

Revista Crítica
de Ciências Sociais

Revista Crítica de Ciências Sociais

99 | 2012

Em torno da cidade criativa

Processos de elaboração de criatividade, inovação e capital social: O caso de Almada

Processes for Developing Creativity, Innovation and Social Capital: The Case of Almada

Processus d'élaboration de créativité, innovation et capital social: le cas d'Almada

Jorge Gonçalves e Inês Vilhena da Cunha



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/rccs/5117>

DOI: 10.4000/rccs.5117

ISSN: 2182-7435

Editora

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

Edição impressa

Data de publicação: 1 Dezembro 2012

Paginação: 73-98

ISSN: 0254-1106

Refêrencia eletrónica

Jorge Gonçalves e Inês Vilhena da Cunha, « Processos de elaboração de criatividade, inovação e capital social: O caso de Almada », *Revista Crítica de Ciências Sociais* [Online], 99 | 2012, colocado online no dia 04 setembro 2013, criado a 19 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rccs/5117> ; DOI : 10.4000/rccs.5117



JORGE GONÇALVES
INÉS VILHENA DA CUNHA

Processos de elaboração de criatividade, inovação e capital social: O caso de Almada

As cidades estão hoje confrontadas com pressões múltiplas que as obrigam a entrar no jogo da competição económica, atraindo investimento e emprego, o que por sua vez exige uma crescente sofisticação nos recursos a mobilizar. A inovação e a criatividade têm sido utilizadas com frequência para este fim, mas também como instrumento que permite introduzir contemporaneidade nos estilos de vida, nos espaços urbanos e nas iniciativas culturais e artísticas.

O projeto *Almada – Laboratório de Ideias* não contraria apenas a exigência da competição territorial desenfreada, alheada dos valores de equidade e coesão social, alimentando clássicos protagonismos e produtos culturais desligados dos contextos sociolocais, como reforça as articulações entre atores locais; mobiliza jovens para a criação de projetos que articulam território/inovação/tecnologia; e fomenta ainda a interação com a comunidade local, gerando, na realidade, capital social.

Palavras-chave: cidades; criatividade; política cultural; projeto Almada – Laboratório de Ideias; regeneração urbana.

Introdução

À cidade tem-se exigido sempre que seja capaz de liderar processos de inovação e desenvolvimento. Ao mesmo tempo, pede-se-lhe que o faça incrementando processos de perequação social, qualificação urbana e cidadania ativa. A tecnologia e a criatividade, atendendo às infinitas oportunidades que suscitam, passaram a ser um trunfo das cidades que as sabem usar no tempo e na escala adequada para responder àqueles desafios.

Na vertigem em que o tempo transcorre, a ideia das cidades criativas parecer décadas. Lentamente, embora mais lento numas cidades do que noutras, constrói-se a perceção de que a criatividade pode ser a chave para um futuro personalizado e, por isso mesmo, distintivo. Nas duas últimas décadas têm-se multiplicado os estudos, os projetos, as expectativas, as iniciativas. Todos os

territórios, em todas as escalas, e não importa com que condicionantes, buscam a materialização de tão sedutor conceito, indutor de emprego qualificado, identidades “refrescadas” e novas oportunidades de investimento.

Feito este percurso inicial, a aprendizagem foi grande e demorada. Pelo muito que não se fez e pelo pouco que ainda se conseguiu. Mas mais uma vez se percebeu que uma boa ideia, consensual e mobilizadora, precisa de bastante mais do que ações e atitudes exclusivamente voluntaristas que acabam por desvirtuar conceitos e, pelos objetivos inalcançados, podem chegar a desmobilizar os atores-chave.

Importando estas convicções para o contexto urbano aqui analisado, muito há a fazer, sendo que algo já foi mudando. E a criatividade rompeu ideias preconcebidas e ultrapassou as fronteiras do expectável. Deu sinais a uma cidade que quer retornar ao centro; a uma estética que vai do objeto icónico à nave industrial abandonada; desafiou uma tecnologia que olha agora para a qualificação do quotidiano urbano, de residentes e demais utilizadores; uma cidade que seduz artistas, investigadores e profissionais para a conceção de produtos urbanos inovadores em espaço público, mobiliário e equipamento diverso.

Lembremos apenas que o trabalho de Florida sobre a classe criativa e em forte articulação com as cidades criativas converteu as grandes metrópoles em protagonistas deste amplo movimento, devido à preexistência de massa crítica medida em quantidade, diversidade e densidade, fundamental para a emergência e prolongamento de vantagens competitivas neste domínio.

Este artigo começa assim por se debruçar sobre as cidades criativas e inovadoras, expondo a importância nesses espaços das comunidades e dos processos que visam a sua coesão. Na sequência desta abordagem é descrito o caso de Almada, uma cidade metropolitana que apostou na criatividade e cultura como estratégia de desenvolvimento, através da dinamização do projeto Almada – Laboratório de Ideias. Por fim, são apresentadas reflexões finais e recomendações de políticas que aproveitam a reflexão e as aprendizagens efetuadas.

Cidades criativas e inovadoras

Existe um processo de reforço urbano e, sobretudo metropolitano, em curso. E não é apenas porque, como dizem as estatísticas mundiais mais recentes, pela primeira vez na história da Humanidade, mais de metade da população habita em cidades (UN, 2005). As megarregiões urbanas não só absorvem uma percentagem elevada da população total dos territórios onde se inscrevem, como, sobretudo, têm a capacidade de gerar um peso financeiro e económico que pode ultrapassar várias vezes o seu peso demográfico ou a sua dimensão espacial (Fujita *et al.*, 2001).

Se atentarmos nas 10 maiores cidades constatar-se-á que representam um décimo da população mundial. Se a perspectiva de análise for a económica, os resultados são ainda mais expressivos, já que as 10 mais relevantes neste domínio cobrem “apenas” 416 milhões de indivíduos (6,5% da população mundial), mas 57% das inovações patenteadas ou 53% dos cientistas mais citados mundialmente (Florida, 2008). Não se trata então apenas de colossos demográficos mas sobretudo de máquinas económicas e financeiras muito evoluídas.

Parte destas cidades são hoje *hotspots* políticos, financeiros e produtivos com uma capacidade enorme de se autorreproduzirem a partir da sedução exercida sobre quem quer vingar nestes domínios. As leis da física, que tradicionalmente têm sido convocadas por alguns modelos de incidência territorial – modelos gravitacionais diversos, teoria dos lugares centrais de Christaller, entre outros – continuam a demonstrar a sua utilidade na explicação da autossustentação do poder urbano a partir do jogo das massas demográficas e económicas das cidades.

É neste quadro que surgem algumas convicções e consensos sobre quais os desafios que se colocam às cidades (Harvey, 1990, 2005; Sassen, 1994, 2001; Lo e Marcotullio, 2000) e que só na resposta estratégica, ou, se se quiser, na programação a médio/longo prazo, se poderá garantir a sua afirmação estruturada e coerente (Bourdín, 2011; Rasoolimanesh *et al.*, 2012). Considera-se particularmente adequado convocar para esta reflexão prévia a proposta de Ferrão (2003), onde se entende que as cidades devem ser percebidas a partir de três ingredientes fundamentais: sítios, redes e cosmopolitismo.

