



## STREET CULTURE FOR REGIONS

# REGIONAL ALLIANCE ACTION PLAN

## 102 **Politécnico do Porto - Região do Porto**

Este projecto foi financiado com o apoio da Comissão Europeia. O autor é o único responsável por esta publicação (comunicação) e a Comissão não aceita qualquer responsabilidade por qualquer utilização das informações nela contidas. Em conformidade com o novo quadro da GDPR, é favor notar que a Parceria só processará os seus dados pessoais no único interesse e finalidade do projecto e sem qualquer prejuízo dos seus direitos.

**P. PORTO**

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



STREET CULTURE  
FOR REGIONS

## Agradecimento

O Politécnico do Porto gostaria de agradecer formalmente à FLUP – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, em particular à professora Paula Guerra, pelo seu contributo fundamental no desenvolvimento da Alliance e do plano de ação do projeto Street Culture for Regions.





## Introdução

### O que é o projeto Street Culture for Regions?

A cultura de rua é uma área de atividade económica em rápida evolução e inclui artes urbanas e indústrias criativas (por exemplo, cultura pop), moda, alimentação, turismo e muito mais, todas elas oferecem oportunidades para startups inovadoras e empreendedoras. No entanto, devido às suas raízes invulgares e conotações por vezes negativas, não tem estado "no radar" para um desenvolvimento de negócios focado. O Street Culture for Regions (SCR) irá mudar isso, orientando e capacitando os fornecedores de educação para o empreendedorismo, para aproveitar ao máximo as oportunidades de cultura de rua para o desenvolvimento de competências e inclusão económica e social nas nossas cidades e regiões.

O Street Culture for Regions (SCR) dará um contributo convincente e muito tangível para a inclusão social. Usando a capacidade de relacionamento e a atratividade da cultura de rua como uma área de negócio potencial, trataremos aqueles que estão à margem da sociedade - NEETs, os de minorias étnicas ou migrantes e os de bairros carenciados - tanto para a formação de empreendedorismo como para atividades económicas significativas.

### Quem está envolvido?

O programa Street Culture for Regions é transnacional, com parceiros no Reino Unido, República da Irlanda, França, Polónia, Grécia, Portugal e Dinamarca. O objetivo de reunir estes parceiros era investigar o tópico a partir das diferentes perspetivas e situações de cada um destes países membros e partilhar conhecimentos e aprendizagens entre os parceiros, que podem ser trazidos para um contexto local através de alianças regionais estabelecidas em cada país membro. Estiveram envolvidos os seguintes parceiros de cada um destes países:

- a) Portugal: O Instituto Politécnico do Porto (IPP) coliderou (com o parceiro grego, EDRA) o desenvolvimento da terceira produção intelectual: Recursos Abertos de Educação para o Empreendedorismo da Cultura de Rua. A equipa do Porto traz competências em inovação cultural aplicada para fins comerciais e, enquanto educadores, compreende os tipos de materiais de que os educadores precisam.
- b) UK: EAST BELFAST ENTERPRISE (EBE) liderou o projeto e foi responsável pela Gestão de Projetos e Progresso, Qualidade e Avaliação de Impacto. Isto inclui a coordenação de todas as atividades do projeto para garantir a melhor



colaboração, entrega oportuna de resultados e realização de critérios de qualidade.

