

**Cidades Criativas: Um Fenómeno Contemporâneo de Impacto
Urbano e sua Recente Expressão em Portugal**

Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura, (FAUP, 2010/2011)

Sandra Assunção de Freitas Alves

(orientador - Prof. Gonçalo Furtado)

Agradecimentos

Quero agradecer ao Professor Doutor Gonçalo Furtado por todo o acompanhamento e orientação da presente Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura. Quero igualmente agradecer a todos aqueles que de alguma forma se cruzaram ou contribuíram para a minha realização académica. Em especial aos meus País e Irmã pelo incansável apoio prestado a todos os níveis, não só na realização deste trabalho, como em todo o percurso académico e na vida. Aos amigos que estiveram sempre presentes no apoio e amizade, em especial à Rosa, Gi, Rui e Bruno. Quero ainda agradecer ao apoio permanente e prontamente prestado por dois colegas da área e amigos, Sandro e Kiko.

Um muito obrigado a todos, e aos demais não mencionados, mas não menos importantes.

Sumário

Resumo	7
(Abstract)	8
Introdução	9
Partel - Cidades Criativas	13
1.1. Enquadramento Histórico	15
1.2. História e Conceitos	23
1.3. Revisão de Casos de Referência	34
1.4. Desafio das Cidades Criativas	45
Parte II - Fenómeno em Portugal e Papel da Arquitectura	55
2.1. Expressão em Portugal	57
2.2. Área Metropolitana do Porto e Região Norte	70
2.2.1. Legado histórico e patrimonial	70
2.2.2. Sinergias culturais da década de 1990 à actualidade	75
2.2.3. Sinergias criativas	79
2.3. Papel da Arquitectura	90
Considerações Conclusivas	95
Bibliografia	98

Resumo

A presente dissertação, sob o título «Cidades Criativas: Um Fenómeno Contemporâneo de Impacto Urbano e sua Recente Expressão em Portugal», debruça-se sobre o recente tema da 'Criatividade' associado à cidade e sua introdução na organização sócio-territorial portuguesa.

O trabalho expõe com base em vários autores a ideia de cidade do século XXI enquanto 'Cidade Criativa' e reflecte sobre a presença e as potencialidades deste fenómeno em Portugal com especial incidência na Área Metropolitana do Porto (AMP) e região Norte. Pretende também contribuir para a reflexão sobre o papel do arquitecto na 'Cidade Criativa' enquanto figura principal de intervenção e organização do espaço.

Numa primeira parte aborda-se a temática da 'Cidade Criativa' no geral. Sendo que, no primeiro capítulo expõem-se sinteticamente a história recente da cidade; no segundo capítulo aborda-se os principais conceitos-chave ('Criatividade', 'Indústrias Criativas' e 'Cidade Criativa') e desenvolvimentos históricos relativos às teorias da Criatividade, remetendo para protagonistas de referência (como Charles Landry e Richard Florida); no terceiro capítulo são expostos casos de estudo de sucesso de 'Cidades Criativas' (Bilbao, Helsínqui, Barcelona e Singapura); e, por último, no quarto capítulo, já mediante o conhecimento de teorias e casos de estudo relevantes, procura-se reflectir sobre o desafio da Criatividade e sua importância na cidade e organização sócio-territorial, bem como a oportunidade que representa face à competitividade global.

A análise da temática da Criatividade nesta primeira parte providencia uma base para a segunda, para a análise e reflexão do caso Português. Sendo que, no primeiro capítulo tenta-se compreender a expressão do fenómeno em Portugal, através da referência de alguns casos de estudo (Óbidos, Braga, Guimarães e Paredes); no segundo capítulo, dividido em três pontos tenta-se expor o Porto e a sua história, as sinergias culturais da cidade e tenta-se contribuir para a percepção do potencial criativo da AMP e contributo para a região Norte envolvente; por fim, no último capítulo procura-se humildemente contribuir para a reflexão sobre o papel que a Arquitectura pode ter nas 'Cidades Criativas'.

A arquitectura apresenta-se, nesse sentido, como área essencial a uma cidade que se quer criativa e competitiva globalmente.

Abstract

This present dissertation under the title “Creative Cities: A Contemporary Phenomenon with Urban Impact and its Recent Expression in Portugal” focuses on the theme of ‘Creativity’ and its introduction in Portuguese social and territorial organization.

The work purposes, based on several authors, the idea of the twentieth-first century’s city as a ‘Creative City’ and reflects on the presence and power of this phenomenon in Portugal and also in the Oporto Metropolitan Area and in the North. At the same time, it contributes to the reflection on the Architect’s role in the ‘Creative City’ as a major figure of intervention and organization of space.

The first part deals with the theme of ‘creative cities’ in general. Since the first chapter explains briefly the recent history of the city, which provides a historical background to the city of the XXI century, the second chapter covers the key concepts (‘Creativity’, ‘Creative Industries’ and ‘Creative Cities’) and its historical developments related to theories of creativity, referring to the main protagonists (as Charles Landry and Richard Florida); in the third chapter it exposes case studies of successful creative cities (Bilbao, Helsinki, Barcelona and Singapore) while the last chapter attempts to reflect on the challenge of creativity and its importance in the city, the social and territorial organization, as well as the opportunity it represents in the global competitiveness.

The analysis of the theme of creativity in the first part provides a basis for the analysis and reflection of the Portuguese case. Since the first chapter attempts to understand the expression of the phenomenon in Portugal, through the reporting of some case studies (Óbidos, Braga, Guimaraes and Walls), in the second chapter, divided in three points, it attempts to expose Oporto and its history, the city’s cultural synergies and tries to contribute to the perception of the creative potential of its Metropolitan Area and contribution to the region surrounding the North. The last chapter seeks humbly to contribute on the reflection of the role that Architecture can have on ‘creative cities’.

The architecture presents itself in this sense as a key matter in the city to be creatively and globally competitive.

Introdução

A presente dissertação, sob o título «Cidades Criativas: Um Fenómeno Contemporâneo de Impacto Urbano e sua Recente Expressão em Portugal», debruça-se sobre o tema da 'Criatividade' associado à cidade e sua introdução na organização sócio territorial Portuguesa.

A 'Criatividade', objecto de investigação actual enquanto motor dinamizador das cidades, tem sido avançada em várias áreas como vector de desenvolvimento para o século XXI. As cidades actualmente atravessam períodos de grande transformação, acompanhados por vezes de perdas de competitividade e identidade, conformando o contexto de que o conhecimento e o pensamento criativo emergem como importantes factores de produção e consequente geração de riqueza. Tal conceito é defendido por autores como Charles Landry e Richard Florida como a principal forma de revitalizar a economia urbana na actualidade. A par do desenvolvimento da sociedade da informação e do conhecimento, há uma clara aposta na valorização da criatividade e da actividade cultural como dinamizadora da economia.

As teorias da 'Criatividade' pressupõem ambientes urbanos em que se possa criar imaginativamente, e cidades que suportem o desenvolvimento de tais ideias, o estabelecimento de novas relações e sua materialização. Neste sentido, a área da cultura adquire uma posição estratégica na dinamização da cidade e do seu projecto criativo, bem como os seus diversos intervenientes (arquitectos, urbanistas, políticos, organizações, instituições, etc.). Em períodos anteriores, verificou-se que a criatividade e a cultura deram grande contributo ao desenvolvimento de grandes cidades (como Atenas da Grécia Antiga ou Londres Isabelina). São frequentemente o principal meio impulsionador da regeneração de áreas urbanas. Como tal, a criatividade e a cultura prometem poder funcionar como principais agentes catalisadores da organização do território e sua regeneração urbana, social e económica. Desde áreas centrais e históricas a áreas periféricas descaracterizadas, poder-se-á potenciar o fenómeno, com o reforço de actividades baseadas no conhecimento e pensamento criativo.

Interessa que, face às dificuldades de competitividade num mundo global, as cidades e regiões incluindo as de pequena e média dimensão (como são maioritariamente as portuguesas), partilhem ideias e soluções, associando-se em rede, com vista a ganharem escala e relevância nacional e internacional. A

região Norte com centro na cidade do Porto enfrenta este desafio. O desafio de se revitalizar e reposicionar nacional e internacionalmente. É neste contexto, que se reflecte as potencialidades do Porto enquanto 'Cidade Criativa' e enquanto Centro da sua Área Metropolitana e da Região Norte. Note-se que mesmo as entidades públicas, regionais e nacionais, começaram já a adoptar discursos neste sentido, na tentativa de promoverem a revitalização da cidade e de promoverem 'Indústrias Criativas' na Região Norte.

À semelhança de outras cidades e exemplos de nível internacional (como Bilbao, Helsínquia, Barcelona ou Singapura), a AMP pode de facto tornar-se com base na sua criatividade numa região competitiva e, consequentemente, fomentar o desenvolvimento de toda a região Norte envolvente. Interessa pois promover a Criatividade como forma geradora de valor económico e emprego qualificado, entendendo-a como contributo chave de um novo paradigma de desenvolvimento e dinâmica económica numa zona marcada por profunda crise. A cidade do Porto enquanto potencial 'Cidade Criativa' é rica em património edificado e histórico, que serve como atracção a novos públicos, devendo também ser habitada com novas ideias e actividades que a tornem competitiva a nível nacional e internacional, arrastando toda a região envolvente.

A arquitectura apresenta-se neste sentido como área essencial a uma cidade que se quer criativa e competitiva globalmente. Com a sua intervenção quer seja urbanística, a nível do edifício singular, ou da cultura disciplinar, pode promover ideias, bem como, recuperar zonas degradadas e obsoletas da cidade, que consequentemente, podem funcionar como pólos de atracção e impulso-nadores sócio-económicos, tornando assim as cidades mais competitivas para esta Era Global.

Objecto

O trabalho pretende expor com base em vários autores a ideia de cidade do século XXI enquanto 'Cidade Criativa', e reflectir com base em exemplos internacionais, sobre a presença e as potencialidades deste fenómeno em Portugal, em particular na AMP e Região Norte. Paralelamente, pretende reflectir sobre o papel do Arquitecto na 'Cidade Criativa' enquanto figura principal de intervenção e organização do espaço.

O trabalho resulta do particular interesse e fascínio que desde sempre nos desperta a cidade do Porto e sua evolução histórica e do recente interesse em torno da temática da 'Criatividade'. Aliado à potencialidade que a ideia de uma cidade mais criativa torna uma cidade mais competitiva e apelativa, servindo na prática para a revitalização a vários níveis, de áreas urbanas degradadas.

O tema é pertinente a vários níveis, tanto académico-disciplinar como profissional, não só pelo ênfase mediático e impacto que a temática da criatividade têm tido nos mais diversos campos profissionais e de investigação, como

pela urgência e potencialidade que a criatividade e a cultura trazem à revitalização e recriação da cidade do século XXI.

A presente dissertação pretende contribuir para o diálogo sobre as vantagens de uma 'Cidade/Região Criativa', que usufruindo do envolvimento das entidades público-privadas pode tornar-se competitiva nacional e/ou internacionalmente. Uma região como a AMP e zona envolvente, visivelmente 'deprimida' pode, como reconhecido por autores como Richard Florida, através da criatividade encontrar a sua identidade e tornar-se uma região atractiva para moradores, utilizadores e visitantes.

O trabalho pretende assim, contribuir para: perceber o enquadramento histórico-cultural da cidade, no século XXI; estudar a temática da 'Criatividade', e expor a definição dos conceitos a ela associados, bem como as suas histórias, investigações e autores relevantes; expor as oportunidades que as 'Cidades Criativas' representam face a competitividade Global; abordar casos de sucesso internacionais que sirvam de referência ao caso Português; abordar a expressão do fenómeno das 'Cidades Criativas' em Portugal e contribuir para a reflexão sobre o potencial do paradigma na Região Norte e AMP; e por último, procurará ainda reflectir sobre a indústria de criatividade e sua relação com a Arquitectura, bem como sua apropriação das preexistências urbanas, do objecto arquitectónico e da cultura disciplinar da Arquitectura.

Para levar a cabo o trabalho propõem-se uma análise qualitativa das informações, dados e imagens provenientes de diferentes registos bibliográficos: desde o levantamento e leitura de publicações e trabalhos relevantes para o desenvolvimento do tema 'Cidades Criativas'; da selecção e análise crítica das teorias mais relevantes do domínio da criatividade; análise de casos de estudo de cidades que se destaquem positivamente no que se refere ao tema, pela estratégia, intencionalidade dos conceitos e propostas de revitalização urbana; até a reflexão prepositiva sobre uma postura arquitectónica que pondere a criatividade na cidade, mediante o conhecimento das teorias existentes e abordadas em capítulos anteriores.

No que à estrutura diz respeito, a tese divide-se em duas partes, explicitadas no título «Cidades Criativas: Um Fenómeno Contemporâneo de Impacto Urbano e sua Recente Expressão em Portugal». A primeira corresponde à temática das 'Cidades Criativas' em geral e a segunda corresponde a expressão do fenómeno em Portugal e ao potencial papel da Arquitectura nas 'Cidades Criativas'. A estrutura será intercalada por uma introdução e uma conclusão.

Na presente introdução definiu-se sinteticamente o objecto/objectivo e a metodologia de trabalho, e expôs-se brevemente a ordem de todo o trabalho.

Objectivo

Estrutura

Na primeira parte aborda-se a temática das 'Cidades Criativas' no geral. Sendo que, no primeiro capítulo expõem-se sinteticamente a história recente da cidade, que providencia um enquadramento histórico à cidade do século XXI; no segundo capítulo são abordados os principais conceitos-chave ('Criatividade', 'Indústrias Criativas' e 'Cidades Criativas') e desenvolvimentos históricos relativos às teorias da 'Criatividade', remetendo para protagonistas de referência (como Charles Landry e Richard Florida); no terceiro capítulo são expostos casos de estudo de sucesso de 'Cidades Criativas' (Bilbao, Helsínqui, Barcelona e Singapura); e, por último, no quarto capítulo já mediante o conhecimento de teorias e casos de estudo relevantes, tenta-se reflectir sobre o desafio da 'Criatividade' e sua importância na cidade e organização sócio-territorial, bem como a oportunidade que representa face à competitividade global.

A análise da temática da 'Criatividade' na primeira parte providencia uma base para a segunda, para a análise e reflexão do caso Português. Sendo que, num primeiro capítulo tenta-se compreender a expressão do fenómeno em Portugal, através da referência de alguns casos de estudo (Óbidos, Braga, Guimarães e Paredes); no segundo capítulo, dividido em três pontos tenta-se expor o Porto e a sua história, as sinergias culturais da cidade e tenta-se contribuir para a percepção do potencial criativo da AMP e contributo para a região Norte envolvente; por fim, no último capítulo procura-se humildemente contribuir para a reflexão sobre o papel que a Arquitectura pode ter nas 'Cidades Criativas'.

A conclusão resume as ideias e reflexões de cada capítulo. Seguidamente pretende por ênfase na relação que a Arquitectura pode estabelecer com o fenómeno das 'Cidades Criativas', bem como algumas oportunidades e desafios que se apresentam à AMP e Região Norte, por comparação com o que acontece com casos de referência e estudos de nível internacional. Ressalta-se a importância do papel da disciplina assim como do Arquitecto na forma de 'Cidade Criativa'.



Barcelona - (Fonte: imagem gentilmente cedida por Francisco Castelo Branco)

Parte I - Cidades Criativas

1.1. Enquadramento Histórico

“Há milhares de anos que as cidades, que são um dos problemas mais complexos que afligem a humanidade, existem. Há milhares de anos que elas são a expressão de um propósito que se exprime através de traços matemáticos, geométricos, filosóficos, ideológicos, simbólicos, ou outros..., sem que seja alguma vez possível reduzi-las a uma utopia simplificadora, porque elas são o reflexo da complexidade da vida de todos os dias.”¹

Cidade é definida no dicionário da Infopédia como *“meio geográfico e social caracterizado por uma forte concentração populacional que cria uma rede orgânica de troca de serviços (administrativos, comerciais, profissionais, educacionais e culturais); metrópole. Tipo de vida e de hábitos socioculturais do meio urbano, por oposição ao campo. Conjunto de habitantes daquele meio. Cidade Eterna - Roma; Cidade Invicta - Porto; Cidade Luz - Paris; Cidade Santa - Jerusalém ou Meca. (Do latim civitāte, «cidade»)”²*

Cidade

A cidade³, organismo em constante mutação, palco da vida urbana, formada por pessoas e suas relações sociais, culturais e económicas, é actualmente movida pela globalização e dinâmica de múltiplos fluxos (físicos e informativos), que conformam novos modos de organização urbano-territoriais, independentes da aglomeração e proximidade físicas. Até chegarem a esta forma de organização, as cidades atravessaram longas transições, com correspondência directa com as três grandes Eras da Actividade Económica: a Agrícola, a Industrial e a Informacional (sendo que esta última é já apontada como tendo evoluído para a Era da Criatividade).

- A cidade baseada na produção agrícola, tradicional e bem delimitada fisicamente, cresceu em torno do existente, tendo a aglomeração e proximidade físicas como principais características. Os seus espaços públicos (como a rua e

1 Delfante, C., trad. Feio, L., 2000. *A Grande História da Cidade: da Mesopotâmia aos Estados Unidos*. Lisboa: Instituto Piaget, p.11.

2 Infopédia – Enciclopédias e Dicionários Porto Editora. In: <<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa-ao/cidade>>, acedido a 12/06/2011.

3 Vários autores dedicaram-se à história das cidades, veja-se por exemplo:

Benevolo, L., 1999. *História da Cidade*. São Paulo: Perspectivas.

Mumford, L., 1982. *A Cidade na História: suas origens, desenvolvimentos e perspectivas*. São Paulo: Martins Fontes.

Delfante, C., trad. Feio, L., 2000. *A Grande História da Cidade: da Mesopotâmia aos Estados Unidos*. Lisboa: Instituto Piaget.

a praça) foram os principais espaços de promoção do encontro e da interação entre pessoas.

- A cidade baseada na produção industrial tornou-se num organismo crescente de múltiplas expansões e estagnações. Com o afastamento das pessoas do meio rural e a sua progressiva aglomeração no espaço urbano deu-se um crescimento desorganizado da cidade, com problemas infra-estruturais graves, que levaram à carência de habitação, a parcas condições de salubridade, poluição, etc. O Período Industrial prevaleceu do final do século XVIII às primeiras décadas do século XX.

- E por último a recente cidade baseada na produção de informação, caracterizou-se pela dispersão urbana, atingindo directamente o dinamismo dos centros tradicionais das cidades, bem como, os tradicionais espaços de encontro e de interação.

Se na primeira Era de cidade (a agrícola) o limite era bem definido (pela oposição construído/natural), desde o desenvolvimento industrial (e início da liberalização do uso do solo) as cidades sofreram modernas expansões tornando-as nos contemporâneos mosaicos metropolitanos. Trata-se de um momento de expansão/fragmentação da cidade, um momento de descontinuidade que coincidiu com o Movimento Moderno⁴. Autores como Jacobs ou Rowe abordaram este período.

A **industrialização** tornou-se, de facto, no factor mais importante para o rápido processo de urbanização, que desde então, foi ocorrendo um pouco por todo o mundo, levando, a que nos dias de hoje, mais de metade da população mundial viva em território urbano. Nas palavras de Friedmann *"Towards the end of this century, the great majority of the world's population, now projected to around 10 billion, will be living in towns, cities, and metropolitan regions."*⁵ O rápido crescimento em torno das cidades produziu pois **territórios urbanos**

4 No Movimento Moderno é proposta uma cidade supra-organizada, onde a descentralização, o zonamento de actividades e a redução das densidades foram os principais alicerces do programa de reforma radical. Programa que surgia como tentativa de resposta ao problema da 'grande cidade'. Os modelos da cidade moderna, desde a Cité Industrielle de Tony Garnier até à Ville Radieuse de Le Corbusier, afirmavam-se por essência tanto como anti-urbanos, tentando diluir o conflito entre campo e cidade, como anti-metropolitanos, procurando controlar a sua dimensão e densidade. Em suma, os propósitos modernos, mais utópicos ou reformistas, assentavam numa tentativa de neutralização do funcionamento da lógica capitalista no espaço urbano, com a intenção de reorganizar espacialmente a cidade. A periferia era vista como excedente indesejável da cidade industrial.

Contra os ideais do Movimento Moderno insurgiram-se vários autores como Jane Jacobs, Colin Rowe ou Robert Venturi, que defendiam a cidade real, em vez da cidade ideal, falando na urgência de um urbanismo alternativo. Destes autores, veja-se por exemplo:

Jacobs, J., 1984. *The Death and Life of Great American Cities*. Harmondsworth: Penguin Books.

Rowe, C and Koetler, F., 1978. *Collage City*. Cambridge: MIT Press.

Venturi, R., trad. Esteve Riambau i Saurí, 1978. *Complejidad y contradicción en la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gil.

5 Friedmann, J. 2007. *A Spatial Framework for Urban Policy: New Directions, New Challenges*. OCDE International Conference: What policies for globalising cities? Rethinking the urban policy agenda. Madrid, p.1.

de grande complexidade (o que levou ao aparecimento das regiões metropolitanas). São territórios quase sempre encarados pelos males que causaram à cidade tradicional, que perdeu população, emprego, funções, e vitalidade, o que levou à sua degradação física, guetização, desequilíbrio social, envelhecimento populacional, etc.

De facto, se algo caracteriza a cidade actual é o facto de adquirir formas que se estendem pelo território expressando o imperativo das novas mobilidades em rede, com uma sociedade, já não baseada na produção agrícola, nem na industrial, mas na produção de informação, serviços, símbolos e estética. Em suma, como recorda Furtado *“às alternativas utopistas e reformistas, ao desequilíbrio espaço-funcional e social da cidade provocado pela industrialização, foi sucedendo a proposta modernista de hiper-organização e segmentação a qual não é desresponsabilizável pelo problema centro versus periferia. Na actual cidade expandida, baseada no sector terciário e já não, no industrial, os fluxos, a acessibilidade, a interacção, e as redes de comunicação adquirem uma importância estratégica.”*⁶

A cidade tornou-se palco de acontecimentos de escalas e naturezas diversas. Aqui as estruturas arquitectónicas estão em conflito e frequentemente tornam-se auto-referenciais assumindo papéis icónicos. Tanto as cidades como as suas arquitecturas competem pela atracção de grandes massas humanas, resultando em impulsionadoras de fluxos culturais e económicos. Paralelamente, a contemporânea dinâmica do capitalismo tardio pareceu apontar enormes mudanças às cidades. Aponta por exemplo, a necessidade de múltiplas infra-estruturas (ex. aeroporto, rede de metro, etc.). Por outro lado surgiu também a necessidade da arquitectura lidar com o novo sistema estrutural do espaço de comunicação e dígitos.⁷ Uma nova estrutura nervosa da cidade, composta pelas redes de comunicação que articulam os centros de produção, consumo, residência e lazer.

Como escreveram autores como Mitchell⁸ e Castells⁹, para além das suas estruturas físicas (ex. edifícios, equipamentos, redes de transportes, etc.), a cidade passou a ponderar a essencialidade da existência de espaços de co-

6 Furtado, G., 2009. *Redes, fluxos e interacções expandidas: a sobrevivência da cidade e o ethos global*. In: Arq/a, nº74, p.76.

7 Sobre este assunto veja-se por exemplo:

Mitchell, W., 1995. *City of bits: Space, place and the Infobahn*. Cambridge: The MIT Press.

Bell, D., 1973. *The Coming of Post-Industrial Society: a venture in social forecast*. New York: Basic Books.

Castells, M., 1996. *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 1. Massachusetts, Oxford: Blackwell Publishers.

8 Mitchell, W., 1995. *City of bits: Space, place and the Infobahn*. Cambridge: The MIT Press.

9 Castells, M., 1996. *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. 1. Massachusetts, Oxford: Blackwell Publishers.

municação, para a sua vida (ex. salas de chats, redes sociais, etc.). São espaços que criam uma realidade paralela à física, reproduzindo virtualmente outros espaços tradicionalmente físicos (ex. praças, ruas, centros comerciais, etc.), e que conformam verdadeiros suportes a comunidades sociais. São espaços que potenciam a acessibilidade da sociedade, esboçando uma nova configuração urbano-social, baseada no intercâmbio informativo e na interacção mediada por sistemas de informação. Nesta Era da Informação como refere Braz e Furtado¹⁰, a sociedade e a economia do conhecimento novamente transformam muitas cidades, que passam a ter por base o reconhecimento do capital humano, tanto em termos sociais como económicos. Nas palavras de Braz *“A aceleração da velocidade de circulação da informação corresponde a uma procura de individualidade, de identidade, permitindo reduzir o meio em que o indivíduo se movimenta a categorias de representação simples, permitindo comparar a semelhança com a diferença, reduzindo a complexidade da experiência urbana.”*¹¹ Nas palavras de Furtado *“Várias são as implicações que a S.I. fomenta, como a transição de uma escala local para global, o êxtase pela mediação tecnológica, o privilégio de substitutos digitais e de uma nova concepção de materialidade; e vários também os receios que suscita, como a desagregação social e a emergência de uma sociedade dual, de estandardizações culturais e de atentados aos direitos individuais caso não haja um acesso seguro e universal.”*¹²

Em suma, a **cidade contemporânea** resulta, numa realidade em que é difícil estabelecer os limites. Depois do impacto da industrialização, do moderno e da metropolização, a cidade prossegue a sua mutação originando formas expandidas, **formas multicentralizadas e multiperiféricas** progressivamente articuladas pelos fluxos das redes. Autores como Portas e Domingues¹³ expuseram bem estes fenómenos em territórios urbanos. Os novos complexos urbanos expressam as forças do capitalismo global que reflectem também as mudanças comportamentais do indivíduo, acompanhados de grandes transformações no domínio do trabalho e lazer. As fronteiras naturais deixam de ser perceptíveis e requerem de intervenções artificiais para adquirirem legibilidade. E é aqui, que a arquitectura e o planeamento urbano têm um papel preponderante para a cidade contemporânea.

10 Braz, R. e Furtado, G., 2002. *Arquitectura e Sociedade da Informação*. Lisboa: Ministério da Cultura.

11 Braz, R. e Furtado, G., 2002. *Arquitectura e Sociedade da Informação*. Lisboa: Ministério da Cultura, p.7.

12 Braz, R. e Furtado, G., 2002. *Arquitectura e Sociedade da Informação*. Lisboa: Ministério da Cultura, p.9.

13 Sobre o assunto veja-se, por exemplo:

Portas, N., Domingues, A. e Cabral, J., 2003. *Políticas urbanas: tendências, estratégias e oportunidades*. Lisboa: FCG.

Criatividade é definida no dicionário da Infopédia como “*capacidade de produção do artista, do descobridor e do inventor que se manifesta pela originalidade inventiva; faculdade de encontrar soluções diferentes e originais face a novas situações. (De criativo + -i- + -dade)*”¹⁴

Como visto anteriormente, é no contexto dos actuais complexos urbanos, multacentralizados e multiperiféricos, marcados por profundas alterações económicas, sociais e territoriais, que grandes cidades mundiais atravessam longos períodos de crise e falta de identidade. No entanto, na economia global em que vivemos, em que as fronteiras a nível nacional perdem relevância, (enquanto factores estruturantes das economias dos seus países e, em que mais de metade da população mundial vive em território urbano), são as cidades que adquirem uma nova e maior importância estratégica. Surge a urgência de uma **mudança de paradigma** para a competitividade e sustentabilidade global. Uma mudança que traga novamente à cidade a vitalidade de outrora.

