria em modo presencial.

A realização destas sessões de "World Café Virtual" apresentaram-se como um interessante desafio para a equipa coordenadora e equipa de facilitação, sendo que não havia experiência prática ou de exemplo sobre a realização desta metodologia em formato virtual.

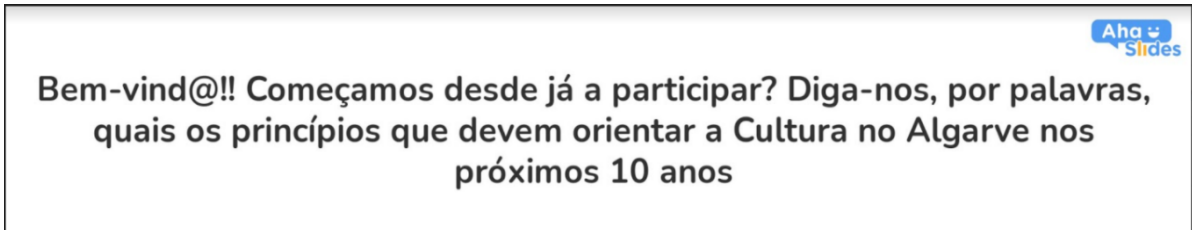
De forma a garantir o cumprimento dos objetivos propostos para as sessões e salvaguardar a condução das sessões de forma a respeitar o carácter de descontração, motivação e partilha efetiva, foram realizadas diversas reuniões de preparação entre a equipa coordenadora e a equipa de facilitação de Faro 2027 (11 elementos).

De forma a potenciar a vertente participativa e colaborativa deste processo e capitalizar a inteligência coletiva, optou-se por conjugar a metodologia de World Café às linhas orientadoras de base para o Desenvolvimento e Design Regenerativo. Desta forma, procurou-se que o tempo da sessão fosse investido em projetar um imaginário onde a região, em 10 anos, pode desenvolver todo o seu potencial criativo, ampliar todos os seus valores distintivos e expandir o seu contributo único para outros territórios.

Para isso, elaboraram-se 4 questões abertas para colocar aos grupos de participantes no decorrer das sessões de World Café.

Ementa do Dia

Em primeira instância, optou-se por convidar os inscritos a responderem a uma questão de partida e como preparação antes de se iniciar a sessão, utilizando a ferramenta AHAslides[1]:



Posteriormente, foram criados três momentos organizados numa "Ementa do dia". A cada momento corresponde uma questão aberta colocada aos/às participantes, que em debate respondem colaborativamente a cada uma. Os resultados de cada debate foram por sua vez mapeados com a ajuda da equipa de facilitação em slides Jamboard[2].

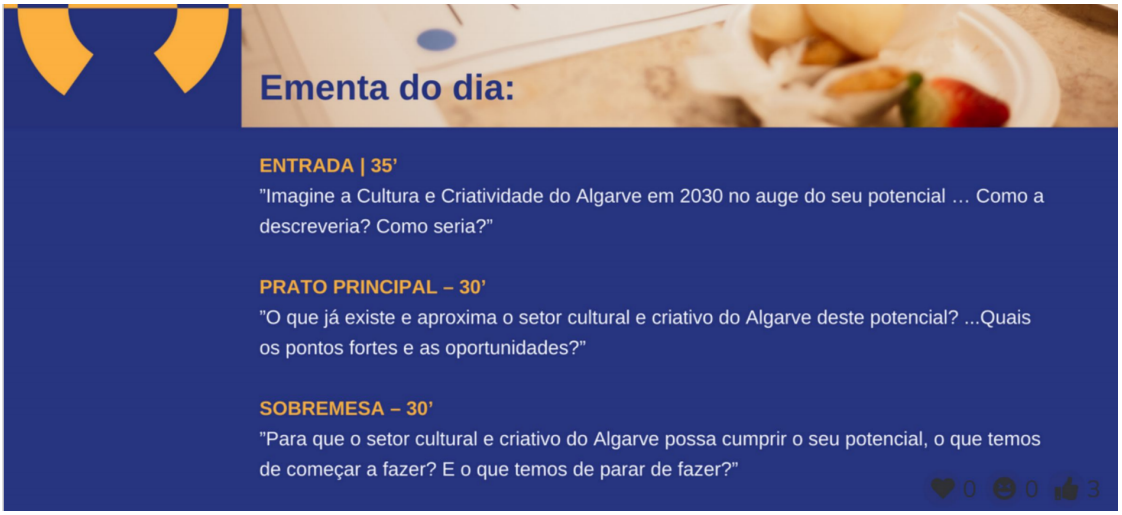


Fig.1 – "Ementa " – questões colocadas aos participante

[1] Ferramenta AHAslides disponível em

https://ahaslides.com

[2] Ferramenta Jamboard disponível em

https://jamboard.google.com

Etiqueta

Foi ainda apresentada uma “Etiqueta” a todos/as participantes de modo a orientar o comportamento no sentido da colaboração e participação construtiva e inclusiva, conforme se pode analisar na figura abaixo.

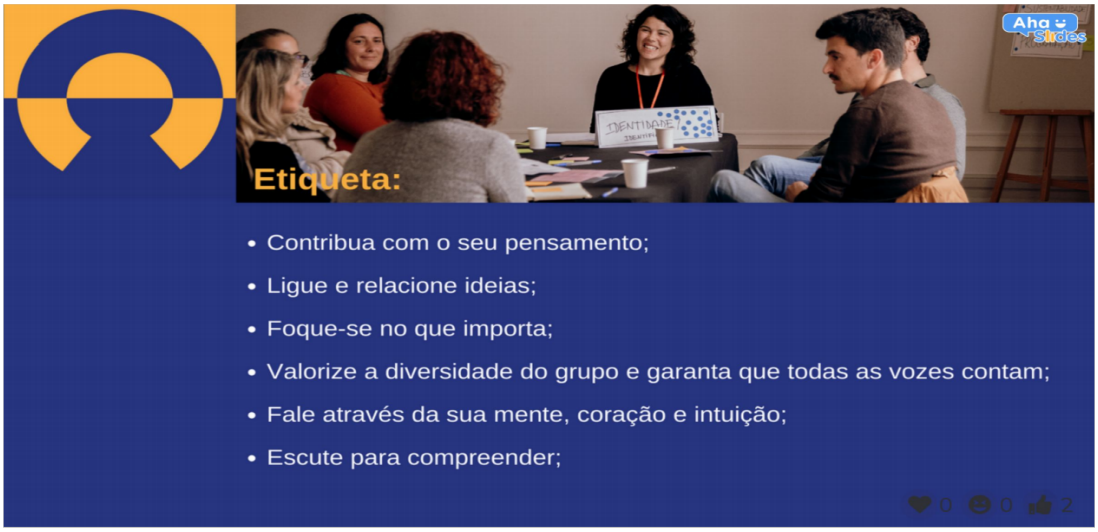


Fig. 2 – Etiqueta – orientações comportamentais para a participação

Apresentação de Resultados

Participantes

No decorrer das três sessões, reuniu-se um total de 61 participantes, distribuídos por 13 concelhos do total de 16 que compõem o distrito de Faro.

Sessão	Data	Grupo	Total Participantes
World Café 1 (WCF1)	12/5/2021	Dirigentes e Técnicos/as Municipais	23
World Café 2 (WCF2)	12/5/2021	Agentes do Sector Cultural e Criativo	25
World Café 3 (WCF3)	19/5/2021	Cidadãos e cidadãs interessadxs	13

Tabela 2- Descrição dos grupos de participantes

Como se pode verificar pelo Mapa 1, os participantes do grupo Dirigentes e Técnicos/as Municipais (grupo WCF1) surgem distribuídos de forma equilibrada, sendo que Faro e Aljezur apresentaram o maior número de participantes. No grupo de Agentes do SCC bem como no grupo de Cidadãos e Cidadãs, a maioria dos/as participantes identificam-se em Faro e nos concelhos contíguos, Loulé, Olhão, São Brás do Alportel.