- c) Irlanda: O MOMENTUM (MMS) coliderou (com o parceiro francês Le Laba) o desenvolvimento de 101 Oportunidades no Street Culture Resource Pack. O Momentum é a organização com mais experiência no cruzamento do empreendedorismo e inclusão social, e a experiência em abordagens formadoras, estão mais bem posicionadas para produzir um conjunto de recursos persuasivo, mas prático que responda às necessidades dos nossos grupos-alvo.
- d) França: Le Laba é um centro de competências e pode chegar às suas dez redes constituintes de operadores no domínio das indústrias culturais para obter materiais. Em colaboração com o Momentum, colideraram o desenvolvimento de 101 Oportunidades no Street Culture Resource Pack. O Le Laba também desenvolverá e acolherá a ATIVIDADE LEARNING dada a sua localização central, extensas instalações e experiência tanto nas abordagens de formadores como no seu conhecimento em primeira mão dos grupos-alvo finais. Assumem novas responsabilidades neste projeto, para assumir um papel de liderança na divulgação, dada a sua credibilidade no empreendedorismo cultural urbano e em redes nacionais e europeias fortes.
- e) Polónia: A Universidade de Humanidades e Economia em Lodz (AHE) liderou 102 Alliances & Action Plans. Eles têm estado altamente envolvidos na transformação da Cidade de Lodz de uma cidade outrora industrial agora revigorada por um foco nas artes, diversidade culinária e atividade cultural agitada infundida com tecnologia, por exemplo, a 30 street art. A AHE traz experiência em primeira mão de boas práticas na revitalização de uma cidade da sua área do centro, e como uma organização baseada no conhecimento, entender o papel de um corretor honesto no estabelecimento de colaboração intersectorial.
- f) Grécia: EDRA Scamg Social Cooperative Activities for Minority Groups coliderou (com o parceiro português, IPP) o desenvolvimento da terceira produção intelectual: Recursos Abertos de Educação para o Empreendedorismo da Cultura de Rua. A experiência da EDRA no terreno de trabalhar com grupos marginalizados na sociedade assegurará que o quadro se mantenha relevante para os processos de aprendizagem e desenvolvimento de competências daqueles de origens pouco qualificadas.
- g) Dinamarca: O Instituto Europeu de Aprendizagem E-Learning (EUEI) criará e liderará a participação nos testes de 104: Street Culture Entrepreneurship App. Os seus colaboradores têm mais de 15 anos de experiência em aprendizagem



online e agora móvel, e vão combinar fortes insights pedagógicos e de avaliação com conhecimentos tecnológicos para criar uma app envolvente e fácil de utilizar. Como criadores do site do projeto e especializados em e-marketing, também lideraram aspetos de Divulgação Online.

## Objectivos-chave

O SCR foi cuidadosamente concebido para produzir uma série de resultados que proporcionam resultados positivos em termos de desenvolvimento de competências para potenciais empreendedores e educadores de empreendedorismo, bem como para aumentar a capacidade de inovação e inclusão no nosso sistema de ensino profissional mais vasto.

Neste contexto, o nosso projeto tem um objetivo claro: introduzir um novo programa de desenvolvimento de competências empresariais no domínio do empreendedorismo da cultura de rua. Os nossos objetivos e grupos-alvo são:

Aumentar a motivação e o conhecimento de mais de 200 líderes VET e stakeholders para oferecer oportunidades para o empreendedorismo da cultura de rua e trabalhar intersectorialmente para fornecer apoio associado. Isto responde aos stakeholders de EFP e desenvolvimento económico que querem impulsionar a inovação empresarial, a inclusão social e a revitalização urbana num contexto de crescente diversidade cultural e precisam de orientação sobre como aproveitar a cultura de rua em todos os sectores público e privado para estes fins.

Equipar mais de 400 educadores de EFP para introduzir uma formação eficaz de empreendedorismo de cultura de rua nas suas organizações a curto prazo. Os educadores e líderes do EFP desejam obter melhores resultados com grupos de difícil acesso, mas isso não pode ser conseguido com cursos genéricos de início de negócios obsoletos. Necessitam de conhecimentos atualizados relevantes, de ferramentas digitais eficazes e de abordagens pedagógicas envolventes que construam competências empresariais adequadas aos ambientes urbanos contemporâneos.

Desenvolver as competências empresariais de mais de 250 NOVOS EMPREENDEDORES que normalmente são alienados do EFP devido ao seu passado de baixa competência ou estatuto de NEETs ou migrantes. Como um empreendimento de baixo capital que requer identidade cultural e marketing digital orgânico, as empresas de cultura de rua são



idealmente adequadas para eles, mas precisam de uma formação flexível personalizada que construa a sua confiança e competências para avançar como empreendedores.