Assim sendo, o desafio que se coloca às cidades nesta nova Era vai além da criação de estruturas físicas ou virtuais que, por si só, não bastam para criarem territórios competitivos e sustentáveis. Nas palavras de Landry “*The city of the future needs to be thought of differently from how we considered cities in the past.*”¹⁵ Às cidades é requerido que assumam papéis activos na configuração de uma nova economia, é requerida das sociedades, imaginação e criatividade. Como refere o mesmo autor “*A city that encourages people to work with their imagination goes well beyond the urban engineering paradigm in city-making.*”¹⁶

De facto, se a ciência, a tecnologia e a indústria, constituíram as principais áreas de interesse dos séculos XIX e XX, no século XXI, tais áreas orientam-se para a geração do conhecimento criativo e inovação. Nas palavras de Landry “*We cannot solve 21st-century problems with 19th-century mindsets: the dynamics of cities and the world urban system have changed too dramatically.*”¹⁷ O crescente desaparecimento da velha produção industrial denota o aumento da importância dos novos conhecimentos aplicados à produção e serviços. Como refere o «Livro Verde» da UE “*As fábricas têm sido progressivamente substituídas por comunidades criativas, cuja matéria-prima reside na sua capacidade para conceber, criar e inovar.*”¹⁸ As cidades, têm assim, que procurar resolver os seus problemas, tentando arranjar soluções que possam ser exportadas, com vista

14 Infopédia – Enciclopédias e Dicionários Porto Editora. In: <<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa-ao/criatividade>>, acedido a 09/07/2011.

15 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p.xxii.

16 Ibidem.

17 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p.xi.

18 Comissão Europeia, 2010. *Livro Verde: Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*. Bruxelas: Comissão Europeia, p.2.

a manterem suas economias competitivas globalmente, até porque, segundo Hall *"hardly any part of the urban economy, any more, is completely free from the threat of overseas competition and offshoring."*¹⁹ Neste sentido, as cidades têm de se assumir como espaços nucleares para a aglomeração de pessoas e de actividades, promovendo ambientes criativos, de interacção, de aproveitamento de complementaridades e do fomento de sinergias.

A pergunta é lançada por Landry: *"Cities have had to ask themselves: who I am; where do I go next; what is my identity; what is distinctive about me and what are my assets? What are the conditions my city can create for people and institutions to think, plan and act with imagination and ride the wave of change so that it can benefit?"*²⁰

As cidades têm sido quase sempre os lugares onde indivíduos e culturas se misturam e onde a sua interacção gera novas ideias, artefactos e instituições. Segundo Landry e Bianchini *"(...)they have been the places which allow people room to live out their ideas, needs, aspirations, dreams, projects, conflicts, memories, anxieties, loves, passions, obsessions and fears."*²¹ E pela primeira vez na história, o conhecimento é a principal fonte de produtividade económica. O conhecimento começou a integrar a maioria dos produtos que criamos, e tornou-se um recurso fundamental não só para as organizações como para o indivíduo em si. O progresso tecnológico, a mudança organizacional, a intensificação da globalização e a concorrência mundial impulsionaram uma mudança drástica na vida e nos modos de trabalho. Do trabalho manual passamos para o 'trabalho pensar'²² que engloba uma nova gama de habilidades, de resolução de problemas, de gestão e comunicação de informação. Neste contexto, acredita-se que a 'criatividade' se tornou o novo motor da economia. Diversos estudos, com base em casos de estudo de cidades e lugares criativos, têm demonstrado que já estão em curso profundas alterações na Europa e no Mundo em geral, onde o **pensamento criativo e a inovação** surgem como novos e decisivos **factores de produção** e, daí se falar numa **'Nova Era da Criatividade'**.²³

Refira-se que historicamente a criatividade foi sempre necessária como um fenómeno de dinamização e promoção das características da cidade. Cada

19 Hall, P., 1995. In: C. Landry and F. Bianchini, (ed), *The Creative City*. London: Demos, p.7.

20 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p.xvii.

21 Landry, C. and Bianchini, F., 1995. *The Creative City*. London: Demos, p.11.

22 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia.

23 Assunto abordado e defendido por autores como Charles Landry e Richard Florida:

Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia.

Florida, R., 2002. *The Rise of The Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

período da história pareceu precisar das suas próprias formas de criatividade, como por exemplo, lidar com os impactos da Era Industrial requereu da sociedade a criatividade de engenheiros e cientistas para ultrapassar os problemas estruturais e infra-estruturais das cidades. No entanto, hoje é exigida à sociedade um outro tipo de criatividade, por exemplo, necessitamos da criatividade para avaliar os impactos que sofremos actualmente (como globalização, capitalismo, poluição, insegurança, etc.), impactos colectivos e ao nível individual, em diferentes esferas da vida. Em suma do passado ao presente as cidades tiveram sempre necessidade de criatividade para poderem funcionar como mercados, comércio e centros de produção, com a sua massa crítica da sociedade.

Estudos como «Cities in Civilization: culture, innovation and urban order» de Peter Hall²⁴, mostram que o contributo da criatividade para o desenvolvimento e crescimento de cidades e economias, não são exclusivos da sociedade actual, do século XXI, mas que vêm desde as grandes sociedades da Antiguidade, (Atenas da Grécia Antiga, Florença Renascentista, ou Londres Isabelina são alguns dos casos estudados pelo autor). Todas estas cidades tiveram em comum o facto de serem cidades de vanguarda e de serem pólos de atracção de talento e cultura. Por si só, as suas posições geográficas, (como portos ou capitais nacionais ou regionais), não eram garantia de serem consideradas 'cidades criativas' e de vanguarda, porque havia outros lugares da mesma forma bem localizados que alcançaram muito menos. Segundo o autor, foram, no entanto, grandes cidades comerciais em transição para novos modos de organização social, económica e política, o que as tornou cidades geradoras de riqueza e pólos de atracção de novos talentos vindos de outras culturas. Como refere Hall *"...creative cities, creative urban milieux, are places of great social and intellectual turbulence, not comfortable places at all."*²⁵ Foram cidades cosmopolitas, com mentalidades vanguardistas, abertas a esses novos talentos, à cultura e à arte, abertos à criatividade. *"Probably, no city has ever been creative without continued renewal of the creative bloodstream."*²⁶

A **criatividade** pode de facto ser um enorme contributo na intervenção do território urbano, mas pode também representar uma mudança na abordagem entre gerações que interpretam o mesmo espaço de forma diferente. Pode ser um meio, não só para regenerar cidades e regiões, de forma a revitalizar a economia e o território, como também, para suscitar uma nova relação no

24 Hall, P., 2001. *Cities in Civilization: culture, innovation and urban order*. Trafalgar Square.

25 Ibidem.

26 Ibidem.

meio político-social, criando novos actores. O actual cenário de crise coloca-nos perante o desafio de podermos escolher um novo caminho. Um caminho onde espaço urbano e pessoas podem interagir e conectar-se em redes. Redes essas, que pretendem fomentar e promover a troca de experiências e as boas práticas no domínio da criatividade e da inovação.

Renovar a cidade existente e controlar o seu crescimento constitui um desafio essencial para urbanistas e arquitectos. A experiência de outros países demonstra que o processo de regeneração urbana só é eficiente e produz efeitos sustentáveis a longo prazo, se incluir a dimensão cultural, a qual é por sua vez fundada em fortes dinâmicas de vitalidade urbana e de qualidade de vida. Segundo Landry *"There is inspiring architecture that speaks to a city's soul and identity, and there are clever energy-saving devices or public transport that is a joy to use. There are retail environments that merge entertainment and learning, and public spaces that encourage urban buzz and celebrations that capture the unusual, the uplifting and the creative."*²⁷ Refira-se que eventos nacionais ou internacionais, ligados a diversas áreas, são muitas vezes a rampa de lançamento que as cidades necessitam para se revitalizarem e renovarem.

Em determinado sentido, a criatividade e a cultura prometem poder funcionar como principais agentes catalisadores da organização do território e regeneração urbana, social e económica, geradoras de uma nova imagem e de um novo perfil global para a cidade. Às entidades públicas competentes cabe o papel de criar ambientes favoráveis para este desenvolvimento. Neste sentido, desde as próprias áreas centrais das cidades poder-se-ia reforçar a acumulação de actividades económicas baseadas no conhecimento. Simultaneamente, a intensificação do fenómeno poderia estender-se aos espaços das periferias.

Em suma, interessa que, face às dificuldades de competitividade dum mundo global, as regiões de pequena e média dimensão (como são maioritariamente as Portuguesas), partilhem ideias e soluções. Por outro lado, que se associem em redes com vista a ganharem escala e notoriedade nacional e internacional. A mudança de paradigma é essencial para esta consolidação estratégica de desenvolvimento cultural, em clara articulação com a economia e com a capacidade de criar valor, que resultará, necessariamente, do fortalecimento de parcerias e redes de cooperação que envolvam os agentes criativos e os agentes económicos, redundando na participação e envolvimento da comunidade artística e económica em prol do crescimento sustentado da região.

27 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p xi.

1.2. História e Conceitos

O conceito de ‘cidade criativa’ tem sido amplamente difundido nos últimos anos, em particular nos contextos académico, cultural e político. Existem, contudo, diversas perspectivas sobre o que é ou pode vir a ser a ‘cidade criativa’ e qual a relevância deste tema para o desenvolvimento urbano. O presente capítulo aborda este conceito enquanto parte de um conjunto de ideias, que têm surgido na investigação das dinâmicas espaciais e urbanas associadas à eventual emergência de uma Nova Economia. Um dos aspectos em evidência é o facto de uma parte significativa dos sectores intensivos em conhecimento, tecnológico e criativo, terem tendência para se concentrarem no espaço e, em particular, no espaço urbano - as chamadas ‘indústrias criativas’. Nesse sentido, ‘cidade criativa’ pode entender-se como o fenómeno de concentração destas actividades nas cidades e o potencial que este representa para a sua transformação.

Antes de uma maior clarificação do conceito de ‘cidade criativa’, interessa expor conceitos como ‘criatividade’ e ‘indústrias criativas’. Interessa referir que, as várias definições existentes destes conceitos partilham a ideia de conhecimento criativo e inovação, mas não são consensuais quanto a outros aspectos. Verifica-se, também, que um significativo número de instituições tem apropriado tais conceitos para as suas práticas políticas e económicas. Paralelamente a instituições de carácter nacional (ex: DCMS¹ ou NOIE²), também instituições de carácter internacional têm adoptado estas ideias (ex: CE³, OCDE⁴,

1 DCMS – UK Government’s Department of Culture, Media and Sport - é um departamento do governo britânico, com responsabilidade na cultura, desporto, turismo, lazer, indústrias criativas e em alguns aspectos na mídia do Reino Unido, (ex: radiodifusão e internet). <<http://www.culture.gov.uk/>>

Da instituição veja-se, por exemplo, as seguintes publicações:

DCMS, 1998. *Creative Industries Mapping Document*. Reino Unido.

DCMS, 2001. *Creative Industries Mapping Document*. Reino Unido.

2 NOIE - National Office for the Information Economy. Em 2004 o NOIE foi substituído pelo AGIMO - Australian Government Information Management Office, ficando as suas funções divididas entre o AGIMO e o DCITA - Department of Communications, Information Technology and the Arts. Esta instituição têm funções relativas à promoção e coordenação da utilização de novas informações e tecnologias de comunicação para oferecer políticas de governo, informações, programas e serviços. <<http://agimo.govspace.gov.au/>>

Da instituição veja-se, por exemplo, a seguinte publicação:

DCITA and NOIE, 2002. *Creative Industries Cluster Study: stage one report*. Canberra: DCITA.

3 CE - Comissão Europeia - <<http://ec.europa.eu/>>

Da instituição veja-se, por exemplo, a seguinte publicação:

CE, 2010. *Livro Verde: realizar o potencial das indústrias culturais e criativas*. Bruxelas: CE.

4 OECD - Organization for Economic Co-operation and Development - <www.oecd.org/>

Veja-se por exemplo, as seguintes publicações da instituição referente ao tema:

OECD, 2001. *The New Economy: beyond the hype*. Paris: OECD.

OECD, 2001. *Cities and Regions in The New Learning Economy*. Paris: OECD.

UNESCO⁵, ERICArts⁶, UNCTAD⁷, etc.). De resto, casos de sucesso e exemplos podem encontrar-se em distintos contextos. Por exemplo, no Reino Unido onde inicialmente estes conceitos encontraram espaço para grande desenvolvimento, ou também noutros países da Europa ou da Ásia Oriental, para além da Austrália e Canadá. Além das apropriações referidas é importante reconhecer os vários autores individuais que providenciaram contributos decisivos, como por exemplo Charles Landry⁸ ou Richard Florida⁹. Landry em suas publicações discute questões como: o motivo que leva ao sucesso de algumas cidades em prol de outras ou o motivo que leva ao rápido e bem-sucedido crescimento de novas cidades - concluindo que a utilização do potencial de uma cidade de maneira criativa é a principal razão. Quanto a Florida, a sua publicação centra-se na ideia de uma classe criativa e na importância que o capital humano tem para o crescimento e desenvolvimento de lugares e regiões.

Retomemos agora a clarificação dos conceitos de 'criatividade' e de 'indústrias criativas'.

Criatividade

A '**Criatividade**' é um fenómeno que desde sempre ocorreu nas sociedades e indivíduos. Em grande medida trata-se de um processo mental que envolve a geração de novas ideias e conceitos, bem como a associação entre os pré-existentes, sendo um acto inventivo e experimental que pressupõe assumir riscos e, por vezes cometer erros. Nas últimas décadas, a sua investigação associada ao capitalismo ganhou grande dimensão, sendo encarada como motor principal para o crescimento económico, social e territorial da cidade. Neste seguimento, 'criatividade' segundo a UNCTAD "...refers to the formulation of new ideas and to the application of these ideas to produce original works of art and cultural products, functional creations, scientific inventions and technological in-

5 UNESCO - United Nations Educational and Cultural Organization - <<http://www.unesco.org/>>

Da instituição veja-se, por exemplo, a seguinte publicação:

Global Alliance for Diversity, 2006. *Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making*. UNESCO.

6 ERICArts - European Institute for Comparative Cultural Research - é uma organização independente que se preocupa com a pesquisa cultural e acompanha as políticas culturais em cooperação com especialistas de mais de 40 países europeus. <<http://www.ericarts.org/web/index.php>>

Da instituição veja-se, por exemplo, a seguinte publicação:

ERICArts, 2001. *Making Information Society Work for Culture, an instant survey carried out for the Council of Europe*. NIT: ERICArts.

7 UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development - <<http://www.unctad.org/>>

Da instituição veja-se, por exemplo, a seguinte publicação:

UNCTAD, 2004. *Creative Industries and Development*. São Paulo: United Nations.

UNCTAD, 2008. *Creative Economy: report 2008*. United Nations.

8 Do autor veja-se:

Landry, C. and Bianchini, F., 1995. *The Creative City*. London: Demos.

Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia.

9 Do autor veja-se:

Florida, R., 2002. *The Rise of The Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

Florida, R., 2005. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.

novations. There is thus an economic aspect to creativity, observable in the way it contributes to entrepreneurship, fosters innovation, enhances productivity and promotes economic growth."¹⁰ Interessa referir que 'criatividade' difere de 'inovação'. Segundo Landry e Bianchini *"Creativity (...) is the process through which new ideas are produced, while innovation is the process through which they are implemented."*¹¹

Pesquisas recentes, demonstram que a presença de actividade criativa contribui para a competitividade e dinamismo das economias urbanas. No seguimento desta abordagem, acredita-se que qualquer pessoa pode inovar, imaginar e inventar. Nas palavras de Landry *"Creativity can come from any source, including anyone who addresses issues in an inventive way - whether a business person, a social worker, a scientist, an engineer or public administrator."*¹² Também criativos podem ser os lugares, as instituições, os campos de investigação, etc. *"Everybody is potentially creative, but organizational structures, habits of mind and working practices can squeeze creativity out."*¹³

'Indústrias criativas' é um conceito que proveio e evoluiu das tradicionais actividades artísticas e das indústrias culturais. Na definição dada pela UNESCO podem ver-se as diferenças de ambos os conceitos:

- 'indústrias culturais' são: *"industries which combine the creation, production and commercialization of Creative contents which are intangible and cultural in nature. The contents are typically protected by copyright and they can take the form of a good or a service. Cultural Industries generally include printing, publishing and multimedia, audiovisual, phonographic and cinematographic productions as well as crafts and design."*¹⁴

- e, 'indústrias criativas' são: *"a broader range of activities which include the cultural industries plus all cultural or artistic production, whether live or produced as an individual unit. The Creative industries are those in which the product or service contains a substantial element of artistic or Creative endeavour and include activities such as architecture and advertising."*¹⁵

A evolução para 'indústrias criativas' deveu-se em grande medida ao desenvolvimento tecnológico e à integração das redes de informação e co-

Indústrias Criativas

10 UNCTAD, 2008. *Creative Economy: report 2008*. United Nations, p. 3.

11 Landry, C. and Bianchini, F., 1995. *The Creative City*. London: Demos, p. 20.

12 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p. xxi.

13 Landry, C. and Bianchini, F., 1995. *The Creative City*. London: Demos, p. 17.

14 Global Alliance for Diversity, 2006. *Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making*. UNESCO, p. 3.

15 Ibidem.

municação, enquanto meios de conexão e mobilidade. As várias definições do conceito, não são ainda consensuais, vindo a ser maturadas cientificamente.

Refira-se que este conceito surgiu no início dos anos 1990s, na Austrália, mas apenas no final da década obteve relevância. Tal relevância deveu-se em grande medida ao UK-Government Department for Culture, Media and Sports (DCMS), com a criação em 1997, do grupo de trabalho Creative Industries Unit and Task Force¹⁶. Estimulado pelo governo na década de 1990, a economia e as 'indústrias criativas' do Reino Unido despertaram o interesse internacional. Chris Smith, o então, Secretário de Estado do Reino Unido, para a Cultura, Media e Desporto, na publicação «Creative Industries Mapping Document»¹⁷, referiu-se à 'criatividade' e às 'indústrias criativas', como sendo um sector de crescimento económico. Dizendo Smith: *"The most successful economies and societies in the twenty-first century will be creative ones. Creativity will make the difference – to businesses seeking a competitive edge, to societies looking for new ways to tackle issues and improve the quality of life. (...) I want our creative industries in particular to continue to seize the opportunities of a fast-changing world, to think "out of the box", to innovate, to be flexible and swift, and to strive to realise their full potential."*¹⁸

No «Creative Industries Mapping Document», as 'indústrias criativas' surgiram definidas como: *"those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property"*¹⁹

Desde então, o termo entrou na esfera pública cultural, política e académica, descrevendo um campo de trabalho que se preocupa com as artes e a cultura em geral, e com incontestável dimensão económica. O documento pioneiro «Creative Industries Mapping Document», do DCMS, viria a servir de referência a outros estudos e investigações dando, por outro lado, lugar ao surgimento de novas definições, como por exemplo:

- A da UNCTAD, onde as Industrias Criativas *"...are the cycles*

16 O Creative Industries Unit and Task Force é um grupo de investigação, pertencente ao DCMS, que trabalhou no sentido de identificar as ameaças e oportunidades com que o sector criativo se deparava, bem como o seu potencial e contributo para o país, do qual resultou o primeiro «Creative Industries Mapping Document», publicado pela primeira vez em 1998, e actualizado numa segunda edição em 2001.

17 Esta publicação dá um olhar relevante às indústrias que, no passado, muitas vezes não foram encaradas como partes sérias e integrantes da economia. O documento de mapeamento oferece uma definição ampla do que é a economia criativa, com a análise de indústrias específicas: o que fazer, seus volumes de negócios, exportações, registo de emprego e estrutura, e deixa um conjunto de orientações para o crescimento coeso do sector, bem como o seu potencial estratégico para dinamização de regiões economicamente deprimidas no Reino Unido.

18 Smith, C., 2001. *Creative Industries Mapping Document*. DCMS: Reino Unido, p. 3.

19 DCMS, 2001. *Creative Industries Mapping Document*. DCMS: Reino Unido, p. 5.

of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs; constitute a set of knowledge-based activities, focused on but not limited to arts, potentially generating revenues from trade and intellectual property rights; comprise tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives; are at the cross-road among the artisan, services and industrial sectors; and constitute a new dynamic sector in world trade."²⁰

- A de John Hartley, onde o conceito de 'indústrias criativas' possui uma relação com conceitos anteriores, como o de 'artes criativas' e de 'indústrias culturais' e onde, por outro lado, equaciona algumas transformações quanto à figura do consumidor e cidadão: *"The idea of the Creative Industries seeks to describe the conceptual and practical convergence of the Creative Arts (individual talent) with Cultural Industries (mass scale), in the context of new media Technologies (ICTs) within a new knowledge economy, for the use of newly interactive citizen-consumers"*²¹; que segundo o local e a circunstância; *"In the USA creativity is consumer and market-driven, whereas in Europe it is caught up in traditions of national culture and cultural citizenship."*²²

Para além, do DCMS, o autor Richard Caves deu igualmente um enorme contributo na investigação do conceito 'indústrias criativas'. Na sua publicação «Creative Industries: contracts between art and commerce»²³, Caves dá uma visão do funcionamento das actividades criativas, *"why deals and contracts are structured the way they are; why some creative activities occur in ongoing organizations ("firms"), and others in one-off deals ("the market")."*²⁴ A abordagem que o autor faz às actividades criativas é original, dando uma visão economicista do conceito.

Ainda em relação às 'indústrias criativas', interessa referir que são um conjunto de (sub) sectores criativos e indústrias, que têm por centro a criatividade humana. As 'indústrias criativas' por regra abrangem por exemplo a arte, artesanato, moda, design, arquitectura, publicidade, software e serviços informáticos. Após um primeiro impacto, os vários países que aprofundaram a questão começaram a definir individualmente os seus próprios sectores criativos, como base de uma estratégia político-económica e de desenvolvimento. A

20 UNCTAD, 2008. *Creative Economy: report 2008*. United Nations, p. 13.

21 Hartley, J., 2005. *Creative Industries*. Blackwell Publishing, p. 5.

22 Ibidem.

23 Caves, R., 2000. *Creative Industries: contracts between art and commerce*. London: Harvard University Press.

24 Ibidem, pp. 1-2.

natureza e associações dos sectores criativos diferem de país para país, sendo difíceis de delimitar.

Por exemplo, na selecção de sectores que integram as 'indústrias criativas' da UK DCMS, encontramos os seguintes domínios: "...advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film and video, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and computer services, television and radio. (...) also recognise the close economic relationships with other sectors such as tourism, hospitality, museums and galleries, heritage and sport."²⁵ Este conjunto de sectores encontra associações distintas no trabalho de outros autores e instituições. Por exemplo o «Symbolic Texts Model» de David Hesmondhalgh²⁶; o «Concentric Circles Model» de David Throsby²⁷; o «WIPO Copyright Model» do World Intellectual Property Organisation²⁸; o «UIS Trade-Related Model» da UNESCO²⁹; ou o «Americans for the Arts Model» do Americans for the Art³⁰. (ver Quadro 1)

Independentemente das diferenças metodológicas, o mapeamento das 'indústrias criativas' por si, aporta vários contributos, por exemplo, no que se refere ao desenvolvimento local ou regional, ao desenvolvimento económico ou às operações de renovação urbana.

É no contexto dos conceitos anteriores de 'criatividade' e 'indústrias criativas', que emergiu o próprio conceito de 'cidade criativa'. Conceito que foi adoptado em discursos e investigações por vários actores urbanos (políticos, urbanistas, etc), instituições e organizações internacionais e europeias (como as mencionadas anteriormente, como por exemplo DCMS, NOIE, CE, OCDE, UNESCO, ERICArts, UNCTAD, etc.), e que abrange diversos campos disciplinares (tais como, o planeamento urbano, as políticas de desenvolvimento local,

25 DCMS, 2001. *Creative Industries Mapping Document*. Reino Unido: DCMS, p.5.

26 O «Symbolic Texts Model» de David Hesmondhalgh é baseado em indústrias envolvidas com a produção industrial e difusão de textos simbólicos.

Hesmondhalgh, D., 2002. *The Cultural Industries*. London: Sage.

27 O «Concentric Circles Model» de David Throsby é baseado na origem e difusão de ideias criativas em texto, som e imagem a partir do núcleo de artes criativas.

Throsby, D., 2001. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

28 O «WIPO Copyright Model» do World Intellectual Property Organisation é baseado em indústrias envolvidas directa ou indirectamente na criação, fabricação, produção, transmissão e distribuição de obras com direitos autorais.

World Intellectual Property Organisation, 2003. *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*. Geneva: WIPO.

29 O «UIS Trade-Related Model» da UNESCO é baseado em bens e serviços culturais que integram o comércio internacional.

UNESCO Institute for Statistics, 2005. *International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994–2003: Defining and Capturing the Flows of Global Cultural Trade*. Montreal: UIS.

30 «Americans for the Arts Model» do Americans for the Art é baseado em empresas envolvidas com a produção ou a distribuição das artes.

Americans for the Arts, 2005. *Creative Industries 2005: The Congressional Report*. Washington DC: Americans for the Arts.

UK DCMS MODEL	SYMBOLIC TEXTS MODEL	CONCENTRIC CIRCLES MODEL
advertising	(core cultural industries)	(core creative arts)
architecture	advertising	literature
art and antiques market	film	music
design	internet	performing arts
fashion	music	visual arts
film and video	publishing	(other core cultural industries)
interactive leisure software	television and radio	film
music	video and computer games	museums and libraries
performing arts	(peripheral cultural industries)	(wider cultural industries)
publishing	creative arts	heritage services
television and radio	(borderline cultural industries)	publishing
video and computer games	consumer electronics	sound recording
	fashion	television and radio
	software	video and computer games
	sport	(related industries)
		advertising
		architecture
		design
		fashion
WIPO COPYRIGHT MODEL	UIS TRADE-RELATED MODEL	AMERICANS FOR THE ARTS MODEL
(core copyright industries)	(core cultural goods and services)	advertising
advertising	audiovisual services	architecture
collecting societies	books	arts schools and services
film and video	copyright royalties	design
music	heritage	film
performing arts	newspapers, periodicals	museums, zoos
publishing	recordings	music
software	video games	performing arts
television and radio	visual arts	
visual and graphic art	(related cultural goods and services)	
(interdependent copyright industries)	advertising	
blank recording material		
consumer electronics		
musical instruments		
paper		
photocopiers, photographic equipment		
(partial copyright industries)		
architecture		
clothing, footwear		
design		
fashion		
household goods		
toys		

Quadro 1 – Setores Criativos Integrados nas diferentes definições de Indústrias Criativas, (baseado no modelo feito em “Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte” e no modelo do “Creative Economy: report 2008”)

o urbanismo, a arquitectura, a gestão urbana, etc.). A ‘cidade criativa’ descreve um campo de trabalho que se interessa com as boas práticas urbanas, estando geralmente relacionada com o campo das artes e da cultura, em associação com a economia. Segundo a UNCTAD *“This term describes an urban complex where cultural activities of various sorts are an integral component of the city’s economic and social functioning. Such cities tend to be built upon a strong social and cultural infrastructure, to have relatively high concentrations of creative employment, and to be attractive to inward investment because of their well-established cultural facilities.”*³¹

Refira-se que a ideia de cidade enquanto lugar criativo propício à diversidade, diferença, inovação e respectiva associação à sua vitalidade, não é nova. Cidades e regiões à muito que tem capturado a atenção de sociólogos, economistas e urbanistas, sendo vistas como fontes para a criatividade, a mistura e a inovação. Por exemplo Peter Hall e Jane Jacobs notaram a habilidade das cidades atraírem pessoas e com isso impulsionarem o crescimento económico.³²

No entanto, o conceito de ‘cidade criativa’, só recentemente, é introduzido por Charles Landry, autor de uma das publicações mais importantes no âmbito desta investigação «Creative City: a toolkit for urban innovators»³³, com uma abordagem à ‘cidade criativa’ baseada *“on the idea that culture as values, insight, a way of life and form of creative expression, represents the soil from within which creativity emerges and grows, and therefore provides the momentum for development. Cultural resources are the raw materials and assets to get the process going.”*³⁴ Landry têm tido na prática um papel preponderante na investigação e desenvolvimento de lugares e ‘cidades criativas’, através da organização COMEDIA³⁵. Com países tão diferentes e distantes, COMEDIA têm justamente

31 UNCTAD, 2004. *Creative Industries and Development*. São Paulo: United Nations, p. 16.

32 Sobre o assunto, veja-se:

Jacobs, J. 1984. *The Death and Life of Great American Cities*. Harmondsworth: Penguin Books.