Por outro lado, verificou-se que 3 participantes do WCF2 (SCC) identificaram-se em dois concelhos do Algarve, assim como outros 2 participantes que se localizaram fora da região no momento da atividade (Porto e Seixal) e até fora do país (1 participante em Düsseldorf).

Mapa 1—Distribuição geográfica de participantes

WCF1 WCF2 WCF3

Princípios Orientadores

Pergunta de Boas-Vindas

"Diga-nos, por palavras, quais os princípios que devem orientar a Cultura no Algarve nos próximos 10 anos"

Esta questão foi apresentada previamente aos participantes, durante os dias anteriores à sessão, utilizando a ferramenta AHAslides na construção de uma nuvem de palavras (vide Fig. 3 a 5). Este momento permitiu introduzir nas sessões o mote participativo antes ainda do evento começar, enquanto ao mesmo tempo, permitiu guiar o foco mental dos/as participantes para o tema das atividades.

Fig. 3- Pergunta de Boas-Vindas Grupo Dirigentes e Técnicos Municipais (WCF1)

Fig. 4 - Pergunta de Boas-Vindas Grupo Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2)

Fig 5 - Fig. 4 - Pergunta de Boas-Vindas Grupo Cidadãos e cidadãs interessados/as (WCF3)

A recolha e agregação dos dados das nuvens de palavras construídas pelos 3 grupos de participantes permitiu a construção de uma nuvem de palavras global, que inclui as respostas da totalidade de participantes (Fig.6)

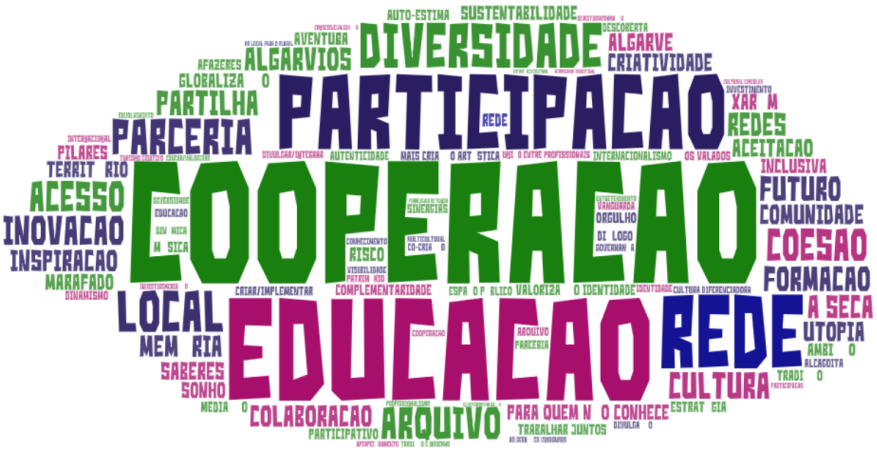


Fig. 6- Nuvem de palavras Global. Princípios orientadores

Da análise global dos resultados pode-se concluir que os/as participantes identificam como princípios orientadores centrais, os seguintes:

A <u>Cooperação</u> é identificada como princípio orientador de modo muito aproximado e consistente pelos três grupos, ao passo que nos outros três princípios orientadores surgem algumas diferenças.

Participação e Rede surgem de modo central para os grupos de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (WCF1) bem como para os/as Agentes do Sector Cultural e Criativos (WCF2), e não tanto para o grupo de Cidadãos/Cidadãs (WCF3).

Por outro lado, Educação surge como central para o Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo e para o grupo de Cidadãos/Cidadãs, e não tanto para o grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais.

Com menor expressão, mas de nota, "Local" e "Acesso" são identificados em particular pelo grupo de Dirigentes e Técnicos/as e o grupo Cidadãos/Cidadãs.

Já o Grupo de Agentes SCC identifica a "Formação" como central.

Visão prospetiva

Entrada

"Imagine a Cultura e a Criatividade do Algarve em 2030 no auge do seu potencial... Como a descreveria? Como seria?"

Os resultados que contribuíram para a construção da Visão Prospetiva para a cultura da região foram recolhidos durante a primeira ronda de discussão e participação dos World Cafés, que foi designada na Ementa do Dia como "Entrada".

Respostas coincidentes e comuns aos três grupos

Para esta questão de início de discussão, revelaram-se algumas respostas coincidentes e comuns aos três grupos de participantes.

Aproximação da Cultura à Educação

A importância da **aproximação da Cultura à Educação**, eliminado as barreiras entre as escolas e os artistas e criadores, em todos os níveis de ensino e todas as faixas etárias. Constitui uma visão partilhada, a importância da cultura na educação, e a importância da formação de públicos para a cultura desde tenra idade.

Estratégia para a gratuitidade, com a definição de limites e objetivos claros que não sacrifiquem os agentes culturais: o combate à exclusão social e cultural de pessoas mais vulneráveis; e a formação de novos públicos.

A **Cultura para Todos**, e a **acessibilidade da cultura**, independentemente da condição socioeconómica, também é um resultado que foi apresentado pelos três grupos. O grupo WCF1 numa perspetiva de impacto e ação social mais efetiva no combate de assimetrias da exclusão social; o grupo WCF2 no sentido da eliminação da noção elitista da cultura e da arte, democratizando-a, bem como a importância de uma estratégia de formação de novos públicos nos eventos seleccionados como gratuitos; o grupo WCF3 apresenta a importância da gratuitidade da cultura a pessoas vulneráveis, num modelo que não sacrifique os **agentes culturais**, por um lado, por outro a acessibilidade física, no sentido da eliminação das barreiras de transporte e mobilidade entre as várias cidades, vários equipamentos culturais, da região.

Os grupos WCF2 e WCF3 referem ambos a **importância da tecnologia**, ao serviço da **comunicação e divulgação da cultura na região** com o desenvolvimento de uma plataforma digital e/ou agendas interativas. Para o grupo WCF2, esta seria uma ferramenta de trabalho vital para melhorar a colaboração e coordenação da programação distribuída pelo território ao longo de todo o ano, e em concordância com o grupo WCF3 a dinamização da divulgação de artistas, criadores, eventos, espaços (etc.) de toda a região ao longo de todo o ano.

Grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (ou WCF1)

De uma forma consistente, este grupo apontou para o **Trabalho em Rede**, com colaboração intermunicipal e interdepartamental, de modo a garantir uma distribuição e cobertura de todo o território da região, desenvolvendo um modelo de trabalho participado e colaborativo que assuma a Cultura no Algarve como uma verdadeira região. Foi proposta a criação de uma estratégia regional para a Cultura, que se assuma como fator de desenvolvimento e inovação, constituindo-se um pilar na agenda política e do trabalho em rede em áreas estratégicas e estruturantes.

O grupo WCF1 indicou ainda a necessidade do investimento e pacotes de financiamento que promovessem: o Plano Nacional das Artes; o trabalho colaborativo entre as várias Redes já existentes (exemplo: Rede de Bibliotecas, de Museus, etc.).

Modelo de Trabalho em Rede e colaborativo (intermunicipal e interdepartamental) em todo o território, no desenvolvimento de uma Estratégia Regional para a Cultura que se assuma como fator de desenvolvimento e inovação.

