

Santa Maria da Feira: A função das artes de rua para a definição e projecção de uma política cultural local¹

Sara Melo

Introdução e proposta de discussão

O texto que aqui se apresenta procura explicitar aquilo que são as artes de rua, bem como os princípios que estão subjacentes a uma política cultural local, partindo da ilustração do caso de Santa Maria da Feira. Esta cidade do norte do país tem sido palco, nos últimos anos, de uma grande dinâmica cultural tornada visível ao grande público através de eventos como a Viagem Medieval e o Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua. Provavelmente quando se pensa em Santa Maria da Feira há sempre a recordação do impacto que tiveram eventos grandiosos, que apesar de constituírem um pólo de fugacidade, uma vez que acontecem num determinado momento e não permitem a fruição contínua, constituem eles próprios imagem de marca da cidade, e se tornam, por isso capazes de captar atenções e investimentos, fazendo com que a espectacularidade do que se mostra projecte uma política cultural local que visa, inegavelmente um retorno também de atenções e de investimentos.

Neste sentido, para além de um esforço de conceptualização inicial, explicita-se aquilo que são os dois mais significativos eventos de rua em Santa Maria da Feira, bem como os objectivos estratégicos da política cultural desta autarquia. Com a participação neste atelier pretende-se problematizar a forma como as artes de rua podem contribuir para a definição e projecção desta política cultural quer para o público, quer para as instituições e forças vivas ao nível local, quer ao nível regional, nacional e até internacional.

1. Artes de rua e política cultural: breve conceptualização

As artes de rua constituem um conceito aglutinador de um conjunto de manifestações culturais que têm por denominador comum a utilização do espaço público, nomeadamente a rua, e que podem ser constituídas pelo teatro de rua, pelo novo circo, por feiras culturais ou/e arte, espectáculos musicais e por diversos outros tipos de manifestações expressivas culturais. Pese embora o facto de as artes de rua serem já bastante antigas, só no último quarto do século XX é que adquiriram a dimensão de fenómeno cultural e social de grande amplitude², em parte devido ao facto de ter vindo progressivamente a crescer o reconhecimento artístico de algumas artes de/na rua, e, em parte, ainda, devido ao trabalho de construção social da rua como espaço de cultura e arte.

É na verdade, esta última dimensão que contribui para a crescente representação da cultura como lúdica, festiva, comunitária e, em certo sentido, espectacular. Por outro lado, este tipo de manifestação adquire um papel instrumental na legitimação social, económica, política e simbólica da cultura, na medida em que “ao tornar a cultura festiva e/ou lúdica, aceitando tacitamente o carácter cultural do entretenimento e do lazer, assegurar-se-ão potencialmente: a des-sacralização e des-individualização da alta cultura; a congregação dos diversos públicos,

¹ A singularidade das artes de rua enquanto manifestação cultural e a sua capacidade de transportar extramuros a importância de um território constituem objecto de uma investigação que visa dar corpo à Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Inserção Social da Faculdade de Economia da Universidade do Porto. Pretende-se neste projecto problematizar o papel das artes de rua na definição e projecção de uma política cultural local, cujo objecto de estudo incide sobre a cidade de Santa Maria da Feira.

² Elena Dapporto, Dominique Sagot-Duvaurox, *Les arts de rue: Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence*. Paris: Documentation Française, 2000. p. 9.

segundo economias de acessibilidade mais assentes na sucessão de momentos comunicacionais efémeros (mas fortes em comunhão inclusiva) do que em procedimentos de familiarização e aprendizagens longas de competências; a geração de externalidades e a dinamização económica locais através de economias urbanas de aglomeração; a promoção externa das artes, dos protagonistas e dos lugares pela sua inclusão em redes de símbolos e imagens, não apenas nacionais mas crescentemente internacionais e globais; e a potenciação artística-profissional através da função do encontro e interactividade entre pares. Com esta relativa incorporação de um lado mediatizante e comunicacional, de outro económico e social, no campo cultural, surge reforçada a argumentação em torno da legitimação social, económica e política da cultura”³.