## Aliança Regional do Porto

### Introdução

O principal objetivo destas parcerias e do seu subsequente Plano de Ação reside no aproveitamento de uma rede já existente de organizações, de entidades, de atividades e de agentes sociais, mas que ainda se encontra um tanto quanto dispersa, ou seja, o projeto SCR vem dar resposta a um *gap* existente ao nível das estratégias de comunicação e de articulação de ideias e de atividades no campo das artes e da cultura, no contexto da Área Metropolitana do Porto (AMP) e do Norte de Portugal, emergindo, assim, como elemento agregador e potenciador e novos modos de atuação em torno da *street culture*. O estabelecimento desta parceria favorecerá, neste caso, o indigitamento de processos de partilha, de discussão e de trabalho em rede, tendo como mote as teorias ator-rede, as *arts-based-research* ou as técnicas (*business 2 business*) B2B, através das quais a sustentabilidade dos investimentos - teóricos, políticos, económicos e sociais - no âmbito da *street culture* seriam enaltecidos. A sustentabilidade é um fator-chave, bem como a necessidade de se desenvolverem hubs (de cocriação e coprodução) de investimentos, de ações e de projetos, direcionados para os artistas, para os públicos, para as empresas, para as organizações de terceiro setor e outras instituições de relevo, emergentes e/ou já consolidadas.

Tratando-se de uma parceria que tem como foco as instituições, mas igualmente os públicos, existem aqui dinâmicas éticas de cocriação, coprodução e codisseminação que, atendendo à génese dos projetos de ação-intervenção, apontam para a importância de adoção de estratégias *side-ways*, contrariando as tradicionais dinâmicas *top-down* ou *bottom-up*. Adotando uma visão mais alargada acerca dos *outcomes* e dos *outputs* desta parceria, podemos mencionar a importância da criação de um ecossistema de atividades, de agentes e de iniciativas, o qual será determinante para a solidificação, no contexto do Porto e do Norte de Portugal, da importância de adoção de *multi-stakeholder perspectives*, ou seja, defendemos que a adoção de uma perspetiva multiescalar em termos de abordagens/perspetivas multidisciplinares serão benéficas, a longo prazo, na elucidação de conhecimento científico e prático, mas também na identificação de lacunas que, no nosso entendimento, poderão ser alvo de atuação no



futuro, residindo, aqui, o busílis de uma prática de cocriação que, por sua vez – tal como um projeto de investigação – deve ser interativa, descritiva, complexa e indivíduo-orientada.

Desta feita, os objetivos específicos desta parceria são:

- Consciencializar, habilitar e formar para a necessidade de se construir um ecossistema de parcerias e de ações de intervenção práticas, atendendo às necessidades dos territórios, das suas populações, e em função dos objetivos propostos por entidades institucionalizadas.
- Fomentar e conceber discursos e perspetivas políticas e sociais que coloquem o empreendedorismo, a inovação e a cocriação como um conhecimento base no campo cultural e artístico, mas também na área das decisões políticas e institucionais.
- Alargar e irradiar os conhecimentos, interesses, pesquisas e iniciativas face à cultura de rua portuguesa, colocando-a como uma oportunidade de desenvolvimento económico, mas também como um objetivo sustentável de desenvolvimento social e territorial.
- Coproduzir e co disseminar abordagens que, a médio e longo prazo, contribuam para a sedimentação de um ecossistema de parcerias, assente em princípios de transparência e baseado em avaliações de impactos e consequências nos territórios.

Cada parceria produzirá três resultados claros:

- a) Criar uma estrutura/rede de investigação e de intervenção que contemple a multidisciplinaridade, bem como a interdisciplinaridade, contrariando a segmentação existente ao nível das políticas públicas, mas também ao nível da atuação dos agentes sociais e das instituições. Deve existir um princípio base de transparência, através do qual os resultados menos positivos serão igualmente divulgados e alvo de reflexão, conferindo, assim, o futuro e a sustentabilidade da ação-intervenção no contexto portuense.
- b) Potenciar os ecossistemas da cultura, a par dos seus ativos e inativos patrimoniais, com vista ao desenvolvimento territorial bidirecionado (turismo e população autóctone), com o intuito de dar resposta às necessidades contemporâneas do ponto de vista da criação, produção e consumo culturais (digital e material).



- c) Alicerçar as economias alternativas, do green business, referentes aos campos artísticos e culturais, da competitividade económica e, conservação de uma atmosfera urbana cosmopolita assente na Street Culture.

Contaremos ainda com um objetivo global, que será:

- d) Identificar e destacar os benefícios sociais, políticos, económicos, turísticos e pessoais de um investimento multifacetado e diacrónico na *street culture*, promovendo novos e inovadores processos de aprendizagem, bem como o bem-estar territorial.

