

Universidades Lusíada

Morais, João Pedro Setiliano Fazenda Mateus

O quarteirão criativo : potenciador criativo de conexões culturais

<http://hdl.handle.net/11067/1809>

Metadata

Issue Date 2014

Abstract Resumo: A partir do estudo evolutivo do quarteirão, e premissas que o condicionaram ao longo das épocas históricas, conceptualmente e formalmente, surge a necessidade de análise das problemáticas actuais. Nesse contexto, abordagens aos tempos globais que modificam a identidade das cidades, as políticas de consumo, representadas fisicamente por centros comerciais, e a forma como a reabilitação responde ao crescimento zero das cidades em momentos de crise económica, social e cultural, parecem-nos...

Abstract: From the evolutionary study of the block, and assumptions shaped along historical periods, conceptually and formally, comes through a need for analysis of current issues. In this context, approaches to global times that modify the identity of cities, consumer politics, represented physically by shopping malls, and the way in which rehabilitation responds to the stagnant growth of the cities - especially at times of economic, social and cultural crisis, seem to be relevant, whereas all...

Keywords Arquitectura, Desenvolvimento urbano, Desenho urbano, Quarteirão

Type masterThesis

Peer Reviewed No

Collections [ULP-FAA] Dissertações

This page was automatically generated in 2022-10-19T08:03:51Z with information provided by the Repository



UNIVERSIDADE LUSÍADA DO PORTO

O QUARTEIRÃO CRIATIVO
potenciador criativo de conexões culturais

João Pedro Setiliano Fazenda Mateus Morais

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre
em Arquitectura

Porto, 2014

Dedicatória

Direciono estas palavras a todos aqueles que contribuíram para o meu crescimento académico e pessoal até à concretização desta Dissertação.

À minha família por todo o apoio e paciência demonstrada ao longo desta jornada. O meu muito obrigada.

Agradeço também, aos meus amigos e colegas, nos quais destaco a Ana Luísa Queirós, pela ajuda e amizade incondicional que antecede o percurso Universitário e à Vânia Couto pela motivação e incentivo durante o curso.

Agradecimentos

Agradeço à Universidade Lusíada do Porto pela disponibilidade ao longo destes anos.

Ao Professor Doutor Peixoto Alves pela disponibilidade e interesse demonstrados ao longo do desenvolvimento da Dissertação.

Ao Professor Mestre Sérgio Amorim, pelo acompanhamento metodológico e dedicação demonstrada no desenvolvimento deste e outros trabalhos.

Ao Professor Doutor Bruno Marques pelo acompanhamento prestado ao longo do trabalho.

Agradeço também, aos colegas e professores, que directa ou indirectamente, contribuíram para o desenvolvimento da Dissertação.

Índice

• Índice de figuras	VI
• Resumo	XII
• Abstract	XIII
• Introdução	XIV
• <u>Capítulo I - Breve evolução do quarteirão na organização e dinamização dos centros urbanos</u>	
1. O quarteirão no contexto urbano	21
2. A evolução do espaço quarteirão	29
3. O quarteirão e a cidade actual - paradigmas sociais, económicos e culturais	47
• <u>Capítulo II - A criatividade como dinamizadora dos centros urbanos</u>	
4. A emergência do “criativo milieu”	65
5. Os Inputs da criatividade	79
5.1. A classe criativa - entidade pluridisciplinar	81
5.2. As indústrias criativas	91
5.3. A cidade criativa como meio social, económico e cultural	101
• <u>Capítulo III- O H-IC em Santa Maria da Feira - ensaio projectual</u>	
6. Caracterização de Santa Maria da Feira	119
6.1. Os indícios criativos	123
6.2. A conectividade	127
6.3. A culturalidade	131
7. Estratégia Urbana- da criatividade à cidade	135
7.1. Objectivos, acções e projecto	137
7.2. Objectivos e critérios para a escolha do terreno	139
8. H-IC +1 - Hub de Industrias Criativas	147
8.1. Critérios para o desenvolvimento de um Hub de Industrias Criativas	149
8.2. Os critérios de inserção urbana	151
8.3. A caracterização espacial e formal - o H-IC e o +1	157
• Conclusão	CLXIII
• Bibliografia activa / passiva	CLXVI
• Apêndices	CLXXI