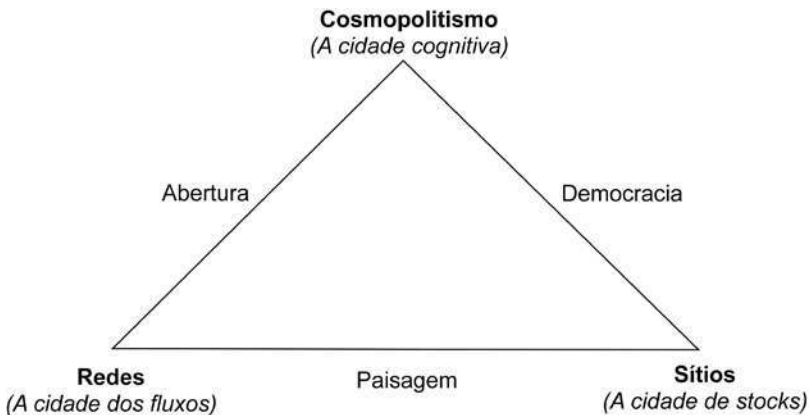


FIGURA 1 – Ingredientes e valores urbanos

Fonte: Ferrão (2003), adaptado

- **Sítios**, porque a cidade é feita de existências, de materialidade sendo esse, no fundo, o seu corpo. Desde os bairros, aos espaços públicos, às frentes ribeirinhas entre outras, é aqui que nasce a matriz central da forma urbana e da sua paisagem.
- **Redes**, porque aí se desenvolvem os fluxos, a verdadeira seiva urbana. A dinâmica, a vida correm por estas artérias constituídas por infraestruturas de saneamento, comunicação, transporte, teias sociais, gerando interações complexas de geometria sempre diferente.
- **Cosmopolitismo**, por fim, porque, como afirma o autor, daí nasce a cidade cognitiva que pensa, intui, sente e reage, construindo uma identidade, uma alma, de suporte à vida de todos os dias, mas também instrumento de diferenciação e singularidade no campo da competitividade urbana: “atitudes, comportamentos, conhecimentos, competências, normas e convenções sociais, caracterizados por uma especial sensibilidade à diferença e à mudança, contribuem para consolidar uma inteligência coletiva que apenas as cidades parecem conseguir alcançar”.

Os valores urbanos materializados nos conceitos de paisagem, democracia e abertura são os produtos maiores de uma utilização correta daqueles ingredientes. As cidades, enquanto nós estratégicos e complexos de interação contínua de elementos materiais e imateriais tornam-se centros catalisadores de conhecimento e ambientes de excelência para a criatividade e inovação. Embora sejam recorrentemente utilizados como sinónimos, existem diferenças importantes entre estes dois conceitos que importa sublinhar. A criatividade, de acordo com Nieh (2005), é entendida como a capacidade de gerar ou ligar novas ideias, tornando-se num tipo de vantagem competitiva para as organizações e regiões. Esta criatividade também denominada genérica é ainda distinta da “criatividade artística”, mais relacionada com práticas criativas ligadas às artes, ao design e aos média. A inovação, conforme é conceptualizada no Manual de Oslo (OCDE, 2005) assenta na ação, ou seja, na implementação de novos (ou de melhorias significativas em) produtos, serviços ou processos. Assim, a capacidade de inovação não se fica pela geração de ideias, envolvendo-se na sua aplicação a esses novos produtos, serviços ou processos.

A criatividade, o conhecimento e a inovação, potenciadas pelas múltiplas oportunidades geradas pela globalização, disseminação de informação e comunicação, têm sido assim reconhecidas como os principais motores de desenvolvimento económico, social e cultural das cidades. A este respeito é bem clara a UNCTAD quando refere que:

No mundo contemporâneo, um novo paradigma está a emergir, que liga a economia e a cultura, abrangendo aspectos do desenvolvimento económico, cultural, tecnológico e social tanto ao nível macro como micro. Central para o novo paradigma é o facto de a criatividade, o conhecimento e o acesso à informação serem cada vez mais reconhecidos como motores de crescimento económico e impulsionadores de desenvolvimento num mundo globalizado. (2008: 3)

Através do fenómeno de globalização, as cidades reforçaram-se como as principais arenas da competitividade territorial (Sassen, 1994). E este movimento tem-se intensificado com a emergência do paradigma da criatividade (Florida, 2002, 2008; UNCTAD, 2008). A “cidade criativa” tem vindo assim a tornar-se um conceito muito popular nos últimos anos tanto na comunidade científica, como entre os decisores políticos. De facto, a obra de Charles Landry *The Creative City* (2000) e de Richard Florida *The Rise of the Creative Class* (2002), entre outras, tiveram a capacidade de impulsionar a adoção de estratégias convergentes com o conceito de cidades criativas por parte das autoridades locais. Todavia, a sua popularidade não impediu que se formasse em seu torno também um ambiente de ceticismo de múltipla face ora porque se entende que não está suficientemente demonstrada e, por isso, deve ser encarada mais como uma crença descrita desta forma por Bourdín: “façamos cultura, de preferência espetacular; assim atrairemos os portadores de inovação e teremos a inovação de que a cidade necessita para criar os círculos virtuosos de riqueza” (2011: 49), ora porque se suspeita que pode gerar externalidades negativas sobre as identidades culturais e a estrutura social (Bourdín, 2011; Long, 2009).

No entanto, de acordo com Trip e Romein (2010), existe uma lacuna entre a literatura académica sobre o conceito de cidade criativa e as atuais políticas de desenvolvimentos das cidades criativas. A transferência de políticas urbanas e a generalização de modelos de cidades criativas existentes tem vindo a tornar-se uma prática comum numa lógica de replicar estratégias de sucesso, mesmo que estas persistam como uma ideia difusa e muitas vezes sejam utilizadas para mascarar uma instrumentalização política, agora que a qualificação da imagem urbana e da esteticização do quotidiano passa por ser a substância do desenvolvimento urbano (Harvey, 1989). A importação deste tipo de modelos e estratégias tem dado lugar a resultados desajustados e abordagens mal sucedidas.

Em muitos casos, a implementação de estratégias de cidades criativas surge como resposta a um declínio industrial das cidades (Trip e Romein, 2010). Como tal, a cidade criativa surge dependente do seu próprio percurso de desenvolvimento e das suas raízes mas também associada aos seus ativos

tangíveis e intangíveis, como a qualidade do lugar, o contexto político e cultural, o ambiente construído, a estrutura económica ou a comunidade local (Selada *et al.*, 2012). Desta combinação nasce o seu carácter único, distintivo e identitário essencial a um projeto de futuro que não seja meramente uma operação de *branding*.

Neste sentido, o entendimento mais generalizado é de que o desenvolvimento de uma cidade criativa não poderá deixar de passar por uma abordagem integrada e assente nos recursos endógenos (naturais, culturais, simbólicos, económicos ou outros de importância local reconhecida), ou seja, nas características específicas que tornam a cidade única. A cidade criativa e inovadora pretende qualificar os territórios, proporcionar mais oportunidades a empresas e comunidades, mas respeitando um conjunto de princípios incontornáveis onde se salientam os baixos consumos energéticos, a baixa produção de carbono, a valorização das identidades culturais e patrimoniais e ainda a busca incessante por uma contínua densificação das redes sociais que permite o aperfeiçoamento da coesão social e territorial (Knowles e Brickner, 1981).

Esta visão integrada não deverá basear-se numa abordagem *top-down*, na qual as autoridades públicas têm a responsabilidade global da estratégia (Trip e Romein, 2010) e suportada por instrumentos convencionais de gestão e governação (planos físicos do território ou planos estratégicos com uma visão pouco partilhada). Cidades criativas requerem ação coletiva, envolvendo não só os governos locais, mas também as empresas e organizações do conhecimento – tradicionalmente denominada pelo modelo *triple hélix* no qual as tradicionais ferramentas de apoio à decisão são enriquecidas, quer com uma governança de base territorial (Ferrão, 2011), quer através da discussão, seleção e legitimação de cenários estratégicos orientadores da ação coletiva.