Hall, P., 2001. *Cities in Civilization: culture, innovation and urban order*. Trafalgar Square.

33 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia.

34 Ibidem, p. 173.

35 A COMEDIA, fundada por Charles Landry, em 1978, funciona como uma rede de partilha de pensamentos, ideias, projectos e iniciativas, todos eles relacionados com a vida da cidade, cultura e criatividade. Esta rede lança um conjunto de questões relacionadas com os problemas urbanos, e aos quais têm procurado responder positivamente com os projectos que tem levado a cabo em inúmeras cidades em diferentes países, como no Reino Unido, Australia, Holanda, Alemanha, Espanha, Itália, Rússia, Africa do Sul, Finlândia, EUA, Hong Kong, etc. Inicialmente COMEDIA tinha os seus interesses apenas reflectidos no seu nome (combinação de comunicação com media), preocupando-se apenas com a maneira como pessoas e organizações transmitiam as suas mensagens e ideias; mais tarde, e principalmente com o lançamento do livro «The Creative City: a toolkit for urban innovators» a ideia inicial da COMEDIA acabou por se alastrar à escala urbana da cidade e de como esta comunica e potencia a sua identidade. Para esta rede contribuem indivíduos como Phil Wood, Fred Brookes, Ken Worpole, Dave Morley, Franco Bianchini, Crispin Aubrey, Peter Hall, Geoff Mulgan, Jude Bloomfield, Patrick Wright, Jonathan Hyams, Naseem Khan, Russell Southwood, Peter Boyden, Liz Greenhalgh, John Montgomery e Francois Matarasso. Esta rede de vários anos já resultou em inúmeros projectos e publicações, muitos dos quais são considerados inovadores. Comedia foi uma das primeiras organi-

procurado as especificidades de cada lugar – ‘genius loci’ – para poder potenciar os seus activos, e na maior parte dos casos, têm procurado potenciar a ideia de “*turning a weakness into a strength*”³⁶, ou seja, um potencial não descoberto ou escondido pode ser reutilizado para um fim urbano positivo, onde as potencialidades e tradições político-sociais, (como as organizações, redes associativas, etc.) são avaliadas com os bens culturais e posteriormente podem ser transformadas em vantagens económicas e competitivas para a cidade. Nas palavras do mesmo autor “As the world of cultural resources opened out it became clear that every city could have a unique niche and ‘making something out of nothing’ became totemic to anyone trying to develop or promote ugly cities, cold or hot cities or marginal places.”³⁷ Cada cidade pode ser um centro mundial de alguma coisa, com persistência, esforço e olhando para ela própria e para os seus recursos.

Algumas cidades como Paris ou Berlim geram experiências culturais para os habitantes e visitantes, através da apresentação do seu património cultural ou através das suas actividades culturais, como por exemplo nas artes de espectáculo e visuais. Outras como Cannes com o Festival de Cinema, usam por exemplo actividades culturais temporárias como festivais que moldam a identidade da cidade. Outras como a cidade de Londres³⁸ olham mais para as ‘indústrias culturais’ que geram emprego e actuam como centros de crescimento local e regional. Em outros casos, um papel mais abrangente para a cultura na ‘cidade criativa’ assenta na capacidade das artes e da cultura para promover a habitabilidade urbana, a coesão social e identidade cultural. Segundo Landry “*Culture offers the platform for creative action, providing possibilities for a city to sustain itself across time and involves thinking through its panoply of influences and effects. Looked at so the resources of the past can help prefigure, inspire and give confidence for the future.*”³⁹

Outra perspectiva importante que enfatizam esta relação entre a cidade e a criatividade, é a de Richard Florida que, em particular, no livro «The rise of the Creative Class: and how it’s transforming work, leisure, community, & everyday life»⁴⁰, defende a existência de uma ‘classe criativa’, assumida como um recurso determinante para a competitividade territorial. Segundo Florida,

zações a explorar os conceitos de ‘economia criativa’, a ideia dos recursos culturais, bem como, o papel chave das ‘indústrias criativas’. <<http://www.comedia.org.uk/>>.

36 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p 8.

37 Ibidem.

38 Sobre a cidade de Londres enquanto Cidade Criativa, veja-se:

Landry, C., 2001. *London as a Creative City*.

39 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. (2 ed.). Londres: Comedia, p 174.

40 Florida, R., 2002. *The Rise of The Creative Class: and how it’s transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

é na capacidade das cidades captarem a ‘classe criativa’, que se encontra o devido sucesso. E para isso, o autor defende uma fórmula simples que as cidades necessitam ter reunidas *“the 3T’s of economic growth: technology, talent, and tolerance.”*⁴¹ Tecnologia, enquanto um dos factores-chave do crescimento económico. Talento enquanto capital humano, onde *“places with more human capital grow more rapidly than those with less”*⁴², e neste sentido, a própria urbanização surge como suporte do crescimento, inovação e produção. E, Tolerância enquanto factor que permite às cidades a captação de tecnológica e talento. As cidades mais bem sucedidas são também as cidades mais abertas e receptivas à diferença. Segundo Florida *“Our work finds a strong connection between successful technology and talent-harnessing places and places that are open to immigrants, artists, gays, and racial integration. These are the kinds of places that, by allowing people to be themselves and to validate their distinct identities, mobilize and attract the Creative energy that bubbles up naturally from all walks of life.”*⁴³ Em suma, o autor defende que o nível de desenvolvimento de uma região depende da sua capacidade de atrair e reter talento, mantendo dessa forma níveis de inovação e competitividade; e confere às políticas públicas o desafio de criar ambientes urbanos favoráveis a esta atractividade.

Como resumo veja-se ainda uma interessante definição de ‘cidade criativa’ dada por outro autor. Bradford refere *“Creative cities are dynamic locales of experimentation and innovation, where new ideas flourish and people from all walks of life come together to make their communities better places to live, work, and play. They engage different kinds of knowledge, and encourage widespread public participation to deal imaginatively with complex issues. In their decision making they value holistic thinking, and act on the interdependence of economic, social, environmental, and cultural goals. While all cities are characterized by population density and organizational proximity, only in creative cities do these features become assets in collaborative efforts to solve the perennial urban problems of housing, congestion, inclusion, preservation, and development.”*⁴⁴

Para abarcar todas as dinâmicas o conceito de cidade deve ser simultaneamente visto a uma escala micro ou uma escala macro. Deve ser visto, à uma escala micro, de modo a abarcar a diversidade interna da cidade, para diversificar os objectivos e instrumentos de política, nomeadamente os de par-

41 Florida, R., 2005. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge, p.6.

42 Ibidem.

43 Ibidem, p.7.

44 Bradford, N., 2004. *Creative Cities Structured Policy Dialogue Backgrounder*. Canadian Policy Research Networks.

ticipação cívica – aí surge o bairro – onde no âmbito da proximidade pedonal se desenvolve um conjunto de actividades propiciadoras do bem-estar e dos sentimentos de pertença urbana. Indo à escala do edifício, do espaço, como por exemplo, o café ou a cultura do café que se tornou uma espécie de símbolo de ambientes criativos. Desde à muito, são espaços diários de contacto e interacção para intelectuais, jornalistas, cientistas, arquitectos, etc. Eles constituem espaços de partilha e criação de ideias e conhecimentos. E a uma escala macro, de modo a abarcar um espaço mais amplo, como pequenos centros urbanos, e/ou os espaços de continuidade com os quais estes estabelecem um conjunto de interacções económicas e sociais. O conceito de cidade criativa deve poder abarcar além da estrutura da cidade, por exemplo a área metropolitana que compreende uma cidade núcleo e um conjunto de cidades vizinhas e subúrbios; ou ainda a continuidade geográfica de cidades e outros tipos de centros urbanos, assumindo-se aqui uma estrutura policêntrica.⁴⁵

Em suma, na presente Era da Criatividade, as cidades tornam-se competitivas se forem capazes de atrair talentos para criar e aplicar conhecimento no desenvolvimento do que Porter definiu de ‘clusters de actividades’⁴⁶ que propiciem crescimento económico e gerem níveis de vida padronizados para os seus habitantes. Para isso, exige-se uma grande capacidade organizacional e de liderança. Mediante a promoção de dinâmicas culturais, as cidades podem progressivamente intensificar as suas economias, e consequentemente, tornar-se num motor significativo de renovação urbana.

45 Sobre o assunto veja-se:

Friedmann, J. 2007. *A Spatial Framework for Urban Policy: New Directions, New Challenges*. OCDE International Conference: What policies for globalising cities? Rethinking the urban policy agenda. Madrid.

46 Clusters são aglomerações geográficas e sectoriais de produtores de bens ou serviços diferenciados, cooperando entre si e com outros agentes também especializados (fornecedores, agentes comerciais, agentes transportadores, centros de I&D, etc.). Partilhando ideias, soluções, clientes, equipamentos, espaços, pessoal, estratégias de gestão, marcas e marketing, só assim, conseguem impor-se face às grandes potências do capitalismo global que dominam os canais de produção, divulgação e venda de ideias. Este ponto de vista é partilhado por Michel Porter. A este propósito veja-se por exemplo:

Porter, M., 2000. *Local clusters in a global economy*. In: J. Hartley, 2005 (ed)., *Creative Industries*. Blackwell Publishing.

1.3. Revisão de Casos de Referência

A temática da ‘cidade criativa’, sendo uma temática recente e contemporânea à realização deste trabalho, e estando longe de ser consensual, torna difícil a referência com total rigor dos melhores casos de sucesso. No entanto, projectos para fomentar as ‘indústrias criativas’, sejam eles, espaços alternativos, projectos culturais, bairros criativos ou regiões criativas, começam a ganhar força, não só na Europa, mas um pouco por todo o mundo. São espaços que, como vimos, servem comunidades diversificadas (que podem ser artistas, cientistas, residentes, empreendedores, académicos, investigadores, etc.) e que produzem riqueza cultural para as suas cidades, começando estas a ganhar o título de ‘cidades criativas’.

‘Innovation Hub’

Um bom exemplo de práticas urbanas orientadas para a vitalidade da cidade é o que o projecto Intelligent Cities - Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável¹ defende – o ‘**Innovation Hub**’ (iHub) – espaços inovadores. O conceito de ‘innovation hub’ vêm definido como:

- Segundo o DPP² *“O iHub surge como um espaço de inovação nas soluções urbanas e nas actividades produtivas e de lazer, compacto e multifuncional, atractivo de talentos e socialmente integrador, o que lhe confere uma dimensão de sustentabilidade ambiental, económica e social, contagiante do conjunto da cidade e da cidade-região.”*³

- Segundo a Inteli⁴ *“innovation hubs (ihubs) are tools of urban policy oriented towards developing creative places within the cities, such as in their historical centres or in old industrial or logistical areas (the so called “inner-city”)”*⁵; em que, segundo a mesma entidade, a principal ideia do conceito iHub

1 O projecto “Intelligent Cities - Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável” é uma iniciativa apoiada pelo Programa Europeu “INTERREG IIIC – Zona Sul” (INTERREG é um programa que estimula a cooperação entre diferentes regiões Europeias; sobre o programa “INTERREG IIIC” veja-se o seguinte site: <<http://www.interreg3c.net>>). “Intelligent Cities” visa desenvolver uma estratégia para uma política de cidades, nomeadamente em termos do design e planeamento de ‘innovation hubs’. O projecto “Intelligent Cities” tem como parceiros as seguintes instituições: Inteli - Inteligência em Inovação - Centro de Inovação, (<www.inteli.pt>); DPP - Departamento de Prospectiva e Planeamento, (<www.dpp.pt>); DGOTDU – Direcção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano, (<www.dgotdu.pt>); INTA - International Network for Urban Development, (<www.inta-aivn.org>); Fundación Metropoli, (<www.fundacion-metropoli.org>); Cardiff University - Department of City and Regional Planning, (<www.cf.ac.uk/cplan>).

2 DPP - Departamento de Prospectiva e Planeamento, (<www.dpp.pt>).

3 DPP, 2007. *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*. Lisboa: DPP, p. 5.

4 Inteli - Inteligência em Inovação - Centro de Inovação, (<www.inteli.pt>).

5 Inteli, 2007. *Creative Urban Regeneration: The case of “Innovation Hubs”*. Lisboa: Inteli, p.3.

é *“that we can use science, technology and engineering (as well as design, arts, culture and media) as driving forces of urban regeneration and redevelopment.”*⁶

O ‘iHub’ é então um instrumento de política urbana em que se procura conjugar medidas de revitalização de zonas degradadas com a inserção de diferentes sectores de actividades (empresarial, de ciência e tecnologia, de ensino e formação, etc.), num ambiente de multidisciplinaridade de usos, por forma, a diluir as fronteiras entre a habitação, o local de trabalho e/ou de aprendizagem e o de lazer. Segundo a Inteli *“In fact, ihubs foster a wide variety of interactions and the appearance of mixed-use environments, blurring the boundaries between physical, digital, economic, social and cultural spaces.”*⁷

Os ‘Innovation Hubs’ visam assim, promover a criação de espaços de inovação e criatividade em centros urbanos, conjugando condições com grandes níveis de atractividade para trabalhadores do conhecimento, e propiciando infra-estruturas nos centros urbanos de clusters de actividades nas áreas da inovação e conhecimento. Os ‘iHubs’ distinguem-se, no entanto, de um conceito urbano que lhes é próximo - o conceito de ‘Parque de Ciência e Tecnologia’. Como explica o “Intelligent Cities” os Parques da Ciência e da Tecnologia *“têm sido criados com dois objectivos essenciais: em primeiro lugar, para desempenharem um papel de incubação, induzindo o crescimento de novas empresas de base tecnológica e facilitando a transferência de know-how universidade-indústria; em segundo, para actuarem como catalizadores do desenvolvimento regional e para promoverem o crescimento económico.”*⁸

No entanto, com os ‘Innovation Hubs’, emergiram novas abordagens ao fenómeno do ‘Parque de Ciência e Tecnologia’ que derivam da interacção entre a política de ciência e tecnologia, a política industrial, a política de desenvolvimento regional e, mais especificamente, a política de cidades com abordagem criativa. Refira-se que a multidisciplinaridade traduz-se na principal característica dos ‘innovation hubs’. Desta forma, a ciência, a tecnologia e o conhecimento são colocados ao serviço da regeneração urbana. E como referido em capítulo anterior, a inovação, o conhecimento, a criatividade e o talento afiguram-se como os principais elementos da competitividade dos espaços urbanos, que se encontram a assumir um papel estratégico no desenvolvimento territorial. Segundo o site de “Intelligent Cities”, *“Como elemento de uma política urbana do futuro, podemos imaginar a transformação dos nossos centros históricos numa nova geração de ‘innovation hubs’ onde as pessoas se cruzam num espaço de interacção humana conducente à inovação e criatividade. Numa palavra, tratam-*

6 Ibidem.

7 Ibidem.

8 In: < <http://www.intelligentcities.net/>>, acedido a 12/08/2011.

se de ambientes onde podemos viver, trabalhar, interagir e aprender no centro da cidade!"⁹

São já várias as instituições que, por meio da formação de redes de 'cidades criativas', se preocupam com o desenvolvimento integrado dos territórios em termos económicos, sociais, culturais e ambientais, através do apoio às políticas públicas e às estratégias dos actores locais.

Antes, de apresentar alguns casos de referência de soluções criativas, interessa expor, segundo o DPP as áreas de intervenção e actividades/serviços destas redes de 'cidades criativas'.¹⁰ (ver Quadro 2)

ACTIVIDADES/ SERVIÇOS	investigação e análise - através de investigação e desenvolvimento do conhecimento na área das políticas e gestão da inovação territorial. políticas - através da concepção de ideias inovadoras e soluções criativas para a agenda das políticas de desenvolvimento territorial, a nível local, regional e europeu. planeamento estratégico - através da definição de estratégias de desenvolvimento territorial, através de exercícios de diagnóstico, benchmarking e planeamento. avaliação de políticas e programas - através do acompanhamento e avaliação de políticas, programas e estratégias de desenvolvimento territorial. informação estratégica territorial - através da geração de sistemas de informação estratégica territorial como base para a produção de indicadores de suporte à tomada de decisão. criação e dinamização de redes - através da criação de redes de cooperação entre actores públicos e privados, decisores políticos e a sociedade civil, na área da inovação territorial.
ÁREAS DE INTERVENÇÃO	cultura e criatividade - através do estímulo à inovação no sector cultural e criativo para o desenvolvimento das cidades e regiões, numa lógica de articulação entre a regeneração urbana e a revitalização económica e social. sustentabilidade e urbanismo - através da promoção da sustentabilidade das cidades e regiões nos domínios da mobilidade, eficiência energética e energias renováveis, técnicas e materiais de construção e gestão da água e resíduos. governança e sociedade - através do fomento da inovação institucional e social, a nível local e regional, conducente à construção de uma sociedade mais transparente, justa e solidária, com forte sentido de cidadania.

Quadro 2 – Actividades/ serviços e áreas de intervenção das redes criativas (quadro baseado nas actividades/ serviços e áreas de intervenção apresentadas pelo DPP. In: DPP, 2007. *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*. Lisboa: DPP)

9 Inteli, 2006. "Innovation Hubs" no centro das cidades. In: Urbanbrief: Cidade, Conhecimento e Inovação, nº0, Inteli, p.1.

10 Sobre o assunto veja-se:

DPP, 2007. *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*. Lisboa: DPP.

Posto isto e, reportando a alguns casos de estudo já identificados como fazendo parte do novo paradigma do século XXI, e com base na política dos ‘iHubs’, neste capítulo serão expostos alguns desses exemplos de ‘projectos criativos’, sendo eles: o projecto Bilbao Ría 2000; o projecto 22@Barcelona, em Barcelona; o projecto Arabianranta, em Helsínquia; e o projecto One North, em Singapura.



‘Bilbao Ría 2000’

Museu Guggenheim - (Fonte: <<http://architetur.wordpress.com/2009/11/13/guggenheim-bilbao/guggenheim-bilbao-2/>>)

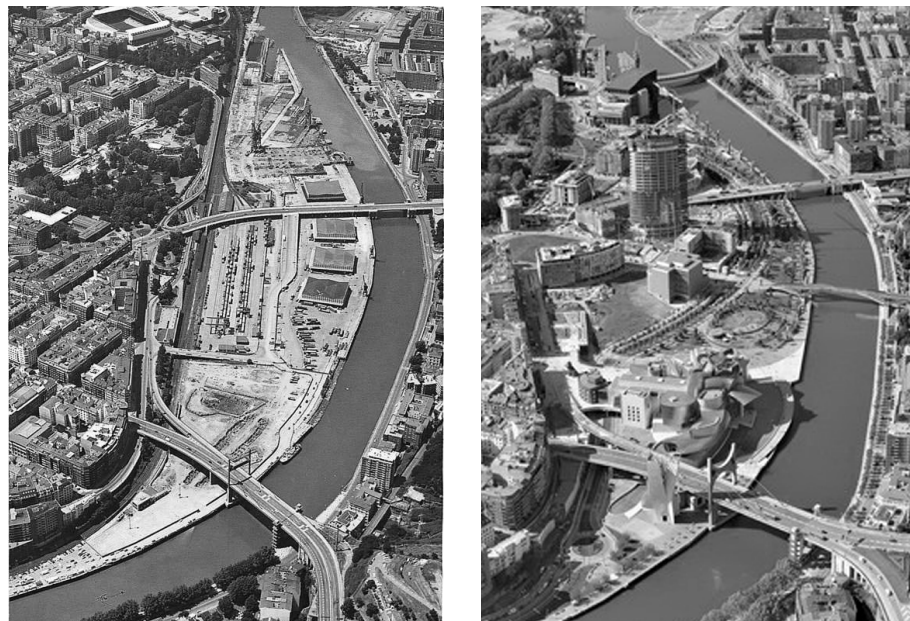
Refira-se agora que a arquitectura icónica é também um factor de revitalização e recuperação urbana. Um exemplo bastante conhecido pelo seu sucesso é o Museu Guggenheim em Bilbao. No entanto, o sucesso da cidade não se cinge apenas ao famoso Museu. Como relido¹¹ Bilbao é uma cidade de base industrial que teve como principal recurso o seu porto e a extracção mineira entrando em crise na era pós-industrial. A história é comum a várias cidades sob o paradigma industrial, em especial as portuárias. No entanto, Bilbao destacou-se das demais, pela forma como conseguiu através de uma estratégia conjunta, recuperar da crise e tornar-se numa cidade atractiva, tendo no Museu a face mais visível da cidade. A recuperação da cidade foi então, objecto de uma parceria entre agentes públicos e privados, dos quais resultou a criação da “**Sociedade Bilbao Ría 2000**”, responsável pela recuperação da cidade. A “Sociedade Bilbao Ría 2000” teve por base vários eixos estratégicos de actuação em diferentes áreas da cidade, e vários deles ligados a infra-estruturas (como o metro e o aeroporto), mas todos voltados para o edifício ‘ícone’: o Museu Guggenheim.

A recuperação dos antigos espaços industriais e deslocalização das actividades portuárias permitiram que se iniciasse um amplo processo de

¹¹ Sobre o assunto veja-se o site oficial da “Sociedade Bilbao Ría 2000”: <<http://www.bilbaoria2000.org/>>.

transformação urbana. Os espaços anteriormente ocupados pelos estaleiros tornam-se passeios, parques, galerias de arte ao ar livre, novos bairros e áreas de negócios onde a arquitectura (que a este estudo mais interessa) de qualidade é apresentada como um dos factores-chave para essa renovação. O processo de transformação foi uma mudança para a cidade também na sua imagem externa e aparência física.

Delineadas as estratégias e com as obras de recuperação levadas a cabo, Bilbao antes vista como uma cidade industrial desinteressante, tornou-se um destino turístico por excelência (tendo no Museu o seu principal produto turístico).



Bilbao (antes e depois) - (Fonte: <<http://www.bilbaoria2000.org/ria2000/index.aspx>>)

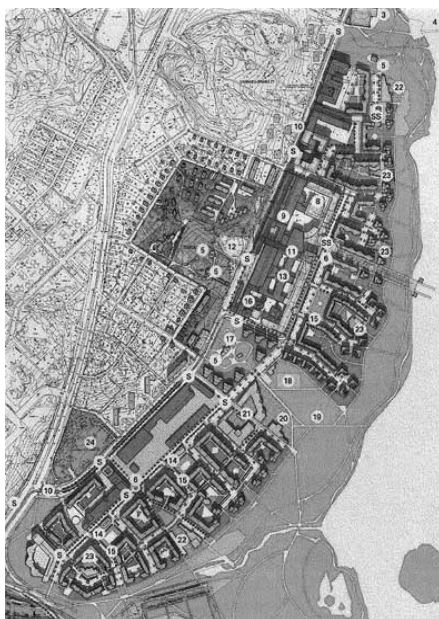
Hoje, muitas cidades servem-se do exemplo do Museu Guggenheim, mas ignoram a análise e o processo que levou à sua construção e que têm no Museu apenas uma das estruturas delineadas para a revitalização da cidade. Como bem expor Landry, *"Cities then tend to adopt generic models of success without taking into account the local characteristics and conditions that contributed to those successes. The result is a homogeneous pastiche of buildings - aquariums, convention centres, museums, shops and restaurants..."*¹². Investir em cultura e na cidade é um caminho importante para a regeneração urbana e, o facto de que a arte paga, foi confirmado na cidade basca de Bilbao. Segundo o site oficial do projecto no seu primeiro ano de abertura, o Guggenheim atraiu mais de um milhão de visitantes.¹³ Num ano, na verdade, o investimento no Mu-

¹² Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia. 2008, 2nd edition. p 42.

¹³ <<http://www.bilbaoria2000.org/ria2000/index.aspx>>, acedido a 14/08/2011.

seu pagou o seu custo de construção.

Os investimentos em estratégias urbanas de qualidade, adoptados na cidade de Bilbao, tornam-se assim em bons exemplos de recuperação de áreas urbanas degradadas. Uma cidade anteriormente desinteressante, com recuperações urbanas de qualidade tornou-se numa cidade atractiva e competitiva, tendo como principal cartão de visitas o ícone arquitectónico - o Museu Guggenheim do arquitecto Frank Gehry.



‘Arabianranta’

Arabianranta - (Fonte: <http://www.arabianranta.fi/taloyhtiosta_tietoa>)

O segundo projecto apresentado é o de **‘Arabianranta’**, em Helsínquia. Trata-se de um projecto inovador de regeneração urbana localizado numa antiga área industrial degradada, com destaque para uma fábrica de porcelana denominada “Arabia”. Arabianranta foi o local onde originalmente se fundou a cidade de Helsínquia, que mais tarde foi transferida para a actual localização.¹⁴ O projecto com frente ribeirinha inclui diversos usos: desde comércio; equipamentos de ensino; serviços; escritórios e habitação. A componente social na habitação têm aliás forte destaque no projecto *“da qual 40% é destinada a habitação social, incluindo as MS-Houses (habitações preparadas para acolher doentes de esclerose múltipla)”*¹⁵. Desta forma, origina uma comunidade bastante diversificada, combinando estudantes, artistas, investigadores, residentes e trabalhadores. Como referido no site de Arabianranta *“Arabianranta district has formed a “laboratory” for housing and since the year 2007 there has*

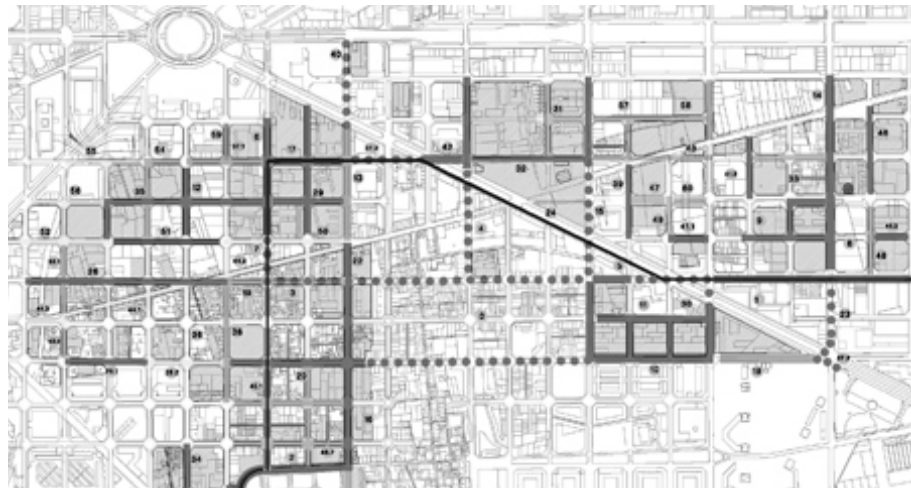
¹⁴ <<http://www.arabianranta.fi>>, acedido em 5-08-2011.

