



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Engenharia

**Dinâmicas culturais como detonantes do
desenvolvimento local
Proposta para a cidade da Covilhã**

Joana Manteigueiro de Carvalho

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Arquitectura
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof^a. Doutora María Candela Suárez
Co-orientador: Prof. Jorge E. Ramos Jular

Covilhã, Outubro de 2011

Agradecimentos

À minha orientadora, Prof^a. Doutora María Candela Suárez, pela amizade, competência e disponibilidade sempre demonstrados, e sobretudo pelo ânimo transmitido.

Ao meu co-orientador, Prof. Jorge E. Ramos Jular, por quem tenho um profundo respeito e admiração, pelos conhecimentos que me transmitiu ao longo do curso e por me ter proporcionado a oportunidade de ser monitora, experiência que me fez crescer profissional e pessoalmente.

Ao Prof. Santiago, pela informação disponibilizada.

À Dona Celsa pelo apoio concedido sempre que necessário.

A todos os professores e colegas de curso, que de alguma forma estiveram presentes e me apoiaram quando precisei.

Aos amigos de sempre, Joana Silva, Alface, Mafalda, Sara, Rita Ivo, Ana Cláudia, Alfredo, Diogo Almeida, Ana Leonor e Susana, e aos amigos felizmente “encontrados” na UBI, André, Tiago, Rosinha e Vizinha, tão importantes na minha vida, por toda a dedicação, companheirismo e apoio que mantiveram comigo.

Aos afilhados e afilhadas que “ganhei” na UBI, por me terem proporcionado bons momentos para recordar.

Aos meus pais, avó, tio Pedro e tia Anabela, por todo o carinho, ajuda e compreensão; sem vocês teria sido impossível concluir o curso com o mesmo sucesso.

Em especial ao Marco, por tudo.

Resumo

Nos últimos anos tem-se assistido a um movimento global que repensa o planeamento, o desenvolvimento e a gestão das cidades: as “cidades criativas”. Este conceito surgiu no final dos anos 80 do século XX como resposta ao facto das cidades se estarem a debater e a reestruturar com as mudanças das condições globais económicas e sociais. Na última década esta temática tem sido bastante desenvolvida e aplicada, destacando-se nos meios académicos e políticos. Como principais impulsionadores deste conceito surgiram teóricos como Richard Florida ou Charles Landry.

As “cidades criativas” são cidades em que o desenvolvimento urbano é estimulado e apoiado através de actividades criativas e culturais, com o intuito de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos. Deste modo, o conceito de cidade criativa tem como elemento fundamental a cultura, cultura esta que deve conduzir à humanização e revitalização das cidades, tornando-as mais eficientes e produtivas, conseguindo estimular a imaginação e talento dos cidadãos. Nas “cidades criativas” valoriza-se a diversidade cultural e social e ambiciona-se a constituição de espaços urbanos com qualidade, onde é agradável viver, trabalhar e estudar. Considerar a realidade cultural e criativa de uma cidade na criação dos seus diversos espaços, numa perspectiva de planeamento contemporâneo, pode promover as bases para a criação de novas competitividades e intervenções urbanas.

O papel dos arquitectos no desenvolvimento das cidades criativas é fundamental, bem como misto. Para além de fazerem parte da classe criativa que “constrói” e dinamiza estas cidades, também beneficiam em grande parte da plataforma que é criada. Os arquitectos têm um papel essencial na cidade visto que são eles que idealizam grande parte do ambiente construído, pesando também sobre eles a responsabilidade da criação de espaços humanizados e agradáveis, e, no contexto desta dissertação, novos espaços para a experimentação, a inovação e o espírito empresarial, que fomentem ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interação social, “contagiando” positivamente toda a região e sociedade em que se inserem.

Nesta dissertação realizou-se uma investigação teórica profunda acerca deste novo paradigma de desenvolvimento das cidades, focando-se o tipo de espaços e infra-estruturas que a classe criativa procura.

Foi realizado um diagnóstico à cidade da Covilhã que permitiu concluir que esta cidade reúne condições favoráveis, cumpre alguns dos requisitos básicos e demonstra potencial para que se possa apostar no desenvolvimento de uma “economia criativa” e para atingir muitas das características das “cidades criativas”. Com base neste diagnóstico e nos conhecimentos

teóricos adquiridos com a investigação foram criadas uma série de estratégias de desenvolvimento cultural e criativo e propostas de intervenção arquitectónica para a Covilhã.

O conjunto de soluções arquitectónicas apresentado consiste na proposta de três infra-estruturas de suporte à cultura e à criatividade de carácter público, estrategicamente relacionadas, situadas em diferentes espaços (actuais vazios urbanos/ruínas) no centro histórico da cidade, mais precisamente na zona intra-muralhas.

Palavras-chave

Cultura; Arquitectura; Espaço urbano; Cidades Criativas; Desenvolvimento urbano e social.

Abstract

Recently there has been a global movement that rethinks the planning, development and management of cities: the “creative cities”. This concept emerged in the late 80’s of the twentieth century in response to the fact that cities were restructuring with the changes of the economic and social global conditions. Over the last decade this issue has been extensively developed and applied, especially in academic and political circles. Theorists like Richard Florida or Charles Landry emerged as key drivers of this concept.

The “creative cities” are cities where urban development is stimulated and supported by creative and cultural activities, in order to improve the citizens quality of life. Therefore, the creative city concept has culture as an essential element, which should lead to the humanization and revitalization of cities, making them more efficient and productive, achieving the stimulation of the citizens imagination and talent. In the “creative cities” the cultural and social diversity is valued and the ambition is the creation of urban spaces with quality, where it is pleasant to live, work and study. Take into account the creative and cultural reality of a city in the creation of its several spaces, in a contemporary planning perspective, can promote the foundations for the creation of new competitiveness and urban interventions.

The role of architects in the development of creative cities is essential, as well as mixed. In addition to being part of the creative class who “builds” and stimulates these cities, they also benefit largely from the platform that is created. Architects have a key role in the city because they are who idealize much of the built environment. They are also responsible for creating humanized and pleasant spaces and, in the context of this thesis, new spaces for experimentation, innovation and entrepreneurship that foster environments conducive to creativity, culture and social interaction, influencing positively the whole region and society in which they are located.

In this thesis was carried out a deep investigation about this new paradigm of development of cities, focusing on the type of spaces and infrastructures that creative class seeks.

It was made a diagnostic to the city of Covilhã which concluded that the city have favorable conditions, fulfills some basic requirements and demonstrates potential to invest in the development of a “creative economy” and to achieve many of the characteristics of the “creative cities”. Based on this diagnostic and on the knowledge acquired from the investigation, it was created a set of cultural and creative development strategies and architectural intervention proposals for the city of Covilhã.

The created set of architectural solutions consists in the proposal of three public cultural and creative infrastructures, strategically related, located in different spaces (current urban voids / ruins) in the historic city center, more precisely in the intra-walls area.

Keywords

Culture; Architecture; Urban Space; Creative Cities; Urban and social development.

Índice

Capítulo 1	1
1.1 - Objectivos	3
1.2 - Metodologia	4
1.3 - Estrutura	5
Capítulo 2 - Contextualização da cultura nas sociedades contemporâneas	7
2.1 - A dimensão cultural da globalização	10
2.2 - Novas realidades e posições ideológicas	13
2.3 - Modificações no sistema artístico	15
2.4 - A valorização da imagem	16
2.4.1 - Impacto da importância da imagem na arquitectura contemporânea	18
Capítulo 3 - As cidades e o seu novo desafio: dinâmicas culturais e criativas	23
3.1 - O recente interesse na “criatividade” e na “cultura” como dinâmicas territoriais	25
3.2 - Cidades criativas	29
3.2.1 - Contextualização histórica	29
3.2.2 - Conceito e especificidades	30
3.2.3 - Perspectivas de Charles Landry	34
3.3 - Indústrias criativas	37
3.3.1 - Contextualização histórica	37
3.3.2 - Conceito e especificidades	38
3.3.3 - <i>Clusters</i> Criativos	41
3.3.4 - Indústrias Criativas: um novo sector dinâmico no comércio mundial	44
3.3.4.1 - O sector cultural e criativo em Portugal	47
3.4 - Classes criativas	57
3.4.1 - Conceito e especificidades	57
3.4.2 - A teoria dos 3T’s de Richard Florida	58
3.4.3 - A Classe Criativa na Europa	62
3.4.4 - Os espaços para as classes criativas	65
3.4.4.1 - Infra-estruturas criativas	67
3.5 - Políticas de criação e promoção das cidades criativas	83
3.5.1 - Democratização da cultura	84
3.5.2 - Protecção da diversidade cultural	84

3.5.3 - Desenvolvimento urbano sustentável	87
3.5.3.1 - Reabilitação/Regeneração urbana	88
3.5.4 - Estratégias criativas em áreas urbanas de baixa densidade	89
3.5.4.1 - O caso da Vila de Óbidos (Portugal)	92
Capítulo 4 - Projecto	95
4.1 - Análise de infra-estruturas culturais e criativas de referência para o desenvolvimento do projecto	97
4.2 - Caracterização e análise da área de estudo	109
4.2.1 - Introdução: A cidade da Covilhã	109
4.2.2 - Reabilitação urbana na cidade da Covilhã	111
4.2.2.1 - A importância da Universidade da Beira Interior	111
4.2.2.2 - Programa Polis - Conjunto de projectos do arquitecto Nuno Teotónio Pereira	112
4.2.2.3 - Requalificação do centro histórico	115
4.2.3 - Análise SWOT da cidade da Covilhã	117
4.2.4 - Conclusão	119
4.3 - Relatório de procedimentos	119
4.3.1 - Introdução	119
4.3.2 - Objectivo 1	120
4.3.3 - Objectivo 2	121
4.3.3.1 - Análises	121
4.3.3.2 - Estratégias	122
4.4 - Memória descritiva	133
4.4.1 - Formalização e sistema estrutural	134
4.4.2 - Edifício 1 - Academia Cultural e Criativa	135
4.4.3 - Edifício 2 - <i>Fab Lab</i> e Espaço de <i>Coworking</i>	138
4.4.4 - Edifício 3 - Espaço <i>Chill Out</i>	141
Capítulo 5 - Conclusão	143
Referências Bibliográficas	149
Anexos	157
Anexo 1 - Artigo realizado para a “Second International Conference of Young Urban Researchers” (Lisboa).	
Anexo 2 - Artigo realizado para o “II Congreso Internacional de Ciudades Creativas” (Madrid).	

Lista de Figuras

Fig. 1 - Gráfico global dos monopólios Starbucks e McDonald's.

(Fonte: <http://www.princeton.edu/~ina/infographics/starbucks.html>)

Fig. 2 - “Four Colored Campbell's Soup Can” (1965), Andy Warhol.

(Fonte: http://english.mart.trento.it/UploadImgs/724_18_Warhol___Four_Colored_Campbell_s_Soup_Can.jpg)

Fig. 3 - Cartazes de campanha da “United Colors of Benetton”.

(Fonte: <http://www.abovethenaveldaily.com/2010/12/united-colors-of-benetton.html>, <http://karen-littleblackbook.blogspot.com/2011/02/united-colours-of-benetton.html>, e http://www.theurban.com/2010/08/oliviero-toscani/olivieripriest_nun/)

Fig. 4 - Sede da BMW, em Munique, Alemanha, do ateliê Coop Himmelb(l)au.

(Fonte: http://www.stadtdatenbank.de/bundesland_bayern/by-muenchen/fashion-week-munich-geht-in-die-erste-runde-l35911.html)

Fig. 5 - Edifício central da fábrica da BMW, em Leipzig, Alemanha, da arquitecta Zaha Hadid.

(Fonte: <http://imageshack.us/photo/my-images/406/stanartbroj114i15.jpg/>)

Fig. 6 - Museu da Mercedes-Benz, em Stuttgart, Alemanha, do ateliê UN Studio.

(Fonte: <http://www.meinauto.de/news/artikel/3860>)

Fig. 7 - Centro da cidade do Dubai.

(Fonte: <http://royalton.wordpress.com/2009/09/02/18/dubai-downtown-burj-dubai/>)

Fig. 8 - Hotel Burj al-Arab, no Dubai.

(Fonte: <http://planetagadget.com/2007/10/24/hotel-burj-al-arabdubai/>)

Fig. 9 - Museu Guggenheim em Bilbao, de Frank Gehry.

(Fonte: <http://thebesttraveldestinations.com/guggenheim-museum-bilbao-spain/>)

Fig. 10 - Museu Judaico em Berlim, de Daniel Libeskind.

(Fonte: <http://www.webluxo.com.br/menu/turismo/berlim.htm>)

Fig. 11 - Sede da Televisão Central da China em Pequim, de Rem Koolhaas.

(Fonte: <http://designcrack.com/v2/2006/10/24/the-cctv-headquarters-by-rem-koolhaas/>)

Fig. 12 - Cidade das Artes e das Ciências em Valência, de Santiago Calatrava e Félix Candela.

(Fonte: <http://theurbanearth.wordpress.com/2009/03/28/a-cidade-das-artes-e-das-ciencias-valencia-espanha/>)

Fig. 13 - Edifício “TEK”, Taipei (Taiwan), do ateliê BIG.

(Fonte: <http://www.big.dk/projects/tek>)

Fig. 14 - “Porto 2001 - Capital Europeia da Cultura”.

(Fonte: <http://www.Flickr.com/photos/carloscoutinho/3276929845>, <http://www.flickr.com/photos/trazmumbalde/216391023> e http://www.flickr.com/photos/95911695@N00/galleries/72157623253746290/#photo_2868724368)

Fig. 15 - Londres, Milão e Nova York são consideradas “Cidades Criativas”.

(Fonte: <http://ninapretty.blogspot.com/2011/05/londres.html>, <http://www.mundodastribos.com/dicas-de-passeios-em-milao-italia.html> e <http://www.flickr.com/photos/talhabintariq/3684462244/in/photostream>)

Fig. 16 - Berlim, uma “Cidade Criativa”.

(Fonte: <http://www.berlin.de/orte/sehenswuerdigkeiten/brandenburger-tor/index.en.php>,
<http://www.taipeitimes.com/News/feat/photo/2004/05/20/2003131746> e
<http://www.aiany.org/eOCULUS/2005/2005-10-04.html>)

Fig. 17 - Kanazawa, Japão - Cidade UNESCO do Artesanato e Arte Popular.

(Fonte: <http://www.timeinholiday.com/when-cherry-flower-blooms-in-kanazawa/when-cherry-flower-blooms-in-kanazawa-1>, <http://japantravelinfo.com/blog/?p=1094> e
<http://members.virtualltourist.com/m/787a/ee10d>)

Fig. 18 - Buenos Aires, Argentina - Cidade UNESCO do Design.

(Fonte: <http://www.alexroppe.com/site/?cat=10>, <http://blogsemdestino.com/2010/02/06/viagem-a-buenos-aires-argentina> e <http://promocaodepassagens.org/gol-passagens-aereas-buenos-aires.html>)

Fig. 19 - Barcelona e Dublin - “Cidades criativas”.

(Fonte: <http://www.flickr.com/photos/guillaumebrunet/418334879>,
http://olhares.aeiou.pt/barcelona_foto894244.html e <http://www.destinosdeviagem.com/irlanda-dublin-a-capital-dos-pubs>)

Fig. 20 - Elbe Philharmonic Concert Hall, Hamburgo (Alemanha), do ateliê Herzog & de Meuron.

(Fonte: <http://www.archdaily.com/62374/in-progress-elbe-philharmonic-hall-herzog-and-de-mueron>)

Fig. 21 - Surgimento e objectivo dos *Clusters Criativos*.

(Fonte: INTELI, *Creative Clusters and the Creative Place: State of the Art at EU level*, 2009, pág.18)

Fig. 22 - “22@bcn”, Barcelona (Espanha).

(Fonte: <http://bocaberta.org/2008/08/torre-agbar-um-design-futurista.html> e
<http://www.archdaily.com/49150/media-tic-enric-ruiz-geli>)

Fig. 23 - “MuseumsQuartier” de Viena (Áustria).

(Fonte: <http://www.hotelcapri.at/art-culture-vienna.en.htm> e
<http://ninofilm.net/blog/2011/08/01/dslr-meet-up-in-vienna-around-the-corner/museumsquar>)

Fig. 24 - Parque de Indústrias Criativas “800SHOW”, Shangai (China).

(Fonte: <http://www.architectural.com/logon-architecture-800show-creative-park>)

Fig. 25 - Tolerância, Criatividade e Crescimento Económico.

(Fonte: Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004, pág.12.)

Fig. 26 - Amesterdão, uma “cidade criativa” muito tolerante.

(Fonte: <http://www.flickr.com/photos/11602696@N00/3086116415>, http://community.battlestargalactic.com/_gayparadejpg/photo/1163760/16698.html e http://picasaweb.google.com/lh/photo/D-KgWF_i0hIhDXO8uBv1pw)

Fig. 27 - A convergência da “Classe criativa” e da “Cidade criativa” (dos 3 T´s aos 3 C´s).

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.19).

Fig. 28 - Índice de Euro-Criatividade.

(Fonte: Rui Gama, “Cidades e Regiões Inteligentes - A Geografia da Europa Criativa”, in Rui Jacinto (coord.), *Cidade e Território: urbanização, ordenamento, coesão*. Centro de Estudos Ibéricos, Guarda, 2010).

Fig. 29 - Índice de Tendência da Euro-Criatividade.

(Fonte: Rui Gama, “Cidades e Regiões Inteligentes - A Geografia da Europa Criativa”, in Rui Jacinto (coord.), *Cidade e Território: urbanização, ordenamento, coesão*. Centro de Estudos Ibéricos, Guarda, 2010).

Fig. 30 - Ecossistema Criativo.

(Fonte: INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*, Junho 2011, pág.17.)

Fig. 31 - Espaços e actividades das *Residências Artísticas* da “Oficinas do Convento - Associação Cultural de Arte e Comunicação”, Montemor-o-Novo (Évora, Portugal).

(Fonte: <http://www.oficinasdoconvento.com>)

Fig. 32 - Espaços e actividades da *Residência Artística “Casa do Artista”, Vila Nova de Cerveira* (Viana do Castelo, Portugal).

(Fonte: <http://pt-pt.facebook.com/media/set/?set=a.174615329273811.40071.170155813053096> e <http://arthoughts.wordpress.com/2009/09/08/bienal-de-serveira-winners>)

Fig. 33 - Espaços e actividades do Programa de *Residências Artísticas* do Convento de São Francisco de Mértola (Beja, Portugal).

(Fonte: <http://www.conventomertola.com>)

Fig. 34 - INSerralves - Incubadora de Indústrias Criativas, Fundação de Serralves, Porto.

(Fonte: <http://videos.sapo.pt/zOz88unmBWtDuQ8CLjpa> e <http://www.habitarportugal.org/ficha.htm?id=286>)

Fig. 35 - IPN-Incubadora (Instituto Pedro Nunes) - Incubadora de Ideias e Empresas, Coimbra.

(Fonte: <http://www.oasrn.org/concursos.php?pag=noticia&id=48> e <http://www.youtube.com/watch?v=yaJyGXhil3E>)

Fig. 36 - ArtSpin - Incubadora de Indústrias Criativas, Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa, Porto.

(Fonte: <http://www.porto.ucp.pt/spinlogic>)

Fig. 37 - “CoWork Lisboa” (localizada no LX Factory).

(Fonte: <http://www.ionline.pt/conteudo/87170-cowork-lisboa-um-dia-partilhar-secretaria-com-estranhos> e <http://www.flickr.com/photos/coworklisboa>)

Fig. 38 - Espaço de *CoWorking* do “Factory Business Center” - Centro de Negócios de Braga.

(Fonte: <http://www.factoryworkstyle.com/espaco>)

Fig. 39 - Exemplos de máquinas de prototipagem rápida.

(Fonte: Labelec S.A., *Estudo de Benchmarking Internacional sobre o funcionamento dos Fablab. Proposta de Modelo de Negócio*. 16-06-2010).

Fig. 40 - Projectos realizados no Fab Lab Barcelona (localizado no “IAAC” - Instituto de Arquitectura Avançada da Catalunha).

(Fonte: <http://fablabbcn.org/galeria>)

Fig. 41 - “Fab Lab House”, IAAC, MIT’s CBA, Fab Lab Barcelona.

(Fonte: <http://flyerone09.blogspot.com/2010/03/fab-lab-house-una-casa-solar-diferente.html> e <http://www.dailytonic.com/the-fab-lab-house-by-the-iaac-es>)

Fig. 42 - Sistema de videoconferência para estabelecer ligação entre os vários Fab Lab da rede mundial.

(Fonte: <http://fablabbcn.org/galeria>)

Fig. 43 - “FabLab EDP”, Sacavém (Loures, Portugal).

(Fonte: <http://fablabedp.edp.pt/pt/node/19> e <http://www.edp.pt/pt/media/noticias/2011/Pages/EDPinauguraFabLab.aspx>)

Fig. 44 - “OPO’Lab Fab’Lab” - Oporto Laboratory of Architecture and Design, Porto.

(Fonte: <http://www.projecto10.pt/ad-livre.htm>)

Fig. 45 - “Fábrica Braço de Prata”, Lisboa.

(Fonte: <http://exposicoesfbp.blogspot.com>)

Fig. 46 - “Contagiarte”, Porto.

(Fonte: <http://www.cfc.contagiarte.pt/> e <http://www.facebook.com/media/set/?set=a.424627081155.236642.285377886155&type=1>)

Fig. 47 - Eventos temáticos da vila de Óbidos.

(Fonte: <http://www.obidos.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=5a75f815-64ca-4738-9808-e2a050d4c441> e <http://www.flickr.com/photos/ivoanastacio/5522905184/>)

Fig. 48 - “The Periscope Project”, ateliê ENS Projects, San Diego, Califórnia.

(Fonte: <http://www.designboom.com/weblog/cat/9/view/15620/ens-projects-the-periscope-project.html>)

Fig. 49 - “The Periscope Project”, esquema formal e funcional.

(Fonte: <http://www.designboom.com/weblog/cat/9/view/15620/ens-projects-the-periscope-project.html>)

Fig. 50 - “Platoon Kunsthalle”, Graft Architects e Baik Jiwon, Seoul, Coreia.

(Fonte: <http://www.archdaily.com/27386/platoon-kunsthalle-graft-architects>)

Fig. 51 - “Platoon Kunsthalle”, alguns eventos realizados no edifício.

(Fonte: <http://dejavudejavecu.wordpress.com/2009/12/07/platoon-kunsthalle-seoul> e <http://blog.bellostes.com/?p=2985>)

Fig. 52 - “Platoon Kunsthalle”, plantas do Piso 0, 1, 2 e 3.

(Fonte: <http://www.archdaily.com/27386/platoon-kunsthalle-graft-architects>)

Fig. 53 - “The Bohem Foundation”, Ada Tolla e Giuseppe Lignano, ateliê Lot-Ek, Nova York.

(Fonte: <http://bohem.org/lotek.php> e <http://www.scielo.cl/pdf/arq/n70/art10.pdf>)

Fig. 54 - “The Bohem Foundation”, desenhos técnicos do módulo criado a partir de um contentor.

(Fonte: http://www.architizer.com/en_us/projects/pictures/bohem-foundation/6524/47524)

Fig. 55 - “The Bohem Foundation”, esquema do sistema que possibilita diferentes configurações do espaço de exposição.

(Fonte: <http://blog.bellostes.com/?s=Bohem+foundation+pavilions>)

Fig. 56 - “The Bohem Foundation”, planta.

(Fonte: <http://www.scielo.cl/pdf/arq/n70/art10.pdf>)

Fig. 57 - “Kubik”, Marc Günnewig e Jan Kampshoff, ateliê Modulorbeat.

(Fonte: <http://inhabitat.com/the-kubik-is-a-glowing-pre-fabulous-party-venue/new-15-21/?extend=1>)

Fig. 58 - “De Kamers Vathorst”, Rien Korteknie e Mechthild Stuhlmacher, Amersfoort Noord, Holanda.

(Fonte: <http://www.mimoo.eu/projects/Netherlands/Amersfoort/Cultural%20centre%20De%20Kamers>)

Fig. 59 - “De Kamers Vathorst”, esquemas conceptuais.

(Fonte: <http://www.kortekniestuhlmacher.nl/kamers.html#engtext>)

Fig. 60 - “De Kamers Vathorst”, espaços interiores.

(Fonte: <http://blog.bellostes.com/?s=De+Kamers+Vathorst>)

Fig. 61 - “KA”, planta de implantação e esquemas conceptuais.

(Fonte: <http://www.kortekniestuhlmacher.nl/ka.html#ka>)

Fig. 62 - “KA”, funcionamento dos elementos pivotantes.

(Fonte: <http://www.kortekniestuhlmacher.nl/ka.html#ka>)

Fig. 63 - Biblioteca pública móvel, Ivan Hernandez Quintela e Mauricio Rocha, Puebla, México.

(Fonte: <http://blog.bellotes.com/?p=1552>)

Fig. 64 - “Modulbox”, Oliver Klotz e Marc Schwabedissen.

(Fonte: <http://modulbox.pt/66-0-aplicaes-----.html>)

Fig. 65 - “Modulbox”, sistema modular.

(Fonte: <http://modulbox.pt/88-0-download.html>)

Fig. 66 - “Modulbox”, algumas configurações possíveis.

(Fonte: <http://modulbox.pt/31-0-tipos.html>)

Fig. 67 - “Modulbox”, sistema portátil.

(Fonte: <http://modulbox.pt/30-0-mobilidade.html>)

Fig. 68 - Plano de Mobilidade Pedonal para a Covilhã, Nuno Teotónio Pereira.

(Fonte: Nuno Teotónio Pereira, *Uma Ideia para a Cidade da Covilhã*. Ordem dos Arquitectos, Caleidoscópico, Lisboa 2006, pág.46.)

Fig. 69 - Planta de localização das áreas de reabilitação no centro da cidade abrangidas pela “SRU Nova Covilhã”.

(Fonte: Revista Monumentos: cidades - património - reabilitação. *Dossiê: Covilhã, a Cidade-Fábrica*, nº. 29, Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, Lisboa, Julho 2009, pág.63.)

Fig. 70 - Alçado principal de alguns dos edifícios a recuperar.

(Fonte: Revista Monumentos: cidades - património - reabilitação. *Dossiê: Covilhã, a Cidade-Fábrica*, nº. 29, Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, Lisboa, Julho 2009, pág.66.)

Fig. 71 - Esquema da estrutura da dissertação e dos procedimentos.

(Fonte: Autor)

Fig. 72 - Levantamento de vazios/ruínas no centro histórico da Covilhã.

(Fonte: Autor)

Fig. 73 - Mapa geral da Rota 1 - Rota Pedestre do Centro Histórico (Percurso: Calvário - Jardim Público).

(Fonte: “Covilhã Notícias” (Boletim da Câmara Municipal da Covilhã), Novembro 2008, N.º 04, pág.6.)

Fig. 74 - Análise dos percursos.

(Fonte: Autor)

Fig. 75 - Proposta para o desenvolvimento de um *Cluster* Criativo na Covilhã.

(Fonte: Autor)

Fig. 76 - Localização e fotos dos espaços escolhidos.

(Fonte: Autor)

Fig. 77 - Esquema da definição do programa.

(Fonte: Autor)

Fig. 78 - O sistema *Modular* e o projecto *Cabanon*, de Le Corbusier.

(Fonte: <http://www.educ.fc.ul.pt/icm/icm2000/icm33/Corbusier.htm>,
http://www.flickr.com/photos/gino_ginelli/3510775192 e <http://arch193-stgall-cabanon.blogspot.com/2010/01/isolationcommunity-examining-singular.html>)

Fig. 79 - Módulo cúbico utilizado no projecto.

(Fonte: Autor)

Fig. 80 - Aplicação da grelha modular nos diferentes terrenos a intervir.

(Fonte: Autor)

Fig. 81 - Vários tipos de disposições estudadas para a composição volumétrica.

(Fonte: Autor)

Fig. 82 - Estudo das várias formas de aplicar flexibilidade nos projectos de intervenção.

(Fonte: Autor)

Fig. 83 - Várias materialidades possíveis para as fachadas.

(Fonte: Autor)

Fig. 84 - “Ecosistema Criativo”.

(Fonte: Autor)

Fig. 85 - Alçado principal do Edifício 2 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*.

(Fonte: Autor)

Fig. 86 - Academia Cultural e Criativa, perspectiva e localização.

(Fonte: Autor)

Fig. 87 - Academia Cultural e Criativa, planta do piso -1.

(Fonte: Autor)

Fig. 88 - Academia Cultural e Criativa, planta do piso 0.

(Fonte: Autor)

Fig. 89 - Academia Cultural e Criativa, planta do piso 1.

(Fonte: Autor)

Fig. 90 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, perspectiva e localização.

(Fonte: Autor)

Fig. 91 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, planta do piso 0.

(Fonte: Autor)

Fig. 92 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, planta do piso 1.

(Fonte: Autor)

Fig. 93 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, planta do piso 2.

(Fonte: Autor)

Fig. 94 - Espaço *Chill Out*, perspectiva e localização.

(Fonte: Autor)

Fig. 95 - Espaço *Chill Out*, planta do piso 0.

(Fonte: Autor)

Fig. 96 - Espaço *Chill Out*, planta do piso 1.

(Fonte: Autor)

Lista de Quadros

Quadro 1 - UNESCO Creative Cities Network, em Junho de 2011.

(Fonte: UNESCO, <http://www.unesco.org/culture/en/creativecities>)

Quadro 2 - Classificação das indústrias criativas, segundo a UNCTAD.

(Fonte: UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.8, adaptado pelo autor)

Quadro 3 - Contributos de alguns sectores para o VAB e emprego nacionais (2006).

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, 2010, pág.86)

Quadro 4 - Contributo dos subsectores para a criação de riqueza (VAB) e emprego no SCC, em 2006.

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal* (Sumário Executivo), 2010, pág.2)

Quadro 5 - Dinâmicas de crescimento no Sector Cultural e Criativo, no período 2000-2006.

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, 2010, pág.81 e 83)

Quadro 6 - Posicionamento de Portugal face às exportações mundiais de bens culturais e criativos (2008).

(Fonte: Boletim Mensal de Economia Portuguesa, N.º 04, Abril 2011, pág.39).

Quadro 7 - Evolução das exportações e importações de bens culturais e criativos - Portugal e UE-27.

(Fonte: Boletim Mensal de Economia Portuguesa, N.º 04, Abril 2011, pág.41).

Quadro 8 - Índices de Criatividade de Richard Florida.

(Fonte: Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004, pág.44, adaptado pelo autor).

Quadro 9 - Índice de Euro-Criatividade.

(Fonte: Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004, pág.32).

Quadro 10 - Índice de Tendência da Euro-Criatividade.

(Fonte: Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004, pág.37).

Quadro 11 - Atributos dos lugares valorizados pela Classe Criativa.

(Fonte: INTELI, *Creative Clusters and the Creative Place: State of the Art at EU level*, 2009, pág.12, adaptado pelo autor.)

Quadro 12 - Preços indicativos de algumas das máquinas do Fab Lab do MIT.

(Fonte: Labelec S.A., *Estudo de Benchmarking Internacional sobre o funcionamento dos Fablab. Proposta de Modelo de Negócio*. 16-06-2010, pág.13).

Quadro 13 - Políticas culturais tradicionais e emergentes.

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.12, adaptado pelo autor).

Quadro 14 - Total de estudantes inscritos na UBI, 2004-2009.

(Fonte: Patrícia Barata, *UBI em Números 2004-2009*. Gabinete de Relações Públicas da Universidade da Beira Interior, Covilhã 2010, pág.21.)

Quadro 15 - Estudo da quantidade de módulos necessária/possível para cada espaço.

(Fonte: Autor)

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Evolução das exportações mundiais de bens e serviços criativos, 2002 e 2008.

(Fonte: UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.129)

Gráfico 2 - Percentagem dos grupos económicos (economias desenvolvidas, economias em desenvolvimento e economias em transição) nas exportações mundiais de bens criativos, em 2002 e 2008.

(Fonte: UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.130)

Gráfico 3 - Contributos de alguns sectores para o VAB e emprego nacionais (2006).

(Fonte: *GEST IN Cultura, Sector Cultural e Criativo em Portugal*, pág.3)

Gráfico 4 - As dinâmicas desiguais de crescimento no SCC, no período 2000-2006. Nota: As "bolhas" representam o peso relativo no Sector Cultural e Criativo em termos de Emprego.

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, 2010, pág.85.)

Gráfico 5 - Especialização das regiões portuguesas no Sector Cultural e Criativo - Emprego.

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal* (Sumário Executivo), 2010, pág.6)

Gráfico 6 - Principais destinos das exportações portuguesas.

(Fonte: Boletim Mensal de Economia Portuguesa, N.º 04, Abril 2011, pág.43).

Gráfico 7 - Principais origens das importações portuguesas.

(Fonte: Boletim Mensal de Economia Portuguesa, N.º 04, Abril 2011, pág.44).

Gráfico 8 - A dimensão do Sector Cultural e Criativo nas diferentes economias da União Europeia (2006 - KEA; Eurostat).

(Fonte: Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, 2010, pág.94.)

Gráfico 9 - Crescimento da Classe Euro-Criativa.

(Fonte: Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004, pág.15).

Gráfico 100 - Evolução da população residente no Concelho da Covilhã, 1801-2011.

(Fonte: INE, elaboração gráfica "Wikipédia" - http://pt.wikipedia.org/wiki/Covilh%C3%A3#cite_note-11)

Capítulo 1

Capítulo 1

1.1 - Objectivos

Esta dissertação tem como principais objectivos:

- **Objectivo 1** - Compreender e aprofundar o conhecimento sobre o papel da cultura e da criatividade nas cidades contemporâneas; e compreender como as infra-estruturas e os espaços públicos culturais e criativos inovadores potenciam o desenvolvimento sustentável de áreas urbanas de baixa densidade;
- **Objectivo 2** - Traçar um conjunto de estratégias que sejam capazes de contribuir para uma regeneração urbana que estimule as práticas culturais, formação e envolvimento dos cidadãos.

Propõe-se com este trabalho fazer uma reflexão sobre o novo paradigma de desenvolvimento das cidades, regiões e países, relacionado com criatividade e cultura, e compreender os conceitos que o fundamentam, nomeadamente os conceitos de “cidades criativas”, “indústrias criativas”, “clusters criativos” e “classes criativas”. Neste âmbito, pretende-se especificar e explicitar quais são as infra-estruturas culturais e criativas emergentes que respondem às necessidades dos conceitos, e fazer uma compilação das principais infra-estruturas criativas existentes em Portugal.

Pretende-se igualmente compreender a importância e o papel dos equipamentos e infra-estruturas culturais e criativas no sistema urbano, enquanto espaços públicos singulares, capazes de desenvolver e dinamizar as cidades de pequenas e médias dimensões.

Tendo as transformações sociais, culturais e económicas actuais como ponto de partida, propõe-se averiguar de que modo pode o arquitecto, efectivamente, assinalar o seu papel no desenvolvimento das cidades criativas e na construção da sociedade.

Pretende-se verificar o potencial criativo da cidade da Covilhã e, partindo dessa análise, propor um conjunto de estratégias e soluções arquitectónicas que tenham a arte e a cultura como impulsionadoras da transformação urbana e social. Ambiciona-se a criação de uma oferta atractiva de equipamentos culturais, educativos e de lazer, e pretende-se que a proposta indique soluções de intervenção urbana que contribuam para a (re)qualificação e valorização desta cidade.

1.2 - Metodologia

A metodologia aplicada desenvolveu-se em fases distintas. A primeira fase metodológica consistiu na recolha e tratamento de informação para a realização de todo o enquadramento teórico da temática em análise, servindo também como fundamento às medidas projectuais que posteriormente se definiram. Recorreu-se a uma pesquisa bibliográfica e recolha de dados (através de livros, teses, artigos científicos, internet e revistas relevantes para a temática tratada) sobre o papel das dinâmicas culturais e criativas nas cidades contemporâneas, que foram analisados e interpretados para explicitar todos os conceitos e para expor dados concretos (estatísticos) e exemplos práticos que sustentassem a relevância da temática.

Numa segunda fase foram realizados estudos mais específicos. Primeiro analisaram-se infra-estruturas culturais e criativas de referência para o desenvolvimento do projecto arquitectónico. Seguidamente, foi caracterizada a área de estudo. Analisou-se, de forma sucinta, a cidade da Covilhã, recorrendo a uma pesquisa bibliográfica específica e a uma recolha de dados e documentos técnicos e históricos relativos a esta. Foi igualmente elaborado um levantamento dos equipamentos e infra-estruturas que oferecem/produzem eventos culturais, realizada uma análise *in loco* e levantamento fotográfico e uma análise SWOT, a fim de se obterem dados mais concretos para conseguir responder da melhor forma às carências da cidade e às necessidades dos cidadãos. Através do levantamento de vazios urbanos e zonas devolutas e degradadas da cidade, foi elaborado um diagnóstico de possíveis locais a intervir.

Simultaneamente começaram-se a traçar os principais objectivos e ideias geradoras que serviram de mote ao processo criativo e de suporte às decisões tomadas na proposta arquitectónica.

Finalmente, em seguimento dos estudos anteriores, na última fase elaborou-se uma série de estratégias para a cidade de Covilhã (incluindo a criação do programa funcional a desenvolver) e uma proposta de intervenção arquitectónica no tecido urbano, nomeadamente, infra-estruturas de cariz cultural e criativo.

Para existir coerência na proposta, tendo em conta que se pretendiam projectar soluções arquitectónicas em três locais diferentes, recorreu-se à criação de um sistema modular (que constitui uma das estratégias), baseado num estudo do sistema métrico desenvolvido por Le Corbusier - *o Modulor* e no Despacho Normativo n.º 27/99, relativo à regulamentação das condições a respeitar quanto a instalações e equipamentos das escolas profissionais, por não haver normativa mais específica ou próxima dos programas propostos. No desenvolvimento do projecto recorreu-se igualmente às normativas relativas às acessibilidades - Decreto-lei 163/2006, de 8 de Agosto.

Como complemento à dissertação foram ainda realizados dois artigos, na sequência de ter sido aceite para realizar uma comunicação/apresentação pública nas conferências: “Second International Conference of Young Urban Researchers”, em Lisboa, e “II Congreso Internacional de Ciudades Creativas”, em Madrid. Os artigos foram elaborados simultaneamente com o desenvolvimento da dissertação.

1.3 - Estrutura

A dissertação está estruturada em duas partes principais. A primeira parte constitui todo o enquadramento teórico e é composta pelo “Capítulo 2 - Contextualização da cultura nas sociedades contemporâneas” e pelo “Capítulo 3 - As cidades e o seu novo desafio: dinâmicas culturais e criativas”. A segunda parte, “Capítulo 4 - Projecto”, consiste no desenvolvimento prático.

No Capítulo 2 explicitam-se as alterações sociais mais relevantes nas últimas décadas e a realidade das dinâmicas culturais das sociedades contemporâneas. Aborda-se o tema da dimensão cultural da globalização e as suas consequências na sociedade, no sistema artístico e na arquitectura.

O Capítulo 3 contém, numa primeira parte, a definição dos conceitos “cidades criativas”, “indústrias criativas” e “classes criativas”. Em cada conceito clarifica-se a sua contextualização histórica e especificidades, bem como perspectivas e teorias dos principais autores relacionados com o tema. O subcapítulo “3.3 - indústrias criativas” trata ainda outro conceito - “*clusters* criativos”, e expõe alguns dados concretos acerca da importância do sector cultural e criativo no comércio mundial e em Portugal, nomeadamente na criação de riqueza e emprego. No final do subcapítulo “3.4 - classes criativas” refere-se o papel dos arquitectos no desenvolvimento das cidades criativas. Mencionam-se os espaços valorizados pela classe criativa e definem-se as emergentes infra-estruturas criativas: residências artísticas, incubadoras de indústrias criativas, espaços de *coworking*, *fab labs* e espaços culturais alternativos. Ao longo deste texto faz-se igualmente um resumo das principais infra-estruturas criativas existentes em Portugal.

A segunda parte, do Capítulo 3, diz respeito às políticas de criação e promoção das cidades criativas. São também referidos alguns aspectos mais concretos destas políticas, como a democratização da cultura, a protecção da diversidade cultural e o desenvolvimento urbano sustentável (focando-se a reabilitação/regeneração urbana). Tendo em conta que se pretendia desenvolver a proposta de intervenção arquitectónica na cidade da Covilhã, especificam-se ainda estratégias criativas em áreas urbanas de baixa densidade e refere-se o exemplo da vila de Óbidos.

No Capítulo 4 são apresentadas propostas para a cidade da Covilhã. Este divide-se em três partes: as análises, o relatório de procedimentos e a memória descritiva. Primeiro analisam-se as infra-estruturas culturais e criativas de referência para o desenvolvimento do projecto e a área de estudo. De seguida, no relatório de procedimentos, explicitam-se e justificam-se todos os passos/etapas realizadas desde o início da dissertação e definem-se estratégias para a cidade da Covilhã. Por fim, na memória descritiva, descreve-se a proposta de intervenção arquitectónica.

Para além dos três principais capítulos, no final da dissertação encontra-se o capítulo 5 que contém a conclusão geral destes.

Em anexo, são apresentados os artigos enviados para duas conferências. O artigo “Espaços culturais e criativos como impulsionadores da transformação urbana e social” (Anexo 1) foi realizado para a conferência “Second International Conference of Young Urban Researchers”, em Lisboa. O artigo “Dinâmicas Culturais e Criativas em Cidades de Pequenas Dimensões. Uma Estratégia para a Cidade da Covilhã, Portugal” (Anexo 2) foi realizado para a conferência “II Congreso Internacional de Ciudades Creativas”, em Madrid.

Capítulo 2 - Contextualização da cultura nas sociedades contemporâneas

Capítulo 2 - Contextualização da cultura nas sociedades contemporâneas

“A globalização está no coração da cultura moderna;
as práticas culturais estão no coração da globalização”

John Tomlinson¹

Paralelamente ao momento em que a análise da condição urbana se centra na nova ordem mundial da “cidade global”, surgiu a ideia de “cidade criativa”, que, numa escala mais exacta e simples, aposta numa intervenção mais participativa e activa sobre a cidade, onde se pretende que a ligação entre as actividades criativas e a experiência urbana se reforcem. Torna-se então pertinente, antes de mais, estudar as alterações sociais mais relevantes nas últimas décadas e a realidade das dinâmicas culturais das sociedades contemporâneas, para uma melhor compreensão do contexto em que emergiu o conceito de “cidades criativas”.

O fenómeno que mais se destaca nas sociedades contemporâneas é a globalização, que as influencia e as condiciona. Como diz Alexandre Melo, a globalização é “o nome que se dá à mais marcante tendência caracterizadora da evolução recente das sociedades humanas”². O mundo em que hoje se vive está numa constante e célere mutação, é uma verdadeira “aldeia global”³, onde o rápido desenvolvimento dos meios de transporte e das novas tecnologias de comunicação e informação reduziram a distanciação espaço-temporal. As interacções transnacionais intensificaram-se a uma velocidade incrível nas últimas décadas, tal como o acesso à informação e a sua quantidade em circulação, fazendo da migração em massa e da mediação electrónica características que marcam o mundo actualmente. Também a produtividade económica cresceu tanto que o capital, as corporações e a tecnologia se foram desconectando das suas origens nacionais. Assim, assiste-se a uma nova dinâmica e lógica produtiva que passa a ser organizada numa cadeia transfronteiriça que, em grande parte, escapa aos poderes reguladores nacionais ou internacionais, impostos pelos órgãos estatais. Esta nova dinâmica produtiva tem como principal força impulsionadora a procura pela inovação e pelo aperfeiçoamento de produtos e serviços.

Praticamente todos os grandes acontecimentos da História da humanidade podem ser considerados etapas do desenvolvimento do processo de globalização. Mas, de uma forma geral, no que toca ao contacto entre povos distantes, o processo evolutivo da globalização pode distinguir-se em três fases mais marcantes: a primeira remonta ao século XV, está

¹ John Tomlinson, *Globalization and Culture*. Polity Press, Cambridge 1999, pág.1.

² Alexandre Melo, *Globalização Cultural*. Colecção O Que É, Quimera Editores, Lisboa 2002, pág.21.

³ Conceito criado pelo sociólogo Marshall McLuhan.

relacionada com a navegação à vela, a época dos descobrimentos; a segunda, com o desenvolvimento dos meios de transporte, decorrente da industrialização, a partir do século XVIII; e a terceira, que se inicia nos anos 80 do século XX e decorre até aos dias de hoje, com o desenvolvimento dos *mass media* e a massificação dos computadores e da internet. Foi nesta última fase que a globalização atingiu níveis de intensidade e aceleração altíssimos, que justificam afirmar que se vive na era da globalização.

Com o aumento e consolidação das redes de interdependência à escala planetária entre indivíduos, organizações e Estados (sejam elas de cunho político, económico, social ou cultural), assistiu-se a uma multiplicidade de fenómenos de integração e simultaneamente de fragmentação/exclusão, de convergências e divergências, de negociações e confrontos. Por exemplo: por um lado, a disseminação de informações e imagens, partilhadas à escala global, cria um universo de consumo que passa a assumir uma função de integração social; por outro lado, o receio e reacção por parte de culturas específicas da disseminação de padrões e modelos globais criam processos de auto-afirmação das suas características locais, podendo gerar isolamentos civilizacionais ou conflitos. Ao mesmo tempo que se constrói uma percepção de integração cultural no mundo, também cresce a necessidade de manifestação da especificidade de cada indivíduo ou cultura. É então evidente que o processo de globalização não é unilinear, é um processo em aberto, mutável, complexo e multidimensional, verdadeiramente contraditório e conflituoso. Bastantes posições se têm defendido acerca da globalização ser um aspecto positivo ou negativo na sociedade. O que é certo é que todas estas reflexões ideológicas são irrelevantes se tivermos em conta que esta é uma realidade histórica, que define e molda a vida contemporânea, e que é um fenómeno que dificilmente consegue ser controlado quando já faz parte da realidade de uma sociedade. Resta-nos o dever de manter e alargar os aspectos positivos e diminuir os efeitos negativos.

2.1 - A dimensão cultural da globalização

A globalização aparece associada, principalmente, às questões económicas. Portanto, é importante esclarecer que os efeitos da globalização se estendem a todos os sectores da sociedade e que, assim sendo, esta deve ser entendida nas suas diversas dimensões que se interligam e interagem, frequentemente distinguidas como económica, política e cultural. A dimensão cultural da globalização é a que nesta dissertação importa ressaltar e será neste âmbito que se desenvolverá o tema exposto, associando-o, posteriormente, ao conceito das cidades criativas.

Quando se fala de globalização cultural esta é relacionada primordialmente com a identidade e cultura norte-americana (com a indústria cinematográfica de Hollywood, os *mass media*, as multinacionais como a Coca-Cola, McDonald's, Levis, Microsoft, Starbucks, etc, e até com a

própria língua, o Inglês, que é considerada a língua universal na actualidade). No entanto, tal como pensa o escritor francês Dominique Wolton, a globalização, ao nível cultural, não se refere a tudo o que é norte-americano. “Já nenhuma potência pode almejar o domínio cultural. Os Estados Unidos são a primeira potência económica e militar, mas não a primeira potência cultural”⁴. A própria cultura americana está cheia de contradições, é complexa e tem um elevado grau de pluralismo e diversidade, não tem suficiente coerência e homogeneidade que torne correcto defini-la como “uma”/”a” cultura americana. Outro aspecto a salientar é o facto de que na dinâmica da globalização cultural, ao mesmo tempo que muitos dos bens culturais americanos atingem uma escala de difusão global massiva, também aumenta a diversificação interna, nos diferentes países, e cresce a visibilidade de zonas de produção cultural, à escala global, que antes eram quase imperceptíveis. É, então, excessivo considerar a globalização cultural como sinónimo de americanização. Roland Robertson⁵ argumenta que o que reflecte a chamada mundialização da cultura não são processos de americanização, ocidentalização ou imperialismo cultural, mas sim o entendimento espacial e temporal do mundo como um todo.

Ao longo da história, as diferentes culturas sempre mudaram e evoluíram. A globalização acelerou essa mudança, fez com que a evolução cultural e a propagação dos fluxos culturais tenham atingido um ritmo sem precedentes. Uma das características mais importantes da cultura global, já referida, é a maior visibilidade de manifestações étnicas e regionalistas ou vindas de sociedades excluídas. A maior parte das sociedades contemporâneas é multiétnica, multicultural ou mestiça, caracterizando-se assim por uma grande variedade de identidades expressivas e simbólicas. Outra característica relevante é que a globalização cultural implica principalmente uma maior desterritorialização e interdependência. A globalização, impulsionada pela volatilidade crescente dos fluxos financeiros, pela trans-nacionalização da produção e do consumo e pela aceleração das inovações tecnológicas (nomeadamente, o desenvolvimento e expansão dos meios de acessibilidade e comunicação e a generalização dos meios informáticos, que possibilitam fluxos de informação imediata e universalmente disponível), tem vindo a conduzir a desterritorializações das referências culturais tradicionais, bem como de pessoas, imagens e ideias. As relações entre as instituições e entre os homens tendem a desvincular-se do espaço, ou seja, existe a tendência da territorialidade perder importância como princípio organizativo da vida social e cultural.

Os produtos e os capitais, as ideias e as culturas circulam mais livremente. Como resultado, as leis, economias e movimentos sociais formam-se ao nível internacional. Devido ao sistema económico ser o dominante, que “controla” de certa forma os sistemas sociais, está a alastrar-se uma cultura materialista e consumista através dos *mass media*. Como hoje a mudança é impulsionada pela escolha dos consumidores, os elementos de uma determinada

⁴ Dominique Wolton, *A Outra Globalização*. Edições Difel, 2004, pág.74.

⁵ Roland Robertson, *Globalization - Social Theory and Global Culture*. Sage Publications, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli 1992.

2.2 - Novas realidades e posições ideológicas

A substituição das noções tradicionais de cultura, tal como das noções de identidade cultural regional ou nacional, é uma característica fundamental da cultura contemporânea. Existe um desenraizamento em relação às referências locais; para além destas, cada pessoa tem também uma cultura específica composta por imagens, informações e ideias globais.

A concepção de identidade como algo ligado exclusivamente ao património está a ser substituída, aos poucos, por uma que também a considera um processo dinâmico, de adaptação e deslocação. As culturas deixaram de poder ser pensadas como algo homogêneo e isolado, assumiram uma nova forma, que pode ser chamada de transculturalidade, pois ultrapassaram as fronteiras culturais tradicionais. Em relação a esta característica, Wolfgang Welsch esclarece: “Em primeiro lugar, a transculturalidade é uma consequência da diferenciação interna e complexidade das culturas modernas. [...] Em segundo lugar, a velha ideia de cultura, homogeneizadora e separatista, foi ultrapassada pelas redes de articulações externas das culturas. As culturas estão hoje extremamente inter-relacionadas e entrosadas. [...] Em terceiro lugar, as culturas hoje são em geral caracterizadas pela hibridação”⁶. As culturas influenciam-se mutuamente, são permeáveis, o que faz surgir processos de hibridação, que modificam e transformam os padrões de comportamento humano.

O multiculturalismo e a transculturalidade crescente são o resultado da queda das fronteiras interculturais e interdisciplinares e da multiplicação das hibridações. Estas novas realidades podem ser encaradas de diferentes maneiras: através do cosmopolitismo e do relativismo ou do fundamentalismo. Como Boaventura de Sousa Santos refere, “Se é verdade que a intensificação dos contactos e da interdependência transfronteiriça abriu novas oportunidades para o exercício da tolerância, do ecumenismo, da solidariedade e do cosmopolitismo, não é menos verdade que, simultaneamente, têm surgido novas formas e manifestações de intolerância, chauvinismo, de racismo, de xenofobia e, em última instância, de imperialismo”⁷. O fundamentalismo contemporâneo caracteriza-se por rejeitar o diálogo aberto e o pluralismo, desrespeitando os direitos humanos e o princípio democrático, o que por consequência gera conflitos políticos, militares e ideológicos. Em contrapartida, o cosmopolitismo distingue-se pela tolerância, espírito de abertura e argumentação racional.

O medo da uniformização leva à rejeição da convivência cultural, o que tem criado formas de radicalismo e nacionalismo que colocam em risco o relacionamento saudável entre os povos. As sociedades que se opõem ao intercâmbio, como é o caso de alguns povos árabes, com medo da perda de identidade, criam ideologias fundamentalistas. Estas ideologias originam,

⁶ Wolfgang Welsch, “Transculturality: The Puzzling Form of Cultures Today”, in Mike Featherstone, Scott Lash (ed.), *Spaces of Culture - City - Nation - World*. Sage Publications, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli 1999, págs.197-198.

⁷ Boaventura de Sousa Santos, “Os Processos da Globalização”, in Boaventura de Sousa Santos (org.), *Globalização. Fatalidade ou Utopia?*. Afrontamento, Porto 2001. Texto retirado de <http://www.eurozine.com/articles/2002-08-22-santos-pt.html>, consultado a 10-03-2011.

muitas vezes, sociedades fechadas ou até formas de terrorismo. Deste modo, é importante compreender que se conseguirmos respeitar a diversidade cultural nesta nova era globalizada, isso pode levar-nos a uma comunidade global marcada pela unidade no pluralismo.

A globalização associa-se à uniformização de todos os aspectos da vida contemporânea (dos comportamentos, hábitos, tradições, gostos, mundo das artes, *mídia*, etc.). Este processo foi já chamado de “McDonaldização”⁸. Mas, até que ponto será correcto considerar que a globalização tende exclusivamente para a homogeneização? Para alguns autores, como George Ritzer, a especificidade das culturas locais está em perigo, para outros, como Roland Robertson, Habib Khondker, Renato Ortiz ou Mike Featherstone, produz-se, simultaneamente à uniformização, mais diversidade. Existe ainda outro tipo de opinião que defende que a globalização só diversifica, como é o caso de Jean-François Revel, “A globalização não uniformiza, diversifica. A reclusão esgota a inspiração”⁹. Os indivíduos têm cada vez mais acesso às mais diversas realidades que o mundo tem para oferecer, e não devem colocar barreiras às influências exteriores, antes pelo contrário, “É a livre circulação das obras e dos talentos que permite a perpetuação das culturas pelo acto da renovação”¹⁰.

Quando o aumento da oferta de um específico bem implica o desaparecimento de outro, substituindo-o, a tendência para a diversificação é prejudicada, tal como o património cultural global. Nas situações em que os contextos culturais locais têm fraca capacidade de afirmação e pouco dinamismo, e em que não existe o exercício de uma função cultural por parte do Estado (através de políticas adequadas à preservação de bens e práticas culturais), é, normalmente, predominante a tendência para a uniformização.

A globalização cultural é, assim, um processo de carácter contraditório e complexo: ao mesmo tempo que padroniza os comportamentos, também promove a heterogeneidade. Embora, dependendo de cada momento histórico ou sociedade específica, se possa notar tendências maiores para a uniformização ou diversificação.

Existe ainda um outro aspecto a destacar. Neste novo contexto em que vivemos torna-se um contra-senso defender o local contra o global, ou vice-versa, pois, existe hoje, uma grande relação, interacção e interdependência entre eles. Esta nova realidade reflecte-se bem na expressão “Pensar Global, Agir Local”¹¹, ou, no termo “Glocal”¹². Como afirma Alexandre

⁸ McDonaldização da sociedade (“McDonaldization”, em inglês) foi um termo criado e desenvolvido pelo sociólogo George Ritzer, no seu livro *McDonaldization of Society* (1995), para se referir à radicalização do processo de racionalização nas sociedades contemporâneas. O autor descreve o grau de comprometimento da sociedade com o sistema de produção da cadeia de alimentos McDonald’s, criticando o facto de neste sistema não serem necessários trabalhadores criativos. Para Ritzer, o modelo da indústria “fast-food” tornou-se o paradigma organizacional e social da contemporaneidade.

⁹ Jean-François Revel, *Obsessão Antiamericana*. Bertrand Editora, 2002, pág.135.

¹⁰ Jean-François Revel, op. cit., pág.134.

¹¹ A frase original, “Think Global, Act Local”, tem sido atribuída ao escocês, biólogo, activista social e pioneiro em planeamento urbano, Patrick Geddes (1854-1932).

Melo, “O local e o global não se opõem em termos lógicos, conceptuais ou político-ideológicos. O local é global, o global é local. Tudo está em tudo ao mesmo tempo e como tal tem que ser pensado”¹³. Os mecanismos que actuam numa lógica global moldam, em parte, a experiência local de cada indivíduo. Não existe propriamente “uma” cultura global, existem sim múltiplas culturas locais, que, através de dinâmicas globais, se reforçam, pois quanto mais os meios culturais se isolam uns dos outros, mais se enfraquecem. Numa dinâmica cultural forte as criações artísticas afirmam-se através da abertura às trocas e fluxos interculturais globais.

É errado afirmar categoricamente que o processo de globalização fará desaparecer as culturas locais. Tem-se até assistido ao contrário. Como já foi referido, a consciência do efeito de homogeneização das culturas tende a produzir uma reacção contrária entre a população, que leva a que esta queira reviver e reafirmar as suas próprias tradições nacionais, regionais ou locais. Pode afirmar-se que a globalização, em termos de tecnologia, ciência e desenvolvimento económico, reflecte convergências e uniformização. No entanto, vista num sentido mais profundo, a globalização promove a identidade cultural e incentiva a produção local, torna as pessoas mais preocupadas e interessadas em relação à defesa e preservação do que a sua cultura tem de único ou particular.

2.3 - Modificações no sistema artístico

O sistema das artes globalizado caracteriza-se por uma maior segmentação/diversificação dos produtos e práticas em cada disciplina artística, pela hierarquização das estruturas de produção (relacionada com critérios de cotação simbólica, económica ou mediática da obra ou do artista), pela experimentação, pela pluralidade de discursos de legitimação (caracterizados pelo seu relativismo), e pela mediação social da obra de arte.

O pluralismo dos discursos e das práticas artísticas não espelha uma crise dos valores artísticos, configura uma situação do entendimento da arte como exercício da liberdade da imaginação.

Uma das transformações fundamentais nas estruturas de produção e circulação cultural global foi a mediação generalizada como característica indispensável nos modos de inserção das práticas artísticas na vida social. Introduziu-se a categoria do intermediário, que faz a mediação entre os artistas e o público (tais intermediários, dependendo da área artística em que estão inseridos, podem ser denominados de: produtores, *managers*, agentes, relações

¹² Relacionado com a palavra “Glocalização”, uma junção dos termos globalização e localização. Alude à presença da dimensão local na criação de uma cultura global. A ideia de “glocal” surgiu através do sociólogo Roland Robertson, no seu livro “Globalization - Social Theory and Global Culture”.

¹³ Alexandre Melo, *Globalização Cultural*. Colecção O Que É, Quimera Editores, Lisboa 2002, pág.38.

públicas, consultores, vendedores, críticos, entre outros. A variação e especialização destas funções têm vindo, cada vez mais, a aumentar). Hoje, em muitos casos, principalmente nos bens culturais que ocupam o topo da hierarquia económica, a mediação antecipa-se à produção artística (através, por exemplo, de estudos de mercado, financiamentos, operações de promoção, etc).

Para além dos aspectos atrás focados, é necessário salientar que a globalização torna cada vez mais perceptível a multiplicidade das áreas geográficas de produção e circulação artísticas, que estão para além dos tradicionais centros cosmopolitas do mundo da arte. Assim, pode afirmar-se que nas novas geografias do espaço cultural não há um centro nem uma periferia específicas. Este novo espaço é mais aberto à participação, menos dirigido e mais receptivo às minorias, sem que exista a intencionalidade de expandir o poder a partir de um centro. A periferia ganha importância ao poder ser uma zona propícia a experimentações, novas criações e talentos.

2.4 - A valorização da imagem

É indispensável destacar a importância do novo e significativo papel da imagem na sociedade contemporânea. A omnipresença das imagens é uma das mais relevantes transformações culturais e um dos principais fenómenos da dinâmica da globalização cultural, que influencia atitudes e comportamentos. Hoje quase tudo gira à volta da imagem e para a imagem e, no contexto cultural, o desenvolvimento dos meios de comunicação e a industrialização da arte tornaram isso possível. Se antigamente a “imagem” era considerada um privilégio das classes mais altas, hoje, todos temos acesso a esta e somos invadidos diariamente por ela das mais variadas maneiras. Segundo Arjun Appadurai, os *mass media* e as migrações em massa têm tido um efeito decisivo sobre a imaginação (que considera ser a característica que constitui a subjectividade moderna). Ele afirma que a imaginação se transformou num facto social, colectivo, estando na base de uma pluralidade de mundos imaginados: “a imagem, o imaginado, o imaginário - todos estes são termos que nos direccionam para algo de fundamental e de novo nos processos culturais globais: a imaginação como prática social. Já não é mera fantasia (ópio do povo cuja verdadeira função está algures), já não é simples fuga (de um mundo definido principalmente por objectivos e estruturas mais concretos), já não é passatempo de elites (portanto, irrelevante para as vidas da gente comum), e já não é mera contemplação (irrelevante para novas formas de desejo e subjectividade), a imaginação tornou-se um campo organizado de práticas sociais, uma forma de trabalho (tanto no sentido do labor como no de prática culturalmente organizada) e uma forma de negociação entre instâncias de afirmação dos indivíduos e campos de possibilidade globalmente definidos. [...] A

imaginação está agora no centro de todas as formas de acção, é em si um facto social, e é o componente-chave da nova ordem global”¹⁴.

Como ícone da era da imagem surgiu o artista Andy Warhol (1928-1987). Este importante artista plástico e cineasta norte-americano, um dos maiores representantes da pop art, inspirava-se na cultura de massas para criar as suas obras, criticando a vida quotidiana consumista e materialista. Na sua criação artística eram utilizadas como inspiração embalagens de alimentos (fig.2), latas de refrigerantes, panfletos de propaganda, bandas desenhadas, entre outros objectos, bem como os rostos de personalidades da época (Marilyn Monroe, Che Guevara, Elvis Presley, etc.). Warhol antecipou um fenómeno típico da actualidade, relacionado com a imagem e a rapidez de comunicação quando, em 1968, afirmou que “no futuro, toda a gente será famosa durante quinze minutos”¹⁵. Esta expressão perdurou e é agora associada à fama efémera que certas pessoas conseguem através de programas televisivos (como os reality shows), vídeos no youtube, escândalos sociais com grande cobertura nos *mídia*, etc.



Fig. 2 - “Four Colored Campbell's Soup Can” (1965), Andy Warhol. Warhol elege os bens de consumo como tema (neste caso, latas de sopa Campbell's) e transforma a arte num bem de consumo. Utiliza a fotografia, como instrumento de trabalho, e a serigrafia, como forma de produção múltipla.

Na actual sociedade de consumo novos valores regem o entendimento entre pessoas, bens e serviços. Na maioria dos casos, os valores estéticos passaram a sobrepor-se aos valores ideológicos. Este factor reflectiu-se nos mais diversos campos artísticos, como no design, moda, cinema, fotografia e arquitectura, onde a singularidade se transformou num factor de multiplicação das diferenças e um modo de afirmação social. Assistiu-se, assim, a fenómenos como a mundanização, mediatização e mercantilização da arte, o “vedetismo” de Hollywood, o culto do corpo, o culto das marcas, entre muitos outros. O culto das marcas reporta-nos para a “imagem de marca” (fig.3). Esta tornou-se num dos factores que mais condiciona a escolha dos consumidores e faz com que, em grande parte, a distribuição e consumo das obras de arte dependam também de considerações extra-artísticas a partir do momento em que atingem uma projecção significativa (assim, existe um importante vínculo entre

¹⁴ Arjun Appadurai, *Modernity at Large - Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis e Londres 1996, pág.31.

¹⁵ A expressão surgiu no catálogo da primeira exposição retrospectiva internacional de Andy Warhol no Moderna Museet, em Estocolmo, realizada entre Fevereiro e Março de 1968.

mecanismos de legitimação e promoção cultural e económica). O culto das marcas torna cada vez mais evidente o valor simbólico que se atribui à aquisição de todo o tipo de bens, que são encarados como um modo de afirmação e diferenciação social.

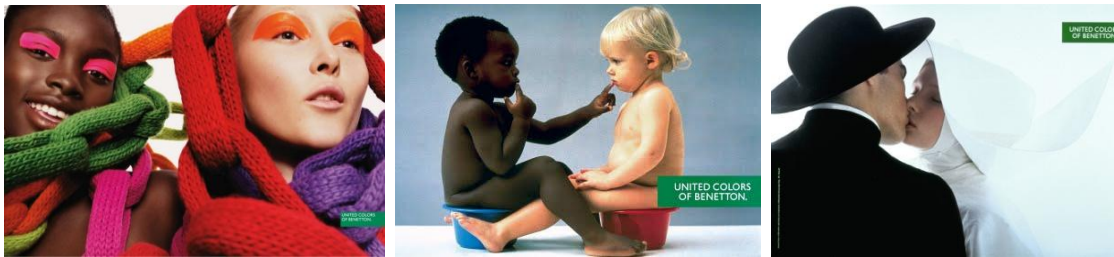


Fig. 3 - Cartazes de campanha da “United Colors of Benetton”. A Benetton é uma marca que se destaca mundialmente, principalmente pelo uso de cores fortes e apelativas em roupas e acessórios e pelas campanhas ousadas e muitas vezes chocantes e polémicas. Actualmente, a sua publicidade já não serve só para vender um produto, mas também para criar e manter uma imagem. Diversas vezes, aborda problemas da humanidade (relacionados com a política, guerra, sida, etc.) ou transmite preocupações sociais (como o apelo à aceitação da diversidade cultural e à união entre as raças).