Este grupo WCF1 sublinha ainda a necessidade da promoção da mentalidade em que a cultura é mais que entretenimento e fruição, sublinhando o papel de aproximação com as populações e do impacto social nas comunidades, bem como na promoção da participação dos/as cidadãos/ãs.

Um/a participante, pertencente a um Arquivo Municipal, acrescentou a importância de aproximar o trabalho do Arquivo à Cultura. No mesmo sentido, uma participante pertencente à AMAL, realça a importância desta entidade no desenvolvimento de uma rede de trabalho e na implementação da estratégia regional, na coordenação com outras áreas estratégicas, nomeadamente o ordenamento do território.

Fig.7 – Exemplo de Jamboard da Entrada do grupo WCF1

Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2)

Os/as participantes deste grupo também sublinham a importância dum novo Modelo de Trabalho Colaborativo e em Rede, que cubra todo o território, no entanto colocaram o enfoque na importância:

- da colaboração e coordenação da programação ao nível da região completa, de modo a diminuir a sobreposição e concorrência de públicos;

- da valorização de programadores, artistas e criadores locais.

No seguimento desta noção de valorização de programadores, artistas e criadores locais, foi ainda acrescentado o investimento na *Formação* contínua e *Capacitação* destes profissionais do sector cultural e criativo.

Este grupo WCF2 propõe uma visão em que a Cultura é pensada para todo o ano (diminuindo a sazonalidade) com foco primário no público local, e em que o turismo e o visitante surgem como parceiros na construção de um paradigma inovador para além do "sol e mar", surgindo conceitos como a "Cultura no dia-a-dia".

Fig. 8 – Exemplo de Jamboard da Entrada do grupo WCF2

Grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as (WCF3)

Este grupo sublinha a importância da identidade e auto-estima cultural, da valorização do património e tradições culturais regionais e locais, e do papel do "Algarvio" enquanto pessoa que reside no Algarve, independentemente da sua origem ou nacionalidade, enquanto Embaixador da Cultura do Algarve.

O grupo WCF3 também apresenta a noção de colaboração e participação, numa perspetiva distinta: realçaram a importância da multiculturalidade, da diversidade de comunidades entre os residentes distribuídos por toda a região, e a importância das sinergias e contribuições para a inovação e desenvolvimento da região, seja a nível social, económico, de particulares ou de organizações (sociedade civil, públicas e privadas).

Fig. 9 – Exemplo de Jamboard da Entrada do grupo WCF3

Pontos Fortes e Oportunidades

Prato Principal

"O que já existe e aproxima o sector cultural e criativo do Algarve deste potencial?... Quais os seus pontos fortes e as oportunidades?"

No momento do Prato Principal, foi solicitado aos/às participantes que identificassem e distinguissem as forças que já existem no sector cultural e criativo da região do Algarve. Por outro lado, realizaram o exercício coletivo de discutir e indicar quais as oportunidades que consideram prementes para que o sector cultural e criativo se aproxime da visão para 2030.

Pôde-se distinguir as respostas em que os três grupos de participantes coincidem, das respostas mais específicas e únicas à perspetiva própria de cada grupo.

Respostas coincidentes e comuns aos três grupos

Grelha 1- Respostas comuns aos três grupos de participantes

FORÇAS	

A região do Algarve
• Proximidade geográfica e histórica com o norte de áfrica, nomeadamente Marrocos
• Biodiversidade e a relação com o turismo da natureza
• Património Natural e biodiversidade, enquanto inspiração para a criação (ex.: Ria Formosa)
• Clima, propício para a programação prolongada e ao ar livre ao longo de todo o ano e como fonte de inspiração
• Luz
• Património cultural muito rico (material, imaterial, digital)
• Identidade cultural e regional
• Multiculturalidade e diversidade:
	Trabalho em rede
	• Já existem redes de bibliotecas, teatros, museus, arquivos, que têm mostrado bons resultados
	
	Infraestruturas
	• Estruturas e equipamentos de boa qualidade
	  ○ Aeroporto Internacional
	  ○ Estádio do Algarve
	
	Entidades
	• Universidade do Algarve, centro de conhecimento e investigação

- como inspiração no panorama algarvio
- População estrangeira residente como potencial de interligação cultural, e motivada para a participação

- AMAL, na criação cada vez maior de sinergias entre concelhos

OPORTUNIDADES

Trabalho em rede

- Pensar a nível Regional, como um todo.
- Desenvolver, organizar e alargar o Trabalho em Rede Intermunicipal
- Programação em rede e bom funcionamento das redes
- Ampliar as ações do Plano Nacional das Artes
- Reforçar o funcionamento das Redes já existentes (ex.: Rede Azul, Rede Bibliotecas, Museus, etc.)

O Algarve e o Mundo

- Ligação com Entidades estrangeiras- fomentar o trabalho em rede internacional, atrair novos curadores e artistas internacionais, que contribuam para a formação de artistas nacionais e locais
- Projetos de intercâmbio e cooperação com outros países, nomeadamente com Marrocos
- Diversidade de recursos, que pode ser diferenciador e atrativo para a realização de residências artísticas
- Públicos estrangeiros – há uma comunidade de residentes estrangeiros que manifesta interesse nas atividades culturais, e importa fomentar a sua participação

Apoio e Investimento

- Apoio a autores/criadores locais

Comunicação

- Campanha de comunicação para mudar a imagem redutora "Sol e Mar" do Algarve, tanto a nível nacional como internacional, com a promoção de uma imagem que revele a diversidade e a inovação cultural da região.
- Conceito "Algarve é mais do que turismo": desmistificar esta ideia para o futuro, desenvolvendo uma estratégia de comunicação que valorize a região
- Comunicar melhor a programação cultural, coordenada e organizada a nível regional
- Comunicação, no seu papel de promoção e divulgação da cultura

Agentes do SCC

- Diversidade e variedade de agentes culturais e associações e o seu contributo para o desenvolvimento dos territórios, nomeadamente rurais
- Grupos e movimentos informais que podem ser potenciados enquanto agentes culturais

Aspetos diferenciadores

- O clima, o mar e a Luz como fator diferenciador e atrativo para artistas visuais (ex.: cinema)
- Clima, Luz e qualidade de vida são atrativos para acolher residências

- Empregabilidade alta e atrativa deve ser mantida independentemente da sazonalidade
- Criar um gabinete de apoio para candidaturas a financiamento

artísticas com condições únicas; bem como formadores/professores que desenvolvam atividades formativas para artistas/criativos nacionais e locais.

Educação e Formação

- Melhorar a relação da cultura com as escolas e eliminar barreiras entre artistas e escolas

Grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (ou WCF1)

Grelha 2 - Respostas específicas dos Dirigentes e Técnicos/as Municipais.

FORÇAS	
A região do Algarve ● Tradições, História, Valores **Recursos humanos** ● Há recursos humanos com experiência e competência para trabalhar em rede na Cultura do território algarvio	**Resultados positivos acumulados** ● Bons resultados dos projetos que têm sido realizados com metodologias de trabalho em rede e colaboração intermunicipal ● Serviços educativos dos vários serviços dos municípios e das salas de espetáculo com resultados positivos na educação pela arte e para a arte. ● Relação entre Cultura e Turismo: o turismo de experiência.
OPORTUNIDADES	
Cultura e Educação/Formação ● Universidade num papel mais ativo na formação para a criatividade ● Momento ou evento para refletir a arte e a cultura, na relação com a educação, desenvolvendo uma reflexão sobre o futuro e as novas gerações (exemplo: congresso, seminário, investigação...)	**Comunicação e Imagem do Algarve** ● Cultura para todo o ano – um olhar mais para "dentro" do que para "fora" (os que cá vivem e os que visitam); programar e comunicar para a época baixa e para quem cá vive, incluindo residentes estrangeiros

Financiamento e Políticas para a Cultura

- Pacto Político com compromisso financeiro que envolva AMAL, Municípios, Redes de artistas/criativos, associações, para pensar e programar o financiamento a médio e a longo prazo
- Coexistência de fontes de investimento público e privado, que pode ser melhorada se enquadrada numa estratégia regional.
- Valorização dos profissionais da cultura – Criação do Estatuto do Profissional da Cultura, que permita ultrapassar as atuais barreiras procedimentais das contratações realizadas pelos municípios

Cultura e Património

- A cultura pode ser levada para fora dos espaços convencionais, existindo no espaço público aberto, espaços esses que podem ser urbanos, na natureza ou espaços do património edificado histórico.