Mais ainda, Arnkil *et al.* (2010) propõem que o modelo de inovação de *triple hélix* seja alargado a um quarto grupo de atores – os utilizadores, os cidadãos – denominado o modelo de *quadruple hélix*. A criatividade e inovação colocadas ao serviço do desenvolvimento estratégico das cidades representam assim um desafio para as autoridades públicas; pelo facto de implicarem com o próprio sistema de governação local, não serão apenas as autoridades locais que terão o papel de “fazer” a cidade criativa, mas elas em cooperação com a comunidade, as empresas e as universidades. A visão de governação da cidade criativa passará por uma abordagem mais aberta, centrada nos cidadãos, onde o *top-down* dá lugar ao *side-by-side* – processos de liderança aberta.

Importa salientar que o modelo de *quadruple hélix* está diretamente alinhado com a visão da Estratégia Europeia 2020, que tem como objetivo

um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, implicando mudanças no sentido de uma melhor articulação entre os diversos atores.

A visão colaborativa em que assenta o conceito de cidade criativa é convergente com a teoria de *Creative placemaking* de Markusen e Gadwa (2010), onde os setores público, privado, não lucrativo e a comunidade colaboram estrategicamente para dar forma física e cunho social aos bairros, vilas e cidades em torno das atividades culturais e criativas.

Talvez ajude verificar que este processo não corresponde a um sempre ansiado novo paradigma, mas talvez à recuperação e adaptação de entendimentos de alguns destes aspetos já descritos ao longo do século XX, como bem recorda Flew (2005), ao referir que o foco nas atividades criativas e culturais como fatores de sucesso das cidades na economia global pode ser visto como um retorno ao entendimento clássico da própria natureza da cidade. Diversos críticos urbanos do século XX, como Lewis Mumford e Jane Jacobs, consideravam a integração da arte na comunidade como central para a cidade moderna, apresentando uma visão centrada no ser humano e promovendo a participação dos seres humanos a tempo inteiro – tanto enquanto atores, como enquanto espectadores da vida urbana – a cidade como “um teatro de ação social” (Makeham, 2005).

Cidade criativa e inovação social

A atual crise financeira, económica e social aumentou a pressão sobre as cidades, mas também impulsionou inovações mais radicais que em tempos normais seriam consideradas muito arriscadas ou muito ameaçadoras para o interesse dos investimentos (Kahn *et al.*, 2009). Para além disso, estes autores realçam também que, no passado, a crise, a frustração e a luta pela sobrevivência desempenharam um papel importante na construção da cidade criativa, acelerando e induzindo novas abordagens e novas soluções às necessidades e aos desafios emergentes nas cidades. Em muitos casos resultaram mesmo em inflexões urbanas (Ultramari e Duarte, 2009).

Evans *et al.* (2006) vão ainda mais longe, ao destacar que “as atividades culturais e criativas são também um poderoso veículo para o desenvolvimento e o envolvimento da comunidade fornecendo oportunidades a bairros e grupos sociais economicamente desfavorecidos”.

A dimensão inclusiva da cidade criativa e inovadora revela-se assim intrínseca ao seu conceito. De facto, a prioridade tem sido dada à dimensão económica e ambiental no contexto das cidades e das políticas públicas, como são exemplo projetos de comunidades de baixo carbono, edifícios inteligentes, veículos elétricos, eficiência energética, recursos renováveis

e recicláveis promovendo comportamentos ecológicos (Woodcraft *et al.*, 2011). No entanto, como resultado desta tendência, poucos recursos práticos respondem diretamente à questão de criar cidades socialmente sustentáveis para além das vertentes económica e ambiental.

As cidades concentram grandes oportunidades e potencialidades, mas paralelamente enfrentam alterações e desafios sociais significativos; disso são exemplo: o envelhecimento da população, o aumento do desemprego e do trabalho informal, problemas ligados à criminalidade, segurança e proteção, movimentos de emigração e imigração, problemas de pobreza e segregação, entre outras. Neste contexto, as cidades e respetivas comunidades necessitam de acelerar a sua capacidade de inovação e identificar novas abordagens e soluções que respondam aos desafios sociais que enfrentam.

Esta é a razão pela qual a inovação social deverá constituir uma prioridade no contexto das cidades, e em especial das cidades criativas e inovadoras.

A inovação social é vista na União Europeia como:

[...] inovações que são sociais tanto nos seus fins como nos seus meios. Especificamente, definimos inovações sociais como novas ideias (produtos, serviços e modelos) que, simultaneamente, respondem às necessidades sociais (de forma mais eficaz do que as alternativas) e criam novas relações ou colaborações sociais. Por outras palavras, são inovações que não são apenas positivas para a sociedade, mas que aumentam também a capacidade de ação da sociedade. (BEPA, 2010: 24)

Muitos dos problemas das cidades requerem assim uma abordagem que vai para além do ambiente físico, passando pela promoção de ambientes socialmente inclusivos, um sentido de responsabilidade e identitário entre as comunidades e bairros, orientado para o bem-estar da população e para a sua qualidade de vida (Kahn *et al.*, 2009).

É verdade que muitas das estratégias de cidades criativas que proliferam pelo mundo se centram em torno das infraestruturas físicas, nomeadamente a criação de bairros criativos e culturais ancorados em organizações públicas e espaços públicos; o investimento em indústrias criativas, como o design, a publicidade, os filmes e o vídeo, a música; a construção de incubadoras que oferecem serviços partilhados. No entanto, a cidade criativa é mais do que isto. O caso de Curitiba é clássico, apesar de ser cada vez mais um alvo de avaliação crítica (*e.g.* Sánchez, 2011), mas que no entender de Leadbeater

[...] é uma das cidades mais criativas do mundo. Mas não seguiu os passos dos discípulos de Richard Florida, tendo criado um centro cultural, especialmente para as pessoas criativas, membros da classe criativa, para que façam um trabalho especial.

Em vez disso, Curitiba aplicou a criatividade aos aspetos mais importantes da vida da cidade: como é que as pessoas vivem em conjunto, como residem, como se deslocam para o trabalho, como se formam, cuidando dos doentes e dos pobres e tratando do lixo coletivo. (2008)

Uma cidade socialmente criativa e inovadora deverá ser capaz de gerar novas ideias em resposta às necessidades sociais emergentes e transformar essas ideias em práticas e ações. No entanto, são raras as cidades que sabem fazê-lo de uma forma correta – tendem a não gerar novas ideias suficientes; são frequentemente lentas a adotar boas práticas provenientes do resto do mundo ou de cidades vizinhas, sendo, por conseguinte, lentas na sua implementação, frequentemente pela existência de ameaças aos interesses estabelecidos, por exemplo, nos serviços públicos como hospitais e escolas (Kahn *et al.*, 2009).

Neste contexto, é necessário criar nas cidades apoio institucional e enquadramento estratégico que induzam a geração de ideias e de fluxos criativos, a interação social, para que conversas criativas possam acontecer, ferramentas de financiamento para implementar ideias, liderança aberta ao cidadãos para que essas ideias geradas ganhem enquadramento na agenda política da cidade.

O caso de Almada – Arqueologia de um projeto urbano para a criatividade

Almada parece estar no centro desta discussão, o que lhe poderá permitir beneficiar do que se reconhece ser uma dupla personalidade territorial. É óbvia a sua condição metropolitana que nos finais dos anos 60 foi incrementada pela inauguração da ponte sobre o rio Tejo e que tem vindo a ser reforçada com a melhoria das acessibilidades (rodoviárias e ferroviárias) ou ainda com a localização de grandes equipamentos de nível metropolitano e nacional, nomeadamente o Hospital Garcia de Orta e a Universidade Nova de Lisboa. Mas, ao mesmo tempo, Almada denota uma carga identitária fabricada ao longo de décadas a partir das suas gentes e dos seus recursos naturais e locativos, permitindo-lhe uma diferenciação clara no seio da Lisboa metropolitana.