### Objetivos da Aliança

A parceria regional com Portugal foi formada com o intuito de fomentar e aprofundar uma rede de parcerias multidisciplinares num contexto local, mas também regional, uma vez que serão trabalhadas, em simultâneo, a zona norte de Portugal e o caso específico da Área Metropolitana do Porto (AMP). Assim, o principal desígnio desta parceria assenta no delineamento de ações de intervenção que, a médio e longo prazo, se irão traduzir em impactos locais e regionais, propícios ao estabelecimento de uma sustentabilidade teórica, prática e interventiva de projetos de (des)envolvimento comunitários institucionais, formais e não formais, fulcrais no escopo de ações de divulgação e disseminação dos resultados do programa em questão.

Deste modo, abaixo enunciámos os objetivos fundamentais relacionados com esta parceria regional e local, a saber:

- Recrutar, fomentar e desenvolver parcerias sustentáveis, com o intuito de endossar os objetivos práticos do projeto aqui delineado, em várias escalas geográficas, em múltiplos níveis e universos sociais e institucionais.
- Desenvolver e aplicar um mapeamento crítico do território em termos de street culture, mobilizando ferramentas ligadas à cocriação e à coparticipação, ativando segmentos populacionais excluídos e o tecido institucional plural, e provocando eventos-âncora emblemáticos nos diferentes polos urbanos.
- Promover e enaltecer o papel charneira e inovador dos parceiros regionais e locais na implementação do plano de ação local no âmbito da street culture.
- Destacar e envolver as populações locais e dos agentes institucionais na disseminação de resultados, partindo do estímulo de uma rede abrangente de



partilha de recursos, ideias, e prospetivas de inovação para a ação nos campos artístico-culturais emergentes (street culture).

- Delinear e firmar protocolos de parceria assentes na execução, comunicação e avaliação de ações (SWOT) e de atividades ligadas ao desenvolvimento político, social, económico e cultural da cultura de rua na zona norte de Portugal em geral, e na AMP especificamente.
- Incentivar a adoção de uma visão que entende a ação territorial como um modo direto de intervenção social e cultural, no sentido em que o projeto servirá de alavanca a uma maior contextualização/articulação com entidades políticas locais e regionais, promovendo, assim, o desenvolvimento territorial e setorial.

## Aliança de Stakeholders

Houve oportunidade de reunir com várias entidades e personalidades de relevo na cultura da região, desde música, street art, empreendedorismo e municípios.

A tabela infra fornece um resumo das partes interessadas que estiveram envolvidas na Aliança até o momento:

Organização/Personalidades	Website
FLUP – Faculdade de Letras da Universidade do Porto	<a href="https://sigarra.up.pt/flup/pt/web_page.Inicial">https://sigarra.up.pt/flup/pt/web_page.Inicial</a>
Casa da Música	<a href="https://www.casadamusica.com">https://www.casadamusica.com</a>
Lionesa Business Hub	<a href="https://www.lionesa.pt">https://www.lionesa.pt</a>
Direção Regional de Cultura do Norte	<a href="https://culturanorte.gov.pt">https://culturanorte.gov.pt</a>
Fábrica de Santo Thyrsó	<a href="https://www.cm-stirso.pt/viver/cultura/fabrica-santo-thyrso">https://www.cm-stirso.pt/viver/cultura/fabrica-santo-thyrso</a>
Tomás Gonçalves	
Ana Alves da Silva	
Manuel Sousa	

## Extensão Geográfica – Definição da Região do Porto

A região Norte de Portugal, é uma das sete regiões que compõem o território português, sendo que a cidade do Porto se assume como a cidade administrativa da região, daí a sua centralidade no escopo deste projeto. Nos censos de 2021, a região Norte de Portugal contava com uma quantificação de mais de três milhões de habitantes. Por conseguinte, a AMP, localizada no Litoral Norte de Portugal, abarca uma área geográfica composta por 17 municípios (Arouca, Espinho, Gondomar, Maia, Matosinhos, Oliveira de Azeméis, Paredes, Porto, Póvoa de Varzim, Santa Maria da Feira, Santo Tirso, São