É comum denominar a sociedade contemporânea de sociedade da imagem. A experiência com a imagem tornou-se parte integrante do nosso modo de pensar, de sentir e de perceber as vivências do dia-a-dia, de tal forma que se adoptaram máximas como “uma imagem vale mais que mil palavras”. Na opinião de Neil Leach “o mundo ameaça assim ser cada vez mais compreendido em termos de imagens estéticas vazias de conteúdo”¹⁶.

2.4.1 - Impacto da importância da imagem na arquitectura contemporânea

A arquitectura, enquanto disciplina intimamente ligada à esfera social, é um produto representativo da nossa sociedade. O arquitecto tem vindo a alterar as suas prioridades e os seus deveres, respondendo a estímulos da sociedade que também mudaram. Tal como Rem Koolhaas afirmou: “a globalização destabiliza e redefine tanto a forma como a arquitectura é produzida como o que a arquitectura produz”¹⁷. Têm-se reconfigurado as formas de interacção entre a criação artística, as encomendas e o público. Com os avanços tecnológicos a produção arquitectónica está a tornar-se mais célere e assiste-se a uma pluralidade de linguagens. Com os meios que agora tem disponíveis, e porque somos uma cultura mais “visual” que antes, a arquitectura procura produzir cada vez mais novas sensações através de materiais diferentes e efeitos visuais que criem impacto no público.

A economia de mercado globalizada intensificou a aproximação entre a arquitectura de autor e o mercado imobiliário. Devido à privatização generalizada assistiu-se a uma explosão de grandes encomendas de iniciativa privada, principalmente no âmbito da promoção comercial e empresarial, que desafiam os arquitectos a criar projectos de destaque, que sejam capazes

¹⁶ Neil Leach, *A Anestésica da Arquitectura*. Edições Antígona, Lisboa 2005, pág.22.

¹⁷ Rem Koolhaas, “Globalization”, in O.M.A., Rem Koolhaas, Bruce Mau, S, M, L, XL. The Monacelli Press, Nova York 1995, pág.367.

de aumentar a notoriedade da empresa e que se convertam na nova “imagem” desta, uma imagem contemporânea e distinta em relação a outras empresas. Um exemplo deste fenómeno tem sido a criação de sedes e museus de empresas do ramo automóvel, nomeadamente das empresas BMW (fig.4 e fig.5) e Mercedes-Benz (fig.6). Também as cidades procuram, cada vez mais, sobressair na competição económica internacional. Uma das condições, que tem servido de vantagem competitiva, tem sido proporcionar aos seus visitantes o usufruto do seu património histórico e da sua cultura específica local. Assim, existe uma grande preocupação em oferecer mais e melhores espaços públicos e equipamentos culturais, e pretende-se que estes sejam singulares para que se tornem mais atractivos. De um modo geral, aumentou a procura da significação simbólica e cultural dos espaços e formas da cidade através de ícones arquitectónicos, que sejam capazes de dotar maior identidade e notoriedade à cidade. Actualmente, as construções no Dubai (fig.7 e fig.8) são o exemplo que melhor reflecte esta procura incessante por uma arquitectura emblemática e icónica como meio de destaque no mercado global. Associado a todos estes aspectos, os concursos internacionais de arquitectura têm aumentado significativamente, o que também tem possibilitado a expansão do mercado de trabalho aos arquitectos mais qualificados, independentemente da sua origem e localização geográfica.



Fig. 4 - Sede da BMW, em Munique, Alemanha, do ateliê Coop Himmelb(l)au.

Fig. 5 - Edifício central da fábrica da BMW, em Leipzig, Alemanha, da arquitecta Zaha Hadid.

Fig. 6 - Museu da Mercedes-Benz, em Stuttgart, Alemanha, do ateliê UN Studio.



Fig. 7 - Centro da cidade do Dubai. Em destaque está o arranha-céus Burj Khalifa, do arquitecto Adrian Smith, actualmente a construção mais alta do mundo com 828 metros de altura.

Fig. 8 - Hotel Burj al-Arab, no Dubai.

As novas estruturas arquitectónicas constituem assim motivos acrescidos de interesse, pois são capazes de dinamizar locais e atrair públicos variados e revelam-se como mais-valias dos espaços urbanos em que se inserem. “O objecto arquitectónico tem vindo a adquirir o

verdadeiro estatuto de obra de arte, tornando-se com naturalidade o ícone criativo da contemporaneidade”¹⁸. A arquitectura tem tido um papel de afirmação crescente nas sociedades contemporâneas. Nas últimas décadas encontrou uma nova realidade: a mediatização e a mercantilização, e converteu-se num “*status* de moda”¹⁹. Passou a ser um assunto que desperta muito mais interesse e a fazer parte do diálogo cultural da comunidade.

Com a sobrevalorização dos valores estéticos na sociedade contemporânea, a valorização e a afirmação do arquitecto está, para além da qualidade do seu trabalho, na singularidade das suas obras. Alguns arquitectos, como é o caso de Frank Gehry, Zaha Hadid, Rem Koolhaas, Daniel Libeskind, Norman Foster, Steven Holl, Jean Nouvel, Herzog & de Meuron, ganharam a conotação de *starchitects* (“arquitectos estrela”). Estes arquitectos adquiriram um reconhecimento do seu trabalho ao nível do globo e tornaram-se figuras públicas de grande valor. O seu *status* pessoal e a demanda pela sua presença é agora tão alta (desde os estudantes, aos circuitos de conferências e aos concursos, bem como as próprias cidades) que, quase que por necessidade, o seu trabalho é fortemente conceptual, e não depende de estudos detalhados acerca da cultura da localidade onde será implantado, pois não se pretende que os seus projectos possuam os traços distintivos locais, mas que sejam um ícone global, que represente a “imagem” e a originalidade do arquitecto. Como as cidades competem agora para atrair turismo e investimento global, e as empresas para se destacarem no mercado globalizado, as encomendas de edifícios a arquitectos de renome do panorama da arquitectura mundial transformou-se numa técnica de marketing como forma de diferenciação. Assim, estes arquitectos fazem parte de um *star-system* que edifica por todo o mundo obras “icónicas” e mediáticas. Entre estes diversos projectos, podem incluir-se: o Museu Guggenheim em Bilbao²⁰ (fig.9), do arquitecto Frank Gehry; a torre de escritórios da Swiss Re em Londres, de Norman Foster; o Centro Georges Pompidou em Paris, de Renzo Piano e Richard Rogers; o Museu Judaico em Berlim (fig.10), de Daniel Libeskind; o complexo científico-cultural Cidade das Artes e das Ciências em Valência (fig.12), de Santiago Calatrava e Félix Candela; o Museu de Arte Contemporânea Kiasma em Helsínquia, de Steven Holl; a Sede da Televisão Central da China em Pequim (fig.11) e a Casa da Música no Porto, ambas com Rem Koolhaas como arquitecto principal. A tecnologia da era digital e a influência dos *mass media* faz com que o grande público tenha oportunidade de ver e apreciar estes edifícios muito antes de realmente os visitarem, e, na maioria das vezes, nem chegam a visitá-los. Deste modo, os edifícios rapidamente assumem uma espécie de estatuto “icónico” e transformam os seus arquitectos em *starchitects*. Como refere Luís Santiago Baptista, “são

¹⁸ Luís Santiago Baptista, “Performances Artísticas: A natureza processual e conceptual da contaminação entre arte e arquitectura”. Revista *Arq/a: Arquitectura e Arte*, nº. 63, Lisboa, Novembro 2008, pág.6.

¹⁹ Afirmação proferida por Pablo Lazo (Arquitecto e Urbanista) em entrevista realizada por Luís Santiago Baptista e Paula Melâneo, na Revista *Arq/a: Arquitectura e Arte*, nº. 80/81, Lisboa, Maio/Junho 2010, pág.34.

²⁰ O Museu Guggenheim em Bilbao é um excelente exemplo de como a arquitectura tem o potencial de revitalizar cidades em declínio económico (como era o caso desta cidade), transformando uma área degradada num dos maiores destinos turísticos de Espanha. O impacto do edifício nesta cidade foi tão marcante que, à ideia que um edifício pode transformar e desenvolver uma região/cidade inteira ao nível económico, social e cultural passou a chamar-se o “Efeito Bilbao”.

estes vínculos da arquitectura de autor com o mercado globalizado que definem estruturalmente a lógica do dito *star-system* na arquitectura”²¹. Em muitos dos casos, estes arquitectos transformam-se em “marcas”. Ficam associados a uma “assinatura”/“imagem” particular que representa as suas obras e o seu estilo peculiar de projectar, e os seus ateliês passam a funcionar como verdadeiras empresas.



Fig. 9 - Museu Guggenheim em Bilbao, de Frank Gehry.

Fig. 10 - Museu Judaico em Berlim, de Daniel Libeskind.

Fig. 11 - Sede da Televisão Central da China em Pequim, de Rem Koolhaas.



Fig. 12 - Cidade das Artes e das Ciências em Valência, de Santiago Calatrava e Félix Candela.

As imagens são os instrumentos que mediatizam e eternizam a arquitectura. Actualmente, a importância da imagem na arquitectura evidencia-se tanto no processo criativo como nos processos analítico e perceptivo. O modo como se expõe o conceito projectual, as decisões formais e mesmo a proposta final passou a ser, predominantemente, visual e virtual. O ateliê BIG, do arquitecto dinamarquês Bjarke Ingels²², é um exemplo exímio neste tipo de representações e metodologias. Fazendo intenso uso da computação gráfica, recorrem a diagramas, esquemas, fotomontagens ou *renders* para explicar de forma clara as premissas da sua arquitectura (fig.13). Devido à objectividade da leitura, as suas apresentações atraem não só pessoas ligadas às artes, como clientes e pessoas alheias à compreensão dos projectos

²¹ Luís Santiago Baptista, “Mercados Criativos. Os novos vínculos entre a criação arquitectónica e a realidade produtiva”. Revista *Arq/a: Arquitectura e Arte*, nº. 80/81, Lisboa, Maio/Junho 2010, págs.8-9.

²² Nascido em 1974, em Copenhaga, Bjarke Ingels é, sem dúvida, o arquitecto contemporâneo mais precoce com projecção no panorama internacional. Estudou arquitectura na Royal Academy de Copenhague e na Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona, formando-se em 1998. Trabalhou com Rem Koolhaas, no ateliê OMA, até 2001, quando abriu o ateliê PLOT Architects em colaboração com Julien de Smedt. Em 2004, receberam o Leão de Ouro da Bienal Internacional de Arquitectura de Veneza, pelo Concert House na Noruega. Entretanto a dupla separou-se, e, em Janeiro de 2006, Bjarke Ingels funda o ateliê BIG (Bjarke Ingels Group). Em 2010 foi premiado com o European Prize for Architecture.

arquitectónicos. Assim, ao utilizarem imagens cativantes e auto-explicativas e mantendo uma postura propagandística (recorrendo a filmes, e-books e ao próprio site do ateliê) potenciam os benefícios tecnológicos que configuram esta época de difusão virtual. Segundo o Grupo de Bjarke Ingels (BIG), a sua arquitectura emerge de uma análise cuidadosa de como a vida contemporânea evolui constantemente devido à influência do intercâmbio multicultural, dos fluxos económicos globais e das tecnologias de comunicação que, juntos, exigem novas formas de organização arquitectónica e urbana. A sua metodologia incorpora um cuidado de ordem formal directamente ligado ao uso físico do espaço. Nos seus projectos testam os efeitos da escala e o equilíbrio de misturas programáticas e apostam numa arquitectura de “grande” impacto.

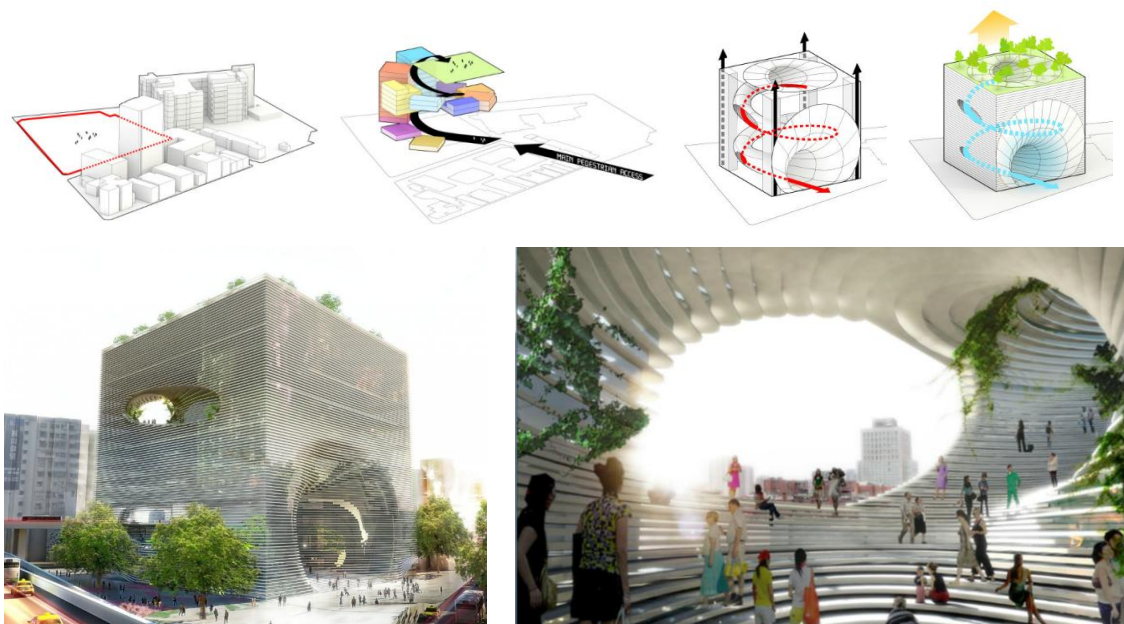


Fig. 13 - Edifício “TEK”, Taipei (Taiwan), do ateliê BIG. Diagramas explicativos e renders do edifício “TEK” (Technology, Entertainment and Knowledge Center), proposto num concurso pelo Bjarke Ingels Group (BIG).

A produção arquitectónica e as metodologias do ateliê BIG são um bom exemplo da relação da Arquitectura com a Imagem. No entanto, num mundo dominado pelas imagens é necessária cautela para que não ocorra uma crise de valores na produção arquitectónica, pois corremos o risco de deturpar o seu próprio valor e propósito e de reduzirmos tudo a formas e imagens sem antes fundamentarmos ideias e lhes darmos significado. Assim, a arquitectura pode perder sentido, tornar-se vazia: “O esquecimento da razão, a falta de razões, a ausência de uma ideia coerente capaz de a gerar e sustentar, faz com que a Arquitectura seja, por vezes, tantas vezes, monstruosa”²³. “Definitivamente, o Futuro da Arquitectura está nas ideias. Nos arquitectos que pensam. Nos que têm ideias e são capazes de as construir. [...] Procurando a Beleza para dá-la aos homens. E numa Sociedade disposta a usufruir da Cultura e a deixar-se presentear com este prodígio simples que é a Arquitectura”²⁴.

²³ Alberto Campo Baeza, *A Ideia Construída*. Colecção Pensar Arquitectura, Caleidoscópico, 2004, pág.10.

²⁴ Alberto Campo Baeza, *A Ideia Construída*. Colecção Pensar Arquitectura, Caleidoscópico, 2004, pág.29.

**CAPÍTULO 3 - As cidades e o seu novo desafio:
dinâmicas culturais e criativas**

CAPÍTULO 3 - As cidades e o seu novo desafio: dinâmicas culturais e criativas

3.1 - O recente interesse na “criatividade” e na “cultura” como dinâmicas territoriais

“A criatividade será a grande descoberta do século XXI”

Leonel Moura (2009)²⁵

Nas estratégias de desenvolvimento para o século XXI destacam-se dois recursos: a criatividade e a cultura. O processo de globalização tem criado novos paradigmas na economia mundial e o desenvolvimento das regiões e cidades tem começado a deixar de se basear apenas numa lógica economicista para também ser planeado sob o conceito da criatividade, aliando e combinando aspectos económicos, culturais, tecnológicos e sociais. Deste modo, o motor do sector económico mudou. Relaciona-se, cada vez mais, com a “economia criativa”, que faz uso da cultura para atingir um desenvolvimento sustentável. Esta economia tem como base o intangível e abrange diversas disciplinas que têm o elemento criativo e simbólico como ponto comum. Como afirma José Romano, o “novo valor económico é criado com inovação tecnológica, criatividade artística e boa gestão empresarial dos produtos culturais”²⁶.

A globalização crescente tem implicado uma transição da produção tradicional para os sectores dos serviços e da inovação, e as comunidades criativas têm, progressivamente, substituído as fábricas. “A criatividade tornou-se uma *driving force* do crescimento económico e a nova “Idade Criativa” está neste momento a sobrepor-se a uma Idade Industrial. (...) A referida transformação baseia-se em inteligência humana, conhecimento e criatividade, e faz uso de novas matérias-primas. Estas últimas, que englobam a informação, propriedade industrial, capital criativo e capital intelectual humano, são necessárias à sobrevivência e ao crescimento económico na era da concorrência global”²⁷. As cidades, outrora industriais, estão a transformar-se em cidades baseadas no conhecimento, onde a informação e a criatividade são essenciais.

Com a rapidez da implantação e desenvolvimento das tecnologias digitais à escala global, as indústrias culturais e criativas (ICC) deparam-se com um contexto em rápida mutação. Este

²⁵ Leonel Moura, Representante Português no Ano Europeu da Criatividade e da Inovação (2009).

²⁶ José Romano, “Cidades Criativas”. Revista *Arquitectura* 21, nº. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.15.

²⁷ *Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, Indústrias Criativas - Documento de Trabalho nº8*, 2005, pág.3.

actual estado de desenvolvimento tecnológico fomenta dinâmicas de expressão e criatividade pessoal, ao nível da produção e da difusão cultural. Surgem novas oportunidades para os criadores produzirem e distribuírem as suas obras a públicos e mercados mais amplos, a menor custo, independentemente de estarem condicionados geográfica ou fisicamente.

Em suma, o comércio internacional de bens e serviços culturais e criativos reflecte, na sua estrutura e dinâmica de evolução, três tendências fundamentais²⁸:

- Uma profunda mudança impulsionada pela consolidação da chamada “sociedade de informação”, resultado da inovação e utilização generalizada das novas tecnologias de informação e comunicação que vieram permitir a introdução de novos produtos e equipamentos e “revolucionar” as cadeias de valor de vários segmentos das indústrias culturais e criativas;
- Uma aceleração do peso e papel dos factores e actividades criativas na promoção da competitividade e da capacidade concorrencial de muitas das indústrias de bens de consumo, contribuindo decisivamente para o crescimento mais rápido dos fluxos internacionais de serviços e de direitos de propriedade em comparação como ritmo de crescimento dos fluxos internacionais de mercadorias;
- Um novo ciclo de dinamismo para algumas das indústrias culturais, sob o impulso, nomeadamente, da complexificação dos produtos turísticos, do envelhecimento da população e do reforço dos investimentos públicos e privados na cultura e na criatividade como alavancas da atractividade das cidades.

As cidades são, cada vez mais, encaradas como essenciais para promover a qualidade de vida, a cidadania e a competitividade. A cultura, sendo um factor de visibilidade e atractividade das cidades, tem vindo a assumir um importante papel de suporte e impulsionador dos modelos de organização social e dos processos de requalificação da vida dos cidadãos. O empreendedorismo cultural tornou-se uma filosofia de liderança organizacional para o século XXI. A União Europeia salientou²⁹:

1. O contributo da cultura para um crescimento inteligente. As ICC são uma importante fonte de emprego potencial. Na última década, a taxa global de emprego nas ICC triplicou em comparação com o crescimento do emprego no conjunto da economia da UE. As ICC são também um catalisador da criatividade e da inovação não tecnológica em toda a economia, produzindo serviços e bens de alta qualidade e competitivos. Por fim, através das suas ligações relevantes com a educação, a cultura pode contribuir eficazmente para a formação

²⁸ Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.122.

²⁹ Jornal Oficial da União Europeia, *Conclusões do Conselho sobre o contributo da cultura para a implementação da Estratégia Europa 2020*, (2011/C 175/01). Edição em língua portuguesa, C 175/1 de 15.6.2011.

de uma mão-de-obra qualificada e adaptável, complementando assim o desempenho económico.

2. O contributo da cultura para um crescimento sustentável. A cultura pode contribuir para o crescimento sustentável através do fomento de uma mobilidade mais ecológica e da utilização de tecnologias de ponta sustentáveis, incluindo a digitalização que garante a disponibilidade em linha de conteúdos culturais. Os artistas e o sector cultural como um todo podem desempenhar um papel crucial na mudança de atitudes das pessoas em relação ao ambiente.

3. O contributo da cultura para um crescimento inclusivo. A cultura pode contribuir para um crescimento inclusivo através da promoção do diálogo intercultural no pleno respeito pela diversidade cultural. As actividades e os programas culturais podem fortalecer a coesão social e o desenvolvimento comunitário, bem como capacitar os indivíduos ou toda uma comunidade para a plena participação na vida social, cultural e económica.

Desde cedo que a União Europeia demonstrou preocupação na valorização da riqueza e diversidade das culturas europeias. Em 1985, em Atenas, foi lançada a iniciativa “Capital Europeia da Cultura” (designada por “Cidade Europeia da Cultura” até 1999). Esta iniciativa tem por objectivo a promoção cultural de uma cidade europeia, por um período de um ano, proporcionando um conhecimento mútuo entre os cidadãos da União Europeia. No âmbito desta iniciativa, as cidades europeias utilizam a cultura, e mais concretamente a arquitectura, como um instrumento decisivo da sua regeneração. A iniciativa foi ganhando cada vez mais notoriedade³⁰, e hoje é uma das manifestações artístico-culturais mais importantes da Europa. Portugal fez parte deste programa em 1994 - Lisboa, e em 2001 - Porto (fig.14), estando igualmente prevista a participação da cidade de Guimarães já em 2012.



Fig. 14 - “Porto 2001 - Capital Europeia da Cultura”. Das infra-estruturas criadas no programa “Porto 2001 - Capital Europeia da Cultura” destacam-se: a “Casa da Música”³¹, do arquitecto Rem Koolhaas, localizada na zona da Boavista, e a “Biblioteca Municipal Almeida Garrett” (1ª imagem), do arquitecto José Manuel Soares, localizada nos

³⁰ O estudo “European Cities and Capitals of Culture”, de 2004, revela que o programa “Capital Europeia da Cultura” provoca um impacto muito positivo em termos de desenvolvimento cultural e turístico, de repercussões nos meios de comunicação social e de tomada de consciência pelos habitantes da importância da sua cidade.

³¹ O projecto da Casa da Música foi bastante mediático. Embora algumas das suas estruturas como o Serviço Educativo estivessem já a funcionar em 2001, este só acabaria por abrir ao público quatro anos mais tarde, e excedendo em três vezes o orçamento inicialmente previsto. Hoje, devido à sua arquitectura peculiar, é um “ícone” do Porto.

jardins do Palácio de Cristal. Bem como, a criação do “Centro Nacional de Fotografia” e da “Casa da Animação”; e as intervenções no “Museu Nacional Soares dos Reis”, no “Convento de S. Bento da Vitória” e no “Coliseu do Porto”.

Desde o início do século XXI que a importância da criatividade é reconhecida pelos vários actores da sociedade. Novos conceitos como “cidades criativas” ou “indústrias criativas” têm ganho popularidade e influência, incorporando-se tanto no discurso e prioridades políticas como no discurso académico. Cada vez mais têm sido desenvolvidas iniciativas sustentadas na ideia de “criatividade” com o intuito de promover o crescimento e a revitalização das cidades (no âmbito, por exemplo, de estratégias de desenvolvimento local ou de operações de requalificação urbana). Deste modo, a criatividade desempenha um importante papel no desenvolvimento do território, afirma-se como um dos meios económicos e sociais com a maior potencialidade para gerar riqueza, emprego e dinamismo na actualidade, bem como para criar condições para que se alcance um desenvolvimento sustentável. Gera inúmeros benefícios, entre os quais, o surgimento de ideias inovadoras que beneficiam a sociedade e a produção das indústrias, e o bem-estar e satisfação no trabalho para os profissionais. Considerar a realidade criativa de uma cidade na criação dos seus diversos espaços, numa perspectiva de planeamento contemporâneo, pode promover as bases para a criação de novas competitividades e intervenções urbanas.

A União Europeia, anualmente ou de dois em dois anos, escolhe um tema com o objectivo de sensibilizar o cidadão europeu e de chamar a atenção dos governos nacionais para algumas questões. Em 2009, a Comissão Europeia levou a cabo a iniciativa “Ano Europeu da Criatividade e da Inovação”³². O objectivo geral desta iniciativa foi “apoiar os esforços dos *Estados-Membros* na promoção da criatividade, através da aprendizagem ao longo da vida, enquanto motor de inovação e factor essencial do desenvolvimento das competências pessoais, profissionais, empresariais e sociais e do bem-estar de todos os indivíduos da sociedade”³³. Durante esse ano, ao nível de cada um dos 27 Estados Membro da União Europeia e a nível comunitário, foram realizadas diversas iniciativas (como conferências, debates, concursos, estudos, artigos, projectos, etc.) com o intuito de sensibilizar os cidadãos para a necessidade de soluções imaginativas para os desafios actuais, promovendo a criatividade e a inovação como competências chave do desenvolvimento pessoal, social e económico, actuando como ferramentas para aumentar as capacidades de toda a UE. Segundo Milan Zver, Ministro Esloveno para a Educação e o Desporto, “o potencial criativo e de inovação dos cidadãos europeus representa o pilar chave no qual se baseia não apenas o futuro económico da Europa mas também o seu desenvolvimento cultural”.

³² O Ano Europeu da Criatividade e da Inovação foi uma iniciativa da Comissão Europeia - Direcção Geral para a Educação e Cultura, em associação com a Direcção Geral para as Empresas e a Indústria e o envolvimento de outras Direcções Gerais da UE. Contou ainda com as participações do Parlamento Europeu, do Comité das Regiões, do Comité Económico e Social, dos Coordenadores nacionais em cada um dos Estados-Membros, e ainda do *think tank* EPC como parceiro especial. O “Ano Europeu da Criatividade e da Inovação” surgiu na sequência e como continuidade do “Ano Europeu do Diálogo Intercultural” - 2008.

³³ Decisão N.º 1350/2008/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 16 de Dezembro de 2008.

3.2 - Cidades Criativas

“A Cidade Criativa é impelida a agir porque o século XXI é o século das cidades.

(...) Devemos tornar as cidades lugares desejáveis para se viver”

Charles Landry (2000)³⁴

3.2.1 - Contextualização histórica

Nos últimos anos tem-se assistido a um movimento global que repensa o planeamento, o desenvolvimento e a gestão das cidades: as “cidades criativas”. A ideia de “cidade criativa” surgiu no final dos anos 80 do século XX, e tem-se desenvolvido através de contributos fundamentais quer de autores como Charles Landry, Richard Caves ou Richard Florida, quer de agências e instituições como o DCMS³⁵ ou a UNESCO³⁶. O conceito emergiu como resposta ao facto das cidades se estarem a debater e a reestruturar com as mudanças das condições globais económicas e sociais, e é utilizado “não só como grelha analítica mas igualmente como referência estratégica e ferramenta de intervenção no desenvolvimento urbano”³⁷. Muitas das abordagens associadas ao conceito de “cidade criativa” estão relacionadas com a procura de novos modelos de planeamento e ordenamento do território, introduzindo, para além do dinamismo de mercado, mecanismos políticos de governo das cidades, na construção de novos factores de competitividade e atractividade que funcionem como catalisadores da identidade de uma comunidade urbana dinâmica e de motivações, incitativas e relações económicas geradoras de riqueza e emprego³⁸.

Um número crescente de cidades em todo o mundo tem vindo a adoptar este conceito com o intuito de revitalizar o crescimento socioeconómico, incentivando a utilização das capacidades criativas e atraindo trabalhadores criativos. Como resultado, assiste-se a uma proliferação das chamadas “cidades criativas”, principalmente na Europa, na América do Norte e na Ásia Oriental. São bons exemplos destas cidades (fig.15): Barcelona, Londres, Milão, Nova Iorque, Berlim ou Amesterdão.

³⁴ Charles Landry, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan, London 2000, xiii.

³⁵ DCMS - United Kingdom's Department of Culture, Media and Sport (em português, Departamento da Cultura, *Mídia e Desporto*, do Reino Unido).

³⁶ UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (em português, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura).

³⁷ Pedro Costa *et al.*, “Modelos de Governança de “Cidades Criativas”: Uma Abordagem Comparativa” - Parte I. *OBSCENA Revista de artes performativas*, n.º. 7, Novembro 2007, pág.136.

³⁸ Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.18.



Fig. 15 - Londres, Milão e Nova York são consideradas “Cidades Criativas”.

Generalizou-se a regeneração urbana associada ao conceito de “cidades criativas”, principalmente nas cidades pós-industriais. De facto, um dos objectivos das estratégias de desenvolvimento baseadas na criatividade tem sido a revitalização de zonas industriais degradadas, transformando-as em pólos culturais e criativos.

Embora esta temática já seja bastante discutida a nível internacional há uma década (principalmente por instituições culturais e a nível académico), só muito recentemente começou a ganhar relevância em Portugal.

3.2.2 - Conceito e especificidades

Na última década a ideia de “cidade criativa” tem sido bastante desenvolvida e aplicada, no entanto “não é fácil identificar um campo conceptual comum que cubra toda a diversidade de interpretações e práticas que lhe estão subjacentes”³⁹.

O conceito de “cidade criativa” baseia-se na relação entre a cultura, a criatividade e a transformação da cidade. Tem como elemento fundamental a cultura, cultura esta que deve conduzir à humanização e revitalização das cidades, tornando-as mais eficientes e produtivas, conseguindo estimular a imaginação e talento dos cidadãos. Assim, a consciência cultural serve como força impulsionadora e mais-valia para que a urbe se torne mais imaginativa.

A “cidade criativa” é um conceito interdisciplinar que envolve:

- Políticas Culturais e Políticas para o Desenvolvimento Local;
- Economia da Cultura;
- Sociologia;
- Turismo Cultural e Criativo;
- Planeamento e Gestão Urbana;
- Urbanismo e Arquitectura.

³⁹ Pedro Costa *et al.*, “Modelos de Governança de “Cidades Criativas”: Uma Abordagem Comparativa” - Parte I. *OBSCENA Revista de artes performativas*, nº. 7, Novembro 2007, pág.139.

As “cidades criativas” são cidades vibrantes, informais e autênticas, locais dinâmicos de inovação e experimentação (fig.16). São cidades em que o desenvolvimento urbano é estimulado e apoiado através de dinâmicas criativas e culturais, com o intuito de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos na cidade e de atrair habitantes e visitantes. Apostam em políticas públicas ligadas à inovação urbana e à criatividade, que pretendem a fixação de talentos e o desenvolvimento de investigações e tecnologias inovadoras (atribuindo às universidades e empresas um papel fundamental). Nestas cidades são valorizadas a diversidade cultural e promove-se a inclusão social (pois são espaços colaborativos e de partilha), e ambiciona-se a constituição de espaços urbanos com qualidade, onde é agradável viver, trabalhar e estudar.



Fig. 16 - Berlim, uma “Cidade Criativa”. Berlim é uma cidade cosmopolita, excitante e inclusiva, aberta à inovação e modernidade. Nesta cidade a História convive com arte, cultura, boémia e tecnologia. Nas imagens: “Brandenburger Tor” (Portas de Brandenburgo) na “Pariser Platz”; arte urbana no muro de Berlim (visto do lado oriental) e “Holocaust-Mahnmal” (Memorial do Holocausto), projecto do arquitecto Peter Eisenman.

O arquitecto Manuel Aires Mateus define a cidade criativa como “uma cidade urbana, na sua verdadeira essência, isto é, em que a urbanidade é determinante, o colectivo predominando sobre o privado. Lugar onde o verdadeiro centro é o espaço público, permitindo e apoiando a colocação de actividades que não têm uma tradução económica directa, mas sim indirecta. É uma cidade que enfatiza todos os seus mecanismos e redes culturais”⁴⁰. Esta visão é ainda reforçada pela definição de Guta Moura Guedes, que considera que a cidade criativa “é uma cidade que consegue reunir em si as condições necessárias para o estímulo e a existência de múltiplas actividades criativas, sinergeticamente relacionadas e de uma forma continuada e sustentável. Essas condições podem ser de diversas ordens e ser definidas quer por políticas nacionais e autárquicas, quer pelos próprios cidadãos, de forma independente, ou ser, inclusivamente, fortuitas ou meramente contextuais”⁴¹.

Segundo a UNCTAD⁴², as cidades criativas usam o seu potencial de várias formas. Algumas funcionam como vínculos para a geração de experiências culturais para os habitantes e visitantes, através da apresentação do seu património cultural ou através das suas actividades

⁴⁰ Manuel Aires Mateus em entrevista a José Romano e Filipe Gil. Revista *Arquitectura* 21, nº. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.60.

⁴¹ Guta Moura Guedes (presidente da Experimenta Design Lisboa/Amesterdão) em entrevista a Filipe Gil. Revista *Arquitectura* 21, nº. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.47.

⁴² UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development (em português, Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento).

culturais, nas artes performativas e visuais. Outras, procuram ampliar indústrias culturais e de *mídia* para proporcionar emprego e rendimentos, e para actuarem como centros de crescimento urbano e regional. Em outros casos, um papel mais abrangente para a cultura nas cidades criativas assenta na capacidade das artes e da cultura promoverem a vivência urbana, a coesão social e a identidade cultural⁴³.

Nas cidades criativas os cidadãos tornam-se agentes da mudança. A criatividade pode vir de qualquer pessoa que aborde os assuntos/problemas de uma forma imaginativa, não apenas dos artistas ou das pessoas envolvidas na economia criativa. No contexto urbano, muitas vezes, são as equipas formadas por indivíduos com diferentes conhecimentos que geram as ideias e projectos mais interessantes. Ao incentivar a criatividade e legitimar o uso da imaginação, nas esferas públicas e privadas, o leque das possíveis soluções para qualquer problema urbano é alargado.

Elementos essenciais/estruturantes das Cidades Criativas:

- Infra-estruturas de suporte à criatividade (como universidades, centros de investigação e desenvolvimento, escolas técnicas, teatros, bibliotecas, museus, instituições culturais, etc);
- Políticas culturais e ambientais eficazes, que preservem o património cultural e o ambiente, melhorando a qualidade de vida e fomentando a sensibilidade e a criatividade dos cidadãos;
- Base económica sustentável (ao nível da acessibilidade e rendimento dos bens artísticos e culturais, das infra-estruturas e do investimento);
- Ambientes de trabalho agradáveis, promoção da utilidade dos bens culturais, tempo livre, entre outros aspectos, que possibilitem o desenvolvimento das capacidades criativas dos cidadãos;
- Cultura de inovação e empreendedorismo impregnada na sociedade.

A “UNESCO Creative Cities Network”, fundada em Outubro de 2004, reflecte a mudança da percepção da cultura e do seu papel na sociedade e na economia. A ideia para esta rede foi baseada na observação de que, enquanto muitas cidades em todo o mundo percebem que as indústrias criativas estão a começar a desempenhar um papel muito maior nos seus planos de desenvolvimento económico e social locais, não vêem claramente como aproveitar esse potencial ou como envolver os intervenientes adequados neste desenvolvimento. Deste modo, o principal objectivo desta plataforma é o intercâmbio de conhecimentos, experiências, ideias, boas práticas e aptidões tradicionais e tecnológicas, de modo a promover o desenvolvimento económico, social e cultural através de indústrias criativas. Facilitando, assim, a obtenção de uma aliança pela diversidade cultural e o desenvolvimento de *clusters* culturais em todo o mundo. As cidades, como terreno fértil para *clusters* criativos que são,

⁴³ UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.12.

têm um grande potencial para explorar e aproveitar a criatividade para o seu desenvolvimento. Conectando as cidades pode mobilizar-se esse potencial para um impacto global.

A “Creative Cities Network” concebeu sete redes temáticas (Quadro 1): literatura, cinema, música, artesanato e arte popular, design, artes de *mídia* e gastronomia. As cidades são encorajadas a considerar a sua candidatura num dos campos para o qual têm maior potencial de desenvolvimento económico e social. A rede está aberta a todas as cidades que satisfaçam os requisitos estabelecidos pela UNESCO e particularmente incentiva as cidades que não são capitais, mas que têm recursos históricos e culturais e a ligação a uma das temáticas da rede. Pretende-se que estas, ao aderirem e serem aceites no programa, garantam a continuação do seu papel como centros de excelência criativa e apoiem outras cidades, em particular dos países em desenvolvimento.

Este programa da UNESCO consciencializa os responsáveis pela gestão das cidades da importância da criatividade nas suas diferentes vertentes, no crescimento económico e como modo de revitalização cultural e urbana. Permite um vasto intercâmbio de ideias e sinergias e ajuda as cidades a fazer um balanço dos pontos fortes e das necessidades das suas indústrias culturais, num contexto colaborativo que promove uma maior comunicação e coesão ao nível local.

Quadro 1 - UNESCO Creative Cities Network, em Junho de 2011.

Tema	Cidade	País
Cidades UNESCO da Literatura	Edinburgh	Escócia, Reino Unido
	Iowa City	Iowa, EUA
	Melbourne	Austrália
	Dublin	Irlanda
Cidades UNESCO do Cinema	Bradford	Reino Unido
	Sydney	Austrália
Cidades UNESCO da Música	Bologna	Itália
	Ghent	Bélgica
	Glasgow	Escócia, Reino Unido
	Sevilha	Espanha
Cidades UNESCO do Artesanato e Arte Popular	Aswan	Egipto
	Kanazawa	Japão
	Santa Fe	New Mexico, EUA
	Icheon	Coreia do Sul
Cidades UNESCO do Design	Berlim	Alemanha
	Buenos Aires	Argentina
	Kobe	Japão
	Montreal	Canadá
	Nagoya	Japão
	Shenzhen	China
	Shanghai	China
	Seoul	Coreia do Sul
	Saint-Etienne	França
Graz	Áustria	
Cidades UNESCO das Artes de Mídia	Lyon	França
Cidades UNESCO da Gastronomia	Popayan	Colômbia
	Chengdu	China
	Östersund	Suécia



Fig. 17 - Kanazawa, Japão - Cidade UNESCO do Artesanato e Arte Popular.



Fig. 18 - Buenos Aires, Argentina - Cidade UNESCO do Design.

3.2.3 - Perspectivas de Charles Landry

Charles Landry⁴⁴, considerado um dos investigadores urbanos mais importantes da actualidade e um dos principais teóricos das “cidades criativas”, argumenta que as cidades têm um recurso crucial: as pessoas. E que a inteligência, os desejos, as motivações, a imaginação e a criatividade estão a tornar-se recursos urbanos. Landry afirma que:

“Hoje, muitas das cidades do mundo enfrentam períodos de transição em grande parte resultantes do impacto da globalização. Essas transições variam de região para região. Em áreas como a Ásia, as cidades estão a crescer, enquanto em outras, como a Europa, as velhas indústrias estão a desaparecer e o valor acrescentado nas cidades é criado menos através do que é fabricado e mais através de capital intelectual aplicado a produtos, processos e serviços”⁴⁵.

Charles Landry referiu, simplificando, que o termo “cidade criativa” tem sido usado de quatro maneiras diferentes:⁴⁶

⁴⁴ O britânico Charles Landry (nascido em 1948) tornou-se uma das maiores autoridades no tema “cidades criativas”. É formado em economia política e trabalha em projectos de urbanismo. É autor de livros mundialmente conhecidos como *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (2000), *The Art of City Making* (2006) e *The Intellectual City* (2007). Foi pioneiro ao fundar, em 1978, a empresa de consultoria *Comedia*, especializada em transformações urbanas, criatividade e cultura. Vários indivíduos como Ken Worpole, Franco Bianchini, Phil Wood, Peter Hall, Geoff Mulgan, Jude Bloomfield, Naseem Khan contribuíram para o *Comedia*. A perspectiva cultural é central no trabalho de Landry. O seu objectivo é ajudar as cidades a identificar e tirar o máximo partido dos seus recursos, e a alcançarem o seu potencial, despoletando a sua criatividade e o seu espírito de abertura. Já completou cerca de 200 trabalhos para uma variedade de clientes públicos e privados, trabalhou em centenas de projectos e deu palestras em quase 50 países em todos os continentes.

⁴⁵ Charles Landry, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan, London 2000, xiii.

⁴⁶ Texto de Charles Landry in UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.13.

- A cidade criativa como arte e infra-estrutura cultural - Muitas das estratégias e planos das cidades estão preocupados com o fortalecimento das artes e do tecido cultural.
- A cidade criativa como economia criativa - Cada vez mais, existe um enfoque no fomento das indústrias criativas ou na economia criativa, que é visto como uma plataforma para o desenvolvimento da economia e inclusive da cidade. Na sua essência, existem três domínios principais: as artes e o património cultural, as indústrias de *mídia* e de entretenimento e os serviços criativos.
- A cidade criativa como sinónimo de uma forte classe criativa - Richard Florida ao introduzir o termo "classe criativa" criou uma importante mudança conceptual, ao se centrar no papel criativo das pessoas na "era criativa".
- A cidade criativa como um lugar que promove uma cultura de criatividade - A noção de "cidade criativa" é mais abrangente do que a de "economia criativa" e "classe criativa". Esta noção encara a cidade como um sistema integrado de múltiplas organizações e uma amálgama de culturas nos sectores público, privado e comunitário.

No livro *The Creative City*, o autor afirma que existem uma série de pré-requisitos para que uma cidade se possa considerar verdadeiramente uma "cidade criativa". Identifica sete factores: qualidades pessoais (indivíduos criativos); vontade e liderança; diversidade humana e acesso a talentos variados; cultura organizacional; identidade local; espaços e infra-estruturas urbanas; e dinâmicas de *networking*. Uma cidade pode ser criativa se se verificarem apenas alguns destes factores, no entanto a sua capacidade criativa só funcionará no seu melhor quando todos eles estiverem presentes. Para além disso, o autor defende que as cidades criativas são lugares que contêm as condições necessárias (em termos de infra-estruturas "*hard*" e "*soft*") para gerar fluxos de ideias inovadoras:

"A cidade criativa requer infra-estruturas para além do *hardware* - edifícios, estradas ou redes de esgoto. A infra-estrutura criativa é uma combinação do "*hard*" e do "*soft*", incluindo, também, a infra-estrutura mental (...). A infra-estrutura "*soft*" deve incluir: trabalhadores altamente qualificados e flexíveis; pensadores dinâmicos, criadores e executores; ligações de comunicação fortes, internamente e com o mundo exterior; e, no geral, uma cultura de empreendedorismo se esta é aplicada para fins sociais ou económicos"⁴⁷.

Numa entrevista⁴⁸, Landry, afirma que "a revitalização de uma cidade é uma arte" e considera que para que isso aconteça com êxito muito depende das forças individuais de um lugar e da vontade das lideranças locais para promover mudanças. Declara que "o objectivo deve ser o estabelecimento de uma infra-estrutura cultural", mas alerta que a criatividade

⁴⁷ Texto de Charles Landry in UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.14.

⁴⁸ Entrevista a Charles Landry concedida a Erich Follath, para a Revista *Spiegel*, publicada originalmente em <http://www.spiegel.de/international/europe/0,1518,503211,00.html>, edição de 31/08/2007, intitulada "A revitalização de uma cidade é uma arte".

também é necessária na administração. Quando questionado sobre qual a cidade europeia que tira melhor partido dos seus recursos humanos referiu a cidade de Barcelona, pois “esta cidade combina de uma maneira quase perfeita as suas vantagens naturais com atracções culturais, parques tecnológicos e oportunidades educacionais de excelência”; e Dublin, “que consegue alcançar uma combinação de complexidade, tolerância e talento artístico, e faz questão de não dedicar todas as partes da cidade à indústria do turismo. Às vezes, a criatividade também significa abrir mão de lucros de curto prazo e simplesmente dizer não” (fig.19).



Fig. 19 - Barcelona e Dublin - “Cidades criativas”. Charles Landry considera que estas são das cidades europeias que melhor sabem tirar partido dos seus recursos humanos.

Ainda na mesma entrevista, ao referir-se ao multiculturalismo nas cidades menciona Londres, onde “as diferentes culturas convivem e interagem entre si, estimulando-se mutuamente”, e Amsterdão, em que a “variedade de culturas contribui para o alto nível de “loucura” da cidade”. Ao ser questionado acerca das cidades alemãs, Landry destaca Hamburgo e o projecto arquitectónico “Elbe Philharmonic Concert Hall” (fig.20), dizendo que este será o novo “símbolo” da cidade. Na sua opinião este edifício, “arquitectónicamente tão impressionante”, será uma nova e importante atracção que fará com que Hamburgo se distinga de outras cidades. No entanto, Landry afirma que o mais importante é que as actividades que se desenvolverem posteriormente não devem limitar-se ao edifício, o “Elbe Philharmonic Concert Hall” deve simbolizar um “estado de espírito” geral no sentido do rejuvenescimento criativo.

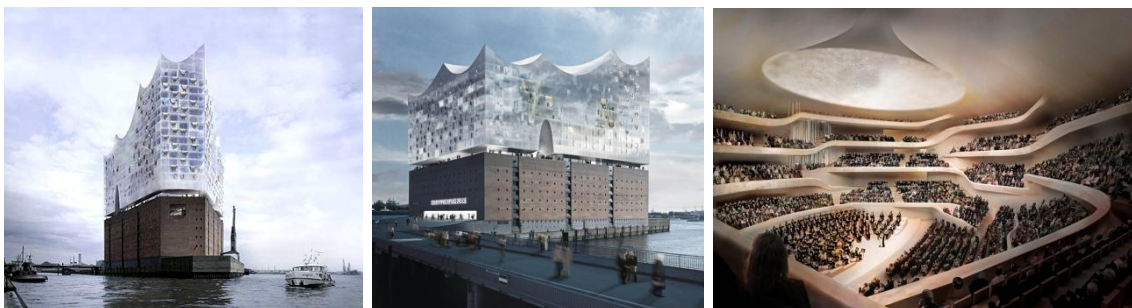


Fig. 20 - Elbe Philharmonic Concert Hall, Hamburgo (Alemanha), do ateliê Herzog & de Meuron. Charles Landry acredita que edifícios como este podem ajudar a definir uma cidade.

Charles Landry considera que a regeneração de uma cidade e a renovação da cidadania passa pela actividade cultural, melhorando a imagem local, reforçando a coesão social e

potenciando a criação de parcerias público-privadas. A construção do lugar, tendo por base projectos interactivos e colaborativos através da cultura, converte-se no elemento estratégico de desenvolvimento da identidade e da dinâmica da cidade. Para Landry, nas “cidades criativas” existe: uma cultura desenvolvida e diversificada, criatividade, identidade, comunitarismo urbano e inovação arquitectónica.

Landry e o seu colega Jonathan Hyams desenvolveram o Índice de Cidade Criativa. Neste índice existem dez indicadores de um lugar criativo. Dentro de cada um dos dez domínios definidos são identificados indicadores-chave de criatividade, resiliência e capacidade de preparação para o futuro de uma cidade, nomeadamente⁴⁹:

- Quadro político e público;
- Distinção, diversidade, vitalidade e expressão;
- Abertura, confiança, tolerância e acessibilidade;
- Empreendedorismo, exploração e inovação;
- Liderança estratégica, agilidade e visão;
- Talento e o cenário de aprendizagem;
- Comunicação, conectividade e *networking*;
- O lugar e a construção do lugar;
- Habitabilidade e bem-estar;
- Profissionalismo e eficácia.

3.3 - Indústrias Criativas

3.3.1 - Contextualização histórica

O primeiro conceito genérico surgiu através de Theodor Adorno e Max Horkheimer, teóricos da Escola de Frankfurt, quando utilizaram pela primeira vez o termo “indústria cultural” em 1944, no livro *Dialektik der Aufklärung* (Dialéctica do Iluminismo). Esta expressão designava o conjunto de instituições e empresas cuja principal actividade económica era a produção de cultura, com fins mercantis e lucrativos. Os autores criticaram o processo de mercantilização e a massificação da arte e rejeitaram a relação desta com a indústria. Entretanto, a partir de 1972, sociólogos maioritariamente franceses estabeleceram o conceito de “indústrias culturais” (no plural). A mudança na terminologia deve-se ao facto de que estes consideravam que a expressão já não se adequava à crescente complexidade da realidade, nomeadamente, que os diferentes sectores das indústrias culturais não podiam ser observados como uma unidade, pois a complexidade do processo de produção, dos padrões do consumo e da forma estética exigiam análises específicas. Esta terminologia foi adoptada pela UNESCO, em 1980.

⁴⁹ <http://www.charleslandry.com/index.php?l=creativecityindex>, consultado a 12-08-2011.

A partir dos anos 90, o conceito de indústrias culturais mostrou-se insuficiente por se basear exclusivamente na “arte” e na “cultura”, pois os desenvolvimentos tecnológicos de informação e comunicação tiveram um grande impacto nestas áreas, não permitindo que se conseguissem enquadrar certas categorias nas convencionais (como a “multimédia” e o “software”). Na actualidade, muitos autores consideram as indústrias culturais um subconjunto das indústrias criativas, por estas terem estado na sua origem.

A origem do termo “indústrias criativas” é relativamente recente. Surgiu em 1994, na Austrália, com o lançamento do relatório *Creative Nation*. Neste relatório defendia-se a importância do trabalho criativo, a sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural. Mas foi em 1997 que o conceito ganhou maior visibilidade, quando passou a ser inserido nas políticas definidas pelo Departamento da Cultura, Mídia e Desporto, do Reino Unido (*United Kingdom’s Department of Culture, Media and Sport - DCMS*), com a criação do *Creative Industries Task Force*. Este grupo de trabalho foi encarregue de analisar as tendências de mercado, as contas nacionais do Reino Unido e as vantagens competitivas nacionais. O Reino Unido começou então a delinear políticas, estratégias e acções importantes para a estimulação e protecção da produção criativa. O que foi seguido por muitos países, como por exemplo, Áustria, Canadá, Colômbia, Líbano, Austrália e Singapura. A designação de “indústrias criativas” que se desenvolveu a partir desse momento alargou o âmbito das indústrias culturais para além das artes, e marcou uma mudança na abordagem a potenciais actividades comerciais que até então eram consideradas “não-económicas”.

A expressão “economia criativa” foi utilizada pela primeira vez em 2001, pelo autor John Howkins, no livro *The Creative Economy - How People Make Money from Ideas*, publicado em Londres. Segundo este autor, a economia criativa é o negócio das ideias (quando novas ideias e invenções são comercializadas e vendidas). O conceito de economia criativa inclui toda e qualquer produção baseada no capital intelectual ligado às artes e à criatividade em geral, ou seja, todos os actos criativos em que o trabalho intelectual cria valor económico.

3.3.2 - Conceito e especificidades

Ainda não existe uma definição universal do conceito de “indústrias criativas”, nem consenso em relação à sua composição (em termos das diversas actividades económicas que estas incluem). No entanto, as diversas definições são bastante semelhantes. O conceito pode variar de país para país, mas inclui sempre as indústrias em que a criatividade está no núcleo do negócio.

Segundo a definição do DCMS (*Department of Culture, Media and Sport*), as indústrias criativas são as que têm a sua origem no talento e na aptidão criativa individual, e que têm

um potencial para a criação de emprego e de riqueza, através da geração e exploração da propriedade intelectual⁵⁰. Na definição da UNCTAD⁵¹, as indústrias criativas (descritas no Quadro 2): são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como *inputs* primários; constituem um conjunto de actividades baseadas no conhecimento, com foco nas artes (mas não se limitando a estas), que potencialmente geram receitas a partir dos direitos de propriedade intelectual e do comércio; são constituídas por produtos tangíveis e por serviços intangíveis intelectuais ou artísticos com conteúdo criativo, valor económico e objectivos de mercado.

Pode concluir-se, das diversas definições, que as bases das indústrias criativas são os indivíduos com capacidades artísticas e criativas que, aliados a gestores e profissionais da área tecnológica, criam e desenvolvem serviços e produtos comerciais cujo valor económico reside nas suas propriedades culturais e intelectuais.

Quadro 2 - Classificação das indústrias criativas, segundo a UNCTAD.

Indústrias Criativas		
Património Cultural	Expressões Culturais Tradicionais	<ul style="list-style-type: none"> • Artesanato • Festivais • Celebrações
	Locais de Interesse Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Locais de interesse arqueológico • Museus • Bibliotecas • Locais de exposições
Artes	Artes Visuais	<ul style="list-style-type: none"> • Pintura • Escultura • Fotografia • Antiguidades
	Artes Performativas	<ul style="list-style-type: none"> • Música ao vivo • Teatro • Dança • Ópera • Circo • Marionetas
Mídia	Edição e Imprensa Escrita	<ul style="list-style-type: none"> • Livros • Imprensa • Outras publicações
	Audiovisuais	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema • Televisão • Rádio • Outros tipos de transmissão
Criações Funcionais	Design	<ul style="list-style-type: none"> • Design de Interiores • Design de Moda • Design Gráfico • Joalheria

⁵⁰ A propriedade intelectual permite às pessoas serem detentoras dos produtos da sua criatividade e exercerem direitos morais e económicos sobre estes. Estes direitos geram incentivos para que as empresas assumam riscos de investimento, pois concedem-lhes o direito exclusivo de explorar e controlar os produtos culturais e criativos que produzem. O direito da propriedade intelectual divide-se em dois ramos principais: 1) Direito da propriedade industrial (marcas comerciais, patentes, design, etc.). Em Portugal, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é a entidade que coordena o sistema português de propriedade industrial. 2) Direitos de autor (obras arquitectónicas, programas de computador, obras literárias e artísticas, textos jornalísticos, etc.). Para adquirir um direito de autor não é necessário cumprir nenhum tipo de formalidade. Não é necessário o registo, pois a criação pressupõe a protecção. No entanto, pode existir uma protecção adicional da obra através da Sociedade Portuguesa de Autores (SPA) ou do Instituto Geral das Actividades Culturais (IGAC).

⁵¹ UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.8

	<ul style="list-style-type: none"> • Brinquedos
Novos Mídia	<ul style="list-style-type: none"> • Software • Vídeo jogos • Conteúdo criativo digitalizado
Serviços Criativos	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitetura • Publicidade • Serviços culturais e recreativos • Actividades de investigação e desenvolvimento (I & D) • Outros serviços relacionados com a criatividade.

A adopção de novas tecnologias e o foco na expansão comercial são características distintivas das indústrias criativas como sectores dinâmicos da economia mundial. A maioria das ICC compõe-se por micro, pequenas e médias empresas, bem como de *freelancers* (profissionais independentes), que coexistem com empresas integradas horizontal ou verticalmente. São estas pequenas e micro empresas que, geralmente, assumem riscos e apostam na novidade, desempenhando um papel crucial na criatividade e na inovação (mesmo nos sectores em que as grandes empresas internacionais desempenham um papel de liderança), na procura de novos talentos e no desenvolvimento de novas tendências.

As indústrias criativas são catalisadoras de outros sectores económicos. Assim, pode considerar-se que são⁵²:

- Transectoriais, porque são moldadas pela ligação entre as indústrias de *mídia* e de informação e os sectores cultural e das artes.
- Transprofissionais, porque resultam da união de diversos domínios de empenho/esforço criativo (artes visuais, ofícios, vídeos, música, etc.), o que permite o desenvolvimento de bens e serviços através do aproveitamento de novas oportunidades para o uso de novos meios e tecnologias.
- Transgovernamentais, no sentido em que este campo de políticas e acções a vários níveis, junta uma complexa rede de participantes interessados (*stakeholders*), tais como a cultura, comércio, indústria e educação, entre outros, para a criação e implementação de políticas conjuntas.

O reconhecimento da relação entre o capital criativo, a competitividade e a qualidade de vida, levou a que as Indústrias Criativas fossem consideradas factores económicos relevantes, que devem ser ponderados na questão da viabilidade das cidades. Estas indústrias contribuem para a regeneração social e económica, e para a própria identidade das cidades. A produção e distribuição de bens criativos e as actividades culturais podem gerar oportunidades de negócio e de emprego e fomentar a coesão social e a interacção da comunidade.

⁵² Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, *Indústrias Criativas - Documento de Trabalho n°8*, 2005, pág.7.

Richard Florida e Charles Landry consideram que as “cidades criativas” e as “indústrias criativas” se relacionam de forma simbiótica. As indústrias criativas geram, normalmente, um ambiente estimulante e de abertura, que atrai outras actividades ligadas ao conhecimento e exigentes ao nível da qualidade de vida. Assim, as indústrias criativas contribuem para o tecido social de uma cidade, para a diversidade cultural e para melhorar a qualidade de vida, e também reforça o sentido de comunidade e ajuda a definir uma identidade comum.

3.3.3 - Clusters Criativos

Um dos elementos caracterizadores das “indústrias criativas” é a sua distribuição geográfica, e, em especial, a formação de “clusters criativos”. Os *clusters* são normalmente definidos como concentrações geográficas de empresas relacionadas, juntando fornecedores, prestadores de serviços, clientes e instituições (por exemplo, associações comerciais, agências ou universidades) que competem e cooperam entre si⁵³. Os “Clusters criativos”, que também podem designar-se por “Bairros criativos” ou “Hubs criativos” (Pólos/Centros criativos), abrangem uma definição menos convencional. São espaços onde se criam/produzem e consomem bens culturais. Incluem instituições e equipamentos culturais, artistas individuais, empresas sem fins lucrativos, juntamente com Parques Científicos e Centros de *Mídia*. Estes *clusters* “são uma verdadeira ecologia criativa”⁵⁴.

Estes *clusters* podem ser promovidos através de políticas estratégicas locais, regionais ou nacionais, ou surgem de forma espontânea em âmbitos urbanos específicos através de relações de trabalho, produção, pesquisa, educação, entretenimento e lazer (fig.21). Deste modo, este tipo de *clusters* tem características particulares. São lugares para se viver, bem como destinados ao trabalho e ao lazer, originando áreas urbanas distintas e dinâmicas, valorizadas pelo seu elevado capital simbólico, pela forte componente cultural e artística e pelas vertentes da educação, turismo e boémia.

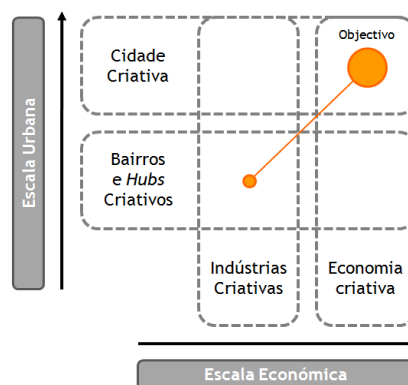


Fig. 21 - Surgimento e objetivo dos Clusters Criativos.

⁵³ Definição de “business cluster” de Michael Porter (1998).

⁵⁴ Carlos Martins, “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. Revista *Arquitectura 21*, nº. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.28.

Podem destacar-se algumas características comuns nos *Clusters Criativos*⁵⁵:

- Localizam-se em antigos espaços industriais devolutos, centros históricos, antigas instalações militares, frentes marítimas/zonas ribeirinhas, ou antigos vazios urbanos (que estão inseridos numa atmosfera original - património, zona histórica, etc.);
- Mistura de funções culturais e criativas (desde a produção ao consumo e exposição);
- Mistura de pessoas e empresas culturais e criativas (desde as artes performativas e visuais à música e *mídia*);
- Espaços de uso misto (desde complexos residenciais e espaços comerciais, a áreas de aprendizagem e formação, e infra-estruturas de lazer);
- Mistura de actividades culturais e criativas com elementos de lazer e entretenimento: bares, restaurantes, lojas, etc;
- Prática de diferentes estilos de vida: funcionam 24 horas, importância da vida nocturna e do convívio;
- Redes sociais, colaboração, e interdisciplinaridade;
- Identidade e sentido de comunidade, mas diversidade e espírito de abertura;
- Novas relações entre as políticas públicas, agentes privados e sociedade civil: grupos informais de agentes culturais, organizações híbridas, etc.

São alguns exemplos de *clusters* criativos: o “Cultural Industries Quarter” de Sheffield, Inglaterra (baseado nas áreas de música, cinema, televisão e rádio); o projecto “22@bcn” de Barcelona, Espanha (ligado às áreas de *mídia*, TIC, energia e saúde) (fig.22); o “The Digital Hub” de Dublin, Irlanda e o “Digital Mile” de Saragoça, em Espanha (baseados nas áreas de *mídia* e TIC); o “Westergasfabriek”, Amesterdão, Holanda (*cluster* de indústrias culturais); o *Cluster* Multimédia de Leipzig, Alemanha (baseado nas áreas de produção cinematográfica/televisiva e *mídias* digitais); a “Arabianranta” de Helsínquia, Finlândia (focado nas artes e no design); o “MuseumsQuartier” de Viena, Áustria (relacionado com a cultura digital, moda e design) (fig.23); o “Jewellery Quarter” de Birmingham, Inglaterra (baseado no design de joalharia); o *Cluster* Multimédia de Montreal, Canadá; a “Avenida das Artes” de Filadélfia, EUA (focado principalmente nas artes performativas); o “Digital Media City” de Seul, Coreia do Sul; e o Pólo de Novos Mídias de Pequim, China.

⁵⁵ INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, Lisboa, Junho 2011, pág.23, adaptado pelo autor.



Fig. 22 - “22@bcn”, Barcelona (Espanha). A Torre Agbar (2ª imagem), idealizada pelo arquitecto Jean Nouvel, sede da Companhia das Águas de Barcelona, está integrada na zona do “22@bcn”. Recentemente, inserido nesta iniciativa, foi construído o edifício “Media-TIC” (Media Technology Innovation Center), do arquitecto Enric Ruiz Geli (3ª imagem).



Fig. 23 - “MuseumsQuartier” de Viena (Áustria). O “Bairro dos Museus” é um complexo cultural formado por várias infra-estruturas, incluindo: MUMOK Museu de Arte Moderna (2ª imagem), da Fundação Ludwig de Viena, Museu Leopold (3ª imagem), Architekturzentrum (Centro de Arquitectura de Viena), Dschungel (*Hub* de Arte e Cultura, espaço para actuações teatrais), Kunsthalle (Salão de Arte de Viena, espaço de exposições temporárias), Tanzquartier (espaço de produção e actuação das áreas de dança contemporânea e performance) e o Museu Infantil “Zoom”. Todo o quarteirão (incluindo os edifícios) foi projectado pelos arquitectos austríacos Ortner & Ortner Baukunst.

Em termos de criação de *clusters* deve referir-se Shangai, cidade que pretende tornar-se a “cidade criativa” mais importante da Ásia. Até hoje, foram criados mais de 200 Parques de Indústrias Criativas nesta cidade. A sua maioria localiza-se em edifícios industriais abandonados. Estes *clusters* criativos são uma indicação clara da transformação do estilo de vida de Shangai, que está a passar de uma metrópole industrial para uma metrópole pós-industrial. Entre os diversos Parques Criativos da cidade, destaca-se o “800SHOW” (fig.24) devido à sua localização central e à sua arquitectura (que preservou e enfatizou as características formais dos antigos edifícios e acrescentou infra-estruturas modernas).

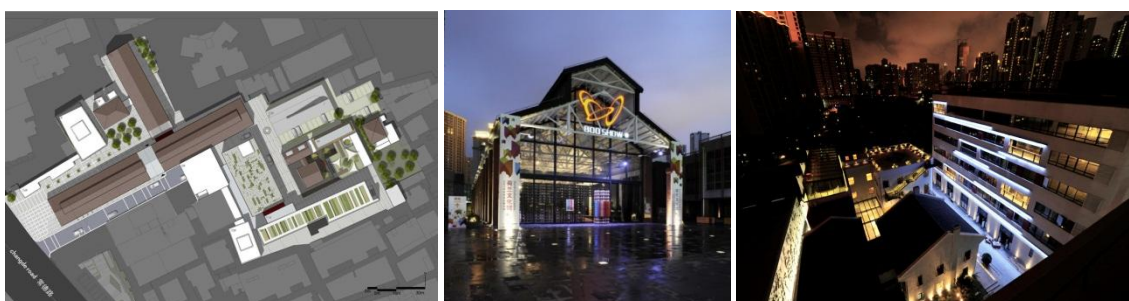


Fig. 24 - Parque de Indústrias Criativas “800SHOW”, Shangai (China). O “800SHOW”, localizado numa antiga fábrica de máquinas eléctricas, é composto por 15 edifícios que incluem: o Hall de Eventos (2ª imagem), com 120m de comprimento; o *Cluster* de Escritórios Criativos (3ª imagem); e a Plaza de Lazer, constituído por galerias, um espaço público para exposições e restaurantes. O “800SHOW” é um projecto do ateliê Logon Architecture.