É por isso que os recentes desenvolvimentos temáticos e conscientes dos recursos disponíveis em Almada permitiram apropriar a ideia de criatividade, como capacidade individual e coletiva e não apenas reportável às dimensões de investigação e de discussão em contexto académico, passando a reconhecer os seus efeitos na possibilidade de dinamização económica e social das comunidades. Estas e os seus lugares são, por isso, espaços vitais para o ensaio de propostas criativas, constituindo lugares privilegiados

de concentração de meios, onde se cruzam fluxos criativos nos domínios tecnológicos e culturais, acolhem infraestruturas de desenvolvimento e de investigação e geram aspirações, motivações, imaginação e criatividade, para além de serem centros de decisão que favorecem processos e dinâmicas de desenvolvimento.

Territórios criativos serão, assim, lugares onde se registe a capacidade de fixar um tecido empresarial incorporador de conhecimento, instituições de ensino e investigação que estimulem a criação, condições de vida atrativas, liderança e um ambiente tolerante e cosmopolita. Através de múltiplos processos de mobilização do capital criativo, da inteligência, a cidade afirma o seu potencial de lugar de manufatura de produtos e ideias, podendo proporcionar, finalmente, a inovação (Amin e Graham, 1997; Deakin e Allwinkle, 2007) por via de uma ignição espontânea ou preparada.

Todos os acontecimentos têm uma causa. Ou melhor, têm uma multiplicidade de causas, enredadas no que se pode considerar uma teia de justificações próximas ou distantes, primárias e secundárias. Mas independentemente de ser quase sempre impossível delimitar de modo integral a complexidade de causas que deu origem ao acontecimento, é útil a sua exploração não só para memória futura como também como contributo para o avanço do conhecimento.

Serve este parágrafo como suporte da sistematização aqui concebida para a apresentação do projeto Almada – Laboratório de Ideias, ao sublinhar que tanto ou mais importante que o próprio projeto é o facto de ele surgir na sequência de muitos outros desenvolvimentos de natureza muito diversa, situados na demografia, na educação, na economia, na dinâmica cultural ou outras dimensões, que acabaram por desembocar nesta iniciativa municipal e que, eventualmente, poderão também determinar parte substantiva dos seus resultados.

Matriz de enquadramento

Quadro socioterritorial

A Área Metropolitana de Lisboa (AML) é hoje uma unidade territorial que acolhe pouco mais de dois milhões e oitocentos e vinte mil habitantes (INE, 2011). A última década censitária revela a manutenção de uma expressiva atratividade demográfica (acima dos 6%) bem como o reforço do seu peso no conjunto nacional (de 25,7% para 26,7% no mesmo período intercensitário). Esta capacidade centrípeta só pode ser gerada por uma dinâmica económica que consegue oferecer emprego e remunerações, satisfazendo as expectativas dos residentes. Com efeito, o ganho médio mensal na AML, em 2010, era quase um terço superior à média nacional e praticamente

40% dos indivíduos com formação superior concentravam-se aqui. Como causa ou como efeito, mais de 41% dos profissionais intelectuais e científicos estão aqui sediados. Não espanta que seja também na AML que se registre a maior proporção (15,3%) de VAB das empresas em setores de alta e média-alta tecnologia (a média nacional queda-se pelos 11%). Para além dos ganhos médios mensais superiores é ainda possível articular a dimensão económica com a condição financeira dos indivíduos, verificando como se distancia o levantamento médio de 2972€/habitante na rede ATM dos 2466€/habitante em relação à média nacional (+27%) ou ainda, segundo os dados da SIBS, os 4097€ de pagamento através de terminais automáticos efetuado por habitante face aos 2812€ do país (INE, 2009).

Muitos outros exemplos poderiam ser convocados para justificar o dinamismo da AML e sobretudo para permitir a explicação mais profunda dessa dinâmica, já que só uma maior capacidade exportadora da economia metropolitana poderá suportar esta realidade brevemente descrita. Juntemos-lhe apenas o significativo investimento territorializado levado a cabo pelas administrações centrais, regionais e locais e ilustrado pelas acessibilidades, pelos equipamentos e por um leque abrangente de outras infraestruturas que continuamente têm apoiado esta dinâmica económica, social e demográfica.

Mas a AML faz-se também e talvez sobretudo dos seus territórios municipais. Almada é um dos seus 18 concelhos e com 173 300 habitantes concentra 6,1% do total demográfico. Isto apesar dos seus 70 km² apenas pesarem 2,3% nos 2962,4 km² da AML. A proximidade ao coração da metrópole, a especificidade da base social e económica e a diversidade dos seus atributos físicos e naturais acabou por lhe conferir uma singularidade vantajosa em termos de competitividade.

Almada, tendo uma longa história, assistiu durante o século passado ao florescimento da atividade industrial de ocupação extensiva e mão-de-obra intensiva, fenómeno que marcou de forma perene o seu território, bem como a estrutura da sua população ativa até, pelo menos, aos finais da década de 80. Praticamente toda a orla ribeirinha apresenta até hoje o testemunho de uma ocupação industrial pesada, desde o Arsenal do Alfeite no Laranjeiro/Cova da Piedade, à ocupação manufatureira do Caramujo-Romeira e à reparação e construção naval na Margueira – Lisnave e Parry & Son (de que restam apenas as docas) em Cacilhas. Na margem virada a norte, permanecem edifícios e infraestruturas industrial-portuárias abandonados e, a poente da Autoestrada do Sul, as unidades de armazenamento de combustíveis líquidos nas encostas da Caparica e na Trafaria.

A profunda reestruturação económica a que se assistiu resultou num reposicionamento competitivo na área dos serviços às empresas e,

comparativamente com outros concelhos da península de Setúbal, de maior vocação na área das empresas de serviços de base tecnológica ou com forte componente de inovação.

A observação das tendências mais recentes de reorganização do comércio, de reforço do subsector dos restaurantes e hotéis resultante da abertura de novas unidades, da comercialização de espaços de escritórios e ainda da instalação de empresas de base tecnológica nos novos edifícios do *Madan*¹ Parque deverão manter esta tendência de crescimento e qualificação do terciário.

Neste processo de reconversão, assume particular importância o papel das micro-, pequenas e médias empresas, que constituem hoje a dominante empresarial no Concelho e são as principais responsáveis pela criação de emprego.

Num contexto tradicional ligado sobretudo a um passado familiar visível, tanto no comércio como na indústria, a pequena dimensão empresarial significava quase sempre uma grande inércia nos modelos de gestão, na oferta de produtos e nos modos de promoção, distribuição e comercialização (Basco e Rodríguez, 2009). Embora essa componente também seja visível em Almada, o facto de a recomposição do tecido económico ter acontecido sobretudo a partir dos anos 90, envolvendo novos setores como o cultural, o turismo e o lazer e serviços de apoio às pessoas e às empresas, só pode explicar-se com a participação de recursos humanos empreendedores e qualificados, beneficiando de um funcionamento em redes cooperativas, de transferências de tecnologia e conhecimento e de processos produtivos baseados na investigação.

A promoção do desenvolvimento de empresas de elevado potencial tecnológico associado à localização da Faculdade de Ciências e Tecnologia (FCT) da Universidade Nova de Lisboa e de vários centros de investigação, conduziu à ideia de apoiar projetos que desenvolvam a “fertilização cruzada” das componentes investigação/atividades económicas. É neste contexto que é criado em dezembro de 1995, o *Madan* Parque de Ciência e Tecnologia, pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa, Reitoria da Universidade Nova de Lisboa, Câmara Municipal de Almada e UNINOVA – Instituto para o Desenvolvimento de Novas Tecnologias, com cerca de 20 empresas instaladas, permitindo perspetivar o crescimento do emprego, mas também o reforço da capacidade de internacionalização da base económica do Concelho, alavancado pela atividade empresarial de base tecnológica.