Índice de Figuras

Figura 1 - Composição de cidade.	18
Fonte: ROSSI, Aldo; CONSOLASCIO, Eraldo; REICHLIN, Bruno (1976). <i>La Città analoga</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://mediation.centrepompidou.fr/education/ressources/ENS-Tendenza/index.html	
Figura 2 - Malhas urbanas de diferentes cidades.	20
Fonte: SURTEES, Michael (2008) <i>Urban Morphology - Living Patterns</i> [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://designnotes.info/?p=1242	
Figura 3 - Cidade do futuro em 1950.	22
Fonte: POPULAR SCIENCE MONTHLY (1925). <i>How you may live and travel in the city of 1950</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: https://www.retronaut.com/2012/03/how-you-may-live-and-travel-in-the-city-of-1950-c-1925/	
Figura 4 - Três tipos de quarteirão: fechado, disperso e aberto.	24
Fonte: PORTZAMPARC, Christian de (2010). <i>L'îlot Ouvert</i> . AAM Éditions.	
Figura 5 - Zoning por zonas étnicas em Chicago.	26
Fonte: HILL, Lewis W. (1976). <i>Community Settlement Map for 1950</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://cvgs.cu-portland.edu/images/chicago_neighborhoods_map_1950.jpg	
Figura 6 - Cidade de Mileto.	28
Fonte: WEBER, B.F. (1999). <i>MILET</i> . [Consult. Novembro, 2013] Disponível em: http://www.revistacontratiempo.com.ar/chiappero_ciudad_hispanoamericana.htm	
Figura 7 - Plano de Timgad , Algéria , fundado em 100 a.C.	30
Fonte: Autor desconhecido. <i>Map of Timgad</i> . [Consult. Novembro, 2013] Disponível em: http://www.timetrips.co.uk/roman%20towns-towns.htm	
Figura 8 - Cidade de Pompeia.	32
Fonte: DESCOEUDRES, J. P. (1994). <i>Map of Pompeii</i> . [Consult. Novembro, 2013] Disponível em: http://www.skidmore.edu/classics/courses/2004spring/c311/resources.html	
Figura 9 - Distribuição espacial dos quarteirões.	32
Fonte: LA ROCA, Eugenio (1994) <i>Guide Archeologiche Mondadori: Pompei</i> [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://www.indiana.edu/~leach/c409/regio6.html	
Figura 10 - Insulae de Vettii.	32
Fonte: Autor desconhecido. <i>House of the Vettii, Late Republican-Early Imperial domus, destroyed 79 C.E.</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://smarthistory.khanacademy.org/house-of-the-vettii-pompeii.html	
Figura 11 - Cidade de Sienna, Itália.	34
Fonte: Autor desconhecido. [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://wildrocketsledgeride.com/	
Figura 12 - A cidade ideal do pensamento Renascentista.	36
Fonte: FRANCESCA, Piero della; LAURANA, Luciano; MARTINI, Francesco di Giogio (1470). <i>La Cité idéale</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://www.desordre.net/accessoires/peinture/urbino.htm	
Figura 13 - Plano de Haussmann, as linhas a preto representam a sua intervenção e as mais claras o existente.	38
Fonte: Autor desconhecido [Consult. Janeiro, 2014] Disponível em: http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/05.059/473	
Figura 14 - Avenida da Ópera.	38
Fonte: BRAGADINI, Alessio (2007). <i>A room with a view</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: https://www.flickr.com/photos/abragad/1096438437/in/set-72157601390707449	
Figura 15 - Place Dauphine, primeira manifestação de espaço público no interior do quarteirão.	38
Fonte: GEOGRAPHICUS (1909). <i>Turgot View and Map of Paris, France</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://www.geographicus.com/P/AntiqueMap/Paris-turgot-1909	
Figura 16 - Relação entre expansão da cidade e cidade pré-existente.	40
Fonte: Autor desconhecido (2012). <i>Center de Barcelona</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://www.albertcastellanos.cat/2012_09_01_archive.html	