Com efeito, as artes de rua são consentâneas com a emergência de uma cultura de espectacularidade⁴, segundo a qual é possível articular um conjunto de funções sociais, políticas e económicas na intervenção pública. A construção de uma política cultural ao nível do poder local consubstancia-se neste esforço de articulação. Segundo Augusto Santos Silva, presentes ou ausentes, activas ou passivas, as câmaras municipais são entidades incontornáveis na definição destas políticas quer no plano das representações, quer nos planos das concretizações em obras, eventos e serviços. “Face à discricção das restantes instituições públicas e face aos desafios de implicação que lhes colocam normalmente as políticas recentes do estado Nacional, do lado da esfera pública; e face à debilidade da iniciativa empresarial local, do lado do mercado cultural, a actuação do poder autárquico é, mesmo que prime pela pequenez e pela incoerência, uma variável decisiva”⁵. A operacionalização da política cultural autárquica torna-se possível através da reflexão em torno de um conjunto de princípios estratégicos fundamentais⁶ propostos por Madureira Pinto.

O primeiro princípio⁷ pretende uma afectação de recursos humanos especializados e recursos financeiros e organizacionais avultados para a preservação e enriquecimento do património cultural acumulado, isto é, há uma grande necessidade de se tratar a cultura de uma forma profissional no sentido de se contribuir para o seu desenvolvimento. Este princípio tem como fundamento a preocupação com a democratização cultural. Na verdade, a democratização cultural visa que, quer no espaço da criação, quer no espaço da fruição, a cultura chegue a todos, no entanto, isso só é possível se, por um lado, houver um limiar mínimo de equipamentos culturais acessíveis, disponíveis e activados e por outro, houver uma política persistente de atracção de públicos, bem como de formação de públicos. Na verdade, o objectivo de atracção de públicos sem ter-se em conta a sua própria formação enquanto público, pode cair num terreno perigoso, pela fugacidade que se pode atingir com determinados eventos. É importante formá-los com a preocupação de que se tornem consumidores habituais das diversas valências culturais existentes. Para que isto aconteça é necessária uma verdadeira implicação autárquica, nomeadamente no estabelecimento de parcerias com as associações culturais por um lado, e com o sistema de ensino por outro.

³Helena Santos, “*Labirintos: alguns contextos actuais dos públicos da cultura, com ilustração empírica portuguesa. Comunicação ao encontro Públicos da Cultura, organizado pelo Observatório das Actividades Culturais, 24/25 de Novembro de 2003. Sub-tema: Políticas culturais e formação de públicos*” (no prelo).

⁴*Ibidem*.

⁵ Augusto Santos Silva, “A dinâmica cultural das cidades médias: uma sondagem do lado da oferta” in Carlos Fortuna e Augusto Santos Silva (orgs.) - *Projecto e circunstância: culturas urbanas em Portugal*. Porto: Afrontamento, 2002. p. 81.

⁶ José Madureira Pinto, “Uma reflexão sobre as políticas culturais”, in AAVV, *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local: Actas do Encontro de Vila do Conde*. Lisboa: APS, Abril de 1993, pp. 770-778.

⁷“Criar e/ou salvaguardar infraestruturas básicas especializadas e promover estímulos duráveis à criação e criatividades culturais em todos os espaços sociais e sob todas as formas em que elas podem desenvolver-se, desde o pólo mais elaborado e institucionalizado da cultura erudita até ao pólo oposto da simples afirmação espontânea de um conjunto de competências simbólico-comunicacionais, passando por modos de produção/expressão cultural com níveis intermédios de elaboração e/ou institucionalização”. *Idem, Op. Cit.*, p. 770.

O segundo princípio⁸ remete para a questão da descentralização cultural retirando-se os eventos, os equipamentos, e no fundo o financiamento do grande centro urbano e conduzindo-o às franjas mais restritas da região, do concelho, ou até da cidade. Para isto contribui a deslocalização de recursos financeiros, humanos, logísticos, mas também a força das associações locais. Na verdade, apresentar uma Ópera no Coliseu do Porto é bastante diferente de levá-la a Aldoar e permitir que os locais participem como actores.