¹ A designação deste parque de ciência e tecnologia deriva do nome árabe de Almada: Al-madan (a mina), pois aí haveria uma mina de ouro. A sua finalidade é contribuir para a modernização tecnológica do tecido económico local. Procura estimular projetos numa perspetiva de parceria universidade-empresa.

Atualmente existem ou estão em fase de conclusão estudos e planos de natureza urbanística e setorial, com forte componente estratégica, que visam identificar as linhas orientadoras para o futuro da atividade turística, de recreio e lazer no Concelho, de que são exemplo:

- o Plano Estratégico de Valorização e Desenvolvimento do Turismo para o Concelho de Almada;
- o Estudo de Enquadramento Estratégico e Plano de Pormenor da Quinta do Almaraz-Ginjal;
- o Estudo de Enquadramento Estratégico do Santuário do Cristo-Rei;
- o Estudo de Enquadramento Estratégico de Almada Poente;
- o Plano de Urbanização de Almada Nascente;
- o Estudo de Enquadramento Estratégico da Costa da Trafaria;
- a Operação Polis da Costa da Caparica.

O contexto institucional

O centro urbano tradicional do Concelho é constituído, *grosso modo*, pelas freguesias de Cacilhas, Almada, Pragal e Cova da Piedade. Contudo, as inúmeras transformações já referenciadas, ocorridas ao nível económico, social, demográfico, funcional e simbólico, questionam hoje, em certa medida, a sua centralidade e dinâmica. As dinâmicas ocorridas e as perspectivas já enumeradas de longos processos de reconfiguração territorial implicam um reposicionamento do centro da cidade, face aos territórios contíguos e à região, evidenciando a necessidade de implementação de uma estratégia de revitalização e requalificação, cautelares perante a emergência de fenómenos de fragmentação sociourbanística.

A progressiva entrada da região de Lisboa nas atividades e serviços da “economia baseada no conhecimento”, afirmando-se, destacadamente, como o principal polo de consumo do país e constituindo a sua principal e mais diversificada região turística, remetem para Almada um papel importante no reforço da competitividade da região, complementando a vocação económica da região, mas afirmando também a sua especificidade nestes domínios.

Cabe, neste âmbito, salientar a importância da área de Investigação e Desenvolvimento do Monte de Caparica, organizada em torno da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa e enquanto fomentadora de sinergias com o mundo empresarial, nomeadamente através do Parque de Ciência e Tecnologia – *Madan* Parque.

Para que a relação entre micro-, pequenas e médias empresas e o contributo para o crescimento económico seja frutuosa, é fundamental a capacidade de inovar e desenvolver novos produtos, assentes em processos

produtivos baseados numa elevada intensidade tecnológica, amplamente desejados e procurados por via das estratégias seguidas pelas instituições locais, isoladamente ou em parceria.

As infraestruturas de investigação e tecnologia desenvolvem a sua atividade numa grande diversidade de áreas do conhecimento, de suporte à atividade empresarial e que é oportuno ilustrar. Para além de acolher o Instituto Português da Qualidade, responsável pela coordenação do Sistema Português de Qualidade e o IPAC – Instituto Português de Acreditação, responsável nacional pelo reconhecimento da competência técnica dos agentes de avaliação da conformidade, o Concelho dispõe ainda de duas *Unidades de Investigação* – Centro de Polímeros Biomédicos (CPB) do Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz e Unidades de investigação da Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa – bem como um conjunto alargado de Laboratórios Associados.²

A Faculdade de Ciências e Tecnologia, em conjunto com a Associação Industrial Portuguesa, Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento e outros associados, integra o UNINOVA – Instituto para o Desenvolvimento de Novas Tecnologias, que constitui uma interface entre a Universidade e as empresas.

O concelho de Almada acolhe também metade dos estabelecimentos de ensino superior presentes na Península de Setúbal, não podendo descurar-se o potencial que representa para o concelho esta rede de estabelecimentos de ensino e respetivas áreas curriculares:

- Faculdade de Ciências e Tecnologia
- Escola Superior de Educação Jean Piaget
- Instituto Superior de Estudos Interculturais e Transdisciplinares de Almada

² Centro de Química Fina e Biotecnologia (CQFB), Laboratório Associado de Química Verde – Tecnologias e Processos Limpos (Requimte, Laboratório Associado de maior dimensão do país), Centro de Investigação de Materiais (CENIMAT), Instituto de Nanoestruturas, Nanomodelação e Nanofabricação (I3N), Centro de Física e Investigação Tecnológica (CEFITEC), Centro de Investigação em Ciência e Engenharia Geológica (CICEGe), Centro de Inteligência Artificial (CENTRIA), Centro Interuniversitário da História da Ciência e da Tecnologia (CIUHCT), Centro de Informática e Tecnologias da Informação (CITI), Centro de Investigação em Ambiente e Sustentabilidade (CENSE), Centro de Matemática e Aplicações (CMA), Centro de Recursos Microbiológicos (CREM), Centro de Tecnologia e Sistemas (CTS, ex. UNINOVA – CRI), Centro de Investigação em Inovação Empresarial e do Trabalho (IET), Unidade de Biotecnologia Ambiental (UBIA), Unidade de Investigação em Educação e Desenvolvimento (UIED), Centro de Investigação em Estruturas e Construção (UNIC), Unidade de Investigação em Engenharia Mecânica e Industrial (UNIDEMI), Centro do Vidro e Cerâmica para as Artes (VICARTE) e Centro de Física Atómica (CFA).

- Escola Superior de Saúde Egas Moniz
- Instituto Superior de Ciências da Saúde Egas Moniz
- Escola Naval e Escola Superior de Tecnologias Navais

No ano letivo de 2011/2012, 10 803 dos 16 929 alunos matriculados nos estabelecimentos de ensino superior desta NUTS III (PORDATA, 2013) encontravam-se em Almada, o que representa, assim, 60% da oferta potencial da Península de Setúbal ao nível dos recursos humanos recém-licenciados.

O desafio da revitalização de um espaço urbano tradicional, com expressão histórica e identitária como é o caso do centro de Almada não pode ser monopólio de uma intervenção tecnocrática que tudo resolve e que tudo contempla. A complexidade da “revitalização urbana” preconizada na visão orientadora plasmada no projeto Almada – Laboratório de Ideias busca uma complementaridade das ações físicas e materiais, assim como um conjunto de outras iniciativas capazes de lhes dar vida e até de reconfigurarem as suas balizas iniciais. Para tal, é central estimular a mobilização de pessoas e atividades e apelar a uma capacidade de pilotagem da Câmara Municipal da Almada, por via de um modelo de governação partilhado mas sempre com objetivos e meios bem definidos.

O projeto Almada – Laboratório de Ideias

História e motivação

O projeto Almada – Laboratório de Ideias é o corolário de um amplo leque de dinâmicas, processos e relações preexistentes entre agentes produtores de inovação, tecnologia e criatividade e a Câmara Municipal de Almada mas também de um conjunto de iniciativas que revelam a política da autarquia em duas dimensões fundamentais da vida urbana: o aprofundamento do capital social e a qualificação/modernização do espaço público.

É a partir deste combinado de fatores e preexistências que se percebe que é possível o estabelecimento de redes de conhecimento em torno das potencialidades dos setores criativos, nomeadamente na produção de fatores de diferenciação e reforço da competitividade territorial, na sua capacidade de gerar emprego qualificado ou no impacto positivo na reconversão de *brownfields* urbanos. Nasce assim em 2009 o projeto Almada – Laboratório de Ideias aproveitando a oportunidade conferida pela Política de Cidades Polis XXI – “Redes Urbanas para a Competitividade e Inovação”, como se pode entender quer pelos objetivos do próprio programa, quer, de forma muito expressiva, nos objetivos específicos deste instrumento de política:

Objectivos do programa Polis XXI³

- a) Apoiar a afirmação das cidades enquanto nós de redes de inovação e competitividade de âmbito nacional ou internacional;
- b) Promover o reforço das funções económicas superiores das cidades, através da obtenção em rede de limiares e sinergias para a qualificação das infra-estruturas tecnológicas e o desenvolvimento dos factores de atracção de actividades inovadoras e competitivas;
- c) Estimular a cooperação entre cidades portuguesas para a valorização partilhada de recursos, potencialidades e conhecimento, valorizando os factores de diferenciação;
- d) Promover a inserção das cidades em redes internacionais e afirmar a sua imagem internacional;
- e) Optimizar o potencial das infra-estruturas e equipamentos, numa perspectiva de rede.