Figura 17 - Expansão da cidade na totalidade.	40
Fonte: CENTRE DE CULTURACONTEMPORÀNIA DE BARCELONA. <i>El Eixample actual. Reelaboración esc. 1:2000</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://www.anycerda.org/web/es/arxiu-cerda/fitxa/l-eixample-actual/493	
Figura 18 - Densificação do quarteirão ao longo do tempo.	42
Fonte: DENSITYATLAS (2011). [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://densityatlas.org/casestudies/profile.php?id=92	
Figura 19 - Tipologias de quarteirão.	42
Fonte: ANTHONY, Dan (2014). <i>Barcelona Urban Design Tiling Exercise</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://danthony.co/danthony/ongoing/cerda-chamfre/	
Figura 20 - Implantação na malha de Cerdà, Implantação no Quarteirão e Foto da fachada do edifício com vista ao pátio.	44
Fonte: RCR ARQUITECTES in EL CROQUIS (2007). <i>RCR ARQUITECTES n.º138</i> . [Consult. Novembro, 2014]	
Figura 21 - Homogenização Global.	46
Fonte: WEBB, Joe (2014). <i>Stirring Up A Storm</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.joewebbart.com/ycxu7bc5ja4xtwm7c8vxah-czny2n8f	
Figura 22 - Sociedade <i>Copy-Paste</i> .	48
Fonte: FALCKENHAUS, Franz (2013). <i>Something Completely Different</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: https://www.flickr.com/photos/franzfalckenhaus/8426628971	
Figura 23 - Paródia do consumismo.	50
Fonte: JANUÁRIO, Miguel (2011). <i>To buy or not to be</i> [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://maismenos.net/objections/sacred.php	
Figura 24 - Templos de consumo.	52
Fonte: ROSSI, Aldo (1981). <i>Temples of consumption</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://ffmaam.it/collezione/aldo-rossi#aldo-rossi	
Figura 25 - Simbolismo e Economia consumista.	52
Fonte: MILBURN, Andy (2012). [Consult. Setembro, 2014] Disponível em: http://greivity.blogspot.pt/2012/11/desert-classic.html	
Figura 26 - Mercado do Bolhão, Centro Comercial Gran Plaza e Centro Comercial Via Catarina, Porto.	54
Fonte: Produção Própria (2014).	
Figura 27 - Localização dos locais de comércio referidos na imagem superior.	54
Fonte: Produção Própria (2014).	
Figura 28 - Restituir/Reabilitar/Reprogramar/Restaurar/Renovar.	56
Fonte: FARTO, Alexandre (VHILS) (2014). <i>DISSECCÃO - Restituir</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.vhilsfundacaoedp.com/exposicao/	
Figura 29 - Praça Lisboa, com as “ruínas” do Mercado do Anjo, que funcionou até aos anos 50 na cidade do Porto.	58
Fonte: SANTO, Rui Espírito (2013). [Consult. Setembro, 2014] Disponível em: http://coisas-da-fonte.blogspot.pt/2013/02/babilonia.html	
Figura 30 - Revitalização da Praça de Lisboa.	58
Fonte: DESIGNBOOM (2013). <i>balonas and menano architects design an urban garden</i> . [Consult. Setembro, 2014] Disponível em: http://www.designboom.com/architecture/balonas-and-menano-architects-design-an-urban-garden/	
Figura 31 - Consumismo.	60
Fonte: RENAÚ, Josep (1972). <i>Sociedad de consumo</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.uv.es/cultura/c/docs/expjoseprenaucast.htm	
Figura 32 - Criatividade Humana.	62
Fonte: EDWARDS, Ashley (2011). <i>HUMAN//CREATION</i> . [Consult. Abril, 2014] Disponível em: http://ashleyjosephedwards.co.uk/_/p10.html	
Figura 33 - “Criatividade” no Google.	64
Fonte: GOOGLE (2014). <i>Criatividade</i> . [Consult. Maio, 2014] Disponível em: https://www.google.pt/search?q=criatividade&biw=1354&bih=980&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=zruFVjrOMsTlasDDguAL&ved=0CAYQ_AUoAQ&dpr=0.9	
Figura 34 - Conexões.	64
Fonte: HERRON, Ron (1969). <i>Enviro-Pill</i> . [Consult. Setembro, 2014] Disponível em: http://www.creativeapplications.net/theory/archigram-archival-project-reference/	