Para além deste esforço de levar a cultura, seja ela qual for, erudita ou popular, a casa dos menos habituados a este tipo de fruição, é importante considerar-se ainda a necessidade de “deshierarquizar” a produção intelectual e artística, alargando por isso o universo de criadores culturais. Segundo Madureira Pinto, trata-se, então, de fazer reverter para os patamares da participação e da expressão práticas culturais remetidas normalmente para o nível da recepção, o que implica à partida uma deliberada revalorização dos espaços colectivos e do associativismo como lugares de mediação cultural legítima⁹.

Com o terceiro princípio¹⁰ ambiciona-se fazer da animação cultural à escala local um combate político em prol da participação cívica. Na verdade, ao longo do último século enquanto a produção cultural se tornou uma questão industrial, a criatividade foi-se tornando cada vez mais subordinada ao mercado e ao económico. No entanto, no dealbar do século XXI começou a tornar-se visível o facto de a criatividade assumir um papel importante noutras esferas que não a económica e a estética, sendo que começou a ser olhada como uma outra forma de comunicar e capaz de colocar em pé de igualdade diferentes formas de vida e de comunidade, nomeadamente no que diz respeito à inclusão económica e social e à participação de grupos em risco, marginalizados ou excluídos. Uma forma de se verificar como é que isso funciona é estimular a criatividade, emancipando as pessoas e tornando-as capazes de mudar as suas próprias condições de vida. Outra forma é permitir a participação num contexto cultural por grupos marginalizados, tornando-os capazes de tomar parte em processos de mudança que afectam a sua comunidade.

Por conseguinte, e contemplando o que foi exposto pode perceber-se uma forte interligação entre alguns daqueles aspectos que caracterizam as artes de rua e aqueles que devem funcionar estrategicamente para a criação de uma política cultural local. Um dos mais relevantes diz respeito à participação e envolvimento global da população, o que pode ser conseguido através da proximidade das artes de rua. O outro diz respeito à visibilidade que estas últimas comportam e representam, e que pode ser de franca utilidade para a definição e projecção de uma política cultural local.

2. A viagem medieval e o imaginarius em Santa Maria da Feira: A arte em manifestação nas ruas

É na cidade de Santa Maria da Feira que se apresentam dois dos eventos de rua mais marcantes do panorama cultural português actual, e que são a Viagem Medieval e o Imaginarius - Festival Internacional de Teatro de Rua.

A Viagem Medieval configura-se como um evento identitário de Santa Maria da Feira, uma espécie de imagem de marca conseguida através da qualidade da recriação histórica de

⁸ - “Propiciar a segmentos populacionais vastos, sobretudo das camadas populares, o contacto com as formas culturais mais exigentes em termos estético-cognitivos necessários à sua descodificação e fruição (alargamento de públicos), procurando, de forma tão sistemática quanto possível, que a recepção da obra se prolongue em aproximação empática ao acto criador (participação) e que esta última promova a prazo uma intervenção autónoma e auto-enriquecedora ao nível da criação (democratização da esfera da produção cultural)”. *Idem, Op. Cit.*, p. 773

⁹ *Idem, Op. Cit.*, p. 777.

¹⁰ - “Procurar, através do apoio ao associativismo e da multiplicação de estímulos culturais mobilizadores de energias comunicacionais e da participação dos cidadãos, que o tempo de não-trabalho e as actividades de lazer contribuam, no seu conjunto, não só para criar as tendências de evasão e demissão cívicas (associadas, nas sociedades contemporâneas, à encenação mediática da política e à individualização/privatização das práticas sociais), como ainda para permitir a sobrevivência e/ou afirmação das culturas dominadas (populares ou marginalizadas) e emergentes”. *Idem, Op. Cit.*, p. 778

espaços e episódios medievais, e que vem conseguindo, ao longo dos últimos anos, adquirir uma dimensão inigualável. Durante 10 dias o centro histórico de Santa Maria da Feira transfigura-se e regressa à Idade Média. Através duma aposta clara na recriação de espaços e episódios históricos, a Viagem Medieval dá a conhecer como se estruturava a sociedade medieval, as peripécias da vida quotidiana nas aldeias medievais e no interior do castelo, os hábitos alimentares dos senhores e do povo, como treinavam e combatiam os cavaleiros, como trajava a população, quais as suas crenças religiosas e divertimentos, assim como as artes e ofícios a que se dedicavam. Progressivamente, os grandes espaços temáticos foram evoluindo no sentido de melhor se adaptarem às necessidades e interesses de um público que cada vez mais se identifica com este evento, e que afluí também cada vez mais em maior quantidade. A animação é feita por elementos das associações da região, grupos de teatro portugueses, e de outras nacionalidades, grupos formais e informais de actividades circenses, grupos de música tradicional mirandesa, celta e portuguesa.