As pessoas

- Desenvolver a dinâmica de participação e colaboração da população, movimentos associativos e organizações da sociedade civil.
- Diversidade muito grande de movimentos associativos, e associações culturais em toda a região.
- Redes informais de criativos e artistas
- Juventude – o Algarve tem uma massa crítica abaixo dos 30 anos (jovem) que é importante envolver. Formação formal e não-formal para jovens criativos/artistas e formação de público para a arte e cultura

Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2)

Grelha 3 - Respostas específicas dos Agentes do Sector Cultural e Criativo.

FORÇAS	
A Vida no Algarve • Força inspiradora do Algarve, • A inspiração energética, do mar, da luz • Os problemas concretos existentes (sociais, ambientais, etc.) são uma boa matéria-prima para a criação, que por sua vez pode apresentar soluções e despertar a comunidade para a ação	**Competências e talentos** • Utilização das redes sociais para a divulgação e comunicação • Massa de profissionais da cultura competentes • Produções locais

- A própria região e as suas gentes
- Grande resiliência perante o sonho
- Diversidade cultural: diversidade de tradições, barrocal, serra e litoral (a potenciar e divulgar)
- Qualidade de vida
- Notoriedade do Algarve, nacional e internacional

Boas práticas

- Programa 365 Algarve tem pontos fortes: programação ao longo de todo o ano e distribuído por todo o território
- Tentativa de distribuição de fundos de modo justo pela Dir. Regional da Cultura

OPORTUNIDADES

Candidatura Faro 2027

- traz a oportunidade para se juntarem a iniciativas europeias e/ou internacionais
- Novo Bauhaus

Trabalho em Rede

- Direção Regional da Cultura reforçada e potenciada para trabalhar em rede com os agentes. Repensar as suas competências de modo a desenvolver uma estrutura facilitadora do trabalho em rede
- Partilha e rentabilização de recursos, estruturas e equipamentos ao longo de todo o território

Investimento e Apoio

- Apoio às associações culturais com um papel ativo na redução de assimetrias e promoção de atividades culturais em territórios com mais carências culturais
- Fábrica da Cerveja em Faro enquanto incubadora de projetos artísticos em Faro e enquanto motor de formação e transdisciplinaridade
- Plano Nacional das Artes

Cultura e turismo

- Canalizar turistas internacionais para a cultura e não só para a praia e golfe

Cultura como fator de desenvolvimento

- Temas prementes e em voga na sociedade não só para a inspiração artística e cultural, mas também porque a cultura tem capacidade para contribuir para a resolução de problemas (exemplo: alterações climáticas, proteção ambiental, etc.)

Fatores diferenciadores

- A "inocência" da cultura do Algarve: teatros, orquestras, etc... surgiram nos últimos 20 anos, e esta juventude das instituições apresenta uma oportunidade única para a inovação e diferenciação
- Diversidade de culturas e nacionalidades, residentes ou visitantes, com enorme potencial para desenvolver a cultura

Agentes SCC

- Muitos artistas e criativos com competência e talento, mas que ainda não alcançaram o seu potencial máximo, que podem crescer se apoiados.

Grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as (WCF3)

Grelha 4- Respostas específicas do do grupo Cidadãos e Cidadãs interessado/as.

FORÇAS	
A região do Algarve • Dimensão média das cidades sem urbanização excessiva permite manter a qualidade de vida das populações **As pessoas** • Orgulho próprio mais reforçado do que no passado • O Sentir e o Olhar para a região como um todo • Vontade e disponibilidade para organizar eventos • Hospitalidade torna o território acolhedor para visitantes	**Entidades e infraestruturas** • Orquestras de elevada qualidade e competência • Grupos de teatro e de dança contemporânea • Bandas filarmónicas e ranchos folclóricos, distribuídos pela totalidade do território e o seu património histórico e intergeracional nas comunidades • Infraestruturas e instalações com qualidade para a cultura
OPORTUNIDADES	

• Cultura seja assumida como motor de desenvolvimento da região
 	
Comunicação
• Comunicação inclusiva, que abranja todo o território, do interior ao litoral, e que divulgue com equidade as atividades culturais
• O potencial da tecnologia
 	
Trabalho colaborativo
• Criação e potencialização de redes para cooperação entre profissionais na cultura, entidades e população, de modo inclusivo
• Envolver os agentes económicos na produção cultural e criativa
	Fatores diferenciadores
	• Embaixadores da Cultura Algarvia:
	  ○ Visitantes estrangeiros
	  ○ Estudantes Erasmus
	  ○ Voluntários
	  ○ Turistas
	  ○ Etc.
	
	Património
	• Valorizar o património edificado
	• Aproveitar o património edificado para em algumas alturas do ano acolherem residências artísticas
	• Mapeamento do património edificado disponível para residências artísticas, com memória descritiva em função das características necessárias ao/à artista e à criação

Ações para a próxima década

Sobremesa

"Para que o sector cultural e criativo cumpra o seu potencial o que temos de começar a fazer? E o que temos de parar de fazer?"

Neste momento do World Cafés Virtuais os participantes foram desafiados a identificar o que é necessário parar de fazer e o que é importante começar a fazer para que se realize a visão para 2030 identificada no momento da Entrada.

De uma forma geral os três grupos apresentaram respostas muito próximas, e até unânimes em muitos aspetos. Nas respostas em que surgiram diferenças, podem ser identificadas as perspetivas particulares e únicas do grupo de participantes em questão. A diferenciação entre grupos surge também em exemplos específicos de temas que partilham com os outros grupos.

Assim, abaixo, estão apresentados os resultados comuns aos três grupos, e em seguida os resultados específicos e/ou exclusivos de cada um dos três grupos de participantes.

Respostas coincidentes e comuns aos três grupos

Grelha 5- Respostas comuns aos três grupos de participantes

PARAR DE FAZER	
Mentalidade e Visão	**Metodologias de trabalho**
• Promover o Algarve como sendo só turismo, sol e praia • Desvalorizar a nossa identidade cultural • Evitar perder ou adulterar os saberes em prol das tendências turísticas nacionais e internacionais • Pensar a cultura como mero entretenimento • Hierarquizar diferentes disciplinas artísticas, como sendo maiores ou menores que outras	• Parar com a fragmentação do trabalho, seja da área cultural, seja do concelho, seja de entidades • Parar de competir internamente entre concelhos: por públicos, por recursos, por infraestruturas, etc. • Parar com o individualismo tanto das associações como das autarquias • Parar de separar o trabalho realizado pelos dirigentes políticos culturais e o trabalho realizado por artistas e agentes culturais

Na Programação

- Orientação cultural priorizada para turistas
- Investimento mono-cultural
- Nichos culturais
- Confundir animação e entretenimento com Cultura
- Parar com a sazonalidade da Cultura, parando com a programação mais diversificada focada na época alta
- Parar com a sobreposição da programação
- Parar com a concorrência cultural entre concelhos
- Rivalidades internas na região.