Estes pólos de criatividade têm o potencial de dar forma à demanda global pela oferta local das cidades, e convertem-se num íman para o investimento exterior. A proximidade de empresas oferece diversas vantagens competitivas, tais como: acentua a concorrência e eleva os padrões; incentiva a colaboração e a difusão de boas práticas entre empresas; potencia a inovação, devido à concentração de diferentes indústrias especializadas, mas complementares; e permite que pequenas empresas se associem em redes, dando-lhes algumas das vantagens das empresas maiores, como por exemplo, melhor acesso a fornecedores e recursos. Outra vantagem dos *clusters* criativos é o facto de reduzirem as dificuldades das empresas criativas em fase de iniciação, pois possibilitam um maior acesso a redes, informação e apoio técnico.

Existem alguns factores essenciais para o sucesso dos *clusters* criativos⁵⁶:

- Governação - Liderança forte; Parcerias público-privadas; Políticas urbanas inovadoras e estratégias de requalificação.
- Conectividade - Boas acessibilidades físicas; Boas infra-estruturas digitais.
- Ambiente do Cluster - Especialização económica; Indústrias criativas e de conhecimento; Cultura de empreendedorismo; Proximidade a infra-estruturas de conhecimento; Cooperação institucional.
- Talento e Ambiente Social - Recursos humanos qualificados; Trabalhadores criativos; Ambiente diversificado e multicultural; Estudantes, trabalhadores e residentes estrangeiros; Redes sociais.
- Ambiente Construído - Ambiente de uso misto; Espaços dinâmicos e icónicos; Arquitectura singular.
- Ambiente Cultural - Carácter distinto e Identidade singular; Infra-estruturas culturais e de entretenimento; Estilo de vida “vibrante” e inspirador.
- Ambiente Natural - Qualidade ambiental ; Paisagem distinta; Esquemas de mobilidade sustentável.

3.3.4 - Indústrias Criativas: um novo sector dinâmico no comércio mundial

Um dos fenómenos mais representativos da mudança da estrutura económica das cidades, regiões ou países, é a emergência das indústrias criativas para gerar mais riqueza e emprego. No comércio internacional os bens e serviços criativos e culturais têm vindo a registar uma importância crescente, o que faz despertar a atenção a organizações internacionais e responsáveis políticos.

A UNESCO elaborou um relatório, em 2005, acerca do comércio internacional de bens e serviços culturais entre 1994 e 2003, e concluiu que este passou de uma receita de cerca 33

⁵⁶ INTELI, *Creative Clusters and the Creative Place: State of the Art at EU level*, 2009, pág.19.

mil milhões de euros em 1994, para cerca de 50 mil milhões de euros em 2003. As estimativas apontavam que, na viragem do século, as Indústrias Criativas seriam responsáveis por mais de 7% do PIB mundial (correspondendo 3% aos países em desenvolvimento) e que estas indústrias continuariam a crescer em média 10% ao ano. Em 2002, 40% do comércio de produtos culturais no mundo eram produzidos por apenas três países - Estados Unidos, Reino Unido e China. O que contrastava com as vendas de África e da América Latina, que somadas, não chegavam a 4%. Hoje, estima-se que a economia criativa supere 10% do PIB global.

O “Relatório sobre Economia Criativa” das Nações Unidas⁵⁷, de 2010, fornece evidência empírica de que as indústrias criativas estão entre os sectores emergentes mais dinâmicos no comércio mundial. O estudo confirma que a recuperação de economias ligadas à criatividade e à cultura é mais rápida que a da tradicional. Embora o comércio global tenha sofrido uma queda de 12% em 2008, o comércio internacional de produtos ligados à economia criativa registou, entre 2002 e 2008, um crescimento médio anual de 14,4%. Os serviços criativos tiveram um crescimento ainda maior no mesmo período, tendo registado uma taxa de crescimento anual de 17,1%, em comparação com 13,5% das exportações dos serviços mundiais. Em 2008 o comércio mundial das indústrias criativas chegou aos 592 biliões de dólares, mais do dobro do registado em 2002 (Gráfico 1 e 2).

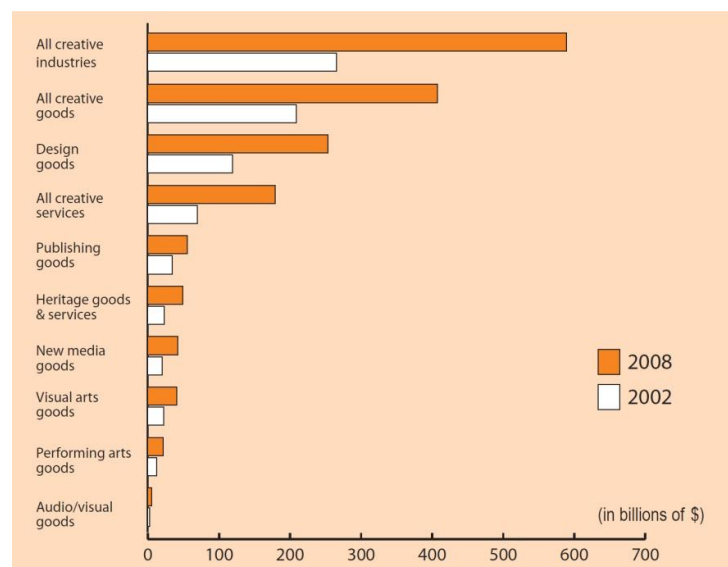


Gráfico 1 - Evolução das exportações mundiais de bens e serviços criativos, 2002 e 2008.

⁵⁷ O Relatório de Economia Criativa (“Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option”), lançado a 15 de Dezembro de 2010, foi fruto de uma colaboração entre o UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) e o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento). O relatório apresenta um estudo sobre o comércio de produtos e serviços criativos no mundo. É o segundo estudo em profundidade sobre este tópico realizado pelas Nações Unidas, o primeiro foi publicado em 2008.

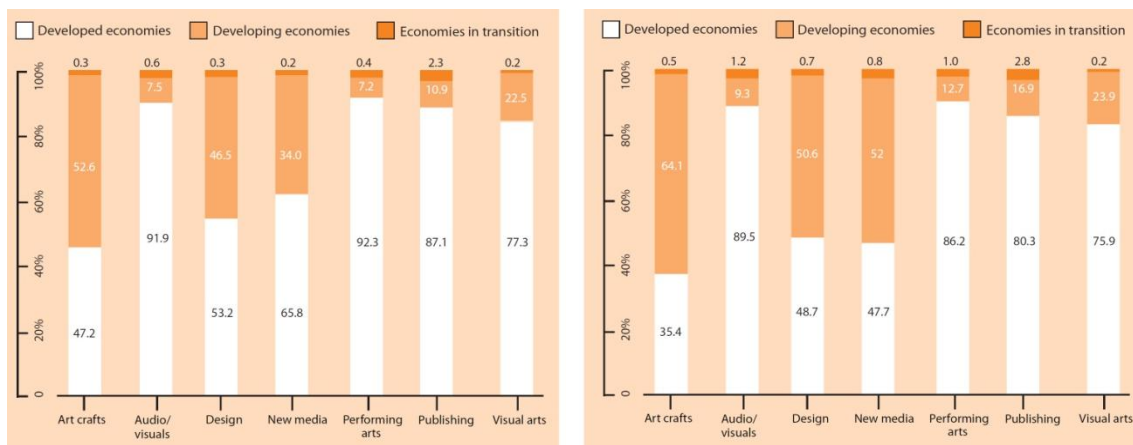


Gráfico 2 - Percentagem dos grupos económicos (economias desenvolvidas, economias em desenvolvimento e economias em transição) nas exportações mundiais de bens criativos, em 2002 e 2008.

O mesmo estudo refere que a exportação de bens criativos dos países em desenvolvimento para o mundo representou 43% do comércio total de indústrias criativas (Gráfico 2), com uma taxa de crescimento anual de 13,5%, no período de 2002 a 2008. Este facto confirma que as indústrias criativas são importantes e que têm potencial para desenvolver países que pretendem diversificar as suas economias. Segundo o estudo, os segmentos que compõem as indústrias criativas são geralmente formados por pequenas unidades de negócio, mais ligadas à economia informal e concentradas nos segmentos mais pobres. O que possibilita que estas indústrias se transformem num veículo mais efectivo para iniciativas de desenvolvimento económico cujo foco é a erradicação da pobreza, ajudando a diminuir as desigualdades sociais. A maioria dos países em desenvolvimento ainda não é capaz de aproveitar a sua capacidade criativa, principalmente devido a deficiências em políticas internas e no ambiente de negócios, bem como a tendências do sistema global. Se a produção e comércio de produtos criativos forem apoiados adequadamente, pelos governos e pelas parcerias entre os sectores público e privado, podem desenvolver as economias, criar diversidade de empregos e incentivar a inovação nos países em desenvolvimento.

O relatório KEA, *The Economy of Culture in Europe*, refere que, em 2003, a economia criativa gerou cerca de 2,6% do PIB europeu (654 mil milhões de euros). O contributo do sector para o total da riqueza gerada na Europa ultrapassava, desse modo, o das actividades imobiliárias (2.1%), indústria alimentar (1.9%), indústria têxtil (0.5%) e indústria química e de plásticos (2.3%). O mesmo relatório estimava ainda que o sector representava 2,5% da população activa da UE, valor que sobe para 3,1% com a inclusão do emprego gerado pelo turismo cultural - e sublinhava que o sector aumentou os seus efectivos, entre 2002 e 2004, enquanto o emprego, em geral, diminuía na Europa.

Um estudo mais recente, de 2010, da TERA Consultants, *Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*, estima que, em 2008, as indústrias criativas geraram 6,9% do PIB europeu (aproximadamente 860 biliões de euros), e representaram 6,5% do total de empregos (aproximadamente 14 milhões de trabalhadores).

O Reino Unido é uma referência, não só por ter sido pioneiro no desenvolvimento das Indústrias Criativas como pelo seu objectivo de se tornar no centro criativo mundial e pelos resultados que obteve. Os dados do DCMS referem que, em 2001, as Indústrias Criativas representaram 8,2% do valor acrescentado bruto (VAB) do Reino Unido, e as suas exportações contribuíram com 11,4 biliões de libras para a balança comercial, o que representava cerca de 4,2% de todos os bens e serviços exportados. Entre 1997 e 2001, estas indústrias cresceram em média 8% ao ano e as exportações 15%. Em 2002, existiam cerca de 122.000 empresas em sectores de Indústrias Criativas registadas no Inter-Departmental Business Register, e, em Junho do mesmo ano, o número total de trabalhadores em empregos criativos era igual a 1,9 milhões⁵⁸. Em Londres, entre 1995 e 2001, as indústrias criativas cresceram mais rapidamente que qualquer outra indústria, à excepção dos serviços financeiros e de negócio, e foram responsáveis por 20 a 25% do crescimento do emprego na cidade durante esse período. Estas indústrias constituem o segundo maior sector da economia de Londres.

Nos Estados Unidos, segundo o boletim *Creative Industries: Business & Employment in the Arts*, em Janeiro de 2008, o país tinha quase 3 milhões de trabalhadores distribuídos em mais de 612.000 empresas relacionadas com a arte, o que representava 2,2% no total de empregos e 4,3% dos estabelecimentos dos EUA.

A China liderou o mercado mundial de bens criativos durante a última década, com um aumento das exportações que passaram de 32 biliões de dólares em 2002 a 84 biliões de dólares em 2008⁵⁹. Em Hong Kong, o estudo *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*, concluiu que, no período de 1996 a 2002, a economia criativa contribuiu com 46 biliões de dólares para o PIB, 3,8% do total, com 30.000 estabelecimentos e 170.000 trabalhadores na indústria criativa.

3.3.4.1 - O sector cultural e criativo em Portugal

Peso do sector na criação de riqueza e no emprego

Segundo um estudo promovido pelo Ministério da Cultura⁶⁰, o Sector Cultural e Criativo (SCC) foi responsável por 2,8% de toda a riqueza criada em Portugal, no ano de 2006, gerando um

⁵⁸ Informações obtidas em *Indústrias criativas - Documento de Trabalho nº 8*, Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, 2005, pág.11.

⁵⁹ Informações obtidas em <http://rio-negocios.com/e-preciso-integrar-cultura-com-politicas-publicas>, consultado a 13-08-2011.

⁶⁰ Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010. Este estudo foi promovido pelo Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Cultura (GPEARI). Trata-se de um relatório, que pela primeira vez identifica e caracteriza com rigor o conjunto de actividades, indústrias e profissionais que integram o sector e respectivo desempenho no período 2000-2006. Neste relatório, o Sector Cultural e Criativo (SCC) é estruturado por três sectores-âncora, que incluem, em termos metodológicos, as seguintes actividades: "Actividades Nucleares do Sector Cultural" (Artes Performativas; Artes Visuais e Criação Literária; Património Histórico e Cultural), "Indústrias Culturais" (Cinema e Vídeo; Edição; Música; Rádio e Televisão; Software Educativo e de Lazer), "Actividades Criativas" (Arquitectura; Design; Publicidade; Serviços de Software; Componentes Criativas em Outras Actividades).

Valor Acrescentado Bruto (VAB) de 3.691 milhões de euros. A riqueza gerada pelo SCC supera a de sectores como Indústrias Têxtil e Vestuário e Indústrias de Alimentação e Bebidas, e não fica muito atrás de outros sectores como o Automóvel (Quadro 3 e Gráfico 3). Comparado com sectores como a Hotelaria e Restauração e a Construção, representa cerca de 40% e 60% da riqueza gerada, respectivamente, nesses dois sectores.

O SCC contribuiu, em 2006, com 127 mil empregos, ou seja, 2,6% do emprego nacional total. Indicia um nível de qualificação e produtividade superior à média nacional. No período 2000-2006, foram criados cerca de 6500 empregos. Em termos cumulativos, o emprego neste sector cresceu 4,5%, o que contrasta com um crescimento de apenas 0,4% no total da economia.

Quadro 3 - Contributos de alguns sectores para o VAB e emprego nacionais (2006).

	VAB (milhões de euros)	%	Emprego (milhares)	%
Actividades Imobiliárias	10083,1	7,6 %	19,0	0,4 %
Educação	9375,9	7,1 %	305,2	6,2 %
Construção	8789,1	6,7%	518,5	10,6 %
Hotelaria e Restauração	5958,9	4,5 %	302,8	6,2 %
Sector Automóvel	5098,6	3,9 %	159,2	3,2 %
Sector Cultural e Criativo	3690,7	2,8 %	127,1	2,6 %
Indústrias Alimentação e Bebidas	2928,4	2,2 %	116,6	2,4 %
Indústrias Têxteis e Vestuário	2561,7	1,9 %	211,0	4,3 %

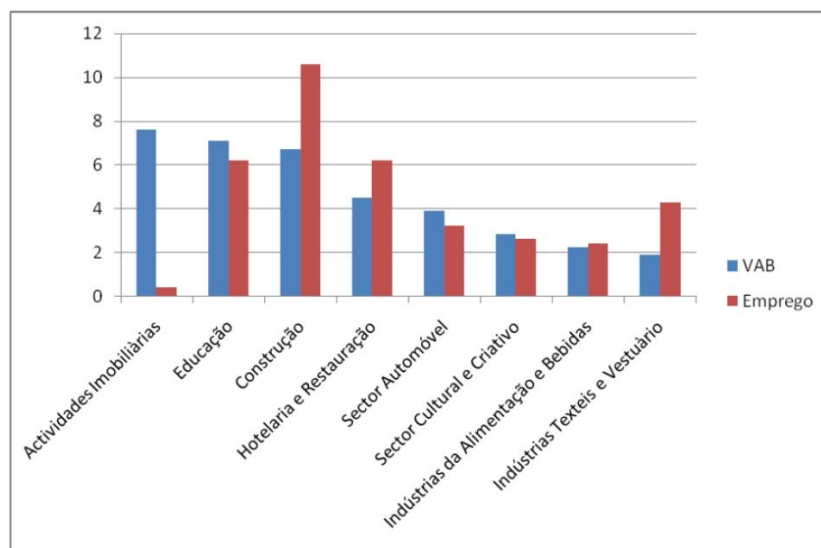


Gráfico 3 - Contributos de alguns sectores para o VAB e emprego nacionais (2006).

Contributo dos subsectores para a criação de riqueza e emprego no SCC

As “Indústrias Culturais” constituem o principal domínio de actividades, representando quatro quintos (78,8%) do VAB do SCC português (Quadro 4). As “Actividades Criativas” (13,7%) e as “Actividades Culturais Nucleares” (7,5%) assumem uma posição secundária. Os

principais segmentos das Indústrias Culturais - os subsectores da edição e da rádio e televisão - são responsáveis por praticamente metade (47,4%) da riqueza produzida em todo o Sector, o que reforça a imagem de uma certa polarização e desequilíbrio no peso relativo dos diferentes segmentos que o integram e estruturam. As Actividades Culturais Nucleares apresentam uma dimensão demasiado estreita, alcançando, em 2006, uma criação de valor acrescentado bruto de apenas 277 milhões de euros, isto é, cerca de 0,2% do total nacional.

As “Indústrias Culturais” concentravam, em 2006, quatro quintos dos postos de trabalho (79,2%) no Sector, enquanto os domínios das “Actividades Culturais Nucleares” e das “Actividades Criativas” representavam, respectivamente, 10,5% e 10,2%. O subsector da Edição era o maior empregador, sendo responsável por quase um terço (31,3%) do emprego em todo o Sector. Seguiam-se as actividades relacionadas com os Bens de Equipamento (15,8%) e com a Distribuição e Comércio (13,2%). O número de trabalhadores a desempenhar profissões culturais e criativas em actividades não incluídas no SCC ascendia a 9.482, correspondendo a 7,5% do emprego total no Sector.

Quadro 4 - Contributo dos subsectores para a criação de riqueza (VAB) e emprego no SCC, em 2006.

Subsector	VAB		Emprego	
	Milhões €	%	Trabalhadores	%
Artes Performativas	144	3,9	6.002	4,7
Artes Visuais e Criação Literária	101	2,7	6.160	4,8
Património Cultural	32	0,9	1.227	1,0
Actividades Nucleares (Total)	277	7,5	13.389	10,5
Cinema e Vídeo	165	4,5	6.020	4,7
Edição	1.264	34,2	39.793	31,3
Música	7	0,2	219	0,2
Rádio e Televisão	488	13,2	9.914	7,8
Bens de Equipamento	376	10,2	20.071	15,8
Distribuição / Comércio	388	10,5	16.717	13,2
Turismo Cultural	221	6,0	7.934	6,2
Indústrias Culturais (Total)	2.908	78,8	100.667	79,2
Arquitectura	25	0,7	742	0,6
Design	7	0,2	242	0,2
Publicidade	18	0,5	387	0,3
Serviços de Software	25	0,7	2.169	1,7
Componentes Criativas em outras Actividades	429	11,6	9.482	7,5
Indústrias Criativas (Total)	505	13,7	13.023	10,2
Total SCC	3.691	100	127.079	100

O dinamismo de criação de riqueza (VAB) do SCC acompanhou, no período de 2000 a 2006, o dinamismo de criação de riqueza da economia nacional, com um crescimento cumulativo de 18,6%, isto é, uma taxa média de crescimento anual de 2,9% (Quadro 5).

Quadro 5 - Dinâmicas de crescimento no Sector Cultural e Criativo, no período 2000-2006.

Subsector	Taxa Média de Crescimento Anual (2000/2006)		Peso Relativo
	VAB (%)	Emprego (%)	Emprego (%)
Artes Performativas	13,0	7,7	4,7
Artes Visuais e Criação Literária	9,1	6,6	4,8
Património Cultural	8,6	3,6	1,0
Actividades Nucleares	10,9	6,8	10,5
Cinema e Vídeo	6,3	1,0	4,7
Edição	1,8	- 1,3	31,3
Música	- 2,0	- 3,7	0,2
Rádio e Televisão	0,9	- 0,2	7,8
Bens de Equipamento	2,9	1,5	15,8
Distribuição / Comércio	2,9	0,7	13,2
Turismo Cultural	4,1	2,5	6,2
Indústrias Culturais	2,3	0,1	79,2
Arquitectura	10,1	5,4	0,6
Design	7,6	6,4	0,2
Publicidade	4,3	2,7	0,3
Serviços de Software	4,3	1,5	1,7
Componentes Criativas em outras Actividades	2,4	0,4	7,5
Indústrias Criativas	2,9	1,0	10,2
Total SCC	2,9 %	0,7 %	100 %

O carácter desigual das dinâmicas de crescimento dentro do SCC, no período de 2000 a 2006 (Gráfico 4), reflecte processos complexos, uns mais universais e globais, outros mais específicos e nacionais, que importa valorar adequadamente, nomeadamente no quadro da formulação das políticas públicas. O desempenho dinâmico das artes, da arquitectura e do design, bem como, do património histórico e cultural e do turismo cultural, destaca-se pelo lado positivo, enquanto o desempenho recessivo da edição musical convencional e dos *mídia* se destaca pelo lado negativo. Deste modo, os subsectores com maior peso relativo (Edição, Rádio e Televisão e Componentes Criativas nas restantes indústrias) registaram ritmos de crescimento relativamente fracos, em contraste com os ritmos de crescimento relativamente elevados em subsectores de menor peso relativo (Artes, Património, Arquitectura e Design).

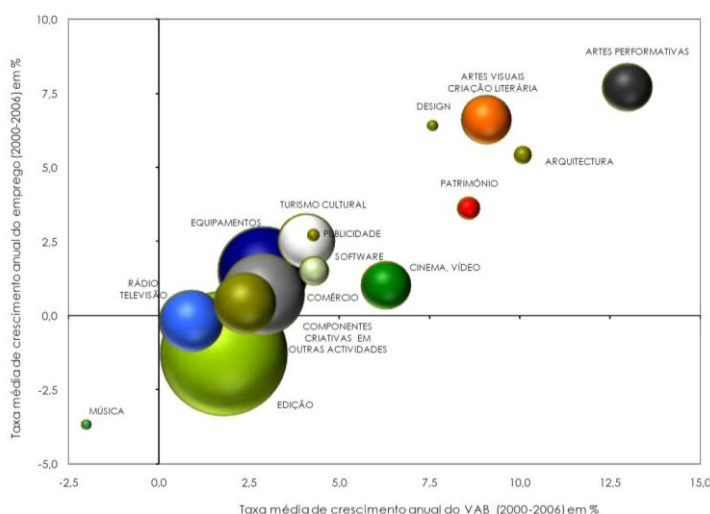


Gráfico 4 - As dinâmicas desiguais de crescimento no SCC, no período 2000-2006. Nota: As "bolhas" representam o peso relativo no Sector Cultural e Criativo em termos de Emprego.

A análise da evolução dos subsectores nesse período, recorrendo à taxa média de crescimento anual (quadro 5), realça o crescimento das “Actividades Culturais Nucleares”, de 10,9% ao ano, que se fica a dever, sobretudo, ao crescimento particularmente forte das Artes Performativas (13%), o mais elevado entre todos os subsectores, mas, também, ao crescimento muito significativo das Artes Visuais e Criação Literária (9,1%) e do Património Cultural (8,6%). O ritmo de crescimento destas actividades, muito acima da taxa de média de crescimento do conjunto do sector (2,9%) resultou num aumento muito significativo do seu peso relativo no valor acrescentado pelo Sector Cultural e Criativo, que passou de 4,8%, em 2000, para 7,5%, em 2006. As “Indústrias Culturais” registaram no seu conjunto, entre 2000 e 2006, uma taxa média de crescimento anual de 2,3%. Possui realidades muito díspares entre os seus diferentes subsectores. De facto, destacam-se os subsectores do Cinema e Vídeo (6,3%) e do Turismo Cultural (4,1%) que tiveram evoluções mais positivas, enquanto, com desempenhos menos positivos destacam-se os subsectores da Música (-2,0%), seguida da Rádio e Televisão (0,9%) e a Edição (1,8%). As “Actividades Criativas” registaram no seu conjunto, uma taxa média de crescimento anual de 2,9%. Apresentam igualmente desigualdade de ritmos de crescimento nos diferentes subsectores, traduzida num desempenho mais dinâmico de subsectores como a Arquitectura (10,1%) e o Design (7,6%), contrabalançado pelo desempenho menos dinâmico das componentes criativas nas restantes actividades económicas (2,4%).

O período 2000-2006, evidencia um crescimento muito significativo do emprego no domínio das “Actividades Culturais Nucleares”, dinamizado pelo crescimento dos diferentes subsectores nele incluídos, que apresentam as taxas médias de crescimento anual do emprego mais elevadas, com particular relevância para Artes performativas (7,7%) e Arte visuais e Criação Literária (6,6%). O domínio das “Indústrias Culturais” apresentou uma evolução mais discreta do emprego, entre 2000 e 2006, com um crescimento cumulativo de apenas 0,4%, tendo, conseqüentemente, perdido peso no conjunto do Sector Cultural e Criativo, passando de 82,5% para 79,2%. Evidenciam-se as taxas médias de crescimento negativas registadas pelos subsectores da Edição (-1,3%), da Música (-3,7%) e da Rádio e Televisão (-0,2%). O crescimento cumulativo do emprego no domínio das “Actividades Criativas” alcançou um valor de 6,1%, globalmente superior ao registado pelo conjunto do Sector Cultural e Criativo (4,5%), embora de forma bastante desigual nos seus diferentes subsectores, devendo destacar-se o crescimento particularmente forte dos sectores do Design (6,4%) e da Arquitectura (5,4%).

Características do tecido económico

O SCC acompanha a tendência geral do tecido empresarial português: 87% dos estabelecimentos têm menos de 10 trabalhadores, com predomínio das nano e micro e empresas.

A presença de capital estrangeiro no tecido empresarial do SCC é quase inexpressiva nas “Actividades Culturais Nucleares” (menos de 1%) e apenas assume uma expressão com algum significado nas Indústrias Culturais (2,8% dos estabelecimentos e 12,6% do emprego).

O ganho médio no SCC é superior em 20% ao referencial da economia nacional, com destaque para as actividades criativas.

A análise dos contornos dos recursos humanos, nomeadamente no que respeita ao seu perfil etário e habilitacional, apresenta um nível de feminização (55% são trabalhadoras) e juventude (38% têm entre 25 e 36 anos) do emprego superior à média nacional e um perfil de emprego mais qualificado do que a média nacional (17% dos trabalhadores possuem habilitações de nível elevado), embora abaixo dos valores europeus.

A distribuição regional dos estabelecimentos do SCC no referencial das NUTS III evidencia uma significativa concentração empresarial (Gráfico 5): Grande Lisboa, Grande Porto e Península de Setúbal concentram cerca de metade dos estabelecimentos e do emprego gerado. A Grande Lisboa é claramente a região mais especializada no SCC: o peso da região no emprego do sector supera em cerca de 45% o peso da região no emprego nacional. No pólo oposto, 9 das 30 regiões, Beira Interior Norte e Sul, Serra da Estrela, Cova da Beira, Pinhal Interior Norte e Sul, Alentejo Litoral e Alto e Baixo Alentejo, representam menos de 1% dos estabelecimentos, alcançando, no seu conjunto, apenas 6,2% do total do emprego sector.

A territorialização do SCC exprime a localização de variáveis, como a população, a taxa de urbanização e o poder de compra e um elemento histórico e geográfico de distribuição “desigual” associado à localização do património natural e monumental. A implantação territorial do SCC em Portugal reflecte fortemente a conjugação dos seus elementos estruturantes, isto é, a “força” dos elementos de mercado (em especial nas indústrias culturais), a “massa crítica” dos elementos de “cidade” (não só nas indústrias culturais, mas em especial nas actividades criativas autónomas), e os elementos de “coesão” das políticas públicas (em especial na dimensão infra-estrutural das actividades culturais nucleares).

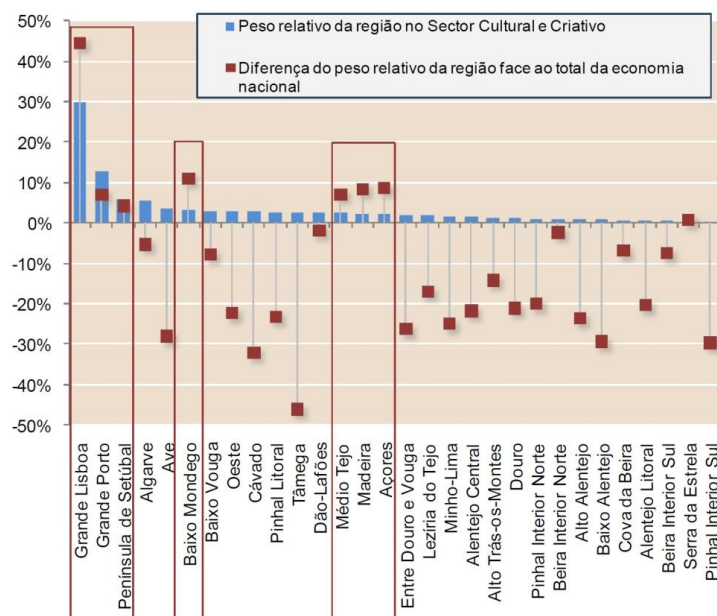


Gráfico 5 - Especialização das regiões portuguesas no Sector Cultural e Criativo - Emprego.

Posição de Portugal no comércio internacional

De acordo com o estudo das Nações Unidas⁶¹, a China é o país com maior produção na economia criativa seguida pelos Estados Unidos e pela Alemanha. Portugal ainda não se encontra entre os 20 maiores produtores do sector. Em análise ao relatório, o Boletim Mensal de Economia Portuguesa⁶² refere que, em 2008, Portugal se encontra na 34ª posição (Quadro 6), no conjunto de 233 países, em termos de exportações mundiais de bens culturais e criativos, tendo registado uma posição melhor de 2005 para 2008, em que subiu 2 posições, apesar do decréscimo anual médio das exportações nacionais nesse período ter sido de 2.9% (Quadro 7). Os segmentos que registaram crescimento anual médio foram as artes performativas e a edição. Concretamente no que se refere às artes performativas o seu peso na estrutura das exportações é muito pequeno (1,4%, em 2008). O segmento com maior peso é o design e a arquitectura (74%), na UE é de 56%, tendo registado em Portugal um decréscimo anual médio de 1,1%. No que se refere às importações também foi o segmento das artes performativas que registou um maior crescimento (10,1%). No que se refere ao design e à arquitectura o seu peso na estrutura das importações é de 55%, em 2008 (idêntica à europeia que é de 56%).

⁶¹ UNCTAD, PNUD, *Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option*, 2010.

⁶² Boletim Mensal de Economia Portuguesa (BMEP), N.º 04, Abril 2011. A autoria do Gabinete de Estratégia e Estudos (GEE), do Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento, e do Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais (GPEAR), do Ministério das Finanças e da Administração Pública. Neste relatório, o Sector Cultural e Criativo é estruturado com base na definição das indústrias criativas da UNCTAD, excepto no segmento de "Design", que inclui Arquitectura.

Posição		País	2008											
2008	2005		2005				Expressões culturais tradicionais	Audiovisuais	Design	Novos media	Artes performativas	Edição	Artes Visuais	
			Valor	Valor	Peso	tvh								
1º	1º	→	China	44 622	57 660	20.8%	29.2%	1º	42º	1º	1º	11º	6º	3º
2º	3º	↑	EUA	19 864	23 797	8.6%	19.8%	5º	4º	5º	2º	2º	2º	1º
3º	4º	↑	Alemanha	18 075	23 394	8.5%	29.4%	7º	10º	4º	4º	1º	1º	6º
4º	2º	↓	China, Hong Kong SAR	21 893	22 610	8.2%	3.3%	2º	17º	2º	3º	13º	8º	8º
5º	5º	→	Itália	16 460	18 896	6.8%	14.8%	8º	2º	3º	21º	23º	7º	10º
6º	6º	→	Reino Unido	15 234	13 529	4.9%	-11.2%	13º	3º	8º	8º	6º	4º	2º
7º	7º	→	França	10 316	11 743	4.2%	13.8%	10º	7º	6º	18º	10º	5º	4º
8º	11º	↑	Holanda	5 375	7 158	2.6%	33.2%	11º	22º	15º	5º	3º	11º	13º
9º	12º	↑	Suíça	5 140	6 742	2.4%	31.2%	23º	21º	9º	37º	20º	15º	5º
10º	9º	↓	Índia	6 133	6 425	2.3%	4.8%	9º	5º	7º	25º	28º	30º	15º
11º	10º	↓	Bélgica	5 926	6 269	2.3%	5.8%	3º	19º	12º	20º	14º	9º	14º
12º	8º	↓	Canadá	8 440	6 265	2.3%	-25.8%	26º	1º	20º	12º	18º	3º	11º
13º	13º	→	Japão	4 475	4 751	1.7%	6.2%	16º	24º	14º	10º	9º	16º	9º
14º	15º	↑	Áustria	3 769	4 292	1.6%	13.9%	15º	36º	24º	7º	4º	17º	18º
15º	14º	↓	Espanha	4 132	4 275	1.5%	3.5%	14º	8º	16º	13º	24º	12º	16º
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
34º	36º	↑	Portugal	745	848	0.3%	13.9%	32º	20º	32º	52º	44º	37º	23º

Quadro 6 - Posicionamento de Portugal face às exportações mundiais de bens culturais e criativos (2008).

Quadro 7 - Evolução das exportações e importações de bens culturais e criativos - Portugal e UE-27.

	1996		2005		2008		Taxa de Crescimento anual médio 08/96	
	PT	UE27	PT	UE27	PT	UE27	PT	UE27
Exportações								
Expressões culturais tradicionais	265	5670	221	7404	80	6085	-9,5%	0,6%
Audiovisuais	0	115	2	247	1	229		5,9%
Design	719	62139	970	89932	630	61859	-1,1%	0,0%
Novos media	9	3643	14	10945	2	5919	-12,9%	4,1%
Artes performativas	1	1787	2	3940	12	11716	22,7%	17,0%
Edição	40	17727	54	23463	62	18074	3,7%	0,2%
Artes Visuais	173	5033	109	9125	61	7383	-8,3%	3,2%
Bens Culturais e Criativos	1207	96114	1372	145056	848	111266	-2,9%	1,2%
Importações								
Expressões culturais tradicionais	96	6772	149	9859	129	7416	2,5%	0,8%
Audiovisuais	2	96	3	122	2	72	-0,9%	-2,4%
Design	711	49299	1228	85617	814	63881	1,1%	2,2%
Novos media	30	2727	172	9872	65	9313	6,6%	10,8%
Artes performativas	50	2424	82	5617	158	10453	10,1%	13,0%
Edição	263	14883	312	19245	236	14835	-0,9%	0,0%
Artes Visuais	52	4029	89	7625	66	7403	2,0%	5,2%
Bens Culturais e Criativos	1204	80230	2035	137957	1470	113373	1,7%	2,9%

Relativamente ao destino das exportações portuguesas de bens criativos (Gráfico 6), dentro da Europa os principais destinos são países como a Espanha, França e Reino Unido, com uma clara predominância dos dois primeiros. Contudo, é de realçar a crescente importância das exportações extracomunitárias que tiveram uma taxa de crescimento anual média, de 2005 a 2008, de cerca de 22%, ao nível do design e da arquitectura, havendo, assim, uma tendência para a diversificação de mercados. Em termos de países fora da UE, destaca-se visivelmente os Estados Unidos e Suíça. No que se refere aos países de língua portuguesa, Angola destaca-se apresentando um visível crescimento das exportações nacionais para aquele país, entre 2005 e 2008. No que se refere ao design e à arquitectura, a taxa de crescimento anual média das exportações foi cerca de 52% e na edição 41%.

Quanto à origem das importações portuguesas de bens criativos (Gráfico 7), dentro da Europa os principais países de origem são a Espanha, França, Itália e Holanda, deixando o Reino Unido para trás, com uma clara predominância de Espanha como o grande fornecedor. No entanto, é de realçar a crescente importância das importações extracomunitárias que tiveram, ao nível do design e da arquitectura, uma taxa de crescimento anual média de cerca de 14% entre 2005 a 2008. Em termos de países fora da UE, destaca-se visivelmente a China, em substituição da Suíça e dos Estados Unidos, bem como o Brasil (de entre os países de língua oficial portuguesa), deixando para trás Angola.

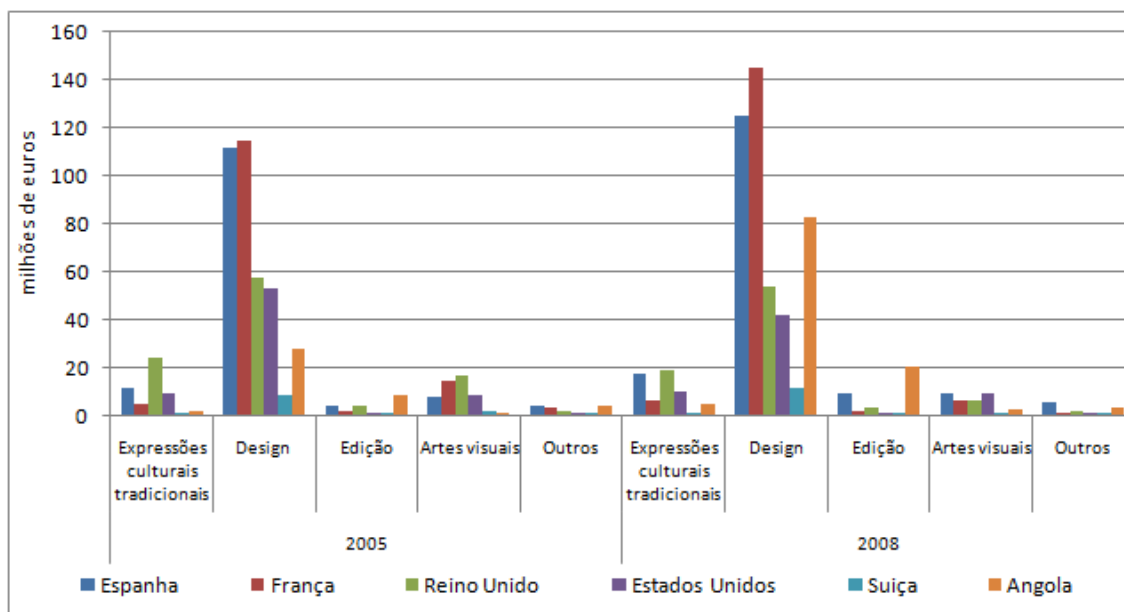


Gráfico 6 - Principais destinos das exportações portuguesas.

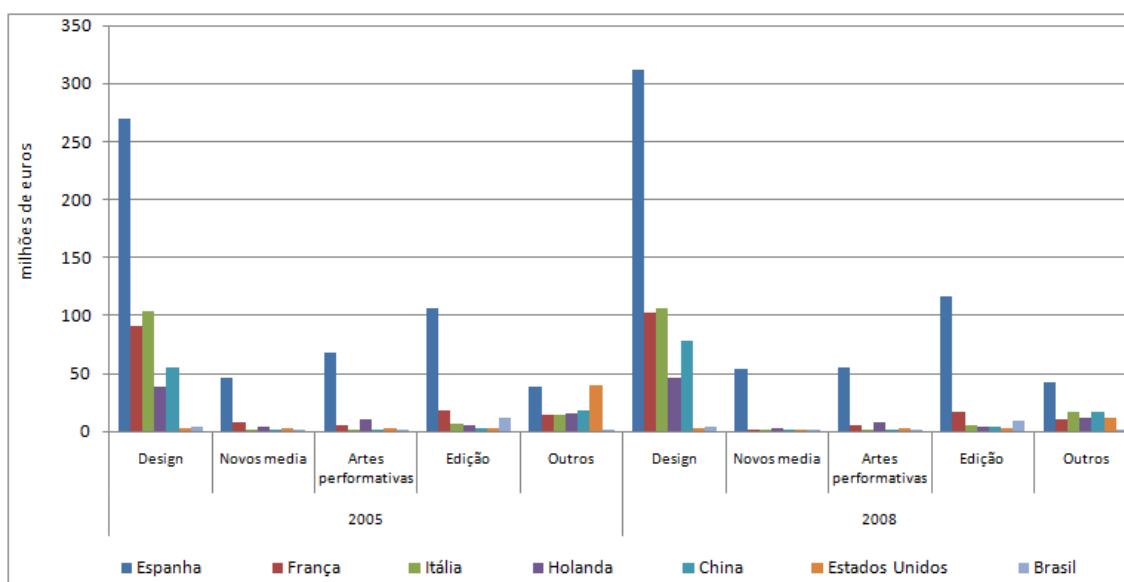


Gráfico 7 - Principais origens das importações portuguesas.

No posicionamento na União Europeia⁶³, seja na dimensão absoluta das actividades culturais e criativas, medida pelo volume de negócios, seja na sua contribuição relativa para a riqueza total produzida, medida pelo peso relativo do sector no PIB, Portugal está em situação intermédia entre um grupo de economias e sociedades mais desenvolvidas e um grupo de economias emergentes e sociedades em transição (Gráfico 8). A comparação com as economias mais desenvolvidas do Norte e Centro da Europa e, mesmo, com outras do Sul, como a Itália e a Espanha, evidencia uma menor expressão e maturação das actividades culturais e criativas em Portugal.

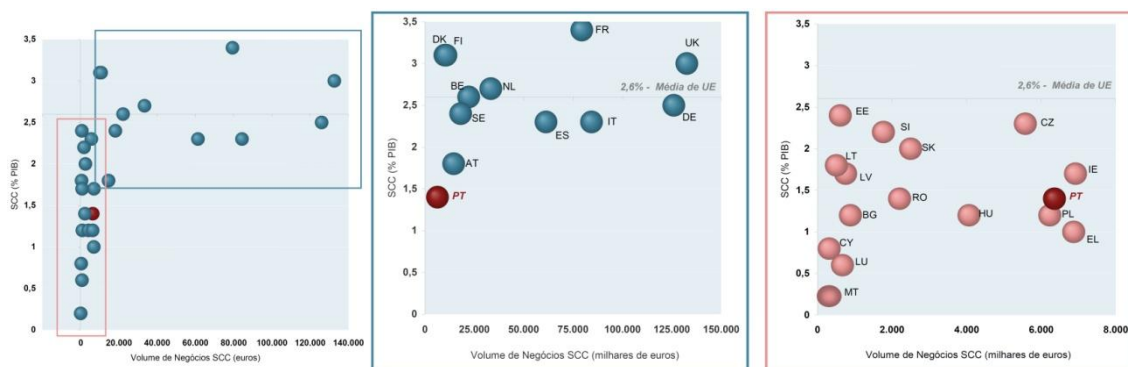


Gráfico 8 - A dimensão do Sector Cultural e Criativo nas diferentes economias da União Europeia (2006 - KEA; Eurostat).

No BMEP, conclui-se que “um desafio central para as políticas públicas nacionais de dinamização do Sector Cultural e Criativo centra-se em proporcionar sinergias entre oferta e procura e entre as actividades criativas e as restantes actividades económicas, ou seja, criar condições para que exista um contributo da cultura e da criatividade para a renovação e relançamento dos modelos competitivos das empresas portuguesas, através do crescimento das exportações”⁶⁴.

Concluindo, o Sector Cultural e Criativo em Portugal revela, em termos de comércio internacional, três debilidades particularmente relevantes⁶⁵:

- 1) Fraco dinamismo das indústrias relacionadas e de suporte ao sector cultural e criativo que se configura, à escala global, como um elemento decisivo da sustentabilidade dos empregos e da competitividade nas indústrias criativas;
- 2) Dificuldade de articular lógicas de produção e de distribuição em muitos produtos culturais e criativos, produzindo sinergias cumulativas e alargando as oportunidades de investimento e emprego;
- 3) Estagnação duradoura das exportações das indústrias culturais, indiciando quer uma dificuldade de valorização internacional da língua portuguesa, quer a afirmação de lógicas

⁶³ Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.95.

⁶⁴ Boletim Mensal de Economia Portuguesa, N.º 04, Abril 2011, pág.45.

⁶⁵ Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.123.

públicas e privadas que tendem a privilegiar os aspectos internos e de produção sobre os aspectos internacionais e de distribuição.

3.4 - Classes Criativas

“Os vencedores na economia criativa global serão as nações que estão mais aptas a atrair, reter e desenvolver talento criativo e a aproveitar os seus recursos e capacidades criativas”

Richard Florida e Irene Tinagli (2004)⁶⁶

3.4.1 - Conceito e especificidades

A ascensão da classe criativa (reflexo da alteração significativa do papel dos territórios e da transformação da economia) provocou uma mudança relevante em termos de normas, valores e atitudes, pois esta assume-se como padrão de estilo de vida e dominante no poder económico. Na actual emergência de uma economia baseada no conhecimento, os indivíduos desempenham novos papéis no processo de criação de valor, pois o capital humano e o talento estão a tornar-se forças motrizes para alcançar o crescimento económico.

A “classe criativa” engloba os indivíduos que utilizam a criatividade como motor do desenvolvimento da sua actividade profissional. É composta por trabalhadores das áreas das artes, ciências e engenharias. De acordo com Florida, a classe criativa também inclui um grupo mais vasto de profissionais criativos ligados às actividades de negócio, finanças, direito e educação. Em termos estatísticos, a classe criativa define-se como o número de trabalhadores em empregos criativos em percentagem de emprego total.

É importante reconhecer o papel essencial dos talentos criativos e do empreendedorismo. A presença da classe criativa gera dinamismo económico, social e cultural, sobretudo nas áreas urbanas. A função económica destes trabalhadores é a de criar novas ideias, novas tecnologias ou novos conteúdos criativos. Ao explorar o potencial dos empreendedores criativos e culturais potencia-se a criação de soluções inovadoras que não se baseiam somente em tecnologia, mas também na criatividade e no conhecimento. Num mundo cada vez mais global, a capacidade de inovação de uma região ou país assume uma importância relevante ao nível da competitividade nacional ou internacional. A atracção de talento criativo tem um impacto positivo na requalificação urbana, no rejuvenescimento e internacionalização da cidade, na valorização do património, entre outros aspectos, e contribui para a competitividade e atracção das cidades.

⁶⁶ Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004, pág.41.

Os valores da classe criativa (destacados por Richard Florida⁶⁷) são: a individualidade, o mérito, a diversidade e o espírito de abertura. A individualidade refere-se à auto-afirmação, ao facto da classe criativa não se conformar com regras organizacionais ou padrões pré-definidos. A valorização do mérito pessoal (relacionado com a capacidade de trabalho, definição de objectivos e resultados alcançados) faz com que o dinheiro deixe de ser o elemento central para que os membros da classe criativa se sintam realizados ou motivados. A diversidade e o espírito de abertura relacionam-se com a noção de que os factores de diferença não são impeditivos do sucesso profissional.

3.4.2 - A teoria dos 3T's de Richard Florida

De entre os autores que abordam o tema das “cidades criativas” Richard Florida⁶⁸ é um dos mais importantes. Têm sido levantadas algumas críticas acerca do seu trabalho, relativamente a alguns aspectos metodológicos e conclusões secundárias (por exemplo, tem sido criticado pelo leque de categorias profissionais que este definiu para a classe criativa ser muito amplo). No entanto, reconhece-se que tem contribuído de um modo fulcral para o avanço de um discurso público sobre a emergente economia criativa.

Florida argumenta que a economia está a passar de um sistema corporativo centralizado para um sistema conduzido pelas pessoas. Para ele, as cidades são as chaves económicas da Era criativa, e o talento e a criatividade devem ser utilizados a favor da regeneração urbana para uma prosperidade a longo prazo. A sua premissa é a de que os líderes económicos do futuro serão as nações e regiões que melhor mobilizarem as capacidades criativas das suas populações e atraiam talentos criativos de todo o mundo. Segundo Florida, a revolução criativa, no contexto urbano, é conseguida por uma “classe criativa” que arrisque reflectir e agir em prol do desenvolvimento.

No seu livro mais conhecido *The Rise of the Creative Class*, de 2002, Richard Florida foca-se na teoria de que uma cidade com alta concentração de tecnologia e “classes criativas” manifesta um alto nível de desenvolvimento económico. Segundo Florida, a capacidade das cidades para competir e prosperar na economia global não se limita ao fluxo de capital e investimento, nem ao comércio de bens e serviços. O sucesso das cidades e da economia urbana depende, cada vez mais, da capacidade de atrair, fixar e desenvolver a nova Classe Criativa, e na capacidade de desenvolver produtos tecnológicos e investigação (através de

⁶⁷ Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York 2002.

⁶⁸ Richard Florida (nascido em 1957 em Newark, New Jersey) é um teórico americano do Urbanismo. Já foi considerado o “guru” do conceito “cidades criativas” (é uma figura nuclear quando se fala de criatividade e inovação aplicada à prosperidade económica). Doutorado em Planeamento Urbano pela Universidade de Columbia e licenciado em Ciências Políticas pela Rutgers College. É director e professor (de Negócios e Criatividade) do Lloyd & Delphine Martin Prosperity Institute na Rotman School of Management, na Universidade de Toronto (Canadá). Também dirige uma empresa de consultoria privada, que fundou, chamada *Creative Class Group*. É autor de *best-sellers* mundiais como *The Rise of the Creative Class* (2002), *The Flight of the Creative Class* (2005) e *Who's Your City* (2008).

empresas inovadoras e de universidades). A capacidade de atracção de talento criativo e empreendedorismo das cidades será determinada pela qualidade do lugar, pela valorização da diversidade cultural e social, sustentada numa atitude de tolerância, entre outros factores.

Neste livro, Richard Florida avança com uma teoria em que argumenta que o crescimento económico e o desenvolvimento se baseiam em 3 T's - Tecnologia, Talento e Tolerância. Os modelos tradicionais alegam que a competitividade económica é conseguida através de empresas, empregos e tecnologia. Na perspectiva de Florida estes modelos são bons pontos de partida, mas estão incompletos. Para ele, a tecnologia é importante, mas também entram em jogo outros factores, como o talento e a tolerância:

- A Tecnologia é o elemento central dos 3 T's. É a finalidade das concentrações de inovação e alta tecnologia numa região. Gera crescimento e progresso tecnológico a longo prazo. Na história da humanidade, a riqueza era obtida principalmente através dos recursos do lugar, como por exemplo, solo fértil, matérias-primas ou recursos naturais. Actualmente, tanto a tecnologia como as pessoas criativas e talentosas que a produzem são recursos económicos altamente móveis.
- O Talento é o segundo T. O factor "talento" engloba as pessoas com formação em cursos superiores. Na perspectiva do autor, pessoas com um maior nível de educação contribuem para o desenvolvimento económico de um país. As novas tecnologias e a inovação requerem competências adequadas. Se, por exemplo, as empresas apostarem em indivíduos qualificados, estas pessoas poderão contribuir de forma positiva para o aumento da inovação e conseqüente aumento da produtividade, a médio e longo prazo.
- A Tolerância é o terceiro T. Define-se como espírito de abertura, inclusão e diversidade, para todas as etnias, raças e estilos de vida. É uma dimensão fundamental para a competitividade económica nos dias de hoje, no entanto, é quase inexistente nos modelos económicos convencionais. Esta afecta a capacidade das nações e regiões de mobilização das próprias capacidades criativas e de competir por talentos criativos. Quanto mais tolerante for uma nação ou região, mais talento é capaz de mobilizar e atrair. Para Florida, os níveis de inovação e criatividade estão ligados ao espírito de abertura do ambiente onde as pessoas criativas trabalham.

Os 3 T's, destacando-se a Tolerância, são os elementos fundamentais do "ecossistema" da economia criativa (fig.25). Florida, considera que estes são os pilares da competitividade das cidades contemporâneas, pois permitem que certos lugares atinjam uma maior capacidade de atracção, desenvolvimento e mobilização dos recursos criativos, bem como, uma maior capacidade para gerar inovação e estimular o desenvolvimento económico. Para o autor, num lugar são necessários os três factores, pois isolados são condições insuficientes. Assim, a

classe criativa deve ter tolerância e talento suficiente que possibilite apostar na tecnologia e inovação, de modo a que o resultado final seja o crescimento económico.

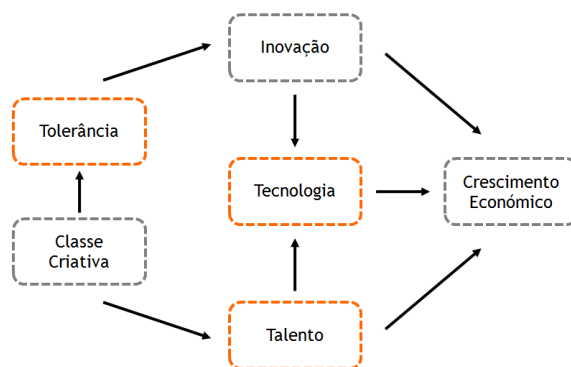


Fig. 25 - Tolerância, Criatividade e Crescimento Económico.

No livro *The Rise of the Creative Class*, Florida estuda o poder competitivo das cidades americanas de acordo com a teoria dos 3 T's. O estudo foi baseado num "ranking de indicadores de criatividade" que o autor criou. Estes índices servem para medir os atributos dos lugares que atraem e retêm a classe criativa e permitem determinar quais são as características que as cidades devem desenvolver para incentivar a sua vantagem competitiva. Os índices de criatividade que o autor foi desenvolvendo, desde a publicação desse livro, estão descritos no Quadro 8.

Quadro 8 - Índices de Criatividade de Richard Florida.

Índices de criatividade	Sub-índice	Descrição
Índice de Talento	Índice de Classe Criativa	Percentagem de população activa empregada em profissões criativas no total de empregos
	Índice de Capital Humano	Percentagem de população, que tem entre 25-64 anos, com cursos superiores (licenciatura ou grau superior)
	Índice de Talento Científico	Número de investigadores na área científica por mil trabalhadores
Índice de Tecnologia	Índice de I&D	Percentagem de despesas com as actividades de Investigação e Desenvolvimento, relativamente ao PIB
	Índice de Inovação	Número de pedidos de patentes por milhão de habitantes
	Índice de Alta Tecnologia	Número de patentes em alta tecnologia por milhão de habitantes (em áreas como biotecnologia, TIC, produtos farmacêuticos e tecnologias aeroespaciais)
Índice de Tolerância	Índice de Atitudes	Percentagem da população que expressa atitudes tolerantes em relação às minorias
	Índice de Valores	Medida do grau em que um país se baseia em valores tradicionais versus valores mais racionais/seculares
	Índice de Auto-expressão	Medida do grau de valorização/aceitação de um país em relação aos direitos individuais e aos valores de auto-expressão
	Índice de Diversidade	Medida composta pelos índices Gay, Boémia e "Melting Pot"
	• Índice Gay	Medida da quantidade de casais homossexuais da população
	• "Bohemian Index" / Índice de Concentração de Artistas	Medida da quantidade de pessoas artisticamente criativas da população (escritores, músicos, arquitectos, pintores, actores, dançarinos, realizadores, etc)
• Índice de "Melting Pot"	Percentagem da população nascida no estrangeiro	

Um aspecto importante destes índices é o vínculo entre a qualidade do lugar e a actividade industrial. Outro aspecto a focar é o facto de a concentração de artistas, homossexuais e estrangeiros estar associada a uma atmosfera urbana de grande abertura e tolerância (fig.26), que é muito atractiva para jovens talentosos e propícia ao desenvolvimento de ideias inovadoras. Esta concentração, associada a um elevado nível de capital humano, atrai também indústrias de alta tecnologia e produz dinamismo social e crescimento económico.



Fig. 26 - Amesterdão, uma “cidade criativa” muito tolerante. Amesterdão é uma cidade multicultural conhecida pelo seu carácter liberal e tolerante. Prova disso, por exemplo, é a realização anual de uma “gay parade” e a legalização dos casamentos homossexuais, das drogas leves (que originou a proliferação das “coffee shops” e “smart shops”) e da prostituição (que originou a constituição do Red Light District).

Relacionado com a teoria dos 3T’s de Richard Florida, o conceito de “cidade criativa”, na abordagem de Maurizio Carta, estrutura-se em torno de 3 C’s - Cultura, Comunicação e Cooperação (fig.27), para evidenciar a relevância da articulação entre os agentes e os espaços onde se desenvolvem as actividades criativas, através de “comunidades” que valorizam e utilizam “recursos” singulares com base em “ferramentas” avançadas⁶⁹. “Uma cidade criativa alimenta-se, portanto, da interacção fértil entre Cultura, Comunicação e Cooperação, recursos essenciais dos Conselhos Municipais, dos planeadores, dos arquitectos e designers, uma vez que representam o vértice do seu próprio trabalho, um guia indispensável para a inovação e a produção com qualidade, equilibrando a livre iniciativa e empresa e contribuindo para a felicidade global das comunidades que procuram servir”⁷⁰.

A convergência entre “classe criativa” e “cidade criativa” fundamenta-se, aqui, em três grandes proposições: 1) na identidade cultural como factor crucial da competitividade das cidades (enquadrando o talento individual); 2) no papel central da utilização e difusão da informação em tempo real, através de redes de comunicação tecnologicamente avançadas, para favorecer a inovação; 3) na importância da construção de comunidades urbanas diversificadas e tolerantes, capazes de partilhar objectivos e responsabilidades (numa cooperação que envolve centros, periferias, bairros, actividades e grupos sociais).

⁶⁹ Augusto Mateus & Associados, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*, Janeiro 2010, pág.19.

⁷⁰ Maurizio Carta, *Creative City: Dynamics, Innovations, Actions*. LISt, Barcelona 2007, pág.13.

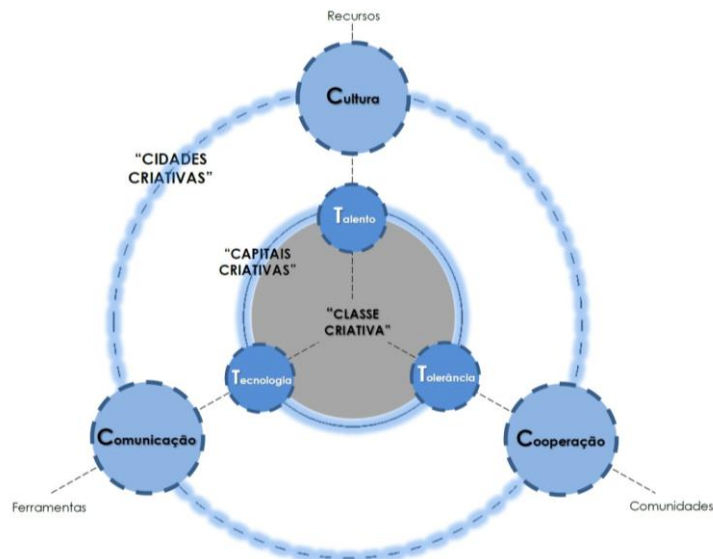


Fig. 27 - A convergência da “Classe criativa” e da “Cidade criativa” (dos 3 T’s aos 3 C’s). Os grandes factores da criatividade, segundo Maurizio Carta.

3.4.3 - A Classe Criativa na Europa

Um estudo realizado por Richard Florida e Irene Tinagli, em 2004⁷¹, estima que a Classe Criativa Europeia tenha tido uma média de crescimento anual de 7%, entre 1995 e 2000. O país que mais se destacou neste crescimento foi a Irlanda, com 7,6%. Portugal, em comparação com os 14 países em estudo, foi o único que apresentou valores de crescimento negativo (Gráfico 9), e encontra-se em último lugar no Índice de Euro-Criatividade (Quadro 9 e fig.28). É possível constatar que o centro da criatividade está a mudar-se para os países nórdicos (como a Suécia e a Finlândia), deixando para trás países mais poderosos (por exemplo, Alemanha, França, Reino Unido).

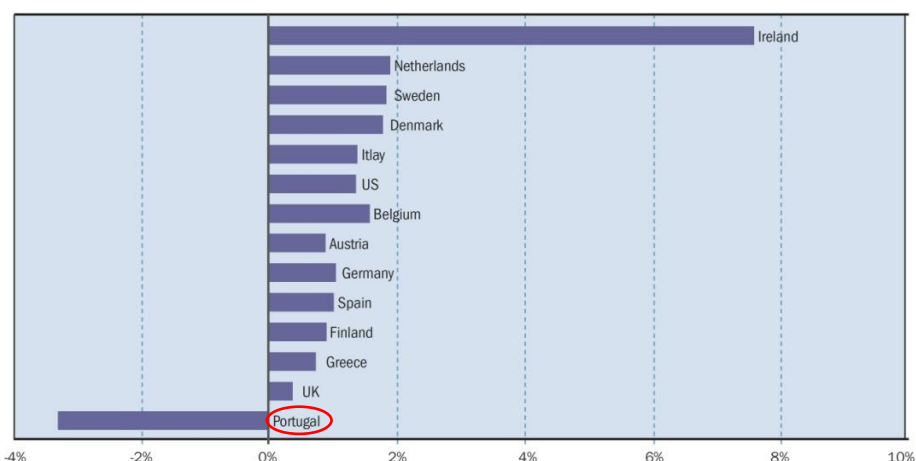


Gráfico 9 - Crescimento da Classe Euro-Criativa. Percentagem média anual de variação em profissões criativas (desde 1995 até 2000). Nota: A variação é medida desde 1995 até ao último ano disponível em ILO, LABORSTA Labour Statistics Database. Os dados referentes à Dinamarca, Holanda, Reino Unido e Bélgica são de 1995-1998; Irlanda e Finlândia de 1995-1999; Suécia de 1998-2000; e os restantes países são de 1995-2000.

⁷¹ Richard Florida e Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age*. Fevereiro 2004. Este estudo abrange os conceitos e índices originalmente desenvolvidos e testados para as cidades dos EUA, no livro *The Rise of the Creative Class*, porém adaptado ao contexto europeu.

Quadro 9 - Índice de Euro-Criatividade. Nota: Todos os valores se referem à posição relativa que cada país ocupa no respectivo índice (excepto na coluna da Classificação).

Índice de Euro-Criatividade		Índice de Talento			Índice de Tecnologia			Índice de Tolerância		
Ranking	Classificação	Classe Criativa	Capital Humano	Talento Científico	Inovação	Alta Tecnologia	I & D	Atitudes	Valores	Auto-expressão
1. Suécia	0,81	8º	7º	2º	2º	3º	1º	2º	1º	1º
2. EUA	0,73	1º	1º	3º	1º	1º	3º	n.d.	13º	4º
3. Finlândia	0,72	4º	6º	1º	4º	2º	2º	3º	5º	10º
4. Holanda	0,67	3º	2º	10º	6º	4º	8º	5º	4º	2º
5. Dinamarca	0,58	9º	15º	4º	5º	5º	6º	7º	3º	3º
6. Alemanha	0,57	11º	4º	7º	3º	6º	4º	12º	2º	9º
7. Bélgica	0,53	2º	8º	6º	7º	9º	7º	13º	8º	8º
8. RU	0,52	5º	3º	8º	9º	6º	9º	8º	9º	6º
9. França	0,46	n.d.	11º	5º	10º	8º	5º	11º	7º	11º
10. Áustria	0,42	12º	14º	11º	8º	10º	10º	9º	10º	5º
11. Irlanda	0,37	6º	10º	9º	11º	12º	11º	5º	15º	7º
12. Espanha	0,37	10º	4º	12º	13º	13º	13º	1º	12º	14º
13. Itália	0,34	13º	12º	13º	12º	11º	12º	4º	11º	12º
14. Grécia	0,31	7º	9º	15º	14º	14º	15º	14º	6º	13º
15. Portugal	0,19	14º	13º	14º	15º	15º	14º	9º	14º	15º

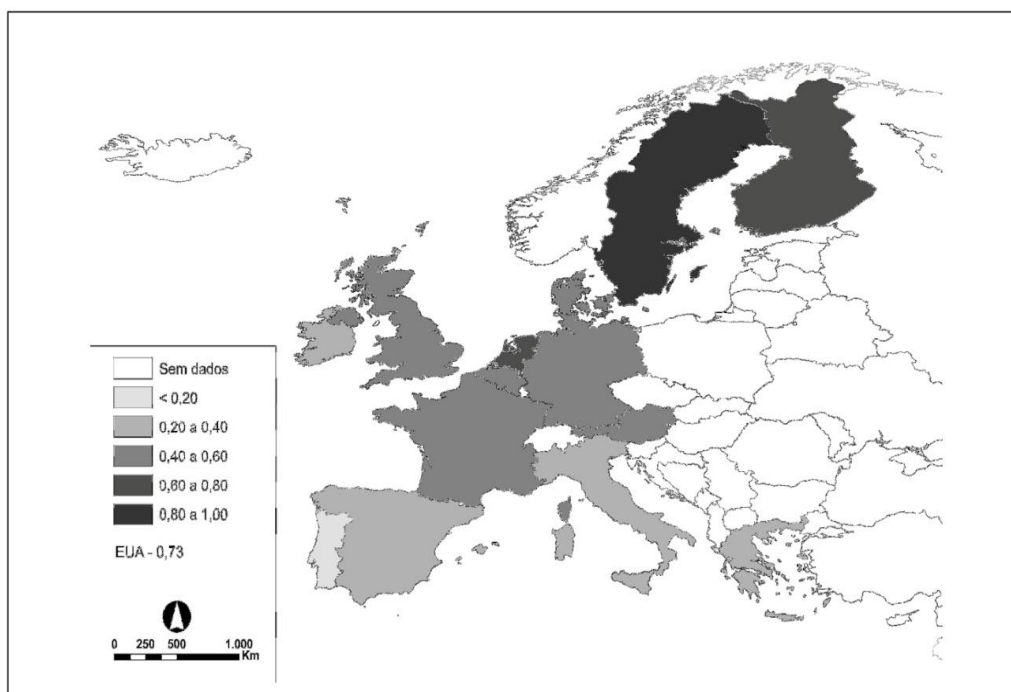


Fig. 28 - Índice de Euro-Criatividade.