Na realidade, este evento reveste-se de grande importância pelo impacto que já tem junto das populações locais e pela capacidade de transportar a cidade e o concelho para fora das muralhas, uma vez que atrai uma enorme quantidade de turistas a Santa Maria da Feira. Segundo um estudo realizado sobre a visita da Viagem Medieval¹¹, em 2001 registaram-se 139.521 pessoas presentes no evento. O tecido comercial envolve-se efectivamente no espaço da realização e aumenta a sua participação e intervenção, na medida em que se verificam taxas de adesão muito fortes, contribuindo por isso para a dinamização da economia local. A Viagem Medieval tem sido também fulcral para o desenvolvimento do turismo local. Para além de atrair muitos turistas a Santa Maria da Feira, e em função disso, começar a ter força de cartaz turístico usado pela Câmara Municipal, este evento constitui-se como imagem de marca do potencial turístico do próprio território, na medida em que se encontra representado nos principais certames do turismo nacional. Por outro lado, pelo facto de se utilizar o espaço público feirense, em especial a zona do centro histórico, fez com que se recuperassem espaços que se encontravam abandonados e degradados, revitalizando dessa forma uma área esquecida. Existe ainda um outro factor ao qual se deve atender quando se pensa nas possibilidades que um evento desta natureza e com esta dimensão tem que é o facto de conseguir agregar e conjugar um leque de parceiros num projecto comum para o concelho, o que é revelador da dimensão do próprio projecto.

Por sua vez, o Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua acaba por reflectir também a afirmação anterior. Com muito menos tempo de realização – aconteceu pela primeira vez em 2001 – já absorve, no entanto, as atenções quer do público local, quer dos criadores e actores culturais nacionais e internacionais. Um pouco por toda a cidade as ruas e as praças são animadas por centenas de artistas e pelo público surpreendido pelas mais diversas performances de teatro, música, novo circo, entre outras. De acesso gratuito e imediato, os espectáculos decorrem em locais públicos, promovendo igualmente a descoberta de espaços alternativos em freguesias do concelho, para além do inevitável centro em Santa Maria da Feira. Estamos perante uma forma de expressão com um potencial catalisador assinalável, demonstrável pela sua especificidade: forte componente sensorial, a qual permite que públicos de níveis culturais heterogéneos, profissões, idades ou crenças adiram com enorme facilidade às propostas. Com o Imaginarius pretende-se constituir um elemento estruturante da actividade cultural em Santa Maria da Feira, com repercussão ao nível nacional e internacional. Na verdade, a autarquia de Santa Maria da Feira visa com este evento contribuir para a dinamização do centro histórico da cidade, rico em património histórico e cultural, e ao mesmo tempo dotar a cidade, a região norte e o país de um evento de qualidade ímpar na área das artes do espectáculo, com um potencial efeito multiplicador assinalável, quer pela sua especificidade, quer pela sua dimensão. A organização deste evento resulta de uma colaboração entre a Câmara Municipal de Santa Maria

¹¹ MOAI, Consultoria em turismo – “Estudo sobre a visita da Viagem Medieval” Relatório da visita da Viagem Medieval de 2001 da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, in Irene Coelho, *Viagem Medieval em Santa Maria da Feira: uma iniciativa de desenvolvimento local?* (Relatório de especialização em Animação Sócio-Cultural) Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, 2003 (não publicado). Já no ano de 2004 a organização da Viagem Medieval fez uma projecção de visita que rondaria os 500.000 visitantes.

da Feira e o “Sete Sois Sete Luas”, projecto de descentralização cultural sediado em Itália que aposta na descoberta das culturas do Sul da Europa e na dinamização de novas formas de cooperação institucional e intercâmbio artístico.