COMEÇAR A FAZER

Comunicação

- Divulgar, promover e comunicar melhor o que é feito na região
- Comunicar cultura de forma diferenciadora e estratégica para alcançar novos públicos
- Partilha de informação e colaboração

Metodologia participativa

- desenvolver formas de participação real em todas as fases do processo: criação, produção, consumo, avaliação das atividades culturais; consultas sobre necessidades e expectativas das comunidades

Trabalho em Rede

- Fortalecer redes e trabalho em rede para:
  - a programação e para análises;
  - colaborações internacionais;
  - colaborações com residentes estrangeiros;

Cultura e Turismo

- Entender a promoção da oferta cultural na época baixa como prioridade estratégica, uma vez que não há distrações do “sol e mar”

Acessibilidade

- Maior aposta nos transportes públicos, circulação e na mobilidade de modo a melhorar a acessibilidade da cultura e estar ao alcance das comunidades de todos os territórios da região
- Descentralizar, melhorando a acessibilidade da cultura em todo o território e reduzindo assimetrias
- A cultura ao serviço das comunidades: todo o ano, todas as idades

Cultura e Educação/Formação

- Formação de novos públicos através das escolas de forma a que a cultura entre nos programas educativos;
- Alargar a formação a todos os ciclos de ensino;

  - a promoção internacional da oferta cultural da região
  - agentes/associações culturais, municípios devem promover esta cooperação
  - Partilha de recursos entre municípios e priorizar uma Programação Global e Transversal
- Colaborar e partilhar para colmatar carências e reduzir assimetrias
- Competir de modo construtivo, colaborar e cooperar para promover o crescimento e evolução do Algarve como um todo.
- Autarquias devem aproximar-se dos agentes SCC e conhecê-los
- Os artistas mesmo que trabalhem individualmente saberem que fazem parte de uma rede
- Estratégia de colaboração entre Cultura e Educação com envolvimento dos Municípios
- Promover sinergias e parcerias entre associações culturais que permitam candidaturas a fundos

- Formação e capacitação de crianças e jovens criativos
- Formação para a arte e cultura que envolva a classe política e outros líderes e decisores
- Educação cultural de forma sustentada
- Mais capacitação e formação especializada na região a nível técnico e artístico
- Envolvimento de jovens e crianças na educação e formação para a arte e cultura; formação de novos públicos; massa crítica
- Educação cultural para decisores políticos

Abordagem multissectorial à cultura:

- A cultura como motor de desenvolvimento e ligação de diferentes áreas (social, educação, saúde, etc.)
- Aproximação e envolvimento de múltiplos agentes económicos e agentes SCC

Apoio e Investimento

- Divulgar, promover e comunicar a cultura do Algarve enquanto marca territorial
- Maior investimento nas estruturas de produção em todas as profissões que alimentam a cultura
- Diversificação do investimento
- Potenciar a criação local
- Valorizar património natural, histórico e arquitetónico da região
- Criação de gabinetes de apoio de acesso ao financiamento

Grupo de Dirigentes e Técnicos/as Municipais (ou WCF1)

Grelha 6 – Respostas específicas do Grupos de Dirigentes e Técnicos/as Municipais

PARAR DE FAZER

- Parar de comunicar tão mal. Há que comunicar com qualidade quer com o público, quer entre entidades, profissionais, agentes, etc.
- Parar de centralizar a cultura nos grandes centros urbanos
- Parar com a ausência de rumo e de intenção nas programações culturais.
- Há que parar com a programação repartida.

COMEÇAR A FAZER

A região do Algarve

- Pensar o Algarve como um Todo
- Ver o Algarve como um Todo, sem perder as identidades locais ou municipais
- Olhar para os financiamentos em termos de região
- Estratégias políticas culturais pensadas especificamente para a região do Algarve

Abordagem multissectorial à cultura

- Focar nas tradições e património material e imaterial
- A cultura como oportunidade de crescimento económico real
- Valorizar mais o que temos através de ligação multissectorial, olhando para as atividades da região como estando interligadas. Ex.: a amêndoa enquanto produto, pode ser promovida de diferentes formas e diferentes setores.

Cultura e Educação/Formação

- Fomentar os serviços educativos

Comunicação

- Comunicar confiança na herança cultural da região enquanto geradora de riqueza

Estratégia Digital para todo o Algarve

- Reforço das infraestruturas tecnológicas;
- Formação para a literacia digital e ferramentas tecnológicas;
- Património Digital
- Comunicação, divulgação e promoção digital

Avaliação

- Mapeamento da Cultura, transversal a todo o território
- Necessidades e expectativas dos visitantes nas diferentes alturas do ano
- Necessidades e expectativas das comunidades locais e residentes ao longo de todo o ano
- Necessidades e expectativas de agentes do sector cultural e criativo

Cultura e Turismo

- Criar rotas culturais, gastronómicas e criativas que se interligam e complementam em torno dos produtos endógenos ou característicos da região

Grupo de Agentes do Sector Cultural e Criativo (WCF2)

Grelha 7- Respostas específicas dos Agentes do Sector Cultural e Criativo

PARAR DE FAZER

Cultura e pandemia

- Parar com o virtual. Recuperar da pandemia, voltando para uma cultura que não seja exclusivamente virtual – "Mais vida além dos telemóveis"

Municípios e cultura

- Municipalização da oferta cultural
- As autarquias têm de parar de achar que compram cultura, e devem assumir-se como agentes promotores do desenvolvimento cultural dos seus territórios e região, contribuindo para que as suas comunidades tenham acesso a ofertas culturais de qualidade
- Designar cargos políticos da Cultura a pessoas sem qualquer experiência na área

Metodologia de trabalho

- Parar com a compartimentação a nível municipal dos equipamentos
- Parar com a divisão dos papéis dos agentes culturais
- Agentes SCC parar de mendigar. Há que dignificar e valorizar os agentes SCC e garantir a sua sustentabilidade.

Programação

- Parar de olhar e valorizar só quem vem de fora.
- Parar de "apoucar". É necessária mais ambição.
- Eventos a curto prazo que deixam estruturas, mas não enraízam cultura

COMEÇAR A FAZER

Trabalho em Rede

- Mapeamento dos projetos que existem por concelho, de modo a construir uma "Bolsa de Projetos", para informação mútua e eventual cooperação

Apoio e Investimento

- Mais e melhores condições de financiamento: o financiamento deve ser adaptado ao artista de modo a garantir a liberdade de criação artística

- Direção Regional da Cultura e AMAL enquanto entidades agregadoras da cultura do Algarve, assumindo a divulgação e comunicação da programação cultural cujos custos nem sempre são suportáveis por todos os municípios, ultrapassando assim algumas assimetrias

Metodologia Participativa

- Algarve como exemplo pioneiro do Orçamento Participativo para a Cultura
- A programação deverá ser da responsabilidade de agentes culturais, e decisores políticos deverão repensar o seu papel e metodologias, de modo a criar parcerias e trabalho colaborativo com os agentes do SCC que estão no terreno

Acesso à Cultura

- Produzir conteúdos adaptados ao público internacional sem perder a nossa identidade
- Criar condições e/ou locais de exposição e/ou apresentação das criações locais
- Prémio Anual do Algarve que valorize a criação artística
- Sector cultural como prioridade orçamental assumida por várias entidades: AMAL, CCDR, municípios, etc.
- Mais ambição nos que nos representam (políticos). Confiança na qualidade e capacidade do SCC.