É hoje claro que a ideia de rede tem vindo a contribuir para a desmontagem de uma lógica piramidal de análise e até intervenção no território (Fujita *et al.*, 2001) que não estando ainda eliminada encontra já fortes restrições, como a que desde logo se encontra representada no referido programa Polis XXI. Associado ao conceito de rede está, por oposição à estrutura vertical, uma preocupação de horizontalização das relações (ligações) entre lugares mas também das instituições e atores diversos que os representam (nós), a partir dos quais se poderá obter ganhos de eficiência apreciáveis e sinergias (fluxos) mobilizadoras da coesão socioterritorial (Pereira e Gil, 2010; Meijers, 2005). Os mesmos autores, no entanto, deixam também claro que, a não ser que se viabilizem em novos projetos, corre-se o risco de que esta dinâmica, suscitada pelos programas suportados por fundos comunitários dirigidos às comunidades territoriais, se esgote com o termo dos financiamentos. A sua sustentabilidade apenas poderá encontrar viabilidade na persistência de projetos, financiados ou não, que prolonguem e consolidem fórmulas de gestão territorial que sejam efetivas alternativas às práticas tradicionais.

Esta reflexão inicial serve, não só para situar o projeto Almada – Laboratório de Ideias no quadro dos novos modelos de afirmação urbana, como também para justificá-lo no quadro das dinâmicas que Almada observa quer no contexto do seu centro urbano, quer na envolvente metropolitana e regional.

³ Consultado a 24.03.2012, em http://politicadecidades.dgotdu.pt/docs_ref/Documents/Pol%C3%ADtica%20de%20Cidades/Politica%20Cidades_Apresentacao.pdf.

Partiu-se então da consciência de que à cidade criativa, marcada pela presença de talentos, diversidade e relações intensas entre a criação e o seu consumo proporcionados por estruturas de mediação – tecnologia, espaços, eventos – e ações materiais e tangíveis, haveria que juntar outras mais complexas e abertas, catalisadoras da inovação em meio urbano.

Para essa mudança, que é distintiva no contexto da valorização e competição urbana, contribui decisivamente a inovação organizativa (gerindo o que já existe) e tecnológica (novos conteúdos, conceitos e ferramentas), dirigidos para a economia urbana – turismo, comércio, serviços e indústrias culturais.

As peças-chave sempre reconhecidas da governança urbana e da competitividade, conhecimento e inovação serão, desde que bem utilizadas, uma ferramenta adequada para fazer renascer a sedução pelo urbano e, com ela, a reinvenção da economia urbana, da prática da cidadania e da animação dos espaços públicos.

Existe um quadro de partida legitimador desta iniciativa que, de modo sintético, evoca o âmbito regional (nas respostas que pretende dar ao Plano Regional de Ordenamento do Território da Área Metropolitana de Lisboa e ao descentramento em curso no arco ribeirinho sul) e o âmbito local (quando enfrenta a desvitalização demográfica e económica do centro e potencia as renovadas condições de mobilidade urbana).

A estas preocupações juntam-se sinergias já ativadas com sucesso, decorrentes da relação com atores qualificados (Universidade Nova de Lisboa-Faculdade de Ciência e Tecnologia, *Madam* Parque), com a presença de espaços urbanos com uma densa oferta patrimonial e cultural e, ainda, com o desenvolvimento de múltiplos estudos de natureza estratégica mas, também, de desenvolvimento orientado setorialmente (turismo, habitação, acessibilidades, etc.).

Contributo para a elaboração de capital social

Fica, assim, demonstrada a pertinência do projeto Almada – Laboratório de Ideias face às iniciativas que o compõem e, em particular, às que envolvem “Parcerias entre instituições de ensino superior e instituições de I&D, juntamente com outros parceiros, empresariais e institucionais, no sentido de promover a capacidade criativa e inovadora do tecido económico e social e de dinamizar a introdução da inovação nos serviços e funções urbanas” (CMA, 2008: 10).

O que se procura, através dos projetos que integram o Almada – Laboratório de Ideias é materializar esse conceito, intervindo em todo o ciclo da produção de conhecimento, da formulação da ideia à produção de dispositivos e serviços

inovadores, que resultem, por um lado, da exploração do potencial instalado no concelho e, por outro, procurem responder a dimensões estéticas, sociais, históricas e simbólicas, com condição para significar novas vivências urbanas e impulsionar as indústrias criativas.

Em síntese, busca-se um enquadramento temático – a incorporação de tecnologia e conhecimento nas áreas do turismo, da animação e qualificação do espaço público e dos serviços urbanos e uma intencionalidade territorial – na cidade consolidada. É nesta lógica que se fundamenta a ideia do projeto Almada – Laboratório de Ideias, com o que se pretende:

- **Reforçar a capacidade de gerar ideias**, tirando partido do trabalho da Faculdade de Ciência e Tecnologia, centro por excelência de investigação e de geração do conhecimento;
- **Transformar as ideias em realidade**, testando o seu potencial tecnológico e comercial, reunindo recursos e competências, no ambiente de interação empresarial que caracteriza o *Madan* Parque – Parque de Ciência e Tecnologia;
- **Disponibilizar plataformas de experimentação e entrega**, concretizando alguns desses produtos e serviços num território concreto, através da disponibilização das suas infraestruturas físicas e virtuais, galerias, *sites*, espaço público, para acolher e integrar os resultados do projeto;
- **Promover a reflexão sobre o processo e contribuir para a formulação de uma nova identidade urbana**, através da abertura do projeto e dos seus resultados a públicos e mercados diversos, dando a conhecer as novas funcionalidades criadas, gerando formas de divulgação das propostas, socializando os processos e os produtos, através de publicações, encontros de formação, exposições, fomentando a criação de redes de interessados, que possam também aumentar a capacidade local para atrair e fixar o potencial criativo e gerar dinâmicas sustentáveis.

A proximidade entre parceiros tem permitido uma liderança partilhada convergente, arrastando consigo todas as suas estruturas e dinâmicas, gerando sinergias até aí inexistentes ou incipientes e avulsas. Esta realidade, bem como a que resulta da concretização das diversas ações do projeto – 126 projetos reunidos nas três edições do Concurso de Ideias “Inovar para potenciar”, para com o que se contou com a participação de centenas de estudantes e o envolvimento de muitos cidadãos através da exposição e apresentação pública dos projetos, sublinha o contributo deste processo na formação de novas redes de cooperação e no reforço de algumas já existentes.

Contributo para uma sustentabilidade na inovação urbana

A inovação em meio urbano estimulada por este projeto é entendida mais como um processo do que como um fim em si mesmo. Interessando naturalmente os resultados, condescendendo-se com estes e assumindo-se que eles poderão sempre melhorar com o aprofundamento das articulações entre atores. O capital social daí resultante dará um futuro a esta dinâmica introduzida pelo Almada – Laboratório de Ideias medido pelo número de empresas de base tecnológica criadas, pela sua ligação entre o mundo empresarial e o meio universitário e ainda pela capacidade de estabelecer pontes com a comunidade onde se inscrevem e em particular com os seus espaços do quotidiano.