A dinamização deste tipo de realizações tem, de facto, contribuído para o estabelecimento de redes a vários níveis, dos quais salientamos: o nível municipal/institucional nomeadamente no que diz respeito às parcerias com as associações culturais concelhias; o nível nacional e internacional com a crescente participação em festivais nacionais e internacionais de teatro de rua; o nível da iniciativa privada e do empreendedorismo artístico no que diz respeito à profissionalização das várias etapas do panorama cultural, nomeadamente da criação e da produção.

Quer a Viagem Medieval, quer o Imaginarius – Festival Internacional de Teatro de Rua contribuem em muito para a notabilidade do concelho enquanto imagem de marca, sendo que Santa Maria da Feira torna-se, por esta via, mais competitiva com outras autarquias ou regiões do país, na medida em que se abrem portas para áreas tão importantes quanto o turismo, a cultura, o património e o desenvolvimento económico. Estas manifestações culturais são sem dúvida um cartão-de-visita que possibilitam entre outras vantagens a divulgação e a promoção de outros eventos, de dimensão inferior, e traz credibilidade para a realização de novos projectos de nível cultural. Traz, ainda, repercussões enormes de facilitação de contactos e de abertura de novas áreas de trabalho em conjunto, quer ao nível local, nacional, ou até mesmo internacional.

3. Política cultural em Santa Maria da Feira

A viabilização da dimensão cultural do desenvolvimento local exige percursos políticos coerentes¹², sendo que o papel das autarquias, num contexto de competitividade, passa não só por responder a novas exigências dos munícipes, mas igualmente por pensar o desenvolvimento no sentido de garantir a atracção de actividades e a fixação de população de modo a integrar a cultura no processo de desenvolvimento local. O município de Santa Maria da Feira parece ter-se apercebido disso, e parece, também, em poucos anos, ter sabido potenciar esse recurso endógeno que é a cultura, para que de concelho de excelência industrial, Santa Maria da Feira tenha vindo a adquirir galardões de “capital cultural”, nos dois sentidos simbólicos – capital de espaço físico, território onde se desenvolvem actividades culturais em qualidade e em quantidade, e no sentido Bourdiano do termo, enquanto propiciador de um tipo de capital incorporado, objectivado e institucionalizado.

Apesar do Pelouro da Cultura da Câmara de Santa Maria da Feira ter muito pouco tempo de vida enquanto pelouro autónomo na organização estrutural da Câmara¹³, a verdade é que é um dos pelouros que mais visibilidade adquiriu, e, por outro lado, que mais notoriedade vem dando ao concelho nos últimos anos. Anteriormente dependente do Pelouro do Fomento, a cultura partilhava a casa com o desenvolvimento económico e o turismo, entre outras actividades, sendo que o trabalho realizado na vertente cultural assumia apenas duas dimensões, nomeadamente ao nível das bibliotecas de leitura pública, e por outro lado ao nível da história e do património. Havia algumas manifestações esporádicas de extensão cultural, nomeadamente exposições, concertos de música clássica, concursos de jovens artistas, no entanto o funcionamento desta divisão do Pelouro baseava-se muito na leitura e no património. A partir de 1998 houve uma aposta política na diversificação económica assente no reforço da oferta cultural, na tentativa de que estas duas dimensões tornassem a cultura uma “âncora do desenvolvimento” do concelho. Ainda que não deva ser a Câmara o maior protagonista cultural da região, ela deve contribuir, enquanto alavanca de desenvolvimento, para que a sociedade se autoregule, no sentido em que a oferta e a procura de bens culturais passe a existir naturalmente. À Câmara cabe, portanto, a função de investir numa primeira fase para que se crie um mercado

¹² Natália Azevedo, *Práticas de recepção cultural e públicos de cinema em contextos cineclubísticos*. Porto: FLUP, 1997. p. 257

¹³ Tornou-se Pelouro da Cultura, Desporto e Juventude em 2001, sendo que até 1998 a cultura estava ao abrigo do Pelouro do Fomento e entre 1998 e 2001, sob a alçada do Pelouro da Juventude, Modernização e Desenvolvimento. O próprio processo de “autonomização municipal” acontece em virtude da importância crescente que a cultura tem vindo a adquirir em Santa Maria da Feira.

cultural, para que se mostre Santa Maria da Feira como uma referência cultural, no sentido de que o reconhecimento atraia também mais artistas, mais visitantes, mais financiamento, novas perspectivas.