João da Madeira, Trofa, Vale de Cambra, Valongo, Vila do Conde e Vila Nova de Gaia) e possui uma população residente que ronda os quase dois milhões habitantes. Desde os anos 1980 que o Porto e a AMP, têm vindo a contribuir decisivamente para a exponenciação de diversos domínios artísticos e criativos, destacadamente, a música, notadamente a música eletrónica, o hip-hop e o pop-rock. Também são de destacar as áreas da moda e da arquitetura. Mais, a cidade do Porto foi já, várias vezes, distinguida com o prémio de melhor destino de turismo da Europa, aspeto esse que contribuiu, em larga escala, para o fomento da street culture, da arte urbana e do investimento municipal em planos de ação culturais e artísticos, *mainstream* e independentes e/ou underground, fazendo da AMP um território exímio em termos de teste, implementação e prossecução do projeto aqui referido.

Atualmente, a cidade do Porto e a AMP são (re)conhecidas internacionalmente pela sua diversidade cultural e artística, aspeto esse que tem sido enfatizado pelos crescentes movimentos migratórios, mas também devido às ações de fomento de uma política para o turismo, materializadas no desenvolvimento de eventos, na abertura de espaços culturais/artísticos, na prossecução de políticas públicas para a cultura (casos do Cinema Batalha e do Matadouro de Campanhã), e no próprio incentivo do comércio local (mercados históricos como o Mercado do Bolhão, recentemente requalificado) e do turismo local (proliferação de Air b'n'B, entre outros). Esta questão das feiras e dos mercados é especialmente cara ao contexto portuense, especialmente pelo facto de estes se assumirem como um forte componente da vida cultural e do entretenimento do e no espaço urbano, algo que também se interliga com o facto de estes formatos estarem fortemente associados a novos empresários e a microempresas e, nesse sentido, servem como forma de demonstração de produtos e de atividades. A par disso, a questão dos festivais de música, por exemplo, tem contribuído para a cimentação de uma espécie de festivalização da cultura, uma vez que os mesmos se assumem como um aspeto significativo da paisagem socioeconómica e cultural da vida quotidiana contemporânea em geral, e da vida cultural portuense em particular – como é o caso do Primavera Sound. Neste caldo de ação cultural e artística, os artistas, a par da população local, são diariamente confrontados com públicos multiculturais e multifacetados, o que faz com que a oferta aumente de forma exponencial, como forma de dar resposta à elevada procura de uma everyday life *culturalizada*.

É igualmente relevante mencionar que a AMP e a cidade do Porto se têm imiscuído de um profícuo diálogo intercultural que se tem cimentado em diferentes modos de ação, apropriação e interpretação do espaço urbano, logo, a criatividade, a arte e a cultura têm-se assumido como uma parte integrante da vida cultural urbana portuense, no sentido em que alertam para uma necessidade de impulso do empreendedorismo, enquanto processo de identificação e de desenvolvimento de ideias empresariais, científicas e sociais, originando modos alternativos de desenvolvimento territorial, de prosperidade económica e de competitividade internacional. Paralelamente, a arte e a cultura – em específico a street culture – têm sido amplamente utilizadas enquanto



modo de intervenção junto das áreas geográficas mais desfavorecidas, onde imperam elevados níveis de desemprego, o abandono escolar, subsidiodependências e parques investimentos infraestruturais, tal como é o caso da freguesia de Campanhã, uma das freguesias portuenses onde se encontram localizados alguns dos maiores bairros de habitação social da zona norte do país. Deste modo, projetos locais baseados na arte, na street culture e na ação-intervenção, tais como o OUPA!<sup>1</sup>, o CANVAS<sup>2</sup> ou o URBINAT<sup>3</sup>, têm-se assumido como elementos fulcrais no alargamento das perspetivas institucionais e não institucionais referentes ao papel inovador da arte e da cultura na AMP, trilhando o caminho para o SCR project.

A presença de projetos desta natureza, a par de festivais locais, iniciativas privadas e públicas, nomeadamente em bares, associações, e outros espaços de espetáculos, criam, neste contexto urbano, novas atmosferas de interação e de consumo, bem como potenciam novos campos de possibilidades de ação, tal como o SCR project defende. Iniciativas inovadoras, tais como as Inaugurações Simultâneas de Bombarda<sup>4</sup>, performances de rua, a street art, residências artísticas, exposições, concertos e business hub's, contribuem ativamente para a criação de uma experiência turística, mas também originam modos de intervenção social inovadores que, por conseguinte, conferem uma nova vida a bens culturais e que jogam com a memória coletiva, com os arquivos e com formas de entretenimento contemporâneas, despoletando maiores níveis de interação e usufruto dos espaços urbanos, nomeadamente em espaços como a Rua de Santa Catarina, a Rua das Flores ou a zona histórica da Ribeira, entre outros.