É, no entanto, importante salientar que Portugal ocupa o terceiro lugar no Índice de Tendência da Euro-Criatividade (Quadro 10 e fig.29), distanciando-se significativamente da quarta posição, ocupada pela Dinamarca. O Índice de Tendência da Euro-Criatividade indica que países como a Irlanda, Portugal, Espanha e Grécia têm direccionado os investimentos e as suas políticas para as dimensões mais imateriais, no sentido de alterarem os seus modelos de crescimento. Países como a Finlândia, Dinamarca e Suécia também apresentam valores elevados deste Índice, facto que permite compreender a actual posição na economia global.

Quadro 10 - Índice de Tendência da Euro-Criatividade. Tendência de Crescimento do Talento e Tecnologia desde 1995.

Índice de Tendência da Euro-Criatividade		Crescimento da Classe Criativa	Crescimento do Talento Científico	Crescimento das Patentes	Crescimento da I&D
Ranking	Classificação				
1. Irlanda	0,89	1º	1º	2º	2º
2. Finlândia	0,60	10º	2º	6º	1º
3. Portugal	0,51	14º	4º	1º	3º
4. Dinamarca	0,38	4º	11º	3º	6º
5. Espanha	0,37	9º	5º	8º	4º
6. Grécia	0,36	12º	6º	4º	9º
7. Suécia	0,35	3º	9º	5º	10º
8. Bélgica	0,35	5º	10º	7º	5º
9. Áustria	0,34	10º	3º	9º	8º
10. EUA	0,33	7º	7º	14º	7º
11. Holanda	0,27	2º	8º	10º	12º
12. Alemanha	0,20	8º	14º	12º	11º
13. Itália	0,18	6º	15º	11º	13º
14. Reino Unido	0,15	13º	12º	13º	14º
15. França	0,08	n.d.	13º	15º	15º

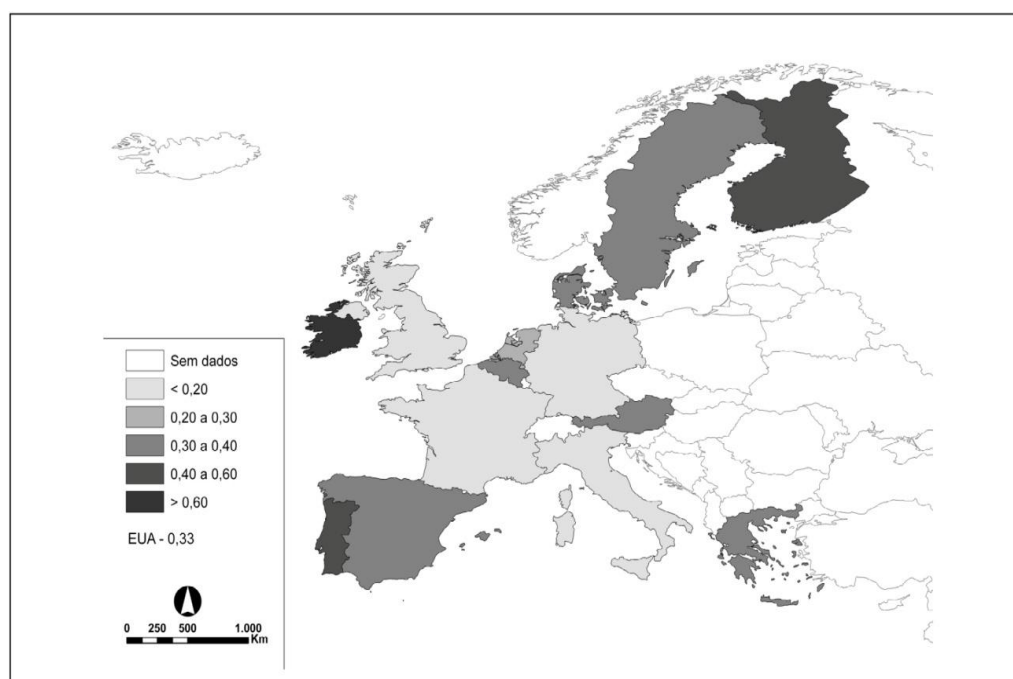


Fig. 29 - Índice de Tendência da Euro-Criatividade.

Finalmente, o cruzamento do Índice de Euro-Criatividade com o Índice de Tendência da Euro-Criatividade permite classificar os países em quatro tipos: “líderes”, “em perda”, “em crescimento” e “atrasados”. Os países nórdicos (Finlândia, Dinamarca e Suécia) e a Bélgica aparecem como os países “líderes”, não só apresentando Índices de Euro-Criatividade elevados, como tendo revelado tendências de crescimento dos Índices de Talento e Tecnologia desde 1995. Um segundo grupo, os países “em perda” (Holanda, Alemanha e Reino Unido), caracteriza países que não têm tido um crescimento nestes indicadores, embora apresentando Índices de Criatividade elevados, traduzindo as políticas passadas. Outro grupo

(Áustria, Espanha, Grécia e Portugal), os países “em crescimento”, apresentam Índices de Tendência ao nível dos países “líderes”, embora revelando Índices de Criatividades inferiores ou muito inferiores (no caso de Portugal) à média. Por último, França e Itália apresentam para ambos os índices valores inferiores à média.

3.4.4 - Os espaços para as classes criativas

A economia criativa está fortemente relacionada com o conceito de “lugar”. As estratégias baseadas na criatividade para o desenvolvimento local devem ser pensadas num enquadramento espacial específico. É necessário considerar diferentes escalas (desde o planeamento urbano ao projecto arquitectónico) na criação de espaços urbanos funcionais para as indústrias criativas e para os empreendedores criativos. Neste contexto, as diversas escalas do “lugar” variam desde as “cidades criativas”, aos “clusters/bairros criativos” até às “infra-estruturas criativas”.

A relação crescente entre a criatividade e o território está patente no conceito de “ecossistema criativo” desenvolvido pela INTELI⁷² (fig.30). O “ecossistema criativo” é um ambiente de excelência baseado em recursos criativos que gera crescimento sócio-económico. É composto por três componentes interligados: Economia - Indústrias Criativas (empresas e organizações do sector cultural e criativo como motores económicos, sociais e culturais); Lugar - Espaços Criativos (lugares como espaços de produção e consumo cultural e criativo que atraem recursos, pessoas e capital. Estes lugares podem ser “cidades criativas”, “clusters criativos”, ou “infra-estruturas criativas”); e Pessoas - Classe Criativa (pessoas com aptidões artísticas e capacidades pessoais que fomentem a criatividade, com um espírito empreendedor aumentando a criação de negócios inovadores). Esta interacção depende em grande parte dos sistemas de governação específicos - Governação, e da posição no sistema espacial e hierarquias urbanas, e do nível de acesso às tecnologias de informação e comunicação e à economia digital - Conectividade.

⁷² INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, Lisboa, Junho 2011, pág17.

A INTELI (Centro de Inteligência em Inovação) é uma associação privada sem fins lucrativos, em Portugal, criada em 2000, que intervém na área do desenvolvimento territorial numa lógica de promoção da criatividade, inovação e conhecimento das cidades e regiões, articulando as dimensões chave da competitividade regional e urbana: mobilidade, ambiente, energia e cultura. www.inteli.pt.



Fig. 30 - Ecosistema Criativo.

A classe criativa procura locais dinâmicos, com capacidade de proporcionar atmosferas de trabalho e, simultaneamente, de lazer, e procura ainda ambientes autênticos caracterizados pela diversidade. Podem resumir-se alguns dos principais atributos dos lugares valorizados pela classe criativa: o estilo de vida; a existência de espaços de interação social; a diversidade (evidencia a tolerância da comunidade às pessoas externas, criando um ambiente cosmopolita onde as culturas e ideais se cruzam); autenticidade (a singularidade do local deriva da mistura de elementos, valores e práticas tradicionais, que caracterizam a história do lugar, com a modernidade); e a qualidade do lugar (factor central na decisão da localização da classe criativa; pode ser entendida como o conjunto de experiências que o território consegue oferecer). Florida sugere que a qualidade do lugar está relacionada com três dimensões essenciais: 1) O que está lá? (a combinação do ambiente construído com o ambiente natural); 2) Quem está lá? (os diferentes tipos de pessoas que interagem e criam a comunidade); 3) O que se passa lá? (a dinâmica da vida quotidiana, da vida urbana e das actividades exteriores).

Dentro da classe criativa também diferentes segmentos de pessoas criativas procuram diferentes tipos de ambientes, como descrito no Quadro 11.

Quadro 11 - Atributos dos lugares valorizados pela Classe Criativa.

Principais Factores de Atracção dos Lugares	
Classes criativas	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade do lugar • Estilo de vida • Espaços de interacção social • Diversidade / Tolerância • Autenticidade
Algumas diferenças conforme o tipo de trabalhadores	
Profissionais ligados às ciências e engenharias	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade do meio universitário • Infra-estruturas de lazer • Acessibilidade • Estilo de vida • Acesso a infra-estruturas culturais

Profissionais ligados às artes	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente criativo • Espaços a preços acessíveis • Oferta de entretenimento • Espaços criativos • Diversidade urbana
Estudantes	<ul style="list-style-type: none"> • Custo de vida • Universidades de prestígio • Estilo de vida • Alojamentos baratos

3.4.4.1 - Infra-estruturas criativas

O papel dos arquitectos no desenvolvimento das cidades criativas é fundamental, bem como misto. Para além de fazerem parte da classe criativa que “constrói” e dinamiza estas cidades, também beneficiam em grande parte da plataforma que é criada. “Por outro lado são eles os grandes responsáveis para que o processo não se centre só no grupo que representam mas contamine toda a cidade e comunique com todos os cidadãos”⁷³. Os arquitectos têm um papel essencial na cidade visto que são eles que idealizam grande parte do ambiente construído, pesando também sobre eles a responsabilidade da criação de espaços humanizados e agradáveis, e, no contexto desta dissertação, novos espaços para a experimentação, a inovação e o espírito empresarial, que fomentem ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interacção social, “contagiando” positivamente toda a região e sociedade em que se inserem. Deste modo, é importante que os arquitectos desenvolvam a capacidade de projectar espaços urbanos que “respirem” inovação, conhecimento e criatividade, e que conciliem a resposta às necessidades dos sectores criativos e às dinâmicas sociais que os ocupam.

A União Europeia⁷⁴ sublinha que “as actividades culturais e as indústrias da criação, entre as quais a arquitectura, desempenham um papel primordial na dinamização da inovação e da tecnologia e são vectores essenciais de um crescimento sustentável no futuro”, e salienta que “a arquitectura, disciplina da criação cultural e da inovação, nomeadamente tecnológica, constitui uma ilustração notável daquilo que a cultura pode trazer ao desenvolvimento sustentável, atendendo ao seu impacto na dimensão cultural das cidades, assim como na economia, na coesão social e no ambiente. A arquitectura é, além disso, um exemplo do carácter transversal da cultura, na medida em que nela intervêm diversas políticas públicas, e não apenas as políticas culturais”. Considera ainda que, a “a arquitectura desempenha um papel de síntese e de inovação na implementação de um desenvolvimento urbano sustentável, permitindo nomeadamente: conciliar as exigências por vezes divergentes da conservação dos edifícios e das paisagens e a criação contemporânea, ou ainda as legítimas aspirações dos

⁷³ Guta Moura Guedes (presidente da Experimenta Design Lisboa/Amesterdão) em entrevista a Filipe Gil. Revista *Arquitectura* 21, nº. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.48.

⁷⁴ Jornal Oficial da União Europeia, *Conclusões do Conselho sobre a arquitectura: contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável*, (2008/C 319/05). Edição em língua portuguesa, C 319/13 de 13.12.2008.

habitantes e o controlo da expansão urbana; e contribuir, graças à sua diversidade, qualidade e criatividade, para o enriquecimento cultural e a qualidade de vida das populações urbanas, bem como para o dinamismo económico, comercial e turístico das cidades”.

Em suma, na Era criativa, a arquitectura tem de criar certas condições e espaços físicos que respondam às necessidades dos indivíduos pertencentes às classes criativas, nomeadamente através da criação de locais de reflexão, encontro, inovação, experimentação e empreendedorismo, para que estes possam produzir novas ideias numa base interdisciplinar. Neste sentido, estão a emergir e a ganhar destaque uma “nova geração” de infra-estruturas baseadas na cultura e na criatividade. A INTELI definiu cinco tipos de “micro espaços” para pessoas criativas⁷⁵:

- Residências Artísticas (espaços criativos para viver e trabalhar)
- Incubadoras de indústrias criativas (espaços criativos para trabalhar e interagir)
- Espaços de “Coworking” (espaços criativos para trabalhar e partilhar)
- Fab Labs (espaços criativos para criar e experimentar)
- Espaços culturais (alternativos) (espaços criativos para interacção e entretenimento)

No mesmo contexto, a INTELI concluiu que existem algumas tendências comuns nas infra-estruturas que as pessoas criativas procuram:

- Espaços com preços acessíveis em edifícios industriais antigos e/ou edifícios históricos com uma atmosfera especial;
- Espaços para criação cultural e criativa, exposição e apresentação;
- Espaços de uso misto, onde se pode viver, trabalhar, aprender e divertir;
- Espaços flexíveis que podem ser usados de forma temporária;
- Espaços em que existe um misto de reflexão pessoal (individualidade) e partilha de experiências (comunidade);
- Espaços de interacção: salas de reuniões, cafés, espaços de partilha de recursos, etc.;
- Espaços híbridos, por exemplo: incubadoras de indústrias criativas com residências artísticas, Fab Labs com espaços de “coworking”, incubadoras de indústrias criativas com espaços de “coworking” e Fab Labs, etc.

Residências Artísticas

As Residências Artísticas são habitações onde artistas vivem e praticam a sua arte durante um determinado período de tempo, longe das suas raízes e do contexto social e cultural habitual. Têm como objectivo a formação e o desenvolvimento de projectos artísticos. Este é um fenómeno antigo, no entanto, ganhou uma dimensão internacional a partir dos anos 90, quando começaram a multiplicar-se os programas de residências artísticas no mundo. A

⁷⁵ INTELI, *Spaces for Creative People: Concepts, Trends and the European Kaleidoscope*, in Workshop “The Space of the Creative Class: Urban Facilities and Strategies for Creative Entrepreneurs”, organização URBACT Creative Clusters, Hódmezővásárhely (Hungria), 10 e 11 de Outubro de 2010.

diversidade de modelos de residências é o que caracteriza este “nomadismo” contemporâneo nas artes.

Estas residências permitem aos artistas reunir as condições necessárias (físicas e técnicas) para realizarem o seu trabalho criativo. Possuem as mais variadas realidades (podem situar-se em grandes cidades ou em zonas rurais), modelos, workshops e programas. Inclusive, cada programa tem os seus objectivos, tempo de duração e disciplina artística. Existem também diferenças quanto às condições de alojamento, infra-estrutura, financiamento, acompanhamento e exposição do projecto desenvolvido. A maioria das residências artísticas disponibiliza: alojamento, estúdios ou ateliês, alimentação, instalações e equipamentos técnicos, espaços de convívio e espaços para exposições e apresentações.

Este tipo de residências proporciona ambientes de aprendizagem, intercâmbio cultural e partilha de experiências e conhecimentos. Os artistas em residência têm a oportunidade de, numa lógica de laboratório, desenvolver os seus projectos criativos de forma intensiva e focada, bem como, “a oportunidade de desenvolver métodos próprios de envolvimento com os lugares, contribuindo para uma revalorização e para a sustentabilidade das culturas locais”⁷⁶.

Em Portugal existem algumas residências artísticas. Parte destas podem ser encontradas em plataformas mundiais como a “Res Artis”⁷⁷ - Rede Mundial de Residências Artísticas. Nesta rede constam, por exemplo: “ARTerra - Residências Rurais Artísticas”, Tondela; “Projecto Núcleo do Desenvolvimento Cultural / Bienal”, Vila Nova de Cerveira (fig.32); “Clube Português de Artes e Ideias”, Lisboa; “OBRAS - Centre for Arts and Sciences”, Evoramonte (Alentejo); e “Azores Combo Art Camp”, Ponta Delgada. É também de referir o “Trans Artist”⁷⁸, um guia mundial de Programas de Residências Artísticas, onde também se pode encontrar referências a residências artísticas portuguesas, entre as quais: “Oficinas do Convento”, Montemor-o-Novo (fig.31); “Binaural”, S. Pedro do Sul (Viseu); “Art & Nature: Artist-in-Residence”, Evoramonte (Alentejo); “Zé Dos Bois”, Lisboa; e “Edifício”, Lisboa.

- Residências Artísticas da “Oficinas do Convento - Associação Cultural de Arte e Comunicação”, Montemor-o-Novo (Évora). É uma associação cultural sem fins lucrativos, recentemente constituída como Organização Não Governamental para o Desenvolvimento e como Centro UNESCO. Os programas das residências têm sido desenvolvidos em espaços com forte valor patrimonial e artístico, nomeadamente, no Convento de S. Francisco, no Telheiro da Encosta do Castelo, no Centro de Artes e Ofícios de Trás de Munti ou em outros locais apropriados (como o Rio Almansor ou o Moinho do Ananil). Os programas

⁷⁶ “Associação Cultural de Arte e Comunicação - Oficinas do Convento” in http://www.oficinasdoconvento.com/?page_id=1109, consultado a 25-07-11.

⁷⁷ <http://www.resartis.org>, consultado a 25-07-2011.

⁷⁸ <http://www.transartists.org>, consultado a 25-07-2011.

variam, por exemplo, entre as artes plásticas, artes performativas, cestaria, cerâmica, vídeo, música e teatro.



Fig. 31 - Espaços e actividades das Residências Artísticas da “Oficinas do Convento - Associação Cultural de Arte e Comunicação”, Montemor-o-Novo (Évora, Portugal).

- Residência Artística - “Casa do Artista”, Vila Nova de Cerveira (Viana do Castelo). A Casa do Artista “Pintor Jaime Isidoro” (resultado de uma recuperação e ampliação de um antigo matadouro) pretende proporcionar uma maior aproximação entre as populações do Alto Minho e os criadores artísticos de áreas como pintura, escultura, gravura, musica, teatro, bailado, arte electrónica, fotografia, entre outras. Para o acolhimento dos artistas, disponibiliza: quatro quartos, cozinha, sala comum, lavandaria e dois ateliês. Esta iniciativa vem complementar a dinâmica existente em Vila Nova de Cerveira - Vila das Artes, associando-se à sua famosa Bienal Internacional de Arte (realizada desde 1978).



Fig. 32 - Espaços e actividades da Residência Artística “Casa do Artista”, Vila Nova de Cerveira (Viana do Castelo, Portugal).

- Programa de Residências Artísticas do Convento de São Francisco de Mértola (Beja). Este programa disponibiliza: estúdio individual, cozinha, wc e área livre; computadores e internet; oficinas e ferramentas; e as áreas do convento para produzir e exhibir os trabalhos (incluindo os jardins biológicos, o santuário das aves e o museu da água). Os estúdios autónomos estão localizados em reabilitações de antigos estábulos.

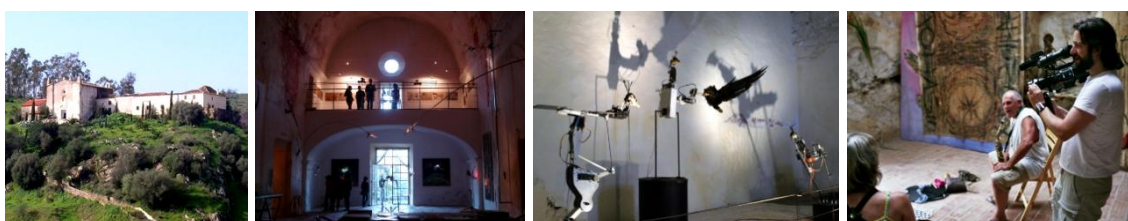


Fig. 33 - Espaços e actividades do Programa de Residências Artísticas do Convento de São Francisco de Mértola (Beja, Portugal).

Incubadoras de Indústrias Criativas

As incubadoras de indústrias criativas são espaços de apoio à criação e desenvolvimento de empresas criativas. Funcionam como plataformas colaborativas e de interacção (entre a arte e a indústria/negócio, o ensino e a criação/produção), para artistas emergentes, grupos de artistas e empresas com actividades relacionadas com a criatividade e a inovação, que tenham potencial comercial. Estas incubadoras disponibilizam instalações (a preços acessíveis) onde as empresas/indivíduos podem dar início e desenvolver a sua actividade durante os primeiros anos. O objectivo é o de proporcionar às novas indústrias criativas o acesso às componentes necessárias à execução, viabilização e gestão dos seus projectos, de forma a serem constituídas empresas rentáveis no fim do prazo de incubação definido.

São compostas por instalações individuais e colectivas: escritórios, pequenos postos de trabalho em salas partilhadas (“hot-desk services”), espaços comuns, salas de reuniões, serviços de gestão (que incluem: serviços de comunicação - “back-office services”, e serviços de recepção - “front-desk services”), etc. As incubadoras também disponibilizam um conjunto de serviços de apoio aos empreendedores, tais como: 1) serviços para a fase de arranque das empresas (incubação) - análise e orientação inicial das ideias de negócio, formulação de estratégias empresariais, formação na área do empreendedorismo e apoio na elaboração de planos de negócio; 2) Apoio técnico e serviços de *networking* e de desenvolvimento empresarial - auxílio na procura de parceiros de negócios e de fontes de financiamento para projectos específicos; consultoria jurídica, financeira, de marketing e de gestão, etc.

Estes espaços fomentam o espírito empreendedor e a interacção e cooperação entre empresas criativas, reforçando o desenvolvimento do conhecimento. Proporcionam ambientes inovadores de trabalho e de experimentação. Muitas vezes, realizam acções de formação, fóruns, conferências e workshops.

Há pouca informação acerca da existência de incubadoras que sejam exclusivamente para indústrias criativas em Portugal. Destaca-se a “INSerralves” - Incubadora de Indústrias Criativas, Porto (fig.34), bem como, a “ABC” - Apoio de Base à Criatividade, incubadora do Parque Tecnológico de Óbidos.

- “INSerralves” - Incubadora de Indústrias Criativas, criada no espaço físico da Fundação de Serralves, Porto. Funciona desde Maio de 2008. Disponibiliza espaço de trabalho infra-estruturado, assim como o acesso aos seus serviços comuns (salas de reuniões e de formação, espaços de acolhimento e de reprografia, biblioteca, instalações sanitárias e copa) e à orientação e acompanhamento na implementação e gestão dos projectos (formação, monitorização de resultados, estabelecimento de parcerias, elaboração de planos de negócio, entre outros). Acolhe projectos nas áreas do design, arquitectura, vídeo, produção de conteúdos, conservação e restauro, tecnologias de informação, entre

outras áreas. Os principais critérios de selecção são a inovação, a criatividade, o potencial comercial dos projectos, o respeito pelo ambiente e pela paisagem e o contributo para o desenvolvimento do país, e em especial da Região do Norte.

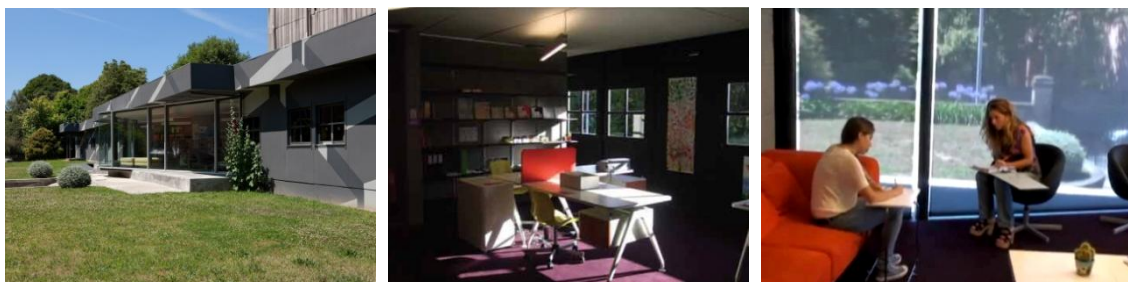


Fig. 34 - INSerralves - Incubadora de Indústrias Criativas, Fundação de Serralves, Porto.

No entanto, já existe uma série de projectos destas incubadoras que irão construir-se brevemente (concentradas principalmente no Norte do país), tais como: “GeNeRation Lab” - Pólo de Incubação de Indústrias de Base Criativa de Braga (Reabilitação do antigo quartel da GNR. Com abertura prevista para 2012, altura em que Braga será a Capital Europeia da Juventude. O equipamento vai ainda integrar espaços para sedes de associações juvenis e residências artísticas); Incubadora de indústrias criativas inserida no “Espaço Quadra” - Centro de Inovação e Criatividade, Matosinhos (Localizada no antigo Mercado Municipal de Matosinhos. Será criado também um espaço de CoWorking); “Incubadora de Indústrias Criativas/Bienal de Cerveira”, Vila Nova de Cerveira (Arranque previsto no início de 2012. O modelo de negócio assenta na arte, cultura e criatividade, inserido na atmosfera criada pelas Bienais de Cerveira); “Incubadora para o Design de Mobiliário e Artes Decorativas” de Paredes (Localizada nas instalações da Cooperativa Agrícola do Concelho de Paredes. O projecto também incluiu a construção de residências artísticas); “iMOD” - Incubadora de Negócios Criativos, sobretudo ligada ao sector de moda e design, em Santo Tirso (Localizada numa das maiores naves do complexo fabril, que constituiu a Fábrica de Fiação e Tecidos de Santo Tirso. A construção terá início ainda este ano - 2011. Será também instalado no mesmo espaço um FabLab dedicado à moda); “Oliva Creative Factory”, onde se insere uma incubadora de indústrias criativas, que se centra nas indústrias do calçado, têxteis, moda e design, em São João da Madeira; “Caixa das Artes”, projecto que incluiu uma incubadora de indústrias criativas ligada às áreas de teatro e artes de rua, em Santa Maria da Feira.

Uma opção para as indústrias criativas é a de procurarem incubadoras que sejam mais abrangentes (na falta de incubadoras especializadas), que estejam ligadas à criatividade, cultura, inovação e tecnologia, para as quais já existe uma grande variedade de escolha em Portugal. São exemplos destas incubadoras: “IPN-Incubadora” - Incubadora de Ideias e Empresas, Coimbra (fig.35); “In.Cubo” - Incubadora de Iniciativas Empresariais Inovadoras, Arcos de Valdevez, Viana do Castelo; “CID” - Centro de Incubação e Desenvolvimento, do Pólo Tecnológico de Lisboa (Lispolis); Incubadora Tecnológica do “TagusPark” - Parque de Ciência e Tecnologia, Oeiras; “Spinpark” - Centro de Incubação de Base Tecnológica, Guimarães;

“Madan Parque” Incubação de Empresas - Parque de Ciência e Tecnologia de Almada (Setúbal); “Incubadora D. Dinis” - Associação para a Promoção do Empreendedorismo, Inovação e Novas Tecnologias, Leiria; “Sines Tecnopolo” - Associação Centro de Incubação de Empresas de Base Tecnológica Vasco da Gama, Sines; “IEFF” - Incubadora de Empresas da Figueira da Foz; “iNOVA.GAIA” - Centro de Incubação de Base Tecnológica de Vila Nova de Gaia; “AIBAP” - Associação da Incubadora do Beira Atlântico Parque, Mira; Centros de Incubação da “ANJE” - Associação Nacional de Jovens Empresários (localizados em: Trofa, Maia, Matosinhos, Aveiro e Faro).

- “IPN-Incubadora” - Incubadora de Ideias e Empresas, Coimbra. A IPN-Incubadora - Associação para o Desenvolvimento de Actividades de Incubação de Ideias e Empresas, foi criada em 2002. Foi considerada a melhor Incubadora de Base Tecnológica do mundo, em 2010, no concurso mundial “Best Science Based Incubator”. É uma associação privada, sem fins lucrativos, que tem como associados o Instituto Pedro Nunes (IPN), a Universidade de Coimbra (UC) e a Faculdade de Ciências e Tecnologia da UC. Apoiá projectos empresariais inovadores e/ou de Base Tecnológica e de Serviços Avançados. Tem dois modelos de incubação: Incubação Física e Incubação Virtual. No Programa de Incubação Física disponibiliza: espaços equipados (que variam entre 20 a 66 m²), serviços de logística (salas de reuniões, reprografia, telefone, internet, etc.), orientação técnica na fase de constituição e arranque das empresas e acompanhamento tutorial na elaboração dos planos de negócio, fontes de financiamento, contactos com centros de investigação nacionais e internacionais, acesso a acções de formação, etc. A Incubação Virtual inclui todos os serviços e facilidades anteriormente mencionados, à excepção daqueles directamente ligados à vertente residencial (limpeza, segurança, electricidade, entre outros).



Fig. 35 - IPN-Incubadora (Instituto Pedro Nunes) - Incubadora de Ideias e Empresas, Coimbra.

- “In.Cubo” - Incubadora de Iniciativas Empresariais Inovadoras, localizada em Arcos de Valdevez, Viana do Castelo. Funciona desde 2009, mas foi apenas inaugurada a 19 de Maio de 2011. Criada e gerida pela ACIBTM - Associação para o Centro de Incubação de Base Tecnológica do Minho, destaca-se como organização relevante no que respeita à promoção e incubação de ideias inovadoras em territórios de baixa densidade, bem como em contextos de cooperação transfronteiriça e internacional. Disponibiliza três modalidades de espaços: gabinetes (salas com 50 m² para empresas de serviços); secretárias (postos de

trabalho em salas partilhadas); e naves (pavilhões com áreas de 150 m² a 300 m² para empresas industriais/oficinas). Bem como, serviços comuns: serviços de recepção (encaminhamento, recepção de mensagens e correio); salas de reuniões e de formação; auditório/sala *grid* (videoconferência); áreas de show-room; *data centre* (centro de bases de dados); disponibilização de rede informática e rede de dados e voz. E disponibiliza ainda, serviços de aconselhamento e consultoria.

As universidades assumem, cada vez mais, o papel de incutir e estimular o espírito empreendedor. Este factor reflecte-se na aposta crescente das universidades e institutos politécnicos portugueses na associação a incubadoras já existentes e/ou na criação de incubadoras próprias. Estas incubadoras destinam-se a apoiar principalmente alunos, ex-alunos, docentes e investigadores das respectivas instituições. Algumas incubadoras a destacar: “UPTEC PINC” - Pólo de Indústrias Criativas do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto; “ArtSpin” - Incubadora de Indústrias Criativas, da Universidade Católica Portuguesa do Porto (fig.36); “IEUA” - Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro; “TecMinho” - Associação Universidade-Empresa para o Desenvolvimento da Universidade do Minho, Campus de Azurém, Guimarães.

- Incubadora do “UPTEC PINC” - Pólo de Indústrias Criativas do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto. O Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto (UPTEC) está organizado em quatro pólos - Pólo Tecnológico, Pólo de Biotecnologia, Pólo das Indústrias Criativas e Pólo do Mar. Integra dois tipos de estruturas: Incubadoras e Centros de Inovação Empresarial. Iniciou a sua actividade de pré-incubação e incubação em Fevereiro de 2007. O Pólo de Indústrias Criativas, situado na Praça Coronel Pacheco, surgiu no âmbito da participação da Universidade do Porto na fundação da ADDICT (Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas), deste modo é um projecto-âncora da estratégia regional para o Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte. As empresas actualmente associadas ao UPTEC PINC integram diversas áreas de actividade que vão desde o Cinema, Vídeo e Audiovisual, Televisão e Rádio, Imprensa, Design, Artes Performativas e Visuais, Arquitectura, Música, Software Educacional e de Entretenimento, etc.
- “ArtSpin” - Incubadora de Indústrias Criativas, integrada no âmbito do “SpinLogic” (iniciativa que inclui Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica), da Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa do Porto. Foi criada no ano lectivo de 2007/08. Este programa de incubação tem como objectivo apoiar projectos nas áreas de cinema e audiovisuais, design de som, comunicação digital, interfaces interactivos, efeitos visuais, animação por computador, e outras dinâmicas relacionadas com a arte e criatividade associada aos novos *mídia* digitais. Disponibiliza: estúdio de gravação musical e masterização; estúdio de produção surround; estúdio de produção televisiva; equipamento

de produção no exterior (som, iluminação e câmaras); salas comuns: de produção, reuniões e comunicações; auditórios.



Fig. 36 - ArtSpin - Incubadora de Indústrias Criativas, Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa, Porto.

Espaços de “Coworking”

Os espaços de *coworking* são espaços de escritórios comunitários (em *open space*), para *freelancers* (profissionais independentes) e micro-empresas criativas. É uma alternativa acessível e flexível para comprar ou alugar um espaço de escritório (pode-se optar por alugueres diários, semanais, mensais ou anuais). Reproduz os ambientes informais dos cafés, adicionando serviços básicos e conforto. Disponibiliza: espaço de trabalho (com equipamento de escritório), internet, cafetaria, e, muitas vezes, também dispõem de sala de reuniões.

Caracterizam-se por serem espaços colaborativos, informais e inovadores, em que o foco não está somente no lucro, mas também na sociedade. Nestes espaços os profissionais compartilham o espaço de trabalho e valores comuns (valores de colaboração, comunidade, sustentabilidade, espírito de abertura, acessibilidade, etc.), procuram sinergias e trocam ideias, informações e experiências. São espaços que combatem o isolamento dos *freelancers*, e a sua possível desmotivação no trabalho. Deste modo, os locais de *CoWork* fomentam a produtividade e a concentração, potenciam o desenvolvimento de projectos e acordos conjuntos e proporcionam um ambiente confortável e tranquilo.

O conceito *coworking* nasceu à pouco mais de uma década nos Estados Unidos e rapidamente se espalhou pelo mundo. Grande parte dos espaços de *coworking* foi fundada por empreendedores de tecnologia “nómadas”, que pretendiam locais de trabalho alternativos aos cafés e às suas próprias casas. Este conceito ainda está em crescimento em Portugal, e a tendência é a destes espaços aumentarem, tendo em conta que existem cada vez mais *freelancers* de sucesso. São alguns exemplos de locais de *Cowork* em Portugal: Lisboa (“CoWork Lisboa” (fig.37), “Liberdade 229”, “CoWork Lab” em Oeiras, “CoWork Picoas”, “CoWork Ser Inteiro”, “1Space4me”, “Coworking YAh!”); Coimbra (“CoWork.Coimbra”); Porto (“Hub Porto”, “InWork”); Braga (“Factory Business Center” (fig.38), “Coworking YAh!”); Faro (“Coworkin’ FAO”); Viana do Castelo (“Dínamo 10”).



Fig. 37 - “CoWork Lisboa” (localizada no LX Factory). Disponibiliza: postos de trabalho (3 tamanhos diferentes e vários espaços para arrumação), sala de reuniões, zona lounge e cozinha com zona de refeições.

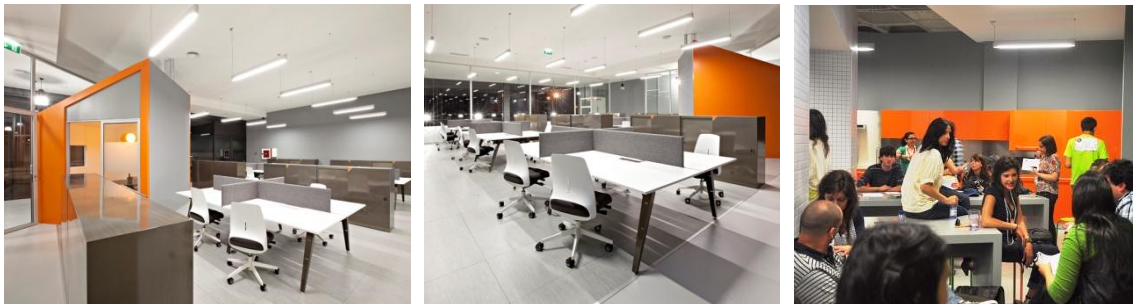


Fig. 38 - Espaço de CoWorking do “Factory Business Center” - Centro de Negócios de Braga. Disponibiliza: postos de trabalho, um espaço de trabalho acessível 24h, sala de reuniões e auditório, zona de lazer (com cozinha e zona relax).

Fab Labs (Laboratórios de Fabricação Digital)

“Fab Lab” é a abreviatura de “Fabrication Laboratory”. O conceito surgiu em 1998, no Center for Bits and Atoms (CBA) do Massachusetts Institute of Technology (MIT), através de uma disciplina designada *How to do (almost) anything* (em português, “Como fazer (quase) tudo”), dada pelo professor Neil Gershenfeld.

Um Fab Lab - Laboratório de Fabricação Digital - tem como objectivo a criação de objectos que partem das tecnologias digitais. Consiste num espaço que disponibiliza um conjunto de ferramentas industriais de prototipagem rápida (fig.39) - máquinas de fabricação digital de última geração (máquina de corte e gravação a laser, máquina de corte de vinil, impressora 3D, máquinas fresadoras: máquina digitalizadora e de gravação por fresa 3D (de pequenas dimensões) e máquina de gravação por fresa 3D (de grandes dimensões); e outras máquinas, como por exemplo, serra de cortes transversais e de meia esquadria, máquina de costura e máquina de prototipagem rápida de circuitos), e ainda disponibiliza computadores e respectivas ferramentas de programação informática suportadas por software *open source* e por *freeware* CAD e CAM (sistema integrado de produção que visa a prototipagem rápida).



Fig. 39 - Exemplos de máquinas de prototipagem rápida. Máquina de corte a laser, máquina de corte de vinil, fresa de pequenas dimensões e fresa de grandes dimensões.

Quadro 12 - Preços indicativos de algumas das máquinas do Fab Lab do MIT.

Fab Lab	Máquinas					Total €
	Máquina de corte a laser	Fresa de pequenas dimensões	Fresa de grandes dimensões	Máquina de corte de vinil	Impressora 3D	
CBA MIT Fablab (EUA)	12.000 € a 15.000 €	3.380 € <i>Modela MDX-20</i>	8.200 € <i>Shopbot</i>	1.500 € <i>Roland GX-24</i>	22.556 € <i>ZCorp</i>	50.636

Segundo um estudo realizado em 2010⁷⁹ (que visava reunir referências para a criação do “FabLab EDP”), num espaço ocupado por um Fab Lab, devem estar previstas as seguintes zonas:

- Zona reservada às máquinas - Existem máquinas que podem colocar-se em cima de mesas (a máquina de corte a laser, a máquina de corte de vinil e a fresa de pequenas dimensões). As referidas mesas deverão ser espaçosas e estar desimpedidas. As máquinas devem estar claramente identificadas e têm sempre um computador associado.
- Sala isolada para a fresa de grandes dimensões - O funcionamento da “shopbot”, fresa de grandes dimensões, obriga a que esta máquina esteja isolada devido às poeiras libertadas que poderão danificar material mais sensível, como por exemplo computadores. Deverá estar previsto um aspirador de poeiras ou ser colocada esta sala em sub-pressão.
- Zona de concentração de resíduos.
- Zona reservada a trabalhos em electrónica - Esta zona deverá ter uma boa iluminação, espaço suficiente para comportar um osciloscópio, multímetro, ferro de soldar, lente de ampliação e caixas de arrumação para material de electrónica (resistências, condensadores, etc).
- Zona de computadores para desenvolvimento de projectos - Estes computadores estão livres para o desenho/concepção dos projectos (distinguindo-se dos computadores usados para controlo das máquinas).
- Zona de reuniões/Formação/Videoconferência - A mesma zona prevista para reuniões presenciais ou por videoconferência, poderá ser também aproveitada para formação/workshops.

⁷⁹ Labellec - Estudos, Desenvolvimento e Actividades Laboratoriais, S.A., *Estudo de Benchmarking Internacional sobre o funcionamento dos Fablab. Proposta de Modelo de Negócio*. 16-06-2010, pág.47 e 48.

- Zona para trabalhos - Existe quase recorrentemente uma mesa central aproveitada para a realização de trabalhos;
- Zona para exposição de projectos.
- Zona para refeições/snacks.
- Zona de arrumação de ferramentas.
- Zona de arrumação de materiais - O stock de materiais para utilização nas máquinas deverá estar acondicionado em zona específica. Os materiais em stock poderão ser: madeira, vinil, acrílico, cartão, papel, tela, mdf, cobre flexível, espumas de poliuretano, acetato, cera, t-shirts de vários tamanhos para serigrafia, etc.

Esta plataforma de prototipagem rápida - Fab Lab, permite aos seus usuários a possibilidade de conceptualizar, projectar, desenvolver, fabricar e testar praticamente qualquer coisa, transformando as ideias em produtos concretos. Assim, no mesmo espaço e em pouco tempo, os projectos são concebidos em 2D para posteriormente serem materializados em 3D. Podem ser realizados uma multiplicidade de projectos (fig.40), desde os mais simples, como por exemplo porta-chaves desenvolvidos por crianças numa tarde, aos mais complexos, como peças de design, objectos tecnológicos, maquetes, placas de circuitos, ou mesmo casas até uma determinada dimensão (fig.41), entre tantos outros exemplos. Um dos aspectos favoráveis é o facto de ser possível criar estes objectos a partir da reciclagem de utensílios domésticos ou desperdícios industriais.

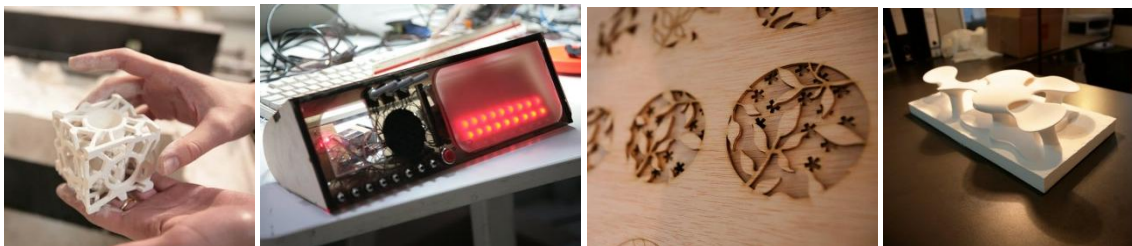


Fig. 40 - Projectos realizados no Fab Lab Barcelona (localizado no “IAAC” - Instituto de Arquitectura Avançada da Catalunha).



Fig. 41 - “Fab Lab House”, IAAC, MIT’s CBA, Fab Lab Barcelona. O projecto, em que participaram arquitectos e especialistas de 20 países, foi desenvolvido pelo Instituto de Arquitectura Avançada da Catalunha (IaaC), pelo Center for Bits and Atoms do Massachusetts Institute of Technology (MIT) e pela rede mundial de Fab Labs. Todas as etapas do projecto foram desenvolvidas em Fab Lab, incluindo a estrutura final. O projecto tem como princípio a eficiência energética e a sustentabilidade (é capaz de gerar até três vezes mais energia do que o necessário para o seu consumo, devido aos painéis solares). Toda a construção foi feita com painéis padronizados de madeira.

O Fab Lab é um conceito pensado para a comunidade, que permite democratizar o acesso à inovação e que fomenta uma educação técnica informal, baseando-se numa aprendizagem assente no “Learn by Doing” (em português, “aprender fazendo”). É um espaço de encontro e trocas de sinergia, que proporciona o ambiente e as condições ideais para fomentar o espírito de criatividade e inovação. Através do acesso mais facilitado a um conjunto de ferramentas de última geração, promove-se a cidadania participativa e o empreendedorismo. A partir dos Fab Labs podem gerar-se projectos com perspectivas de viabilização económica, e mesmo micro negócios locais. No entanto, se forem criadas actividades comerciais, estas devem crescer fora dos Fab Labs.

Todos estes laboratórios têm o mesmo tipo de equipamentos e recursos, o que possibilita a partilha global e eficiente de informação, de projectos digitais e de soluções fabricadas entre laboratórios, formando uma rede de propriedade intelectual e intercâmbio de ideias (fig.42). Deste modo, foi criada uma rede internacional de laboratórios digitais (fundada e orientada pelo Center for Bits and Atoms do MIT), onde os Fab Labs envolvidos são incentivados a divulgar as suas ideias e conhecimentos, num ambiente de entreajuda, funcionando como uma rede de colaboração e partilha. Já existem dezenas de laboratórios digitais espalhados pelo mundo, desde os EUA, à Índia, Europa ou África do sul. Na lista actualizada pelo MIT⁸⁰, a 10 de Agosto de 2011, existiam exactamente 67 Fab Labs na rede internacional de laboratórios digitais, estando ainda previstos para breve mais 13 Fab Labs.

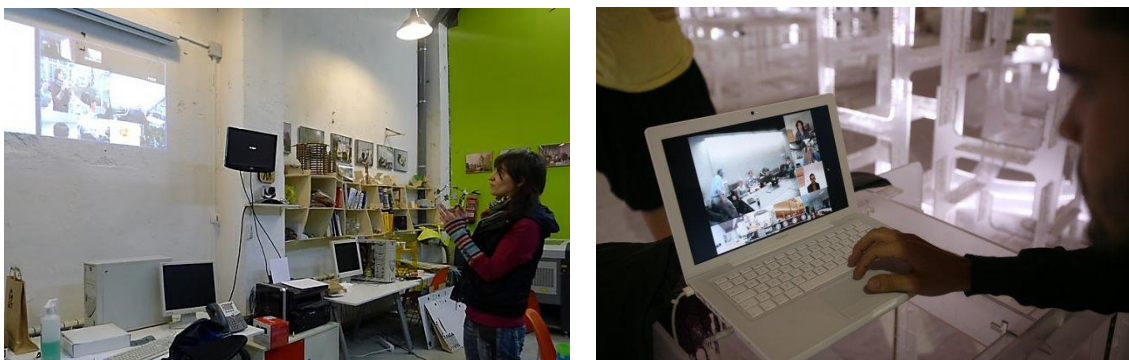


Fig. 42 - Sistema de videoconferência para estabelecer ligação entre os vários Fab Lab da rede mundial.

Em Portugal, o conceito de Fab Lab é ainda relativamente desconhecido e estão a dar-se os primeiros passos. Portugal faz parte da rede mundial de laboratórios digitais desde a criação do primeiro Fab Lab português - “FabLab EDP”, em Sacavém (fig.43). Entretanto, também foi criado o “OPO'Lab Fab'Lab”, no Porto (fig.44), que também já aderiu à rede. Foi ainda criada a Associação Portuguesa de Laboratórios de Fabricação Digital (APLFD). Esta Associação tem por objecto social a dinamização da rede de Fab Labs em Portugal e o aconselhamento científico e técnico aos promotores e utilizadores de cada espaço, facilitando a divulgação deste conceito e apoiando a criação dos laboratórios digitais.

⁸⁰ Lista da Rede Mundial de Fab Labs: <http://fab.cba.mit.edu/about/labs>.

- “FabLab EDP”, Sacavém, Loures. O “FabLab EDP” foi o primeiro laboratório digital a ser criado em Portugal. Foi inaugurado a 24 de Fevereiro de 2011. Localiza-se nas instalações da Labelec, em Sacavém, com um espaço autónomo para o efeito. É um projecto dirigido para os colaboradores do Grupo EDP, universidades, comunidade científica, inventores, estudantes, PME e comunidade em geral. Disponibiliza: máquinas de prototipagem (máquina de corte a laser, máquina de corte de vinil, máquina fresadora de grandes dimensões e máquina fresadora de precisão), uma bancada de electrónica, espaços de trabalho e de reunião (com computadores e respectivas ferramentas de programação informática), copa, zona de arrumos e instalações sanitárias. Também disponibiliza uma equipa técnica para prestar apoio aos utilizadores das máquinas e na concepção de protótipos. Existem dias específicos para a reserva das máquinas e/ou do espaço, permitindo o desenvolvimento de projectos com total liberdade, sem constrangimentos de partilha com outros utilizadores. São também organizados dias de funcionamento de “laboratório aberto” (às 3ª e 5ª feiras), que permitem o acesso gratuito às máquinas e ao espaço Fab Lab. São ainda realizados alguns eventos, workshops e acções de formação.

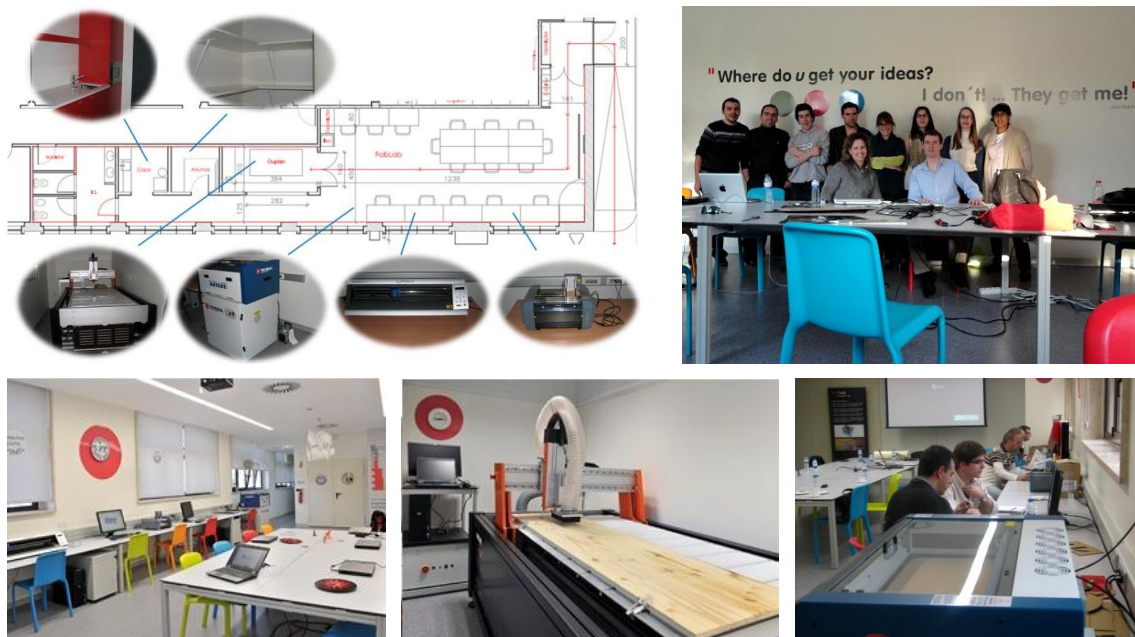


Fig. 43 - “FabLab EDP”, Sacavém (Loures, Portugal).

- “OPO’Lab” - Oporto Laboratory of Architecture and Design, Porto. Localiza-se no primeiro andar de um antigo edifício industrial, em plena baixa da cidade do Porto. O espaço é uma nave *open-space* com cerca de 650m². O projecto OPO’Lab é um centro multidisciplinar dedicado ao pensamento e exploração criativa do uso de novas tecnologias digitais nas áreas da arquitectura, construção, design e outras áreas artísticas. O projecto OPO’Lab estrutura a sua actividade em torno de quatro unidades operativas complementares: FAB’Lab, I+D’Lab (serviços de I+D - *innovation and development* - e consultoria), EDU’Lab (promoção de formação avançada: workshops, cursos e seminários; colaboração com escolas para apoio aos currículos; programas de residência de

investigadores e escolas; etc), e EVENTS'Lab (organização de conferências, exposições, publicações, meetings, etc). Existe ainda o STUDIO'Lab - espaço de CoWork. O OPO'Lab integra um conjunto de tecnologias avançadas de projecto, engenharia e fabrico assistidos por computador (CAD/CAE/CAM) e disponibiliza máquinas de prototipagem (fresadora CNC de 2-eixos de elevada resolução, fresadora CNC de 3-eixos, e máquina de prototipagem rápida de estereolitografia. Futuramente, pretende adquirir tecnologias de corte CNC a laser, formação a vácuo e corte CNC de espumas). Disponibiliza ainda um conjunto de ferramentas e instrumentos mecânicos e manuais de apoio à execução, acabamento e montagem de peças, estruturas e protótipos físicos. Tendo em vista a adequação do espaço actual à realização das diversas actividades do OPO'Lab, encontra-se em fase de conclusão o projecto de arquitectura da sua remodelação interior (que incluirá: sala de administração, zona lounge, espaço fab lab, salas de trabalho, sala de formação, auditório e espaço multiusos).



Fig. 44 - "OPO'Lab Fab'Lab" - Oporto Laboratory of Architecture and Design, Porto.

Espaços Culturais (alternativos)

Os espaços culturais alternativos são espaços destinados a promover actividades culturais (como por exemplo: concertos, performances, debates, sessões de cinema ou poesia, lançamentos de livros, workshops, exposições - pintura, fotografia, escultura, ilustração, arte urbana, etc.), geralmente geridos por associações culturais. São espaços informais e *open spaces*, com uma atmosfera original, onde os artistas (principalmente de artes alternativas) podem apresentar o seu trabalho fora dos circuitos comerciais. Assim, são espaços de experimentação e improvisação (para criação artística e apresentação) e espaços de encontro, convívio e lazer, bem como locais em que a sociedade é convidada a participar numa grande variedade de experiências artísticas (procura-se uma aproximação entre público e artistas). A "Fábrica Braço de Prata", em Lisboa (fig.45), e o "Contagiarte", no Porto (fig.46), são dois excelentes exemplos de espaços culturais (alternativos):

- "Fábrica Braço de Prata", Lisboa. Reconversão de uma antiga fábrica de materiais de guerra, a "Fábrica Braço de Prata" é um espaço cultural multifacetado. Abriu no verão de 2007 e desde então tem apresentado um programa variado de eventos culturais. Ao longo das suas 12 salas pode encontrar-se: livrarias, salas para exposições, uma sala destinada ao

cinema e teatro, salas para espectáculos musicais, bar e restaurante. Mas todas estas salas são palco para as mais diversas actividades e espectáculos (incluindo workshops, debates e conferências).



Fig. 45 - “Fábrica Braço de Prata”, Lisboa.

- “Contagiarte”, Porto. O espaço cultural “Contagiarte” pertence à ACARO (Associação Cultural de Artes Organizadas) e está situado num edifício burguês do final do século XIX. Aberto desde Dezembro de 2003, funciona como espaço de eventos culturais, espaço de acolhimento artístico, centro de formação cultural e bar. É constituído por dois estúdios (um deles com anfiteatro), um pequeno cento de documentação e audiovisuais, uma galeria, uma oficina, um café-concerto e um grande jardim. Disponibiliza formação em diversas áreas, como teatro, dança, escrita criativa, fotografia e pilates.

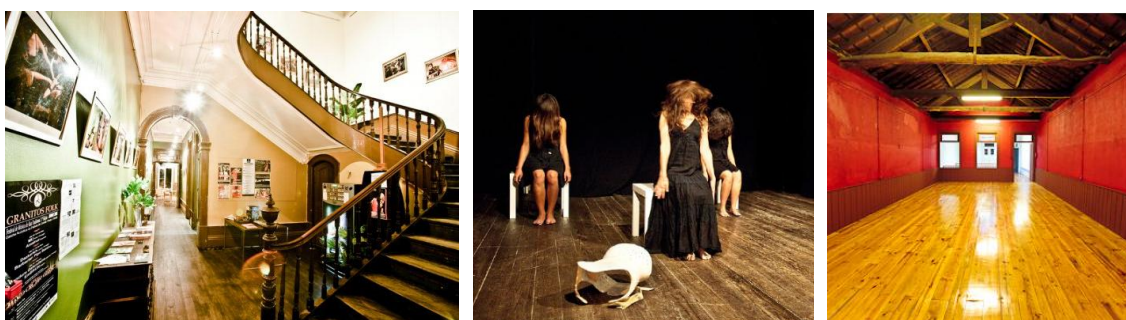


Fig. 46 - “Contagiarte”, Porto.

3.5 - Políticas de criação e promoção das cidades criativas

As políticas culturais têm um papel decisivo na gestão das consequências do processo de globalização cultural. Devem ser abrangentes e apoiar, preservar e valorizar todo o tipo de manifestações culturais, bem como estimular a produção e dar visibilidade à cultura. O Estado tem aqui um papel essencial, pois é o sector público que tem a obrigação de definir mecanismos que tornem a cultura um factor de desenvolvimento da cidadania e de inclusão social.

Devido ao progressivo alargamento do âmbito do sector cultural e da sua crescente importância na economia e na sociedade, tem existido, na última década, a necessidade de uma nova abordagem das políticas culturais (Quadro 13) por parte dos decisores políticos e das instituições internacionais.

Quadro 13 - Políticas culturais tradicionais e emergentes.

Políticas Culturais Tradicionais	Políticas Culturais Emergentes
<ul style="list-style-type: none">• Disponibilização de infra-estruturas físicas de divulgação cultural (museus, bibliotecas, teatros e recintos culturais)• Subsidição de certa produção artística• Promoção da igualdade de oportunidades no acesso à cultura	<ul style="list-style-type: none">• Apoio às empresas culturais e criativas para incrementar a massa crítica e a valia económica dos projectos com mecanismos de co-financiamento (público e privado)• Estímulo à utilização da cultura como elemento de identidade regional e factor de diferenciação competitiva de base territorial, numa lógica de co-responsabilização e cooperação em redes de entidades públicas e privadas visando alcançar massa crítica suficiente para alavancar as estratégias culturais e para maximizar os efeitos das intervenções sobre a qualidade de vida das populações abrangidas

Richard Florida, na sua abordagem às cidades criativas, refere a importância de se apostar em políticas públicas ligadas à inovação urbana e à criatividade. Segundo ele, estas políticas, apoiadas numa atitude tolerante (que valorize a diversidade cultural e social), devem visar a atracção e fixação de talentos e a capacidade de desenvolvimento de investigação e produtos tecnológicos (através de empresas inovadoras e universidades). Tendo em conta esta abordagem das cidades criativas, as cidades devem apostar na:

- criação de espaços urbanos com qualidade;
- desenvolvimento tecnológico;
- dinâmicas artísticas e culturais;
- explorar os factores que as diferenciam;
- diversidade de negócios ligados à cultura, criatividade e tecnologia;
- criação de parcerias público-privadas;
- desenvolvimento de estratégias colaborativas (que mobilizem os cidadãos e que tirem partido das tecnologias disponíveis);
- criação e/ou apoio a incubadoras e *clusters*.

Para se potenciar o efeito do sector cultural e criativo na economia é necessária uma combinação certa de políticas públicas que incentivem a capacidade empreendedora criativa, facilitem o acesso a infra-estruturas tecnológicas modernas, proporcionem condições para o investimento e optimizem o potencial de comércio de produtos criativos no mercado nacional e internacional.

Nos dias de hoje, impõe-se uma política cultural activa, cosmopolita, com espírito de abertura, que seja capaz de promover e defender as práticas culturais locais, tendo como prioridades a participação na dinâmica cultural global e a afirmação internacional dos seus artistas.

3.5.1 - Democratização da cultura

A democratização da cultura é um dos principais objectivos desejados na actualidade para as políticas culturais. Pretende-se, por exemplo, melhorar as condições de acesso dos cidadãos à informação e formação cultural (desenvolvendo as redes de serviços culturais e os sistemas de ensino). No entanto, a democratização prende-se, entre outros aspectos, com a polémica da descentralização (alargamento geográfico da acessibilidade aos bens culturais) e com a polémica da “mercantilização” da arte. Relativamente à última, embora alguns autores tomem a posição anti-mercado, cada vez mais se torna evidente a relação entre o mercado e a arte. Assim, estes têm de ser pensados em conjunto, não como antagonistas. Este aspecto traz inúmeras vantagens, como por exemplo, a de o mercado externo ser um factor de amortização dos custos da produção nacional/local. No entanto, é necessário existir uma certa prudência, pois é prejudicial adoptar posições opostas ao anti-mercado. Tal como explica Alexandre Melo, “Uma política cultural subordinada à estrita lógica do mercado e das audiências é uma política cultural sem princípios nem valores, que se demite do seu papel estruturante do discurso e da prática políticas e do seu papel activo na construção da imagem que uma sociedade dá de si própria a si própria e ao exterior”⁸¹.

3.5.2 - Protecção da diversidade cultural

“A criatividade e a inovação não podem conduzir a economias sustentáveis se não for respeitada a diversidade cultural, que em si mesma é fonte de criatividade e de inovação.”

Ján Figel' (2009)⁸²

⁸¹ Alexandre Melo, *Globalização Cultural*. Colecção O Que É, Quimera Editores, Lisboa 2002, pág.149.

⁸² Ján Figel', Comissário responsável pela Educação, Formação, Cultura e Juventude - *As Regiões e a Mudança Económica*, 2009.

A diversidade é uma dimensão cultural da economia criativa, que se tornou mais proeminente nos últimos anos. O valor da diversidade cultural tem sido melhor definido e o papel das indústrias criativas na promoção desta tem sido mais claramente compreendido.

Um importante documento que tem promovido a protecção da diversidade cultural é a “Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural”, elaborada pela UNESCO em 2001, que afirma que, “Fonte de intercâmbios, de inovação e de criatividade, a diversidade cultural é, para a humanidade, tão necessária como a diversidade biológica para a natureza. Nesse sentido, constitui o património comum da humanidade e deve ser reconhecida e consolidada em benefício das gerações presentes e futuras”⁸³. Neste documento é evidente a intenção de preservar a diversidade, a identidade e a pluralidade das manifestações culturais. Visa garantir o intercâmbio entre identidades culturais, pois entende que a diversidade é um importante factor na promoção do desenvolvimento económico, social e de crescimento intelectual. É de salientar o artigo 9, que refere o papel das políticas culturais como catalisadoras da criatividade: “As políticas culturais, enquanto assegurem a livre circulação das ideias e das obras, devem criar condições propícias para a produção e a difusão de bens e serviços culturais diversificados, por meio de indústrias culturais que disponham de meios para desenvolver-se nos planos local e mundial. Cada Estado deve, respeitando as suas obrigações internacionais, definir a sua política cultural e aplicá-la, utilizando-se dos meios de acção que julgue mais adequados, seja na forma de apoios concretos ou de marcos reguladores apropriados”⁸⁴. Anos mais tarde, os países membros da UNESCO reuniram-se em Conferência Geral, em Paris, de 3 a 21 de Outubro de 2005, para realizar a “Convenção sobre a Protecção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais”. Nesta Convenção abordaram temas específicos, nomeadamente: a necessidade de reconhecer que os serviços e bens culturais são detentores de valores, identidade e significado e, como tal, não podem ser considerados meros bens de consumo ou mercadorias; a necessidade de serem tomadas medidas, por parte dos Estados, adequadas à promoção e protecção da diversidade das expressões culturais que assegurem a livre circulação de obras e ideias; e, finalmente, a necessidade de redefinir a cooperação internacional. Em 2009, o Relatório Mundial da UNESCO “Investir na Diversidade Cultural e no Diálogo Intercultural” analisou a natureza e a manifestação da diversidade cultural em relação à globalização, ao diálogo intercultural, aos direitos humanos e à governança democrática. O objectivo era propor uma visão coerente da diversidade cultural, esclarecendo como esta pode tornar-se benéfica para a acção da comunidade internacional. O relatório sublinha que a diversidade cultural é uma dimensão chave para o desenvolvimento sustentável e para a paz, e examina quatro áreas que influenciam significativamente a evolução da diversidade cultural: línguas, educação, comunicação e conteúdo cultural, bem como a criatividade e o mercado.

⁸³ UNESCO, *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*, CLT.2002/WS/9, 2002, Artigo 1.

⁸⁴ UNESCO, *op. cit.*, Artigo 9.

A área da cultura da UNESCO tem como principais objectivos preservar e respeitar as especificidades de cada cultura, agindo para que as diferentes culturas se respeitem entre si, e pondo em acção mecanismos que permitam a sua interacção e maior conhecimento mútuo. Desta forma, constituem prioridades culturais da UNESCO: promover a diversidade cultural, com especial ênfase na herança tangível e intangível; as políticas culturais, bem como o conhecimento e diálogo intercultural e inter-religioso; e, as indústrias culturais e expressões artísticas⁸⁵. Os principais instrumentos normativos da UNESCO no campo da cultura são:

1950: Acordo sobre a Importação de Materiais Educacionais, Científicos e Culturais (Acordo de Florença), com o Protocolo (Nairobi) para Melhorar a Circulação do Conhecimento.

1952: Convenção Universal sobre Direitos Autorais, revista em 1971.

1954: Convenção para a Protecção de Bens Culturais em Caso de Conflito Armado.

1970: Convenção sobre as Medidas que Devem ser Adoptadas para Proibir e Impedir a Importação, Exportação e Transferência de Propriedades Ilícitas de Bens Culturais.

1972: Convenção para a Protecção do Património Mundial Cultural e Natural.

1980: Recomendação Relativa à Situação do Artista. Documento que reconhece as condições especiais de trabalho dos artistas e o papel único que tem na sociedade.

2001: Convenção sobre a Protecção do Património Subaquático.

2001: Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural.

2003: Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial.

2005: Convenção sobre a Protecção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais.

A Agenda 21 da Cultura tem sido outro importante documento orientador das políticas públicas culturais. Foi aprovada em Barcelona, no dia 8 de Maio de 2004, pelo IV Fórum de Autoridades Locais pela Inclusão Social de Porto Alegre, no primeiro Fórum Universal das Culturas⁸⁶. O fórum contou com a participação de representantes de mais de 750 governos locais de todo o mundo, todos comprometidos com a sustentabilidade, a inclusão social, a diversidade cultural, os direitos humanos, a democracia participativa e a criação de condições para a paz. Esta Agenda foi adoptada pela organização mundial Cidades e Governos Locais Unidos (CGLU) como um documento de referência dos seus programas em cultura e assumiu um papel de coordenação do processo posterior à sua aprovação.