Por conseguinte, a política cultural da autarquia feirense estrutura-se em torno dos seguintes objectivos estratégicos¹⁴:

1. *Democratização do acesso à cultura.* Há uma preocupação do município em tornar a cultura acessível a todos, e isso faz-se não só criando espaços, infraestruturas, ou equipamentos culturais, mas sim trazendo os eventos à porta dos munícipes, levá-los à rua, fazer com que participem. Nestas manifestações não se vêem diferenças económicas ou sociais, na medida em há uma adesão homogénea. Esta democratização tem, segundo o discurso político local, contribuído para o aumento exponencial do consumo cultural.
2. *Cultura de qualidade.* A Câmara da Feira aposta, por um lado, na criação de equipamentos e estruturas que permitam uma fruição cultural de qualidade por parte dos criadores e por parte dos espectadores. Por outro lado, no que se refere aos eventos há também a preocupação de torná-los um motor de desenvolvimento pessoal da população no que diz respeito às mensagens e valores que transmitem. Há, neste sentido, uma constante procura de melhoria da qualidade daquilo que vem sendo apresentado, qualidade essa que se pretende que fique bem vincada no e para o sentido crítico dos públicos.
3. *Fazer da cultura uma marca de Santa Maria da Feira.* A qualidade de que falávamos no ponto anterior conduz a uma inevitável imagem de marca desta cidade, nomeadamente adquirida com a capacidade de iniciativa da Câmara, bem como com a dimensão dos projectos que tem oferecido. Esta imagem de marca constrói-se através de uma regularidade temporal, em quantidade e em qualidade, da oferta cultural.
4. *Desenvolver parcerias com o meio associativo.* O associativismo cultural e recreativo no concelho de Santa Maria da Feira tem uma expressão muito forte, na medida em que cerca de 200 associações do concelho desenvolvem inúmeras actividades de âmbito cultural, algumas de forma mais cuidada, outras de forma mais amadora, espicaçando ou activando as consciências locais. A Câmara da Feira tem um Programa de Apoio ao Associativismo Concelhio (PAAC), que fornece assistência financeira ou logística às associações, quer para o seu funcionamento corrente, quer para a organização de eventos culturais, mas que prevê algumas contrapartidas, nomeadamente no que concerne à formação de públicos.
5. *Formação de públicos.* Existe uma preocupação importante deste executivo na formação de públicos culturais, no sentido em que aquele trabalho que se tem vindo a fazer de aposta na democratização cultural, e na capacidade criativa local não fique esquecido no futuro. Com o apoio das associações do concelho os jovens são convidados a participar nos eventos desde muito cedo. Na realidade, existe a constatação de que a maior percentagem de consumidores culturais do concelho é jovem, e nesse sentido pretende-se fazer com que as pessoas que aí se formaram enquanto público cultural mantenham essa frequência de participação cultural, bem como se manifestem exigentes com a qualidade dos espectáculos que lhes vão sendo apresentados.
6. *Diversificar a oferta e procurar a surpresa.* A Câmara da Feira vem tentando ao longo dos últimos anos apresentar uma oferta cultural variada e diversificada. Maugrado o facto de, por exemplo, as artes plásticas e as danças não terem, ainda, sido muito exploradas, em termos de oferta, a verdade é que ao longo do ano, e só em eventos fixos, a Câmara vai oferecendo música, teatro, cinema, moda, leitura, exposições, artesanato, circo, o que torna a oferta cultural feirense passível de captar gostos muito diferentes. Por outro lado, tem pretendido também surpreender as pessoas com aquilo que vem sendo apresentado, e eventos como o Imaginarius ou a Viagem Medieval têm sido marcantes para essa surpresa. A instalação de Spencer Tunick foi, sem dúvida, a actividade mais inóspita que poderia ter acontecido nesta cidade. No entanto, existe o sentimento que, através de eventos como este, Santa Maria da Feira se pode aproximar da vida cultural das grandes cidades, ou até metrópoles.