Agentes SCC

- Incentivar e estimular a autoestima dos agentes SCC da região
- Dignificar os agentes SCC criando condições quer para a criação artística e cultural como para a sua sustentabilidade
- Criar condições de fixação de artistas

Cultura e pandemia

- A pandemia provou a importância da cultura na promoção do Bem-estar.

Grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as (WCF3)

Grelha 8- Respostas específicas dos/as Cidadãos e Cidadãs interessados/as

PARAR DE FAZER	
Mentalidade e visão • Parar de valorizar só o que vem de fora • Parar de descaracterizar o património arquitetónico e desvalorizar o seu potencial como espaço cultural	**Processos** • Parar de estar sempre focado no mesmo: convidar sempre as mesmas pessoas, os mesmos tipos de espetáculos, ... • Parar com o favorecimento de alguns na contratação e seleção da atividade e programação cultural. Há que melhorar

Cultura e turismo

- Parar de distinguir Espaço de Cultura e Espaço de Turismo

a equidade e igualdade de oportunidades para todos.

- Parar com a falta de transparência nos processos de contratação e de programação

COMEÇAR A FAZER

Espaços

- Olhar e viver a cidade e introduzir todos os seus elementos na atividade cultural:
  - Enquanto inspiração para a criação
  - Enquanto espaço para a atividade cultural: a cultura a acontecer na rua, nos bairros, e não apenas nos espaços e equipamentos convencionais
- Valorizar os equipamentos e património edificado e usá-los como espaços de criação e de encontro
- Criar incentivos e estimular o engajamento no consumo de cultura:
  - Cultura nos cafés: livros, música, poesia, instalações, exposições, etc.
- Aproveitar os movimentos culturais identitários e informais dos bairros e potenciá-los para que ganhem escala

Trabalhar em rede

- Fazer Todos Juntos, numa perspetiva mais comunitária e social da cultura
- Criar infraestruturas/projetos que promovam a colaboração dos diferentes agentes culturais
- Interação de diferentes áreas no desenvolvimento da Cultura no Algarve
- Metodologia participativa no desenho da programação anual, que permita a cidadãos/ãs e agentes do SCC estarem envolvidos no processo

Apoio e investimento

- Apoiar e investir na produção local e criação local, de modo a criar condições de sustentabilidade para o SCC
- Ativar financiamentos para chegar a 2030 no auge do nosso potencial

Cultura e Educação/formação

- Espaços de encontro entre crianças e jovens com artistas/criativos/produtores culturais para fomentar o gosto pela cultura e a valorização das profissões
- Crianças e jovens a criar cultura para a cidade, e os trabalhos serem exibidos/apresentados pelo território
- Formação e consciencialização de técnicos/as e agentes políticos acerca do seu papel e funções na produção cultural e criativa

Acessibilidade

- Apostar na rede de transportes públicos e na mobilidade para permitir o acesso à cultura nas múltiplas localizações da região
- Autocarro e/ou comboio com cultura (ex.: autocarro do teatro)
- Adequar os horários dos transportes coletivos aos eventos culturais
- Criação do pack 2 em 1: bilhete cultura + bilhete transporte
- Acessibilidade da cultura, com algumas propostas de gratuidade ou redução de preços:
  - Cartão de pontos da cultura

Comunicação

- Agenda Cultural da Região completa, acessível, legível e transversal (ex.: "Time Out")
- Diálogo entre Cultura e Turismo, promovendo o turismo de experiência
    - Ingressos gratuitos em alguns dias
    - Descontos ou redução de preços
- Espetáculos podem ser pensados para continuarem na época baixa com preços mais acessíveis

Análise e discussão dos resultados

Pela análise das grelhas de respostas dos três grupos verifica-se que o conceito de "valor sustentado" para cultura na região é concebido num âmbito alargado, indo além dos aspectos económicos e abrangendo aspectos sociais e ambientais.

De modo transversal os três grupos referem-se às caraterísticas naturais da própria região como factores diferenciadores e competitivos. A **geolocalização** no sul da europa e a proximidade com o norte de áfrica, são identificadas como vantagens para a internacionalização, nomeadamente com projectos internacionais e/ou intercâmbios. O **clima**, que incluí o mar e a luz, apresenta-se como factor competitivo sob vários ângulos: é atractivo para a fixação de artistas e realização de residências artísticas; o Algarve oferece à criação artística condições climatéricas e luminosas óptimas numa larguíssima percentagem de dias ao longo do ano; num contexto pandémico, em que emerge a preferência e valorização das atividades ao ar livre. Neste sentido, a Cultura pode contribuir com resolução do problema da sazonalidade, **gerando riqueza ao longo de todo o ano.** A biodiversidade e o património natural, como a Ria Formosa, considerando toda **a diversidade do interior ao litoral**, pela sua riqueza é também identificada como fator diferenciador de peso: como fonte de inspiração artística poderosa para artistas de outras regiões do país e do mundo; como oferta na interligação com o turismo de experiências.

Factores diferenciadores naturais da região: geolocalização e proximidade com norte de áfrica; Clima, mar e luz; Biodiversidade, património natural: Ria Formosa

Aspectos sociais diferenciadores: diversidade do património cultural; multiculturalidade.

Comunidade de residentes estrangeiros, emigrantes, visitantes e turistas com potencial para serem Embaixadores da Cultura do Algarve

Considerando aspetos sociais, **a diversidade cultural e a multiculturalidade** na região são apontadas consistentemente como fatores diferenciadores e com potencial gerador de riqueza e desenvolvimento. O território algarvio contém em si tradições, ofícios, história, património material e imaterial, com grande diversidade e distribuição do litoral, barrocal e serra, do barlavento ao sotavento, constituindo uma riqueza endógena a potencializar. A região do Algarve é multicultural, com um enorme leque de nacionalidades e culturas do mundo a coexistir: por um lado os visitantes, emigrantes e turistas que podem assumir um **papel de Embaixadores da Cultura do Algarve;** por outro lado, as comunidades estrangeiras residentes e comunidades imigrantes, quer enquanto públicos consumidores de cultura algarvia, quer enquanto participantes envolvidos no **desenvolvimento de sinergias, trocas e fusões culturais na região.**

Ainda numa ótica social, a arte e a cultura apresenta-se como factor de desenvolvimento que **reduz assimetrias e combate desigualdades**, promovendo a inclusão social e a coesão territorial. As diversas atividades

culturais, na função educativa e formativa, estimulam as comunidades à ação e participação cívica e estimula o diálogo intergeracional e intercultural.

De uma forma unânime todos os grupos referiram a importância da relação entre **Cultura e Educação**, e sublinharam os resultados positivos da educação pela arte e para a arte junto de todos os níveis de ensino. Foram apontadas as vantagens do **diálogo e inclusão social pela arte e cultura**, ultrapassando barreiras da multiculturalidade própria da região, que por sua vez emergem em contextos educativos com mais intensidade e visibilidade. Foi discutida a importância da eliminação de obstáculos entre a Escola e os Artistas/Criativos, também na perspetiva de **formação de novos públicos** por um lado, e na erradicação da noção de "elitismo" da cultura, recorrendo ao contexto educativo como grande equalizador democrático. Assim, a implementação efetiva e generalizada do Plano Nacional das Artes nas escolas da região, do pré-escolar ao secundário, e até ao nível universitário, foi uma discussão comum aos três grupos de participantes.