Concomitantemente, a par destas inovações com materialidade prática, nomeadamente nas ruas e nos espaços institucionalizados da AMP, importa conferir destaque ao investimento no campo digital e nos meios alternativos de comunicação, tais como as redes sociais. O uso destes canais digitais tem-se asseverado como um meio proficiente de expressão, mas também de incentivo à participação juvenil – especialmente nas zonas mais desvantajosas da AMP -, como forma de alertar para questões socialmente relevantes e como forma de congregar preocupações, mas também enquanto meio de promoção de iniciativas culturais espontâneas, tais como o Projeto TAG. Podemos, inclusivamente, realçar o carácter a(r)tivista da cultura e da arte na AMP, uma vez que podemos identificar uma associação a modos de fazer não institucionalizados, contestatórios e de insurgência face a constrangimentos da vida quotidiana, sendo que a arte urbana, neste sentido, se assume como uma pedra de

<sup>1</sup> <https://www.porto.pt/pt/noticia/projeto-oupa-apresenta-o-album-cidade-liquida>

<sup>2</sup> <https://projetocanvas.pt/>

<sup>3</sup> <https://urbinat.eu/>

<sup>4</sup> <https://www.agoraporto.pt/noticias/ha-15-anos-miguel-bombarda-ganhou-um-roteiro-regular-de-inauguracoes-e-uma-nova-vida>



toque, podendo serem dados como exemplos o beach trash art<sup>5</sup>, o Coletivo Rua<sup>6</sup> e o Festival de Arte Urbana Push Porto<sup>7</sup>.

A conjugação destes elementos, características e ações proporciona uma oportunidade basilar de desempenho e de aplicação do projeto SCR, tendo como ponto de partida as bases culturais e artísticas da região norte e da AMP, especialmente ao nível de três dimensões chave:

1. empreendedorismo;
2. inovação;
3. criatividade e ação-intervenção.

---

<sup>5</sup> <https://www.publico.pt/2018/06/08/p3/fotogaleria/artivismo-tambem-faz-plastico-mar-398500>

<sup>6</sup> <https://www.facebook.com/COLECTIVORUA/>

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/festivalpushporto/>



## Plano de Ação

Esta secção do plano de ação fornece mais detalhes sobre o trabalho da Parceria Regional e as ações que foram percebidas como importantes para planejar para a região, cujo resumo é apresentado na tabela a seguir:

Ação	Ação Proposta	Potenciais entidades a contactar para o desenvolvimento da ação	Resultado Esperado
1	Desenho, prototipagem e implementação de tours da street culture na AMP (dos centros urbanos às periferias)	Lionesa, FLUP, Inaugurações Simultâneas de Miguel Bombarda, Bombarda, Associação E.C.O Urbano	Fomento do empreendedorismo e da sustentabilidade económica, em relação ao campo da Street Art. O principal objetivo é o de envolver parceiros institucionais e artistas locais (Street Culture) na realização das tours, promovendo a multidisciplinaridade. Estas tours serão tidas como walking-knowledge sessions e serão alvo de registo audiovisual. O intuito é, posteriormente, criar um documentário sobre a Street Culture na AMP.
2	Realização de grupos focais direcionados para a discussão das potencialidades e constrangimentos da Street Culture no desenvolvimento urbano e no delineamento de políticas públicas para os territórios e para a cultura.	Instituto Politécnico do Porto e FLUP	Organização, realização e análise de cinco grupos focais, um por cada região com maior núcleo urbano (Porto, Vila Nova de Gaia, Braga, Vila Nova de Famalicão e Guimarães), envolvendo entidades municipais, entidades privadas, artistas, associações e coletivos informais. Os discursos, ideias e reflexões serão materializados em produção científica, bem como servirão de mote para a criação de um fórum/blogue público destinado à Street Culture.
3	Promoção de jam sessions improvisadas na AMP	Casa da Música, Barracuda, Ferro Bar e Maus Hábitos e Sonoscopia	Fomentar a participação e o consumo musical fora de espaços institucionalizados, incentivando o carácter democrático e acessível da cultura em geral, e da música em específico; promover oportunidades de trabalho, de apresentação e de colaboração entre artistas underground e/ou consagrados/não, consagrados e as entidades promotoras; incentivar o multiculturalismo e os diálogos interculturais, tendo como linguagem primária a música. A sustentabilidade destas jam sessions residiria na venda/criação de produtos de merchandising + ações de promoção/disseminação virtual.
4	Criação de uma feira nómada, promotora de várias artes de rua (graffiti, venda ambulante, música, dança, teatro, etc)	Lionesa, AGORA-Câmara Municipal do Porto, FLUP e Instituto Politécnico do Porto	Prevê-se a cimentação de redes de parcerias entre entidades locais, bem como se aponta para a realização de quatro Live Action initiatives (entrada livre) direcionados ao público mais jovem (música, dança, graffiti e teatro). Quer a "feira nómada" quer as Live Action Initiatives seriam algo de registo audiovisual que seria posteriormente disseminado nas redes sociais, em websites institucionais e redes de divulgação institucional e académica.
5	Mapeamento interativo de ações de Street cultures no município do Porto e na zona norte de Portugal	Inaugurações Simultâneas de Bombarda, FLUP e Instituto Politécnico do Porto	Criação de uma plataforma digital de disseminação, caracterização e apresentação das várias iniciativas de Street Culture na AMP e na zona norte de Portugal. Além disso, teremos como output a disseminação científica e institucional destas iniciativas (artigos científicos, sessões de apresentação, vídeo didáticos explanatórios e reflexivos).



6	Realização de cursos-breves sobre a Street Culture em Portugal (na AMP)	FLUP, Museu da Cidade e Instituto Politécnico do Porto	Organização de três cursos-breves sobre Street Culture, com enfoque no graffiti, na música e na dança. Estes cursos-breves seriam destinados a estudantes, investigadores e público em geral. Pretende-se inclusive, convidar oradores de outras regiões do país, com o interesse de alargar as redes de parceria e para fomentar a sustentabilidade do projeto no futuro, noutras contextos/territórios.
7	Exposição colaborativa imersiva sobre a street culture na AMP	Museu da Cidade, FLUP, Instituto Politécnico do Porto e CITCEM	Organização de uma exposição sobre a Street Culture na AMP, fruto da articulação com as ações anteriormente propostas. O principal interesse é que a montagem e organização da exposição sejam de pendor colaborativo, envolvendo os parceiros, entidades promotoras, artistas e entusiastas da Street Culture. Fruto da exposição, será realizado um catálogo digital, a ser disseminado virtualmente e junto das entidades parceiras.
8	Realização de residências artísticas como prossecução da ação-intervenção	Sonoscopia, Maus Hábitos, Barracuda, Ferro Bar e FLUP	Realização de três residências artísticas (Maus Hábitos, Barracuda e Ferro Bar), com o intuito de alertar para as possibilidades da música de rua. Estas residências seriam destinadas a artistas e ao público geral, e teriam como mote os processos de cocriação e de educação artística.



## Sustentabilidade futura

A sustentabilidade futura centrar-se-á na divulgação e utilização dos resultados intelectuais que serão desenvolvidos através da parceria transnacional.

Foi desenvolvido um website dedicado ao projeto <https://www.street-culture.eu/>. Este será o principal ponto de acesso aos recursos, que são gratuitos e serão amplamente divulgados, incentivando os envolvidos no empreendedorismo e na cultura de rua a utilizarem os recursos e a garantirem que o impacto do programa SCR continue a fazer-se sentir muito depois do período inicial de financiamento.

No âmbito deste plano de ação estão em curso várias ações, que se baseiam nas colaborações desenvolvidas através do programa SCR para desenvolver iniciativas que promovam a cultura de rua e oportunidades e competências de empreendedorismo associadas na região de Belfast Oriental. Algumas destas iniciativas incluem o investimento de capital em infraestruturas físicas para apoiar o empreendedorismo e incubar pequenas empresas na região. Esta infraestrutura proporcionará um impacto duradouro durante muitos anos e proporcionará uma plataforma para intervenções adicionais para apoiar o crescimento das empresas e o emprego na área.