A Agenda 21 da Cultura é o primeiro documento, com vocação mundial, que estabelece as bases de um compromisso das cidades e dos governos locais para o desenvolvimento cultural. Surgiu para responder aos desafios do rápido desenvolvimento cultural que a humanidade tem enfrentado nas últimas décadas e pela constatação de que as políticas culturais vigentes

⁸⁵ <http://www.unesco.pt/cgi-bin/cultura/cultura.php>, consultado a 18-05-2011.

⁸⁶ A criação da Agenda 21 das Cidades para a Cultura foi proposta por Barcelona e Porto Alegre durante a realização da I Reunião Pública Mundial da Cultura, entre os dias 16 e 17 de Setembro de 2002, em Porto Alegre, Brasil. Em Janeiro de 2003, também em Porto Alegre, essa proposta avançou e foi aprovada, no III Fórum das Autoridades Locais pela Inclusão Social, parte do III Fórum Social Mundial. Entretanto o processo teve continuidade em vários encontros regionais, até à final aprovação do documento, na abertura do Fórum Universal das Culturas.

ameaçavam a diversidade cultural. Assim, através de directrizes comuns às cidades, pretende tornar a cultura numa dimensão chave das políticas urbanas.

No primeiro capítulo a Agenda estabelece 16 princípios. São uma espécie de pré-condição geral para a adopção de uma política universal, que vai de encontro aos principais objectivos do documento: conseguir a coesão das políticas culturais públicas, com um programa democrático, humanista e contemporâneo, e incentivar a adopção de políticas públicas locais para conter os impactos negativos da globalização sobre a diversidade cultural. O segundo capítulo contém 29 compromissos, que demonstram o amplo cenário de actuação das políticas culturais locais. Inclui, por exemplo, estratégias de potenciação da economia e indústrias culturais, o estímulo à produção e criação artística ou a necessidade de apoio e promoção da universalização do acesso aos bens culturais. Todos os compromissos patentes no documento necessitam ser assumidos pelos governantes, para que assim se consigam estabelecer as condições necessárias para contribuir, de forma efectiva, na preservação da diversidade cultural. O documento termina com o capítulo das recomendações, dirigidas aos governos locais, aos governos de estados e nações e às organizações internacionais (organizações de cidades, agências e programas das nações unidas e organizações intergovernamentais e supranacionais).

3.5.3 - Desenvolvimento urbano sustentável

É cada vez mais reconhecido que o conceito de "sustentabilidade" tem um âmbito maior para além da sua simples aplicação ao meio ambiente. Tal como os ecossistemas e recursos naturais devem ser preservados para garantir a continuação da vida humana no planeta, também o capital cultural tangível e intangível de uma comunidade, região ou nação é algo que deve ser preservado para as gerações futuras.

A firmeza do mercado de bens e serviços criativos, numa época de crise financeira, é um sinal que as pessoas procuram cada vez mais espaços e actividades de entretenimento, cultura, lazer e eventos sociais, bem como experiências relacionadas com o *status*, diferenciação e marcas. Este modo de vida, de grande parte da sociedade contemporânea, está enraizado na economia criativa, o que pode explicar o porquê de alguns sectores criativos serem economicamente resistentes e poderem contribuir para uma recuperação económica mais inclusiva e sustentável.

As principais razões para apoiar os princípios do desenvolvimento sustentável cultural são os contributos da produção cultural e artística no fortalecimento económico, enriquecimento cultural e coesão social.

As indústrias criativas contribuem para o desenvolvimento sustentável, pois a sua produção, normalmente, é menos dependente de infra-estruturas industriais de grandes dimensões e

pode facilmente ser compatível com as regras e objectivos que visam a preservação e protecção ambiental.

As políticas culturais coordenadas conjuntamente com as indústrias criativas, fornecem estratégias para a realização de investimentos que desenvolvem e promovem a indústria cultural de forma sustentável. Para além disso, as cidades com uma actividade cultural activa podem atrair o investimento estrangeiro em outro tipo de indústrias, que procuram localizar-se em centros que proporcionem um ambiente agradável e estimulante para os funcionários.

A União Europeia⁸⁷ considera que “o desenvolvimento urbano sustentável implica que:

- se dê particular atenção à qualidade e à diversidade arquitectónicas, componentes da diversidade cultural, à preservação e valorização do património e à identidade singular das paisagens naturais ou urbanas;
- se contribua para uma gestão dos projectos que promova a utilização e a reconversão dos terrenos e do edificado, nomeadamente dos baldios industriais, o controlo dos recursos energéticos no âmbito da luta contra as alterações climáticas e a redução da poluição;
- se tenha em conta, mediante abordagens arquitectónicas e urbanísticas inovadoras, a evolução dos modos de vida dos habitantes, com especial atenção para as implicações da mobilidade e das mutações demográficas, e os objectivos de coesão e de miscigenação sociais, de diálogo intercultural e de participação cívica;
- se promova uma criação arquitectónica de qualidade, factor de dinamismo económico e de atractividade turística das cidades”.

Considera ainda que, o desenvolvimento urbano sustentável representa “uma oportunidade de criação, inovação e renovação das práticas e linguagens arquitectónicas, e de reapropriação e reinterpretação das práticas tradicionais”.

3.5.3.1 - Reabilitação/Regeneração urbana

“A reabilitação urbana é actualmente um tema incontornável quer se fale de conservação e defesa do património, de desenvolvimento sustentado, de ordenamento do território, de qualificação ambiental ou de coesão social. É cada vez mais um instrumento-chave para a qualificação e o desenvolvimento dos territórios construídos”⁸⁸. A regeneração urbana não consiste somente na reabilitação do edificado. Está também ligada à promoção e desenvolvimento turístico, à revitalização do comércio e à sustentabilidade energética e ambiental.

⁸⁷ Jornal Oficial da União Europeia, *Conclusões do Conselho sobre a arquitectura: contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável*, (2008/C 319/05). Edição em língua portuguesa, C 319/13 de 13.12.2008.

⁸⁸ Ana Pinho (arquitecta), 2008, in <http://www.oasrs.org/conteudo/agenda/noticias-formacao-detalle.asp?noticia=122>.

Como resposta ao declínio global de diversos sectores industriais, um crescente número de cidades em todo o mundo tem apostado em políticas públicas de regeneração urbana com o objectivo de desenvolver os sectores das indústrias criativas. Neste contexto, têm surgido inúmeras políticas e projectos que visam promover a criação de *clusters* criativos como aposta estratégica de desenvolvimento económico. Sob a perspectiva do desenvolvimento urbano sustentável, um aspecto relevante deste tipo de *clusters* é o facto de “reciclar” o território. Estes *clusters* constituem oportunidades de revitalização e desenvolvimento dos centros históricos, zonas industriais devolutas e degradadas e áreas periféricas enfraquecidas. Outro aspecto a destacar nestes *clusters* é que a associação em rede das pequenas empresas criativas aí gerada é a melhor forma destas ganharem escala, notoriedade e massa crítica. Para além de esta ser uma vantagem para as empresas também favorece a própria cidade.

“A revitalização urbana constitui-se como o principal *drive-force* para implementar um movimento de retorno ao centro das cidades. A (re)utilização do espaço público como lugar de todos os (des)encontros permite considerar que o fascínio pela vivência partilhada das experiências estéticas pode conduzir à criação de uma nova geografia cosmopolita albergando novos locais para a cultura. (...) As estratégias de desenvolvimento para uma “cidade criativa” incluem a fusão de arte, tecnologia e empreendedorismo num novo modelo de produção cultural que permite compatibilizar o fruidor e o consumidor e, agora também, o produtor de conteúdos culturais. Os espaços emergentes assim criados tornam-se modelos de desenvolvimento que aproveitam antigos vazios urbanos, construções industriais obsoletas e edifícios devolutos que aspiram a participar no lançamento de uma nova dinâmica e se assumem como âncoras de uma nova maneira de entender a regeneração urbana. A combinação de vontades, ideias e projectos em espaços reabilitados criam novos relacionamentos que permitem contribuir para a atractividade das novas classes criativas, de projectos inovadores e de talentos emergentes”⁸⁹.

3.5.4 - Estratégias criativas em áreas urbanas de baixa densidade

A maioria da investigação e bibliografia, quer nos contextos académicos quer nas políticas públicas, considera que a criatividade como motor de desenvolvimento é um fenómeno essencialmente das grandes cidades, pois é nestas que se concentram os recursos económicos, humanos e institucionais. No entanto, embora a atenção recaia nas principais cidades, as áreas urbanas mais pequenas também têm um papel a desempenhar na economia criativa. Muitas vezes é esquecido que muitos trabalhadores das indústrias criativas optam por trabalhar e viver em cidades de pequenas dimensões ou mesmo em zonas rurais.

⁸⁹ Luís Serpa (empresário cultural, galerista, presidente da Induscra - Plataforma para as Indústrias Criativas) em entrevista a Luís Santiago Baptista e Paula Melâneo, intitulada “Mercados Criativos. Perspectivas Críticas”. Revista *Arq/a: Arquitectura e Arte*, n.º. 80/81, Lisboa, Maio/Junho 2010, pág.38.

A criatividade pode ser o motor do desenvolvimento económico, social e cultural de pequenos e médios centros urbanos, e não apenas de grandes cidades. A “indústria criativa” e a “classe criativa” podem ser a solução para a sua revitalização, regenerando os seus espaços e contrariando a desertificação e o despovoamento. De facto, o novo valor económico, criado através de criatividade artística, inovação tecnológica e boa gestão empresarial dos produtos e serviços culturais e criativos (que reagem de forma rápida e ágil a novas tendências), cada vez mais é utilizado em prol das cidades de pequenas dimensões e áreas rurais.

Existe uma relação recíproca: a particularidade destes lugares proporciona o cenário físico/natural, histórico-cultural e simbólico necessário ao desenvolvimento das indústrias criativas, e estas, por sua vez, tornam-se importantes para a revitalização destes lugares. Para além disso, as indústrias criativas “fornecem contributos inovadores para outros sectores de actividade das economias locais, como a agricultura, o artesanato, o mobiliário, o têxtil, o turismo ou a gastronomia, promovendo o seu desenvolvimento e prosperidade”⁹⁰.

A classe criativa que se desloca para áreas territoriais de baixa densidade privilegia e procura características peculiares que estas dispõem, como por exemplo: locais de trabalho calmos, ambientes singulares que estimulam o pensamento criativo, preservação do meio ambiente, espírito de comunidade, relações de vizinhança e proximidade, e um estilo de vida saudável (física e mentalmente).

Ainda existem diferenças entre a “classe criativa urbana” e a classe criativa dos pequenos centros urbanos. Está “demonstrado que as áreas de baixa densidade atraem jovens famílias talentosas, pessoas em fase de mudança de carreira e reformados activos. Além do mais, os talentos que habitam em áreas rurais tendem a pertencer a uma escala etária mais elevada e a serem casados e com filhos, comparativamente aos talentos urbanos. Contudo, de acordo com um estudo desenvolvido pela Morel Research, também os mais jovens procuram cada vez mais as áreas rurais devido ao baixo custo da habitação, à melhor qualidade de vida e à presença de escolas de qualidade, o que é necessariamente facilitado pela utilização das tecnologias de informação e comunicação”⁹¹.

Para que seja possível atrair e fixar a classe criativa nestas cidades é crucial que existam políticas públicas locais e estratégias que apostem no desenvolvimento e apoio das indústrias criativas e na criação de espaços e infra-estruturas que sirvam de locais de encontro, partilha, aprendizagem e experimentação, que promovam a criatividade e a inovação. Neste sentido, um estudo realizado pela INTELI sistematizou um conjunto de ideias para a definição e implementação de estratégias baseadas na criatividade em cidades de pequenas e médias

⁹⁰ Catarina Selada, Inês Vilhena da Cunha, “Criatividade em Áreas de Baixa Densidade: O Caso da Vila de Óbidos”, in António Oliveira das Neves (coord.), *Criatividade e Inovação - Cadernos Sociedade e Trabalho*. Gabinete de Estratégia e Planeamento - Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, págs.197-211, Lisboa 2010, pág.9.

⁹¹ Catarina Selada, Inês Vilhena da Cunha, op. cit., pág.8.

dimensões⁹², com a intenção que possam ser úteis para os decisores políticos e os *stakeholders* (intervenientes ou partes interessadas):

- *Liderança local como motor para o desenvolvimento*: Os líderes locais podem ser promotores ou facilitadores do desenvolvimento de ecossistemas criativos, se forem proactivos, voltados para o futuro, aceitarem a mudança e assumirem riscos.
- *Agentes de mudança como motores da transformação criativa*: Actores específicos, como um grupo de pessoas, uma única pessoa ou uma organização, podem funcionar como agentes de mudança, promovendo a transformação criativa de cidades de pequenas e médias dimensões.
- *Colaboração e envolvimento da comunidade*: Fomentar a colaboração a todos os níveis (autoridades políticas, universidades, institutos tecnológicos, empresas e sociedade civil) e promover o envolvimento da comunidade são factores de sucesso cruciais na implementação de estratégias baseadas na criatividade.
- *Agentes criativos que promovam uma abordagem interdisciplinar*: O papel dos agentes criativos (*creative brokers*) em cidades de pequenas e médias dimensões é muito importante porque eles podem actuar como conectores entre indústrias, áreas do conhecimento, disciplinas e actores (*players*), promovendo a interdisciplinaridade.
- *Construir redes criativas territoriais e parcerias*: Os territórios pequenos podem desempenhar um papel decisivo como âncoras para o desenvolvimento das regiões vizinhas, e também como pontes entre o “local” e o “global”, participando em redes territoriais focadas na criatividade.
- *Planeamento experimental e informal e avaliação de resultados criativos*: As estratégias baseadas na criatividade devem ser flexíveis, informais e ter uma natureza experimentalista, apesar da importância dos sistemas de monitorização e avaliação usados para medir os seus resultados e impactos.
- *Evitar conflitos locais e elitização social*: A fim de contribuir para um melhor ambiente criativo local, a implementação de estratégias baseadas na criatividade deve englobar um programa de resolução de conflitos, evitando a elitização social.
- *Dar visibilidade a pessoas criativas locais - “talentos invisíveis”*: É importante mapear pessoas criativas locais para que a real dimensão do talento local não capturado por análises quantitativas oficiais em cidades de pequenas e médias dimensões se tornem visíveis.
- *Sistemas de educação locais “Creativity-friendly”*: As escolas de alta qualidade não são só um factor de atracção de pessoas criativas, são também uma fonte interna de indivíduos criativos para o território. É estrategicamente importante desenvolver um sistema de educação local “creative-friendly” e não apenas importar talentos de fontes externas.
- *Espaços criativos para convergência e experimentação*: A criação de espaços criativos para convergência e experimentação (como residências artísticas, *live-work houses*,

⁹² INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, Lisboa, June 2011, pág.7-8.

incubadoras criativas, espaços de encontro, etc.) é um factor de sucesso, para a atracção de artistas visitantes temporários e novos residentes.

- *Espaços criativos flexíveis, temporários e “low-cost”*: A utilização flexível do espaço é um ingrediente chave nas estratégias baseadas na criatividade numa era onde as práticas de trabalho estão a mudar. Os espaços vazios podem ser usados para actividades criativas efémeras a um baixo custo.
- *Promover o bem-estar e a qualidade de vida*: É essencial que se promovam padrões elevados de qualidade de vida num lugar, para a criação de “comunidades criativas sustentáveis”. As actividades que visam o bem-estar da população, inclusão social e sustentabilidade são alguns exemplos que são relevantes para fomentar a qualidade de vida.

3.5.4.1 - O caso da vila de Óbidos

A vila de Óbidos está situada na região centro de Portugal, no distrito de Leiria, a 80 km Norte de Lisboa, possui 11689 habitantes e uma área de cerca de 142 km². Tem vindo a centrar a sua aposta no potencial da criatividade como eixo da sua estratégia de desenvolvimento. Com a estratégia “Óbidos - Vila Criativa”, Óbidos pretende afirmar-se como uma comunidade criativa para viver, aprender, trabalhar e interagir, aliando as suas qualidades e características únicas e os novos factores de competitividade como a criatividade, a cultura e a inovação.

A parte mais visível desta estratégia tem resultado numa série de eventos temáticos (fig.47), que têm ganho bastante visibilidade a nível nacional e mesmo internacional, como o “Festival Internacional de Chocolate de Óbidos”, o “Óbidos Vila Natal”, o “Festival de Ópera”, “Junho das Artes” e o “Mercado Medieval”⁹³. Estes eventos têm atraído um número significativo de visitantes à vila histórica.



Fig. 47 - Eventos temáticos da vila de Óbidos. “Óbidos Vila Natal”, “Mercado Medieval” e “Festival Internacional de Chocolate de Óbidos”.

Foi criado o plano de metas “Óbidos Criativa - Talentos para a economia”, com medidas para áreas tão diversificadas como a educação, a cultura, o empreendedorismo, o emprego e a

⁹³ Existem ainda outros eventos temáticos, como a “Semana Internacional de Piano”, a “Semana Santa”, “Maio Barroco” e a “Temporada de Cravo”.

habitação. Tem já várias em execução: na educação, por exemplo, está-se a implementar um novo modelo de Escola com acesso privilegiado a novas tecnologias, ofertas educativas inovadoras e equipas especializadas que acompanham as crianças. No empreendedorismo, o Parque Tecnológico de Óbidos pretende afirmar-se como uma oferta de excelência para as empresas de base tecnológica, orientado para os sectores das indústrias criativas. Foi também criada a incubadora de indústrias criativas “ABC - Apoio de Base à Criatividade” (que funciona de forma complementar ao Parque Tecnológico). Finalmente, com a criação das *habitações criativas* (espaços flexíveis para viver e trabalhar - *live-work houses*), construídas através da reabilitação de edifícios desactivados e abandonados, pretende receber-se trabalhadores criativos e investigadores, nacionais ou estrangeiros, de forma temporária.

Está também a desenvolver-se o projecto “RIICO - Rede de Investigação, Inovação e Conhecimento de Óbidos”, através de uma coordenação científica partilhada entre o Município de Óbidos e diversas universidades, que visa aprofundar o conhecimento acerca de Óbidos e formalizar um conjunto de instrumentos técnicos e científicos de apoio ao planeamento e gestão do território, a nível cultural, ambiental e económico.

Óbidos possui ainda a “RMG - Rede de Museus e Galerias”, que integra o Museu Municipal, Museu Paroquial, Museu Abílio de Mattos e Silva, Galeria NovaOgiva e Galeria da Casa do Pelourinho (estando ainda em criação um novo conjunto de infra-estruturas, como o Museu das Guerras Peninsulares, a Casa das Rainhas e o Centro de Interpretação e Laboratório Arqueológico).

Óbidos lidera, a nível europeu, desde 2008, a rede “*Clusters Criativos em Áreas Urbanas de Baixa Densidade*”⁹⁴, apoiada pelo Programa URBACT II da União Europeia, integrando como parceiros os municípios de Barnsley (Reino Unido), Enguera (Espanha), Reggio Emilia, Viareggio e Catanzaro (Itália), Mizil (Roménia), Hódmezővásárhely (Hungria), Jyväskylä (Finlândia) e o Centro de Inteligência em Inovação - INTELI, de Lisboa (Portugal).

A nível nacional, Óbidos despoletou recentemente a constituição da “REC - Rede de Economias Criativas” (primeira rede nacional deste tipo), dentro de um programa governamental que foi lançado, chamado “Redes Urbanas para a Competitividade e a Inovação”. A rede é liderada pelo Município de Óbidos e integra mais quatro pequenos e médios municípios portugueses: Guimarães, Portalegre, Montemor-o-Novo e Montemor-o-Velho.

Segundo o Presidente da Câmara Municipal de Óbidos, Telmo Faria, “estas redes [*Clusters Criativos em Áreas de Baixa Densidade e Rede de Economias Criativas*] pretendem 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. (...) Estas redes

⁹⁴ <http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/our-project>.

são uma oportunidade para não olharmos apenas para o livro de receitas, mas para encararmos o nosso território como um espaço de ousadia e confiança no futuro”⁹⁵.

⁹⁵ Telmo Faria, “A Criatividade em Áreas Urbanas de Baixa Densidade”. Revista *Arquitectura 21*, nº. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.22.

CAPÍTULO 4 - Proyecto

CAPÍTULO 4 - Projecto

4.1 - Análise de infra-estruturas culturais e criativas de referência para o desenvolvimento do projecto

Pretende-se analisar infra-estruturas culturais e criativas que respondam às estratégias baseadas na criatividade para cidades de pequenas e médias dimensões (que constam no subcapítulo “3.5.4 - Estratégias criativas em áreas de baixa densidade”), mais exactamente analisar *espaços criativos para convergência e experimentação* e *espaços criativos flexíveis, temporários e “low-cost”*.

Um projecto de grande interesse, que proporciona ambientes favoráveis à criação e exibição cultural e criativa e que disponibiliza espaços de uso misto onde se pode viver, trabalhar, aprender e interagir, é o “The Periscope Project”.

“The Periscope Project” (fig.48) é um espaço educacional, de arte e exposição destinado a jovens criativos, em San Diego, Califórnia. Foi originalmente concebido por Petar Perisic em 2006, mas só recentemente foi completado pelo ateliê ENS Projects.



Fig. 48 - “The Periscope Project”, ateliê ENS Projects, San Diego, Califórnia.

Esta iniciativa visa criar comodidades viáveis para estudantes, artistas, designers e académicos que trabalham com e em resposta ao seu ambiente urbano. É também uma iniciativa de educação urbana, que funciona com o objectivo de visualizar alternativas do uso do território dentro da cidade. De natureza auto-sustentável, o complexo é mantido pelos seus residentes, que são adicionalmente responsáveis pelo desenvolvimento da programação educacional e pela divulgação de actividades.

É um espaço colectivo e transdisciplinar que une arte, arquitectura e pensamento crítico (relacionado com problemáticas urbanas regionais). O local é usado regularmente para realização de encontros, workshops e debates relacionados com práticas culturais, educação

circular entre estes dois espaços. A ponte permite que a cobertura do módulo 5 seja utilizada. Existe ainda a possibilidade de abrir dois painéis da parede do contentor 1, formando uma ligação directa ao contentor 5 e dividindo o espaço exterior em dois pátios distintos.

Um outro óptimo exemplo da criação de espaços informais com contentores, destinados à experimentação e exposição cultural e criativa, é o projecto “Platoon Kunsthalle”. Este projecto é relevante, à semelhança do anterior, ao nível conceptual, programático e formal.

O “Platoon Kunsthalle” (fig.50) é um espaço de cultura alternativa, aberto em Seul (Coreia) em 2009, projecto da equipa Graft Architects e Baik Jiwon.



Fig. 50 - “Platoon Kunsthalle”, Graft Architects e Baik Jiwon, Seul, Coreia.

A “Platoon, Cultural Development” é uma organização internacional, originária de Berlim, que pretende apresentar e divulgar artistas e projectos das áreas da cultura e da comunicação. A programação do edifício “Platoon Kunsthalle” (“Kunsthalle” significa *centro de arte* em alemão) foca-se nos movimentos culturais *underground*, proporcionando um espaço dinâmico para a apresentação de novas ideias e conceitos. Contribui para a divulgação de artistas e estúdios, exibindo performances, filmes, concertos, exposições, performances multimédia, e realizando workshops e debates (fig.51). Para além do programa de divulgação, é promovida a atribuição de bolsas, dando oportunidade a alguns artistas emergentes de desenvolverem projectos criativos no próprio “Platoon Kunsthalle”.

O objectivo do “Platoon Kunsthalle” é proporcionar a criação de uma plataforma de apoio para todos os interessados nos aspectos criativos nos campos da arte urbana, design gráfico, moda, vídeo, programação, música, activismo político, etc.



Fig. 51 - “Platoon Kunsthalle”, alguns eventos realizados no edifício.

O edifício foi construído a partir de 28 contentores. O piso térreo (fig.52) dispõe de recepção/loja, lounge/hall para eventos, salas para exposições, bar/restaurante e cozinha. O primeiro piso é constituído por sala multiusos, estúdios para artistas e armazém/sala técnica. O segundo piso dispõe de escritórios da Platoon e sala para conferências/sala multiusos. Finalmente, no último piso encontra-se o bar. O programa desenvolvido nos diversos espaços cria atmosferas de trabalho e, simultaneamente, de lazer, bem como ambientes autênticos caracterizados pela diversidade.

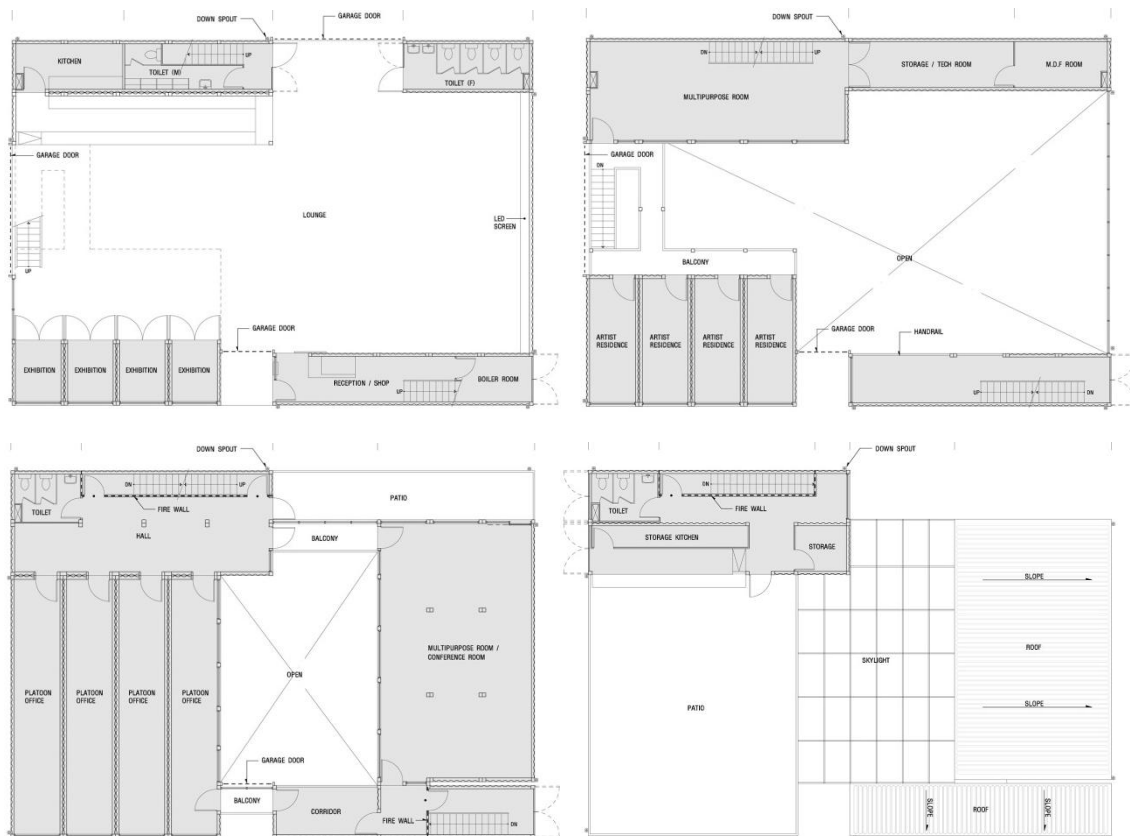


Fig. 52 - “Platoon Kunsthalle”, plantas do Piso 0, 1, 2 e 3.

Embora no projecto “Platoon Kunsthalle” tenham sido utilizados contentores tal como no projecto anterior, a sua abordagem relativamente à composição formal foi muito diferente. No “Periscope Project” o modo como os contentores foram dispostos no terreno criou espaços

interiores e exteriores que funcionam como um só, ou seja, é a junção destes espaços que formam todo o edifício. No “Platoon Kunsthalle” a estratégia encontrada pelos arquitectos para a composição formal do edifício consistiu na colocação dos contentores sobrepostos de forma a criarem o perímetro do edifício, abrindo um grande vão interior no centro do espaço.

Outro aspecto que difere do primeiro projecto analisado é o facto de que, enquanto no “Periscope Project” o módulo (contentor) é utilizado sempre na sua forma original (só sendo alterado pontualmente para a abertura de janelas e portas), no “Platoon Kunsthalle” os arquitectos não se limitaram ao formato e materialidade do módulo e consoante as necessidades (programáticas, luminosidade, etc.) fizeram variações das dimensões e materiais deste. Relativamente às variações das dimensões, estas foram realizadas no comprimento dos módulos, e, em alguns casos, uniram dois ou três de modo a criar uma área maior (como é possível visualizar nos pisos 1 e 2, fig.52). É interessante o facto de também o próprio mobiliário ser formado por módulos (fig.50), permitindo variadíssimas disposições do mesmo.

É ainda importante referir que no projecto “The Periscope Project” os contentores foram pensados como unidades independentes, onde praticamente cada um continha um programa diferente. No “Platoon Kunsthalle”, a indefinição dos espaços (o facto da maioria ser multifuncional e *open space*) permite que se crie um ambiente mais dinâmico.

A equipa de arquitectos Graft Architects e Baik Jiwon afirmaram, relativamente ao projecto “Platoon Kunsthalle”, que “como ícones de uma arquitectura flexível numa cultura globalizada, os contentores de carga dão forma a uma construção única que pode ser desmontada e voltada a montar em qualquer lugar e a qualquer momento”⁹⁶. No projecto “The Bohem Foundation”, do ateliê “Lot-Ek”, a potencialidade da flexibilidade dos contentores foi ainda mais explorada.

“The Bohem Foundation” (fig.53) é uma galeria de arte projectada pelos arquitectos Ada Tolla e Giuseppe Lignano, do ateliê “Lot-Ek”, em Nova York, construída em 2002, num antigo edifício industrial. A estrutura geral do edifício serviu de contexto para a criação de uma nova grelha secundária que aloja contentores que se deslocam no espaço para responder aos diferentes programas das exposições.

⁹⁶ Afirmação proferida na memória descritiva do projecto “Platoon Kunsthalle” em www.kunsthalle.com/about.



Fig. 53 - “The Bohem Foundation”, Ada Tolla e Giuseppe Lignano, ateliê Lot-Ek, Nova York.

A “Bohem Foundation” é uma fundação privada que apoia arte e cultura contemporânea, exibindo, adquirindo e encomendando trabalhos artísticos. O principal objectivo do projecto foi atingir a maior flexibilidade espacial possível, para permitir a exibição de todos os tipos de escala e complexidade de trabalhos, desde pinturas a projecções, esculturas, instalações multimédia, etc.

Os arquitectos desenvolveram um sistema em que introduziram oito módulos de contentores (fig.54) na rígida grelha estrutural ortogonal já existente no piso térreo. Um facto a destacar é que o mobiliário dos módulos é formado por cortes e dobras executados no material das paredes deste. Os módulos contêm as actividades que funcionam permanentemente na galeria e são, ao mesmo tempo, blocos móveis. Para além destes elementos, foram introduzidos cinco painéis amovíveis (de 4,5 m x 3,66 m) na parte de fora de cada módulo (que funcionam independentes deste).

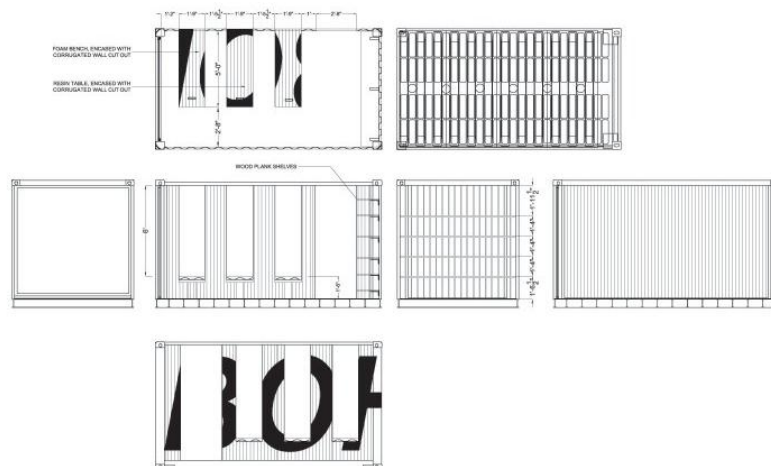


Fig. 54 - “The Bohem Foundation”, desenhos técnicos do módulo criado a partir de um contentor.

Os contentores geram diferentes configurações para o espaço de exposição, fazendo-os deslizar sobre um sistema de carris inserido no pavimento (fig.55). Depois de serem deslocados para as posições desejadas, os painéis amovíveis são colocados a partir de outro sistema de carris fixado no tecto, possibilitando a criação de áreas menores para as

exposições. Devido aos painéis amovíveis serem modulares e ao caminho que descrevem os carris correspondentes, para além da mobilidade dos contentores, é possível gerar uma enorme variedade de tamanhos e formas dos espaços de exposição de acordo com as necessidades.

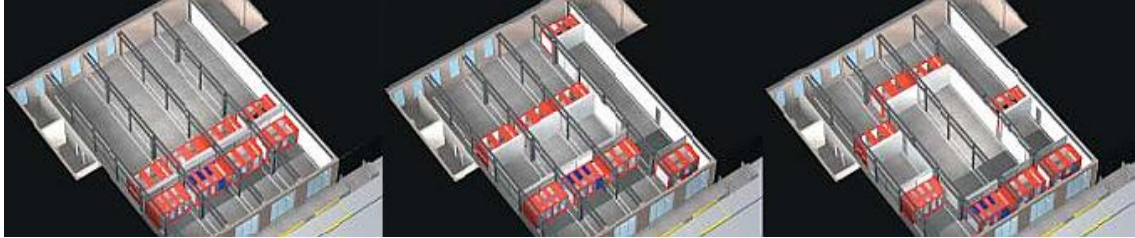


Fig. 55 - “The Bohem Foundation”, esquema do sistema que possibilita diferentes configurações do espaço de exposição.

Para além da alta flexibilidade na organização espacial da galeria, o sistema projectado cria uma forte diferenciação visual entre a qualidade espacial do armazém existente e a suavidade gerada pelos painéis brancos nas áreas de exposição.

Nos módulos o programa distribui-se por recepção, escritórios/oficinas para artistas, videoteca, sala de estar e sala de reuniões. Os espaços fixos estão localizados em dois lados opostos do piso (fig.56), de modo a não obstruírem a área flexível da galeria. São constituídos por cozinha e dispensa, instalações sanitárias, loja de conveniência, elevador e escadas.

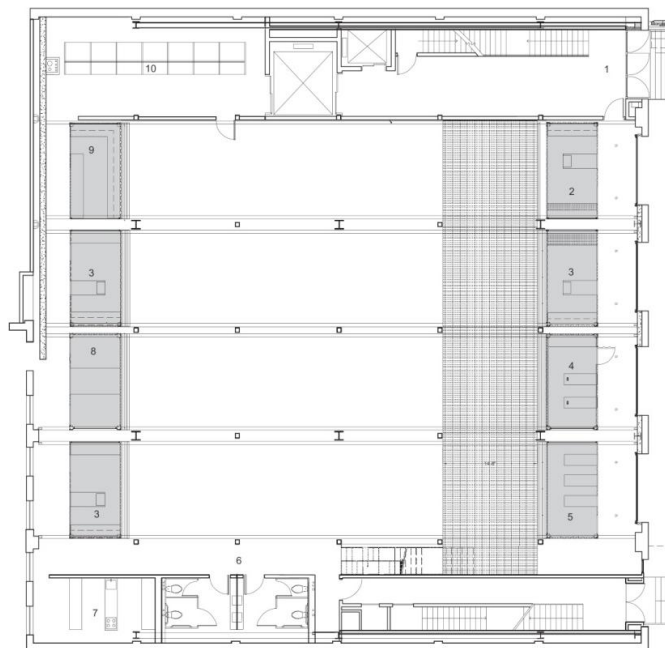


Fig. 56 - “The Bohem Foundation”, planta.

O projecto “Kubik” (fig.57) é um excelente exemplo no que diz respeito à utilização de módulos para criar espaços. “Kubik” é uma instalação temporária, projecto de Marc Günnewig e Jan Kampshoff, do ateliê Modulorbeat, criada em 2006 para revitalizar espaços

urbanos. A instalação consiste num conjunto de reservatórios de água (feitos de plástico e uma estrutura de metal) com um sistema de iluminação no interior. A iluminação varia de acordo com o ritmo da música (cria diferentes padrões, cores e intensidades de luz), proporcionando uma experiência visual singular.



Fig. 57 - “Kubik”, Marc Günnewig e Jan Kampshoff, ateliê Modulatorbeat.

O projecto altera a dinâmica dos espaços urbanos em que se insere, seja em espaços abertos ou fechados. O seu conceito permite a realização de uma grande variedade de eventos culturais, embora seja utilizado principalmente como discoteca.

A utilização dos módulos (reservatórios de água) permite que a instalação tenha ilimitadas possibilidades de organização espacial, formato e escala. Para além da composição formal ser completamente flexível, o próprio módulo é multifuncional pois serve tanto como elemento estrutural como de mobiliário. Tal como no uso dos contentores, também a utilização de reservatórios de água recicla antigos objectos e dá-lhes outra função.

A utilização de módulos nos projectos arquitectónicos pode, muitas vezes, residir não em objectos construídos (como nos exemplos atrás referidos), mas no desenvolvimento conceptual, tal como no projecto “De Kamers Vathorst” (fig.58).

“De Kamers Vathorst” é um centro cultural, projectado pelos arquitectos Rien Korteknie e Mechthild Stuhlmacher, em Amersfoort Noord, Holanda, construído em 2007. É um espaço de realização de actividades culturais e eventos, relacionados, por exemplo, com teatro, cinema e educação criativa.



Fig. 58 - “De Kamers Vathorst”, Rien Korteknie e Mechthild Stuhlmacher, Amersfoort Noord, Holanda.

O objectivo no projecto era permitir que o edifício e as suas actividades crescessem ao longo do tempo. Deste modo, a estratégia utilizada foi a composição formal do edifício ser modular para que este se pudesse ampliar facilmente em função das necessidades futuras (fig.59), e os espaços serem multifuncionais.

A ideia do projecto partiu de módulos cúbicos (fig.59). Posteriormente, os volumes adaptam-se às características dos espaços que continham (as proporções, a importância, o uso, etc.).

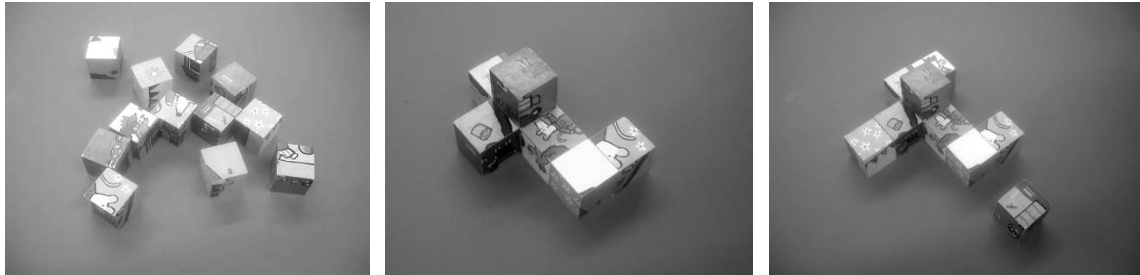


Fig. 59 - “De Kamers Vathorst”, esquemas conceptuais.

Foi construído totalmente com madeira (no interior - fig.60, e no exterior). Este material permitiu adoptar um sistema construtivo que garante uma estrutura clara, simples e sustentável, com boas propriedades espaciais e acústicas. O revestimento exterior no piso térreo foi projectado com a intenção de servir de publicidade. Depois de construído, foi decorado com graffiti, posters e textos feitos pelos usuários do edifício.



Fig. 60 - “De Kamers Vathorst”, espaços interiores.

Os mesmos arquitectos desenvolveram um projecto baseado principalmente na flexibilidade e adaptabilidade: o “KA”. É um espaço móvel para exposições e investigação sobre arte. O espaço foi concebido como um local de troca de ideias, trabalho, estudo e apresentação de trabalhos para estudantes, artistas, arquitectos e outros profissionais. Foi desenvolvido em 2003, mas ainda não foi construído. O objectivo é que o espaço seja construído em vários locais na área de Zuidas, Amesterdão (fig.61).

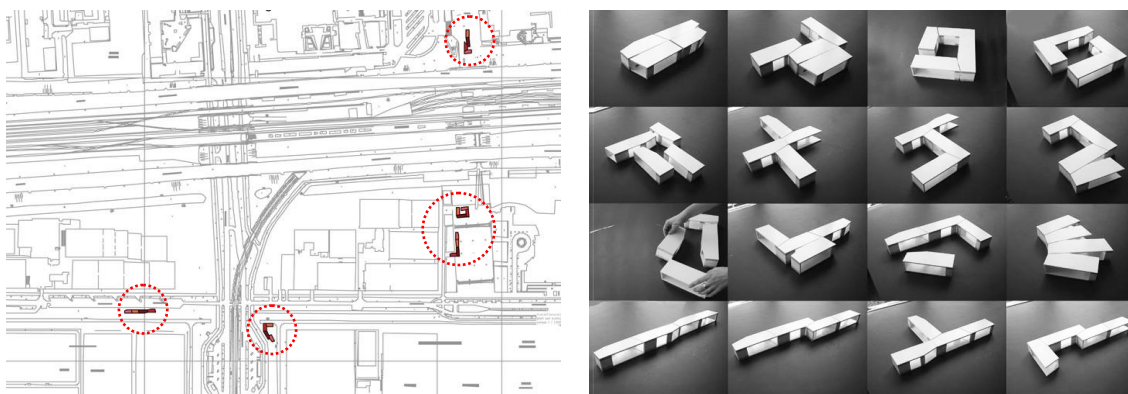


Fig. 61 - "KA", planta de implantação e esquemas conceptuais.

O projecto é mutável, móvel e extensível. É composto por quatro módulos que podem ser dispostos em diferentes configurações (fig.61). Cada módulo é parte de um todo que forma a infra-estrutura, mas pode, simultaneamente, ficar sozinho. Assim, o projecto está pensado de modo a poder adaptar-se a diferentes locais e características espaciais. A configuração dos elementos muda com a sua localização, definindo diferentes relações entre o objecto e o espaço público, o interior e o exterior, espaços abertos e fechados, espaços públicos e privados.

Para além dos módulos poderem ser combinados e ajustados de acordo com os requisitos do lugar e da função, as suas paredes são constituídas por elementos pivotantes (alguns destes elementos contêm painéis que se abrem, como é possível ver a vermelho na fig.62), o que possibilita ainda mais flexibilidade espacial nos próprios módulos e entre módulos.

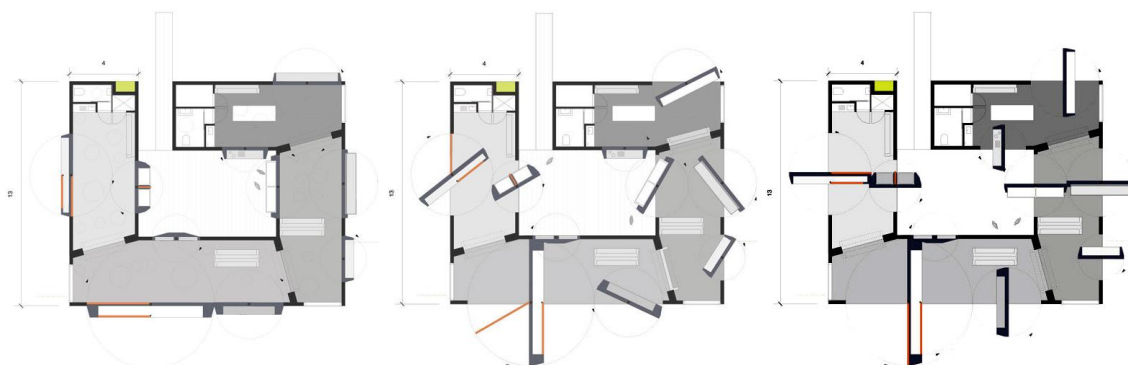


Fig. 62 - "KA", funcionamento dos elementos pivotantes.

A biblioteca pública móvel de Ivan Hernandez Quintela, do ateliê "Ludens", em colaboração com Mauricio Rocha (fig.63), é outro exemplo de um espaço móvel destinado a actividades culturais e criativas. É um espaço de leitura informal itinerante. Foi criado no âmbito do "Plataforma Art Festival", em Puebla, México. O objectivo foi criar uma estrutura que funcionasse como uma biblioteca de arte que pudesse ser transportada para diferentes lugares da cidade.



Fig. 63 - Biblioteca pública móvel, Ivan Hernandez Quintela e Mauricio Rocha, Puebla, México.

Os arquitectos criaram um protótipo que consiste num simples cubo, com as duas paredes laterais e tecto construídos com plástico branco translúcido e as paredes frontais de madeira. No interior, uma das paredes em madeira incorpora prateleiras para armazenamento dos livros, e, no exterior, serve como painel para anúncios. A parede principal é rebatível. Ao estar rebatida funciona como escadas de acesso e também como mobiliário. Este facto é interessante pois os arquitectos criaram um elemento flexível que dependendo da sua posição tem diferentes funções (parede ou escadas e mobiliário).

A estrutura foi construída com rodas para permitir que esta se desloque para diferentes locais. Esta biblioteca apropria-se do espaço público e altera a sua dinâmica, revitalizando-o e tornando-o um local de encontro e lúdico.

Por fim apresenta-se o projecto “Modulbox” (fig.64), dos arquitectos Oliver Klotz e Marc Schwabedissen, que possui características dos dois últimos projectos analisados, tais como a flexibilidade e mobilidade. A “Modulbox” é um espaço multifuncional que consiste num sistema modular móvel, adequado para ser usado quer ao ar livre quer no interior. Cada “Modulbox” pode ser personalizada conforme os usos a que se destina. Pode servir como palco de actividades culturais, *showroom* de empresas, loja, quiosque, posto de informação, local para realização de exposições ou eventos, etc.



Fig. 64 - “Modulbox”, Oliver Klotz e Marc Schwabedissen.

O módulo é um volume compacto (de 2,45 m x 2,45 m de base e 2,80 m de altura) que se pode expandir através de um sistema de paredes rebatíveis (fig.65). A sua construção e instalação é muito rápida. A estrutura é feita de aço e alumínio e as paredes podem ser feitas

em painéis translúcidos ou opacos, madeira ou outros materiais. Integra ainda iluminação no tecto.

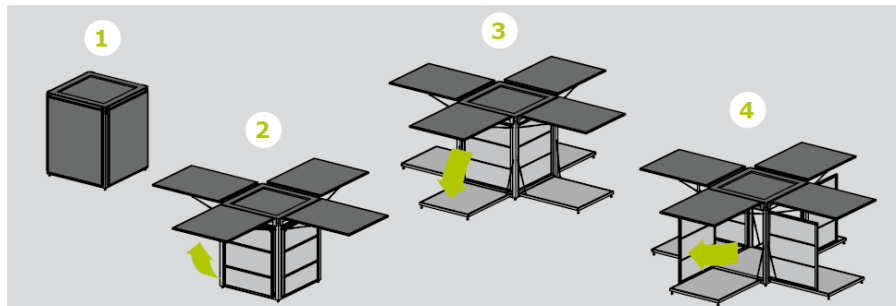


Fig. 65 - “Modulbox”, sistema modular.

O sistema modular utilizado permite que cada “Modulbox” seja bastante flexível e versátil, e que se possa agregar facilmente a outras “Modulbox”, criando inúmeras configurações possíveis (fig.66).

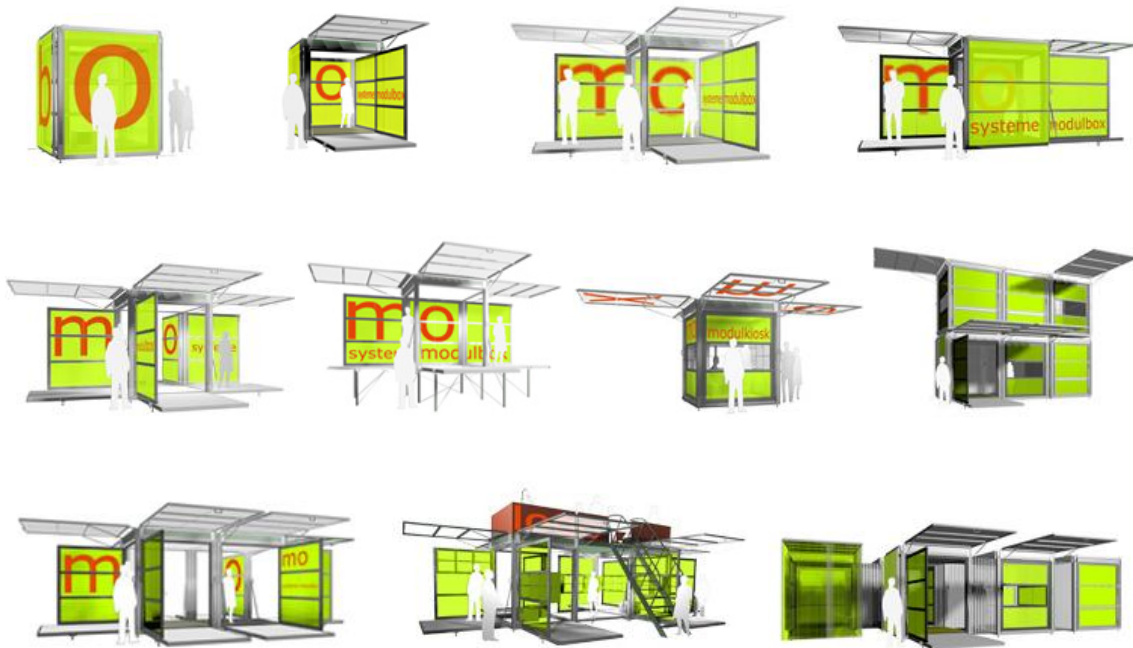


Fig. 66 - “Modulbox”, algumas configurações possíveis.

As dimensões da “Modulbox” permitem que esta seja transportada em reboques de automóvel ou dentro de camiões (fig.67). Geralmente a “Modulbox” é descarregada dos camiões por uma empilhadora ou por um guindaste, e dos reboques de automóvel através de um dispositivo eléctrico de elevação integrado na base da própria “Modulbox”.



Fig. 67 - “Modulbox”, sistema portátil.

Da análise realizada aos vários projectos podem retirar-se algumas conclusões. Todos os projectos estudados revitalizam e dinamizam os espaços urbanos em que se inserem. Conceitos como flexibilidade, adaptabilidade, multifuncionalidade, versatilidade e efemeridade, utilizados nos projectos, conseguem dar respostas a estratégias baseadas na criatividade para cidades de pequenas e médias dimensões.

O programa desenvolvido nos diferentes projectos é normalmente muito variado, abrangendo espaços para criação, exposição e formação cultural e criativa. Estes locais são de livre acesso e destinam-se a toda a comunidade. A criação de espaços transdisciplinares e espaços para convergência e experimentação fomenta ambientes dinâmicos de trabalho e de lazer, propícios ao desenvolvimento da criatividade e da cultura.

Um dos aspectos relevantes é a natureza sustentável das infra-estruturas, quer seja pelos materiais (re)utilizados (desde madeira a objectos como reservatórios de água, contentores etc.) e pelos sistemas construtivos, quer pelo próprio programa desenvolvido.

A utilização de sistemas modelares demonstrou ser uma estratégia vantajosa para a definição da implantação e da composição formal das infra-estruturas. As formalizações resultaram, por exemplo, da sobreposição, intersecção, união e dispersão de módulos, diferentes conexões entre eles, criação de vazios, etc.

Outro aspecto a salientar é a importância do uso da flexibilidade nos projectos. Esta permitiu uma melhor resposta às diferentes necessidades programáticas/funcionais, possibilitando variadíssimas configurações espaciais. A flexibilidade foi obtida de diferentes formas: através da mobilidade dos módulos e/ou da utilização de paredes deslizantes, rebatíveis ou pivotantes.

4.2 - Caracterização e análise da área de estudo

4.2.1 - Introdução: A cidade da Covilhã

A cidade da Covilhã, localizada no Centro de Portugal (NUTS II), Distrito de Castelo Branco, na sub-região da Cova da Beira (NUTS III), está implantada na encosta sudeste da Serra da Estrela, rodeada pelas ribeiras da Carpinteira e da Goldra. É a cidade mais próxima do ponto mais alto de Portugal Continental (a Torre, na Serra da Estrela, com 1993 metros de altitude). Localizada no centro da região, permite-lhe uma posição de destaque no eixo de desenvolvimento marcado pelos três pólos mais importantes da região: Guarda - Covilhã - Castelo Branco. É um dos centros urbanos de maior relevo da região centro de Portugal juntamente com Coimbra, Aveiro, Viseu e Figueira da Foz.

A Covilhã foi elevada à condição de cidade a 20 de Outubro de 1870 pelo Rei D. Luís I. O concelho da Covilhã é habitado por 51770 habitantes⁹⁷ (Gráfico 10) e é constituído por 31 freguesias. O centro urbano congrega as freguesias da Conceição, Santa Maria, São Martinho e São Pedro. O núcleo urbano tem cerca de 20 mil habitantes. Possui uma área urbana de cerca de 555 km² e estende-se entre os 450 e os 800 m de altitude. As ruas com inclinação acentuada e o contacto visual permanente com toda a natureza que rodeia a cidade são das características mais marcantes da Covilhã.

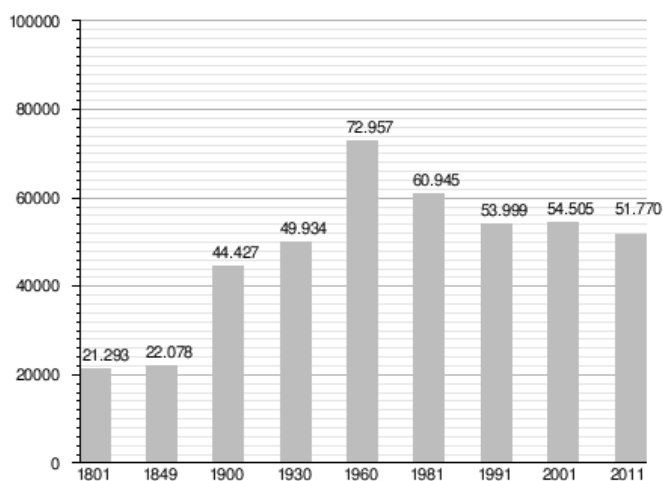


Gráfico 10 - Evolução da população residente no Concelho da Covilhã, 1801-2011.

A Covilhã “Cidade Neve”⁹⁸, é uma cidade de montanha, antiga cidade industrial ligada aos lanifícios, hoje uma cidade universitária. Encontrou na Universidade da Beira Interior (UBI) a juventude, a modernidade e o desenvolvimento que, aliada a uma tradição empresarial, permitiu ultrapassar a crise da indústria têxtil dos lanifícios dos anos 80 e consolidar novas e diversificadas actividades económicas. Um bom exemplo da aposta na diversidade do tecido empresarial é a consolidação do Parque Industrial do Canhoso e a criação (em 2000) e crescente desenvolvimento do Parque Industrial do Tortosendo.

Actualmente, a cidade da Covilhã é um importante pólo de atracção no interior do país. Num estudo elaborado pelo Jornal *Expresso*⁹⁹ sobre a qualidade de vida nas cidades portuguesas, a

⁹⁷ Dados de 2011 do Instituto Nacional de Estatística (INE) - <http://www.ine.pt>

⁹⁸ Em 1970, no centenário da cidade da Covilhã, a fadista Amália Rodrigues imortalizou o fado “Covilhã, Cidade Neve”, uma canção com letra de Nóbrega e Sousa e música de Joaquim Paulo Gonçalves.

⁹⁹ O estudo do Jornal *Expresso*, publicado nas páginas 32 a 39 da revista “Única” do *Expresso*, intitula-se “Classificação Expresso das melhores cidades portuguesas para viver em 2007”. As cinco cidades classificadas com melhor qualidade de vida correspondem, por ordem decrescente, a: Lisboa, Guimarães, Évora, Porto (empatado no 3º lugar com Évora) e Aveiro. O estudo tem por base 20 parâmetros. A cidade da Covilhã destaca-se ao nível do Desempenho Económico, com a 7ª classificação nacional, só sendo superada por Lisboa, Aveiro e Setúbal, Porto, Braga e Almada. Ao nível dos Equipamentos Sociais a Covilhã é a 4ª cidade, depois de Lisboa, Coimbra e Porto. Em termos de Animação Nocturna, a Covilhã obtém a 4ª melhor pontuação, a mesma do Porto e Coimbra. Em relação à Segurança, a Covilhã atinge a 2ª melhor pontuação, empatada com outras cidades, tais como Braga, Aveiro, Guimarães, Espinho e Amarante. Em termos de Estacionamento, só Braga oferece melhores condições do que a Covilhã. Ao nível da Qualidade dos Espaços Públicos, a Covilhã obtém a 3ª melhor pontuação, a mesma que Lisboa, Porto, Aveiro e Coimbra, sendo que em termos de Capacidade de Atracção Estudantil, a Covilhã se situa ao mesmo nível de Évora e Guimarães, cidades apenas superadas por Aveiro, Porto, Braga e Coimbra, sendo o 1º lugar ocupado

Covilhã ocupa a 14ª posição, situando-se à frente das restantes cidades do interior do país e de muitas do litoral.

4.2.2 - Reabilitação urbana na cidade da Covilhã

4.2.2.1 - A importância da Universidade da Beira Interior

Na década de 1970, a cidade, conhecida pela longa tradição, dinâmica e qualidade dos seus lanifícios, começou a sofrer uma crise ao nível da indústria: grandes e pequenas fábricas começaram a revelar debilidades graves que levariam ao seu encerramento, com consequências sociais e económicas desastrosas para a região. Foi neste contexto, e no âmbito das actividades do grupo de trabalho para o Planeamento Regional da Cova da Beira, que, em 1973, surgiu o ensino superior na Covilhã com a criação do Instituto Politécnico da Covilhã (IPC). Em 1975, recebeu os seus primeiros 143 alunos, nos cursos de Engenharia Têxtil e Administração e Contabilidade. No ano de 1979, o Instituto Politécnico converteu-se em Instituto Universitário da Beira Interior (IUBI) e, em 1986, passou a Universidade da Beira Interior (UBI).

No ano lectivo 2009/2010 o número de estudantes inscritos na UBI foi de 6636 alunos (Quadro 14), o que representa mais de 30% da população residente na cidade da Covilhã, repartidos pelas 40 licenciaturas do primeiro ciclo, 58 mestrados do segundo ciclo e 27 áreas de doutoramento.

Quadro 14 - Total de estudantes inscritos na UBI, 2004-2009.

Faculdades	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Ciências	901	813	777	532	467	444
Engenharia	1.627	1.542	1.488	1.590	1.717	1.794
Ciências Sociais e Humanas	1.616	1.641	1.560	1.769	1.799	1.853
Artes e Letras	933	941	1009	1157	1.140	1.265
Ciências da Saúde	277	414	607	1.036	1.153	1.280
Total	5.354	5.351	5.441	6.084	6.276	6.636

O espaço construído da UBI está distribuído em várias zonas da cidade da Covilhã. Inclui as seguintes infra-estruturas: cinco Faculdades (Faculdade de Ciências, Faculdade de Engenharia, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Faculdade de Artes e Letras e Faculdade de Ciências da Saúde), Reitoria e Serviços Administrativos, Centros, Serviços,

por Lisboa. Aliás, ao abordar o tema da Capacidade de Atracção Estudantil na Covilhã, o *Expresso* refere que "a cidade atrai jovens de todo o país, mas, findo o curso, os jovens permanecem".

Residências e Alojamento, SASUBI (Serviços de Acção Social da Universidade da Beira Interior), Museu de Lanifícios/Arquivo Histórico.

Uma das características mais relevantes da UBI é que os seus espaços resultam da recuperação de antigos edifícios, de elevado valor histórico, cultural e arquitectónico. Ao mesmo tempo que se preservam marcos históricos da cidade, estes são revitalizados em espaços vocacionados para o ensino e a investigação. O pólo principal da UBI, por exemplo, encontra-se na antiga Real Fábrica de Panos, criada pelo Marquês de Pombal em 1763, localizada num dos núcleos tradicionais de concentração fabril na Covilhã, junto à Ribeira da Goldra. As antigas edificações fabris localizadas na entrada Sul da Covilhã tornaram-se, quase naturalmente, não só uma solução lógica e de continuidade no que respeita à expansão física da universidade, mas uma opção que resultou num enorme benefício para a cidade, em termos urbanísticos e de impacto ambiental, através da recuperação de edifícios abandonados ou em ruínas que constituíam parte significativa do património industrial covilhanense, fazendo da UBI um caso único na universidade portuguesa. Na década de 90, optar-se-ia por expandir a Universidade para o extremo Norte da cidade, junto à Ribeira da Carpinteira. Em 2006, concluiu-se a construção da Faculdade de Ciências da Saúde, cumprindo-se, assim, o programa de instalação das infra-estruturas do curso de Medicina, ministrado a partir de 2001/2002¹⁰⁰.

4.2.2.2 - Programa Polis - Conjunto de projectos do arquitecto Nuno Teotónio Pereira

Sobretudo as décadas de 1980 e 1990 caracterizaram-se por uma fase de forte investimento na recuperação do património industrial, para a construção das infra-estruturas da Universidade da Beira Interior. Seguiu-se a implementação do Programa Polis, desenvolvido sobretudo ao longo da década de 2000-2009, que teve principalmente como resultado a revitalização de espaços públicos (parques, praças e jardins).

As linhas orientadoras da intervenção do Programa Polis da Covilhã foram a requalificação paisagística e urbana, através do desenvolvimento do Plano de Pormenor da Carpinteira e do Plano de Pormenor da Goldra. Estas foram as zonas principais da estratégia de intervenção, que tinha como objectivo: “reabilitar os vales das ribeiras (...) virar a cidade para esses vales criando novas frentes edificadas constituindo remate da estrutura urbana consolidada, revitalizar e preservar o património industrial destinando-lhe novos usos de âmbito cultural ou outros, favorecer a mobilidade pedonal através de pontes e meios mecânicos de acesso ao centro da cidade reduzindo a dependência do automóvel, corrigir o sistema de implantação

¹⁰⁰ Patrícia Barata, *UBI em Números 2004-2009*. Gabinete de Relações Públicas da Universidade da Beira Interior, Covilhã 2010, pág.7-9.

de novas construções visando consolidar o tecido urbano e proporcionar a sua integração na paisagem”¹⁰¹.

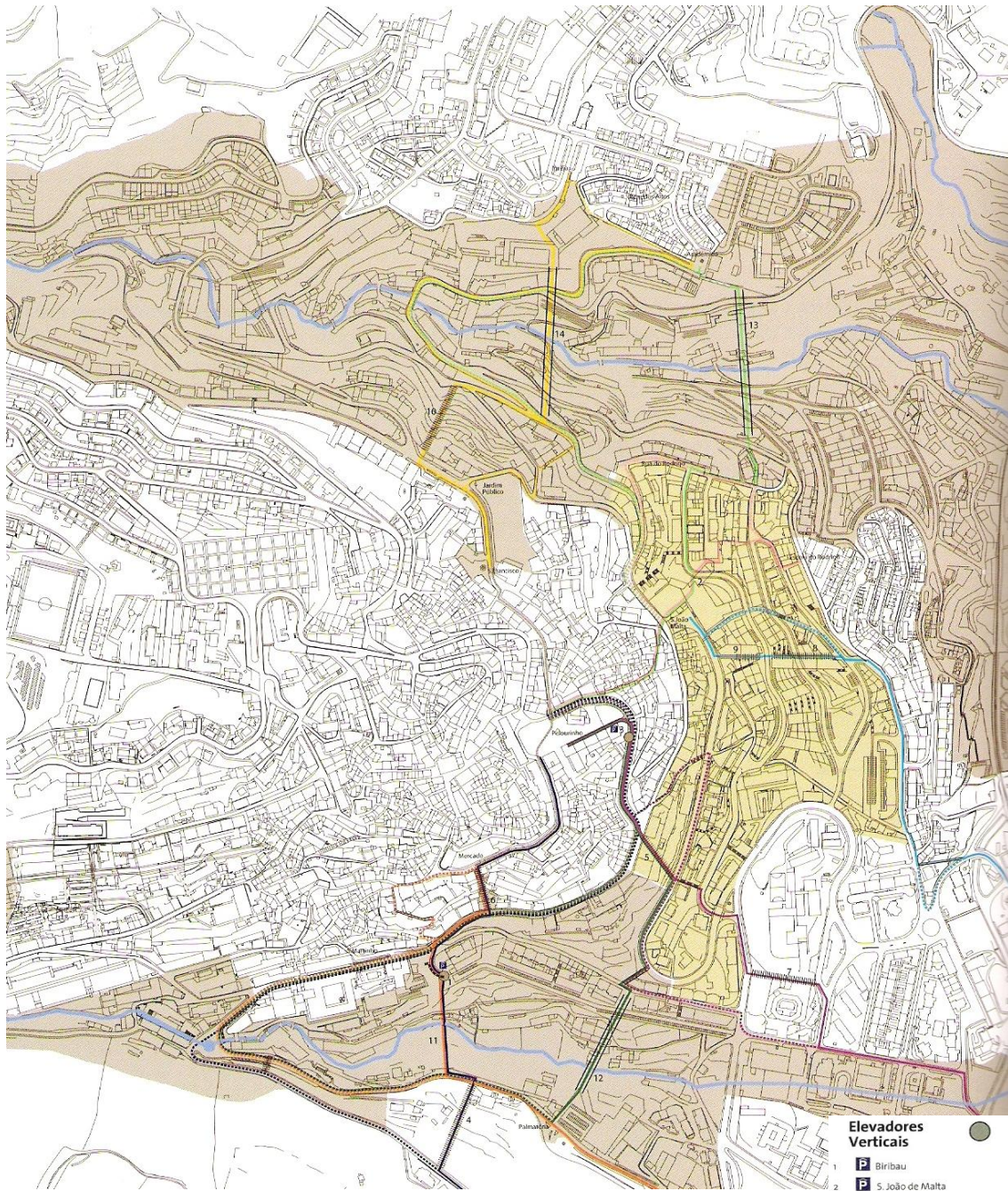
Numa crítica à cidade, Teotónio Pereira refere que “a cidade da Covilhã representa um exemplo clamoroso do insucesso da abundante legislação que tem vigorado entre nós relativamente ao planeamento do território. Com efeito, apesar da existência de planos de urbanização desde há décadas, a verdade amarga é que a cidade tem crescido de forma a destruir a sua coesão interna, a desfigurar a sua imagem e a aviltar a sua envolvente”¹⁰².