Figura 35 - Informação, Comunicação e Competência.	66
Fonte: PACAUD, Julien (2012). <i>Ministry of Disasters</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.julienpacaud.com/Ministry-of-Disasters	
Figura 36 - Alegoria da Caverna.	68
Fonte: OWEN, Rachel. <i>Plato's Cave</i> . [Consult. Outubro, 2014] Disponível em: http://www.rachel-owen.co.uk/plato%27s_cave.htm	
Figura 37 - Cupula Cafeteira.	70
Fonte: ROSSI, Aldo (1987). <i>La Cupola</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://tectonicablog.com/?p=44200	
Figura 38 - Novo mundo tecnológico.	72
Fonte: LENZ, Jesse. [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.jesselenz.com/	
Figura 39 - Manipulação.	72
Fonte: THOMPSON, Michelle. <i>The Globe & Mail - Control</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.michelle-thompson.com/archive.asp?p=2	
Figura 40 - Linhas de Montagem.	74
Fonte: BOURKE-WHITE, Margaret (1935). <i>American Woolen Corporation</i> [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://windshoes.new21.org/photo-gallery/white/wh27.jpg	
Figura 41 - Era da Informação.	74
Fonte: MAIER, Vivian (1950). <i>Chicago IL</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.vivianmaier.com/gallery/street-4/#slide-37	
Figura 42 - Percurso Criativo.	76
Fonte: FEIFER, Jason. <i>How to Lead a Creative Life</i> [Consult. Fevereiro, 2014] Disponível em: http://www.fastcompany.com/1793515/how-lead-creative-life	
Figura 43 - Entidade Pluridisciplinar.	78
Fonte: THOMPSON, Michelle. <i>Cica Magazine - XBRL</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.michelle-thompson.com/archive.asp?p=2	
Figura 44 - Classe Criativa.	80
Fonte: OSORNO, Juan Carlos (2014). <i>Leo & Pipa</i> . [Consult. Julho, 2014] Disponível em: https://www.flickr.com/photos/juan-osorno/14789521506/	
Figura 45 - A tecnologia e o crescimento económico.	82
Fonte: RICCI, Donato (2009). <i>WE WILL BE HERE - THE MAP OF THE FUTURE</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: https://www.behance.net/gallery/The-map-of-the-future-%28Wired-Italia%29/319690	
Figura 46 - Conexões.	84
Fonte: VERGEZ, Richard (2010). <i>Connect the Goddamn Dots</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.flickr.com/photos/richardvergez/4442261010/in/photostream	
Figura 47 - Talento e Tolerância, entre Picasso e Le Corbusier.	84
Fonte: Autor desconhecido. [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://mackink.blogspot.pt/2011_09_01_archive.html	
Figura 48 - O lugar da criação.	86
Fonte: BRESSON, Henri Cartier. <i>Le Corbusier</i> . [Consult. Setembro, 2014] Disponível em: http://devorahmacdonald.blogspot.it/2011/09/mid-century-architects-kabuki-by.html	
Figura 49 - Bauhaus.	88
Fonte: Autor desconhecido. [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://slipp.it/johncaswell/13367-think-graphic-2	
Figura 50 - Tecnologias Digitais - Software e Multimédia.	90
Fonte: THE NEW YORKER (1984). <i>Take home a Macintosh</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.newyorker.com/books/double-take/pitch-me-another-apples-ads	
Figura 51 - Dinâmica das cidades.	92
Fonte: OMA (2012). <i>OMA - Rem Koolhaas, Competition for New Tower at 425 Park Avenue, NY</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://fiore-rosso.tumblr.com/post/34090063891/oma-rem-koolhaas-competition-for-new-tower-at	