Esta sustentabilidade preconizada está ancorada num conjunto concreto de projetos sistematizados em torno de 4 eixos (cf. Figura 2):

Eixo 1: Turismo em contexto urbano

Em Almada, a diversificação da oferta deverá situar-se na criação de alternativas ao Sol e ao mar, apresentando particulares condições de afirmação o turismo de natureza e o turismo cultural, a consolidar a partir do potencial que representam os fluxos de visitantes ao Santuário do Cristo-Rei e à articulação deste com a frente ribeirinha da cidade e a sua ligação aos núcleos históricos de Almada e Cacilhas, através dos projetos Miradouros e Interatividade a céu aberto.

Eixo 2: Investigação e desenvolvimento aplicado ao ambiente urbano

Situa-se em Almada, no Monte de Caparica, o maior polo universitário a sul de Lisboa, que um conjunto de políticas e projetos municipais procuram relacionar mais intensamente com a cidade de Almada, mobilizando as suas áreas de conhecimento especializado para a promoção da qualidade de vida urbana.

É neste enquadramento que surge o Almada – Laboratório de Ideias, que procura tirar partido do potencial instalado no Campus da Caparica para direcionar projetos, estimular a investigação e a criatividade de docentes, estudantes e investigadores para a qualificação do ambiente urbano e do quotidiano da cidade.

Através do Concurso de Ideias “Inovar para potenciar”,⁴ um instrumento dinamizador da participação, orientado para aspetos como mobilidade e acessibilidade, requalificação das zonas históricas e patrimoniais, importância da existência de uma rede de equipamentos culturais e de arte pública, do papel do espaço público, da necessidade de dinamizar atividades e eventos

⁴ Cf., por exemplo a 2.ª edição do Concurso de ideias “Inovar para potenciar”. Consultado a 10.09.2012, em <http://www.fct.unl.pt/noticias/2011/02/inovar-para-potenciar-concurso-de-ideias-201011>.

de animação urbana e de apoio à requalificação do comércio tradicional. Às ideias/aos projetos selecionados por um júri e com prémios de valor pecuniário, será dado acesso a condições de concretização e eventual comercialização dos resultados. Por outro lado, as três edições do Concurso asseguraram outras tantas edições da feira dos objetos inovadores em que os projetos em concurso têm exposição pública e onde são criadas condições para recriar os ambientes urbanos de aplicação das propostas – “Percursos pela inovação”.

Eixo 3: Inovação tecnológica e promoção do empreendedorismo

Pretende-se então criar condições para estimular a materialização dos projetos selecionados, dirigindo-os para o espaço “laboratorial” da cidade de Almada. Na concretização deste objetivo conta-se com as empresas sediadas no Parque de Ciência e Tecnologia, aproveitando as sinergias instaladas e utilizando esses recursos para estimular o empreendedorismo dos jovens universitários e investigadores. A temporalidade própria do desenvolvimento destes projetos por esta via não permite ainda a apresentação concreta e final nesta altura dos resultados deste eixo.

Relembre-se que o *Madam* Parque de Ciência é um parque de ciência e tecnologia que está vocacionado para a incubação de empresas e inovação nos negócios, pelo que se justifica como um parceiro privilegiado para desempenhar um papel de plataforma de divulgação e de colocação das ideias ensaiadas no “Laboratório”, assegurando a “intermediação” com as empresas instaladas, integrando os resultados do concurso de ideias numa lógica de mercado e fazendo, deste modo, aumentar o potencial de expansão dos produtos criados.

Eixo 4: A inovação e a tecnologia no processo de desenvolvimento das cidades
As cidades contemporâneas caracterizam-se não só pelos seus aspetos físicos ou materiais, mas sobretudo, porque a sua densidade e concentração de mão-de-obra representa uma mais-valia em termos de recursos disponíveis para a aprendizagem, troca de informações, incentivo ao desenvolvimento, imaginação e criatividade. Esta concentração da informação e da criatividade constituem um valor acrescentado quando falamos da cidade enquanto espaço competitivo, de apropriação e de distribuição de recursos.

Almada, onde existem já centros de tecnologia e de inovação, procura potenciar dinamismos dessa massa crítica aplicada aos processos de desenvolvimento em curso, desenvolvendo sinergias para a qualificação das infraestruturas tecnológicas e a atração de mais atividades e empresas qualificadas.

Percebe-se nesta lógica o acarinhar de uma rede de parceiros que mantenha vivo o projeto Almada – Laboratório de Ideias para além do seu termo formal, ultrapassando os problemas identificados por Pereira e Gil (2010), e colocando

a tecnologia e a inovação ao serviço de novas frentes de intervenção, o que contribui para um desenvolvimento integrado e sustentável da cidade e da zona circundante, através de um processo de envolvimento de cidadãos, empresas, centros de investigação, universidades e decisores políticos. Este é o objetivo do projeto Territórios Criativos e Revitalização Urbana.

Coloca-se o desafio de prolongar os efeitos deste projeto para além do seu horizonte temporal previsto para 2012, de fortalecer um cluster criativo que faça convergir instituições, empresas, equipamentos culturais, artistas individuais e centros de tecnologia, tirando partido do ambiente urbano qualificado e das dinâmicas socioterritoriais produzidas, podendo autonomamente gerar programas e projetos de médio/longo prazo.

As iniciativas constantes do projeto Almada – Laboratório de Ideias procuram garantir a sua viabilidade futura fora do suporte financeiro do Programa Polis XXI, a partir do diálogo de atores, onde se sublinha a forte presença de empresários e universidades consolidando a rede inicial de parceiros locais, mas alargando-a a novos atores, fazendo pontes com outros territórios.

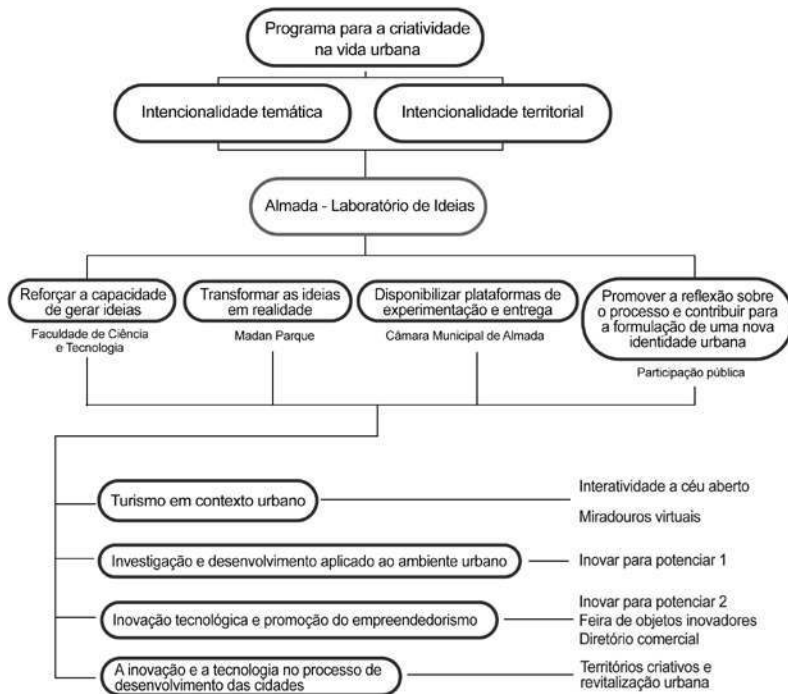


FIGURA 2 – Panorama geral do Projeto Almada – Laboratório de Ideias

Conclusão

O desenho de estratégias focadas na criatividade e inovação, com uma forte componente de revitalização económica, social e territorial, como o caso de Almada, deverá passar assim, na sequência da experiência retratada, por um conjunto de reflexões ou recomendações:

- i. um conceito de cidade criativa que parte das especificidades do local, dos seus recursos endógenos, tirando partido das suas potencialidades, da qualidade do lugar e respetivas amenidades;
- ii. um modelo de governação aberto e colaborativo, onde as empresas, as universidades e os cidadãos são convidados a refletir sobre o futuro da sua cidade, juntamente com a autoridade pública;
- iii. uma estratégia urbana sustentável com objetivos claros e uma visão de longo prazo, mesmo que esta tenha partido de uma iniciativa concreta e limitada no tempo;
- iv. uma abordagem integrada com vista à criação de espaços multifuncionais para viver, trabalhar, aprender e divertir, mas centrada na comunidade local na sua qualidade de vida e bem-estar;
- v. um espaço de teste e experimentação, tanto ao nível da produção como do consumo cultural e criativo e da geração de ideias e soluções inovadoras que respondam às necessidades locais.