Quem esteve ligado à concepção da maior parte das intervenções foi o arquitecto Nuno Teotónio Pereira. Este elaborou os Planos de Urbanização do Vale da Ribeira da Carpinteira e do Vale da Ribeira da Goldra (em co-autoria com Luís Cabral), o Plano de Pormenor de São João de Malta, o Rossio e a Rotunda do Rato e a remodelação da Praça do Município, bem como o Plano de Mobilidade Pedonal para a Covilhã (fig.68).

No Plano de Mobilidade, Teotónio Pereira sugeriu a ideia de “aplanar a cidade”, articulando as cotas entre os vales e a cidade alta. O objectivo foi diminuir os obstáculos com vista a uma mobilidade facilitada numa região de topografia extremamente acidentada como é a Covilhã. Assim, a proposta consistiu num conjunto de infra-estruturas que suavizassem as diferenças de cotas e que, conseqüentemente, diminuíssem os tempos de percurso. Do programa faziam parte uma rede de elevadores e funiculares, escadas mecânicas e, o mais marcante, pontes pedonais (cinco no total).

¹⁰¹ João Afonso, “Uma Ideia para a Cidade da Covilhã”, in Nuno Teotónio Pereira, *Uma Ideia para a Cidade da Covilhã*. Ordem dos Arquitectos, Caleidoscópio, Lisboa 2006, pág.11.

¹⁰² Nuno Teotónio Pereira, *Uma Ideia para a Cidade da Covilhã*. Ordem dos Arquitectos, Caleidoscópio, Lisboa 2006, pág.12.



Elevadores Verticais

- 1 Biribau
- 2 S. João de Malta
- 3 Sporting

Pontes Pedonais

- 11 Biribau
- 12 Palmatória
- 13 Poldras
- 14 Penedos Altos

Elevadores Inclinados

- 4 S. António
- 5 S. Silvestre
- 6 S. André
- 7 Cidade do Fundão
- 8 Mateus Fernandes
- 9 S. João de Malta
- 10 Jardim Público

Termos de comparação (exist.)	Extensão	Desnível a vencer
Jardim Público/Mercado	700 m	15 m
S. Martinho/Pelourinho	700 m	40 m

Percurso Pedonais	Antes		Depois	
	Antes	Depois	Antes	Depois
Residencial/Mercado	1470 m	760 m	97 m	37 m
Palmatória/Pelourinho	1530 m	690 m	68 m	23 m
Estação/S. João de Malta	890 m	630 m	111 m	45 m
Pelourinho/St. António (Reitoria)	1730 m	730 m	55 m	34 m
Penedos Altos(Igreja)/S. Francisco	1420 m	750 m	71 m	14 m
Penedos Altos (Acad.)/Pelourinho	1400 m	920 m	86 m	56 m
Rodoviária/Pelourinho	1490 m	950 m	127 m	53 m
Escola do Rodrigo/Pelourinho	850 m	540 m	95 m	69 m

Fig. 68 - Plano de Mobilidade Pedonal para a Covilhã, Nuno Teotónio Pereira.

Dos projectos realizados destaca-se a remodelação da Praça do Município ou Largo do Pelourinho (Nuno Teotónio Pereira), a reforma do Jardim Público (Luís Cabral), o Rossio e a Rotunda do Rato (Nuno Teotónio Pereira), o Parque da Goldra (Sítios e Formas - Projecto e Consultadoria), o Jardim *Mártir-in-Collo* (Caires Atelier), o Jardim do Lago (Luís Cabral), o Jardim do Novo Rodrigo (Carlos Correia Dias), o Elevador de Santo André (Luís Cabral) e a Ponte dos Penedos Altos (João Luís Carrilho da Graça).

4.2.2.3 - Requalificação do centro histórico

Durante três décadas as recuperações na Covilhã incidiram principalmente no sector das obras de tipo urbano-paisagístico e nas áreas periféricas, exteriores ou envolventes ao núcleo central mais antigo da cidade. Agora, inicia-se uma nova fase que se centra principalmente na recuperação do edificado, relacionada com o problema do abandono e degradação do centro histórico (área que não foi objecto das principais preocupações municipais e estatais portuguesas nas décadas anteriores).

Manuel Maio Gomes aponta como causas do abandono dos centros históricos, que “a obsolescência de alguns equipamentos e o congelamento das rendas reduziram os investimentos e a modernização das áreas centrais que entraram em fase de declínio, deslocando os investimentos para zonas de periferia, locais de pouca qualificação urbana onde o valor dos terrenos é menor e os padrões de gestão e planeamento urbano são menos exigentes”¹⁰³. De facto, verifica-se o abandono gradual dos centros históricos de muitas cidades portuguesas. Este fenómeno dificulta também a situação do comércio nestes locais, o que leva alguns comerciantes a abandoná-los e, conseqüentemente, leva a uma maior desertificação das zonas históricas, criando-se um ciclo vicioso difícil de quebrar. Outro aspecto a ressaltar é que a população no centro das cidades é geralmente muito envelhecida e com poucas capacidades económicas, facto que se acentua quando se trata de cidades e vilas do interior do país (como na Covilhã).

No entanto, nos últimos anos, o abrandamento do ritmo de construção de habitação, o aumento dos preços de acesso a habitação nova, a subida dos custos de transporte e a redução generalizada do poder de compra contribuíram para que as áreas centrais das cidades tenham começado a ser vistas como novas oportunidades económicas. A reabilitação de edifícios antigos começou a ser tomada como alternativa à construção nova, o que não só permite a recuperação do património edificado e a reutilização de materiais, como a redução do consumo de energia e a reutilização do solo.

¹⁰³ Manuel Maio Gomes, “Estruturas Criativas em Vila do Conde”. Revista *Arquitectura* 21, n.º. 3 - *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.24. Manuel Maio Gomes é arquitecto e director do Departamento de Estudos e Projectos de Vila do Conde.

Como resposta ao problema da desertificação e degradação do centro histórico da Covilhã, a “Sociedade de Reabilitação Urbana Nova Covilhã” pretende realizar uma série de intervenções para recuperar a área central da cidade (fig.69). As propostas de intervenção são sobretudo recuperações ou reconstruções de espaços de habitação em muito mau estado (fig.70). Actualmente, já foram concluídas algumas obras na área intramuros, no entanto, a maioria está na fase de lançamento e resultados de concursos para execução dos projectos, estando algumas das operações em fase preliminar ou próximas de um avanço para obra.

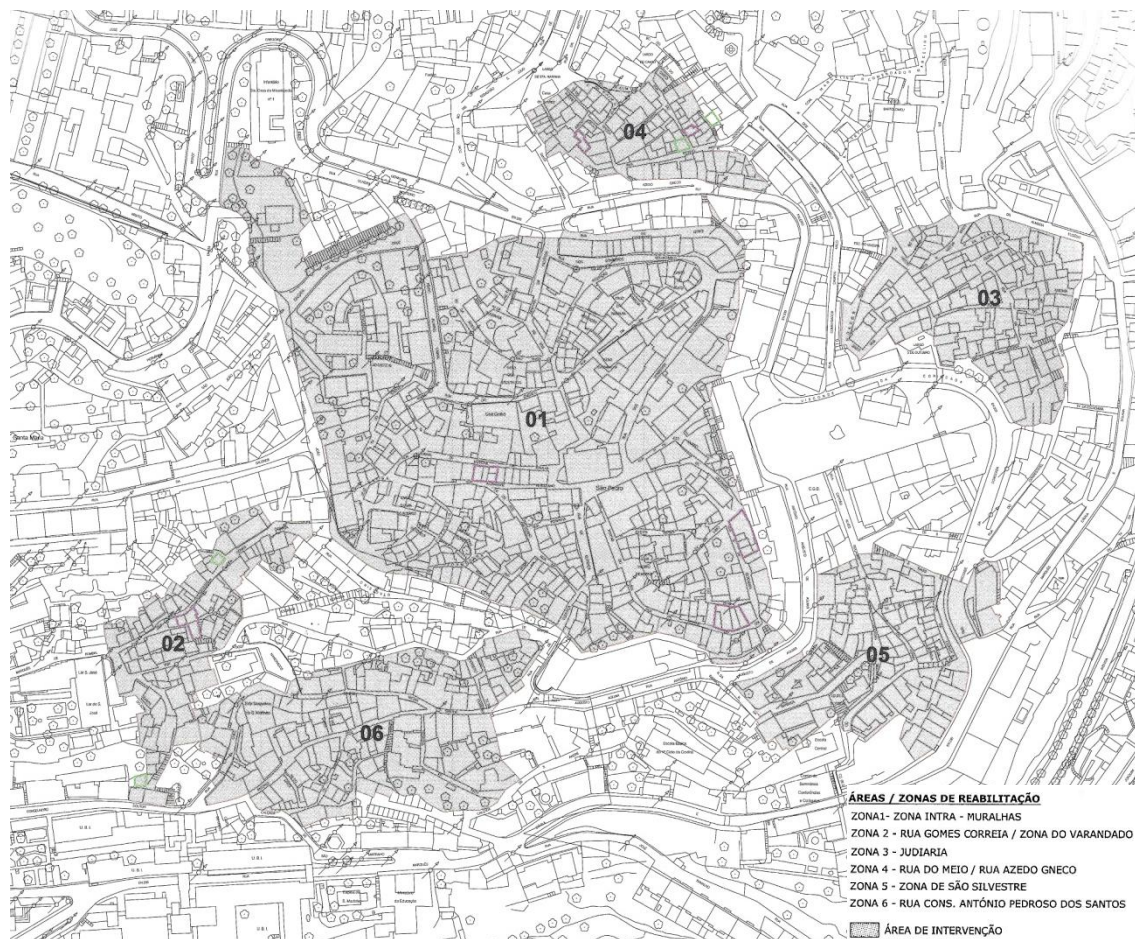


Fig. 69 - Planta de localização das áreas de reabilitação no centro da cidade abrangidas pela “SRU Nova Covilhã”.



Fig. 70 - Alçado principal de alguns dos edifícios a recuperar.

4.2.3 - Análise SWOT da cidade da Covilhã

A análise SWOT da cidade da Covilhã baseou-se nos conceitos (nos seus princípios e objectivos) apresentados no capítulo III. Pretende-se contribuir para uma visão de síntese do potencial “criativo” da Covilhã e identificar possíveis estratégias a desenvolver, sendo a base para a formulação de projectos concretos.

Pontos Fortes:

- Qualidade de vida;
- Identidade singular da paisagem natural;
- Boa relação do ambiente construído com o ambiente natural (integração harmoniosa da cidade na encosta da Serra da Estrela);
- Custo de vida acessível;
- Bom desempenho económico;
- Política de desenvolvimento sustentável;
- Forte aposta na imagem e promoção da cidade (Campanha recentemente criada: “Covilhã: Uma Cidade 5 Estrelas. Para investir...para explorar...para viver”. As “cinco estrelas” da campanha remetem para diversos aspectos: hospitalidade, inovação, proximidade, tradição e lazer);
- Segurança na cidade;
- Ambientes de trabalho tranquilos;
- Quantidade considerável de alojamento turístico;
- Capacidade de atracção turística, embora de curta permanência;
- Qualidade dos espaços públicos;
- Elevada oferta de actividades/eventos culturais (tais como: “Carnaval da Neve”, “Marchas de S. João”, “Festival da Cherovia”, Concurso de Piano “Cidade da Covilhã”, “Café Literário da Covilhã”, Semana de Cultura Popular, Feira Nacional de Artesanato da Covilhã, entre outros);
- Elevado número de colectividades e associações;
- Elevado número de espaços e equipamentos de interacção social;
- Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã - Parkurbis (visa criar condições para atrair e fixar empresas vocacionadas para o desenvolvimento da inovação e da tecnologia, para a potencialização das sinergias entre a Universidade da Beira Interior, as instituições de investigação e as empresas de base tecnológica, para a criação de uma massa crítica de actividade de I&D e para o desenvolvimento qualitativo e diversificado da malha empresarial do concelho da Covilhã);
- Universidade da Beira Interior - UBI (geradora de capital humano especializado - “talentos”);
- Escola Profissional de Artes da Beira Interior - EPABI;

- Capacidade de atracção estudantil (facto relacionado com a presença da universidade e escolas profissionais);
- Animação nocturna (grande quantidade de bares e discotecas).

Pontos Fracos:

- Degradação da zona histórica;
- Más acessibilidades principalmente dentro da cidade (a circulação automóvel e pedestre é complicada devido à topografia da cidade, à excepção da zona nova);
- Património cultural pouco diversificado (existem basicamente espaços de culto - igrejas e capelas);
- Carência de infra-estruturas culturais e criativas (escassez de pontos de interesse cultural ou turístico, è excepção dos museus dedicados à indústria dos lanifícios).

Oportunidades:

- Reabilitação do centro histórico e das estruturas fabris devolutas e degradadas na zona oeste do vale da ribeira da Carpinteira;
- Aproveitamento dos vazios nas zonas urbanas consolidadas;
- Criação de infra-estruturas ligadas a actividades criativas, culturais e tecnológicas;
- Fomento da cooperação entre actores públicos e privados;
- Fomento da capacidade de atracção, fixação e desenvolvimento de trabalhadores criativos;
- Desenvolvimento de programas de residências artísticas;
- Criação de uma incubadora de indústrias criativas (inserida no âmbito do Parkurbis);
- Integração/envolvimento da cidade da Covilhã em redes de cooperação nacionais e internacionais (relacionadas com dinâmicas culturais e criativas).

Ameaças:

- Crescente desertificação e descaracterização do centro histórico;
- Expansão urbana descontrolada e mal estruturada, e conseqüente diminuição da qualidade urbanística;
- Envelhecimento da população;
- Migração da população para as grandes cidades do litoral (onde se concentram as principais oportunidades de emprego);
- Falta de actuação específica orientada para o sector cultural e criativo.

4.2.4 - Conclusão

A cidade da Covilhã tem apostado na qualidade de vida, na inovação e modernização tecnológica (por exemplo, através do Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã - Parkurbis) e em diversificar e fortalecer as suas actividades sociais e culturais. Por estes motivos, e pelo facto de ser uma cidade universitária, entre outras características particulares (tais como paisagem natural inspiradora e qualidade ambiental, elevado número de actividades/eventos culturais e espaços de interacção social, qualidade dos espaços públicos, entre outras referidas anteriormente), cumpre alguns dos requisitos básicos e demonstra potencial para o desenvolvimento de uma “economia criativa” e para atingir muitas das características das “cidades criativas”.

Indo de encontro aos objectivos da nova fase de reabilitação urbana da Covilhã, e porque também estes são compatíveis com os objectivos da criação de “cidades criativas”, o local escolhido para a proposta de intervenção arquitectónica nesta dissertação é o centro histórico da Covilhã.

A zona histórica da Covilhã reúne condições favoráveis ao desenvolvimento de um *cluster* criativo, tais como: concentração de algumas infra-estruturas culturais e criativas no local (por exemplo, o edifício do Arquivo Municipal, o Departamento de Educação, Cultura e Desporto da Câmara Municipal da Covilhã, o Museu de Arte e Cultura, o Teatro-Cine, a sede da Associação de Estudantes da UBI, a igreja de Santa Maria e a sede do Jornal de Notícias da Covilhã), boa localização (centralidade em relação à cidade), proximidade com vários pólos da universidade, actividades mistas (habitação, comércio e lazer), e intensa animação nocturna (com grande concentração de estudantes devido aos vários bares existentes, incluindo o Bar Académico da associação de estudantes).

4.3 - Relatório de procedimentos

4.3.1 - Introdução

Tendo em conta que esta dissertação tem como principais objectivos:

- **Objectivo 1** - Compreender e aprofundar o conhecimento sobre o papel da cultura e da criatividade nas cidades contemporâneas; e compreender como as infra-estruturas e os espaços públicos culturais e criativos inovadores potenciam o desenvolvimento sustentável de áreas urbanas de baixa densidade;

- **Objectivo 2** - Traçar um conjunto de estratégias que sejam capazes de contribuir para uma regeneração urbana que estimule as práticas culturais, formação e envolvimento dos cidadãos.

O desenvolvimento da dissertação foi efectuado da seguinte maneira (fig.71):

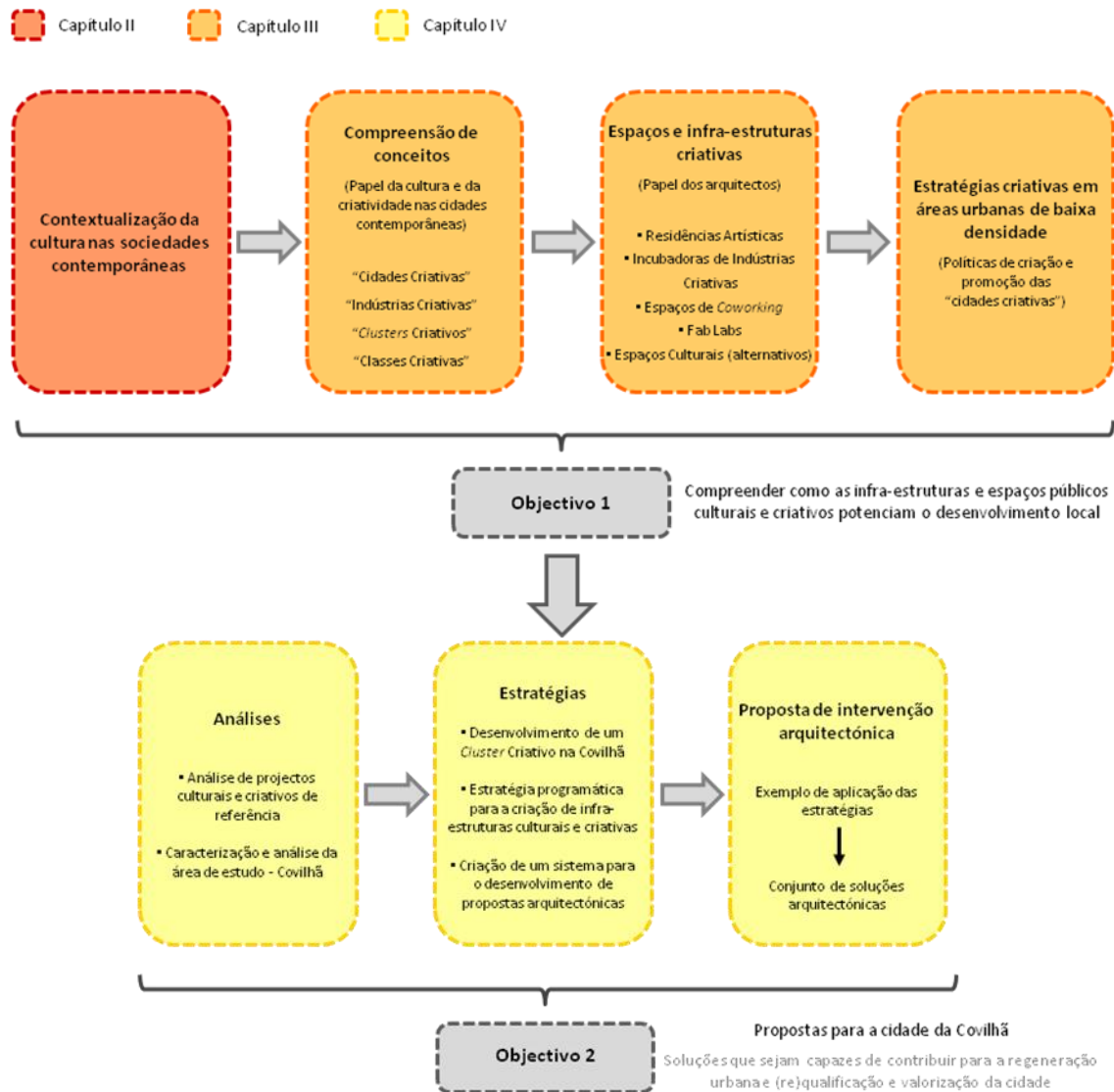


Fig. 71 - Esquema da estrutura da dissertação e dos procedimentos. (Fonte: Autor)

4.3.2 - Objectivo 1

A primeira parte da dissertação (objectivo 1) foi realizada partindo de uma intensa pesquisa bibliográfica e recolha e tratamento de informação.

Para que melhor se compreendesse o contexto em que surgiu o recente interesse na "criatividade" e na "cultura" como dinâmicas territoriais foi desenvolvido o Capítulo 2 - "Contextualização da cultura nas sociedades contemporâneas". Neste capítulo foi igualmente

procurado entender o papel da arquitectura na actual sociedade e o seu impacto ao nível urbano.

Seguidamente, no Capítulo 3 - “As cidades e o seu novo desafio: dinâmicas culturais e criativas” pretendeu-se desenvolver e aprofundar o conhecimento sobre o papel da cultura e da criatividade nas cidades contemporâneas. Deste modo, explicitaram-se os conceitos de “cidades criativas”, “indústrias criativas”, “*clusters* criativos” e “classes criativas” (a sua contextualização histórica e especificidades, bem como perspectivas e teorias dos principais autores relacionados com o tema).

Para se entender em que aspectos concretos e de que modo podem os arquitectos contribuir para o desenvolvimento das cidades/lugares criativos, foram especificados os tipos de espaços e infra-estruturas que as classes criativas procuram, tais como: residências artísticas, incubadoras de indústrias criativas, espaços de *coworking*, *fab labs* e espaços culturais (alternativos).

Finalmente, ainda no Capítulo 3, pretendeu-se compreender a aplicabilidade dos conceitos nas cidades de pequenas dimensões, tendo em conta que a proposta de intervenção seria na cidade da Covilhã. Assim, desenvolveu-se um estudo das políticas de criação e promoção das cidades criativas e das estratégias criativas em áreas urbanas de baixa densidade.

A realização do enquadramento teórico permitiu compreender como as infra-estruturas e os espaços públicos culturais e criativos inovadores potenciam o desenvolvimento sustentável de áreas urbanas de baixa densidade. Serviu igualmente como fundamento às estratégias e medidas projectuais da intervenção que se definiram posteriormente.

4.3.3 - Objectivo 2

4.3.3.1 - Análises

Para o desenvolvimento das estratégias e da proposta de intervenção arquitectónica foi necessário, para além do enquadramento teórico, realizar uma série de análises.

Primeiro analisaram-se infra-estruturas culturais e criativas de referência. A escolha destes projectos recaiu sobre espaços criativos para convergência e experimentação e espaços criativos flexíveis, temporários e “low-cost”, pois estes faziam parte das estratégias criativas para cidades de pequenas e médias dimensões (que constam no subcapítulo “3.5.4 - Estratégias criativas em áreas de baixa densidade”). Da análise retiraram-se importantes conclusões que serviram como base para a criação do projecto. As conclusões relacionaram-se com: aspectos conceptuais, os diferentes programas e ambientes que se podem criar nestes espaços, os materiais utilizados, o impacto que estas infra-estruturas têm no espaço urbano,

as estratégias de implantação, as diferentes maneiras de se utilizarem módulos para a composição formal de infra-estruturas e o modo como são utilizados diversos elementos flexíveis na organização espacial.

De seguida, caracterizou-se e estudou-se a área de estudo - cidade da Covilhã. Tendo em conta que um dos grandes objectivos das iniciativas ligadas ao conceito das “cidades criativas” é a regeneração das cidades, foi analisada a reabilitação urbana já realizada na Covilhã. Com o intuito de compreender o potencial criativo da cidade, realizou-se uma análise SWOT baseada nos conceitos estudados anteriormente. A análise permitiu igualmente identificar estratégias específicas a desenvolver, conseguindo deste modo responder da melhor forma às carências da cidade e às necessidades dos cidadãos.

4.3.3.2 - Estratégias

Desenvolvimento de um *Cluster* Criativo na Covilhã

A primeira estratégia visa definir orientações específicas para a implantação de novos espaços urbanos criativos que sejam capazes de desenvolver, juntamente com as infra-estruturas já existentes no local, um “*cluster* criativo” na Covilhã (tema desenvolvido no subcapítulo “3.3.3 - *Clusters* Criativos”). A zona escolhida na cidade foi o centro histórico, pelos motivos definidos na conclusão do subcapítulo “4.2 - Caracterização e análise da área de estudo”. O objectivo principal é que a criatividade e a inovação possam ser colocadas ao “serviço” do desenvolvimento e regeneração urbana e da revitalização económica e social.

Através do levantamento de vazios/ruínas da zona histórica (fig.72) foi elaborado um diagnóstico de possíveis locais a intervir.



Fig. 72 - Levantamento de vazios/ruínas no centro histórico da Covilhã. (Fonte: Autor)

Foram estrategicamente escolhidos três locais diferentes para a proposta de implantação de novas infra-estruturas, pretendendo contribuir para a coesão urbana, bem como para o aumento da área de influência destes espaços. A escolha dos locais baseou-se em diferentes aspectos, nomeadamente: dimensões e localização dos vazios/ruínas, percursos, acessos,

vistas para diferentes partes da cidade e proximidade com infra-estruturas culturais e criativas já existentes.

Relativamente à análise dos percursos (fig.74), estudaram-se os principais percursos pedestres e as principais ruas de circulação automóvel na zona intra-muralhas. Também se teve em conta a “Rota do Centro Histórico” (fig.73), denominação de um percurso, iniciativa da Câmara Municipal, que pretende dar a conhecer a zona histórica da cidade aos visitantes. Posteriormente foram estudados os melhores percursos entre os locais escolhidos para as novas infra-estruturas.

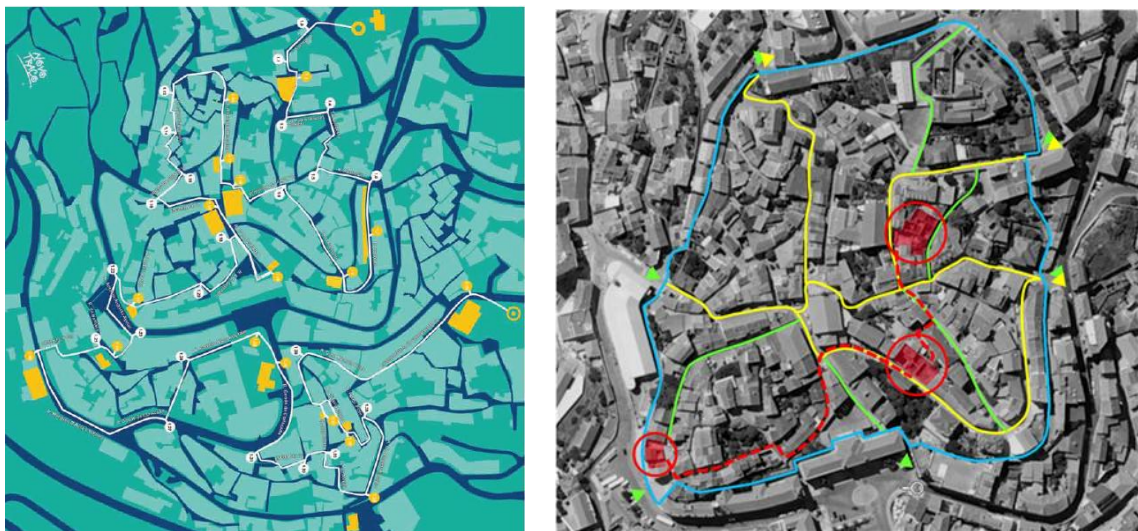


Fig. 73 - Mapa geral da Rota 1 - Rota Pedestre do Centro Histórico (Percurso: Calvário - Jardim Público).

— Delimitação da zona intra-muralhas — Principais ruas de circulação automóvel e principais percursos pedestres
 ▲ Únicos acessos para automóveis — Principais percursos pedestres ▲ Principais acessos para peões ○ Locais escolhidos para as propostas de intervenção
 Percurso principal entre os locais escolhidos

Fig. 74 - Análise dos percursos. (Fonte: Autor)

Um dos objectivos da proposta é que estes novos espaços (juntamente com os já existentes) criem sinergias de promoção e desenvolvimento entre eles, funcionando como um “ecossistema criativo” (fig.75). Sugere-se também que os espaços vazios/ruínas do centro histórico sejam reabilitados posteriormente, para criação de largos, espaços verdes ou mesmo para edifícios que acolham indústrias criativas.

Pretende-se que esta proposta de intervenção crie novas dinâmicas e hábitos na área central da cidade, combatendo a tendência de abandono do centro histórico e fomentando ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interacção social, “contagando” positivamente toda a região e sociedade em que se insere.

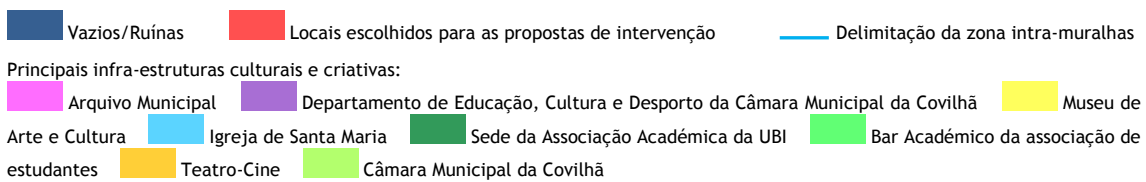


Fig. 75 - Proposta para o desenvolvimento de um *Cluster Criativo* na Covilhã. (Fonte: Autor)

Estratégia programática para a criação de infra-estruturas culturais e criativas

A definição do programa dos edifícios baseou-se nos conhecimentos obtidos, principalmente, nos subcapítulos “3.3 - Indústrias criativas”, “3.4.4 - Os espaços para as classes criativas” e “3.5 - Políticas de criação e promoção das cidades criativas”.

A definição do programa foi realizada simultaneamente à definição do *cluster* criativo, o que também justifica que dois dos aspectos tidos em conta na escolha dos locais de intervenção tenham sido as dimensões e proximidade dos vazios/ruínas, para que respondessem da melhor forma às necessidades do próprio programa.

Pretende-se a criação de uma oferta atractiva de equipamentos culturais, educativos e de lazer, que proporcionem à comunidade da Covilhã condições para a criação e difusão das suas expressões culturais e criativas, o acesso à educação e à formação cultural de qualidade e a possibilidade de ter um papel mais activo na vida cultural. Deste modo, procurou-se que o programa criasse mistura de funções culturais e criativas (desde a produção ao consumo e

exposição) e relações mistas de trabalho, pesquisa, produção, educação, entretenimento e lazer.

Propõe-se a criação de três infra-estruturas de suporte à cultura e à criatividade, destinadas a toda a comunidade: edifício 1 - Academia Cultural e Criativa; edifício 2 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*; edifício 3 - Espaço *Chill Out* (fig.76).



Fig. 76 - Localização e fotos dos espaços escolhidos. 1 - Edifício 1 (Academia Cultural e Criativa); 2 - Edifício 2 (*Fab Lab* e Espaço de *Coworking*); 3 - Edifício 3 (Espaço *Chill Out*). (Fonte: Autor)

Tendo em conta que o papel do ensino e formação é essencial no contexto da “economia criativa”, o primeiro passo na definição do programa esteve relacionado com o desenvolvimento de um sistema de educação cultural e criativa (que é uma das estratégias criativas para cidades de pequenas e médias dimensões, que constam no subcapítulo “3.5.4 - Estratégias criativas em áreas de baixa densidade” - *Sistemas de educação locais “Creativity-friendly”*). Este é um importante factor pois, para além de formar e desenvolver a classe criativa na Covilhã, também fomenta a capacidade de atracção e fixação de trabalhadores criativos externos à cidade. Assim, a preocupação recaiu em conseguir proporcionar formação no máximo de actividades relacionadas com as indústrias criativas (definidas no subcapítulo “3.3.2 - Conceito e especificidades”, Quadro 2 - Classificação das indústrias criativas) (fig.77). Por este motivo, optou-se pela proposta da criação de uma Academia Cultural e Criativa (edifício 1) para formação nas áreas de artes visuais e artes plásticas (artesanato, desenho, pintura, escultura, design, fotografia, artes gráficas e impressão serigráfica sobre papel e tecidos), expressão dramática e musical (teatro, educação vocal, estudo e prática de instrumentos musicais) e dança (danças tradicionais, dança clássica, dança criativa, etc.). Estas áreas de ensino estão relacionadas com as indústrias criativas: expressões culturais tradicionais, artes visuais, artes performativas, edição e imprensa escrita e design. Para além deste espaço ser educativo, pretende ser um espaço para criação/produção, exposição e apresentação de trabalhos/obras. O programa educativo do edifício 1 está articulado com o do edifício 2 que, por estar ligado às novas tecnologias, disponibiliza condições para a

realização de trabalhos de algumas áreas de ensino do edifício 1 (tais como design, fotografia, artes gráficas e impressão serigráfica) e formação nas áreas de novos *mídia* (software, desenho assistido por computador, vídeo jogos, conteúdos criativos digitalizados, etc.).

A escolha programática dos edifícios 2 e 3 baseou-se no estudo realizado no subcapítulo “3.4.4.1 - Infra-estruturas criativas” acerca de espaços de *coworking*, *fab labs* e espaços culturais (alternativos).

No edifício 2 (*Fab Lab* e Espaço de *Coworking*) pretende-se a criação de espaços dinâmicos de reflexão, encontro, inovação, experimentação e empreendedorismo, que fomentem ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interação social. Pretende-se igualmente que seja um espaço que promova a partilha, colaboração e interdisciplinaridade, e que incentive a capacidade empreendedora criativa e optimize o potencial de comércio de produtos e serviços criativos.

O edifício 3 (Espaço *Chill Out*) pretender ser um espaço atractivo para a população residente e para os turistas. É um espaço cultural alternativo para interacção social e entretenimento. Serve, tanto no interior como no exterior, para a realização de actividades culturais, como por exemplo, concertos, performances, debates, sessões de cinema ou poesia, lançamentos de livros, workshops, exposições - pintura, fotografia, escultura, ilustração, arte urbana, etc.

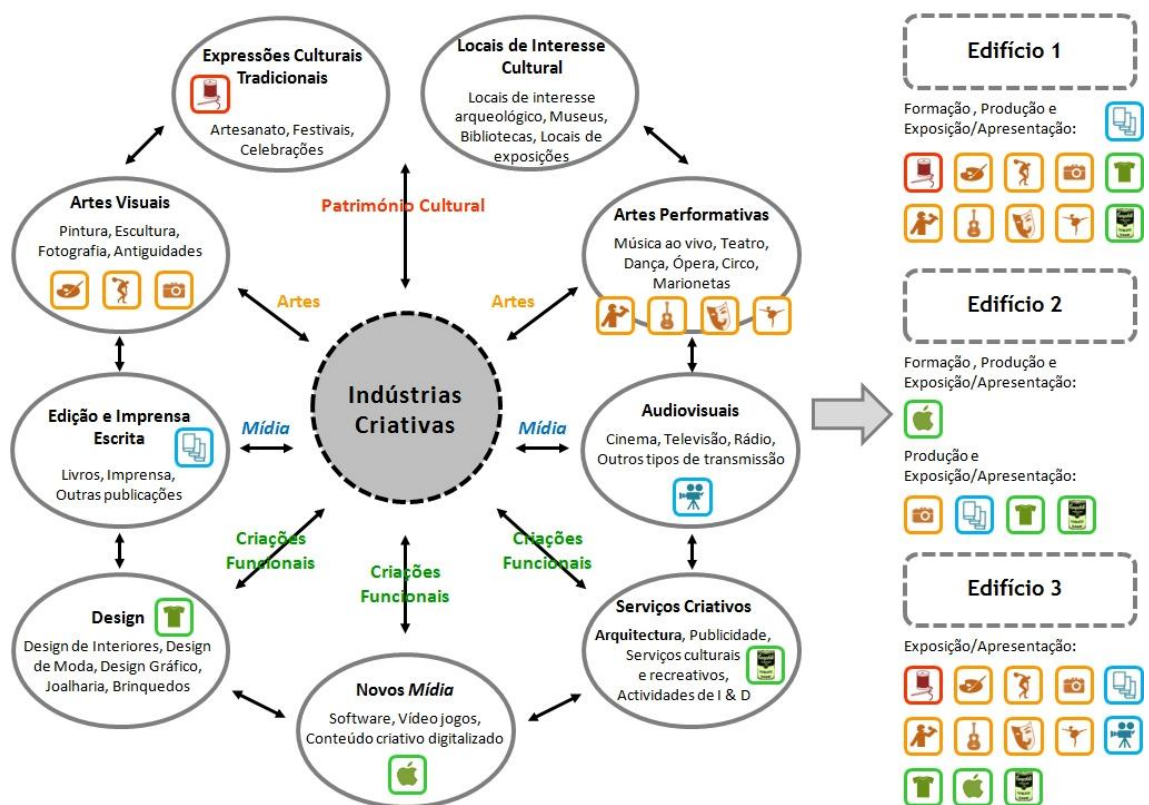


Fig. 77 - Esquema da definição do programa. (Fonte: Autor)

O programa a desenvolver nos diferentes espaços é o seguinte:

1) Edifício 1 (teórico-prático) - Academia Cultural e Criativa.

- Recepção
- Sala de administração principal (dos 3 edifícios)
- Sala de reuniões / Gabinete do director
- Sala de professores
- Salas de formação
- Ateliês
- Espaço expositivo / Auditório
- Arquivo, documentação e arrecadação de materiais e trabalhos
- Instalações sanitárias
- Balneários

2) Edifício 2 (tecnológico) - Fab Lab e Espaço de Coworking.

- Recepção
- Secretaria
- Sala de reuniões e videoconferência
- Sala de informática e multimédia
- Salas de projecto (equipadas com computadores para desenvolvimento de projectos)
- Salas de trabalho/execução (equipadas com máquinas de prototipagem e mesas de trabalho)
- Sala isolada para a máquina fresadora de grandes dimensões
- Zona reservada a trabalhos em electrónica
- Espaço de Coworking (postos de trabalho com equipamento de escritório)
- Espaço multiusos (*open space*: espaço expositivo / local de montagem de objectos maiores / conferências e workshops esporádicos, etc.)
- Armazém / Arrecadação (para ferramentas, stock de materiais, trabalhos, etc.)
- Cafeteria/Bar (com cozinha)
- Zona *lounge* (articulada com o bar)
- Cozinha para utentes e sala de refeições
- Instalações Sanitárias

3) Edifício 3 (social) - Espaço Chill Out.

- Café literário/concerto
- Cozinha e arrumos
- Esplanada
- Mediateca (inclui zonas com funções distintas: zona de recepção com funções de catalogação, empréstimo e reprografia; hemeroteca, para consulta de revistas e jornais; biblioteca; e videoteca, cineteca e auditeca).

- Loja (para promoção de produtos e eventos dos três edifícios)
- Instalações Sanitárias
- Miradouro

Criação de um sistema para o desenvolvimento das propostas arquitectónicas

Visto que se pretendia realizar propostas arquitectónicas em três locais diferentes, sentiu-se necessidade da criação de um sistema que dotasse coerência e facilitasse a criação das respectivas propostas. A ideia base residiu na utilização de um sistema modular na composição formal das infra-estruturas.

- O módulo

O módulo teria de ser o mais simples possível e ter dimensões úteis às mais diversas funções, maximizando o uso do espaço. Assim, recorreu-se inicialmente ao estudo do sistema métrico desenvolvido por Le Corbusier - o *Modulor* (baseado na razão de ouro, nos números de Fibonacci e nas dimensões médias humanas). Foi depois estudado o *Cabanon* de Le Corbusier (fig.78). Este é uma construção pré-fabricada de madeira, construída em 1952 (na costa de Cap-Martin) para servir de residência de férias/espço de trabalho de Le Corbusier. O projecto do *Cabanon*, desenvolvido a partir de uma planta quadrada de 3,66 m x 3,66 m, com um pé direito mínimo de 2,26 m e máximo de 3,66 m, resulta da aplicação do sistema *Modulor*. O interior é um espaço mínimo em *open space*, com menos de 15m², que resulta de um traçado regulador complexo (a sua geometria é composta por quatro rectângulos de ouro que confluem num quadrado com 70 cm no centro do espaço).

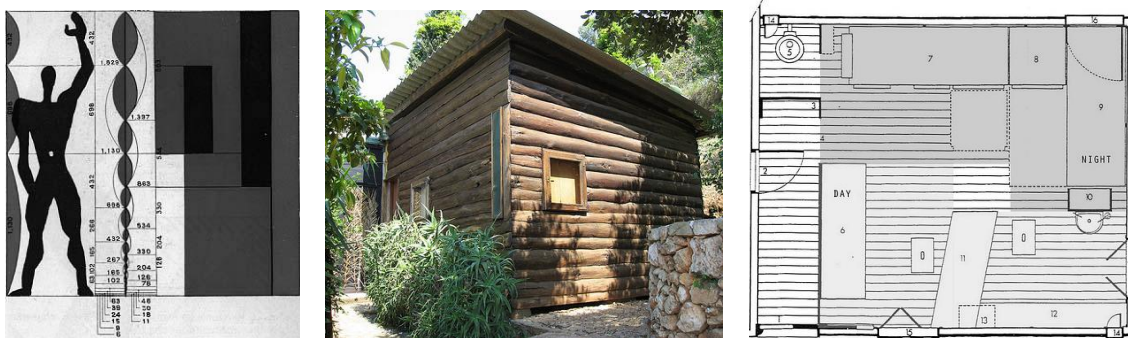


Fig. 78 - O sistema *Modulor* e o projecto *Cabanon*, de Le Corbusier.

Para a simplificação do sistema modular optou-se pelas dimensões 3,66 m x 3,66 m x 3,66 m, formando um módulo cúbico (fig.79).

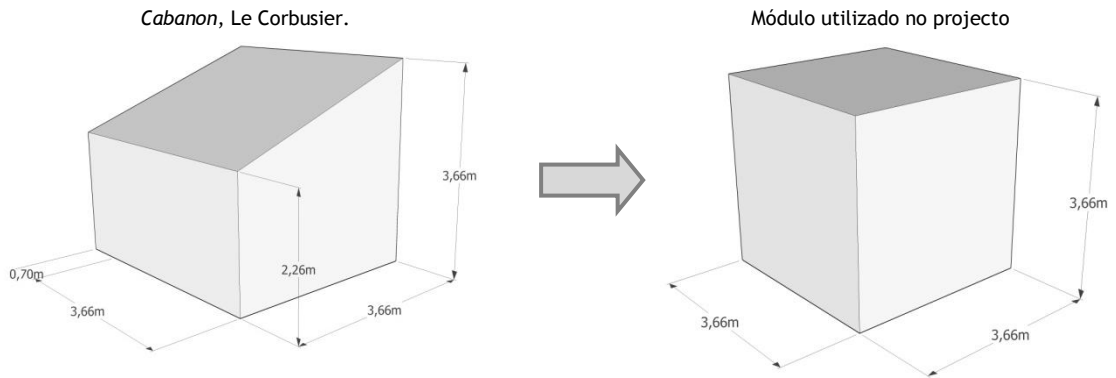


Fig. 79 - Módulo cúbico utilizado no projecto. (Fonte: Autor)




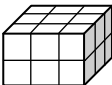


- **1º Passo: Aplicação do módulo ao programa**

O primeiro passo para a criação das infra-estruturas consistiu na aplicação do módulo ao programa específico de cada edifício.

Para uma melhor percepção de quais seriam as dimensões ideais para cada espaço proposto, consultou-se o Despacho Normativo n.º 27/99, relativo à regulamentação das condições a respeitar quanto a instalações e equipamentos das escolas profissionais, por não haver normativa mais específica ou próxima dos programas desenvolvidos na proposta. Foi possível retirar importantes informações relativas às áreas úteis unitárias recomendadas e às exigências funcionais e construtivas (pés direitos recomendados, entre outros aspectos, tais como orientações solares preferíveis e situações em que as portas devem abrir para fora).

Tendo em conta as condicionantes atrás referidas, estudou-se a quantidade de módulos necessária/possível para cada espaço (Quadro 15).

Estudo do Sistema

PROGRAMA	Módulo			Módulo		
	 (3,66m x 3,66m) ± 13,40m ²	 (7,32m x 7,32m) ± 53,58m ²	 (7,32m x 3,66m) ± 26,79m ²	 (10,98m x 10,98m) ± 120,56m ²	 (10,98m x 7,32m) ± 80,37m ²	
EDIFÍCIO 1 - Academia Cultural e Criativa						
Recepção	X					
Sala de administração			X			
Sala de reuniões / Gabinete do director			X			
Sala de professores			X	X		
Salas de formação		X	X	X		X
Ateliês	X	X	X	X		X
Espaço expositivo / Auditório					X	X
Instalações sanitárias	X					
Balneários				X		
Arquivo / Arrecadação	X					
EDIFÍCIO 2 - Fab Lab e Espaço de Coworking						
Recepção	X					
Secretaria				X		
Sala de reuniões e Videoconferência			X			
Sala de informática e multimédia			X		X	X
Salas de projecto			X	X		
Salas de trabalho/execução		X	X	X		X
Sala isolada para máquina fresadora	X					
Espaço de Coworking					X	X
Espaço multiusos					X	X
Armazém/ Arrecadação	X			X		
Cafeteria/Bar			X			X
Cozinha	X					
Zona Lounge	X			X		
Cozinha para utentes e sala de refeições				X		
Instalações Sanitárias	X					
EDIFÍCIO 3 - Espaço Chill Out						
Café literário/concerto					X	X
Cozinha	X					
Loja	X					
Instalações Sanitárias	X					
Mediateca						
Hemeroteca	X					
Biblioteca				X		
Videoteca, cineteca e auditeca	X					

Quadro 15 - Estudo da quantidade de módulos necessária/possível para cada espaço. (Fonte: Autor)

- **2º Passo: Aplicação da grelha modular ao terreno**

Sendo o local de intervenção (centro histórico) uma área urbana consolidada, foi necessário que as propostas arquitectónicas se adaptassem à sua envolvente. Para isso, aplicou-se nos locais a intervir uma grelha ortogonal com as dimensões do módulo (fig.80). Foram experimentadas diferentes maneiras de colocar a grelha, mas sempre com a preocupação que se adaptasse aos limites do terreno.

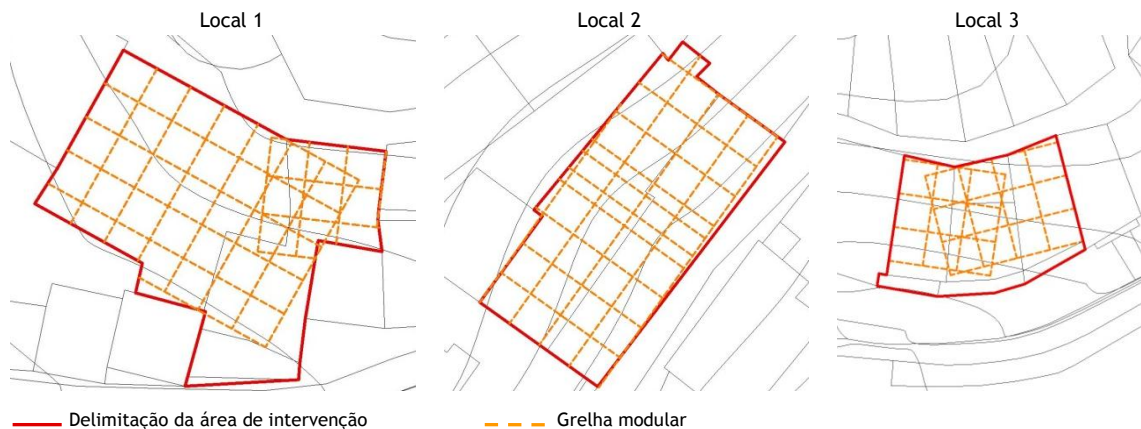


Fig. 80 - Aplicação da grelha modular nos diferentes terrenos a intervir. (Fonte: Autor)

- **3º Passo: Aplicação dos módulos com o programa à grelha e criação de novo espaço urbano no Piso 0**

Estando as grelhas aplicadas nos terrenos, o passo seguinte consistiu na colocação dos volumes/módulos necessários (estudados no 1º passo) nessas mesmas grelhas para a composição formal de cada infra-estrutura.

Foram estudados vários tipos de disposições dos módulos (fig.81), de modo a visualizar mais facilmente as várias opções de composição volumétrica.

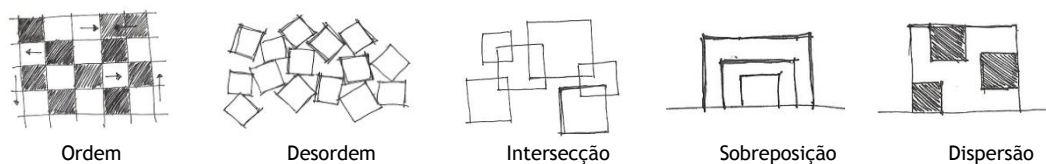


Fig. 81 - Vários tipos de disposições estudadas para a composição volumétrica. (Fonte: Autor)

Na composição formal teve-se também como objectivo a criação de novo espaço urbano no piso 0 de todas as infra-estruturas. Esta decisão esteve relacionada com a importância do espaço urbano estudada no conceito de “cidades criativas” (subcapítulo “3.2 - Cidades criativas”). Pretende-se que nestes espaços se realizem actividades culturais e criativas, dinamizando os locais e estimulando um maior envolvimento da comunidade.

- 4º Passo: Aplicação de flexibilidade

Tendo em conta que a utilização flexível do espaço é um ingrediente chave nas estratégias baseadas na criatividade para as cidades (subcapítulo “3.5.4 - Estratégias criativas em áreas de baixa densidade” - *Espaços criativos flexíveis, temporários e “low-cost”*), depois de decidida a composição formal dos edifícios foi aplicada nos projectos flexibilidade interior e exteriormente, a vários níveis: multifuncionalidade dos espaços, paredes amovíveis, partes do módulo deslizantes e mobilidade do módulo (fig.82).

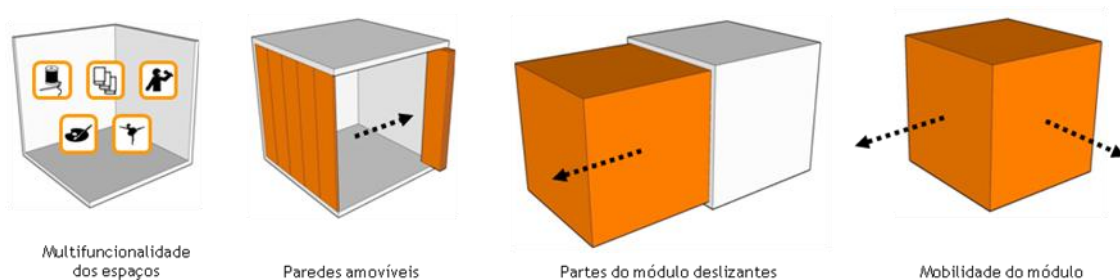


Fig. 82 - Estudo das várias formas de aplicar flexibilidade nos projectos de intervenção. (Fonte: Autor)

As paredes amovíveis modulares possibilitam a criação de diferentes configurações do espaço, adaptando-o de acordo com as necessidades funcionais. Quando existem partes do módulo que são deslizantes permite-se que o espaço aumente ou diminua. Ao tornar o módulo móvel a própria configuração formal dos edifícios é alterada.

- 5º Passo: Escolha da materialidade das fachadas

Finalmente, pelas fachadas serem formadas por uma grelha estrutural modular é possível facilmente escolher diferentes materialidades e, posteriormente à sua construção, poderem ser alteradas. Optou-se pelas paredes poderem ser feitas de vidro (quando é necessário iluminação natural), painéis translúcidos com cor (para uma alteração do ambiente dia/noite no edifício e na envolvente), painéis opacos (que podem ser intervencionados pelos utentes dos espaços, por exemplo, com graffiti, posters, textos, etc.) ou ecrãs LED (para promoção das actividades culturais) (fig.83).

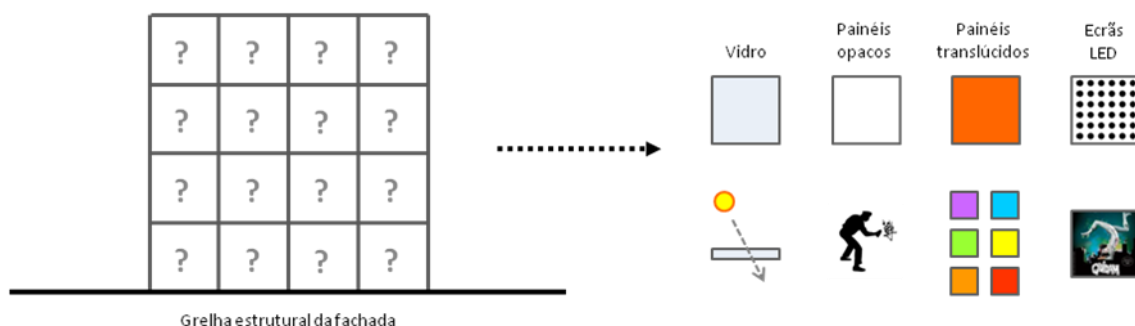


Fig. 83 - Várias materialidades possíveis para as fachadas. (Fonte: Autor)

4.4 - Memória descritiva

Como descrito anteriormente, a proposta de intervenção arquitectónica situa-se no centro histórico da Covilhã, mais precisamente na zona intra-muralhas.

A proposta resulta, conceptual e formalmente, do estudo teórico prévio realizado nesta dissertação, bem como da análise de projectos de referência relacionados com o tema. A proposta foi também desenvolvida tendo em conta factores como: a escala do objecto arquitectónico, a sua integração e relação com o envolvente, a articulação deste com a complexidade do programa, e as condicionantes e limitações impostas pela legislação.

A proposta é constituída por três infra-estruturas de suporte à cultura e à criatividade de carácter público, localizadas em diferentes espaços (actuais vazios urbanos/ruínas) e estrategicamente relacionadas. Os espaços são os seguintes: Academia Cultural e Criativa (edifício 1), *Fab Lab* e Espaço de *Coworking* (edifício 2) e Espaço *Chill Out* (edifício 3).

O programa, bem como o *cluster*, foram pensados de modo a criar um “ecossistema criativo” (fig.84):

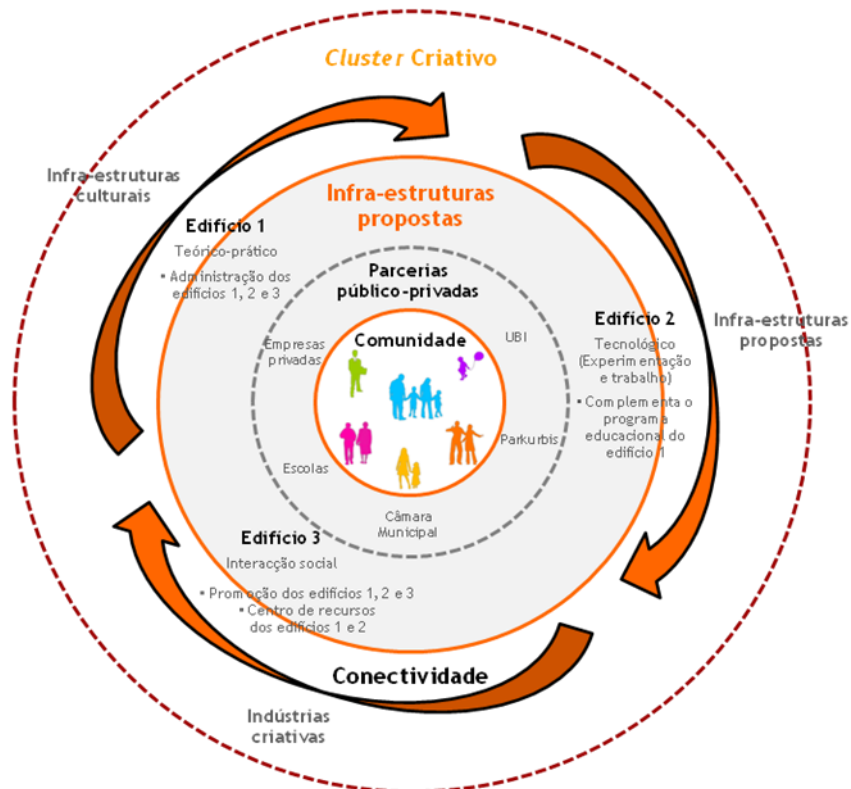


Fig. 84 - “Ecosistema Criativo”. (Fonte: Autor)

- Os três espaços destinam-se a toda a comunidade. Pretende-se que estes melhorem as condições de acesso dos cidadãos à informação e formação cultural, fomentando a

participação e mobilização dos cidadãos e fazendo com que a cultura contribua para a inclusão e coesão social.

- O programa está também pensado para fomentar parcerias público-privadas (que envolvam a Câmara Municipal, UBI, escolas profissionais e escolas do primeiro ciclo ao ensino secundário, Parkurbis e empresas privadas), promovendo um maior envolvimento da comunidade e contribuindo para o sucesso dos próprios edifícios (que é uma das estratégias criativas para cidades de pequenas e médias dimensões, que constam no subcapítulo “3.5.4 - Estratégias criativas em áreas de baixa densidade” - *Colaboração e envolvimento da comunidade*). Relativamente à UBI, o programa proposto é compatível com os cursos que esta dispõe, fazendo com que seja benéfico tanto para a universidade como para os edifícios propostos. Pretende-se também que todas as escolas da cidade participem em actividades realizadas nestes espaços, sensibilizando desde cedo as crianças e jovens para a criatividade, cultura e inovação e fazendo com que desenvolvam hábitos culturais mais qualificados.
- A sustentabilidade programática pensada para os três edifícios consiste no facto destes funcionarem em conjunto. A Academia Cultural e Criativa é o edifício teórico-prático, que administra as actividades de todos os espaços. O *Fab Lab* e Espaço de *Coworking* é o edifício tecnológico de experimentação e trabalho, que complementa o programa educacional do edifício 1. O Espaço *Chill Out* é o espaço lúdico dedicado à interacção social e à promoção dos produtos e eventos dos três edifícios. Contém ainda a mediateca que funciona como centro de recursos dos edifícios 1 e 2.
- Pretende-se que o *cluster* criativo proposto para o centro histórico funcione através da interacção dos três edifícios propostos com as infra-estruturas culturais e as indústrias criativas existentes no local, conseguindo reunir as condições necessárias para o estímulo e a existência de múltiplas actividades criativas, sinergeticamente relacionadas e de uma forma continuada e sustentável.

4.4.1 - Formalização e sistema estrutural

Tal como foi explicitado no relatório de procedimentos, a composição formal das três infra-estruturas resulta da utilização de um sistema modular. O módulo utilizado nos projectos tem as dimensões 3,66m x 3,66m x 3,66m, originando uma estrutura tridimensional geometricamente regular, que se adapta aos diferentes limites dos terrenos em que se insere.

O sistema construtivo dos edifícios consiste numa estrutura modular metálica. Esta estrutura mostra-se ideal ao partir do máximo de industrialização e possibilitar um mínimo dimensionamento, para o melhor aproveitamento dos espaços e possibilitando a criação de grandes vazios interiores necessários, por exemplo, para espaços expositivos, gerando assim economia de recursos. A estrutura abriga instalações de energia, iluminação e hidráulica.

As paredes exteriores são constituídas por vidro, painéis translúcidos com diferentes cores ou painéis opacos (fig.85). As paredes interiores fixas são feitas em pladur. Foram também adoptados sistemas de portas e paredes deslizantes e pivotantes, tornando a configuração espacial interior (e, por vezes, exterior) flexível e o uso dos espaços versátil.

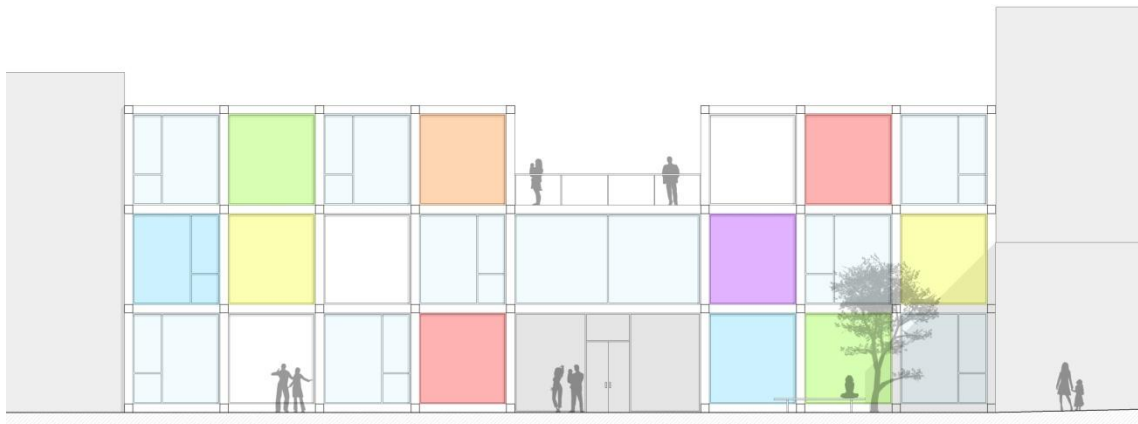


Fig. 85 - Alçado principal do Edifício 2 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*. (Fonte: Autor)

A escolha dos materiais do projecto foi influenciada funcional e conceptualmente. Com a colocação das diferentes placas nas fachadas, consegue-se criar diferentes atmosferas e dinâmicas no interior e no exterior do edifício. Exploram-se os sentidos através de jogos de luz, cor, volumes e materiais que o edifício proporciona, permitindo assim, a quem vivencia o espaço, o ir descobrindo.

4.4.2 - Edifício 1 - Academia Cultural e Criativa

O primeiro edifício é composto por três pisos. Localiza-se entre a Rua do Castelo e a Travessa da Nossa Senhora da Paciência (fig.86). O acesso principal ao edifício é feito pelo Pátio dos Escuteiros, adjacente à Rua do Castelo, no piso 0. Pode-se também aceder a partir da Travessa da Nossa Senhora da Paciência, no piso -1.

Ao nível programático está dividido em dois volumes principais que se intersectam. O volume mais pequeno contém espaços administrativos e directivos. O volume maior constitui o bloco escolar. Este último volume contém um vazio no centro, que é comum a todos os pisos, intersectado por pontes que permitem a circulação no interior do edifício.

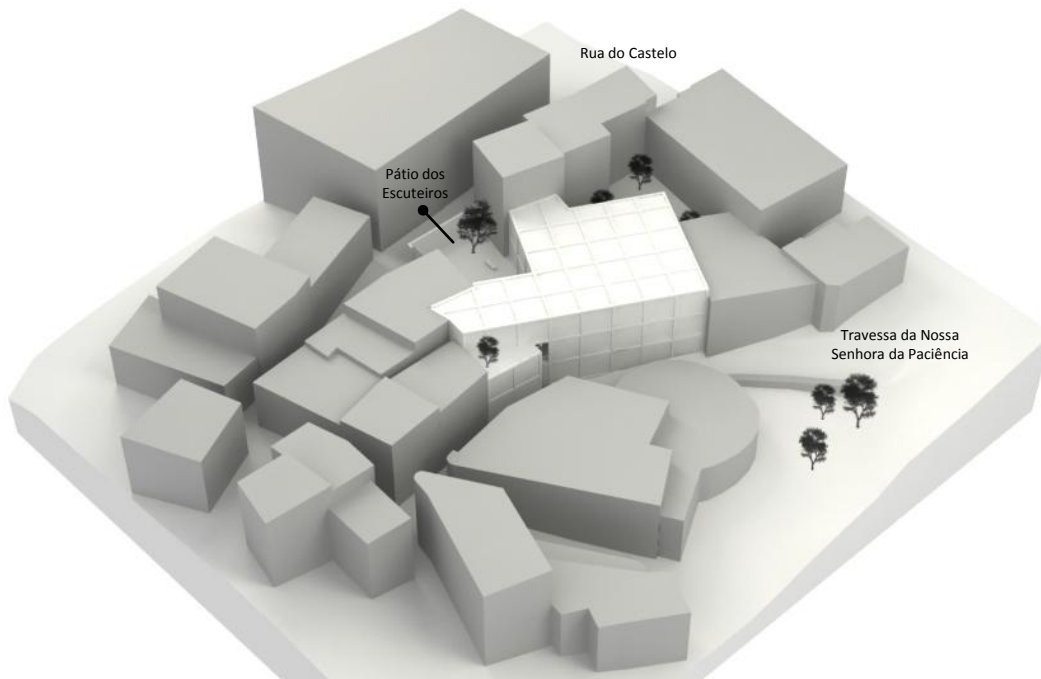


Fig. 86 - Academia Cultural e Criativa, perspectiva e localização. (Fonte: Autor)

O piso -1 (fig.87) é constituído por: um ateliê (destinado a artes visuais, artes plásticas, expressão dramática, expressão musical ou dança) com duplo pé direito; salas de formação flexíveis (que também podem servir de ateliês), com um sistema de paredes amovíveis que permite que se constituam espaços de 26,79 m² a 133,95 m²; sala de professores; balneários; um espaço para arquivo, documentação e arrecadação de materiais e trabalhos.