No seguimento, foi ainda debatida a necessidade de aposta em **formação cultural,** e nomeados **dois públicos-alvo** específicos: **agentes do sector cultural e criativo** (programadores, artistas, criativos, técnicos, etc.) de modo a potenciar e desenvolver os seus talentos e competências; **decisores políticos e líderes de organizações com atuação na área da cultura**, de modo a sensibilizar e consciencializar para as caraterísitcas específicas do trabalho com artistas e criativos, nomeadamente na proteção e defesa da **liberdade criativa**, bem como o impato da cultura nas comunidades. A **Universidade do Algarve** foi referida como uma entidade com um papel crucial nesta ambição do desenvolvimento de **formação avançada na área cultural e criativa,** bem como a importância de apoiar e investir em iniciativas de organizações do sector cultural e criativo no desenvolvimento da formação técnica e profissional. Acrescentou-se ainda que a **população jovem**, com menos de 30 anos, foi referida como público-alvo estratégico para estas ações.

Todos os grupos de modo consensual ao considerarem aspetos económicos, referem a importância de uma **abordagem multisectorial**, sob a égide de metodologias de trabalho em rede com o envolvimento de múltiplos agentes económicos. E ainda a conceção de uma Estratégia para a Cultura, que contemple em si a coordenação com outras áreas estratégicas como a **comunicação interna e externa** da Cultura do Algarve; desenvolvimento **tecnológico**; planeamento do território, com especial atenção para a **mobilidade e transportes**.

Uma programação cultural em rede, ao longo de todo o ano, refletir-se-á na empregabilidade sustentável, contrariando a sazonalidade da região. Aliada a uma estratégia de comunicação interna, que permita ultrapassar barreiras comunicacionais na região (concelhos, agentes, cidadãos/ãs) agilizando sinergias e beneficiando de uma gestão mais eficaz de recursos humanos, infraestruturas e equipamentos, bem como do património material, imaterial e digital. Por outro lado, uma estratégia de comunicação externa, que apresente a região do Algarve como sendo muito mais além do que o "sol e mar", capitalizando sobre a já

Estratégia de comunicação interna e externa que apresente a região da Cultura do Algarve, indo além da imagem da região "sol e mar".

consolidada notoriedade da região e criando oportunidades para a inovação noutros sectores económicos.

No que concerne o desenvolvimento destas estratégias e de estabelecer de forma sólida o **trabalho em rede** na cultura, foi referido de modo consistente o elemento do **planeamento atempado e reflectido**. No contexto destas discussões, nos três grupos, surgiu com frequência a sugestão da **metodologia participativa** de modo a garantir que o trabalho em rede não exclui ninguém, e que as necessidades, expectativas e contributos de todos são consideradas nos processos de planeamento, de decisão, e por fim de avaliação. A sugestão da **AMAL** enquanto entidade responsável pela coordenação do trabalho em rede intermunicipal foi também ela comum aos três grupos (com menor atenção no grupo de Cidadãos e Cidadãs interessados/as, mas ainda presente). Com a ressalva de que o trabalho em rede na cultura para ser verdadeiramente abrangente, não basta a coordenação intermunicipal, pelo que a **Direção Regional da Cultura** é também sugerida como entidade fulcral no papel coordenador entre os agentes do sector cultural e criativo e os municípios.

Estratégia para a Cultura que promova o trabalho em rede, desenvolvimento de parcerias e sinergias com outros sectores de atividade económica.

A relação do **Turismo com a Cultura**, através da promoção do turismo de cultural e criativo, de experiências e de natureza, já tem provas dadas na criação de valor sustentável. Os participantes referem a importância de alargar estas ligações a outros agentes económicos através da cultura na promoção de produtos e produtores locais, através de atividades culturais inovadoras. Mas também, a importância dos agentes criativos na inovação de produtos, materiais e processos produtivos. Como boa prática, foi referido o papel dos agentes criativos e culturais da área da gastronomia e as parcerias com o sector do turismo e sector alimentar. Os participantes referem que o investimento e apoio ao sector cultural e criativo, no desenvolvimento de **parcerias e sinergias com outros sectores de atividade económica na região**, permitirá alargar esta boa prática a outras áreas da criação e outras atividades económicas. No seguimento desta lógica de abordagem multisectorial, foi referida a importância do desenvolvimento de parcerias entre organizações (públicas, privadas, e sociedade civil) e indivíduos, para a conceção de **projectos elegíveis para candidaturas** a fundos de financiamento. Ainda neste tema, foi sugerido a criação de um Gabinete de Apoio a Candidaturas.

Conclusões

A visão do sector Cultural e Criativo do Algarve no seu auge em 2030 é indubitavelmente uma visão de um território coeso, unido, que se assume enquanto região e ultrapassa fronteiras concelhias. Novas metodologias de trabalho em rede e participativas, que permitam a execução de uma estratégia cultural regional promotora de desenvolvimento e capacitada para reduzir assimetrias socioeconómicas no território.

A execução desta visão deverá seguir quatro princípios orientadores centrais: Cooperação, Participação, Rede (trabalho em rede) e Educação (incluindo formação).

Para em 2030 se alcançar o auge do sector cultural e criativo, foram identificadas intervenções urgentes: na comunicação (interna e externa) e divulgação de uma programação cultural regional ao longo de todo o ano, acessível e inclusiva; na acessibilidade da cultura quer em termos da mobilidade e transportes, quer em termos económicos - a democratização da cultura com uma gratuitidade que acautele e proteja os agentes culturais por um lado e permita o acesso a pessoas vulneráveis por outro, num equilíbrio justo e equitativo; na formação de mais e novos públicos, com o estreitamento da relação da Educação com a Cultura, eliminando barreiras entre agentes do sector cultural e criativo e as escolas de todos os níveis de ensino.

Uma visão da cultura em 2030 numa região que se constitua enquanto polo formativo de agentes do sector cultural e criativo, que permita aos artistas, criadores e produtores locais evoluírem e realizarem o seu potencial; que estimule as residências artísticas e intercâmbios internacionais. A formação cultural alargada a decisores políticos e técnicos da área cultural, aplicando os quatro princípios orientadores, bem como a capacitação e apoio de agentes do sector cultural e criativo para elaboração de candidaturas a fundos e financiamentos e conceção de projetos.

A noção de cultura de proximidade, com programação cultural em espaços públicos como espaços de cultura não convencionais (nas ruas e bairros, património edificado, Ria Formosa, etc.) dirigida às comunidades. Numa ótica de reforço da identidade cultural algarvia, valorização do património material, imaterial e digital da região, e impacto social.

Uma abordagem multissectorial integrada e transversal a todo o Algarve, em que a cultura surge como denominador comum entre comunidades, agentes económicos e territórios, constituindo-se motor de desenvolvimento sustentável e gerador de riqueza e inovação.

Avaliação pelos participantes

Os participantes avaliaram as sessões utilizando a ferramenta AHAslides (op.cit) para pontuar numa escala de 1 a 5 (5 valor máximo), no decorrer do encerramento das sessões, cinco aspetos das sessões.

Grupo	Foi dinâmico	Foi inspirador	Foi importante	Foi útil	Foi bem organizado
Dirigentes e Técnicos/as Municipais (WCF1)	4.4	3.8	4.3	4.3	4.8
Agentes do SCC (WCF2)	4.5	3.9	4.1	3.8	4.9
Cidadãos e cidadãs interessadxs (WCF3)	4.1	4.2	4.6	4.1	4.7

Tabela 3 – Avaliação das sessões pelos participantes

Conforme se pode verificar na Tabela 3, de uma forma geral a avaliação é muito positiva, em que o aspeto "Foi bem organizado" se destaca apresentando as pontuações mais elevadas em todos os grupos. Os aspetos "Foi dinâmico" e "Foi importante" em seguida, também com pontuações muito positivas. Pode-se inferir que os participantes apresentam bons níveis de satisfação com as sessões de World Café realizadas.