Finalmente, é justa a referência à relevância das políticas públicas urbanas, já que se têm revelado como catalisadores de processos de mudança, anunciados muitas vezes apenas em microdinâmicas muito localizados e com necessidade de ganhar escala para apontarem um novo ciclo urbano. Por via de apoios institucionais e financeiros essas dinâmicas portadoras de mudança podem ganhar uma sustentabilidade e visibilidade que não seria possível alcançar isoladamente. Estamos, assim, em presença não do trivial apoio financeiro a projetos mas sim do apoio à construção e mobilização de vontades capazes de gerar sinergias de futuro a partir das ideias de criatividade e de cidade.

Referências bibliográficas

- Arnkil, R.; Jarvensivu, A.; Koski, P.; Piirainen, T. (2010), *Exploring the Quadruple Helix – Outlining User-Oriented Innovation Models*. Tampere: University of Tampere-Institute for Social Research.
- Amin, A.; Graham, S. (1997), “The Ordinary City”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, 22, 411-429.
- Basco, R.; Rodríguez, M.J.P. (2009), “Studying the Family Enterprise Holistically Evidence for Integrated Family and Business Systems”, *Family Business Review*, 22, 82-95.

- BEPA (2010), *Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Bourdin, A. (2011), *O urbanismo depois da crise*. Lisboa: Livros Horizonte.
- CMA (2008), Almada-Laboratório de Ideias – Rede de Atores para a Competitividade Urbana. Anexo ao formulário de candidatura. Almada: Câmara Municipal de Almada (Policopiado).
- Evans, G.; Foord, J.; Gertler, M.; Tesolin, L.; Weinstock, S. (2006), *Strategies for Creative Spaces and Cities: Lessons Learned*. Consultado a 28.03.2012, em http://www.utoronto.ca/progris/imateoronto/Creative_Cities_Lessons_Learned.pdf.
- Deakin, M.; Allwinkle, S. (2007), “Urban Regeneration and Sustainable Communities: The Role of Networks, Innovation, and Creativity in Building Successful Partnerships”, *Journal of Urban Technology*, 14, 77-91.
- Ferrão, J. (2003), “Intervir na cidade: complexidade, visão e rumo”, in N. Portas, J. Cabral e A. Domingues (orgs.), *Políticas urbanas – Tendências, estratégias e oportunidades*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 218-225.
- Ferrão, J. (2011), *O ordenamento do território como política pública*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Flew, Terry (2005), *Creative Cities and Creative Clusters*. Brisbane: Presentation to Creative Articulations: Creative Research Network Workshop. Consultado a 27.03.2012, em http://eprints.qut.edu.au/2185/1/Creative_cities_and_Creative_Clusters.pdf.
- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2008), *Who's Your City?: How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. New York: Basic Books.
- Fujita, M.; Krugman, P.; Venables, A. J. (2001), *The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Harvey, D. (1989), “From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism”, *Geografiska Annaler – Series B, Human Geography*, 71(1), 3-17.
- Harvey, D. (1990), *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Harvey, D. (2005), *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford e New York: Oxford University Press.
- INE (2009), *Anuário Estatístico de 2008*. Lisboa: INE. Consultado a 21.04.2012, em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=79281887&PUBLICACOESmodo=2.
- INE (2011), *XV Recenseamento Geral da População*. Lisboa: INE. Consultado a 23.03.2012, em http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos2011_apresentacao.

- Kahn, L.; Ali, R.; Buonfino, A.; Leadbeater, C. e Mulgan, G. (2009), *Breakthrough Cities – How Cities Can Mobilise Creativity and Knowledge to Tackle Compelling Social Challenges*. London: The Young Foundation, British Council.
- Knowles, E.; Brickner, M. (1981), “Social Cohesion Effects on Spatial Cohesion”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7(2), 309-313.
- Landry, C. (2000), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Leadbeater, C. (2008), “The Open Source City”, *We Think: The Power of Mass Creativity*. Cap. 11, parte 1. Consultado a 26.03.2012, em http://wethink.wikia.com/wiki/Chapter_11.
- Lo, F.; Marcotullio, P. J. (2000), “Globalisation and Urban Transformations in the Asia-Pacific Region: A Review”, *Urban Studies*, 37(1), 77-111.
- Long, J. (2009), “Sustaining Creativity in the Creative Archetype: The case of Austin, Texas”, *Cities*, 26(4), 210-219.
- Makeham, P. (2005), “Performing the City”, *Theatre Research International*, 30(2), 1-12.
- Markusen, A.; Gadwa, A. (2010), *Creative Placemaking*. Washington: National Endowment for the Arts.
- Meijers, E. (2005), “Polycentric Urban Regions and the Quest for Synergy: Is a Network of Cities More than the Sum of the Parts”, *Urban Studies*, 42(4), 765-781.
- Nieh, D. (2005), “Silicon Valley and Beyond – Towards an Architecture of Creative Communities”, in Waikien Ng.; J. Ryser (orgs.), *Making Spaces for the Creative Economy*. Isocarp – International Society of City and Regional Planners, 6-9.
- OCDE (2005), *Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data*, OECD publishing [3.ª ed.].
- Pereira, M.; Gil, Daniel (2010), “Cooperação inter-municipal em sistemas urbanos policêntricos: exemplificação em territórios de baixa densidade”, *Prospectiva e Planeamento*, 17, 165-195.
- PORDATA (2013), *Base de dados Portugal Contemporâneo*. Consultado a 31.01.2013, em <http://www.pordata.pt/Tema/Municipios/Educacao-49>.
- Rasoolimanesh, S. M.; Badarulzaman, N.; Jaafar M. (2012), “City Development Strategies (CDS) and Sustainable Urbanization in Developing World”, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 36, 623-631.
- Sánchez, F. (2011), “Políticas urbanas em renovação: uma leitura crítica dos modelos emergentes”, *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 1, 115-132.
- Sassen, S. (1994), *Cities in a World Economy*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.
- Sassen, S. (2001), *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Selada, C.; Cunha, I.; Tomaz, E. (2012), “Creative-based Strategies in Small and Medium Sized Cities: Key Dimensions of Analysis”, *Quaestiones Geographicae*, 31(4), 43-51. DOI 10.2478 / v10117-0120034-4.

- Trip, J.; Romein, A. (2010), “Creative City Policy: Bridging the Gap with Theory”, apresentado na Eighth European Urban and Regional Studies Conference ‘Repositioning Europe in an Era of Global Transformation’. Vienna: Vienna University of Economics and Business.
- Ultramarí, C.; Duarte, F. (2009), *Inflexões urbanas*. Curitiba: Editora Champagnat.
- UN – United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2005), *World Population Prospects. The 2004 Revision. Highlights*. ESA/P/WP.193. New York: United Nations.
- UNCTAD (2008), *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative economy towards informed Policy-making*. United Nations Conference on Trade and Development.
- Woodcraft, S.; Hackett, T.; Arendar, L., (2011), *Design for Social Sustainability: A Framework for Creating Thriving New Communities*. London: The Young Foundation and Future Communities.