Fig. 87 - Academia Cultural e Criativa, planta do piso -1. (Fonte: Autor)

O piso 0 (fig.88) dispõe de: recepção; sala de administração principal (dos três edifícios); salas flexíveis (que podem servir de ateliês, salas de formação, auditório e espaço expositivo) com um sistema de portas e paredes amovíveis que permite que se constituam espaços de 13,40 m² a 133,95 m². Uma destas salas flexíveis tem duplo pé direito, possibilitando, por exemplo, a exposição de objectos de grandes dimensões. A mesma sala tem também paredes amovíveis na fachada, o que permite a realização de eventos/actividades culturais em que o uso do espaço interior e exterior se funde. O pátio/jardim exterior prolonga-se de um lado ao outro do terreno, criando uma relação visual directa entre as ruas onde o edifício está inserido.



Fig. 88 - Academia Cultural e Criativa, planta do piso 0. (Fonte: Autor)

O piso 1 (fig.89) é formado por: sala de reuniões/gabinete do director (que só tem ligação com a zona administrativa e directiva); duas salas de 53,58 m² (que podem servir de ateliês ou salas de formação); um ateliê individual (destinado somente a artes visuais, artes plásticas ou expressão musical); três ateliês flexíveis, com um sistema de portas e paredes amovíveis que permite que se constituam espaços de 13,40 m² a 40,19 m².



Fig. 89 - Academia Cultural e Criativa, planta do piso 1. (Fonte: Autor)

4.4.3 - Edifício 2 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*

O segundo edifício é composto por três pisos. Localiza-se entre a Rua dos Bombeiros Voluntários e a Rua da Ramalha (fig.90). O acesso principal ao edifício é feito pela Rua dos Bombeiros Voluntários, no piso 0. Pode-se também aceder a partir do Pátio da Ramalha, adjacente à Rua da Ramalha, no piso 2.

Formalmente está dividido em dois volumes. O volume mais pequeno contém o espaço de *coworking*. O volume maior constitui o *fab lab* e os espaços de convívio (comuns ao espaço de *coworking* e ao *fab lab*). Este último volume contém um vazio no centro, que é comum a todos os pisos, intersectado por pontes que permitem a circulação no interior do edifício. Os dois volumes estão conectados através de zonas de acesso e circulação nos pisos 0 e 1.

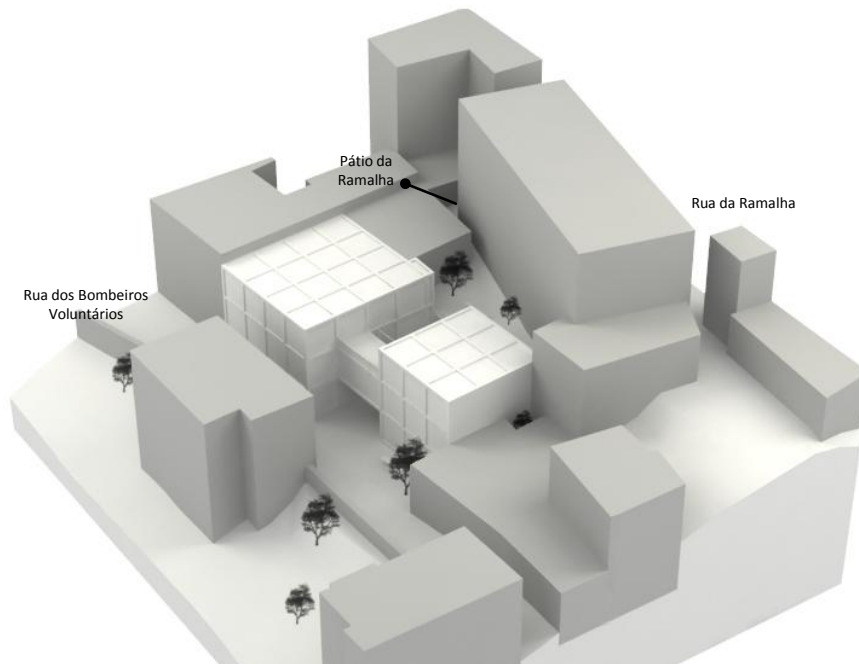


Fig. 90 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, perspectiva e localização. (Fonte: Autor)

O piso 0 (fig.91) é formado por: recepção; secretaria; sala de reuniões e videoconferência (destinada aos utentes do *fab lab* e aos trabalhadores do espaço de *coworking*); espaço multiusos (*open space* que serve como espaço expositivo, local de montagem de objectos maiores, para realização de conferências e workshops esporádicos, etc.); sala de trabalho/execução (equipada com máquinas de prototipagem e mesas de trabalho) com zona reservada a trabalhos em electrónica; duas salas de trabalho/execução flexíveis, com um sistema de portas e paredes amovíveis que permite que se alargue o espaço multiusos, passando este de 53,58 m² a 120,56 m²; sala isolada para a máquina fresadora de grandes dimensões; armazém/arrecadação para ferramentas, stock de materiais, trabalhos, etc.



Fig. 91 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, planta do piso 0. (Fonte: Autor)

O piso 1 (fig.92) é constituído por: espaço de *coworking* (postos de trabalho com equipamento de escritório); duas zonas *lounge*; cafeteria/bar; cozinha; sala de refeições com cozinha (destinada aos utentes do *fab lab* e aos trabalhadores do espaço de *coworking*).



Fig. 92 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, planta do piso 1. (Fonte: Autor)

O piso 2 (fig.93) contém: outro espaço de *coworking*; uma sala de formação (de informática e multimédia); duas salas de projecto.

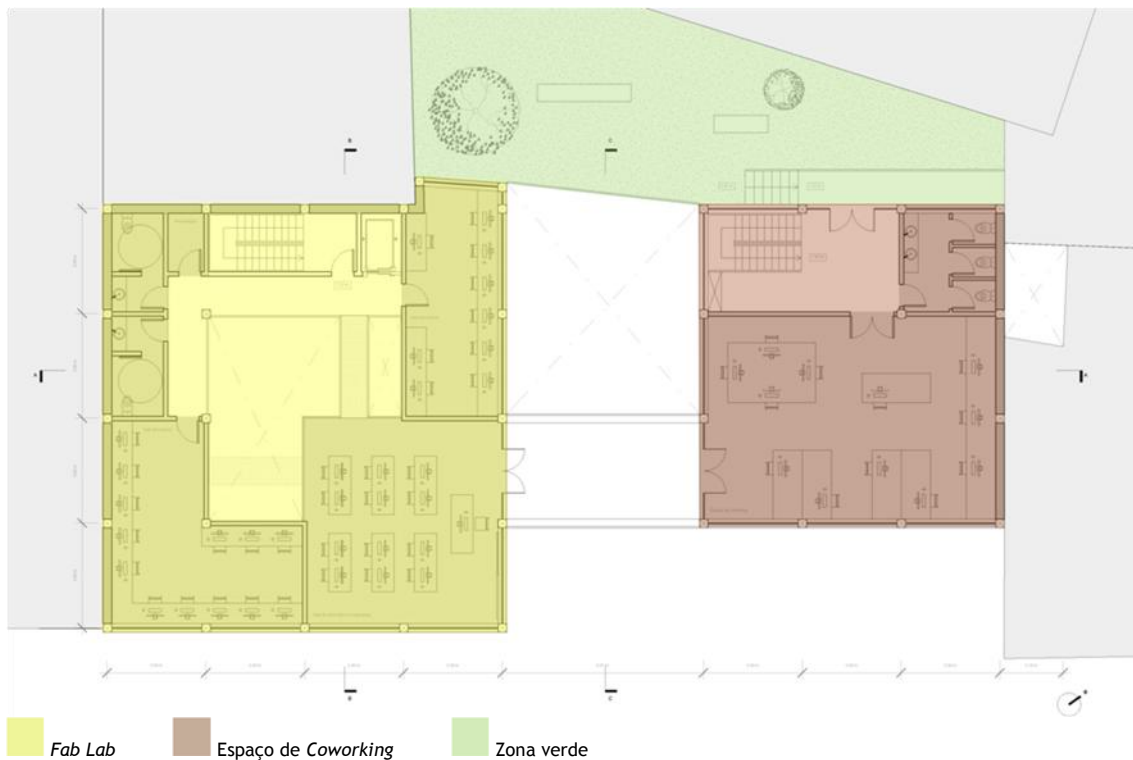


Fig. 93 - *Fab Lab* e Espaço de *Coworking*, planta do piso 2. (Fonte: Autor)

4.4.4 - Edifício 3 - Espaço *Chill Out*

O terceiro edifício é composto por dois pisos. Localiza-se no limite da muralha, entre a Rua das Portas do Sol e a Rua António Augusto de Aguiar (fig.94). É acessível pela Rua das Portas do Sol.

Ao nível programático está dividido em dois volumes principais que se intersectam, à semelhança do primeiro edifício. O volume mais pequeno constitui a mediateca. O volume maior é o café literário/concerto. Onde os dois volumes se intersectam também o programa dos dois se funde, pois são compatíveis (a zona da biblioteca pode ser utilizada tanto pelos utentes da mediateca como pelos clientes do café).

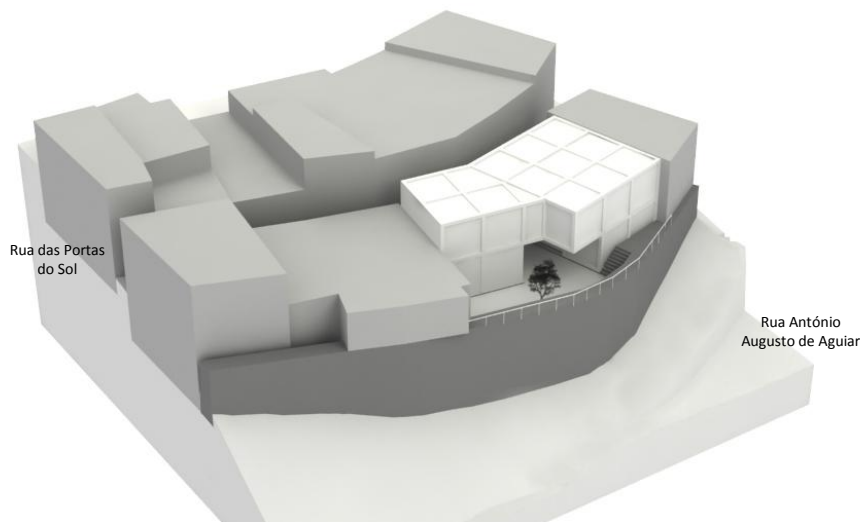


Fig. 94 - Espaço *Chill Out*, perspectiva e localização. (Fonte: Autor)

O piso 0 (fig.95) dispõe de: recepção e hemeroteca com duplo pé direito; um espaço flexível que constitui a videoteca, cineteca e auditeca (parte deste espaço estende-se para o exterior, duplicando a sua área, o que permite a criação de um pequeno “cinema”); uma loja amovível (o módulo que a constitui e três das suas paredes são amovíveis, o que permite que esta se desloque no espaço exterior, alterando a composição formal do próprio edifício); espaço do café literário/concerto com duplo pé direito, com zona para o palco; cozinha; espaço exterior que serve de esplanada ou para a realização de eventos/actividades culturais; miradouro.



Fig. 95 - Espaço *Chill Out*, planta do piso 0. (Fonte: Autor)

No piso 1 (fig.96) encontra-se a continuação do espaço do café literário/concerto, articulado com a biblioteca através de uma parede amovível.

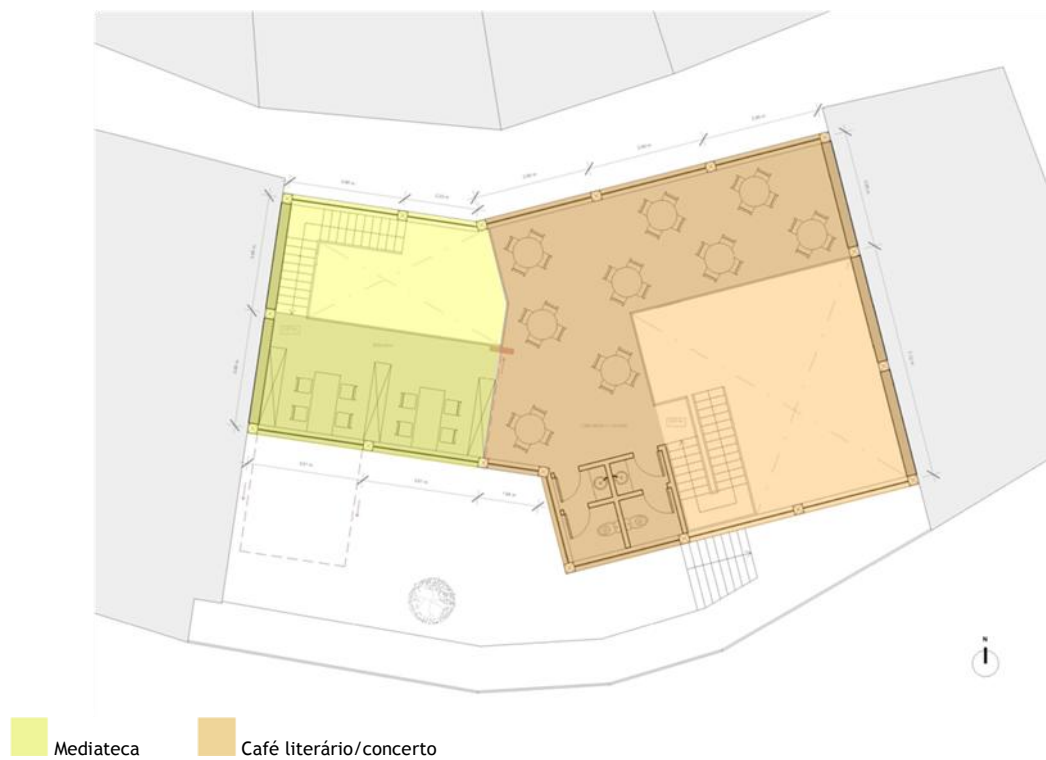


Fig. 96 - Espaço *Chill Out*, planta do piso 1. (Fonte: Autor)

Capítulo 5 - Conclusão

Capítulo 5 - Conclusão

O estudo da cultura nas sociedades contemporâneas serviu nesta dissertação como ponto de partida para reflectir acerca da actual importância das dinâmicas culturais e criativas nas cidades.

O processo de globalização e a crescente interdependência internacional originaram alterações significativas nas formas de criação e difusão artística e cultural. Estas alterações provocaram uma multiplicidade de fenómenos de integração e simultaneamente de exclusão, de convergências e divergências, de abertura e de protecção.

A cultura contemporânea caracteriza-se pela troca de ideias, aprendizagem multicultural, necessidade de experimentação de novos produtos e serviços, mobilidade de artistas e obras de arte, e pela (sobre)valorização da imagem.

Nos últimos anos, paralelamente à sociedade do conhecimento e da informação, desenvolveu-se a valorização da criatividade e da cultura como factores de competitividade e sucesso. Actualmente, é reconhecido o importante papel que o sector cultural e criativo desempenha no desenvolvimento do território. Este afirma-se como um dos meios com a maior potencialidade para gerar riqueza, emprego e dinamismo, bem como para criar condições para que se alcance um desenvolvimento sustentável, promovendo a competitividade das cidades, regiões e países, e contribuindo para a inclusão e coesão social e o desenvolvimento humano.

O novo paradigma de desenvolvimento das regiões combina aspectos económicos, culturais, sociais e tecnológicos. Um dos fenómenos mais representativos desta mudança é a emergência das “indústrias criativas”, na economia local e global, e do conceito de “cidades criativas”, que repensa o planeamento, o desenvolvimento e a gestão das cidades. Todos estes recentes conceitos - “cidades criativas”, “indústrias criativas”, “*clusters* criativos” e “classes criativas” - têm ganho popularidade e influência, incorporando-se tanto nas investigações académicas como no discurso e prioridades políticas.

Vivemos assim numa época em que o capital humano, a inteligência, a imaginação e a criatividade estão a tornar-se chaves estratégicas para o sucesso das cidades. Estas desempenham um papel vital no aproveitamento da criatividade para o seu desenvolvimento. No entanto, a criatividade pensada ao nível da cidade é muito mais complexa do que individualmente ou em organizações. É então necessário um entendimento profundo do funcionamento da cidade e da sua riqueza cultural, e, por vezes, uma mudança de mentalidade e de intenções. As cidades poderão gerar condições para atrair mais capital criativo se criarem estratégias adaptadas e coerentes, que utilizem o seu potencial criativo, os seus *clusters* e os seus actores culturais. Assim, as estratégias e as políticas públicas baseadas na criatividade, destinadas a promover o desenvolvimento do território, devem

estar atentas às especificidades do local, baseando-se em recursos e potencialidades existentes no território. Caso contrário, reproduzir políticas e estratégias de outras cidades, regiões ou países pode levar a resultados inapropriados. Cada lugar tem de explorar a sua própria criatividade.

A criatividade requer um ambiente que a estimule e que fomente o desenvolvimento cultural, social e económico. Está associada à ascensão de novos ambientes e espaços de trabalho e novos estilos de vida que conduzam à produção criativa, ou seja, aos lugares criativos. É na criação destes lugares criativos que reside a grande responsabilidade dos arquitectos. Para além de fazerem parte da “classe criativa”, são os arquitectos quem idealiza grande parte do ambiente construído das cidades, podendo influenciar e contribuir para a melhoria das condições de vida da população.

É importante que, nas estratégias de desenvolvimento de cidades criativas, os arquitectos projectem espaços urbanos que “respirem” inovação, conhecimento e criatividade, e que conciliem a resposta às necessidades dos sectores criativos e às dinâmicas sociais que os ocupam. Neste sentido, está a emergir e a ganhar destaque uma “nova geração” de infra-estruturas baseadas na cultura e na criatividade, tais como: residências artísticas, incubadoras de indústrias criativas, espaços de *coworking*, *living labs*, *fab labs*, etc. Estes são locais de reflexão, encontro, inovação, experimentação e empreendedorismo, que fomentam a produção de novas ideias numa base interdisciplinar. A criação deste tipo de espaços culturais e criativos é uma boa aposta para as áreas urbanas de baixa densidade pois, geralmente, não dependem de infra-estruturas industriais de grandes dimensões, não são tão dispendiosos comparativamente aos espaços culturais criados nas grandes cidades, e permitem a reabilitação de espaços devolutos. Para além disso, por serem espaços de encontro, entretenimento, experimentação e inovação, atraem visitantes à cidade e talentos criativos.

Apesar de algumas limitações, as cidades de pequenas e médias dimensões possuem potenciais e vantagens que devem ser explorados, tais como a diversificação da economia local, características territoriais únicas, a integração em redes regionais e globais, as tendências para o êxodo urbano, etc. Estas cidades podem beneficiar da participação na competição pela classe criativa, embora de formas diferentes relativamente aos centros metropolitanos. É possível desenvolver uma economia criativa e dinamizar *cluster* criativos nas áreas de baixa densidade, bem como assegurar a sustentabilidade de estratégias assentes na criatividade, se se verificarem um conjunto de condições específicas favoráveis pré-existentes no local (relacionadas com características naturais, histórico-culturais e simbólicas e com a qualidade de vida), e se se apostar na atracção, fixação e desenvolvimento da classe criativa, na criação e captação de negócios e projectos criativos, e na criação de espaços e infra-estruturas que respondam às necessidades dos talentos criativos.

Através da análise SWOT e estudos realizados à cidade da Covilhã, foi possível concluir que esta reúne uma série de condições favoráveis, cumpre alguns dos requisitos básicos e

demonstra potencial para que se possa apostar no desenvolvimento de uma “economia criativa” e para atingir muitas das características das “cidades criativas”.

Foram criadas uma série de estratégias para a cidade da Covilhã, nomeadamente o desenvolvimento de um *cluster* criativo, a estratégia programática para a criação de infra-estruturas culturais e criativas e a criação de um sistema para o desenvolvimento de propostas arquitectónicas. As estratégias estão explicitadas no relatório de procedimentos. Este permitiu expor mais claramente o vínculo entre todo o enquadramento teórico e as propostas para a cidade, bem como todo o processo criativo. O conjunto de soluções arquitectónicas apresentado pretende ser apenas um exemplo da aplicação das estratégias elaboradas.

Tendo sempre como referência a actual sociedade e os seus valores e o novo paradigma de desenvolvimento, procuraram-se soluções arquitectónicas em que o ponto focal foi a qualidade de vida da população e a revitalização da cidade da Covilhã baseada no desenvolvimento da cultura e da criatividade. Assim, desenvolveram-se três propostas arquitectónicas em três locais diferentes na zona intra-muralhas, com programas complementares, nomeadamente: Academia Cultural e Criativa (edifício 1), *Fab Lab* e Espaço de *Coworking* (edifício 2) e Espaço *Chill Out* (edifício 3). Estas infra-estruturas têm o objectivo de proporcionar a toda a comunidade da Covilhã condições para a criação e difusão das suas expressões culturais e criativas, o acesso à educação e à formação cultural de qualidade e a possibilidade de esta ter um papel mais activo na vida cultural. Procurou-se que o programa dos diferentes espaços criasse mistura de funções culturais e criativas (desde a produção ao consumo e exposição) e relações mistas de trabalho, pesquisa, produção, educação, entretenimento e lazer.

As propostas de intervenção arquitectónica expostas na dissertação visam promover dinâmicas, juntamente com as infra-estruturas culturais e as indústrias criativas existentes no local, para a criação de um *cluster* criativo como aposta estratégica de desenvolvimento económico, cultural e social. Este *cluster* constitui uma oportunidade de regeneração do centro histórico da cidade da Covilhã, combatendo a sua desertificação e degradação e maximizando o seu potencial, e permite conferir-lhe uma maior importância enquanto espaço de criação e de sociabilização. Pretende-se, deste modo, contribuir para que a própria cidade se transforme num espaço de descoberta e experimentação social e cultural.

A elaboração desta dissertação permitiu a criação de bases sólidas para futuramente se desenvolver uma investigação mais profunda acerca do conceito de “cidades criativas” aplicado a cidades de pequenas e médias dimensões, pois foi possível constatar, na investigação realizada, que a bibliografia existente sobre o tema tratado se foca principalmente nas grandes metrópoles.

Referências Bibliográficas

Bibliografia Geral

BAEZA, Alberto Campo, *A Ideia Construída*. Coleção Pensar Arquitectura, Caleidoscópio, 2004.

BENEVOLO, Leonardo, *A Cidade e o Arquitecto*. Edições 70, Lisboa 1984.

BOADA, Luís, *O Espaço Recriado*. Nobel, São Paulo 1991.

CALVINO, Italo, *As cidades invisíveis*. Editorial Teorema, Lisboa 1993.

CALVINO, Italo, *Seis Propostas para o próximo milénio*. Editorial Teorema, 2ª ed., Lisboa 1992.

CULLEN, Gordon, *Paisagem Urbana*. Edições 70, Lisboa 1988.

HALL, Peter, *Cidades do amanhã*. Coleção Estudos, Editora Perspectiva, 2004.

HOLL, Steven, *Anchoring*. Princeton Architectural Press, New York 1991.

HOLL, Steven, *Entrelazamientos. Steven Holl 1989-1995*. Gustavo Gili, Barcelona 1997.

HOLL, Steven, *Urbanisms: Working with Doubt*. Princeton Architectural Press, New York 2009.

JACOBS, Jane, *The Death and Life of Great American Cities*. Pimlico, Londres 2000.

KOOLHAAS, Rem, MAU, Bruce, *S, M, L, XL*. The Monacelli Press, Nova York 1995.

KOOLHAAS, Rem, *Nova York Delirante: Um Manifesto Retroativo para Manhattan*. Gustavo Gili, Barcelona 2008.

KOOLHAAS, Rem, *Três textos sobre a cidade*. Gustavo Gili, Barcelona 2010.

LAMAS, José M. Ressano Garcia, *Morfologia Urbana e Desenho da Cidade*. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa 2004.

LE CORBUSIER, *Por uma arquitectura*. Coleção Estudos, Editora Perspectiva, 6ª ed. 2ª reimpressão, São Paulo 2006.

LYNCH, Kevin, *A Imagem da Cidade*. Edições 70, Lisboa 1982.

MONTANER, Josep Maria, *Arquitectura e Crítica*. Gustavo Gili, Barcelona 2007.

PORTAS, Nuno, *A Cidade Como Arquitectura*. Livros Horizonte, Lisboa 2007.

PORTAS, Nuno, *Os Tempos das Formas, a Cidade Feita e Refeita*. Universidade do Minho, 2005.

RODRIGUES, Maria João Madeira, *Arquitectura*. Coleção O Que É, Quimera Editores, 1ª ed., Coimbra 2002.

ROGERS, Richard, GUMUCHDJIAN Philip, *Cidades para um Pequeno Planeta*. Gustavo Gili, Barcelona 2004.

ROSSI, Aldo, *A Arquitectura da cidade*. Edições Cosmos, Lisboa 2001.

SITTE, Camillo, *A Construção das Cidades segundo seus Princípios Artísticos*. Editora Ática, São Paulo 1992.

TAINHA, Manuel, *Manuel Tainha, Textos de Arquitectura*. Caleidoscópico, Lisboa.

TÁVORA, Fernando, *Da organização do Espaço*. FAUP Publicações, Porto 1999.

ZEVI, Bruno, *Saber Ver a Arquitectura*. Martins Fontes, 5ª ed., São Paulo 2005.

ZUMTHOR, Peter, *Atmosferas*. Gustavo Gili, Barcelona 2006.

ZUMTHOR, Peter, *Pensar a Arquitectura*. Gustavo Gili, Barcelona 2009.

Bibliografia Específica

APPADURAI, Arjun, *Globalization*. Duke University Press, Durham e Londres 2001.

APPADURAI, Arjun, *Modernity at Large - Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis e Londres 1996.

BARATA, Patrícia, *UBI em Números 2004-2009*. Gabinete de Relações Públicas da Universidade da Beira Interior, Covilhã 2010.

BOP Consulting, *East Midlands Urban and Regional Creative Industries Data Study*. Final Report, March 2008.

CANCLINI, Néstor García, *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. University of Minnesota Press, Minneapolis 1995.

CARTA, Maurizio, *Creative City: Dynamics, Innovations, Actions*. LISt, Barcelona 2007.

CAVES, Richard, *Creative Industries: Contracts between Art & Commerce*. Harvard University Press, Cambridge and London 2000.

DCMS, *Creative Industries Mapping Document*. DCMS, London 1998.

DUXBURY, Nancy, CAMPBELL, Heather, *Developing and Revitalizing Rural Communities through Arts and Creativity*. Prepared for the Creative City Network of Canada, Vancouver, March 2009.

DUXBURY, Nancy, *Creative Cities: Principles and Practices*. CPRN, Canada 2004.

EUROPEAN COMMISSION, *Green Paper on Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries*. Brussels, COM (2010) 183.

FEATHERSTONE, Mike (ed.), *Global Culture - Nationalism, Globalization and Modernity*. Sage Publications, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli 1990.

FEATHERSTONE, Mike, LASH, Scott (ed.), *Spaces of Culture - City - Nation - World*. Sage Publications, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli 1999.

FLEMING, Tom (Creative Consultancy), *et al.*, *Estudo Macroeconómico: Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*. Fundação Serralves, Julho 2008.

FLORIDA, Richard, *Cities and the Creative Class*. Routledge, New York 2004.

FLORIDA, Richard, *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. Collins, New York 2005.

FLORIDA, Richard, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, New York 2002.

FLORIDA, Richard, TINAGLI, Irene, *Europe in the Creative Age*. Demos, London February 2004.

FLORIDA, Richard, *Who's Your City: How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. Basic Books, Random House Canada, New York and Toronto 2008.

FORTUNA, Carlos, *Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia*. Celta Editora, Oeiras 1997.

HALL, Peter, "Creative Cities and Economic Development", *in Urban Studies*, vol.37, n.º.4, pp.639-649. Carfax Publishing, Taylor & Francis Group, April 2000.

HALL, Peter, *Cities in Civilization*. Pantheon Books, New York 1998.

HARTLEY, John, *Creative Industries*. Blackwell, Oxford 2005.

HOWKINS, John, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin, London 2001.

INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, Lisboa, June 2011.

JACOBS, Jane, *The Economy of Cities*. Random House, New York 1969.

KEA European Affairs, *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), Brussels, October 2006.

KRAIDY, Marwan M., *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Temple University Press, Philadelphia 2005.

LANDRY, Charles, BIANCHINI, Franco, *The Creative City*. Demos, London 1995.

LANDRY, Charles, *The Art of City Making*. Earthscan, London 2006.

LANDRY, Charles, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan, London 2000.

LARIAI, Roque de Barros, *Cultura: um conceito antropológico*. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro 1986.

LE CORBUSIER, *The Modulor: A Harmonious Measure to the Human Scale Universally Applicable to Architecture and Mechanics*. Faber Paper Covered Editions, London 1961.

LEWIS, Justin, *Art, Culture & Enterprise: the politics of art and cultural industries*. Routledge, London 1990.

MACIOCCO, Giovanni, SERRELI, Silvia, *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*. Urban and Landscape Perspectives, Volume 6. Springer, London 2009.

MAHROUM, Sami, *et al.*, *Rural innovation*. NESTA, London, December 2007.

MATEUS, Augusto, *et al.*, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Augusto Mateus & Associados - Ministério da Cultura, Lisboa Janeiro 2010.

MELO, Alexandre, *Globalização Cultural*. Coleção O Que É, Quimera Editores, Lisboa 2002.

ORTIZ, Renato, *Mundialização e Cultura*. Editora Brasiliense, São Paulo 1994.

PIETERSE, Jan Nederveen, *Globalization and Culture: Global Mélange*. Rowman & Littlefield Publishers, Maryland 2009.

PORTER, Michael E., "Clusters and the New Economics of Competition", *in Harvard Business Review*, November-December 1998.

REVISTA ARQUITECTURA 21. *Cidades Criativas*, nº. 3, Be Profit, Lisboa, Abril 2009.

REVISTA MONUMENTOS: cidades - património - reabilitação. *Dossiê: Covilhã, a Cidade-Fábrica*, nº. 29, Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, Lisboa, Julho 2009.

ROBERTSON, Roland, *Globalization - Social Theory and Global Culture*. Sage Publications, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli 1992.

TEOTÓNIO PEREIRA, Nuno, *Uma Ideia para a Cidade da Covilhã*. Nuno Teotónio Pereira, *Candidatura ao Prémio Sir Robert Mathew, Prize Nominee, UIA 2005*. Ordem dos Arquitectos, Caleidoscópio, Lisboa 2006.

THROSBY, David, *Economics and Culture*. Cambridge University Press, Cambridge 2001.

TOMLINSON, John, *Globalization and Culture*. Polity Press, Cambridge 1999.

UNCTAD, PNUD, *Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option*. United Nations, December 2010.

WAITT, Gordon, GIBSON, Chris, “Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place”, *in Urban Studies*, vol. 46, nº. 5-6, págs.1223-1246, May 2009.

WOOD, Phil, TAYLOR, Calvin, “Big Ideas for a Small Town: the Huddersfield Creative Town Initiative”, *in Local Economy*, vol. 19, nº. 4, págs.380-395, November 2004.

WOOD, Phil, LANDRY, Charles, *The Intercultural City: Planning for Diversity Advantage*. Earthscan, London 2007.

Anexos

Anexo 1

**Artigo realizado para a “Second International Conference of
Young Urban Researchers” (Lisboa).**

Espaços culturais e criativos como impulsionadores da transformação urbana e social.

Mestrando Joana Manteigueiro de Carvalho

Profª. Doutora María Candela Suárez

Prof. Jorge E. Ramos Jular

Universidade da Beira Interior.

Calçada Fonte do Lameiro, 6201-001 Covilhã - Portugal.

Resumo

As cidades são, cada vez mais, encaradas como essenciais para promover a qualidade de vida, a cidadania e a competitividade. Complementarmente, a cultura tem vindo a assumir um importante papel de suporte e impulsionador dos modelos de organização social e dos processos de requalificação da vida dos cidadãos, sendo um factor de visibilidade e atractividade das cidades.

Nos últimos anos tem-se assistido a um movimento global que repensa o planeamento, o desenvolvimento e a gestão das cidades: as “cidades criativas”. Como principais impulsionadores deste conceito surgiram teóricos como Richard Florida ou Charles Landry. As “cidades criativas” são cidades em que o desenvolvimento urbano é estimulado e apoiado através de actividades criativas e culturais, com o intuito de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos. Deste modo, o conceito de cidade criativa tem como elemento fundamental a cultura, cultura esta que deve conduzir à humanização e revitalização das cidades, tornando-as mais eficientes e produtivas, conseguindo estimular a imaginação e talento dos cidadãos. A consciência cultural serve como força impulsionadora e mais-valia para que a urbe se torne mais imaginativa. Considerar a realidade criativa de uma cidade na criação dos seus diversos espaços, numa perspectiva de planeamento contemporâneo, pode promover as bases para a criação de novas competitividades e intervenções urbanas.

Este artigo tem como principais objectivos: 1) analisar a importância e o papel dos equipamentos e das infra-estruturas culturais no sistema urbano, enquanto espaços públicos singulares, capazes de desenvolver e dinamizar as cidades de pequenas/médias dimensões; 2) traçar um conjunto de medidas projectuais capazes de contribuir para uma regeneração urbana criativa e sustentável. Tendo como pano de fundo a cidade da Covilhã, pretende-se propor um conjunto de soluções arquitectónicas criativas que tenham a arte e a cultura como impulsionadoras da transformação urbana e social, que permitam indicar soluções de intervenção urbana que contribuam para a (re)qualificação e valorização desta cidade.

Palavras-Chave:

Cultura; Arquitectura; Espaço urbano; Cidades Criativas; Desenvolvimento urbano e social.

1. Introdução

Nas estratégias de desenvolvimento para o século XXI destacam-se dois recursos: a criatividade e a cultura. O processo de globalização tem criado novos paradigmas na economia mundial e o desenvolvimento das regiões e cidades tem começado a deixar de se basear apenas numa lógica economicista para também ser planeado sob o conceito da criatividade, aliando e combinando aspectos económicos, culturais, tecnológicos e sociais. Deste modo, o motor do sector económico mudou. Relaciona-se, cada vez mais, com a “economia criativa”, que faz uso da cultura para atingir um desenvolvimento sustentável. Esta economia tem como base o intangível e abrange diversas disciplinas que têm o elemento criativo e simbólico como ponto comum.

A globalização crescente tem implicado uma transição da produção tradicional para os sectores dos serviços e da inovação, e as comunidades criativas têm, progressivamente, substituído as fábricas. “A criatividade tornou-se uma *driving force* do crescimento económico e a nova “Idade Criativa” está neste momento a sobrepor-se a uma Idade Industrial. (...) A referida transformação baseia-se em inteligência humana, conhecimento e criatividade, e faz uso de novas matérias-primas. Estas últimas, que englobam a informação, propriedade industrial, capital criativo e capital intelectual humano, são necessárias à sobrevivência e ao crescimento económico na era da concorrência global”¹. As cidades, outrora industriais, estão a transformar-se em cidades baseadas no conhecimento, onde a informação e a criatividade são essenciais.

2. As Cidades Criativas

A ideia de “cidade criativa” surgiu no final dos anos 80 do século XX, e tem-se desenvolvido através de contributos fundamentais quer de autores como Charles Landry, Richard Caves ou Richard Florida, quer de agências e instituições como o DCMS² ou a UNESCO³. O conceito emergiu como resposta ao facto das cidades se estarem a debater e a reestruturar com as mudanças das condições globais económicas e sociais, e é utilizado “não só como grelha analítica mas igualmente como referência estratégica e ferramenta de intervenção no desenvolvimento urbano”⁴.

Um número crescente de cidades em todo o mundo tem vindo a adoptar este conceito com o intuito de revitalizar o crescimento socioeconómico, incentivando a utilização das capacidades criativas e atraindo trabalhadores criativos. Como resultado, assiste-se a uma proliferação das chamadas “cidades criativas”, principalmente na Europa, na América do Norte e na Ásia Oriental. São bons exemplos destas cidades: Barcelona, Londres, Milão, Nova Iorque, Berlim ou Amesterdão.

¹ Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, *Indústrias Criativas - Documento de Trabalho nº8*, 2005, pág.3.

² DCMS - Department of Culture, Media and Sport (em português, Departamento da Cultura, *Mídia* e Desporto, do Reino Unido).

³ UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (em português, Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura).

⁴ Pedro Costa *et al.*, “Modelos de Governança de “Cidades Criativas”: Uma Abordagem Comparativa” - Parte I. *OBSCENA Revista de artes performativas*, nº. 7, Novembro 2007, pág.136.

O conceito de “cidade criativa” baseia-se na relação entre a cultura, a criatividade e a transformação da cidade. É um conceito interdisciplinar que envolve: políticas culturais e políticas para o desenvolvimento local; economia da cultura; sociologia; turismo cultural e criativo; planeamento e gestão urbana; urbanismo e arquitectura.

As “cidades criativas” são cidades vibrantes, informais e autênticas, locais dinâmicos de inovação e experimentação. Apostam em políticas públicas ligadas à inovação urbana e à criatividade, que pretendem a fixação de talentos e o desenvolvimento de investigações e tecnologias inovadoras (atribuindo às universidades e empresas um papel fundamental). Nestas cidades são valorizadas a diversidade cultural e promove-se a inclusão social (pois são espaços colaborativos e de partilha), e ambiciona-se a constituição de espaços urbanos com qualidade, onde é agradável viver, trabalhar e estudar.

Elementos essenciais/estruturantes das Cidades Criativas:

- Infra-estruturas de suporte à criatividade (como universidades, centros de investigação e desenvolvimento, escolas técnicas, teatros, bibliotecas, museus, instituições culturais, etc);
- Políticas culturais e ambientais eficazes, que preservem o património cultural e o ambiente, melhorando a qualidade de vida e fomentando a sensibilidade e a criatividade dos cidadãos;
- Base económica sustentável (ao nível da acessibilidade e rendimento dos bens artísticos e culturais, das infra-estruturas e do investimento);
- Ambientes de trabalho agradáveis, promoção da utilidade dos bens culturais, tempo livre, entre outros aspectos, que possibilitem o desenvolvimento das capacidades criativas dos cidadãos;
- Cultura de inovação e empreendedorismo impregnada na sociedade.

Charles Landry⁵, considerado um dos investigadores urbanos mais importantes da actualidade e um dos principais teóricos das “cidades criativas”, argumenta que as cidades têm um recurso crucial: as pessoas. E que a inteligência, os desejos, as motivações, a imaginação e a criatividade estão a tornar-se recursos urbanos. No livro *The Creative City*, o autor afirma que existem uma série de pré-requisitos para que uma cidade se possa considerar verdadeiramente uma “cidade criativa”. Identifica sete factores: qualidades pessoais (indivíduos criativos); vontade e liderança; diversidade humana e acesso a talentos variados; cultura organizacional; identidade local; espaços e infra-estruturas urbanas; e dinâmicas de *networking*. Uma cidade pode ser criativa se se verificarem apenas alguns destes factores, no entanto a sua capacidade criativa só funcionará no seu melhor quando todos eles estiverem presentes.

⁵ O britânico Charles Landry (nascido em 1948) tornou-se uma das maiores autoridades no tema “cidades criativas”. É formado em economia política e trabalha em projectos de urbanismo. É autor de livros mundialmente conhecidos como *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* (2000), *The Art of City Making* (2006) e *The Intellectual City* (2007). Foi pioneiro ao fundar, em 1978, a empresa de consultoria *Comedia*, especializada em transformações urbanas, criatividade e cultura.

3. Indústrias Criativas

A origem do termo “indústrias criativas” é relativamente recente. Surgiu em 1994, na Austrália, com o lançamento do relatório *Creative Nation*. Mas foi em 1997 que o conceito ganhou maior visibilidade, quando passou a ser inserido nas políticas definidas pelo Departamento da Cultura, *Mídia* e Desporto, do Reino Unido (United Kingdom’s Department of Culture, Media and Sport - DCMS), com a criação do *Creative Industries Task Force*. Este grupo de trabalho foi encarregue de analisar as tendências de mercado, as contas nacionais do Reino Unido e as vantagens competitivas nacionais. O Reino Unido começou então a delinear políticas, estratégias e acções importantes para a estimulação e protecção da produção criativa. O que foi seguido por muitos países, como por exemplo, Áustria, Canadá, Colômbia, Líbano, Austrália e Singapura. A designação de “indústrias criativas” que se desenvolveu a partir desse momento alargou o âmbito das indústrias culturais para além das artes, e marcou uma mudança na abordagem a potenciais actividades comerciais que até então eram consideradas “não-económicas”.

Ainda não existe uma definição universal do conceito de “indústrias criativas”, nem consenso em relação à sua composição (em termos das diversas actividades económicas que estas incluem). No entanto, as diversas definições são bastante semelhantes. O conceito pode variar de país para país, mas inclui sempre as indústrias em que a criatividade está no núcleo do negócio.

Segundo a definição do DCMS, as indústrias criativas são as que têm a sua origem no talento e na aptidão criativa individual, e que têm um potencial para a criação de emprego e de riqueza, através da geração e exploração da propriedade intelectual. Na definição da UNCTAD⁶, as indústrias criativas (descritas na fig.1): são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como *inputs* primários; constituem um conjunto de actividades baseadas no conhecimento, com foco nas artes (mas não se limitando a estas), que potencialmente geram receitas a partir dos direitos de propriedade intelectual e do comércio; são constituídas por produtos tangíveis e por serviços intangíveis intelectuais ou artísticos com conteúdo criativo, valor económico e objectivos de mercado.

⁶ UNCTAD, *Creative Economy Report 2010*, pág.8

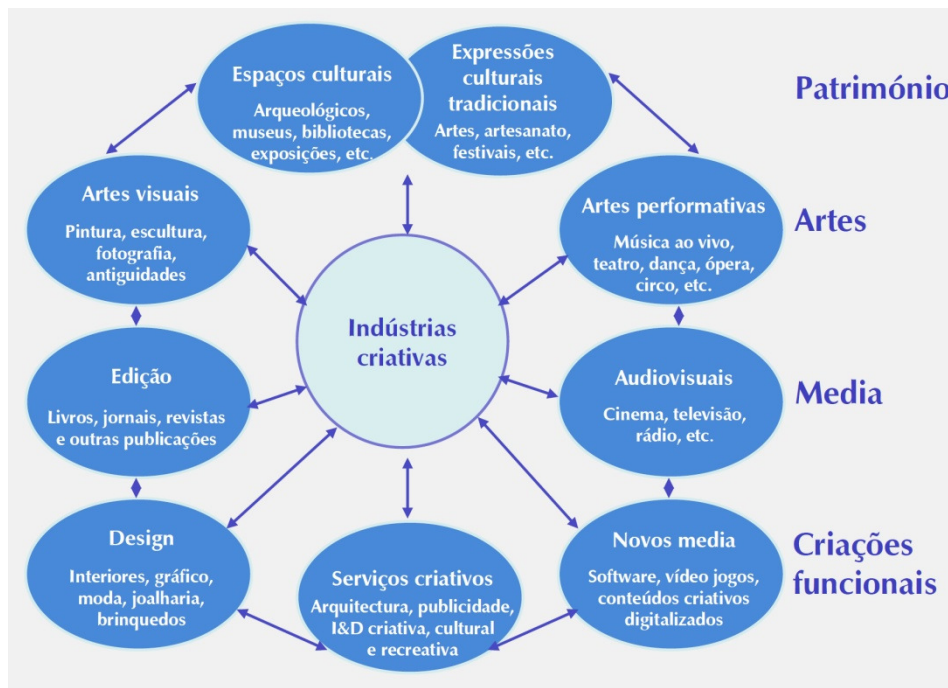


Fig. 1 - Classificação das Indústrias Criativas, segundo a UNCTAD.
(Fonte: Mateus *et al.*, 2010)

Richard Florida e Charles Landry consideram que as “cidades criativas” e as “indústrias criativas” se relacionam de forma simbiótica. As indústrias criativas geram, normalmente, um ambiente estimulante e de abertura, que atrai outras actividades ligadas ao conhecimento e exigentes ao nível da qualidade de vida. Assim, as indústrias criativas contribuem para o tecido social de uma cidade, para a diversidade cultural e para melhorar a qualidade de vida, e também reforça o sentido de comunidade e ajuda a definir uma identidade comum.

3.1. Clusters Criativos

Um dos elementos caracterizadores das “indústrias criativas” é a sua distribuição geográfica, e, em especial, a formação de “clusters criativos”. Os *clusters* são normalmente definidos como concentrações geográficas de empresas relacionadas, juntando fornecedores, prestadores de serviços, clientes e instituições (por exemplo, associações comerciais, agências ou universidades) que competem e cooperam entre si⁷. Os “Clusters criativos” abrangem uma definição menos convencional. São espaços onde se criam/produzem e consomem bens culturais. Incluem instituições e equipamentos culturais, artistas individuais, empresas sem fins lucrativos, juntamente com Parques Científicos e Centros de *Mídia*. Estes *clusters* “são uma verdadeira ecologia criativa”⁸.

Estes *clusters* podem ser promovidos através de políticas estratégicas locais, regionais ou nacionais, ou surgem de forma espontânea em âmbitos urbanos específicos através de relações de trabalho, produção, pesquisa, educação, entretenimento e lazer. Deste modo, este tipo de *clusters* tem características particulares. São lugares para se viver, bem como

⁷ Definição de “business cluster” de Michael Porter (1998).

⁸ Carlos Martins, “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. Revista *Arquitectura* 21, nº. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.28.

destinados ao trabalho e ao lazer, originando áreas urbanas distintas e dinâmicas, valorizadas pelo seu elevado capital simbólico, pela forte componente cultural e artística e pelas vertentes da educação, turismo e boémia.

Podem destacar-se algumas características comuns nos *Clusters Criativos*⁹:

- Localizam-se em antigos espaços industriais devolutos, centros históricos, antigas instalações militares, frentes marítimas/zonas ribeirinhas, ou antigos vazios urbanos (que estão inseridos numa atmosfera original - património, zona histórica, etc.);
- Mistura de funções culturais e criativas (desde a produção ao consumo e exposição);
- Mistura de pessoas e empresas culturais e criativas (desde as artes performativas e visuais à música e *mídia*);
- Espaços de uso misto (desde complexos residenciais e espaços comerciais, a áreas de aprendizagem e formação, e infra-estruturas de lazer);
- Mistura de actividades culturais e criativas com elementos de lazer e entretenimento: bares, restaurantes, lojas, etc;
- Prática de diferentes estilos de vida: funcionam 24 horas, importância da vida nocturna e do convívio;
- Redes sociais, colaboração, e interdisciplinaridade;
- Identidade e sentido de comunidade, mas diversidade e espírito de abertura;
- Novas relações entre as políticas públicas, agentes privados e sociedade civil: grupos informais de agentes culturais, organizações híbridas, etc.

São alguns exemplos de *clusters* criativos: o “Cultural Industries Quarter” de Sheffield, Inglaterra; o projecto “22@bcn” de Barcelona, Espanha; o “The Digital Hub” de Dublin, Irlanda; o “Digital Mile” de Saragoça, em Espanha; o *Cluster* Multimédia de Leipzig, Alemanha; a “Arabianranta” de Helsínquia, Finlândia; o “MuseumsQuartier” de Viena, Áustria; o “Jewellery Quarter” de Birmingham, Inglaterra; o *Cluster* Multimédia de Montreal, Canadá; o “Digital Media City” de Seul, Coreia do Sul; e o Pólo de Novos Mídias de Pequim, China.

A proximidade de empresas oferece diversas vantagens competitivas, tais como: acentua a concorrência e eleva os padrões; incentiva a colaboração e a difusão de boas práticas entre empresas; potencia a inovação, devido à concentração de diferentes indústrias especializadas, mas complementares; e permite que pequenas empresas se associem em redes, dando-lhes algumas das vantagens das empresas maiores, como por exemplo, melhor acesso a fornecedores e recursos. Outra vantagem dos *clusters* criativos é o facto de reduzirem as dificuldades das empresas criativas em fase de iniciação, pois possibilitam um maior acesso a redes, informação e apoio técnico.

Existem alguns factores essenciais para o sucesso dos *clusters* criativos¹⁰:

- Governação - Liderança forte; Parcerias público-privadas; Políticas urbanas inovadoras e estratégias de requalificação.
- Conectividade - Boas acessibilidades físicas; Boas infra-estruturas digitais.

⁹ INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*, Junho 2011, pág.23, adaptado pelo autor.

¹⁰ INTELI, *Creative Clusters and the Creative Place: State of the Art at EU level*, 2009, pág.19.

- Ambiente do Cluster - Especialização económica; Indústrias criativas e de conhecimento; Cultura de empreendedorismo; Proximidade a infra-estruturas de conhecimento; Cooperação institucional.
- Talento e Ambiente Social - Recursos humanos qualificados; Trabalhadores criativos; Ambiente diversificado e multicultural; Estudantes, trabalhadores e residentes estrangeiros; Redes sociais.
- Ambiente Construído - Ambiente de uso misto; Espaços dinâmicos e icónicos; Arquitectura singular.
- Ambiente Cultural - Carácter distinto e Identidade singular; Infra-estruturas culturais e de entretenimento; Estilo de vida “vibrante” e inspirador.
- Ambiente Natural - Qualidade ambiental ; Paisagem distinta; Esquemas de mobilidade sustentável.

3.2. Indústrias Criativas: um novo sector dinâmico no comércio mundial

A UNESCO elaborou um relatório, em 2005, acerca do comércio internacional de bens e serviços culturais entre 1994 e 2003, e concluiu que este passou de uma receita de cerca 33 mil milhões de euros em 1994, para cerca de 50 mil milhões de euros em 2003. As estimativas apontavam que, na viragem do século, as Indústrias Criativas seriam responsáveis por mais de 7% do PIB mundial (correspondendo 3% aos países em desenvolvimento) e que estas indústrias continuariam a crescer em média 10% ao ano. Hoje, estima-se que a economia criativa supere 10% do PIB global.

O “Relatório sobre Economia Criativa” das Nações Unidas, de 2010¹¹, fornece evidência empírica de que as indústrias criativas estão entre os sectores emergentes mais dinâmicos no comércio mundial. O estudo confirma que a recuperação de economias ligadas à criatividade e à cultura é mais rápida que a da tradicional. Embora o comércio global tenha sofrido uma queda de 12% em 2008, o comércio internacional de produtos ligados à economia criativa registou, entre 2002 e 2008, um crescimento médio anual de 14,4%. Os serviços criativos tiveram um crescimento ainda maior no mesmo período, tendo registado uma taxa de crescimento anual de 17,1%, em comparação com 13,5% das exportações dos serviços mundiais. Em 2008 o comércio mundial das indústrias criativas chegou aos 592 biliões de dólares, mais do dobro do registado em 2002.

A China liderou o mercado mundial de bens criativos durante a última década, com um aumento das exportações que passaram de 32 biliões de dólares em 2002 a 84 biliões de dólares em 2008. Em Hong Kong, o estudo *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*, concluiu que, no período de 1996 a 2002, a economia criativa contribuiu com 46 biliões de dólares para o PIB, 3,8% do total, com 30.000 estabelecimentos e 170.000 trabalhadores na indústria criativa.

Um estudo de 2010, da TERA Consultants, *Building a Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in the EU's Creative Industries*, estima que, em 2008, as indústrias criativas geraram 6,9% do PIB europeu (aproximadamente 860 biliões de euros), e representaram 6,5% do total de empregos (aproximadamente 14 milhões de trabalhadores).

¹¹ UNCTAD, PNUD, *Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option*. United Nations, December 2010.

Segundo um estudo promovido pelo Ministério da Cultura¹², o Sector Cultural e Criativo (SCC) foi responsável por 2,8% de toda a riqueza criada em Portugal, no ano de 2006, gerando um Valor Acrescentado Bruto (VAB) de 3.691 milhões de euros. A riqueza gerada pelo SCC supera a de sectores como Indústrias Têxtil e Vestuário e Indústrias de Alimentação e Bebidas. O SCC contribuiu, em 2006, com 127 mil empregos, ou seja, 2,6% do emprego nacional total. No período 2000-2006, foram criados cerca de 6500 empregos. Em termos cumulativos, o emprego neste sector cresceu 4,5%, o que contrasta com um crescimento de apenas 0,4% no total da economia. O dinamismo de criação de riqueza (VAB) do SCC acompanhou, no período de 2000 a 2006, o dinamismo de criação de riqueza da economia nacional, com um crescimento cumulativo de 18,6%, isto é, uma taxa média de crescimento anual de 2,9% (quadro 5). O SCC acompanha a tendência geral do tecido empresarial português: 87% dos estabelecimentos têm menos de 10 trabalhadores, com predomínio das nano e micro e empresas. O ganho médio no SCC é superior em 20% ao referencial da economia nacional, com destaque para as actividades criativas. A análise dos contornos dos recursos humanos apresenta um nível de feminização (55% são trabalhadoras) e juventude (38% têm entre 25 e 36 anos) do emprego superior à média nacional e um perfil de emprego mais qualificado do que a média nacional (17% dos trabalhadores possuem habilitações de nível elevado), embora abaixo dos valores europeus.

4. A Classe Criativa

Na actual emergência de uma economia baseada no conhecimento, os indivíduos desempenham novos papéis no processo de criação de valor, pois o capital humano e o talento estão a tornar-se forças motrizes para alcançar o crescimento económico.

A “classe criativa” engloba os indivíduos que utilizam a criatividade como motor do desenvolvimento da sua actividade profissional. É composta por trabalhadores das áreas das artes, ciências e engenharias. De acordo com Florida, a classe criativa também inclui um grupo mais vasto de profissionais criativos ligados às actividades de negócio, finanças, direito e educação.

A presença da classe criativa gera dinamismo económico, social e cultural, sobretudo nas áreas urbanas. A função económica destes trabalhadores é a de criar novas ideias, novas tecnologias ou novos conteúdos criativos. Num mundo cada vez mais global, a capacidade de inovação de uma região ou país assume uma importância relevante ao nível da competitividade nacional ou internacional.

De entre os autores que abordam o tema das “cidades criativas” Richard Florida¹³ é um dos mais importantes. Têm sido levantadas algumas críticas acerca do seu trabalho, no entanto,

¹² Augusto Mateus, *et al.*, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Augusto Mateus & Associados - Ministério da Cultura, Lisboa Janeiro 2010.

¹³ Richard Florida (nascido em 1957 em Newark, New Jersey) é um teórico americano do Urbanismo. Já foi considerado o “guru” do conceito “cidades criativas” (é uma figura nuclear quando se fala de criatividade e inovação aplicada à prosperidade económica). É doutorado em Planeamento Urbano e licenciado em Ciências Políticas. Director e professor (de Negócios e Criatividade) do Lloyd & Delphine Martin Prosperity Institute na Rotman School of Management, na Universidade de Toronto (Canadá). Também dirige uma empresa de consultoria privada, que fundou, chamada *Creative Class Group*. É autor de *best-sellers* mundiais como *The Rise of the Creative Class* (2002), *The Flight of the Creative Class* (2005) e *Who's Your City* (2008).

reconhece-se que tem contribuído de um modo fulcral para o avanço de um discurso público sobre a emergente economia criativa. No seu livro mais conhecido *The Rise of the Creative Class*, de 2002, Richard Florida foca-se na teoria de que uma cidade com alta concentração de tecnologia e “classes criativas” manifesta um alto nível de desenvolvimento económico. Segundo Florida, a capacidade das cidades para competir e prosperar na economia global não se limita ao fluxo de capital e investimento, nem ao comércio de bens e serviços. O sucesso das cidades e da economia urbana depende, cada vez mais, da capacidade de atrair, fixar e desenvolver a nova “Classe Criativa”. Neste livro, Richard Florida avança com uma teoria em que argumenta que o crescimento económico e o desenvolvimento se baseiam em 3 T’s - Tecnologia, Talento e Tolerância. Os modelos tradicionais alegam que a competitividade económica é conseguida através de empresas, empregos e tecnologia. Na perspectiva de Florida estes modelos são bons pontos de partida, mas estão incompletos. Para ele, a tecnologia é importante, mas também entram em jogo outros factores, como o talento e a tolerância.

A classe criativa procura locais dinâmicos, com capacidade de proporcionar atmosferas de trabalho e, simultaneamente, de lazer, e procuram ainda ambientes autênticos caracterizados pela diversidade. Podem resumir-se alguns dos principais atributos dos lugares valorizados pela classe criativa: o estilo de vida; a existência de espaços de interação social; a diversidade (evidencia a tolerância da comunidade às pessoas externas, criando um ambiente cosmopolita onde as culturas e ideais se cruzam); autenticidade (a singularidade do local deriva da mistura de elementos, valores e práticas tradicionais, que caracterizam a história do lugar, com a modernidade); e a qualidade do lugar (factor central na decisão da localização da classe criativa).

5. Uma proposta para a cidade da Covilhã

A cidade da Covilhã, localizada na Cova da Beira (centro de Portugal), distrito de Castelo Branco, está implantada na encosta sudeste da Serra da Estrela. A área urbana estende-se entre os 450 e os 800 metros de altitude. É a cidade mais próxima do ponto mais alto de Portugal Continental (a Torre, na Serra da Estrela, com 1993 metros). A cidade tem cerca de 30 mil habitantes.

A Covilhã é uma cidade de montanha, antiga cidade industrial ligada aos lanifícios, hoje uma cidade universitária¹⁴. Encontrou na Universidade da Beira Interior (UBI) a juventude, a modernidade e o desenvolvimento que, aliada a uma tradição empresarial, permitiu ultrapassar a crise da indústria têxtil dos lanifícios dos anos 80 e consolidar novas e diversificadas actividades económicas. Hoje, a cidade da Covilhã é um importante pólo de atracção no interior do País. Num estudo elaborado pelo Jornal *Expresso*¹⁵, sobre a qualidade de vida nas cidades portuguesas, a Covilhã ocupa a 14ª posição, situando-se à frente das restantes cidades do interior do país e de muitas do litoral.

Relativamente à reabilitação urbana da cidade da Covilhã, as décadas de 1980 e 1990 caracterizaram-se por uma fase de forte investimento na recuperação do património

¹⁴ No ano lectivo 2009/2010, o número de estudantes inscritos na Universidade da Beira Interior foi de 6636 alunos, repartidos pelas 40 licenciaturas do primeiro ciclo, 58 mestrados do segundo ciclo e 27 áreas de doutoramento.

¹⁵ Estudo do Jornal *Expresso*, publicado nas páginas 32 a 39 da revista “Única” do *Expresso*, intitulado “Classificação Expresso das melhores cidades portuguesas para viver em 2007”.

industrial, para a construção das infra-estruturas da Universidade da Beira Interior. Seguiu-se a implementação do Programa *Polis*, desenvolvido sobretudo ao longo da década de 2000-2009, que reabilitou principalmente espaços públicos, abertos e “verdes” (como parques, praças e jardins). Durante estas três décadas, as recuperações na Covilhã incidiram principalmente no sector das obras de tipo urbano-paisagístico, e nas áreas periféricas, exteriores ou envolventes ao núcleo central mais antigo da cidade. Agora, inicia-se uma nova fase, relacionada com o problema do abandono e degradação do centro histórico (área que não foi objecto das principais preocupações municipais e estatais portuguesas nas décadas anteriores). Como resposta ao problema, a “Sociedade de Reabilitação Urbana (SRU) Nova Covilhã” pretende realizar uma série de intervenções para recuperar a área central da cidade, focando-se, sobretudo, em recuperações ou reconstruções de espaços de habitação em muito mau estado.

A Covilhã tem apostado na qualidade de vida, na inovação e modernização tecnológica e em diversificar e fortalecer as suas actividades sociais e culturais. Por estes motivos e pelo facto de ser uma cidade universitária, entre outras características particulares (tais como, paisagem natural inspiradora e qualidade ambiental, elevado número de actividades/eventos culturais e espaços de interacção social, ambiente tolerante/espírito de abertura, Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã - Parkurbis, qualidade dos espaços públicos, entre tantas outras), cumpre alguns dos requisitos básicos e demonstra potencial para o desenvolvimento de uma “economia criativa” e para atingir muitas das características das “cidades criativas”.

Indo de encontro aos objectivos da nova fase de reabilitação urbana da Covilhã, e porque também estes são compatíveis com os objectivos da criação de “cidades criativas”, o local escolhido para a proposta de intervenção arquitectónica, no âmbito deste artigo, é o centro histórico da Covilhã. Esta proposta visa definir orientações estratégicas específicas para a implantação de espaços urbanos criativos, que sejam capazes de desenvolver, juntamente com as infra-estruturas já existentes, um “**Cluster Criativo**” na **zona histórica**. O objectivo principal é que a criatividade e a inovação possam ser colocadas ao “serviço” do desenvolvimento e regeneração urbana, e da revitalização económica e social.

A zona histórica da Covilhã reúne condições favoráveis ao desenvolvimento de um *cluster* criativo, tais como: a existência de algumas infra-estruturas culturais e criativas no local (por exemplo, o edifício do Arquivo Municipal, o Departamento de Educação, Cultura e Desporto da Câmara Municipal da Covilhã, o Museu de Arte e Cultura, o Teatro-Cine, a igreja de Santa Maria e a sede do Jornal de Notícias da Covilhã), a proximidade com os pólos da universidade, a intensa animação nocturna (com grande concentração de estudantes devido aos bares existentes, incluindo o Bar Académico da Associação de Estudantes) e um ambiente característico.

Na Era criativa, a arquitectura tem de criar certas condições e espaços físicos que respondam às necessidades dos indivíduos pertencentes às classes criativas, nomeadamente através da criação de locais de reflexão, encontro, inovação, experimentação e empreendedorismo, para que estes possam produzir novas ideias numa base interdisciplinar. Neste sentido, e tendo em conta que a grande característica dos lugares criativos é o facto de serem espaços flexíveis e multifuncionais, propõe-se a criação de três infra-estruturas na zona histórica da Covilhã, baseadas na cultura e na criatividade, e destinadas a toda a comunidade. Os espaços são os seguintes:

- 1) **Edifício 1** (teórico-prático) – **Academia Cultural e Criativa**.

Inclui: salas de formação (para tecnologias digitais, fotografia, audiovisuais, design, etc.), ateliês (para artesanato, pintura, escultura, canto, instrumentos musicais, dança, teatro, etc), espaço expositivo, auditório, espaço de convívio, salas administrativas, entre outros.

2) **Edifício 2 (tecnológico) – Fab Lab¹⁶ e Espaço de Coworking¹⁷.**

Inclui: salas de trabalho/execução (equipadas com máquinas de prototipagem), espaço de “coworking”, sala multimédia, espaço multiusos (*open space*: espaço expositivo / local de montagem de objectos maiores / conferências esporádicas), cafetaria/bar, zona *lounge* (articulada com o bar), entre outros.

3) **Edifício 3 (social) – Espaço Chill Out.**

Inclui: café literário/concerto, pequena mediateca (hemeroteca, biblioteca, videoteca, cineteca, auditeca e reprografia) e loja (promoção de produtos e eventos dos vários edifícios).

Através de um levantamento dos vazios urbanos na zona histórica, foram escolhidos três locais diferentes para a implantação destas infra-estruturas (fig.2), contribuindo, deste modo, para a coesão urbana, bem como para o aumento da área de influência destes espaços.



Fig. 2 - Locais escolhidos para a proposta de intervenção no centro histórico da Covilhã.

¹⁶ “Fab Lab” é a abreviatura de “Fabrication Laboratory” (Laboratório de Fabricação Digital). Consiste num espaço que disponibiliza um conjunto de ferramentas industriais de prototipagem rápida - máquinas de fabricação digital de última geração (máquina de corte e gravação a laser, máquina de corte de vinil, impressora 3D, máquinas fresadoras, etc), e ainda disponibiliza computadores e respectivas ferramentas de programação informática suportadas por software *open source* e por *freeware* CAD e CAM (sistema integrado de produção que visa a prototipagem rápida).

¹⁷ Os espaços de *coworking* são espaços de escritórios comunitários (em *open space*), para *freelancers* (profissionais independentes) e micro-empresas criativas. É uma alternativa acessível e flexível para comprar ou alugar um espaço de escritório, e, para além disso, combatem o isolamento dos *freelancers* e a sua possível desmotivação no trabalho.