¹⁵ Inteli, 2006. *“Innovation Hubs” no centro das cidades*. In: Urbanbrief: Cidade, Conhecimento e Inovação, nº0, Inteli, p.2.

been made testing for services and products called Helsinki Living Lab together with the residents."¹⁶

Como relido é de destacar a ênfase dada à qualidade do desenho urbano e arquitectónico, orientado para a incorporação de arte pública, produzida tanto por artistas como por estudantes em edifícios e em espaços públicos. Este projecto está ainda orientado para criar uma comunidade virtual integrada e conectada, com uma rede de fibra óptica instalada em cada habitação, com acesso a internet comunitária («Helsinki Virtual Village»)¹⁷, serviço de correio electrónico, firewall e protecção antivírus gratuita. Com a perspectiva de se tornar o Centro de Design e Arte do Norte da Europa, a iniciativa arrancou formalmente em 1996/7 com uma previsão de conclusão de cerca de doze anos. *"The objective in future is to attract more and more businesses in the field of creative industries to join the Arabianranta community and operate and develop together with the local educational institutes."*¹⁸

'22@Barcelona'



22@Barcelona - (Fonte: <<http://www.22@barcelona.com>>)

O terceiro projecto de referência a expor é o **'22@Barcelona'**. O projecto é desenvolvido no bairro Poblenou, pertencente ao distrito de San Martín, em Barcelona. É um projecto de renovação urbana que pretende transformar uma antiga zona industrial de edifícios e fábricas obsoletos em espaços de alta qualidade urbana e ambiental e com novas actividades ligadas ao conhecimento e à inovação. *"O projecto 22@bcn foi idealizado tendo em conta que as actividades produtivas inovadoras, densas em conhecimento, se desenvolvem em*

¹⁶ <<http://www.arabianranta.fi>>, acedido em 5-08-2011.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Ibidem.

ambiente urbano."¹⁹ Segundo os responsáveis do projecto²⁰, 22@Barcelona é um dos projectos mais importantes de transformação urbana não só da cidade como da Europa, (dentro destas características), e uma das principais plataformas inovadoras e de conhecimento em todo o mundo.

Em grande medida, o projecto de renovação urbana, responde à necessidade de recuperar o dinamismo social e económico daquela zona da cidade, e cria um ambiente diverso e equilibrado em que diferentes instalações coexistem, facilitando a relação entre profissionais de várias áreas que trabalham no bairro e a participação dos habitantes. O projecto permite uma nova zona da cidade onde empresas mais inovadoras coexistem com os centros de investigação, formação e tecnologia. Segundo a Inteli *"o futuro da sua competitividade depende da capacidade de integrar as novas TIC e de intensificar as actividades terciárias densas em conhecimento."*²¹

Trata-se de um modelo de cidade integrado que promove a coexistência de diferentes espaços: para formação, produção e investigação, com uma oferta de habitação extensa, novos modelos de ruas dedicados ao uso pedonal e uma excelente oferta pública de espaços verdes.

A coexistência de empresas inovadoras e dinâmicas com locais comerciais e serviços configuram um tecido rico e produtivo. Tal ambiente favorece a sinergia em prol do conhecimento e dos processos de inovação.

Ao mesmo tempo, através de um programa Digital, 22@Barcelona estimula e apoia projectos inovadores que promovam tanto o uso de tecnologias de informação e comunicação e a colaboração dos cidadãos e profissionais com organizações sociais, educacionais e culturais no bairro.

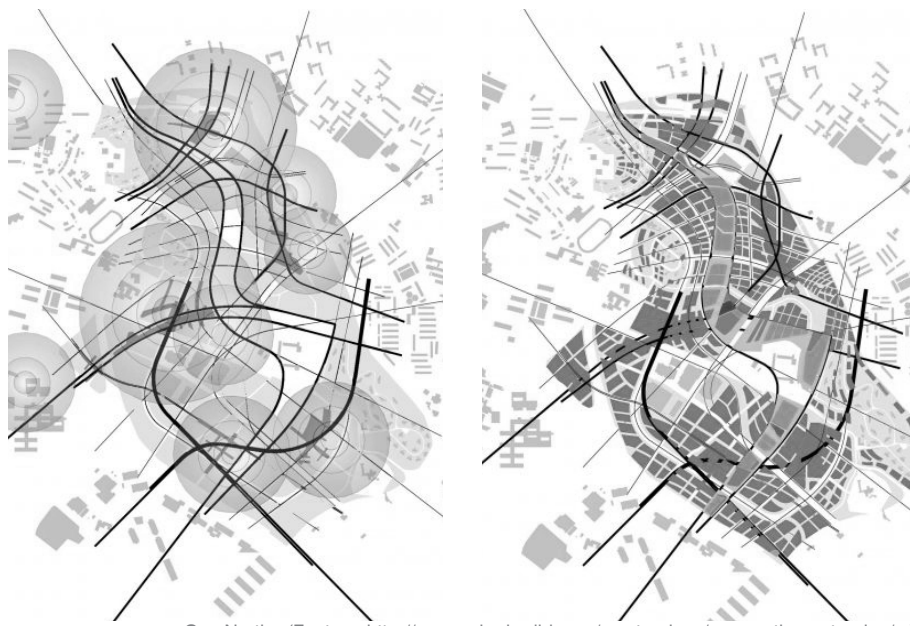
Recorde-se que Barcelona destaca-se por ser uma cidade aberta ao mar, com clima ensolarado e bom, com uma qualidade urbana elevada e uma vasta variedade cultural, de instalações de entretenimento e negócios. Nos últimos anos, Barcelona tornou-se um dos destinos mais populares da Europa, para investimentos e negócios, graças ao seu posicionamento: de espaço para escritórios; acessibilidade aos mercados e clientes; o dinamismo social e de negócios; quer climáticas; urbana e transportes interurbanos, educação, oferta cultural e comercial, e, acima de tudo, qualidade de vida.

O intenso processo de renovação urbana e económicas realizadas por Barcelona nos últimos 20 anos ganhou um amplo reconhecimento internacional, devido à sua ambição e alcançou resultados económicos e sociais.

19 Inteli, 2006. *"Innovation Hubs" no centro das cidades*. In: Urbanbrief: Cidade, Conhecimento e Inovação, nº0, Inteli, p.3.

20 Sobre o assunto veja-se o site oficial do projecto 22@Barcelona: <<http://www.22barcelona.com/>>.

21 Inteli, 2006. *"Innovation Hubs" no centro das cidades*. In: Urbanbrief: Cidade, Conhecimento e Inovação, nº0, Inteli, p.3.



One North - (Fonte: <<http://www.zaha-hadid.com/masterplans/one-north-masterplan/>>)

O quarto projecto de referência a ser exposto é o **'One-North'**, em Singapura. One-North é um plano urbanístico, resultado de um concurso internacional, atribuído ao atelier de Zaha Hadid em Abril de 2001, com um período de desenvolvimento previsto de 20 anos (2001-2021). O projecto, denominado de One-North, (pela localização exacta de Singapura um grau a Norte do Equador), emerge da necessidade, do Governo de Singapura, desenvolver um espaço inovador na área de Buona Vista. O projecto, pretende ser um marco de uma nova economia do país e, insere-se num conjunto de políticas que visam preparar Singapura para a economia do conhecimento.

O plano urbanístico, com uma localização estratégica, prevê uma área total de 200 hectares e, situa-se junto de infra-estruturas importantes já existentes: *"ao nível das acessibilidades (metro e auto-estrada), como de instituições de I&D: a "National University of Singapore", o "National University Hospital", o "Singapore Polytechnic", os "Singapore Science Parks" e o Campus da "Insead Business School". O projecto integra ainda três áreas históricas: o "Rochester Park", o "Nepal Park" e o "Wessex Estates".*"²²

O programa assenta em três núcleos principais, cada um dedicado a determinado tipo de actividade: o «Life Xchange» que contém o projecto Biopolis – centro de apoio à investigação na área de biomedicina; o «Vista Xchange» que concentra serviços; e o «Central Xchange» que alberga o projecto Fusionopolis – um edifício inteligente de apoio a empresas nas áreas das TIC, entretenimento e media.

Ao contrário dos Parques Tecnológicos tradicionais e seguindo a

²² Inteli, 2006. *"Innovation Hubs" no centro das cidades*. In: Urbanbrief: Cidade, Conhecimento e Inovação, nº0, Inteli, p.4.

abordagem de 'cidade criativa', o projecto One-North enfatiza as linhas de ligação entre o tecido urbano existente e o novo plano urbano, assimilando património local com novas indústrias orientadas para a pesquisa. O projecto assenta na localização de vários usos: I&D, ensino, escritórios, comércio, habitação, instalações recreativas, entre outros serviços, com vista a criar uma comunidade vibrante para trabalhar, viver, aprender e estar, um ambiente ideal para o fomento de criatividade e inovação. O conceito formal do projecto assenta na manipulação de uma natureza artificial. Segundo o site de Zaha Hadid, *"Now, for the first time, as One North takes shape in Singapore, the concept of artificial landscape formation is being articulated across an entire urban quarter."*²³ Este estrutura a forma urbana, definindo a altura dos edifícios por forma a criar um perfil urbano bem definido. Também a malha urbana assenta em formas orgânicas, recorrendo a uma geometria curvilínea. A estrutura espacial assenta num ambiente urbano denso, recriando a cidade tradicional, com ruas e espaços públicos bem definidos pelos edifícios, todo o projecto adquire um forte sentido de identidade, aliás como foi intensão da autora Zaha Hadid: *"In offering an original urban skyline, One North generates a strong sense of identity - generating a new, instantly identifiable panorama visible from afar, experienced from the park that stands at the heart of this new quarter. A rich diversity of squares, walkways, thoroughfares, alleys engender a unique sense of place within the many microenvironments to be created."*²⁴

Todo o projecto dá forte enfoque aos espaços públicos e vias, com grande variedade de características espaciais e formais, oferecendo diversas possibilidades para encontros casuais e para sociabilização da vida pública urbana. Nas palavras de Hadid, *"The masterplan delights also in integrating heterogeneity - a softly swaying pattern of lines defining streets and paths, a built fabric which permits the mediation and integration of heterogeneous urban grids. All differences are absorbed and harmonized within One North's unifying curvilinear pattern."*²⁵

A proposta baseia-se, em parte, em teorias que têm vindo a ser desenvolvidas nas áreas das geografia e economia urbanas, nomeadamente a ideia de que o contacto visual e a interacção social são aspectos fundamentais dos processos económicos associados à nova economia, fomentando a aprendizagem, a inovação e a criatividade.

Neste contexto, o projecto coloca a ideia de uma vida pública intensa no centro do desenho da cidade. A forma urbana é vista como capaz de inten-

23 <<http://www.zaha-hadid.com/masterplans/one-north-masterplan/>>, acedido em 13-08-2011.

24 Ibidem.

25 Ibidem.

sificar as relações sociais e os conceitos espaciais são estratégicos para atingir esse objectivo.

Em suma, após a exposição destes vários casos de referência podemos dizer que todos os locais podem ser criativas com a especificidade e identidade das suas cidades/regiões e sociedades, sendo já, muitas as cidades que apostam na criatividade e inovação para uma melhoria qualitativa a vários níveis. Cada cidade/região têm sempre problemas específicos que nos fundamentos do paradigma das cidades criativas, podem se tornar numa mais-valia. Nas palavras de Landry *"Every crevice in the city had a hidden story or undiscovered potential that could be re-used for a positive urban purpose."*²⁶ Tal levou à forma de ver os bens culturais como activos urbanos e com vantagens económicas. Existem cidades com ambientes onde o conhecimento e o lazer se fundem, com espaços públicos que incentivam a agitação urbana e concentração de pessoas que capturam o inesperado e fomentam a criatividade. Este tipo de cidades que oferecem oportunidades e interacções têm conseguido resolver alguns dos seus problemas e melhorar a qualidade de vida dos seus habitantes e visitantes.

26 Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia. 2008, 2nd edition. p.7

1.4. Desafios da ‘Cidade Criativa’

Após uma clarificação dos conceitos chave referentes ao paradigma da criatividade e depois de dados alguns projectos urbanos de referência, interessa agora ver, de forma mais detalhada, quais as orientações de práticas urbanas que levam a uma abordagem de ‘cidade criativa’.

Relembre-se que em sua formulação original, a noção de ‘cidade criativa’ centra-se fortemente sobre o potencial das ‘indústrias criativas’ e na sua capacidade de atrair e fixar talento. A criatividade, por sua vez, é favorecida por contextos territoriais específicos, contextos com forte identidade e que são ambientes favoráveis a atractividade a que Florida chamou de ‘classe criativa’¹ e de indivíduos especializados que incorporem as comunidades do conhecimento, impondo-se uma organização do espaço.

Expusemos que o sucesso da cidade no século XXI passa pela sua capacidade de atrair capital humano qualificado, para criar e aplicar conhecimento no desenvolvimento de ‘clusters urbanos’, (conceito amplamente estudado por Porter)² de ‘indústrias criativas’³ perante uma economia globalizada. E, como tal, a problemática das cidades actuais, é equacionada no contexto da economia global, em que a competitividade se exerce à escala mundial e num contexto de alterações climáticas que sublinham a necessidade de sustentabilidade das cidades.

De facto como exposto no primeiro capítulo, o crescimento extensivo das cidades no passado, veio contra o próprio conceito de cidade, enquanto cidade tradicional, espaço de proximidade entre pessoas e actividades, o que gerou toda uma série de problemas de sustentabilidade a nível económico, social e ambiental, da própria cidade. Segundo o DPP, *“Maior extensão urbana significa maiores necessidades de comutação e mais congestionamento, com os consequentes impactos nos usos da energia e do ambiente.”*⁴

1 Sobre ‘classe criativa’ veja-se:

Florida, R., 2002. *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

2 Porter, M., 2000. *Local clusters in a global economy*. In: J. Hartley, 2005 (ed)., *Creative Industries*. Blackwell Publishing.

3 Sobre ‘indústrias criativas’ veja-se por exemplo:

Caves, R. E., 2000. *Creative Industries: contracts between art and commerce*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

4 DPP, 2007. *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*. Lisboa:DPP. p. 3.

As práticas urbanas para o século XXI passam, assim, por orientar as políticas urbanas para o interior da cidade, numa tentativa de retorno da população à cidade e da sua fixação, tendo em conta, as opções políticas, os instrumentos a utilizar, as escalas territoriais e os actores envolvidos. Em cada caso, as práticas deveram ser vistas equacionando a dimensão e a posição geográfica da cidade, bem como os seus activos e história.

Friedmann⁵ aponta três princípios a ter em conta quando se pensa em práticas urbanas para o século XXI, sendo eles: **sustentabilidade ambiental** - com redução da pegada ecológica, com menor utilização energética e recurso a fontes renováveis, melhoria da qualidade da construção do ponto de vista da conservação de energia, maior densidade urbana, mobilidade sustentável e consciencialização das populações para esses problemas; **coesão social** - redução das diferenças económicas, com acessos equitativos a bens e redução das diferenças sociais, culturais ou étnicas; **governança democrática** - redução nas diferenças de poder, com implementação de práticas participativas, que envolvam a sociedade civil, as instituições e empresas, promovendo o diálogo.

Ainda na perspectiva de Friedmann, existem duas abordagens principais para as práticas urbanas na actualidade, sendo elas: a aposta na atracção de capital externo para que haja investimento na região, sendo que a competitividade por este investimento leva muitas regiões a optarem que por *“favorable tax structures, attention-getting architecture, heavy investments in expensive infrastructure, athletic events such as the Olympics, and major trade fairs which they believe will put them on the map as desirable places for global capital”*⁶; ou a aposta e melhor utilização dos recursos das regiões para um desenvolvimento a longo prazo.

Sendo que Friedmann, defende esta segunda abordagem, apresentando sete clusters, deste tipo de activos, *“these assets are present in all city-regions, in rich countries as well as in poor, and could be argued that caring for and investing in them should be the principal task of local government”*⁷ sendo eles: activos humanos, na perspectiva da qualidade de vida; activos sociais, na organização das comunidades locais; activos culturais, como legado patrimonial, identidade e vibrância da vida cultural, enquanto elementos que conferem o *genius loci*; activos intelectuais, como potencial criativo e intelectual da cidade; activos naturais, essenciais para transmitir bem-estar às sociedades, devendo

5 Friedmann, J. 2007. *A Spatial Framework for Urban Policy: New Directions, New Challenges*. OCDE International Conference: What policies for globalising cities? Rethinking the urban policy agenda, Madrid.

6 Ibidem, p.8.

7 Ibidem.

ser salvaguardados da urbanização; activos ambientais, que incluem a qualidade do ambiente físico e que são essenciais para a própria vida, como água e ar; e, activos urbanos, com a qualidade das estruturas e infra-estruturas que compõe o território urbano.

No entanto, as cidades com menor capacidade de competição internacional na oferta deste tipo de activos, tornam-se mais vulneráveis pelo que a primeira perspectiva para a captação de investimento externo é muitas vezes uma opção eficaz de curto prazo, em prol desta perspectiva com efeitos a longo prazo.

Posto isto e, para um 'meio criativo'⁸, Landry⁹ defende que são tão necessárias as infra-estruturas materiais da cidade (o que chama de as infra-estruturas hard¹⁰), como as infra-estruturas que visam reforçar a sua capacidade de iniciativa, de criatividade e de organização (o que chama as infra-estruturas soft¹¹). Nas palavras do autor *"a creative milieu is a place (...) that contains the necessary preconditions in terms of 'hard' and 'soft' infrastructure to generate a flow of ideas and inventions."*¹² Landry conclui que, *"You cannot have a creative meeting nor a creative institution without creative people. Equally you cannot have a creative milieu without creative organizations - it is the setting within which creative people, processes, ideas and products interact. Establishing such an innovative milieu is a key challenge of the Creative City."*¹³

Conclui-se então que, na actualidade, exige-se às cidades competitividade global para uma economia estável, mas também sustentabilidade ambiental, sustentabilidade social, melhores práticas políticas e liderança democrática e que, para isso, são necessários um conjunto de infra-estruturas ('hard' e 'soft') no território urbano.

No que à qualidade física das cidades diz respeito, e tendo em conta as necessidades de sustentabilidade ambiental, nesta nova Era procura-se opti-

8 Meio criativo têm o mesmo tipo de abordagem que cidade criativa. É um cenário físico, onde uma massa crítica de diversos agentes (como empresários, artistas, administradores, estudantes, cientistas, etc.) podem operar num contexto de mente aberta, cosmopolita e onde a interacção directa entre pessoas cria novas ideias, artefactos, produtos, serviços e instituições e como consequência contribui para o sucesso económico. O meio criativo pode acontecer num espaço, num aglomerado de edifícios, numa quarteirão, numa cidade como um todo, numa região, etc.

9 Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition.

10 As infra-estruturas 'hard' são o conjunto de edifícios e instituições como os institutos de pesquisa, estabelecimentos de ensino, equipamentos culturais, serviços de apoio, como saúde ou transportes, etc.

11 As infra-estruturas soft são os sistemas de estruturas associativas e redes sociais, conexões e interacções humanas, que sustentam e incentivam o fluxo de ideias entre as pessoas e instituições.

12 Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition. p. 133.

13 Ibidem, p 15.

mizar o uso dos espaços já urbanizados, como forma de contrariar a expansão física horizontal e aumentar a aglomeração e proximidade físicas.

Assim sendo, há uma preocupação crescente das políticas urbanas que visam conferir novos usos a espaços que anteriormente ficaram devolutos ou despovoados. De que são exemplo os iHubs (visto no capítulo anterior).

E no seguimento de políticas urbanas, interessa expor, as três fases distintas do planeamento urbano das últimas décadas, identificadas segundo um estudo da OCDE¹⁴, sendo elas:

- Numa primeira fase, correspondente às décadas de 1950 e 1960, o planeamento urbano fez face ao crescimento urbano exponencial e as suas preocupações principais centraram-se na criação de habitação, na expansão dos grandes sistemas infra estruturais de mobilidade, de energia, de abastecimento de água e de gestão de resíduos, e na oferta de serviços básicos fundamentais como a educação e saúde. Nesta fase os poderes públicos centrais e locais tiveram um papel preponderante e interventivo;

- Numa segunda fase, que correspondeu às décadas de 1970 e parte de 1980, começou a surgir uma nova visão do planeamento urbano, centrada em grandes operações de requalificação de espaços urbanos, como os centros históricos degradados. E mais a partir da década de 1980, a renovação de zonas portuárias em declínio ou de quarteirões industriais abandonados, ganharam visibilidade e envolveram os poderes públicos e o sector privado, (a EXPO98 de Lisboa, segundo o estudo da OCDE insere-se nesta perspectiva de renovação urbana assente em actividades culturais e de consumo);

- Finalmente, numa terceira fase, que é a actual, o planeamento urbano passa a ser dominado por preocupações de sustentabilidade ambiental e de inserção das cidades e metrópoles na economia global sob o lema da competitividade das cidades, (através por exemplo de 'indústrias criativas') e com a preocupação de atrair actividades em crescimento de nível mundial. Nesta fase predominam as parcerias público-privadas, que adoptam os princípios da gestão empresarial aplicada às cidades. Multiplicam-se as operações de requalificação de zonas urbanas fortemente atingidas por processos de abandono; a edificação de obras arquitectónicas de grande valor (como museus, centros de exposição, estádios, etc.), que passam a ser vistas como ícones e símbolos de modernização das cidades, frequentemente projectadas por gabinetes de arquitectura reconhecidos internacionalmente; a construção de Parques de Ciência e Tecnologia nas periferias das cidades como forma de apoiar a consolidação de centros de conhecimento e de favorecer a estreita articulação destes com

14 In: Intelligent Cities, 2007. *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*. Lisboa: Departamento da Prospectiva e Planeamento e Relações Internacionais. pp 15-17.

as empresas; e, a realização de eventos, nalguns casos únicos, noutros recorrentes, que se tornam símbolos das cidades e em torno dos quais se procede à requalificação urbana.

Interessa agora referirmos que a opção, no capítulo anterior, por casos de estudo do projecto iHub, foi no sentido destes projectos serem mais representativos da abordagem de ‘cidade criativa’, não só pela escala dos projectos, mas também, pelos resultados obtidos. No entanto, todas as estratégias de planeamento anteriormente referenciadas no sentido da competitividade urbana, constituem-se como abordagens criativas.

Assim sendo e, no seguimento do trabalho, retomaremos o tema da reconversão de antigas zonas degradadas.

A **reconversão de antigas zonas degradadas e despovoadas em pólos de inovação**¹⁵, dotando-os de infra-estruturas voltadas para as ‘indústrias criativas’ é um importante meio para revitalizar as áreas centrais que outrora se despovoaram, ao mesmo tempo que potenciam a fixação da população. São criadas novas dinâmicas, desenvolvendo-se uma economia de lazer que tende a aproximar indivíduos com os mesmos interesses, incutem-se novos hábitos, novas formas de estar e agir perante a cidade e tudo o que ela possa oferecer. A aproximação destes grupos leva também à discussão de ideias e troca de experiências, que contribuirão para o enriquecimento do próprio cluster criativo. Muitas destas reconversões passam pelos centros históricos, por antigas zonas industriais ou pelas frentes ribeirinhas. Estas antigas zonas degradadas são locais com forte identidade local, portanto propícios à implementação de práticas que vão de encontro a abordagem da ‘cidade criativa’.

Segundo o DPP, no caso dos **centros históricos** os factores mais distintivos residem no património histórico e monumental, sendo que as actividades criativas a privilegiar devem incidir sobretudo na utilização das tecnologias digitais para projectos museológicos, espectáculos, ensino das artes, artes performativas, produção de audiovisual e multimédia, moda, design, restauro, etc., enfim têm uma enorme vantagem se tirarem proveito do enorme legado cultural que tanto caracteriza os centros históricos. E para a reconversão destes espaços deve-se apontar no sentido de reutilização de edifícios antigos e espaços públicos vibrantes com fortes componentes em hotelaria, restauração, comércio (nomeadamente de arte e antiguidades) e habitação.

No caso das **antigas zonas industriais** os factores mais distintivos

15 Sobre o assunto veja-se o projecto “Intelligent Cities” (< <http://www.intelligentcities.net/>>).

residem na disponibilidade de extensas áreas vazias, logo deve-se privilegiar as actividades com maior conteúdo de conhecimento, como o ensino superior, centros de I&D, centros empresariais, etc. E para a sua reconversão deve-se inovar nas várias possibilidades de soluções do espaço, visto que pela escala têm maior margem para a experimentação, não só nos campos dos centros como também na habitação (recorde-se o exemplo do “Helsinki Living Lab”¹⁶).

No caso das **zonas ribeirinhas**, os factores mais distintivos residem na sua paisagem natural, sendo que as actividades criativas podem ser mais orientadas para o lazer e desporto náutico, e soluções digitais e virtuais com centros de I&D. Para a sua reconversão, e perante o facto de muitas destas zonas serem semelhantes em espaço às industriais, podem seguir soluções semelhantes, tendo em conta, o facto de serem zonas ribeirinhas e, portanto sujeitas às mudanças climáticas.

Todas estas medidas estão sujeitos, as especificidades de cada local, bem como, à escala da própria cidade e do projecto a implementar. Nas cidades mais pequenas, podem aproveitar-se espaços devolutos mais dispersos pela cidade.

De facto, nos últimos anos começou-se a assistir a práticas urbanas orientadas neste sentido, surgiram então projectos de revitalização de espaços degradados com a implantação de usos como habitação, espaços verdes e actividades baseadas no conhecimento e na criatividade (as ‘indústrias criativas’) que, como anteriormente mencionado, têm tendência para se concentrarem no espaço, em particular no espaço urbano, de que são exemplo os iHubs¹⁷. E assim sendo, assiste-se a uma maior e integrada preocupação a nível de sustentabilidade económica, ambiental e social. Económicas porque, as actividades baseadas no conhecimento e na criatividade vão gerar e conferir maior valor e competitividade à cidade ou região. Ambiental porque dá-se uma redução das distâncias, concentrando vários serviços numa só zona, como edifícios sustentáveis ou a criação de espaços verdes. E social porque este tipo de projectos prevê a mistura de culturas, raças e de vários extractos da sociedade e de um melhor acesso equitativo de pessoas a bens e serviços.

Retomando a questão das infra-estruturas, no caso ‘soft’, um dos factores de sucesso de uma abordagem criativa passa então, pela **capacidade de**

16 O “Helsinki Living Lab” é uma rede virtual que liga toda a comunidade. “Helsinki Living Lab” é tanto um hub de comunicações como uma marca para permitir que as empresas e o sector público entrem em contacto e cooperem entre si, permite a ligação entre os diferentes Living Labs na área metropolitana de Helsínquia. Veja-se o site: <<http://www.helsinkilivinglab.fi/>>.