¹⁴ Os princípios básicos subjacentes à política cultural feirense reflectem neste momento o discurso político local.

7. *Descentralização da oferta cultural e dos equipamentos.* O concelho de Santa Maria da Feira é constituído por 31 freguesias, e um dos objectivos da política cultural da Câmara é que as oportunidades culturais cheguem a todas elas, não só porque essa é a via da democratização cultural, mas também porque a população do concelho se encontra muito espalhada, não se podendo fazer a afirmação duma concentração forte, por exemplo, na sede do concelho¹⁵. Desta forma, não só as actividades culturais, mas também os equipamentos são objecto de descentralização cultural. Para além dos vários pólos de leitura existentes no concelho, existe uma preocupação de dotar as freguesias de equipamentos culturais multivalentes, sendo muitas vezes os auditórios utilizados para expressões culturais como o cinema, teatro, música, exposições, etc.

Pode concluir-se identificando as principais áreas de intervenção para o cumprimento dos objectivos estratégicos desta autarquia: rede de leitura pública, arquivo municipal, rede municipal de museus, património e arqueologia, promoção cultural, desenvolvimento artístico e associativismo cultural.

4. Conclusão

No caso de Santa Maria da Feira torna-se importante compreender como é que dois eventos de tão forte pendor espectacular podem contribuir para a definição e projecção da sua política cultural. Os discursos relativos a estes dois eventos, especialmente por parte dos interlocutores políticos reflectem o objectivo de tornar o acesso aos bens culturais um processo cada vez mais democrático, no sentido em que a cultura deve chegar a todos. Não se pretende argumentar que as artes de rua funcionem como pilares de construção de uma política cultural, mas sim que assumem um papel fundamental na divulgação de uma ideia, de um princípio político e de um território. Torna-se importante saber como!

Bibliografia consultada

- AZEVEDO, Natália – **Práticas de recepção cultural e públicos de cinema em contextos cineclubísticos.** Dissertação de Mestrado em Sociologia. Porto: FLUP, 1997. 280 págs.
- CLICHE, Danielle, MITCHELL, Ritva, WIESAND, Andreas (orgs.) – **Creative Europe: on governance and management of artistic creativity in Europe.** Bonn: ERICarts, 2002. 335 págs. ISBN: 3-930395-59-2
- COELHO, Irene – **Viagem Medieval em Santa Maria da Feira: uma iniciativa de desenvolvimento local?** Especialização em animação sócio-cultural. Porto: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto, 2003 (texto não publicado).
- CONSEIL DE L'EUROPE - **La culture au coeur: contribution au débat sur la culture et le développement en Europe,** Estrasburgo: Conselho da Europa, 1998. 423 págs. ISBN – 92-872-3335-2
- DAPPORTO, Elena, SAGOT-DUVAUROUX, Dominique, **Les arts de la rue: Portrait économique d'un secteur en pleine effervescence.** Paris: Documentation Française, 2000. 401 págs. ISBN – 2-11-004636-8
- PINTO, José Madureira – “Uma reflexão sobre as políticas culturais” in **Dinâmicas culturais, cidadania e desenvolvimento local: Actas do encontro de Vila do Conde.** Lisboa: APS, 1994. 792 págs. pp. 767-792. ISBN 972-95945-0-3

¹⁵ A cidade de Santa Maria da Feira tem, segundo os Censos de 2001, 11.040 habitantes, o que representa 8,12% da população total do concelho.

SANTOS, Helena - **Labirintos: alguns contextos actuais dos públicos da cultura, com ilustração empírica portuguesa.** Comunicação ao encontro Públicos da Cultura, organizado pelo Observatório das Actividades Culturais, 24/25 de Novembro de 2003. Sub-tema: Políticas culturais e formação de públicos" (no prelo).

SILVA, Augusto Santos - "A dinâmica cultural das cidades médias: uma sondagem do lado da oferta" *in* FORTUNA Carlos e SILVA Augusto Santos (orgs.) - **Projecto e circunstância: culturas urbanas em Portugal.** Porto: Afrontamento, 2002. 354 págs. pp. 65-107. ISBN 972-38-0575-9