Um dos objectivos da proposta é que estes espaços (juntamente com os já existentes) criem sinergias de promoção e desenvolvimento entre eles, funcionando como um “ecossistema criativo”. Pretende-se, igualmente, que esta proposta de intervenção crie novas dinâmicas e hábitos na área central da cidade, combatendo a tendência de abandono do centro histórico e fomentando ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interacção social, “contagiando” positivamente toda a região e sociedade em que se insere.

Conclusão

Vivemos numa época em que o capital humano, a inteligência, a imaginação e a criatividade estão a tornar-se chaves estratégicas para o sucesso das cidades. As cidades desempenham um papel vital no aproveitamento da criatividade para o seu desenvolvimento. No entanto, a criatividade pensada ao nível da cidade é muito mais complexa do que individualmente ou em organizações. Geralmente implica aspectos como assumir riscos calculados e ser flexível nas estratégias utilizadas. É então necessário um entendimento profundo do funcionamento da cidade e da sua riqueza cultural. As cidades poderão gerar condições para atrair mais capital criativo se criarem estratégias adaptadas e coerentes, que utilizem o seu potencial criativo, os seus *clusters* e os seus “actores culturais”.

A proposta de intervenção arquitectónica aqui exposta, visa promover a criação de um *cluster* criativo como aposta estratégica de desenvolvimento económico, cultural e social. Pretende-se que este *cluster* constitua uma oportunidade de regeneração do centro histórico da cidade da Covilhã, e que lhe confira uma maior importância enquanto espaço de criação. Contribuindo, assim, para que a própria cidade se transforme num espaço de descoberta e experimentação cultural e social.

“Ao ligar aspectos económicos, culturais e sociais e ao interagir com a tecnologia, propriedade intelectual e turismo, as Indústrias Criativas promovem a criação de riqueza, geração de emprego e crescimento das exportações, contribuindo também para a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano”.¹⁸

¹⁸ Carlos Martins, “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. Revista *Arquitectura* 21, nº. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.27.

Referências bibliográficas

APPADURAI, Arjun, *Modernity at Large – Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis e Londres 1996.

CAVES, Richard, *Creative Industries: Contracts between Art & Commerce*. Harvard University Press, Cambridge and London 2000.

COSTA, Pedro *et al.*, “Modelos de Governança de “Cidades Criativas”: Uma Abordagem Comparativa” - Parte I. *OBSCENA Revista de artes performativas*, nº. 7, Novembro 2007.

DCMS, *Creative Industries Mapping Document*. DCMS, London 1998.

FEATHERSTONE, Mike, LASH, Scott (ed.), *Spaces of Culture – City – Nation – World*. Sage Publications, Londres, Thousand Oaks e Nova Deli 1999.

FLEMING, Tom (Creative Consultancy), *et al.*, *Estudo Macroeconómico: Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*. Fundação Serralves, Julho 2008.

FLORIDA, Richard, *Cities and the Creative Class*. Routledge, New York 2004.

FLORIDA, Richard, *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. Collins, New York 2005.

FLORIDA, Richard, *The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, New York 2002.

FLORIDA, Richard, *Who’s Your City: How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. Basic Books, Random House Canada, New York and Toronto 2008.

HALL, Peter, *Cities in Civilization*. Pantheon Books, New York 1998.

HOWKINS, John, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin, London 2001.
<http://www.cm-covilha.pt> (site da Câmara Municipal da Covilhã)

INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, June 2011.

LANDRY, Charles, BIANCHINI, Franco, *The Creative City*. Demos, London 1995.

LANDRY, Charles, *The Art of City Making*. Earthscan, London 2006.

LANDRY, Charles, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan, London 2000.

MARTINS, Carlos, “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. *Revista Arquitectura 21*, nº. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009.

MATEUS, Augusto, *et al.*, *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Augusto Mateus & Associados - Ministério da Cultura, Lisboa Janeiro 2010.

REVISTA MONUMENTOS: cidades - património - reabilitação. *Dossiê: Covilhã, a Cidade-Fábrica*, nº. 29, Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, Lisboa, Julho 2009.

THROSBY, David, *Economics and Culture*. Cambridge University Press, Cambridge 2001.

TOMLINSON, John, *Globalization and Culture*. Polity Press, Cambridge 1999.

UNCTAD, PNUD, *Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option*. United Nations, December 2010.

Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico, *Indústrias Criativas - Documento de Trabalho nº8*, 2005.

WOOD, Phil, LANDRY, Charles, *The Intercultural City: Planning for Diversity Advantage*. Earthscan, London 2007.

Anexo 2

Artigo realizado para o “II Congreso Internacional de Ciudades Creativas” (Madrid).

DINÂMICAS CULTURAIS E CRIATIVAS EM
CIDADES DE PEQUENAS DIMENSÕES
UMA ESTRATÉGIA PARA A CIDADE DA COVILHÃ, PORTUGAL

Joana Manteigueiro de Carvalho

Mestranda em Arquitectura

María Candela Suárez

Professora Doutora e Investigadora

Jorge E. Ramos Jular

Professor

Universidade da Beira Interior. Calçada Fonte do Lameiro
- 6201-001 Covilhã (Portugal) Email: joanacarvalho27@gmail.com

Resumo

Na actualidade, a criatividade afirma-se como o meio com maior potencialidade para gerar riqueza e dinamismo nas cidades. Considerar a realidade criativa e cultural de uma cidade, na criação dos seus diversos espaços e numa perspectiva de planeamento contemporâneo, pode promover as bases para a criação de novas competitividades e intervenções urbanas. Os estudos sobre o conceito de “Cidade Criativa” centram-se principalmente nas grandes cidades. No entanto, surgem cada vez mais iniciativas de pequenos centros urbanos que procuram explorar as vantagens da criatividade para o seu desenvolvimento.

Situada no centro de Portugal, na vertente sudeste da Serra da Estrela, a Covilhã apresenta-se como uma cidade de pequenas dimensões que tem apostado na inovação e modernização tecnológica, bem como em diversificar e fortalecer as suas actividades culturais. Pelo facto de ser uma cidade universitária, entre outros aspectos particulares, a Covilhã cumpre alguns dos requisitos básicos para se converter numa “cidade criativa”, demonstrando potencial para atingir ainda mais características próprias deste tipo de cidades.

Palavras-chave

Cidades Criativas, Arquitectura, Inovação, Desenvolvimento urbano e social, Covilhã.

Resumen

En la actualidad, la creatividad se afirma como el medio con mayor potencialidad para generar riqueza y dinamismo en las ciudades. Considerar la realidad creativa y cultural de una ciudad, en la creación de sus diversos espacios y en una perspectiva de planeamiento contemporáneo, puede promover bases para la creación de nuevas competitividades e intervenciones urbanas. Los estudios sobre el concepto de “Ciudad

Creativa” se centran principalmente en las grandes ciudades. Sin embargo, surgen cada vez más iniciativas de pequeños centros urbanos que buscan explorar las ventajas de la creatividad para su desarrollo.

Situada en el centro de Portugal, en el lado sudeste de la Serra da Estrela, Covilhã se presenta como una ciudad de pequeñas dimensiones, que apuesta por la innovación y modernización tecnológica, así como por diversificar y fortalecer sus actividades culturales. Por tratarse de una ciudad universitaria, entre otros aspectos particulares, Covilhã cumple algunos de los requisitos básicos para convertirse en una “ciudad creativa”, demostrando potencial para llegar a tener aún más características propias de este tipo de ciudades.

Palabras clave

Ciudades Creativas, Arquitectura, Innovación, Desarrollo urbano y social, Covilhã.

Abstract

Creativity is emerging as the resource with the greatest potential to generate prosperity and dynamism in the cities. Take into account the creative and cultural reality of a city, in the creation of its several spaces and in a contemporary planning perspective, can promote the foundations for the creation of new competitiveness and urban interventions. The studies about the concept of the "Creative City" are focused mainly in the big cities. However, there are more and more initiatives of small urban centers looking to explore the advantages of the creativity for local development.

Covilhã is a small city, located in the center of Portugal, on the southeast side of Serra da Estrela, that invests in innovation and technological modernization, as well as to diversify and strengthen its cultural activities. Given the fact that it is a university city, among other particular aspects, Covilhã fulfills some of the basic requirements to become a "creative city", showing potential to achieve even more particular characteristics of such cities.

Key words

Creative Cities, Architecture, Innovation, Urban and social development, Covilhã.

Introdução

Nas estratégias de desenvolvimento para o século XXI destacam-se dois recursos: a criatividade e a cultura. O processo de globalização tem criado novos paradigmas na economia mundial e o desenvolvimento das regiões e cidades tem começado a deixar de se basear apenas numa lógica economicista para também ser planeado sob o conceito da criatividade, aliando e combinando aspectos económicos, culturais, tecnológicos e sociais. Deste modo, o motor do sector económico relaciona-se, cada vez mais, com a “economia criativa”, que faz uso da cultura para atingir um desenvolvimento sustentável. Esta economia tem como base o intangível e abrange diversas disciplinas que têm o elemento criativo e simbólico como ponto comum.

Conceitos como “cidades criativas” ou “indústrias criativas” têm ganho popularidade e influência, incorporando-se tanto no discurso e prioridades políticas como no discurso académico. Cada vez mais têm sido desenvolvidas iniciativas sustentadas na ideia de “criatividade” com o intuito de promover o crescimento e a revitalização das cidades (no âmbito, por exemplo, de estratégias de desenvolvimento local ou de operações de requalificação urbana).

Richard Florida¹, na sua abordagem às “cidades criativas”, refere a importância de se apostar em políticas públicas ligadas à inovação urbana e à criatividade. Segundo ele, estas políticas, apoiadas numa atitude tolerante (que valorize a diversidade cultural e social), devem visar a atracção e fixação de talentos e a capacidade de desenvolvimento de investigação e produtos tecnológicos (através de empresas inovadoras e universidades).

Para se potenciar o efeito do sector cultural e criativo na economia é necessária uma combinação certa de políticas públicas que incentivem a capacidade empreendedora criativa, facilitem o acesso a infra-estruturas tecnológicas modernas, proporcionem condições para o investimento e optimizem o potencial de comércio de produtos criativos no mercado nacional e internacional.

As principais razões para apoiar os princípios do desenvolvimento urbano sustentável cultural são os contributos da produção cultural e artística no fortalecimento económico, enriquecimento cultural e coesão social. A União Europeia considera que o desenvolvimento urbano sustentável representa “uma oportunidade de criação, inovação e renovação das práticas e linguagens arquitectónicas, e de reapropriação e reinterpretação das práticas tradicionais”².

“Ao ligar aspectos económicos, culturais e sociais e ao interagir com a tecnologia, propriedade intelectual e turismo, as Indústrias Criativas promovem a criação de riqueza, geração de emprego e crescimento das exportações, contribuindo também para a inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano”³.

Objectivos

Este artigo tem como principais objectivos: 1) compreender como as infra-estruturas e os espaços públicos culturais e criativos inovadores potenciam o desenvolvimento sustentável de áreas urbanas de baixa densidade; 2) traçar um conjunto de estratégias arquitectónicas que sejam capazes de contribuir para uma regeneração urbana que estimule as práticas culturais, formação e envolvimento dos cidadãos. Com base num diagnóstico realizado à cidade da Covilhã, pretende-se propor um conjunto de soluções arquitectónicas criativas que tenham a arte e a cultura como impulsionadoras da transformação urbana e social, permitindo indicar soluções capazes de contribuir para a (re)qualificação e valorização desta cidade.

Metodologia

A metodologia aplicada desenvolveu-se em fases distintas. A primeira fase metodológica consistiu na recolha e tratamento de informação relativa ao tema das “cidades criativas” e ao papel das dinâmicas criativas e culturais em cidades de pequenas dimensões. O objectivo foi o de realizar um enquadramento teórico da temática em análise, servindo também como fundamento às medidas projectuais da intervenção que se definiram. Recorreu-se a uma pesquisa bibliográfica e recolha de dados, que foram analisados e interpretados, para explicitar todos os conceitos e objectivos e para expor exemplos práticos, que sustentem a relevância da temática.

Numa segunda fase foi caracterizada a área de estudo. Foi estudada e analisada, de forma sucinta, a cidade da Covilhã, recorrendo a uma pesquisa bibliográfica específica e a uma recolha de dados e documentos técnicos e

¹ Richard Florida (nascido em 1957) é uma figura nuclear quando se fala de criatividade e inovação aplicada à prosperidade económica. É doutorado em Planeamento Urbano e licenciado em Ciências Políticas. É director e professor do Lloyd & Delphine Martin Prosperity Institute na Rotman School of Management, na Universidade de Toronto (Canadá). Também dirige uma empresa de consultoria privada, que fundou, chamada *Creative Class Group*. É autor de *best-sellers* mundiais: *The Rise of the Creative Class* (2002), *The Flight of the Creative Class* (2005) e *Who's Your City* (2008).

² Jornal Oficial da União Europeia, *Conclusões do Conselho sobre a arquitectura: contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável*, (2008/C 319/05). Edição em língua portuguesa, C 319/13 de 13.12.2008.

³ Carlos Martins, “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. Revista *Arquitectura 21*, n.º. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.27.

históricos relativos a esta. Foi igualmente elaborado um levantamento dos equipamentos e infra-estruturas que oferecem/produzem eventos culturais e realizada uma análise *in loco* e levantamento fotográfico, a fim de se obterem dados mais concretos para conseguir responder da melhor forma às carências da cidade e às necessidades dos cidadãos. Através do levantamento de vazios urbanos e zonas devolutas e degradadas da cidade, foi elaborado um diagnóstico de possíveis locais a intervir e o programa funcional a desenvolver. Finalmente, em seguimento dos estudos anteriores, na última fase elaborou-se uma proposta de intervenção arquitectónica no tecido urbano, nomeadamente, infra-estruturas de cariz cultural e criativo.

1. Estratégias criativas em áreas urbanas de baixa densidade

A maioria da investigação e bibliografia, quer nos contextos académicos quer nas políticas públicas, considera que a criatividade como motor de desenvolvimento é um fenómeno essencialmente das grandes cidades, pois é nestas que se concentram os recursos económicos, humanos e institucionais. No entanto, embora a atenção recaia nas principais cidades, as áreas urbanas mais pequenas também têm um papel a desempenhar na economia criativa. Muitas vezes é esquecido que muitos trabalhadores das indústrias criativas optam por trabalhar e viver em cidades de pequenas dimensões ou mesmo em zonas rurais.

A criatividade pode ser o motor do desenvolvimento económico, social e cultural de pequenos e médios centros urbanos, e não apenas de grandes cidades. A “indústria criativa” e a “classe criativa”⁴ podem ser a solução para a sua revitalização, regenerando os seus espaços e contrariando a desertificação e o despovoamento. De facto, o novo valor económico, criado através de criatividade artística, inovação tecnológica e boa gestão empresarial dos produtos e serviços culturais e criativos (que reagem de forma rápida e ágil a novas tendências), cada vez mais é utilizado em prol das cidades de pequenas dimensões e áreas rurais.

Existe uma relação recíproca: a particularidade destes lugares proporciona o cenário físico/natural, histórico-cultural e simbólico necessário ao desenvolvimento das indústrias criativas, e estas, por sua vez, tornam-se importantes para a revitalização destes lugares. Para além disso, as indústrias criativas “fornecem contributos inovadores para outros sectores de actividade das economias locais, como a agricultura, o artesanato, o mobiliário, o têxtil, o turismo ou a gastronomia, promovendo o seu desenvolvimento e prosperidade”⁵.

A classe criativa que se desloca para áreas territoriais de baixa densidade privilegia e procura características peculiares que estas dispõem, como por exemplo: locais de trabalho calmos, ambientes singulares que estimulam o pensamento criativo, preservação do meio ambiente, espírito de comunidade, relações de vizinhança e proximidade, e um estilo de vida saudável (física e mentalmente).

Ainda existem diferenças entre a “classe criativa urbana” e a classe criativa dos pequenos centros urbanos. Está “demonstrado que as áreas de baixa densidade atraem jovens famílias talentosas, pessoas em fase de mudança de carreira e reformados activos. Além do mais, os talentos que habitam em áreas rurais tendem a pertencer a uma escala etária mais elevada e a serem casados e com filhos, comparativamente aos talentos urbanos. Contudo, de acordo com um estudo desenvolvido pela Morel Research, também os mais jovens procuram cada vez mais as áreas rurais devido ao baixo custo da habitação, à melhor qualidade de vida e à presença de

⁴ A “classe criativa” engloba os indivíduos que utilizam a criatividade como motor do desenvolvimento da sua actividade profissional. É composta por trabalhadores das áreas das artes, ciências e engenharias. De acordo com Florida, a classe criativa também inclui um grupo mais vasto de profissionais criativos ligados às actividades de negócio, finanças, direito e educação.

⁵ Catarina Selada, Inês Vilhena da Cunha, “Criatividade em Áreas de Baixa Densidade: O Caso da Vila de Óbidos”, in António Oliveira das Neves (coord.), *Criatividade e Inovação - Cadernos Sociedade e Trabalho*. Gabinete de Estratégia e Planeamento - Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, págs.197-211, Lisboa 2010, pág.9.

escolas de qualidade, o que é necessariamente facilitado pela utilização das tecnologias de informação e comunicação”⁶.

Para que seja possível atrair e fixar a classe criativa nestas cidades é crucial que existam políticas públicas locais e estratégias que apostem no desenvolvimento e apoio das indústrias criativas e na criação de espaços e infra-estruturas que sirvam de locais de encontro, partilha, aprendizagem e experimentação, que promovam a criatividade e a inovação. Neste sentido, um estudo realizado pela INTELI⁷ sistematizou um conjunto de ideias para a definição e implementação de estratégias baseadas na criatividade em cidades de pequenas e médias dimensões⁸, com a intenção que possam ser úteis para os decisores políticos e os *stakeholders* (intervenientes ou partes interessadas):

- **Liderança local como motor para o desenvolvimento:** Os líderes locais podem ser promotores ou facilitadores do desenvolvimento de ecossistemas criativos, se forem proactivos, voltados para o futuro, aceitarem a mudança e assumirem riscos.
- **Agentes de mudança como motores da transformação criativa:** Actores específicos, como um grupo de pessoas, uma única pessoa ou uma organização, podem funcionar como agentes de mudança, promovendo a transformação criativa de cidades de pequenas e médias dimensões.
- **Colaboração e envolvimento da comunidade:** Fomentar a colaboração a todos os níveis (autoridades políticas, universidades, institutos tecnológicos, empresas e sociedade civil) e promover o envolvimento da comunidade são factores de sucesso cruciais na implementação de estratégias baseadas na criatividade.
- **Agentes criativos que promovam uma abordagem interdisciplinar:** O papel dos agentes criativos (*creative brokers*) em cidades de pequenas e médias dimensões é muito importante porque eles podem actuar como conectores entre indústrias, áreas do conhecimento, disciplinas e actores (*players*), promovendo a interdisciplinaridade.
- **Construir redes criativas territoriais e parcerias:** Os territórios pequenos podem desempenhar um papel decisivo como âncoras para o desenvolvimento das regiões vizinhas, e também como pontes entre o “local” e o “global”, participando em redes territoriais focadas na criatividade.
- **Planeamento experimental e informal e avaliação de resultados criativos:** As estratégias baseadas na criatividade devem ser flexíveis, informais e ter uma natureza experimentalista, apesar da importância dos sistemas de monitorização e avaliação usados para medir os seus resultados e impactos.
- **Evitar conflitos locais e elitização social:** A fim de contribuir para um melhor ambiente criativo local, a implementação de estratégias baseadas na criatividade deve englobar um programa de resolução de conflitos, evitando a elitização social.
- **Dar visibilidade a pessoas criativas locais – “talentos invisíveis”:** É importante mapear pessoas criativas locais para que a real dimensão do talento local não capturado por análises quantitativas oficiais em cidades de pequenas e médias dimensões se tornem visíveis.
- **Sistemas de educação locais “Creativity-friendly”:** As escolas de alta qualidade não são só um factor de atracção de pessoas criativas, são também uma fonte interna de indivíduos criativos para o território. É estrategicamente importante desenvolver um sistema de educação local “creative-friendly” e não apenas importar talentos de fontes externas.
- **Espaços criativos para convergência e experimentação:** A criação de espaços criativos para convergência e experimentação (como residências artísticas, *live-work houses*, incubadoras criativas, espaços de encontro, etc.) é um factor de sucesso, para a atracção de artistas visitantes temporários e novos residentes.

⁶ Catarina Selada, Inês Vilhena da Cunha, op. cit., pág.8.

⁷ INTELI - Centro de Inteligência em Inovação (Portugal). www.inteli.pt.

⁸ INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, Lisboa, June 2011, pág.7-8.

- **Espaços criativos flexíveis, temporários e “low-cost”:** A utilização flexível do espaço é um ingrediente chave nas estratégias baseadas na criatividade numa era onde as práticas de trabalho estão a mudar. Os espaços vazios podem ser usados para actividades criativas efémeras a um baixo custo.
- **Promover o bem-estar e a qualidade de vida:** É essencial que se promovam padrões elevados de qualidade de vida num lugar, para a criação de “comunidades criativas sustentáveis”. As actividades que visam o bem-estar da população, inclusão social e sustentabilidade são alguns exemplos que são relevantes para fomentar a qualidade de vida.

1.1. O caso da vila de Óbidos (Portugal)

A vila de Óbidos⁹ possui 11689 habitantes e uma área de cerca de 142 km². Tem vindo a centrar a sua aposta no potencial da criatividade como eixo da sua estratégia de desenvolvimento. Com a estratégia “Óbidos - Vila Criativa”, Óbidos pretende afirmar-se como uma comunidade criativa para viver, aprender, trabalhar e interagir, aliando as suas qualidades e características únicas e os novos factores de competitividade como a criatividade, a cultura e a inovação.

A parte mais visível desta estratégia tem resultado numa série de eventos temáticos, que têm ganho bastante visibilidade a nível nacional e mesmo internacional, como o “Festival Internacional de Chocolate de Óbidos”, o “Óbidos Vila Natal”, o “Festival de Ópera”, “Junho das Artes” e o “Mercado Medieval”¹⁰. Estes eventos têm atraído um número significativo de visitantes à vila histórica.

Foi criado o plano de metas “Óbidos Criativa - Talentos para a economia”, com medidas para áreas tão diversificadas como a educação, a cultura, o empreendedorismo, o emprego e a habitação. Tem já várias em execução: na educação, por exemplo, está-se a implementar um novo modelo de Escola com acesso privilegiado a novas tecnologias, ofertas educativas inovadoras e equipas especializadas que acompanham as crianças. No empreendedorismo, o Parque Tecnológico de Óbidos pretende afirmar-se como uma oferta de excelência para as empresas de base tecnológica, orientado para os sectores das indústrias criativas. Foi também criada a incubadora de indústrias criativas “ABC - Apoio de Base à Criatividade” (que funciona de forma complementar ao Parque Tecnológico). Finalmente, com a criação das “habitações criativas” (*live-work houses*), construídas através da reabilitação de edifícios desactivados e abandonados, pretende receber trabalhadores criativos e investigadores, nacionais ou estrangeiros, de forma temporária.

Está também a desenvolver-se o projecto “RIICO - Rede de Investigação, Inovação e Conhecimento de Óbidos”, através de uma coordenação científica partilhada entre o Município de Óbidos e diversas universidades, que visa aprofundar o conhecimento acerca de Óbidos e formalizar um conjunto de instrumentos técnicos e científicos de apoio ao planeamento e gestão do território, a nível cultural, ambiental e económico.

Óbidos possui ainda a “RMG - Rede de Museus e Galerias”, que integra o Museu Municipal, Museu Paroquial, Museu Abílio de Mattos e Silva, Galeria NovaOgiva e Galeria da Casa do Pelourinho (estando ainda em criação um novo conjunto de infra-estruturas, como o Museu das Guerras Peninsulares, a Casa das Rainhas e o Centro de Interpretação e Laboratório Arqueológico).

Óbidos lidera, a nível europeu, desde 2008, a rede “Clusters Criativos em Áreas Urbanas de Baixa Densidade”, apoiada pelo Programa URBACT II da União Europeia, integrando como parceiros os municípios de Barnsley (Reino Unido), Enguera (Espanha), Reggio Emilia, Viareggio e Catanzaro (Itália), Mizil (Roménia), Hódmezővásárhely (Hungria), Jyväskylä (Finlândia) e o Centro de Inteligência em Inovação - INTELI, de Lisboa (Portugal).

⁹ Está situada na região centro de Portugal, no distrito de Leiria, a 80 km Norte de Lisboa.

¹⁰ Existem ainda outros eventos temáticos, como a “Semana Internacional de Piano”, a “Semana Santa”, “Maio Barroco” e a “Temporada de Cravo”.

A nível nacional, Óbidos despoletou recentemente a constituição da “REC - Rede de Economias Criativas” (primeira rede nacional deste tipo), dentro de um programa governamental que foi lançado, chamado “Redes Urbanas para a Competitividade e a Inovação”. A rede é liderada pelo Município de Óbidos e integra mais quatro pequenos e médios municípios portugueses: Guimarães, Portalegre, Montemor-o-Novo e Montemor-o-Velho.

Segundo o Presidente da Câmara Municipal de Óbidos, Telmo Faria, “estas redes [*Clusters Criativos em Áreas de Baixa Densidade e Rede de Economias Criativas*] pretendem 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. (...) Estas redes são uma oportunidade para não olharmos apenas para o livro de receitas, mas para encararmos o nosso território como um espaço de ousadia e confiança no futuro”¹¹.

2. Regeneração urbana através de *Clusters* Criativos

Como resposta ao declínio global de diversos sectores industriais, um crescente número de cidades em todo o mundo, incluindo áreas urbanas de pequenas dimensões, tem apostado em políticas públicas de regeneração urbana com o objectivo de desenvolver os sectores das indústrias criativas. Neste contexto, têm surgido inúmeras políticas e projectos que visam promover a criação de *clusters* criativos como aposta estratégica de desenvolvimento económico.

Os *clusters* são normalmente definidos como concentrações geográficas de empresas relacionadas, juntando fornecedores, prestadores de serviços, clientes e instituições (por exemplo, associações comerciais, agências ou universidades) que competem e cooperam entre si¹². Os “*clusters* criativos” abrangem uma definição menos convencional. São espaços onde se criam/produzem e consomem bens culturais. Incluem instituições e equipamentos culturais, artistas individuais, empresas sem fins lucrativos, juntamente com Parques Científicos e Centros de *Mídia*. Estes *clusters* “são uma verdadeira ecologia criativa”¹³, que têm características particulares: são lugares para se viver, bem como destinados ao trabalho e ao lazer, originando áreas urbanas distintas e dinâmicas, valorizadas pelo seu elevado capital simbólico, pela forte componente cultural e artística e pelas vertentes da educação, turismo e boémia.

São alguns exemplos de *clusters* criativos: o “Cultural Industries Quarter” de Sheffield, Inglaterra (baseado nas áreas de música, cinema, televisão e rádio); o projecto “22@bcn” de Barcelona, Espanha (ligado às áreas de *mídia*, TIC, energia e saúde); o “The Digital Hub” de Dublin, Irlanda (baseado nas áreas de *mídia* e TIC); o “Westergasfabriek”, Amesterdão, Holanda (*cluster* de indústrias culturais); a “Arabianranta” de Helsínquia, Finlândia (focado nas artes e no design); o “MuseumsQuartier” de Viena, Áustria (relacionado com a cultura digital, moda e design); o “Jewellery Quarter” de Birmingham, Inglaterra (baseado no design de joalheria); o “Digital Media City” de Seul, Coreia do Sul; o Parque de Indústrias Criativas “800SHOW” de Shangai, China; e o Pólo de Novos Mídias de Pequim, China.

Sob a perspectiva do desenvolvimento urbano sustentável, um aspecto relevante deste tipo de *clusters* é o facto de “reciclar” o território. Estes *clusters* constituem oportunidades de revitalização e desenvolvimento dos centros históricos, zonas industriais devolutas e degradadas e áreas periféricas enfraquecidas. “A revitalização urbana constitui-se como o principal *drive-force* para implementar um movimento de retorno ao centro das cidades. A (re)utilização do espaço público como lugar de todos os (des)encontros permite considerar que o

¹¹ Telmo Faria, “A Criatividade em Áreas Urbanas de Baixa Densidade”. Revista *Arquitectura* 21, n.º. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.22.

¹² Definição de “business cluster” de Michael Porter (1998).

¹³ Carlos Martins, “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. Revista *Arquitectura* 21, n.º. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.28.

fascínio pela vivência partilhada das experiências estéticas pode conduzir à criação de uma nova geografia cosmopolita albergando novos locais para a cultura. (...) Os espaços emergentes assim criados tornam-se modelos de desenvolvimento que aproveitam antigos vazios urbanos, construções industriais obsoletas e edifícios devolutos que aspiram a participar no lançamento de uma nova dinâmica e se assumem como âncoras de uma nova maneira de entender a regeneração urbana. A combinação de vontades, ideias e projectos em espaços reabilitados criam novos relacionamentos que permitem contribuir para a atractividade das novas classes criativas, de projectos inovadores e de talentos emergentes”¹⁴.

Estes pólos de criatividade (*clusters*) têm o potencial de dar forma à demanda global pela oferta local das cidades, e convertem-se num íman para o investimento exterior. A proximidade de empresas oferece diversas vantagens competitivas, tais como: acentua a concorrência e eleva os padrões; incentiva a colaboração e a difusão de boas práticas entre empresas; e potencia a inovação, devido à concentração de diferentes indústrias especializadas, mas complementares.

Outro aspecto a destacar nestes *clusters* criativos é o facto de reduzirem as dificuldades das pequenas empresas criativas, pois possibilitam um maior acesso a redes, informação e apoio técnico. A associação em rede das pequenas empresas criativas aí gerada é a melhor forma destas ganharem escala, notoriedade e massa crítica. Para além de ser benéfico para as empresas, também favorece a própria cidade. Esta vantagem é especialmente importante para as cidades de pequenas dimensões, dando-lhes maior visibilidade.

3. Os espaços para a Classe Criativa e o papel dos arquitectos

A economia criativa está fortemente relacionada com o conceito de “lugar”. As estratégias baseadas na criatividade para o desenvolvimento local devem ser pensadas num enquadramento espacial específico. É necessário considerar diferentes escalas (desde o planeamento urbano ao projecto arquitectónico) na criação de espaços urbanos funcionais para as indústrias criativas e para os empreendedores criativos.

A classe criativa procura locais dinâmicos, com capacidade de proporcionar atmosferas de trabalho e, simultaneamente, de lazer, e procura ainda ambientes autênticos caracterizados pela diversidade. Podem resumir-se alguns dos principais atributos dos lugares valorizados pela classe criativa: o estilo de vida; a existência de espaços de interacção social; a diversidade (evidencia a tolerância da comunidade às pessoas externas); autenticidade (a singularidade do local); e a qualidade do lugar (factor central na decisão da localização da classe criativa).

É importante reconhecer o papel essencial dos talentos criativos e do empreendedorismo. A presença da classe criativa gera dinamismo económico, social e cultural. Num mundo cada vez mais global, a capacidade de inovação de uma região ou país assume uma importância relevante ao nível da competitividade nacional ou internacional. A atracção de talento criativo tem também um impacto positivo na requalificação urbana, no rejuvenescimento e internacionalização da cidade, na valorização do património, entre outros aspectos.

O papel dos arquitectos no desenvolvimento das cidades criativas é fundamental, bem como misto. Para além de fazerem parte da classe criativa que “constrói” e dinamiza estas cidades, também beneficiam em grande parte da plataforma que é criada. “Por outro lado são eles os grandes responsáveis para que o processo não se centre só no grupo que representam mas contamine toda a cidade e comunique com todos os cidadãos”¹⁵. Os arquitectos têm um papel essencial na cidade visto que são eles que idealizam grande parte do ambiente

¹⁴ Luís Serpa (empresário cultural, galerista, presidente da Induscria – Plataforma para as Indústrias Criativas) em entrevista a Luís Santiago Baptista e Paula Melâneo, intitulada “Mercados Criativos. Perspectivas Críticas”. Revista *Arq/a: Arquitectura e Arte*, n.º. 80/81, Lisboa, Maio/Junho 2010, pág.38.

¹⁵ Guta Moura Guedes (presidente da Experimenta Design Lisboa/Amsterdão) em entrevista a Filipe Gil. Revista *Arquitectura 21*, n.º. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009, pág.48.

construído, pesando também sobre eles a responsabilidade da criação de espaços humanizados e agradáveis, e, no contexto deste artigo, novos espaços para a experimentação, a inovação e o espírito empresarial, que fomentem ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interação social. Deste modo, é importante que os arquitectos desenvolvam a capacidade de projectar espaços urbanos que “respirem” inovação, conhecimento e criatividade, e que conciliem a resposta às necessidades dos sectores criativos e às dinâmicas sociais que os ocupam.

A União Europeia¹⁶ salienta que “as actividades culturais e as indústrias da criação, entre as quais a arquitectura, desempenham um papel primordial na dinamização da inovação e da tecnologia e são vectores essenciais de um crescimento sustentável no futuro”, e acrescenta que “a arquitectura, disciplina da criação cultural e da inovação, nomeadamente tecnológica, constitui uma ilustração notável daquilo que a cultura pode trazer ao desenvolvimento sustentável, atendendo ao seu impacto na dimensão cultural das cidades, assim como na economia, na coesão social e no ambiente. A arquitectura é, além disso, um exemplo do carácter transversal da cultura, na medida em que nela intervêm diversas políticas públicas, e não apenas as políticas culturais”. Considera ainda que, a “a arquitectura desempenha um papel de síntese e de inovação na implementação de um desenvolvimento urbano sustentável, permitindo nomeadamente: conciliar as exigências por vezes divergentes da conservação dos edifícios e das paisagens e a criação contemporânea, ou ainda as legítimas aspirações dos habitantes e o controlo da expansão urbana; e contribuir, graças à sua diversidade, qualidade e criatividade, para o enriquecimento cultural e a qualidade de vida das populações urbanas, bem como para o dinamismo económico, comercial e turístico das cidades”.

Em suma, na era criativa, a arquitectura tem de criar certas condições e espaços físicos que respondam às necessidades dos indivíduos pertencentes às classes criativas, nomeadamente através da criação de locais de reflexão, encontro, inovação, experimentação e empreendedorismo, para que estes possam produzir novas ideias numa base interdisciplinar. Neste sentido, estão a emergir e a ganhar destaque uma “nova geração” de infra-estruturas baseadas na cultura e na criatividade, como por exemplo: “habitações criativas” (espaços flexíveis para viver e trabalhar - *live-work houses*), residências artísticas, incubadoras de indústrias criativas, espaços de *coworking*, *living labs*, *fab labs*, etc. Alguns destes espaços estão descritos de seguida.

3.1. Infra-estruturas criativas

A criação deste tipo de espaços culturais e criativos (*live-work houses*/residências artísticas, incubadoras de indústrias criativas, espaços de *coworking*, *living labs*, *fab labs*, entre outros) é uma boa aposta para as áreas urbanas de baixa densidade, pois, geralmente, não dependem de infra-estruturas industriais de grandes dimensões, não são tão dispendiosos comparativamente aos espaços culturais criados nas grandes cidades, e permitem a reabilitação de espaços devolutos. Para além disso, por serem espaços de encontro, entretenimento, experimentação e inovação, atraem visitantes à cidade e talentos criativos, que podem apenas ficar por um tempo ou ficarem residentes.

- **Residências artísticas**

As Residências Artísticas são habitações onde artistas vivem e praticam a sua arte durante um determinado período de tempo, longe das suas raízes e do contexto social e cultural habitual. Têm como objectivo a formação e o desenvolvimento de projectos artísticos. Este é um fenómeno antigo, no entanto, ganhou uma dimensão internacional a partir dos anos 90, quando começaram a multiplicar-se os programas de residências artísticas no mundo.

¹⁶ Jornal Oficial da União Europeia, *Conclusões do Conselho sobre a arquitectura: contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável*, (2008/C 319/05). Edição em língua portuguesa, C 319/13 de 13.12.2008.

Estas residências permitem aos artistas reunir as condições necessárias (físicas e técnicas) para realizarem o seu trabalho criativo. Possuem as mais variadas realidades (podem situar-se em grandes cidades ou em zonas rurais), modelos, workshops e programas. Inclusive, cada programa tem os seus objectivos, tempo de duração e disciplina artística. Existem também diferenças quanto às condições de alojamento, infra-estrutura, financiamento, acompanhamento e exposição do projecto desenvolvido. A maioria das residências artísticas disponibiliza: alojamento, estúdios ou ateliês, alimentação, instalações e equipamentos técnicos, espaços de convívio e espaços para exposições e apresentações.

Este tipo de residências proporciona ambientes de aprendizagem, intercâmbio cultural e partilha de experiências e conhecimentos. Os artistas em residência têm a oportunidade de, numa lógica de laboratório, desenvolver os seus projectos criativos de forma intensiva e focada, bem como, “a oportunidade de desenvolver métodos próprios de envolvimento com os lugares, contribuindo para uma revalorização e para a sustentabilidade das culturas locais”¹⁷.

Em Portugal, a maioria das residências artísticas situa-se em cidades de pequenas dimensões ou zonas rurais, como por exemplo: “ARTerra - Residências Rurais Artísticas”, Tondela; “Casa do Artista”, Vila Nova de Cerveira; “OBRAS - Centre for Arts and Sciences”, Evoramonte; “Oficinas do Convento”, Montemor-o-Novo; “Residências Artísticas do Convento de São Francisco de Mértola”, Mértola; e “Binaural”, S. Pedro do Sul.

• Incubadoras de indústrias criativas

As incubadoras de indústrias criativas são espaços de apoio à criação e desenvolvimento de empresas criativas. Funcionam como plataformas colaborativas e de interação para artistas emergentes, grupos de artistas e empresas com actividades relacionadas com a criatividade e a inovação, que tenham potencial comercial. Estas incubadoras disponibilizam instalações (a preços acessíveis) onde as empresas/indivíduos podem dar início e desenvolver a sua actividade durante os primeiros anos. O objectivo é o de proporcionar às novas indústrias criativas o acesso às componentes necessárias à execução, viabilização e gestão dos seus projectos, de forma a serem constituídas empresas rentáveis no fim do prazo de incubação definido.

São compostas por instalações individuais e colectivas: escritórios, pequenos postos de trabalho em salas partilhadas (“hot-desk services”), espaços comuns, salas de reuniões, serviços de gestão (que incluem: serviços de comunicação - “back-office services”, e serviços de recepção - “front-desk services”), etc. As incubadoras também disponibilizam um conjunto de serviços de apoio aos empreendedores, tais como: 1) serviços para a fase de arranque das empresas (incubação) - análise e orientação inicial das ideias de negócio, formulação de estratégias empresariais, formação na área do empreendedorismo e apoio na elaboração de planos de negócio; 2) Apoio técnico e serviços de *networking* e de desenvolvimento empresarial - auxílio na procura de parceiros de negócios e de fontes de financiamento para projectos específicos; consultoria jurídica, financeira, de marketing e de gestão, etc.

Em Portugal, destaca-se a “INSerralves - Incubadora de Indústrias Criativas”, do Porto, e a “ABC - Apoio de Base à Criatividade”, incubadora do Parque Tecnológico de Óbidos.

• Espaços de Coworking

Os espaços de *coworking* são espaços de escritórios comunitários (em *open space*), para *freelancers* (profissionais independentes) e micro-empresas criativas. É uma alternativa acessível e flexível para comprar ou alugar um espaço de escritório (pode-se optar por alugueres diários, semanais, mensais ou anuais). Reproduz os ambientes informais dos cafés, adicionando serviços básicos e conforto. Disponibiliza: espaço de trabalho (com equipamento de escritório), internet, cafetaria, e, muitas vezes, também dispõem de sala de reuniões.

¹⁷ “Associação Cultural de Arte e Comunicação - Oficinas do Convento” in http://www.oficinasdoconvento.com/?page_id=1109, consultado a 25-07-11.

Caracterizam-se por serem espaços colaborativos, informais e inovadores, em que o foco não está somente no lucro, mas também na sociedade. Nestes espaços os profissionais compartilham o espaço de trabalho e valores comuns (valores de colaboração, comunidade, sustentabilidade, espírito de abertura, acessibilidade, etc.), procuram sinergias e trocam ideias, informações e experiências. São espaços que combatem o isolamento dos *freelancers*, e a sua possível desmotivação no trabalho. Deste modo, os locais de *CoWork* fomentam a produtividade e a concentração, potenciam o desenvolvimento de projectos e acordos conjuntos e proporcionam um ambiente confortável e tranquilo.

O conceito *coworking* nasceu à pouco mais de uma década nos Estados Unidos e rapidamente se espalhou pelo mundo. Grande parte dos espaços de *coworking* foi fundada por empreendedores de tecnologia “nómadas”, que pretendiam locais de trabalho alternativos aos cafés e às suas próprias casas. Este conceito ainda está em crescimento em Portugal, e a tendência é a destes espaços aumentarem, tendo em conta que existem cada vez mais *freelancers* de sucesso. São alguns exemplos de espaços de *Cowork* em Portugal: Lisboa (“CoWork Lisboa”, “Liberdade 229”, “CoWork Lab” em Oeiras, “CoWork Picoas”, “CoWork Ser Inteiro”, “1Space4me”, “Coworking YAh!”); Coimbra (“CoWork.Coimbra”); Porto (“Hub Porto”, “InWork”); Braga (“Factory Business Center”, “Coworking YAh!”); Faro (“Coworkin’ FAO”); Viana do Castelo (“Dínamo 10”).

• Fab Labs (Laboratórios de Fabricação Digital)

“Fab Lab” é a abreviatura de “Fabrication Laboratory”. O conceito surgiu em 1998, no Center for Bits and Atoms (CBA) do Massachusetts Institute of Technology (MIT), através de uma disciplina designada *How to do (almost) anything* (em português, “Como fazer (quase) tudo”), dada pelo professor Neil Gershenfeld.

Um Fab Lab - Laboratório de Fabricação Digital - consiste num espaço que disponibiliza um conjunto de ferramentas industriais de prototipagem rápida - máquinas de fabricação digital de última geração (máquina de corte e gravação a laser, máquina de corte de vinil, impressora 3D, máquinas fresadoras, entre outras), e ainda disponibiliza computadores e respectivas ferramentas de programação informática suportadas por software *open source* e por *freeware* CAD e CAM (sistema integrado de produção que visa a prototipagem rápida).

Esta plataforma de prototipagem rápida - Fab Lab, permite aos seus usuários a possibilidade de conceptualizar, projectar, desenvolver, fabricar e testar praticamente qualquer coisa, transformando as ideias em produtos concretos. Assim, no mesmo espaço e em pouco tempo, os projectos são concebidos em 2D para posteriormente serem materializados em 3D. Podem ser realizados uma multiplicidade de projectos, desde os mais simples, como por exemplo porta-chaves desenvolvidos por crianças numa tarde, aos mais complexos, como peças de design, objectos tecnológicos, maquetes, placas de circuitos, ou mesmo casas até uma determinada dimensão, entre tantos outros exemplos. Um dos aspectos favoráveis é o facto de ser possível criar estes objectos a partir da reciclagem de utensílios domésticos ou desperdícios industriais.

O Fab Lab é um conceito pensado para a comunidade, que permite democratizar o acesso à inovação e que fomenta uma educação técnica informal, baseando-se numa aprendizagem assente no “Learn by Doing” (em português, “aprender fazendo”). É um espaço de encontro e trocas de sinergia, que proporciona o ambiente e as condições ideais para fomentar o espírito de criatividade e inovação. Através do acesso mais facilitado a um conjunto de ferramentas de última geração, promove-se a cidadania participativa e o empreendedorismo. A partir dos Fab Labs podem gerar-se projectos com perspectivas de viabilização económica, e mesmo micro negócios locais. No entanto, se forem criadas actividades comerciais, estas devem crescer fora dos Fab Labs.

Em Portugal, o conceito de Fab Lab é ainda relativamente desconhecido e estão a dar-se os primeiros passos. Portugal faz parte de uma rede internacional de laboratórios digitais desde a criação do primeiro Fab Lab português - “FabLab EDP”, em Sacavém, inaugurado em Fevereiro de 2011. Entretanto, também foi criado o “OPO'Lab Fab'Lab”, no Porto, que também já aderiu à rede. Foi ainda criada a Associação Portuguesa de Laboratórios de Fabricação Digital (APLFD).

- **Espaços culturais e criativos (para interação e entretenimento)**

Estes espaços são destinados a promover actividades culturais (como por exemplo: concertos, performances, debates, sessões de cinema ou poesia, lançamentos de livros, workshops, exposições – pintura, fotografia, escultura, ilustração, arte urbana, etc.), e são geralmente geridos por associações culturais. São espaços informais e *open spaces*, com uma atmosfera original, onde os artistas (principalmente de artes alternativas) podem apresentar o seu trabalho fora dos circuitos comerciais. Assim, são espaços de experimentação e improvisação (para criação artística e apresentação) e espaços de encontro, convívio e lazer, bem como locais em que a sociedade é convidada a participar numa grande variedade de experiências artísticas (procura-se uma aproximação entre público e artistas). A “Fábrica Braço de Prata”, em Lisboa, e o “Contagiarte”, no Porto, são dois excelentes exemplos portugueses deste tipo de espaços culturais e criativos.

Pode então concluir-se, dos exemplos referidos, que existem algumas tendências comuns nas infra-estruturas que as pessoas criativas procuram¹⁸:

- Espaços com preços acessíveis em edifícios industriais antigos e/ou edifícios históricos com uma atmosfera especial;
- Espaços para criação cultural e criativa, exposição e apresentação;
- Espaços de uso misto, onde se pode viver, trabalhar, aprender e divertir;
- Espaços flexíveis que podem ser usados de forma temporária;
- Espaços em que existe um misto de reflexão pessoal (individualidade) e partilha de experiências (comunidade);
- Espaços de interacção: salas de reuniões, cafés, espaços de partilha de recursos, etc.;
- Espaços híbridos, por exemplo: incubadoras de indústrias criativas com residências artísticas, Fab Labs com espaços de “coworking”, incubadoras de indústrias criativas com espaços de “coworking” e Fab Labs, etc.

4. Uma proposta para a cidade da Covilhã

A cidade da Covilhã, localizada na Cova da Beira (centro de Portugal), distrito de Castelo Branco, está implantada na encosta sudeste da Serra da Estrela. É a cidade mais próxima do ponto mais alto de Portugal Continental (a Torre, na Serra da Estrela, com 1993 metros). A cidade tem cerca de 30 mil habitantes. Possui uma área urbana de cerca de 555 km² e estende-se entre os 450 e os 800 m de altitude.

A Covilhã é uma cidade de montanha, antiga cidade industrial ligada aos lanifícios, hoje uma cidade universitária¹⁹. Encontrou na Universidade da Beira Interior (UBI) a juventude, a modernidade e o desenvolvimento que, aliada a uma tradição empresarial, permitiu ultrapassar a crise da indústria têxtil dos lanifícios dos anos 80 e consolidar novas e diversificadas actividades económicas. Hoje, a cidade da Covilhã é um importante pólo de atracção no interior do País. Num estudo elaborado pelo Jornal *Expresso*²⁰, sobre a qualidade de vida nas cidades portuguesas, a Covilhã ocupa a 14ª posição, situando-se à frente das restantes cidades do interior do país e de muitas do litoral.

Relativamente à reabilitação urbana da cidade da Covilhã, as décadas de 1980 e 1990 caracterizaram-se por uma fase de forte investimento na recuperação do património industrial, para a construção das infra-estruturas da Universidade da Beira Interior. Seguiu-se a implementação do Programa *Polis*, desenvolvido sobretudo ao

¹⁸ INTELI, *Spaces for Creative People: Concepts, Trends and the European Kaleidoscope*, in Workshop “The Space of the Creative Class: Urban Facilities and Strategies for Creative Entrepreneurs”, organização URBACT Creative Clusters, Hódmezővásárhely (Hungria), 10 e 11 de Outubro de 2010.

¹⁹ No ano lectivo 2009/2010, o número de estudantes inscritos na Universidade da Beira Interior foi de 6636 alunos, repartidos pelas 40 licenciaturas do primeiro ciclo, 58 mestrados do segundo ciclo e 27 áreas de doutoramento.

²⁰ Estudo do Jornal *Expresso*, publicado nas páginas 32 a 39 da revista “Única” do *Expresso*, intitulado “Classificação Expresso das melhores cidades portuguesas para viver em 2007”.

longo da década de 2000-2009, que reabilitou principalmente espaços públicos, abertos e “verdes” (como parques, praças e jardins). Durante estas três décadas, as recuperações na Covilhã incidiram principalmente no sector das obras de tipo urbano-paisagístico, e nas áreas periféricas, exteriores ou envolventes ao núcleo central mais antigo da cidade. Agora, inicia-se uma nova fase, relacionada com o problema do abandono e degradação do centro histórico (área que não foi objecto das principais preocupações municipais e estatais portuguesas nas décadas anteriores). Como resposta ao problema, a “Sociedade de Reabilitação Urbana (SRU) Nova Covilhã” pretende realizar uma série de intervenções para recuperar a área central da cidade, focando-se, sobretudo, em recuperações ou reconstruções de espaços de habitação em muito mau estado.

A Covilhã tem apostado na qualidade de vida, na inovação e modernização tecnológica (por exemplo, através do Parque de Ciência e Tecnologia da Covilhã - Parkurbis) e em diversificar e fortalecer as suas actividades sociais e culturais. Por estes motivos e pelo facto de ser uma cidade universitária, entre outras características particulares (tais como, paisagem natural inspiradora e qualidade ambiental, elevado número de actividades/eventos culturais e espaços de interacção social, qualidade dos espaços públicos, entre tantas outras), cumpre alguns dos requisitos básicos e demonstra potencial para o desenvolvimento de uma “economia criativa” e para atingir muitas das características das “cidades criativas”.

Indo de encontro aos objectivos da nova fase de reabilitação urbana da Covilhã, e porque também estes são compatíveis com os objectivos da criação de “cidades criativas”, o local escolhido para a proposta de intervenção arquitectónica, no âmbito deste artigo, é o centro histórico da Covilhã. Esta proposta visa definir orientações estratégicas específicas para a implantação de espaços urbanos criativos, que sejam capazes de desenvolver, juntamente com as infra-estruturas já existentes no local, um “Cluster Criativo” na zona histórica. O objectivo principal é que a criatividade e a inovação possam ser colocadas ao “serviço” do desenvolvimento e regeneração urbana, e da revitalização económica e social.

A zona histórica da Covilhã reúne condições favoráveis ao desenvolvimento de um *cluster* criativo, tais como: concentração de algumas infra-estruturas culturais e criativas no local (por exemplo, o edifício do Arquivo Municipal, o Departamento de Educação, Cultura e Desporto da Câmara Municipal da Covilhã, o Museu de Arte e Cultura, o Teatro-Cine, a sede da Associação de Estudantes da UBI, a igreja de Santa Maria e a sede do Jornal de Notícias da Covilhã), boa localização (centralidade em relação à cidade), proximidade com vários pólos da universidade, actividades mistas (habitação, comércio e lazer), intensa animação nocturna (com grande concentração de estudantes devido aos vários bares existentes, incluindo o Bar Académico da associação de estudantes), e um ambiente característico.

Propõe-se a criação de três infra-estruturas flexíveis e multifuncionais na zona histórica da Covilhã, baseadas na cultura e na criatividade, e destinadas a toda a comunidade. Os espaços propostos são os seguintes:

1) **Edifício 1** (teórico-prático) – **Academia Cultural e Criativa**.

Inclui: salas de formação (para tecnologias digitais, fotografia, audiovisuais, design, etc.), ateliês (para artesanato, pintura, escultura, canto, instrumentos musicais, dança, teatro, etc), espaço expositivo, auditório, espaço de convívio, salas administrativas e sala de professores.

2) **Edifício 2** (tecnológico) – **Fab Lab e Espaço de Coworking**.

Inclui: salas de trabalho/execução (equipadas com máquinas de prototipagem), espaço de “coworking”, sala multimédia, espaço multiusos (*open space*: espaço expositivo / local de montagem de objectos maiores / conferências esporádicas), cafetaria/bar, zona *lounge* (articulada com o bar) e secretaria.

3) **Edifício 3** (social) – **Espaço Chill Out**.

Inclui: café literário/concerto, pequena mediateca (que inclui zona de: hemeroteca, biblioteca, videoteca, cineteca, auditeca e reprografia) e loja (promoção de produtos e eventos dos vários edifícios).

Através de um levantamento dos vazios urbanos na zona histórica, foram estrategicamente escolhidos três locais diferentes para a implantação destas infra-estruturas (Figura 1), contribuindo, deste modo, para a coesão urbana, bem como para o aumento da área de influência destes espaços.

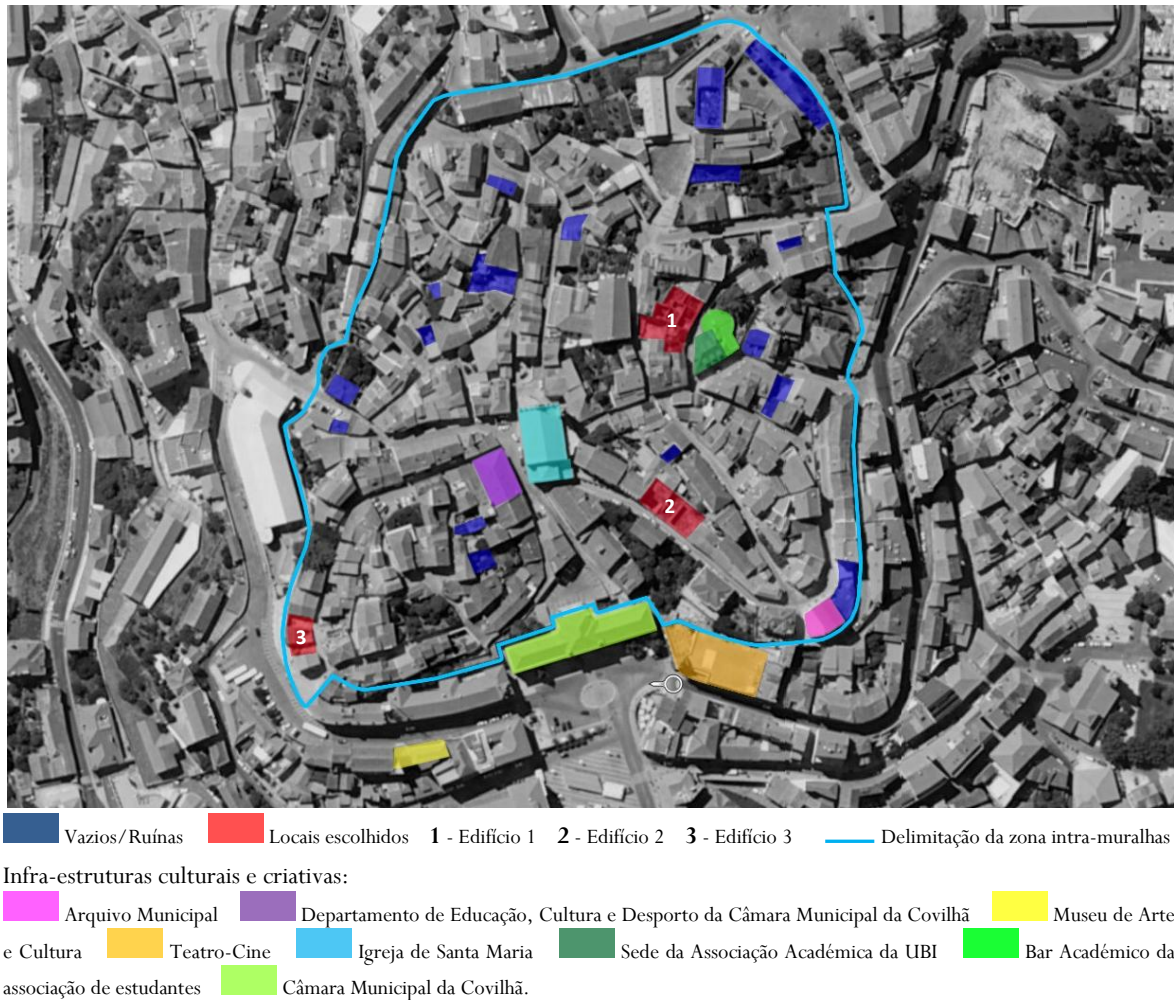


Figura 1 - Locais escolhidos para a proposta de intervenção no centro histórico da Covilhã. Fonte: autores.

Um dos objectivos da proposta é que estes espaços (juntamente com os já existentes) criem sinergias de promoção e desenvolvimento entre eles, funcionando como um “ecossistema criativo”. Pretende-se, igualmente, que esta proposta de intervenção crie novas dinâmicas e hábitos na área central da cidade, combatendo a tendência de abandono do centro histórico e fomentando ambientes favoráveis à criatividade, cultura e interacção social, “contagando” positivamente toda a região e sociedade em que se insere.

Conclusões

Vivemos numa época em que o capital humano, a inteligência, a imaginação e a criatividade estão a tornar-se chaves estratégicas para o sucesso das cidades. As cidades desempenham um papel vital no aproveitamento da criatividade para o seu desenvolvimento. No entanto, a criatividade pensada ao nível da cidade é muito mais complexa do que individualmente ou em organizações. Geralmente implica aspectos como assumir riscos calculados e ser flexível nas estratégias utilizadas. É então necessário um entendimento profundo do funcionamento da cidade e da sua riqueza cultural, e, por vezes, uma mudança de mentalidade e de intenções. As cidades poderão gerar condições para atrair mais capital criativo se criarem estratégias adaptadas e coerentes, que utilizem o seu potencial criativo, os seus *clusters* e os seus actores culturais. Assim, as estratégias e as políticas públicas baseadas na criatividade, destinadas a promover o desenvolvimento do território, devem estar atentas às especificidades do local, baseando-se em recursos e potencialidades existentes no território.

Caso contrário, reproduzir políticas e estratégias de outras cidades, regiões ou países pode levar a resultados inapropriados. Cada lugar tem de explorar a sua própria criatividade.

“As cidades de pequenas e médias dimensões, apesar de algumas limitações, têm potenciais que devem ser explorados, como a diversificação da economia local, a posição num sistema espacial policêntrico, a integração em redes regionais e globais, a tendência para o êxodo urbano e contra urbanização [*counter-urbanization*] e um capital territorial único. Portanto, áreas territoriais pequenas, devido às suas vantagens (...) podem beneficiar da participação na competição pela classe criativa, embora de formas diferentes relativamente aos centros metropolitanos”²¹.

É possível desenvolver uma economia criativa e dinamizar *cluster* criativos nas áreas de baixa densidade, bem como assegurar a sustentabilidade de estratégias assentes na criatividade, se se verificarem um conjunto de condições específicas favoráveis, pré-existentes no local (relacionadas com características naturais, histórico-culturais e simbólicas e com a qualidade de vida), e se se apostar na atracção, fixação e desenvolvimento da classe criativa, na criação e captação de negócios e projectos criativos, e na criação de espaços e infra-estruturas que respondam às necessidades dos talentos criativos.

A cidade da Covilhã reúne uma série de condições que permitem que se possa apostar nesta nova economia. A proposta de intervenção arquitectónica aqui exposta, visa promover dinâmicas para a criação de um *cluster* criativo como aposta estratégica de desenvolvimento económico, cultural e social. Pretende-se que este *cluster* constitua uma oportunidade de regeneração do centro histórico da cidade da Covilhã, combatendo a sua desertificação e degradação e maximizando o seu potencial, e que lhe confira uma maior importância enquanto espaço de criação. Contribuindo, assim, para que a própria cidade se transforme num espaço de descoberta e experimentação cultural e social.

Referências

BARATA, Patrícia (2010), *UBI em Números 2004-2009*. Covilhã: Gabinete de Relações Públicas da Universidade da Beira Interior.

BOP Consulting (2008), *East Midlands Urban and Regional Creative Industries Data Study*. Final Report.

CAVES, Richard (2000), *Creative Industries: Contracts between Art & Commerce*. Cambridge and London: Harvard University Press.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA (2008), *Conclusões do Conselho sobre a arquitectura: contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável*. Jornal Oficial da União Europeia (2008/C 319/05). Edição em língua portuguesa, C 319/13 de 13.12.2008.

EUROPEAN COMMISSION (2010), *Green Paper on Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries*. Brussels, COM (2010) 183.

FARIA, Telmo (2009), “A Criatividade em Áreas Urbanas de Baixa Densidade”. Revista *Arquitectura 21*, n.º. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009.

FLEMING, Tom (Creative Consultancy), et al. (2008), *Estudo Macroeconómico: Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*. Porto: Fundação Serralves, Julho 2008.

FLORIDA, Richard (2005), *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. New York: Collins.

FLORIDA, Richard (2002), *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.

²¹ INTELI, *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. INTELI, Lisboa, June 2011, pág.5-6.

- HOWKINS, John (2001), *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- INTELI (2011), *Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities*. Lisbon: INTELI, June 2011.
- INTELI (2010), *Spaces for Creative People: Concepts, Trends and the European Kaleidoscope*, in Workshop “The Space of the Creative Class: Urban Facilities and Strategies for Creative Entrepreneurs”, organização URBACT Creative Clusters, Hódmezővásárhely (Hungria), 10 e 11 de Outubro de 2010.
- LANDRY, Charles (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- MARTINS, Carlos (2009), “A formação de um Cluster Criativo na região Norte de Portugal”. *Revista Arquitectura 21*, n.º. 3 – *Cidades Criativas*, Lisboa, Abril 2009.
- MATEUS, Augusto, et al. (2010), *O Sector Cultural e Criativo em Portugal*. Lisboa: Augusto Mateus & Associados - Ministério da Cultura, Janeiro 2010.
- REVISTA MONUMENTOS: cidades - património - reabilitação. *Dossiê: Covilhã, a Cidade-Fábrica*, n.º. 29, Instituto da Habitação e da Reabilitação Urbana, Lisboa, Julho 2009.
- SELADA, Catarina; VILHENA DA CUNHA, Inês (2010), “Criatividade em Áreas de Baixa Densidade: O Caso da Vila de Óbidos”, in António Oliveira das Neves (coord.), *Criatividade e Inovação - Cadernos Sociedade e Trabalho*. Lisboa: Gabinete de Estratégia e Planeamento - Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, págs.197-211.
- THROSBY, David (2001), *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- UNCTAD, PNUD (2010), *Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A Feasible Development Option*. United Nations, December 2010.
- WAITT, Gordon; GIBSON, Chris (2009), “Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place”, in *Urban Studies*, vol. 46, n.º. 5-6, págs.1223-1246, May 2009.
- WOOD, Phil; TAYLOR, Calvin (2004), “Big Ideas for a Small Town: the Huddersfield Creative Town Initiative”, in *Local Economy*, vol. 19, n.º. 4, págs.380-395, November 2004.

DOCUMENTO DE ACEPTACIÓN DE AUTOR

Por la presente, el AUTOR/ES Joana Manteigueiro de Carvalho, María Candela Suárez e Jorge E. Ramos Jular, solicita/n que el PAPER TITULADO "Dinâmicas Culturais e Criativas em Cidades de Pequenas Dimensões. Uma Estratégia para a Cidade da Covilhã, Portugal", sea sometido a evaluación para su posible inclusión en las Actas del II Congreso Internacional Sociedad Digital que serán publicadas por la Asociación científica de Comunicación y Nuevas Tecnologías ICONO14.

A tal fin, **el/los autor/es declara/n:**

- Que dicho manuscrito, en los resultados y forma concretos que presenta, no ha sido publicado ni está actualmente siendo evaluado para otra publicación.
- Que el contenido del mismo es de autoría original y propia, y que se ha participado en todas las fases de su elaboración, considerando el manuscrito remitido como versión definitiva del mismo para su evaluación.
- Que se aceptan las posibles revisiones que del texto tuvieran que realizarse para su publicación, así como los ajustes de estilo que pudiera considerar el Comité científico del evento o el comité editorial de ICONO14.
- Que en el caso de ser aceptado el paper para su publicación, atenderá con la mayor celeridad posible las indicaciones de corrección que pudieran ser indicadas en el proceso de revisión por pares que establece la revista.
- Que ha leído, conoce y está conforme con todos los extremos de la política editorial y las normas de publicación de ICONO14, especialmente por lo que respecta a las políticas de revisión, la publicación de investigaciones financiadas, el archivado de la revista y la política de acceso abierto. Sobre este último aspecto, conoce y acepta que el manuscrito, en caso de ser publicado, se distribuirá mediante una licencia Creative-Commons de tipo Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada.
- Que a tal efecto, por la presente el autor/es otorgan derechos de comunicación, publicación y edición del paper presentado en este acto a la Asociación científica de investigación en Comunicación y Nuevas Tecnologías ICONO14 de España (CIF: G-84075977) para todas las ediciones actuales y futuras de dichas actas.

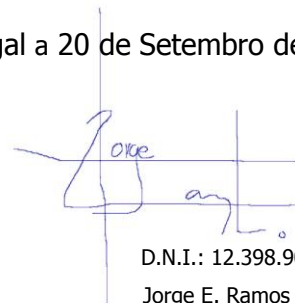
Y en conformidad, firma/n el presente documento en Covilhã, Portugal a 20 de Setembro de 2011.



B.I.: 13372785
Joana Manteigueiro de Carvalho



Título de Residência: I19455329
María Candela Suárez



D.N.I.: 12.398.901S
Jorge E. Ramos Jular