17 Sobre iHubs, veja-se o projecto “Intelligent Cities” (< <http://www.intelligentcities.net/>>).

atrair capital humano qualificado para criar, inovar e aplicar conhecimentos no desenvolvimento de 'cluster's e 'indústrias criativas' capazes de produzirem riqueza na competição de uma economia global. Uma cidade que reúna um elevado número de estudantes e de investigadores torna-se uma cidade atractiva, não só para aqueles que querem estudar e trabalhar em I&D, mas também para empresas que procuram capital humano qualificada e especializada.

De facto a atracção de novas empresas para determinada região é uma oportunidade quer para os jovens, que poderão pôr em prática as competências adquiridas ao longo da sua formação, quer para as empresas, que poderão recorrer aos centros de ensino e investigação para colmatar as suas necessidades de recursos humanos qualificados. Por outro lado, a atracção de capital gera emprego para a população local e dinamiza o território.¹⁸

Para isto a própria cidade necessita de reunir um conjunto de infra-estruturas 'hard', (como por exemplo espaços físicos adequados para essas indústrias ou Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)) capazes de acolherem as 'indústrias criativas'. A criação de espaços direccionados para a implementação das novas 'indústrias criativas' assume um papel importante na dinamização dessas áreas, uma vez que irão acolher equipamentos até aqui inexistentes, e consequentemente, vão criar novas dinâmicas populacionais. E isto leva à necessidade de repensar outro tipo de infra-estruturas 'hard', como as acessibilidades e mobilidade dessas mesmas populações, bem como serviços de apoio, como os transportes (tendo sempre em conta a grande preocupação que deve existir a nível ambiental), os serviços como saúde, centros de ensino, de lazer, etc.¹⁹

Refira-se que em todo este processo, os **jovens talentos ou criativos** podem ter um papel importante, por exemplo nas áreas centrais, os edifícios ou espaços devolutos podem ser aproveitados e reinventados por eles, geralmente são espaços de custo menor. Mentres criativas jovens potenciam a geração de novas ideias, e como tal, medidas adequadas para a fixação da população jovem podem trazer benefícios à cidade, como o surgimento de pequenos nichos criativos.²⁰ As cidades tornam-se mais criativas quanto mais forem capazes de fixar a 'classe criativa'²¹, quanto mais forem tolerantes à diversidade e ao novo. A

18 Friedmann, J. 2007. *A Spatial Framework for Urban Policy: New Directions, New Challenges*. OCDE International Conference: What policies for globalising cities? Rethinking the urban policy agenda, Madrid.

19 Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition.

20 Intelligent Cities, 2007. *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*. Lisboa: Departamento da Prospectiva e Planeamento e Relações Internacionais.

21 Florida, R., 2002. *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

criatividade surge, então, como um importante elemento para a atracção de população, principalmente jovens que procuram um espaço aberto, receptivo às suas ideias divergentes dos padrões estabelecidos e onde lhes sejam oferecidas condições necessárias para a aprendizagem, prática e concretização dos seus projectos. Em torno deste novo sector poderá emergir uma forma diferente de viver na cidade, dadas as características, necessidades e modo de estar da 'classe criativa'. São vários os actores que poderão contribuir para o aumento da competitividade das cidades, entre eles, a localização de estabelecimentos de ensino, de investigação e pólos tecnológicos nas cidades serão sempre atributos importantes.

É um facto que as sociedades actuais se caracterizam pela constante mutação de fluxos de pessoas e capitais. E como tal as cidades desempenham um papel importante na dinamização das regiões em que se inserem, pois delas depende a capacidade de atracção desses mesmos fluxos e consequentemente o nível de competitividade. Os centros urbanos deparam-se hoje com novos desafios aos quais é necessário dar resposta para manter ou elevar a qualidade de vida, bem-estar e corresponder às expectativas daqueles que procuram nesse espaço um lugar para viver e desenvolver as suas actividades.²²

O nível de exigência das populações migrantes tem vindo a alterar-se e, cada vez mais, as deslocações ocorrem não apenas pela procura de novas oportunidades de emprego, mas também por uma vasta oferta de formação, diversidade cultural, troca de experiências culturais, novas oportunidades de negócio e possibilidade para expressar a sua própria identidade. Florida em sua publicação²³ desenvolveu a razão e motivo da atractividade de um lugar. Uma população aberta e acolhedora será uma mais-valia para atrair indivíduos com diferentes modos de vida, nomeadamente os que desenvolvam actividades que integram uma forte componente criativa na geração de bens e serviços.

Por outro lado, os espaços onde as artes florescem, com eventos vibrantes de música, literatura, teatro e arte, acolhem tradições culturais de todo o mundo, acolhendo várias etnias e culturas, propiciando oportunidades de integração social e económica.²⁴ Muitas cidades no mundo reconhecem os benefícios económicos e sociais de uma abordagem de 'cidade criativa', e começam a implementar práticas políticas e urbanísticas de promoção das 'indústrias criativas'. São já bastantes os casos de estudo que demonstram que as actividades

22 Sobre o assunto, veja-se:

Florida, R., 2008. *Who's your city*. Nova York: Basic Book.

23 Florida, R., 2008. *Who's your city*. Nova York: Basic Book.

24 Caves, R., 2000. *Creative Industries: contracts between art and commerce*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

criativas reforçam a qualidade de vida das cidades, facilitando a revitalização do espaço urbano e a modelação da identidade da cidade em termos de competição pelos talentos e investimentos.

Em suma, o sector criativo é um importante agente dinamizador do território urbano, nomeadamente para as cidades se poderem afirmar e posicionar a nível mundial no que toca a competitividade e inovação. Desta forma, a integração das indústrias criativas em políticas de renovação e criação de espaços urbanos emergentes poderá ser determinante para aqueles que apostam em territórios de inovação. As indústrias criativas deparam-se com a oportunidade de se assumirem como elementos dinamizadores das cidades, com reflexo em vários domínios do espaço urbano, a exemplo do que acontece já em muitas cidades da Europa e do Mundo.

De facto a cultura é uma poderosa fonte de criatividade - é o valor de distinção - cada recurso, tradição cultural criam identidade e valores de determinado lugar. Actualmente, este tipo de distinção é vital para as cidades, num mundo onde cada vez mais olhamos e sentimos o mesmo. Os recursos culturais, para além da competitividade e identidade, trazem outro tipo de vantagens à cidade. Nas palavras de Landry *"...can also strengthen social cohesion, increase personal confidence and improve life skills, improve people's mental and physical well-being, strengthen people's ability to act as democratic citizens and develop new training and employment routes."*²⁵

Existem vantagens consideráveis em explorar a riqueza da cultura local, uma vez que leva ao desenvolvimento de produtos únicos que têm uma vantagem competitiva no mercado. Isso vale também para o turismo cultural para os visitantes locais/nacionais e estrangeiros. Muitos dos produtos do sector criativo, (como cinema, música ou literatura) têm sucesso porque são ricos em referências culturais locais.

Por outro lado, a valorização dos recursos presentes nos territórios e o aproveitamento das características naturais de que estes dispõem são dois factores que devem ser equacionados e considerados aquando da definição das políticas criativas para as cidades. As autoridades devem apostar na valorização e desenvolvimento dos segmentos criativos que produzam bens e serviços que possam ser consumidos na própria região ou para os quais esta possua maior potencial.

Neste sentido, o papel dos responsáveis pelos municípios é fundamental, quer para promover e apoiar actividades que envolvam o próprio espaço

²⁵ Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition. p 11.

urbano, quer para a inserção das cidades em redes de comunidades urbanas que trabalhem em iniciativas conjuntas. Esta poderá ser uma estratégia para publicitar as cidades que, juntamente com o conjunto de transformações referidas anteriormente, para além de contribuir para o aumento da qualidade de vida dos seus habitantes e de todos os que até elas se deslocam, permita aumentar igualmente a sua competitividade turística.

Também a definição de uma estratégia baseada em políticas criativas e com objectivos traçados a médio prazo poderá ser uma importante forma de dinamizar espaços urbanos e envolver a população local numa participação pró-activa.

A ideia de Cidade Criativa advoga uma necessidade para uma cultura de criatividade a ser incentivada e incorporada pelas entidades urbanas que operam no planeamento da cidade. Cada cidade para ser criativa tem de promover a ligação entre uma comunidade saudável e uma vida cultural e económica vigorosa. Para isso, terá igualmente de haver uma gestão eficiente da cidade, uma gestão que terá igualmente que ser criativa. Uma boa governabilidade é por si só um factor que pode gerar potencial e riqueza. Encorajando criatividade e legitimando o uso de imaginação dentro das esferas do público, privado e do comunitário, os bancos de ideias possibilitam potenciais soluções para qualquer problema urbano. No entanto, o caminho que muitas cidades e governos locais e regionais têm de percorrer, é ainda bastante longo; porque o que realmente se verifica é que a energia criativa vem muitas vezes de entidades individuais ou organizações particulares e muito pouco das entidades públicas. Na administração local é necessário que os agentes políticos e urbanos sejam capazes de serem criativos, no desenvolvimento de novas soluções para a cidade.

A incapacidade de ser aberto a experimentar novas abordagens e repensar a metodologia tradicional ou restrições impostas por sistemas e estruturas organizacionais rígidas obsoletos apresentam barreiras reais à criatividade. Sem um ambiente propício e de apoio organizacional, com tomadas de risco pouco ou nada criativas vão ser as regiões.

O desafio de um planeamento sustentável na actualidade global que se vive, é em suma, uma visão do binómio local/global. Ver e intervir localmente e projectar globalmente. Mas acima de tudo ter em conta a questão humana, pensar a cidade e os espaços para as pessoas, criar bons ambientes, para que estas interajam e vivam a cidade. Daí que o papel do arquitecto seja fundamental, para criar tais ambientes - ambientes agradáveis e que fomentem a interacção e criatividade. No entanto, a vitalidade das cidades é muitas vezes determinada pelo desenvolvimento não planeado e até um pouco caótico. A espontaneidade pode precisar de ser incentivada, mas com controlo e planeamento.



Parte II - Fenómeno em Portugal e Papel da Arquitectura

2.1. Expressão em Portugal

“A par e passo, os investimentos recentes nas vias arteriais rodoviárias (circulares urbanas, acessos a auto-estradas e vias rápidas, nós de interligação, etc.) e o aumento da capacidade de consumo e de uso do automóvel, modificaram drasticamente as formas de «habitar» o urbano. O efeito de proximidade deu lugar à facilidade de relação; o tempo, a velocidade diminuíram o «atrito» territorial; a possibilidade de escolha aumentou a liberdade de movimentos, e variou os destinos e as origens, os ritmos, os circuitos e as mobilidades que suportam o quotidiano.”¹

Em **Portugal** e, à semelhança do que aconteceu na Europa e algumas regiões do Mundo em meados da década de 90, começaram a generalizar-se os **territórios urbanos extensivos**, não apenas nas duas grandes áreas metropolitanas, Lisboa e Porto, mas também em cidade de pequena e média dimensão. Segundo Domingues *“a cidade «lenta» e compacta, de limites mais ou menos precisos e monocêntrica, vive agora numa relação dinâmica com uma outra cidade/território urbanizado constituído por um padrão desigual de compactação e dispersão, de mono e plurifuncionalidade.”*² As consequências, são já conhecidas: a obsolescência de imóveis e equipamentos, áreas centrais em fase de declínio, deslocamento dos investimentos para zonas periféricas, etc. **Este paradigma de transformação urbana marcado pelo abandono do centro histórico da cidade, consolidado ao longo dos séculos, e por uma deslocação para a periferia dá-se em quase todas as cidades portuguesas, independentemente da sua dimensão.**

No entanto, como visto anteriormente, é reconhecida a importância do papel que as cidades desempenham na economia e desenvolvimento do País. Para além de se constituírem como territórios onde vive uma parte significativa da população, são cada vez mais elementos fundamentais para a promoção da competitividade, da cidadania e da qualidade de vida. A abordagem sobre as ‘cidades criativas’ desenvolvida nos capítulos anteriores e baseada em teo-

¹ Domingues, A., 2006. *Cidade e Democracia: 30 anos de transformação urbana em Portugal*. Lisboa: Argumentum Edições, p. 19.

² Ibidem.

rias como a de Landry³ e Florida⁴, refere a importância da aposta em políticas ligadas à criatividade e à inovação urbana, visando a atracção e a fixação de talentos e a capacidade de desenvolver investigação e produtos tecnológicos (universidades, empresas inovadoras, etc), apoiada numa sociedade tolerante, que valorize a diversidade social e cultural. Uma cidade que investe na cultura potencia o crescimento criativo dos seus habitantes, reforçando os instrumentos necessários para enfrentar os desafios que a difícil situação económica global hoje apresenta.

A aplicação desta abordagem à realidade portuguesa, é ainda pouco visível, chegando-se a falar como Costa afirma em “...*tímidos padrões emergentes...*”⁵ e nas palavras de Pereira numa “...*economia pequena, aberta e muito vulnerável*”⁶ E segundo um estudo do PNPOT são quatro, os problemas principais do ordenamento do território “... *forte dispersão geográfica das infra-estruturas económica e dos equipamentos terciários mais qualificados, ...; ausência de um sistema logístico global ...; insuficiente projecção externa das funções urbanas, dificultando a participação de Portugal nos fluxos de investimento internacional; reduzida extensão das cadeias de valor e insuficiente exploração das condições e dos recursos mais diferenciadores dos territórios e correspondente debilidade das relações económicas inter-institucionais e inter-regionais no espaço económico nacional*”⁷

É um dado, a posição de **grande debilidade das áreas metropolitanas portuguesas no contexto da rede urbana europeia**. É da opinião de vários investigadores, tais como Florida⁸, que o contexto das duas grandes áreas metropolitanas do país, Lisboa e Porto, sejam inseridas e analisadas a nível internacional, nomeadamente ao nível da Península Ibérica. Questões acima apontadas como sendo fundamentais para uma abordagem criativa e de sustentabilidade urbana, em Portugal estão longe de ser realidade. Questões como a sustentabilidade social (por exemplo, nas duas grandes áreas metropolitanas ainda se verificam bolsas de exclusão social); sustentabilidade ambiental (por exemplo, em relação à mobilidade nas cidades, ainda é comandada pelo automóvel⁹); e uma governança democrática que promova estratégias previas de

3 Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition.

4 Florida, R., 2002. *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.

5 Costa, P.; Magalhães, M.; Vasconcelos, B. e Sugahara, G., 2006. *On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach*. Lisboa: ISCTE. In: Dinâmia WP nº 2006/54.

6 Pereira, M., 2009. *Desafios Contemporâneos do Ordenamento do Território: para uma governabilidade inteligente do(s) território(s)*. Lisboa. In Prospectiva e Planeamento, Vol. 16-2009.

7 Pereira, M., 2009. *Desafios Contemporâneos do Ordenamento do Território: para uma governabilidade inteligente do(s) território(s)*. Lisboa. In Prospectiva e Planeamento, Vol. 16-2009. (parafraseando MAOTDR: 2007)

8 Florida, R., 2008. In: *Jornal de Negócios*.

9 Sobre este assunto veja-se:

planeamento urbanístico; disponibilidade para trabalhar com recursos culturais e culturas locais; promova as artes; etc.

Perante isto, há ainda, um longo caminho a percorrer, quer a nível nacional, quer a nível regional ou local. A pretensão, a que, as cidades portuguesas se constituam como espaços vibrantes, onde se queira viver, estudar e trabalhar, em particular pela qualidade dos espaços urbanos, pela dinâmica artística e cultural, pela aposta no desenvolvimento tecnológico e pela diversidade de negócios ligados à fileira cultural, tecnológica e urbana, encontra-se ainda bastante longe do que para muitos países Europeus já é uma realidade. Para atingir estes objectivos as cidades têm de explorar o seu ‘genius loci’¹⁰, ou seja, as características que as diferenciam umas das outras; devem igualmente impulsionar as ciências e tecnologias, transformarem-se em laboratórios vivos, espaços de experimentação e inovação (como reportado no casos referenciados no terceiro capítulo); e devem apostar no desenvolvimento de estratégias e parcerias (que mobilizem os cidadãos e que tirem partido das tecnologias disponíveis). Guta Moura Guedes partilha a mesma opinião “... cada caso é um caso, cada cidade tem a sua personalidade própria e deverá ser capaz de planear o seu futuro de uma forma sustentável, sem mimetizar nenhuma outra.”¹¹; ainda a mesma autora “há que desenvolver uma estratégia que vise, ... criar um ambiente propício – através de incentivos de diversa ordem – à atracção e sedimentação de criadores e de indústrias criativas.”¹² É necessário que as políticas vigentes no país vão de encontro a estas pretensões. É necessário definir estratégias para o sector cultural, partindo desde logo da cooperação interdepartamental do governo; desenvolver e promover marcas; identificar as actividades criativas a nível nacional e adoptar políticas nesse sentido. A uma escala regional terá de haver políticas orientadas para o turismo e património; para a promoção de clusters criativos; para a revitalização de áreas degradadas; cooperação entre universidades e I&D, e consequente, fixação de talentos e recursos humanos qualificados; e criação de agências para a promoção das actividades criativas. Estas são algumas medidas que têm vindo a ser apontadas como sendo fulcrais para a competitividade das sociedades no século XXI.

Segundo as teorias das ‘cidades criativas’, numa tentativa de contrariar a tendência, as políticas de ordenamento e planeamento urbanos devem

Domingues, A., 2006. *Cidade e Democracia: 30 anos de transformação urbana em Portugal*. Lisboa: Argumentum Edições.

10 Sobre este assunto veja-se:

Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition.

11 Guedes, G., 2010. *Mercados Criativos: perspectivas críticas*. In: Arq/a, nº80/81, p.39.

12 Ibidem.

apostar na valorização do capital territorial e das identidades como factor de diferenciação.¹³ A falta de escala e de diversidade nacional levam a que a co-operação entre cidades e territórios seja algo fundamental para uma economia mais competitiva a nível internacional. Segundo o arquitecto Nuno Grande “é ... possível criar mecanismos que facilitem a conexão, a mobilidade e a interacção entre cidades, criadores e produtores, desde que assegurada a autonomia da sua acção.”¹⁴

A abordagem das cidades criativas, reconhecida e promovida pelas mais altas entidades europeias e internacionais (como a CE, OCDE, UNESCO, etc.), parece incontornável, para a sustentabilidade económica e territorial do nosso país. Apesar de ainda serem muito recentes as poucas abordagens nacionais de políticas orientadas para ‘cidades criativas’, o contexto recente em Portugal (muito por influência das políticas europeias levadas a cabo neste sentido) revela um período importante de aumento de abordagens, discursos e estudos voltados para a criatividade e cultura, o que denota o relevo que se começa a dar ao fenómeno das ‘cidades criativas’. Refira-se a título de exemplo as investigações levadas a cabo no nosso país pela Dinâmia e Pedro Costa.¹⁵

No entanto, a abordagem da ‘cidade criativa’, sendo contemporânea a realização do presente trabalho e encontrando-se muitos destes casos apenas em projecto ou em fase de execução, torna difícil a referenciação e conhecimento dos mesmos com total rigor, pelo que os casos a apresentar não serão tão aprofundados como os internacionais. Pretende-se deixar a ideia de que a abordagem da criatividade no país começa a tomar grande relevância para as políticas públicas e para o planeamento territorial. Os casos de criatividade aos quais faremos referência serão em relação às cidades de Óbidos, Braga, Guimarães e Paredes.¹⁶

Óbidos

O primeiro caso a referir será o de **Óbidos**. Trata-se de um bom exemplo da aplicação dos fundamentos das ‘cidades criativas’ em Portugal, aplicado à dimensão e escala das cidades nacionais, (sendo que grande parte das cidades portuguesas são de pequena e média dimensão), como é o caso de Óbidos.

13 Landry, C; 2000. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Londres: Comedia, 2nd edition.

14 Grande, N., 2010. *Mercados Criativos: perspectivas críticas*. In: Arq/a, nº80/81, p.27.

15 DINÂMIA é um Centro de Estudos sobre a Mudança Socioeconómica e o Território, do ISCTE-IUL, fundado em 1989, e tem como principal objectivo realizar investigação e apoiar a intervenção sobre as actuais transformações sociais, económicas e territoriais. Dos estudos levados a cabo por esta entidade portuguesa destaco as investigações levadas a cabo por Pedro Costa. A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://dinamiacet.iscte.pt/>>.

16 Outros projectos criativos com impacto territorial podem ainda ser encontrados no web-site da Inteli: <<http://www.inteli.pt>>.



Óbidos - (Fonte: <<http://www.cm-obidos.pt/>>)



Óbidos - (Fonte: <<http://www.cm-obidos.pt/>>)

Óbidos, desde 2008, integra uma rede de ‘clusters criativos’ para áreas de baixa densidade «**Creative Clusters in Low Density Urban Areas**»¹⁷ do programa europeu URBACT. Óbidos lidera uma rede de parceiros europeus entre os municípios de Barnsley (Reino Unido), Catanzaro (Itália), Enguera (Espanha), Hódmezővásárhely (Hungria), Mizil (Roménia), Reggio Emilia (Itália), Viareggio (Itália) e o Centro de Inteligência em Inovação – Inteli, de Lisboa, tornando-se na única rede URBACT liderada por uma entidade portuguesa. «Creative Clusters in Low Density Urban Areas» foram descritos como “... *‘lugares especiais’ que apostam na qualidade de vida, possuindo um conjunto de amenidades naturais, histórico-naturais e simbólicas únicas e distintivas e de amenidades construídas que contribuem para a atracção de residentes, em particular da classe criativa.*”¹⁸

Desde 2002, que Óbidos tem vindo a implementar uma estratégia de desenvolvimento centrada no Turismo, Cultura e Economia, para se tornar um ‘cluster criativa’, com base nos seus activos identitários, a fim de se transformar num lugar único para viver, trabalhar e estar.

Óbidos é um município pequeno, ainda muito ligado ao sector primário agrícola e ao sector terciário, com destaque para o Turismo. Óbidos apresenta “... *um conjunto alargado de amenidades endógenas, como a natureza, a história,*

17 «Creative Clusters in Low Density Urban Areas» é um projecto criado por uma entidade Europeia a URBACT. Em que o principal pressuposto de partida do projecto é que a criatividade pode agir como uma força motriz para o desenvolvimento económico de pequenos centros urbanos e não apenas das grandes cidades. Assim, o principal valor agregado que o trabalho da rede de clusters criativos podem produzir é transferir o modelo de ‘cidade criativa’ (muito focada em grandes metrópoles e médias) para áreas de baixa densidade urbana. A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/>>.

18 Selada, C., e Cunha, I. *Criatividade em Áreas de Baixa Densidade: o Caso da Vila de Óbidos*. Lisboa: Inteli.

a cultura e o capital simbólico, e de amenidades construídas, quer pré-existentes quer alavancadas pelas políticas públicas que fazem da vila (e do concelho) um 'lugar especial' onde impera a qualidade de vida."¹⁹ A Câmara Municipal de Óbidos tem vindo a organizar uma série de eventos, que têm mantido as atenções voltadas para esta cidade histórica, dos quais se destacam: o Festival de Ópera, a Vila Natal, o Festival do Chocolate e Junho das Artes.²⁰ Eventos que têm atraído um número significativo de visitantes e que implicam um conjunto de diferentes 'indústrias criativas': produção de conteúdo, cenografia, entretenimento, música, design gráfico, marketing e publicidade, criação artística, multimédia, etc. No âmbito do projecto URBACT a cidade têm por objectivo melhorar a sua estratégia em curso de 'Óbidos - Vila Criativa'.

O objectivo da rede «Creative Clusters in Low Density Urban Areas» é promover o intercâmbio de experiências e melhores práticas relacionadas a clusters criativos em áreas de baixa densidade urbana. É também uma intenção dos parceiros ajudar políticos e gestores dos programas operacionais a definir iniciativas neste domínio, que podem ser seleccionados para programas de fundos europeus. Segundo o site do projecto, Óbidos vai contribuir para a rede através da sua experiência em novos atributos para o turismo, agendas culturais locais e grandes eventos, educação criativa nas escolas primárias e secundárias, redes de museus locais e equipamentos culturais, e uma agenda criativa de trabalho da cidade.²¹

Nas palavras do parceiro líder da URBACT: *"The Creative Clusters Network is in the striking point. It is time to evaluate and move forward by reinforcing the dynamics and continuing to generate new or recycled policies for our territories. (...) Maybe, we are changing the paradigm and facing the paradox of creative and technological companies. Growing sometimes makes you more inflexible, less creative, having to face difficulties and more dependent on major political solutions. However, being small can also become an advantage. Low density urban areas present strong identities, different backgrounds, specific paths, strong leadership and, mainly, an active attitude towards facing challenges. Let us contribute with the attitude to change the global frame."*²²

O principal pressuposto do projecto é que se possa transferir o 'modelo de cidade criativa' (muito focada em grandes metrópoles) para áreas de baixa densidade urbana. Noutras palavras, a transferência de uma série de, até agora,

19 Ibidem.

20 Sobre estes eventos, veja-se o seguinte Web-site: <<http://www.cm-obidos.pt>>.

21 In: <<http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/>>, acedido a 23/08/2011.

22 <<http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/our-project/>>, acedido em 27/07/2011.

considerados atributos urbanos (vida, acessibilidade cultural, instalações tecnológicas, clusters competitivos, ligação global, etc) para cidades de pequena e média dimensão. Segundo a URBACT *“This is relevant at European Union level because the project is going to explore the capacity of the creative issue to impulse a sort of leapfrog in terms of social and economic development for small and midsize towns as well as an excellent opportunity to re-think rural development.”*²³

A nível nacional, Óbidos já impulsionou a criação de uma rede nacional de ‘Economias Criativas’, a qual lidera, e é constituída pelos municípios de Guimarães, Montemor-o-Velho, Montemor-o-Novo e Portalegre. Esta rede pretende igualmente fomentar e promover a troca de experiências e as boas práticas no domínio da criatividade e da inovação, assim como a elaboração de recomendações de políticas e planos de acção e ser um exemplo a seguir por outras cidades de pequena e media dimensão.



Óbidos - (Fonte: <<http://www.cm-obidos.pt/>>)

Outro segundo exemplo de uma cidade portuguesa, a integrar uma rede de ‘cidades criativas’ europeia, é a cidade de **Braga**. O Município de Braga vai juntar-se aos seus homólogos de Klaipeda (Lituânia), Modena (Itália), Canterbury (Reino Unido), Danube e Pilis (Hungria) e a um conjunto de agências de desenvolvimento regional de nove países europeus para desenvolver o projecto «**Cities - Creative Industries in Traditional Intercultural Spaces**»²⁴ no âmbito

Braga

23 <<http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/our-project/>>, acedido em 27/07/2011.

24 A este propósito veja-se o seguinte web-site: <www.inteli.pt/cms/view/id/67/>.

da prioridade temática “Inovação e Economia do Conhecimento” do programa comunitário “Interreg IVC”²⁵. O projecto «Cities» tem como objectivo essencial a produção de recomendações de política pública orientadas para a promoção das indústrias culturais e criativas, em particular do empreendedorismo criativo e da regeneração urbana criativa. Segundo o site oficial *“The global objective of the initiative is the promotion of urban and entrepreneurial cooperation, based in knowledge and innovation. One of the activities of this network is the enhancement of cultural diffusion and the attraction and retention of creative people and artists.”*²⁶ Na parceria portuguesa, feita através da Inteli²⁷, a cidade escolhida foi Braga.