Já as pontuações dos aspetos "Foi inspirador" e "Foi útil", ainda bastante positiva, mas mais abaixo que os outros aspetos, podem ser melhor entendidas pela análise dos comentários realizados pelos participantes, quer diretamente aos facilitadores quer no momento de comentário no final de cada sessão.

Alguns participantes manifestaram a fadiga dos eventos virtuais, e a coincidência com o início da fase de desconfinamento que alimenta ainda mais a vontade para regressar ao presencial e ao mundo exterior.

Por outro lado, também se revelou a vontade de passar à ação e focar em projetos e iniciativas concretas. Com um processo de reflexão e discussão sobre a Cultura no Algarve, que já passou por várias atividades e momentos ao longo do tempo, chega agora o momento para avançar para a execução e aplicação real e objetiva.

De um modo geral, a metodologia informal das sessões do World Café foi recebida como muito positiva e a repetir.

À posteriori, todos os participantes receberam um questionário de avaliação usando a ferramenta Google Forms[3]. Recebemos um total de 13 questionários preenchidos e validados.

Sobre a questão "O que o\a motivou a participar nos World Cafés Virtuais?", como se pode verificar pelo Gráfico 1, a larga maioria dos participantes respondeu que "Vim conhecer a iniciativa Cultura Algarve Horizonte 2030", com 76.9% dos inquiridos. Em seguida, as opções "Vim para conhecer as perspetivas dos/as colegas", "Vim para conhecer as perspetivas de outros agentes do setor cultural e criativo", "Vim apresentar as minhas ideias e perspetivas sobre a cultura no Algarve", com 46.2% dos respondentes. É, portanto, possível inferir que a Iniciativa Cultura Horizonte 2030 suscita interesse e curiosidade nestas pessoas por um lado, e por outro, que estes participantes estão motivados/as para ouvir e partilhar as suas opiniões e ideias sobre o tema.

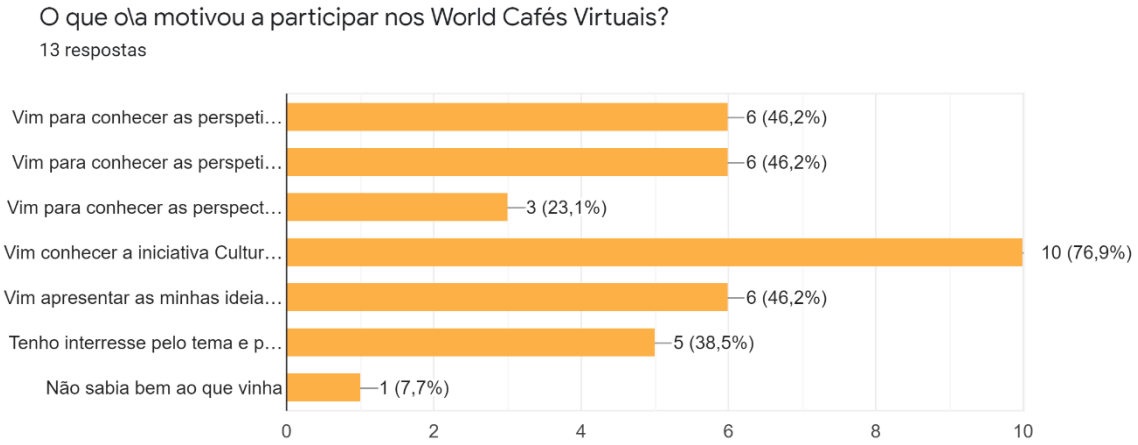


Gráfico 1 – Motivação dos participantes

À questão "Como avalia o World Café Virtual em que participou?", Como se pode verificar pelos gráficos 2.1 e 2.2, a dimensão que mais se destaca é "A organização da sessão" com 11 respostas "Muito Bom" (valor máximo). De uma forma geral, todas as outras dimensões foram classificadas maioritariamente com o nível 4 ou 5, confirmando a avaliação positiva já realizada no encerramento das sessões.

[3] Ferramenta Google Forms disponível em https://www.google.com/intl/pt-PT/forms/about/

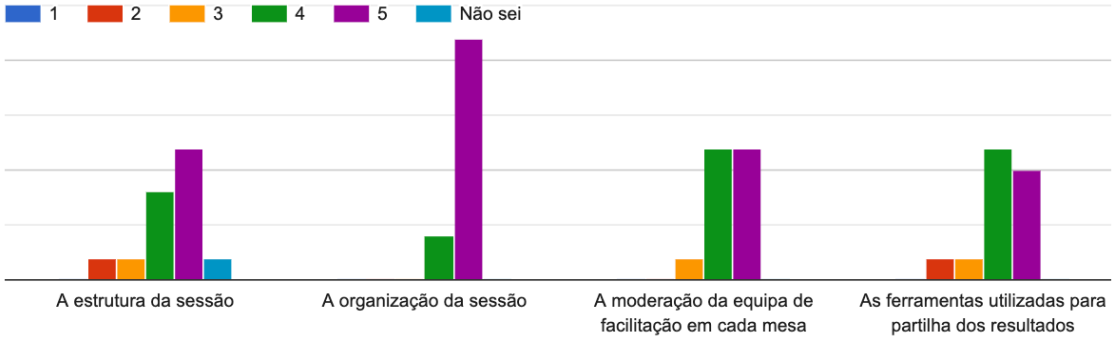


Gráfico 2.1 – Respostas de avaliação do World Café Virtual da totalidade dos três grupos de participantes 1/2

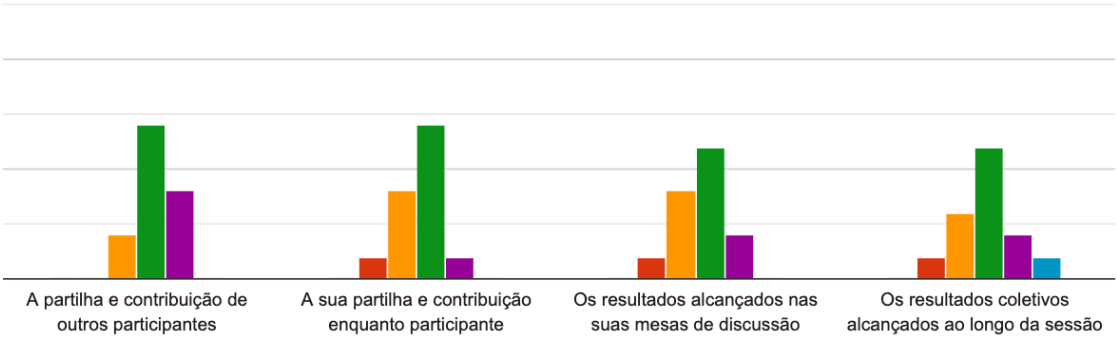


Gráfico 2.2 – Respostas de avaliação do World Café Virtual da totalidade dos três grupos de participantes 2/2

No extremo oposto da classificação, pode-se observar que apenas um inquirido utilizou a pontuação mínima de "Muito Mau" em 6 das 8 dimensões. Esta classificação negativa foi esclarecida no campo de "Sugestões e Contributos" disponível no final do questionário, na qual o respondente exprime uma expectativa de um trabalho consultivo dos agentes do SCC mais aprofundado e detalhado, que não foi correspondida num formato informal, aberto e exploratório como o de World Cafés Virtuais.

Anexos

Todos os resultados de avaliação dos participantes, relatórios da equipa de facilitação, resultados de cada grupo de trabalho nos Jamboards, resumo de cada fase da ementa, resultados da dinâmica AHAslides com os/as participantes, assim como, capturas de ecrã durante cada uma das três sessões de "World Café Virtual", podem ser consultadas no seguinte link AQUI