

Uma ilha de loucos...



Nuno Nunes

Professor Universitário
 Presidente do Madeira-ITI,
 Carnegie Mellon Portugal

A MADEIRA TEM TUDO PARA PODER SER UMA ILHA DE LOUCOS A COMEÇAR POR UMA LARGA TRADIÇÃO COSMOPOLITA

Durante a paragem do final do ano tive o privilégio de receber cá na Madeira o Prof. Jim Morris, um ex-Reitor (dean) da Escola de Informática de Carnegie Mellon com larga experiência no desenvolvimento do campus desta Universidade em Silicon Valley e que está a equacionar a possibilidade de vir leccionar para o Madeira-ITI no próximo ano. Numa altura em que atravessamos uma profunda crise é um privilégio poder privar com pessoas desta experiência e nível intelectual. Nas muitas conversas que tivemos ele não apresentou nenhuma solução milagrosa. Limitou-se a sugerir alguns exemplos de sucesso. Uma das sugestões foi a leitura das ideias de outro ex-professor de Carnegie Mellon, o Prof. Richard Florida, autor do conceito de “classe criativa” – as pessoas que se tornaram a força motriz do desenvolvimento económico moderno. As ideias de Richard Florida não são novas. Foram aliás alvo de um relatório publicado em 2004 - “Europe and the Creative Age” - que é totalmente atual embora tenha quase 10 anos. Neste relatório Portugal aparece invariavelmente no último lugar dos três pilares da nova economia: Talento, Tecnologia e Tolerância. No índice de Euro-criatividade Portugal aparece num destacado último lugar com 0.19, seguido da Grécia (0.31), Itália (0.34), Espanha (0.37) e Irlanda (0.37). A lista é liderada pela Suécia (0.81) e pelos EUA (0.73). A nossa posição deve-se a um atraso estrutural na qualificação do capital humano (Talentos), na investigação, desenvolvimento tecnológico e inovação (Tecnologia) e finalmente nas atitudes, valores e mentalidade (Tolerância). Portugal fica classificado no quadrante dos “atrasados” com Itália, Espanha, Áustria e Grécia - sintomático! A classe criativa é o termo inventado

por Florida para designar um segmento particular de pessoas que se dedica a tarefas criativas num conjunto muito variado de indústrias como as tecnologias, o entretenimento, o jornalismo, as finanças, as indústrias de alto nível e mesmo as artes. Não são uma classe, muito menos uma elite, mas um grupo de pessoas com formação académica elevada e que partilham valores como a criatividade, o individualismo, a diferença e o mérito. Vivem em cidades que se tornaram o centro da nova economia do conhecimento, da mesma forma que as quintas eram o centro da economia agrária e as fábricas o centro de economia industrial. A classe criativa é determinante na economia americana representando mais de 30% do emprego. Na Europa a distribuição é diferenciada com os países nórdicos a atingirem valores próximos dos EUA e a descolarem das economias tradicionais (França, Alemanha e Reino Unido). Dados de 2010 colocam Portugal e a Itália entre os países onde esta classe representa menos de 15% do emprego. Está aqui a evidente margem de progressão em que temos que apostar. Existem poucas dúvidas que esta classe é responsável pelo crescimento económico de países como os EUA e o Norte da Europa. O núcleo central desta classe é composto por cientistas, engenheiros e professores, mas também poetas, escritores, artistas, atores, designers e arquitetos. Pessoas capazes de gerarem soluções inovadoras que extravasam os limites territoriais e são facilmente exportáveis para outros países e regiões. A capacidade para atrair e reter trabalhadores criativos tornou-se um fenómeno importante na prosperidade das cidades e regiões. Tal como para incentivar o investimento é importante eliminar as barreiras de entrada destas pessoas. O que Richard Florida chama as comunidades “plug and play”, lugares onde as pessoas de podem fixar em pouco mais de uma semana sem perderem a sua identidade e construindo rapidamente uma estrutura de suporte que lhes permita desenvolver o seu potencial rapidamente. As pessoas talentosas procuram comunidades tolerantes e abertas à diferença. Por isso é que existe uma correlação muito forte entre as comunidades criativas e os grupos minoritários, sejam gays ou imigrantes de diferentes etnias. São comunidades onde se podem encontrar hippies, surfistas, bandas de rock alternativo, vegetarianos, espiritualistas e todo o tipo de gente que foge “à norma”. As comunidades abertas e tolerantes dão um sinal claro que aceitam a diversidade e isso faz sentir os criativos bem vindos. Silicon Valley é o maior centro de alta tecnologia do mundo mas foi também o berço da geração hippie dos anos 60 que experimentava drogas alucinógenas, que viu nascer génios do

Rock como os Beach Boys e os Doors. Seattle não é apenas a cidade onde fica a sede da Microsoft, é um dos palcos da música alternativa que começou com Jimmy Hendrix e continuou com o grunge dos Nirvana e Pearl Jam. Austin é um dos maiores centros de produção artística e criativa dos EUA, palco de um dos mais famosos festivais de música do mundo o “South by Southwest”. Pensar que se pode replicar Silicon Valley sem primeiro atrair o talento e criar o ambiente e o contexto necessário a que as pessoas criativas se possam fixar e florescer é um embuste. Se Steve Jobs tivesse aparecido descalço e de cabelo comprido a pedir financiamento a um investidor da City de Londres a Apple nunca teria existido. Infelizmente em Portugal poucos decisores compreendem os factores que levam à atração e fixação de profissionais criativos. Não são grandes infraestruturas, regras de trabalho fixas, ou incentivos ao investimento definidos por burocratas e copiados até à exaustão sem qualquer racional ou impacto. Os elementos que podem levar ao desenvolvimento de uma cidade ou de uma região com potencial criativo são muito diferentes e até bem mais baratos e simples de implementar. Os criativos procuram, por exemplo, uma vida noturna vibrante, onde qualquer um pode ser um DJ num bar alternativo ou expor pintura ou uma instalação multimédia numa loja de produtos naturais. Sítios onde se possa discutir literatura ou cinema e tomar um copo com outras pessoas interessantes. Os criativos preferem as atividades ao ar livre, preferem andar a pé ou de bicicleta a se passearem num carro de luxo. Preferem fazer surf ou canoagem desfrutando da natureza a se bronzear numa praia artificial. Preferem casas com carácter nos centros históricos a condomínios fechados com piscina. Valorizam um estilo de vida autêntico e único, onde cada lugar não seja um franchising de outro qualquer com os mesmos hotéis e lojas. A Madeira tem tudo para poder ser uma ilha de loucos a começar por uma larga tradição cosmopolita e de uma certa irreverência que devidamente enquadrada poderia ser um capital a explorar tal como a boémia. A abertura aos estrangeiros e imigrantes é determinante para conseguirmos ser atrativos na competição pelo talento onde muitas regiões e cidades estão a investir fortemente - do Porto, a Berlim e Newcastle só para citar três casos que conheço bem. Mas para isso é preciso que todos se juntem numa estratégia comum: a região, o Funchal como capital, a Universidade, o centro internacional de negócios, a sociedade civil... a começar por líderes que não tenham receio de arriscar e de começar por serem os primeiros “loucos” numa estratégia diferenciada que urge começar a definir.



A Madeira tem tudo
para poder ser uma ilha
de loucos...

Nuno Nunes
Professor universitário