Braga - (Fonte: <<http://www.cm-braga.pt/>>)



Braga - (Fonte: <<http://www.cm-braga.pt/>>)

Braga centro do Grande Minho é uma cidade jovem, sendo que, actualmente têm uma das populações mais jovens da Europa.

É uma cidade onde o velho e novo se misturam, com um incrível património cultural e histórico, que pode ser visto na sua arquitectura religiosa e civil, no seu património arqueológico, ou na sua arquitectura contemporânea

25 INTERREG IVC fornece financiamento para uma cooperação inter-regional, e têm como objectivo promover o intercâmbio e transferência de conhecimentos em toda a Europa e melhorar a eficácia das políticas e instrumentos regionais. O projecto baseia-se na troca de experiências entre parceiros que são idealmente responsável pelo desenvolvimento das suas políticas locais e regionais. A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://i4c.eu/>>.

26 <<http://www.eucreativeindustries.eu/pages/index/city-of-braga>>.

27 A Inteli, associação privada sem fins lucrativos criada em 2000, define-se como um centro de inteligência em inovação. A associação, composta por uma rede de investigadores próprios, visa apoiar o processo de concepção, desenvolvimento e implementação das políticas de inovação como suporte às estratégias empresariais e territoriais, através do exercício das suas competências de “policy research” e “intelligence”. Trata-se de um organismo com independência financeira, oriunda de projectos co-financiados e de serviços prestados a empresas e autarquias. A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://www.inteli.pt/>>.

e espaços urbanos inovadores. A grande diversidade de iniciativas culturais por toda a cidade, mostram igualmente o dinamismo da cidade com uma extensa oferta de serviços de lazer e entretenimento. No site oficial do projecto, Braga é descrita como *“it’s characterised by an open and vibrant life with the presence of diverse cultural venues and events related to music, theatre and dance, photography and cinema. The presence of a University of reference and of R&D and innovation centres promotes the concentration of young people in the city, both students and researchers.”*²⁸

Para além dos factores atrás mencionados, a cidade de Braga alberga uma elevada concentração de empresas de cariz tecnológico e centros tecnológicos com elevada visibilidade (o «Instituto Ibérico de Nano-Tecnologias»²⁹ junto à Universidade do Minho e o «Instituto Europeu de Excelência em Engenharia de Tecidos e Medicina Regenerativa», no Avepark - Parque de Ciência e Tecnologia³⁰). Um dos entraves apontados para o desenvolvimento deste novo modelo é a falta de condições para os jovens desenvolverem projectos de criatividade e inovação empresarial. Também neste campo Braga tem feitos esforços significativos, como constata a recente inauguração do «Gabinete do Empreendedor – Liftoff da Associação Académica da Universidade do Minho»³¹, com instalações no Campus de Gualtar e que pretende ser um apoio ao empreendedorismo qualificado.

A nível da educação Braga têm uma grande concentração de centros de conhecimento, como centros de formação, infra-estruturas de I&D, universidade etc. A cidade é aliás, a sede do campus da Universidade do Minho (com infra-estruturas em Guimarães).

A cidade de Braga e toda a sua região periférica são um território com grande dinâmica empresarial, com presença de clusters quer nas indústrias mais tradicionais (como têxteis e agro-alimentar), quer nas indústrias intensivas em tecnologia como as TIC, software e nano tecnologia. E mais recentemente foram criados dois pólos de competitividade na região: um ligado à saúde e outro ao design e moda.

A escolha de Braga é, assim, justificada pela Intel com o facto de a cidade se destacar por um conjunto distintivo e diversificado de amenidades que aliam a cultura à criatividade e a tradição à inovação.

Braga é uma cidade parceira de dois grandes projectos ligados

28 In: <<http://www.eucreativeindustries.eu/pages/index/city-of-braga>>, acedido a 26/08/2011.

29 Sobre o «Instituto Ibérico de Nano-Tecnologias» veja-se: <<http://inl.int/>>.

30 Sobre o «Instituto Europeu de Excelência em Engenharia de Tecidos e Medicina Regenerativa» no Avepark, veja-se: <<http://www.avepark.pt/>>.

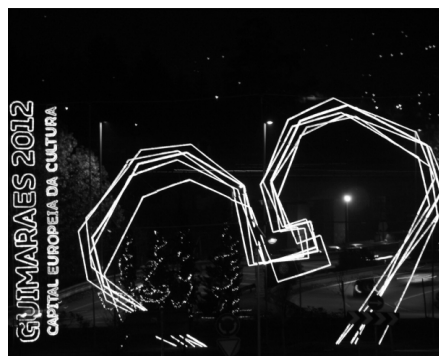
31 Sobre o «Gabinete do Empreendedor – Liftoff da Associação Académica da Universidade do Minho», veja-se: <<http://liftoff.aaum.pt/o-gabinete-do-empreendedor>>.

à criatividade o «Quadrilátero Urbano para a Competitividade, a Inovação e a Internacionalização»³², em parceria com os municípios de Barcelos, Famalicão e Guimarães; e enquanto cidade com potencial criativo no âmbito do «Estudo Macroeconómico para o Desenvolvimento de um ‘Cluster’ de Indústrias Criativas na Região Norte»³³.

O trabalho a desenvolver no contexto do “Cities” centra-se num exercício de mapeamento, quantificação, análise e proposta de planos de acção ao nível das indústrias criativas da cidade, com ampla participação dos diversos actores urbanos e da sociedade civil.

O distrito de Braga pode efectivamente tornar-se num exemplo de cidade criativa, a nível nacional, visto que possui todas as possibilidades para tal. Deve para isso saber aproveitar muito bem a projecção internacional que terá em 2012, tendo em conta exemplos de cidades europeias que souberam reinventar-se.

Guimarães



Guimarães - (Fonte: <<http://www.cm-guimaraes.pt/>>)



Guimarães - (Fonte: <<http://www.cm-guimaraes.pt/>>)

Interessa agora referenciar um outro terceiro caso o da cidade de **Guimarães** enquanto ‘**Capital Europeia da Cultura de 2012**’³⁴, ainda que de promoção europeia, é um caso que a nível nacional, vai trazer grandes mudanças para a região, com repercussões na zona Norte do país. Neste contexto, um projecto cultural à escala internacional, como é o caso da ‘Capital Europeia da Cultura’, representa uma oportunidade inigualável e irrepetível para encorajar e sustentar o avultado investimento já feito nos últimos anos, nas áreas da cultura,

32 O «Quadrilátero Urbano para a Competitividade, a Inovação e a Internacionalização» é um programa estratégico de cooperação composto pelos Municípios de Barcelos, Braga, Guimarães e Vila Nova de Famalicão. Esta rede pretende assumir-se como terceira concentração urbana e de conhecimento do país. Sobre o programa, veja-se:

Política de Cidades POLIS XXI, 2008. Quadrilátero Urbano para a Competitividade, a Inovação e a Internacionalização: Programa Estratégico de Cooperação. Política de Cidades POLIS XXI | Programa Operacional da Região Norte 2007-2013. Redes Urbanas para a Competitividade e a Inovação.

33 *Estudo Macroeconómico – Relatório Final; Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*; Pacto Regional para a Competitividade da Região do Norte de Portugal; Julho 2008.

34 < <http://www.guimaraes2012.pt/>>.

do conhecimento e da tecnologia, fazendo deste novo evento um ponto de viragem na consolidação da regeneração de Guimarães, com possibilidades de transformação numa 'cidade criativa' de importância europeia. A capacidade de atrair e fixar massa crítica, mais que um desafio, será uma oportunidade para Guimarães. Neste âmbito destaca-se o projecto 'Campurbis - Integração da Universidade na Malha Histórica Urbana', que se traduz numa iniciativa conjunta entre a Câmara Municipal de Guimarães e a Universidade do Minho, e insere-se numa nova estratégia para o desenvolvimento da cidade, na zona de Couros (área do projecto a intervir). O projecto prevê uma intervenção urbanística nos espaços públicos e edifícios, com uma recuperação de toda a área envolvente. Segundo o site de 'Intelligent Cities' *"... serão aí instalados um Centro de Pós-Graduação, uma Escola de Cursos de Especialização Tecnológica, um Centro de Design, um Centro de Artes e um Centro de Empreendedorismo, para além de áreas de trabalho e zonas wireless, as quais irão actuar como âncoras para a dinamização de novos modelos de interacção ensino-investigação-cultura-economia-arte-tecnologia."*³⁵

Guimarães, tal como Braga, é conhecida pelo seu contributo na formação da identidade portuguesa, pela sua actividade universitária, cultural e por isso potenciadoras de uma imagem criativa, de inovação e modernidade. Ao nível da oferta cultural, uma vertente fundamental para a construção de uma 'cidade criativa', Braga e Guimarães destacam-se também por uma oferta com qualidade crescente. A atractividade cultural, criativa e turística que a região apresenta tem de ser promovida em conjunto, através de parcerias e redes, de modo a que os projectos criativos não tenham somente visibilidade local, mas visibilidade nacional ou até internacional. Só desta forma será possível desenvolver uma 'marca criativa regional' com dimensão e capacidade competitiva.

'Guimarães 2012 - Capital Europeia da Cultura', bem como 'Braga 2012 - Capital Europeia da Juventude'³⁶ constituem oportunidades únicas para o futuro da economia criativa na região. O mais importante será garantir que após estes eventos, a dinamização que se criará nas cidades não esmoreça, como aconteceu na Porto em 2001. Barcelona, numa outra escala, é um dos exemplos de sucesso: aproveitou os Jogos Olímpicos de 1992 para se promover como uma cidade moderna e criativa.

Um último caso de referência nacional a expor é **Paredes**. Pretende ser uma 'cidade criativa' com forte incidência em clusters de 'indústrias criativas' na área do design. Tem como objectivo definir orientações estratégicas e planos

Paredes

35 < http://www.intelligentcities.net/index.php?gc=pag_10088&set_lang=pt>, acedido a 16/08/2011.

36 <<http://www.youthforum.org/>>.

de acção para a afirmação de Paredes como **‘Cidade Criativa para o Design’**. O design é considerado o motor do desenvolvimento da cidade, quer numa perspectiva de criatividade empresarial quer de criatividade urbana, aliando a tradição da indústria do mobiliário aos novos factores de competitividade. Segundo a memória na área de intervenção.

Segundo um relatório do projecto «Paredes Cidade Criativa» “o *concelho de Paredes pretende marcar um ponto de viragem no seu ciclo de desenvolvimento, colocando o Design como âncora da competitividade.*”³⁷ O que se baseia em dois vectores criativos:

- O empresarial, com revitalização económica, tendo o design como factor de competitividade da indústria local, nomeadamente do sector do mobiliário, através da incorporação de I&D, conhecimento e inovação nos produtos, serviços e soluções das empresas. Assim como o design como indústria criativa, apelando à instalação de designers, empreendedores e negócios criativos na cidade;

- E, o urbano, com regeneração urbana, tendo o design como âncora do desenvolvimento urbano, reflectindo-se em toda a estratégia de regeneração urbana da cidade, através da inclusão de elementos criativos nos espaços, lugares e edificado de Paredes. Assim como o design urbano como suporte à captação de talentos e empresas criativas, induzindo um ambiente vibrante e diversificado na cidade.

Nesta estratégia reside a aliança entre a história e a tradição do município e a criatividade e a inovação enquanto novos factores de competitividade. Associados a estes dois grandes eixos o projecto considera ainda o ambiental e o digital, com novas tecnologias de informação e preocupações ambientais.



Paredes - (Fonte: < <http://www.paredescidadecriativa.eu>>)

37 <<http://www.paredescidadecriativa.eu/pt/go/visao-estrategica>>, acedida em 16/08/2011.

A nível estratégico, como referido no site de «Paredes Cidade Criativa» a cidade pretende: do ponto de vista internacional integrar a Rota do Design Mobiliário Europeu, participando activamente numa rede de cidades fortemente especializadas na indústria do mobiliário e que se encontrem a apostar no design como factor potenciador do desenvolvimento económico e urbano. Neste âmbito, têm vindo a ser estabelecidos contactos com diversas cidades (de países como Finlândia, Espanha, Itália, Bulgária, etc.), muitas das quais detêm já centros de design reconhecidos na área do mobiliário. Acresce a intenção da participação de Paredes na 'Design Management Europe Network'³⁸ promovida pela cidade de Eindhoven (Holanda). - a nível regional pretende ter um papel de relevo no seio do desenvolvimento do cluster de indústrias criativas da região Norte, em coerência com as orientações do NORTE 2015 e respectiva Agenda Temática das Indústrias Criativas. Assim, Paredes aspira posicionar-se como o Pólo Criativo Regional do Design de Mobiliário a par e em articulação com os outros municípios (Porto, Braga, Guimarães, etc.), incorporando valor criativo no mobiliário enquanto sector tradicional da região. Acresce que o município é já membro da 'ADDICT – Agência de Desenvolvimento das Indústrias Criativas da Região Norte'³⁹;

Pretende-se a nível local e de interacção de territórios de proximidade, pretende criar uma Rota do Design de Mobiliário, cuja estratégia passa por induzir uma articulação entre os quatro centros urbanos do município (Paredes, Rebordosa, Lordelo e Gandra), com forte articulação com a Rota dos Móveis⁴⁰;

e por último, a nível urbano, pretende-se a criação de um espaço criativo induzido pelo design, designado de Design Hub para o Mobiliário, localizado no centro da cidade de Paredes com 38 hectares de área, com o objectivo de funcionar como um espaço emblema, mostra e de experimentação.

Apesar de termos feito um esforço por expor exemplos, identificar nesta fase preliminar um conjunto de casos de referência nacional, com a distância necessária e rigor que se pretende a um trabalho académico é difícil. No entanto, pensamos que a experiência dos casos mencionados demonstram, que apesar dos tímidos padrões emergentes e da acção política no campo da 'cidade criativa', começa cada vez mais a emergir um discurso orientado para a criatividade e cada vez mais atento aos fenómenos urbanos, como potenciais motores de competitividade regional, nacional e internacional.

38 A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://www.designmanagementeurope.com/site/index.php>>

39 A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://www.addict.pt/>>.

40 A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://www.rotadosmoveis.pt/>>.

2.2. Área Metropolitana do Porto e Região Norte

Legado Histórico e Patrimonial

*“Qualquer cidade tem elementos característicos que não são necessariamente considerados como património nacional mas que são importantes porque é através deles que o cidadão frequentemente a identifica como a sua terra. É esse património, que constitui a originalidade de uma terra sendo por isso um grande valor de cultura local e regional, e também um valor de cultura arquitectónica, histórica, e emocional.”*¹

Como muitas outras cidades, o **Porto**² sofreu grandes alterações ao longo da história. Originalmente tratava-se de uma cidade muralhada em torno do morro da Sé, com ruas estreitas e tortuosas, tendo crescido a partir daí em todas as direcções e, já na época Medieval, requerendo a construção de novas muralhas.

Ao longo dos séculos XIV e XV, devido ao poder económico do Porto na sua região envolvente, surgiram novas redes viárias e praças. Mais tarde, no final do século XVIII, a cidade transbordava novamente o limite das muralhas. Este século seria marcado pela realização de algumas das obras arquitectónicas mais emblemáticas da cidade. Dessas destaca-se a Igreja e Torre dos Clérigos (1731-1763) do arquitecto italiano Nicolau Nasoni³, também responsável por outras obras como o Palácio do Freixo (1743-1748).

Na mesma altura, o inglês John Carr, foi também chamado a desenhar o Hospital de Santo António (1779).⁴

Interessa também referir o grande urbanista da cidade, D. João de Almada e a este propósito veja-se a obra de Ferrão sobre a época dos Almadás.⁵ Este prolongaria as diversas ruas (S. João, Sta. Catarina ou S. Ildefonso), e traçaria radiais, construindo novas artérias, de perfil estreito mas de longo alcance urbano. Tal conformou uma malha urbana ainda hoje legível.

A evolução prosseguiu no século XIX,⁶ com o engrandecimento a

1 Portas, N., 2005. *Os Tempos das Formas: A cidade feita e refeita*. Guimarães: DAUM.

2 Para uma revisão da evolução histórica da cidade com um ênfase morfológico, veja-se:

Guardiá, M., 1994. *Atlas histórico da ciudades europeas: Península Ibérica*. Barcelona: Salvat.

3 A este propósito veja-se:

Loureiro, O., 1987. *Nicolau Nasoni: Vida e Obra de um Grande Artista*. Porto: Gráfico Reunidos, Lda.

4 <http://en.wikipedia.org/wiki/John_Carr_%28architect%29>, acedido a 02/06/2010.

5 Sobre a intervenção dos Almadás veja-se:

Ferrão, B., 1997. *Projecto de transformação urbana do Porto na época dos Almadás: 1758-1813 : Uma contribuição para o estudo da cidade pombalina*. Porto: Faup.

6 Sobre este período veja-se por exemplo:

ser complementado por alguns aspectos específicos. De facto, seria com o loteamento repetitivo oitocentista que a cidade ganharia um sentido unitário, conformando as suas várias ruas. Refere Figueira também que *“Transformado em cidade chaminé, o Porto é, no final do século XIX, um núcleo urbano de consolidada produção industrial, com pequenas fábricas de têxtil a insinuarem-se nos talhões vagos da cidade, e o alojamento dos operários a ser resolvido, em condições precárias, nos quintais de uma burguesia negociante. Surgem as ilhas.”*⁷

Por outro lado, tal industrialização da cidade é paralela à construção das pontes D. Maria e Luís I, as quais constituem ícones da cidade, veja-se a obra de Gama.⁸ A denominada Ponte Luís I (1886), foi concebida pelo Belga Théophile Seyrig, igualmente com estruturas metálicas mas com dois tabuleiros. Seyrig (1843-1923) nascera em Berlim, mas foi em Paris que teve a sua formação de engenheiro, aí permanecendo e associando-se a Gustav Eiffel. Nesta associação com Eiffel, Seyrig participou na obra da Ponte D. Maria. Mais tarde, e numa altura em que já ocorrerá a ruptura da associação dos dois autores, Seyrig concorre e ganha o projecto para a Ponte Luís I no Porto. Está será de resto a sua grande obra-prima.⁹

À semelhança dos referidos, outros edifícios emblemáticos da cidade surgiram por essa altura: a Academia da Marinha e do Comércio (1807), o Palácio de Cristal (1865), o Palácio da Bolsa (1880).

Mais tarde, já na transição para o século XX, surgiu a Estação de São Bento (1901), da autoria do arquitecto Marques da Silva, (amplamente estudado, veja-se por exemplo a obra de Mesquita sobre o autor)¹⁰. A estação foi um marco do progresso industrial e da chegada dos caminhos-de-ferro ao centro da cidade e deve o seu nome ao anterior Convento de São Bento de Avé-Maria, que se localizava nesse local.

A modernização da cidade do Porto ocorreu com as primeiras vereações do já implantado Governo Republicano que marcou uma mudança política. Deu-se a abertura da Avenida dos Aliados para Norte com o prolongamento da Praça Nova, (actual Praça da Liberdade, e onde se localizava até então a sede do Município). Segundo Tavares¹¹ tratam-se de projectos notáveis,

Günther, A., 2002. Porto, 1763/1852. *A construção da cidade entre despotismo e liberalismo*. Porto: Faup.

7 Figueira, J., 2002. *Escola do Porto: Um Mapa Crítico*. Coimbra: Edições do DA/ FCTUC. p. 23.

8 Gama, M., 1989. *Pontes de Gustav Eiffel no Norte de Portugal: edição comemorativa do centenário da Torre Eiffel, 1889-1989*. Porto: Edição Edarte.

9 <http://paginas.fe.up.pt/~azr/pontes/seyrig.htm>, acedido a 02/06/2010.

10 Mesquita, M., 2006. *Marques da Silva: O aluno, o professor, o arquitecto*. Porto: Catalogo de Exposição.

11 Tavares, R., 1985-1986. *Da avenida da cidade ao plano para a zona central: A intervenção de Barry Parker no Porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto, Sep. “Boletim Cultural da Câmara Municipal do Porto”, 3-4, 2ª Série.

inicialmente, do arquitecto inglês Barry Parker.

Novos planos de expansão da cidade serão também propostos, já em tempo de Estado Novo (1930/40), com novos traçados que rasgam a antiga malha compacta, dando respiro à rede de lugares e edifícios monumentais que a constituem.

Interessar-nos-á abordar a história do Porto na sua ligação intrínseca com a disciplina de Arquitectura e sua cultura (pedagógica, etc).

Neste sentido refira-se que desde muito cedo a Escola de Belas Artes deteve um papel importante na cidade do Porto, através do protagonismo de algumas figuras aí sedeadas. O referido projecto da Avenida dos Aliados foi de resto definido pelo director desta Escola desde 1913, Marques da Silva. Este projectaria também anos depois, um grande exemplo da Art Decó em Portugal, a Casa de Serralves (1931). Marques da Silva foi um arquitecto importante que influenciaria toda uma geração, de Arménio Losa (1908-1988) a Januário Godinho (1910-1990).

Interessa referir que as primeiras décadas do século XX são para a arquitectura portuguesa de grandes mudanças e vulnerabilidade, veja-se a obra do arquitecto Fernandez.¹² Entre outros, Edifício e Garagem do Comércio do Porto (1928-1932), ambos da autoria de Rogério de Azevedo (1898-1983), representam tal mudança e evoluções linguísticas. O arquitecto Azevedo esteve, igualmente ligado à Escola, enquanto professor.

Relativamente à profunda evolução ocorrida, contribuiu o desenvolvimento e estabelecimento do Movimento Moderno. Este surgiu em Portugal por volta da década de 30, sendo interrompido na década seguinte pela activação de valores fascizantes e nacionalistas do governo de então. No entanto, tal censura não prevalecera face aos ideais modernistas.

Neste contexto, interessa-nos fazer referência a Carlos Ramos, uma das mais influentes figuras na Arquitectura portuguesa e seu ensino. Ramos que começara a leccionar a partir de 1940, torna-se director da “Escola do Porto” em 1952.

A Escola, agrupada em torno de Ramos, expressou uma abertura pedagógica e expansão cultural, com consequências no panorama portuense e arquitectónico português. Para tal contribuíram essencialmente a actividade de uma série de novos assistentes incluindo Fernando Távora, Mário Bonito, Agostinho Ricca, José Carlos Loureiro, João Andresen, Octávio Lixa Felgueiras e Arnaldo Araujo.

¹² Sobre a história da Arquitectura Moderna em Portugal veja-se: Fernandez, S., 1988. *Percurso : Arquitectura portuguesa : 1930-1974*. Porto: FAUP.

Contribuíram também novos arquitectos aí formados, que ficariam ligados à evolução da Arquitectura local e nacional. Expressivo foi ainda o facto de muitos destes deslocarem-se ao Porto para ver 'Arquitectura Moderna' ou para acabarem o curso iniciado em Lisboa.

Em suma, o impulso moderno de Carlos Ramos e da Escola promoveu uma nova geração de arquitectos e, sob a sua visão de vanguarda, emergiu a hoje reconhecida "Escola do Porto". Nas palavras de Figueira: *"O Convento de S. Lázaro ganha expressão: um mundo à parte, com actividades académicas e recreativas que Ramos apoia e promove, e que farão da Escola do Porto um lugar comunitário e auto-suficiente, para lá das contingências do claustrofóbico quotidiano Salazarista."*¹³

Já no fim da década de 40, mais precisamente em 1948, ocorrera o 1º Congresso Nacional de Arquitectos¹⁴, que marcou uma etapa na arquitectura nacional e seu ensino. Afirmando-se com uma manifestação face ao regime, assumiu definitivamente os pressupostos modernos.

Data de 1950, dois anos mais tarde, a instituição do Curso de Arquitectura na Escola Superior de Belas-Artes do Porto, o qual progressivamente se destacou, como já aludido, no meio arquitectónico. O período da década de 1950, rico em produção arquitectónica, pode ser revisto pela obra de Ana Tostões.¹⁵ Haviam-se reunido as condições para que o ensino da arquitectura incidisse sobre a prática e reflectisse directamente o que se passava nos ateliers; E com a Reforma de 1957, institucionalizou-se então a pedagogia praticada. Nas palavras de Figueira: *"A prática pedagógica do que será conhecido como Escola do Porto encontrar-se-á no aprofundamento de um sentido oficial da prática e ensino da arquitectura que não se desligam, sem necessidade do mistério teórico ou literário, apenas objectividade construtiva e herança de gosto."*¹⁶

Também a participação nos CIAM¹⁷ por parte de alguns arquitectos nacionais¹⁸, marcaram fortemente a arquitectura Portuguesa, e ajudaram na divulgação do movimento moderno internacional no meio português. (Neste sentido, Le Corbusier, Alvar Aalto, Bruno Zevi e a arquitectura brasileira moderna foram algumas das figuras mais influentes.) O mesmo se refere relativamente à reflexão empreendida por algumas das nossas figuras nacionais.

13 Figueira, J., 2002. *Escola do Porto: Um Mapa Crítico*. Coimbra: FCTUC. p. 28.

14 Sobre este assunto veja-se:

15 Congresso Nacional de Arquitectura. Maio/ Junho de 1948. Promovido pelo Sindicato Nacional dos Arquitectos com o patrocínio do Governo. Edição Fac-Similada, Lisboa, Ordem dos Arquitectos, 2008.

16 Tostões, A., 1997. *Os verdes anos na arquitectura portuguesa dos anos 50*. Porto: FAUP.

17 Figueira, J., 2002. *Escola do Porto: Um Mapa Crítico*. Coimbra: FCTUC. p. 48.

18 Sobre a história dos CIAM veja-se:

Mumford, E., 2000. *The CIAM discourse on urbanism, 1928-1960*. Cambridge: The MIT Press.

19 Note-se que o arquitecto Fernando Távora esteve presente nos CIAM de Hoddesdon, Aix-en Provence, Dubrovnik e Otterlo.

Na década de 50, Fernando Távora em particular empreendeu uma reflexão sobre a identidade da arquitectura, que deixou marcas em Portugal, abrindo pontes para desenvolvimentos arquitectónicos denominados por “terceira via”. Esta é explícita em edifícios como a “Casa de Ofir” (1958), o “Mercado da Vila da Feira” (1959) ou o “Pavilhão de Ténis” (1960).¹⁹

Também a revista “Arquitectura” constituiu, após 1956, um meio fundamental de divulgação da cultura arquitectónica, divulgando obras de Fernando Távora, Álvaro Siza (1933) e Nuno Teotónio Pereira (1922). Como refere Figueira esta “... constitui, neste período, uma pioneira plataforma de debate, com uma proposta editorial que se margina na visão crítica da arquitectura/urbanismo racionalistas, num processo mais formulado por arquitectos de Lisboa – nomeadamente Nuno Portas – do que pelos do Porto, onde a denúncia do esquematismo e atopia do funcionalismo é mitigada por um sentido de pertença afectiva.”²⁰

Nas décadas de 60 e 70 seguindo os novos pressupostos modernos da “Escola do Porto”, foram muitos os exemplos arquitectónicos que emergiram. Nomeadamente habitações unifamiliares, como é exemplo a “Casa Alves Costa” (1971) de Álvaro Siza, a “Casa de Sérgio Fernandez” (1973) pelo próprio ou a “Casa Marques Guedes” de Alexandre Alves Costa e Camilo Cortesão (1974). Estas experiências arquitectónicas são acompanhadas de uma espécie de consagração da “Escola do Porto”, e sobretudo de um dos seus arquitectos mais influentes na Europa, Álvaro Siza Vieira.²¹

De facto, já nesta altura a obra de Siza ganha destaque, nomeadamente a “Casa de Chá da Boa Nova” (1963), a “Piscina de Marés” (1966), o “Banco de Oliveira de Azeméis” (1974), ou a “Casa Beires” (1976).²²

É também nestas décadas que a dita Escola do Porto atravessa momentos revolucionários, rejeitando uma intromissão do regime nas suas actividades, que apenas termina com o 25 de Abril de 1974. Desde então estabeleceriam-se finalmente condições mais propícias ao funcionamento do curso.

No instaurado SAAL (Serviço de Apoio Ambulatório Local)²³ em particular experimenta-se aliar a prática profissional à escolar. No Porto, o processo apresentaria especificidades, como o envolvimento das populações, e as naturezas das áreas onde se desenrolaram (centro urbano, em lotes ou espaços abertos e degradados), numa actuação anti-reformista e anti-capitalista. Nas pa-

19 Távora, F., 1993. *Fernando Távora : percurso=a life long trail*. Lisboa: Centro Cultural de Belém.

20 Figueira, J., 2002. *Escola do Porto: Um Mapa Crítico*. Coimbra: FCTUC. p. 48.

21 Sobre a obra do arquitecto Álvaro Siza veja-se por exemplo:

Jodidio, P., 1999. *Álvaro Siza*. Barcelona: Taschen.

22 Jodidio, P., 1999. *Álvaro Siza: Architecture and design series*. Universidade de Virginia: Tashen.

23 Sobre o SAAL veja-se a publicação:

Bandeirinha, A., 2007. *O processo do SAAL e a arquitectura de 25 de Abril de 1974*. Coimbra: Imprensa da Universidade.

lavras de Figueira: *“No seio da Escola, o SAAL é o culminar de um processo que já tinha posto os estudantes na rua, pela recusa do desenho, e que vai aproveitar a proximidade e a cumplicidade que se tinha estabelecido com as populações”*²⁴

No entanto, como sabido, o projecto do SAAL seria desmantelado e, aos poucos, diluiria-se a militância instaurada no meio. E ao longo das décadas de 80 e inícios de 90, a Escola adquiriria uma nova identidade e sentido.

Neste contexto, e mais uma vez, é importante enfatizar o grande contributo dado pela obra de Álvaro Siza. Este autor obteria o mais importante prémio de arquitectura: o Pritzker, em 1992. Siza é autor, na cidade do Porto do actual “Edifício da Faculdade de Arquitectura”, em 1986, e do “Museu de Serralves”, de 1991-99. Para além deste arquitecto, outros, igualmente saídos da Escola se tornaram exemplos de sucesso. Nomeadamente Eduardo Souto de Moura (1952), autor de obra importante como é exemplo a construção do “Mercado de Braga” (1984), a “Casa das Artes” (1988), ou mais recentemente o “Estádio do Braga” (2000/03).

Em suma, é imperativo constatar que a Escola do Porto e seus protagonistas sempre detiveram grande influência ao longo do século XX na arquitectura nacional e na cidade do Porto.

Enquanto arquitectos, estes produziram edifícios emblemáticos, assim como procuravam os ideais de uma cultura moderna e democrática. Actualmente, a reputação da apelidada “Escola do Porto” estende-se para além fronteiras, sendo também um dos grandes atractivos da cidade. Tal potencial deve ser visto a uma escala de proposta de ‘cidade criativa’.

Posto isto, agora interessa retomar os aspectos urbanos. O Porto é a segunda maior cidade do país, e centro da sua Área Metropolitana, e ao longo das últimas décadas assistiu ao esvaziamento do seu centro histórico, quer de valor humano, quer de valor económico. O longo período, de políticas de higienização, que prevaleceu desde os finais do século XIX, conduziram à fuga da população e procura de melhores condições de habitabilidade e qualidade de vida na periferia. A cidade foi lentamente perdendo a vitalidade e deixando passivamente o seu património cultural e histórico ficar obsoleto. Muitos foram os factores que levaram ao esvaziamento da cidade, nas recentes décadas (ex. o congelamento das rendas, a obsolescência de alguns equipamentos, a falta de investimentos e de modernização das áreas centrais), os quais conjuntamente

Sinergias Culturais da
Década de 1990 à
Actualidade

24 Figueira, J., 2002. *Escola do Porto: Um Mapa Crítico*. Coimbra: Edições do DA/ FCTUC p. 64.

com a falta de políticas sólidas comportaram inicialmente um declínio do centro histórico da cidade.

Em determinado sentido pode dizer-se que os investimentos deslocaram-se para a periferia, e outras zonas urbanas pouco qualificadas, onde o valor dos terrenos é menor e os padrões de gestão e planeamento urbano são menos exigentes. As periferias seguramente robusteceram-se, mas não adquiriram um sentido de identidade encontrado no centro histórico da cidade, trata-se de uma periferia difusa, de menor valor e que exige investimento, (na oferta de equipamentos e infra-estruturas), que não evidencia ainda identidade e identificação. Neste contexto, a cidade do Porto, centro de toda a sua área metropolitana, enfrenta actualmente o desafio de reposicionar-se e de revitalizar o centro histórico.²⁵

Refira-se que a degradação do património foi um problema que se arrastou durante anos. No entanto, algumas medidas como a criação do SAAL em 1974, que previa contrariar a tendência de fuga das populações e a reabilitação de bairros na cidade ou a criação da Comissão para a Renovação Urbana da Área da Ribeira e do Barredo - CRUARB²⁶, para a reabilitação das zonas históricas da Ribeira e do Barredo, constituíram um dos primeiros passos para apontar o problema. O trabalho levado a cabo pela CRUARB levou a que em 1996 o centro histórico do Porto fosse classificado “Património da Humanidade” pela UNESCO.

Na sequência desta valorização patrimonial e cultural da cidade, no ano a seguir, o Município do Porto juntamente com o Ministério da Cultura, formalizam uma candidatura do Porto a “Capital Europeia da Cultura” para 2001, defendendo o inegável legado histórico e patrimonial da cidade e enaltecendo a rede de equipamentos culturais, embora com uma dinâmica cultural e conexão entre equipamentos abaixo do desejável. Mas já aqui era apontado a criação de um novo equipamento cultural, a Casa da Música, como reforço da estrutura cultural da cidade.

Essa estrutura cultural em muito foi sendo consolidada na década de 1990, quando os primeiros passos foram dados pela CRUARB. O pelouro

25 Sobre o assunto, veja-se o abstract e artigo realizado a propósito do ‘Citta 3rd Annual Conference on Planning Research: Bringing City Form Back Into Planning’:

Alves, S., e Furtado, G., 2011. *The Role of Architecture in Oporto Creative City's Project*. Porto: Citta.

26 Sobre a CRUARB veja-se:

Loza, R., 2000. *Porto Património Mundial: CRUARB 25 anos de reabilitação urbana*. Porto: Câmara Municipal do Porto.

da cultura do município passou assim a ganhar outra importância, na altura e a partir de 1992 sob o comando da vereadora da cultura Manuela Melo, são promovidos diversas reabilitações e novos modos de gestão de equipamentos públicos, dos quais se destaca: o Teatro Tivoli, a Biblioteca Pública Municipal, o Arquivo Histórico da Casa do Infante ou a Biblioteca Almeida Garrett.

Outra importante reabilitação de promoção estatal foi o restauro do Cine-Teatro de São João, que ganhou importância no panorama cultural da cidade e passou a ser o Teatro Nacional de S. João (vindo a ser um dos principais equipamentos promotores de actividades culturais regulares, de elevada qualidade na cidade). Paralelamente a estas medidas, outros equipamentos foram projectados como por exemplo o Teatro do Campo Alegre, e mais no final da década foi inaugurado o importante Museu de Arte Contemporânea de Serralves.

Perante estas sinergias culturais da década de 1990 e perante todo o património histórico e urbano da cidade, no ano de 1998, juntamente com Roterdão, a candidatura de “Porto Capital Europeia da Cultura para 2001” foi aprovada.

Assim sendo, e apesar de todos os imprevistos e instabilidade em todo o processo, o acontecimento foi outra grande oportunidade para a renovação urbana e cultural da cidade.

O facto de o Porto ter sido “Capital Europeia da Cultura, em 2001”, tema amplamente desenvolvido pela arquitecta Alves Costa²⁷ despoletou um papel mais activo por parte das entidades públicas na cidade e na própria cultura e património edificado, começando a verificar-se alterações na cidade, tanto ao nível da qualificação urbanística, como mais recentemente na reabilitação do parque edificado. O acontecimento acelerou algumas intervenções em equipamentos culturais, tais como: o Centro Português de Fotografia ou a reabilitação do Museu Nacional Soares doas Reis da autoria de Fernando Távora: *“Com excepção de algumas intervenções de pormenor, o Museu é apenas alvo de transformação maior a partir de 1992: projecto de remodelação e expansão da autoria do arquitecto Fernando Távora. Decorrendo a um ritmo lento, o projecto é concretizado em Julho de 2001, dentro da realização do Porto, Capital Europeia da Cultura. A remodelação permite renovar o discurso expositivo da pintura e da escultura portuguesa dos séculos XIX-XX e, também, das artes decorativas que, pela primeira vez, se apresentam na mesma unidade espacial”*²⁸

27 Alves Costa, A., 2009. *A requalificação da baixa portuense : Uma oportunidade para o Porto, em 2001*. Porto: FAUP.

28 <http://mnsr.imc-ip.pt/pt-PT/menu_edificio/HighlightList.aspx>; acedido a 30/06/2010.

A emblemática Casa da Música, de Rem Koolhaas, fruto do acontecimento e afastada do centro mais tradicional da cidade, localizada na Rotunda da Boavista e, tal como a Fundação de Serralves, acabaria por funcionar como um novo pólo cultural da cidade.

Apesar destas novas dinâmicas culturais no território urbano da cidade, o facto é que a cidade necessitava de tempo para inverter toda a tendência, de esvaziamento do seu centro e da cidade.

Apesar do panorama menos favorável que a cidade viveu durante as últimas décadas, alguns nichos de cultura cresceram e começaram a contrariar a tendência, servindo até de referência nacional e mesmo internacional: a nível de instituições a Fundação de Serralves ou Teatro Nacional de S. João têm tido um papel fundamental para a dinamização da cultura na cidade e em toda a sua Área Metropolitana; a nível de iniciativas a “Porto Capital Europeia da Cultura em 2001”, também teve um papel fundamental para a reestruturação da cidade e de algumas zonas obsoletas e abandonadas, no entanto, levou tempo até que os seus efeitos positivos fossem notados; o Euro 2004 foi também um evento que trouxe novas reestruturações ao tecido da cidade.

Só nos últimos anos as entidades públicas e o público em geral começaram a atribuir o devido valor ao património edificado da cidade, bem como à cultura e espaços a ela associados.

Importante papel parece estar a ter a Fundação de Serralves²⁹ e projectos por ela promovidos, quer sobre as dinâmicas artístico-culturais da cidade, quer ao nível da afirmação da cidade no contexto territorial, regional e internacional, (assim como no contexto de redes de cidades).

Por um lado, os efeitos ao nível da própria cidade, compreendem a constituição de uma nova centralidade. Tal viabiliza novas estruturas, agentes e profissionais que, trabalhando com e para Serralves, se foram consolidando e enraizando na cidade, influenciando a capacidade de atracção de visitantes exteriores, e consolidando relações com outras estruturas e organizações de sectores similares. Este mesmo aspecto propícia a emergência de um processo de clusterização na cidade, podendo referir-se como exemplo o caso das relações com as dinâmicas das galerias de arte da Rua Miguel Bombarda (que actualmente geram um efeito de diversificação de actividades artístico-criativas nessa zona), ou das relações ao nível da programação com outras instituições centrais (como o Teatro Nacional de S. João ou a Casa da Música).

²⁹ Sobre a Fundação de Serralves, veja-se por exemplo:
Barata, P., 2001. *Museu de Serralves: Álvaro Siza*. Lisboa: White & Blue.

Por outro lado, para além dos efeitos ao nível de cidade, outros efeitos surgem ao nível da rede de relações e de cooperação com outros pólos de programação artístico-culturais, de nível internacional.

Ainda no que respeita à perspectiva territorial, realce-se o fenómeno da crescente cooperação ao nível da programação que vem sendo desenvolvida pela Fundação junto de outros municípios da Região do Norte e restante território nacional.

Antes de se avançar para um enfoque na Área Metropolitana do Porto como região criativa interessa reter a necessidade da existência de activos culturais e de espaços e estruturas qualificadas, bem como com a existência de públicos interessados. A ligação entre o património, a existência variada de instituições locais e o turismo é imperativa para o desenvolvimento do Porto no território local e internacional. E tal como, Richard Florida³⁰ afirmava, há também que mudar mentalidades, há que ter uma sociedade mais tolerante à mudança, ao novo e ao diferente.

É neste contexto, que se fala nas potencialidades do Porto e da sua Área Metropolitana enquanto centro de uma Região Criativa.

Sinergias Criativas

O caminho a tomar, consiste na reposição do centro como espaço atractivo para aqueles que o abandonaram mas também, para aqueles que acedem de novo à cidade. Cidade que é o espaço onde se localizam os principais equipamentos colectivos e os serviços de nível superior, para além de ser depositária de um impressionante património arquitectónico e cultural. Por outro lado, é imperativo reconsiderar a cidade como centro de uma extensa e dispersa área metropolitana.

É nesta complementaridade entre factores identitários, e á semelhança de outras cidades e exemplos, de nível global, que o Porto, com base na sua criatividade, pode tornar-se uma cidade competitiva e, consequentemente, fomentar o desenvolvimento de toda a região Norte envolvente. Interessa pois promover a criatividade como forma geradora de valor económico e emprego qualificado, entendendo-a como contributo chave de um novo paradigma de desenvolvimento e dinâmica económica numa zona marcada por profunda crise. De facto, a criatividade pode ser um indutor chave da economia, conferindo às actividades culturais e criativas, papel principal na organização do território, dada a sua capacidade de atrair habitantes e visitantes e melhorarem as suas

30 Florida, R., 2005. *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.

experiências e qualidade de vida.

Um dos principais passos nesse sentido, já foi avançado, através de um “Estudo Macroeconómico para o Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região Norte”, apresentado em Junho de 2008.

O referido estudo foi elaborado tendo presente o actual contexto económico, social e cultural da Região do Norte de Portugal, bem como a sensibilidade e massa crítica que existem no terreno em torno das Indústrias Criativas. Assim, a CCDR-N (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte) desafiou um conjunto de entidades a promoverem o estudo macroeconómico que, por um lado, avaliasse o potencial da região para o desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas, e, por outro, sugerisse uma estratégia para concretizar este movimento no terreno.

Este trabalho foi promovido e liderado pela Fundação de Serralves, em conjunto com a Área Metropolitana do Porto, a Fundação Casa da Música e a Porto Vivo. A elaboração deste estudo contou com a colaboração de reputados especialistas internacionais, tendo o trabalho sido adjudicado ao consórcio formado por Gestluz, Opium, Horwath, Tom Fleming Creative Consultancy e Comedia.

O estudo não só abrange o Porto e a sua Área Metropolitana, como também, toda a Região Norte. Uma das principais medidas que o estudo previa, a criação de uma agência para o desenvolvimento criativo do Norte de Portugal, foi realizada em Outubro de 2008 - a ADDICT (Agência para o Desenvolvimento das Industrias Criativas).³¹ A ADDICT constitui-se como plataforma que, através do conhecimento, informação, promoção e coordenação do sector das Indústrias Criativas, contribui para o desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa e têm por objectivo posicionar o Norte de Portugal entre as regiões mais criativas da Europa e a mais criativa do país. Actualmente a ADDICT conta com cerca de 80 associados, dos quais fazem parte industrias criativas; instituições culturais de referência (Fundação Serralves, Casa da Música, Teatro S. João, entre outras); Universidades; Municípios; Sociedade de Capital de Risco, criadores individuais, etc.

O estudo que pretendeu avaliar o impacto das Indústrias Criativas na Região Norte, conhecer a sua evolução e o potencial papel que possam desempenhar na sociedade, cultura e economia, no geral, divide-se em três partes: a rede de cidades do Norte do país, com especial relevo para as cidades universitárias; o Centro Histórico do Porto como o coração físico do cluster e os países de expressão portuguesa como potencial mercado de destino.

31 A este propósito veja-se o seguinte web-site: <<http://www.addict.pt/pt/>>

No âmbito do reconhecimento do Cluster das Industrias Criativas pela Estratégia de Eficiência Colectiva (COMPETE), reconheceram-se dois projectos âncora do Cluster:

- O P.INC promovido pela Universidade do Porto: INESCPorto (laboratório associado), UPTEC (Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto) e UPMedia (empresa de conteúdos multimédia da UP);

- O Centro de Criatividade Digital da Universidade Católica Portuguesa.

Dentro das 'indústrias criativas' foram ainda desenvolvidos novos projectos e oportunidades que, se devidamente orientados para o mercado, e se entre eles se gerarem relações de conectividade, poderão contribuir para uma mudança de paradigma na geração de novos negócios criativos, dos quais se destacam:

- O Design Studio, um projecto da FEUP no âmbito do protocolo entre o Governo Português e o MIT. O objectivo é constituir um espaço pluridisciplinar que potencie a transformação de projectos de investigação em produtos com aplicação concreta na área industrial;

- O ID+ que resulta de uma parceria na área do design entre a Universidade de Aveiro (Departamento de Arte e Comunicação) e a Universidade do Porto (Faculdade de Belas Artes)

- O Centro de Criação das Artes de Rua de Santa Maria da Feira que ambiciona ser um pólo de agregação da criatividade associada ao espaço público de toda a área metropolitana, com especial incidência no âmbito do teatro, da música, das artes plásticas, do vídeo e multimédia e de todas artes do espectáculo que interagem com o espaço urbano. Os seus parceiros privilegiados serão as universidades, as empresas e os principais festivais de artes de rua europeus.

- Serralves 21, Polo Europeu de Criatividade e Inovação (conceito inovador cujas valências podem ser resumidas como Gestão de Colecções de Arte, Criação Artística, Núcleo de Indústrias Criativas, Têxtil, Moda e Design e Educação e Formação.

A importância das instituições de ensino é fundamental em todo o processo de uma região criativa, proporcionando o ambiente necessário como incubadoras de novas ideias e projectos; é também fundamental o apoio do mercado e a criação de empresas que suportem e acolham a massa criativa e qualificada que sai das instituições de ensino.

Além destes desafios, outros se colocam como por exemplo maximizar o potencial da infra-estruturas 'hard' da região. A actual rede de infra-estruturas culturais da região tem qualidade, é recente, tem notoriedade e é muito pro-

curada pelos públicos, que nela encontram, geralmente, uma programação de prestígio, regular e adequada. Natural destaque têm as principais estruturas da cidade do Porto (Fundação de Serralves, Casa da Música e Teatro Nacional de S. João), mas todo o território está coberto de bons teatros, bibliotecas e museus, que em muito se deve ao papel das autarquias no período democrático. O Porto dispõe de recursos e infra-estruturas, bem como toda a região Norte, o problema é que segundo o “Estudo Macroeconómico” não são maximizados, *“a actual rede de oferta e consumo cultural e criativo é constituída, genericamente, por espaços mono-temáticos não favorecendo o encontro entre criativos de diferentes subsectores, inibindo por isso o potencial de geração de novas ideias criativas.”*³²

A Área Metropolitana do Porto, possui hoje uma alargada e diversificada infra-estrutura de lazer nocturna, recentemente reforçada por um conjunto de novos e mais criativos espaços, localizados no Centro Histórico do Porto e que muito contribuíram para a renovada procura desta área. Este fenómeno, no entanto, não só tem ainda limitada expressão geográfica, como ainda não produziu consequências visíveis na “cidade criativa diurna”.

De resto de um ponto de vista histórico podemos afirmar que o Porto sempre esteve mais conotado com uma imagem de trabalho do que com o lazer. Recorda neste sentido, Mario Dorminsky³³ que o Porto começou a descobrir o divertimento, depois de ter descoberto a «noite», sendo essa descoberta situada na década de 80. Nas suas palavras *“Por toda a cidade, multiplicaram-se os bares, as discotecas, os espaços de convívio vocacionados para a noite. Esta vida nocturna começava cedo, numa primeira fase, mas depois as horas de animação começaram a prolongar-se pela madrugada. O lazer era assumido como uma forma de vida e, sobretudo, como uma actividade económica extremamente rentável.”*³⁴ O Porto não é ainda assumidamente uma cidade denominada de lazer. Tem no entanto, todo um conjunto de infra-estruturas capazes de integrar áreas variadas da cultura, sendo agora necessário conciliar e vocacionar estas infra-estruturas para a cultura. Por outro lado, se o Porto precisa de espaços de lazer e cultura, precisa também de públicos para esses espaços, (por exemplo os espaços de lazer ainda passam muito pelos meros espaços comerciais).

Qualquer que seja a estratégia que contrarie esta tendência das últimas décadas, passará obrigatoriamente, pela valorização dos recursos endógenos

32 *Estudo Macroeconómico – Relatório Final; Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*; Pacto Regional para a Competitividade da Região do Norte de Portugal; Julho 2008.

33 Marques, A., Melo, M., and Dorminsky, M., *A Ocupação dos Tempos de Lazer*. In Oliveira, L., Aguiar-Branco, J. e Branquinho A., 1999. *Porto: Uma Cidade Boa para Viver*. Porto: Porto Editora.

34 *Ibidem*.

do território e da sua população.

Uma região criativa, é aquela que reúne as condições infra-estruturais prévias (hard and soft), necessárias à criação e fluxo de ideias criativas e invenções, e onde uma massa crítica de empreendedores, estudantes, intelectuais, activistas sociais, artistas, administradores e investidores podem operar, num contexto cosmopolita e de mentalidade aberta, e onde as interacções entre estes agentes geram mais ideias e criações, produtos, serviços e instituições, contribuindo desta forma para o sucesso económico.

Esta massa crítica de agentes opera em diferentes escalas de interacção. No contexto regional, e segundo a lógica de centralidades polarizadoras, destacam-se as cidades que foram capazes de aproveitar o potencial criativo associado à produção de conhecimento universitário.

Outro grande desafio será o de divulgar a marca Porto (divulgando a cidade em si e toda a sua Área Metropolitana, mas também toda a região Norte, estendendo-se à Galiza). Assim, os Municípios da Área Metropolitana do Porto (e até mesmo a região Norte) têm oportunidade de promover o seu património em mercados até então inatingíveis. Além de que a criação de Agendas culturais únicas chegarão a um maior número de pessoas e o que poderão significar maior número de visitantes. O Porto deverá fazer segundo o “Estudo Macroeconómico” *“uma aposta no turismo cultural, no marketing da cidade, no aproveitamento de eventos culturais ou aparecimento de infra-estruturas culturais emblemáticas. A aposta neste segmento tem levado muitas cidade, outrora com centros degradados e tendências preocupantes de perda de vitalidade, a alterar drasticamente o rumo dos seus destinos. São estas as cidades culturais preferidas do mundo global, tais como Barcelona, Berlim, Atenas, Bilbao, entre muitas outras.”*³⁵ Seguindo esta perspectiva o Turismo Cultural deverá transformar-se em Turismo Criativo. Como refere o “Estudo Macroeconómico” *“Assim, o Turismo Criativo é uma evolução da experiência tradicional de turismo na procura de formas de consumo que enfatizam o desenvolvimento pessoal.”*³⁶

É necessário a criação de sinergias intermunicipais e um trabalho estrutural em rede. Será uma grande oportunidade, para que as grandes cidades distrito do Norte: Porto, Guimarães, Braga, tendo Aveiro como ponte para a região Sul, se unam numa tentativa de promoção da região a nível internacional. Com uma cooperação não só a nível administrativo, mas entre organizações públicas e privadas, empresas, instituições de ensino, (ambientes naturais de promoção e troca de ideias) e I&D.

35 *Estudo Macroeconómico – Relatório Final; Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte; Pacto Regional para a Competitividade da Região do Norte de Portugal; Julho 2008.*

36 *Ibidem.*

Do ponto de vista internacional poderá existir uma marca mais superior uma marca Ibérica. Florida refere relativamente a Portugal que sendo em suas palavras um país conservador, “A Mega região de Lisboa é cosmopolita, cheia de diversidade, tolerância, emigrantes. Já o outro país de Portugal é muito mais conservador”³⁷, deve associar-se à capital em suas actividades económicas e estratégicas, mas que para isso terá de mudar de mentalidade, defendendo assim a sua teoria dos 3Ts (Tecnologia, Talento e Tolerância). É assim que o economista e um dos investigadores principais associados a temática da criatividade Richard Florida define uma possível abordagem estratégica para Portugal.

37 Florida, R., 2008. In: Jornal de Negócios.



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



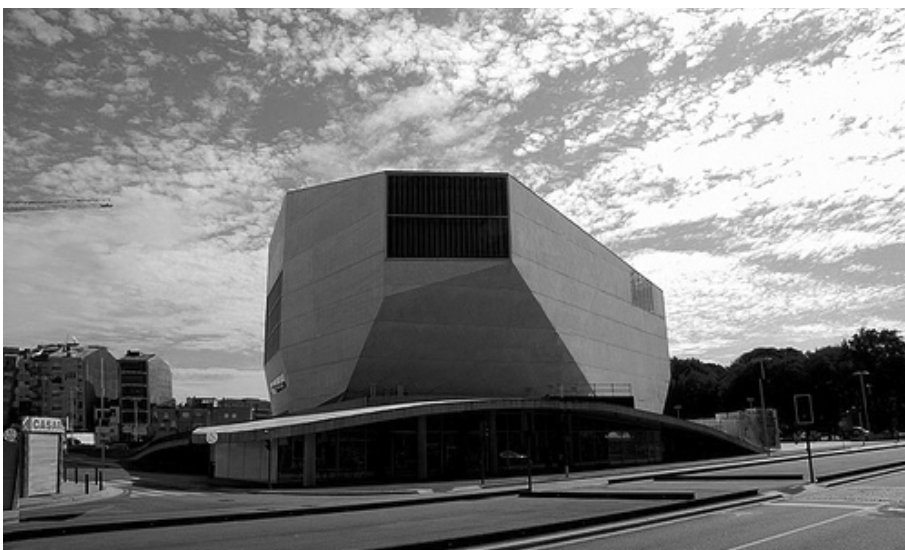
Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)



Porto - (Fonte: foto de autor)

2.3. Potencial Papel da Arquitectura nas Cidades Criativas

Nos últimos anos a criatividade e suas indústrias apresentaram-se por muitas metrópoles e seus actores, como meio de intervenção urbana por excelência. Um meio que pode ajudar a desenvolver centros históricos e áreas periféricas deprimidas e que, pela sua capacidade de atrair e fixar massa crítica, pode oferecer no caso das cidades portuguesas, oportunidades e grandes desafios. Uma mudança de paradigma tornou-se imperativo para a consolidação de estratégias de desenvolvimento cultural e territorial que, em articulação com a economia, se apoie no fortalecimento de parcerias e redes de cooperação envolvendo agentes criativos, agentes económicos e comunidades em prol de um crescimento sustentado da cidade. Como de resto a Arquitectura possui um papel único nesse processo.

Numa abordagem de 'cidade criativa', que como anteriormente mencionado, no que à qualidade física das cidades diz respeito, tem na sua diversidade cultural e na vibrância dos espaços urbanos os seus fundamentos. Tornou-se cada vez mais urgente o desenho urbano e a qualidade e funcionalidade dos edifícios, incluindo os elementos simbólicos do património histórico, que possam tornar a cidade distintiva e com identidade, e contribuir para o uso social do espaço público. É neste campo tão fundamental para o desenvolvimento sustentável da cidade que um dos intervenientes chave é o Arquitecto.

A cidade, cada vez mais, ganha importância na fileira da competitividade entre territórios, e como tal, torna-se premente para a cidade ser atractiva para milhares de visitantes, vindos dos mais diversos meios e das mais diversas áreas (massas críticas da sociedade, criativos, artistas, cientistas, estudantes, etc.). *"The portability of skills and mobility of people forces cities to compete through the quality of their amenities, services, public realm and entertainment."*¹ O que constitui ao mesmo tempo, uma nova fonte de riqueza e desenvolvimento. Este ângulo de visão foi estimulado pelo processo de globalização que começou a dominar a estratégia estética de muitas cidades. *"Quality of life is strongly tied to place in environmental terms and more personal, subjective connections to a location."*² As dinâmicas da globalização e da digitalização têm impactos muito pronunciados nas cidades e nas velhas hierarquias urbanas, hoje cidades de nível global são alimentadas por uma rede global, onde se assiste a mobilidades

1 Landry, C., 2008. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*, (2 ed.). Londres: Comedia. p. 35.

2 Ibidem, p.37.

intensas de recursos e pessoas. Isto torna as cidades ricas culturalmente, mas se por um lado há um aumento da vibrância urbana e competitividade, por outro estes fenómenos contemporâneos tornam-se, muitas vezes, descaracterizadores das identidades locais e nacionais, a mesma loja de roupa pode ser vista em Barcelona, Nova Iorque, ou em Londres. *“Retail outlets from Sephora to the Discovery Store have begun to take on core attributes which are normally associated with cultural institutions such as museums, that is in seeking to meet educational goals through what they offer for sale.”*³ Os meios de comunicação e informação tornaram possível que os mesmos ícones e modas fossem possíveis de acontecer ao mesmo tempo em vários pontos do mundo. O mesmo acontece com o objecto arquitectónico e mesmo o próprio arquitecto é alvo das modas e ícones. *“The icons of the city of the information age stand at two extremes: the clean, sanitized glassy greenfield palace or the fashionable studio in a refurbished warehouse at the inner city edge.”*⁴

A especialização e simplificação das cidades, no sentido de se tornarem mais facilmente consumidas por uma sociedade de massas, principalmente nas áreas de cultura, turismo ou lazer, tem vindo a transformar espaços da cidade, (ex.: os culturais), palcos do grande consumismo de que actualmente somos alvo. Além dos espaços físicos, também grandes eventos, (ex.: festivais), são a base para atracção de grandes massas, voltados para o consumo em larga escala e, como tal com atracções que muitas vezes são a moda ou ícone do momento.

Assim sendo, a aposta em entidades públicas e privadas na atracção de pólos eficazes de turistas, tem-se concretizado no aumento de projectos entendidos como ícones, espectáculos visuais que seduzem e facilmente se tornam referência para a sociedade local e estrangeira. A arquitectura, através do objecto arquitectónico, previsto para eventos culturais, dá origem a novos, ousados e extravagantes edifícios, de que são exemplo, indiscutível o Museu de Guggenheim em Bilbao de Frank Gehry, ou a Casa da Música no Porto de Rem Koolhaas. Estes edifícios ícone têm o papel fundamental na conjugação do factor cultural, mas também do comercial, em que se praticam modelos de gestão integrada, eficaz no sentido de atrair e tornar possível o encontro entre o indivíduo e a arte, gerando assim um local vivo e cheio de actividades.

Ainda a propósito dos edifícios ícone, interessa referir o efeito que estes tipo de edifícios geram na própria revitalização das suas áreas envolventes ou mesmo da cidade, um efeito positivo e incentivador para novas estratégias. No entanto, este efeito deve ser aproveitado com planos urbanísticos integra-

3 Ibidem, p.40.

4 Ibidem, p.36.

dores e concertados, uma vez que corre-se o risco de perder o efeito positivo que o edifício teve com a sua concepção. Um bom exemplo sem dúvida é o Museu de Guggenheim, que teve um efeito positivo na recuperação da cidade, mas tal recuperação não se deu sozinha, foram necessárias redes, parcerias e entendimentos entre muitas entidades e organismos, e acima de tudo aproveitar o efeito positivo que o objecto arquitectónico teve. No Porto o efeito esperado com a Casa da Música, seria semelhante; dez anos passados sobre o evento que lhe esteve na origem - a Porto 2001, e só agora se começa a verificar um regresso lento à cidade, e muito com a ajuda e trabalho entre parcerias privadas que com muito esforço tem oferecido um bom panorama cultural à cidade. Talvez uma estratégia concertada com parcerias aos mais variados níveis, e com os diversos actores que intervêm na cidade tivesse ajudado.

No entanto, em suma, interessa reconhecer a importância destes edifícios singulares, a que o Planeamento Urbanístico recorre com o intuito de dinamização do turismo local e consequentemente da economia. Com o acelerado ritmo e competitividade entre localidades, as influências arquitectónicas iconográficas constituem verdadeiros recursos urbanísticos das cidades e países. Através destes ícones, áreas deprimidas transformam-se em verdadeiros pólos de atractividade e dinamismo cultural.

O enorme poder da arquitectura como uma força transformadora na cidade vai da simples escala do edifício ao planeamento da cidade. Novos edifícios podem dar forma clara a espaços previamente resolvidos. E espaços e edifícios existentes podem servir de base para novos usos, através de uma reabilitação que em muitas vezes pretende preservar a identidade local (ex.: no projecto 22@bcn, alguns dos edifícios industriais foram reabilitados e aproveitados para novos usos). Neste seguimento o arquitecto têm o papel fundamental de analisar as sinergias da cada lugar e desenvolver uma solução que se torne vital para as vivências que se pretendem ricas e diversificadas dos lugares.

É a aceitação da diversidade, a reafirmação da heterogeneidade da vida da cidade, é o que caracteriza a nova arquitectura urbana. A qualidade mais fundamental da cidade que se quer bem sucedida e competitiva do século XXI é então a diversidade, caracterizada por grandes dinamismos e diferentes sinergias.

A globalização, que levou a portabilidade de competências e à mobilidade de pessoas força as cidades a competir com a qualidade das suas comodidades, serviços, espaço público e de entretenimento. As necessidades das empresas e dos trabalhadores do conhecimento exige enormes transformações urbana. Na Era Industrial houve a necessidade de separar a indústria suja, da habitação, do trabalho e do lazer. Mas indústrias criativas e do conhecimento exigem ambientes urbanos que são incubadoras naturais para o intercâmbio

de ideias, projectos, e com a abertura e tolerância necessárias. Ironicamente os antigos espaços industriais são muitas vezes os espaços a que se recorre para este meio criativo, por serem espaços com grande disponibilidade de área e muitas vezes de menor custo. O custo mais baixo dos espaços e imóveis permite mais jovens, pessoas inovadoras para desenvolver ideias e projectos, pelo que se torna num factor a ter em conta. Como os espaços interessantes e atractivos para esta população no centro são incomportáveis com custos altos, a periferia próxima, torna-se a solução.

A solução do instrumento estratégico 'innovation hub', torna-se uma solução que tenta ir de encontro a todas estas questões contemporâneas.

Nesta perspectiva, e tendo em conta as necessidades de sustentabilidade ambiental, cabe referir a preocupação crescente das políticas urbanas com a revitalização de espaços urbanos degradados e frequentemente abandonados ou muito sub-utilizados. Procura-se, assim, maximizar o uso dos espaços já urbanizados, como forma de contrariar a expansão física horizontal da cidade e aumentar a proximidade física. As políticas de proximidade urbanas visam também promover uma maior proximidade entre pessoas / actividades que facilite o a interacção real e os intercâmbios de informação. *“Essa ‘centralização’ requer gente de topo, de talento, não só dentro das sedes, mas em geral, em toda a envolvente de serviços criando um meio inovador - em tecnologia, contabilidade, apoio jurídico, prospectiva económica, serviços especializados às empresas.”*⁵

A multifuncionalidade no espaço urbano, traduzida na sobreposição de actividades, por oposição ao zonamento clássico, constitui assim uma opção de desenho urbano e dos edifícios, que visa reduzir a dispersão das pessoas proporcionando-lhe as funções de trabalho, habitação e lazer em condições de grande proximidade. Para além da proximidade, o fomento da singularidade e da atractividade e o estímulo à utilização do espaço público, pelas políticas urbanas, reflectem-se ainda numa preocupação de estética no desenho do espaço público e dos edifícios e na disseminação pública da arte, a “arte pública”, de que Arabianranta, em Helsínquia, constitui um bom exemplo.

A arte pode criar um sentido de identidade para uma cidade, de proximidade individual e de visão unificada da cidade em que os programas de arte servem amplamente as comunidades locais contribuindo para um meio inovador para a região que melhora a qualidade de vida. Isto torna a cidade mais atractiva para os muito desejados trabalhadores do conhecimento e permite novas formas de produção em conhecimento.

A infra-estrutura digital é decisiva também para a inserção da cidade

5 Sassen, S. in <<http://janelaweb.com/manageme/saskia.html>>.

no processo de globalização e para o reforço das interacções entre actores do desenvolvimento da cidade, nomeadamente no plano da participação política e cívica, e envolve não apenas as componentes hard mas também as componentes soft, isto, é toda a gama de serviços que é possível prestar aos cidadãos, às empresas e outras instituições que operam na cidade. *“Qualquer cidade pode ter fibra optica, estar ‘cablada’, mas se não tem o resto - os recursos humanos e materiais concentrados e a rede social real que maximiza a interconexão - para que é que serve? Para tirarmos o máximo partido da digitalização não é necessária só a infraestrutura. É indispensavel todo o complexo de outros recursos.”*⁶

Como instrumento de envolvimento cívico, deve realçar-se que não basta a disponibilização da infra-estrutura, torna-se necessário o seu uso como instrumento para o desenvolvimento de redes sociais comunitárias que levem a benefícios positivos de vizinhança, incluindo a catalização de uma participação mais efectiva no processo de planeamento, de que Arabianranta em Helsínquia são casos a estudar.

6 Ibidem.

Considerações Conclusivas

O presente trabalho ao longo das duas partes, centra-se na relação do paradigma da criatividade com a cidade. Debruça-se sobre o recente fenómeno de ‘cidade criativa’, e o potencial que este representa para a vitalidade da cidade e espaços urbanos.

A dissertação foi estruturada em duas partes, antecedida de uma introdução e procedida destas considerações finais.

No primeiro capítulo, abordamos brevemente a evolução da cidade, referindo a influência que os períodos económico-capitalistas trouxeram às estruturas urbanas como hoje as conhecemos. De forma sintética recordamos que as cidades possuem um processo de evolução que levou à forma multicentralizada que actualmente apresenta (das formas primitivas e compactas, às formas expansivas da industrialização, do moderno, e da metropolização em curso).

Num segundo capítulo, apresentamos as definições e analisamos o conceito de ‘cidade criativa’, bem como a sua evolução, e os conceitos subjacentes: ‘criatividade’ e ‘indústrias criativas’. Relativamente ao conceito de ‘criatividade’ - um processo mental de geração de ideias – interessa reconhecer o seu potencial para a revitalização e projecção de cidade. Relativamente ao conceito de ‘Indústrias Criativas’, - conjunto de actividades culturais que evoluíram para indústrias criativas – trata-se de um sector emergente em vários países, sendo considerado como fundamental para a economia urbana dos mesmos. Tal evolução decorreu da evolução tecnológica das redes de comunicação, mas apresenta-se numa forma distinta das actividades culturais tradicionais, por uma singular conjugação dos factores - ‘Criatividade’, ‘Inovação’ e ‘Economia’. Analisados os conceitos de ‘criatividade’ e ‘indústrias criativas’, expôs-se o conceito de ‘cidade criativa’, o qual resulta da integração das ‘indústrias criativas’ em zonas urbanas e sua revitalização. Foram vários os autores que se debruçaram sobre este assunto e, como vimos, alguns deles, estudaram o sucesso destas cidades particulares enquanto ‘cidades criativas’. Num sentido mais lato, avançaram produtivos conceitos, como ‘classe criativa’, defendendo que a atracção de população criativa para as cidades comporta reflexos na economia e revitalização das cidades e ambientes urbanos.

Num terceiro capítulo expusemos casos de cidades com sucesso, enquanto zonas urbanas criativas, entre eles: o caso do projecto Bilbao Ria2000, em que a recuperação de toda a zona ribeirinha, e a reconversão de zonas

industriais em espaços urbanos de qualidade, trouxeram nova importância e relevância à cidade a nível mundial; O caso de Arabianranta em Helsinquia, com igual recuperação de uma frente de água com características industriais, para zonas de habitação de qualidade; (e entre alguns outros usos). No caso referido é de destacar a investigação e estudo sobre habitação de qualidade para todo o tipo de pessoas; O projecto 22@Barcelona, que pretende a recuperação de uma zona industrial e degradada da cidade, num bairro que pretende ser um centro mundial de negócios; e por fim o projecto One-North, em Singapura, pelo gabinete de Zaha Hadid, em que é projectada uma cidade com vários usos, que pretende ser uma plataforma mundial em investigação e desenvolvimento.

Após a breve exposição dos referidos quatro casos, dedicamos um último capítulo da primeira parte à reflexão sobre os desafios para uma 'cidade criativa'.

Na segunda parte, com base no enquadramento estudado da primeira parte, foca-se especificamente o fenómeno das 'cidades criativas' em Portugal, que foi estruturado em três capítulos, com maior extensão no segundo, que relaciona a criatividade com a cidade do Porto e do Norte a Sul, dando especial atenção ao potencial criativo que pode advir da Arquitectura.

No primeiro capítulo aborda-se brevemente alguns casos de criatividade que começam a emergir no país: o caso de Óbidos, enquanto zona urbana de baixa densidade, caso que pode servir de exemplo, quer pelo projecto em si, quer pelo percurso já efectuado, para a maior parte das cidades portuguesas; O caso de Braga que integra uma rede de cidades europeias com o intuito de impulsionar e melhorar as experiências na criatividade e cultura; O caso de Guimarães, enquanto «Capital Europeia da Cultura em 2012», projecto que, a exemplo de outras cidades têm impulsionado a revitalização dos centros históricos das cidades e dos seus equipamentos culturais; E por último o projecto que o município de Paredes pretende para a sua cidade, enquanto um 'iHub' no Design.

No segundo capítulo foca-se então ao caso do Porto e, sua Área Metropolitana e Norte. Apresentamos assim uma breve história da evolução da forma urbana desta cidade e suas arquitecturas emblemáticas; seguido de um período crucial para a cultura da cidade compreendido entre a década de 1990 e 2000, onde muitas das iniciativas culturais que actualmente prevalecem tiveram início.

A exposição foca inicialmente o contexto Português, nomeadamente a relação da cultura com o património e às actividades artísticas e indústrias culturais que se foram produzindo, tanto nos grandes centros urbanos, como em pequenos aglomerados. Por último expôs-se o período actual e a possibilidade do Porto e Norte criativo. De facto o Porto constitui uma cidade rica em património histórico e que possui características morfo-culturais específicas. Fo-

ca-se pois a cidade do Porto, abordando a cultura enquanto factor intrínseco da cidade e fulcral a implementar. Recorde-se de resto que nos últimos anos se registaram desenvolvimentos de algumas medidas concretas, como a remodelação de museus e teatros ou a construção de novas salas de espectáculos. Sendo que, actualmente estão a ser reunidos esforços no sentido de um Porto criativo, bem como toda a sua Área Metropolitana e toda a região Norte.

Posto isto, no último capítulo do trabalho, procura-se contribuir brevemente para a indagação sobre as potencialidades da arquitectura enquanto disciplina de construção de espaço, no actual 'bum' de criatividade em curso. A arquitectura apresenta-se neste sentido como área necessária para uma cidade que se quer criativa e competitiva globalmente. A Arquitectura, com a sua intervenção no meio ambiente, quer seja urbanística, quer seja a nível de edificado singular, ou da cultura da disciplina, pode funcionar como um pólo de atracção para muitos visitantes e consequentemente, catalisar a revitalização de sectores da cidade.

A Arquitectura pode inclusive ter um papel fundamental no sucesso do Porto enquanto Cidade Criativa, de vários modos. Para além do edifício singular ou ícone que por si atrai visitantes; pelo protagonismo do próprio arquitecto; ou enquanto montra cultural, que alberga actividades culturais e indústrias criativas. A própria cidade do Porto e Norte pode ser um palco propício à criatividade e por outro lado um palco rico em património edificado e histórico, que serve como atracção a novos públicos, o qual também deve ser habitado com novas ideias e actividades que tornem a cidade competitiva a nível nacional e internacional, arrastando toda uma região Norte nacional envolvente.

Bibliografia

Publicações

ALVES COSTA, A., 2009. A requalificação da baixa portuense: Uma oportunidade para o Porto, em 2001. Porto: FAUP.

ALVES, S., e FURTADO, G., 2011. The Role of Architecture in Oporto Creative City's Project. Porto: Citta.

BANDEIRINHA, A., 2007. O processo do SAAL e a arquitectura de 25 de Abril de 1974. Coimbra: Imprensa da Universidade.

BARATA, P., 2001. Museu de Serralves: Álvaro Siza. Lisboa: White & Blue.

BELL, D., 1973. The Coming of Post-Industrial Society: a venture in social forecast. New York: Basic Books.

BENEVOLO, L., 1999. História da Cidade. São Paulo: Perspectivas.

DELFANTE, C., trad. Feio, L., 2000. A Grande História da Cidade: da Mesopotâmia aos Estados Unidos. Lisboa: Instituto Piaget.

BRADFORD, N., 2004. Creative Cities Structured Policy Dialogue Backgrounder. Canadian Policy Research Networks.

BRAZ, R. e FURTADO, G., 2002. Arquitectura e Sociedade da Informação. Lisboa: Ministério da Cultura.

CASTELLS, M., 1996. The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. 1. Massachusetts, Oxford: Blackwell Publishers.

CAVES, R., 2000. Creative Industries: contracts between art and commerce. London: Harvard University Press.

COMISSÃO EUROPEIA, 2010. Livro Verde: Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas. Bruxelas: Comissão Europeia.

COSTA, P., MAGALHÃES, M., VASCONCELOS, B. e SUGAHARA, G., 2006. On 'Creative Cities' governance models: a comparative approach. Lisboa: ISCTE. In:

Dinâmia WP nº 2006/54.

DCMS, 1998. Creative Industries Mapping Document. Reino Unido.

DCMS, 2001. Creative Industries Mapping Document. Reino Unido.

DCITA and NOIE, 2002. Creative Industries Cluster Study: stage one report. Canberra: DCITA.

DOMINGUES, A., 2006. Cidade e Democracia: 30 anos de transformação urbana em Portugal. Lisboa: Argumentum Edições.

DPP, 2007. Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável. Lisboa:DPP.

ERICARTS, 2001. Making Information Society Work for Culture, an instant survey carried out for the Council of Europe. NIT: ERICArts.

ESTUDO MACROECONÓMICO – Relatório Final; Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte; Pacto Regional para a Competitividade da Região do Norte de Portugal; Julho 2008.

FERNANDEZ, S., 1988. Percurso : Arquitectura portuguesa : 1930-1974. Porto: FAUP.

FERRÃO, B., 1997. Projecto de transformação urbana do Porto na época dos Almas: 1758-1813 : Uma contribuição para o estudo da cidade pombalina. Porto: Faup.

FIGUEIRA, J., 2002. Escola do Porto: Um Mapa Crítico. Coimbra: Edições do DA/FCTUC.

FLORIDA, R., 2002. The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.

FLORIDA, R., 2005. Cities and the Creative Class. New York: Routledge.

FLORIDA, R., 2008. Who's your city. Nova York: Basic Book.

FRIEDMANN, J. 2007. A Spatial Framework for Urban Policy: New Directions, New Challenges. OCDE International Conference: What policies for globalising cities? Rethinking the urban policy agenda, Madrid.

FURTADO, G., 2009. Redes, fluxos e interações expandidas: a sobrevivência da cidade e o ethos global. In: Arq/a, nº74.

GAMA, M., 1989. Pontes de Gustav Eiffel no Norte de Portugal: edição comemorativa do centenário da Torre Eiffel, 1889-1989. Porto: Edição Edarte.

GUARDIÁ, M., 1994. Atlas histórico da ciudades europeas: Península Ibérica. Barcelona: Salvat.

GUNTHER, A., 2002. Porto, 1763/1852: A construção da cidade entre despotismo e liberalismo. Porto: Faup.

GLOBAL ALLIANCE FOR DIVERSITY, 2006. Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making. UNESCO.

HALL, P., 2001. Cities in Civilization: culture, innovation and urban order. Trafalgar Square.

HARTLEY, J., 2005. Creative Industries. UK: Blackwell Publishing.

INTELI, 2006. "Innovation Hubs" no centro das cidades. In: Urbanbrief: Cidade, Conhecimento e Inovação, nº0, Inteli.

INTELI, 2007. Creative Urban Regeneration: The case of "Innovation Hubs". Lisboa: Inteli.

JACOBS, J., 1984. The Death and Life of Great American Cities. Harmondsworth: Penguin Books.

JODIDIO, P., 1999. Álvaro Siza. Barcelona: Taschen.

LANDRY, C., 2008. The Creative City: A toolkit for urban innovators. (2 ed.). Londres: Comedia.

LANDRY, C. and Bianchini, F., 1995. The Creative City. London: Demos.

LOUREIRO, O., 1987. Nicolau Nasoni: Vida e Obra de um Grande Artista. Porto: Gráfico Reunidos, Lda.

LOZA, R., 2000. Porto Património Mundial: CRUARB 25 anos de reabilitação urbana. Porto: Câmara Municipal do Porto.

MARQUES, A., MELO, M., and DORMINSKY, M., A Ocupação dos Tempos de Lazer. In Oliveira, AGUIAR BRANCO, J. e BRANQUINHO A., 1999. Uma Cidade Boa para Viver. Porto: Porto Editora.

MESQUITA, M., 2006. Marques da Silva: O aluno, o professor, o arquitecto. Porto: Catalogo de Exposição.

MITCHELL, W., 1995. City of bits: Space, place and the Infobahn. Cambridge: The MIT Press.

MUMFORD, L., 1982. A Cidade na História: suas origens, desenvolvimentos e perspectivas. São Paulo: Martins Fontes.

MUMFORD, E., 2000. The CIAM discourse on urbanism, 1928-1960. Cambridge: The MIT Press.

ROWE, C and Koetler, F., 1978. Collage City. Cambridge: MIT Press.

VENTURI, R., trad. Esteve Rimbau i Saurí , 1978. Complejidad y contradicción en la arquitectura. Barcelona: Gustavo Gil.

OECD, 2001. The New Economy: beyond the hype. Paris: OECD.

OECD, 2001. Cities and Regions in The New Learning Economy. Paris: OECD.

ORDEM DOS ARQUITECTOS, 1º Congresso Nacional de Arquitectura. Maio/Junho de 1948. Promovido pelo Sindicato Nacional dos Arquitectos com o patrocínio do Governo. Edição Fac-Similada, Lisboa: Ordem dos Arquitectos, 2008.

PEREIRA, M., 2009. Desafios Contemporâneos do Ordenamento do Território: para uma governabilidade inteligente do(s) território(s). Lisboa. In Prospectiva e Planeamento, Vol. 16-2009.

POLÍTICA DE CIDADES POLIS XXI, 2008. Quadrilátero Urbano para a Competitividade, a Inovação e a Internacionalização: Programa Estratégico de Cooperação. Política de Cidades POLIS XXI | Programa Operacional da Região Norte 2007-2013. Redes Urbanas para a Competitividade e a Inovação.

PORTAS, N., 2005. Os Tempos das Formas: A cidade feita e refeita. Guimarães: DAUM.

PORTAS, N., Domingues, A. e Cabral, J., 2003. Políticas urbanas: tendências,

estratégias e oportunidades. Lisboa: FCG.

SELADA, C., e CUNHA, I. Criatividade em Áreas de Baixa Densidade: o Caso da Vila de Óbidos. Lisboa: Inteli.

TAVARES, R., 1985-1986. Da avenida da cidade ao plano para a zona central: A intervenção de Barry Parker no Porto. Porto: Câmara Municipal do Porto, Sep. "Boletim Cultural da Câmara Municipal do Porto", 3-4, 2ª Série.

TÁVORA, F., 1993. Fernando Távora : percurso=a life long trail. Lisboa: Centro Cultural de Belém.

TOSTÕES, A., 1997. Os verdes anos na arquitectura portuguesa dos anos 50. Porto: FAUP.

UNCTAD, 2004. Creative Industries and Development. São Paulo: United Nations.

UNCTAD, 2008. Creative Economy: report 2008. United Nations.

BAPTISTA, L., S., 2009. Condições Periféricas: OFIS arhitekti e equipo4d. In: Arq/a, nº68.

BAPTISTA, L., S., 2009. Condições Periféricas: Da cidade moderna ao território contemporâneo. In: Arq/a, nº67.

BASTOS, B., 2009. A Grandeza da Periferia. In: Arq/a, nº67.

FLORIDA, R., 2008. In: Jornal de Negócios.

FURTADO, G., 2000. As Novas Formas Urbano-Territoriais: a cidade e o arquitecto. In: Arq/a, nº68.

FURTADO, G., 2009. Redes, fluxos e interações expandidas: a sobrevivência da cidade e o ethos global. In: Arq/a, nº74.

2009, Cidades Criativas. Arquitectura 21, nº3.

<<http://www.addict.pt/>>

<<http://agimo.govspace.gov.au/>>

<<http://www.arabianranta.fi>>
<<http://www.avepark.pt/>>
<<http://www.22barcelona.com/>>
<<http://www.bilbaoria2000.org/ria2000/index.aspx>>
<<http://www.cf.ac.uk/cplan>>
<<http://www.cm-obidos.pt>>
<<http://www.comedia.org.uk/>>
<<http://www.culture.gov.uk/>>
<<http://www.designmanagementeuropa.com/site/index.php>>
<<http://www.dgotdu.pt>> .
<<http://dinamiacet.iscte.pt/>>
<<http://www.dpp.pt>>
<<http://ec.europa.eu/>>
<<http://www.ericarts.org/web/index.php>>
<<http://www.eucreativeindustries.eu/>>
<<http://www.fundacion-metropoli.org>>
< <http://www.guimaraes2012.pt/>>
<<http://www.helsinkilivinglab.fi/>>
<<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa-ao/cidade>>
<<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa-ao/criatividade>>
< <http://inl.int/>>
<<http://www.inta-aivn.org>>
<www.inteli.pt>
<<http://www.intelligentcities.net/>>
<<http://www.interreg3c.net>>
<<http://i4c.eu/>>
<<http://janelaweb.com/manageme/saskia.html>>
<<http://www.liftoff.aaum.pt/>>
<www.oecd.org/>
<<http://www.paredescidadecriativa.eu/pt/>>
<<http://www.rotadosmoveis.pt/>>
<<http://www.unctad.org/>>
<<http://www.unesco.org/>>
<<http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/>>
<<http://www.youthforum.org/>>
<<http://www.zaha-hadid.com/masterplans/one-north-masterplan/>>