Figura 52 - Áreas das Indústrias Criativas.	94
Fonte: DESCHAMPS-SONSINO, Alexandra (2012). <i>Mapping the creative industries</i> . [Consult. Novembro, 2013] Disponível em: http://www.ryestudiosschool.co.uk/about/creative-industries/	
Figura 53 - Interação entre os espaços da cidade.	94
Fonte: LE CORBUSIER (1946). <i>Schematic drawing for Unité</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.pinterest.com/pin/411235009697418601/	
Figura 54 - Quadricula com diferentes acontecimentos.	96
Fonte: SIMPSON, Adam. <i>Boundaries</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://www.adsimpson.com/Boundaries	
Figura 55 - Economia Criativa no desenvolvimento das cidades.	98
Fonte: FALCKENHAUS, Franz (2011). <i>Smoker</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: https://www.flickr.com/photos/franzfalckehaus/6430425137/	
Figura 56 - Classe Criativa + Indústria Criativa = Cidade Criativa	100
Fonte: Produção Própria (2014).	
Figura 57 - Mudança de paradigmas.	102
Fonte: Autor desconhecido. [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.pinterest.com/pin/40110252907748740/	
Figura 58 - Território de baixa densidade.	104
Fonte: Autor desconhecido (2013). [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: http://imadesomethingneat.tumblr.com/post/65814570785/one-of-my-favorites	
Figura 59 - Óbidos Criativo.	106
Fonte: FARIA, Telmo Henrique Correia Daniel (2012). <i>Maior Criativa</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.pt-obidos.com/?p=2115	
Figura 60 - Rede Óbidos Criativo.	108
Fonte: Autor desconhecido [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.rede.cm-obidos.pt/Home/UI/HomeUI.aspx	
Figura 61 - Hub informático.	110
Fonte: ANKER [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://bitcoinz.cc/product/anker-usb-3-0-7-port-hub-with-1-bc-1-2-charging-port-up-to-5v-1-5a-12v-3a-power-adapter-included-via-vl812-b2-chipset-and-updated-firmware-9081/	
Figura 62 - Conectividade.	112
Fonte: JONES, Phil (2011). <i>Network map</i> . [Consult. Novembro, 2014] Disponível em: http://www.philjones.biz/blog/wp-content/uploads/2011/01/linkedinmap.gif	
Figura 63 - Espaço Industrial reconvertido em espaço cultural, Matadero, Madrid.	114
Fonte: Produção própria (2013).	
Figura 64 - Rua Direita e Castelo de Santa Maria da Feira.	116
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 65 - Diagrama de épocas.	118
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 66 - Expansão da cidade.	120
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 67 - Indícios Criativos.	122
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 68 - Indústrias de base criativa.	124
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 69 - Dimensões da cidade sistémica.	126
Fonte: Produção própria (2014).	

Figura 70 - Tipos de conexões.	126
Fonte: BARAN, PAUL (1964). <i>Centralized, Decentralized and Distributed Systems</i> . [Consult. Fevereiro, 2014] Disponível em: http://www2.cffn.ca/usha/part-iii-article-by-pramod-dhakal/129-the-law-of-rule-centralized-decentralized-and-distributed-systems	
Figura 71 - Conexões regionais.	128
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 72 - Elementos Culturais e a Criatividade.	130
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 73 - Elementos de interesse patrimonial e cultural.	132
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 74 - Eventos culturais.	132
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 75 - Estratégia Urbana.	134
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 76 - Fotos Panorâmicas do local.	136
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 77 - Estratégia Urbana com o plano de acções representado.	136
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 78 - Definição de Objectivos, Acções e Projecto.	137
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 79 - Análise Altimétrica.	138
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 80 - Análise Funcional.	138
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 81 - Análise do Cadastro.	140
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 82 - Análise da Vegetação.	140
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 83 - Análise de Vazios.	142
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 84 - Análise da Envolvente Próxima.	142
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 85 - Análise da Pedonalidade.	144
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 86 - Análise dos Transportes.	144
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 87 - Esboços de evolução.	146
Fonte: Produção própria (2014).	
Figura 88 - Três factores chave de evolução da proposta.	148
Fonte: Produção própria (2014).	

Figura 89 - Projectos de Referência. Fonte: Produção própria (2014).	150
Figura 90 - Planta com apresentação do projecto desenvolvido. Fonte: Produção própria (2014).	152
Figura 91 - Relação Altimétrica entre os diferentes edifícios. Fonte: Produção própria (2014).	152
Figura 92 - Evolução da forma. Fonte: Produção própria (2014).	154
Figura 93 - Divisão programática e condição paisagística. Fonte: Produção própria (2014).	154
Figura 94 - Planta H-IC. Fonte: Produção própria (2014).	156
Figura 95 - Representações tridimensionais do H-IC. Fonte: Produção própria (2014).	156
Figura 96 - Planta +1. Fonte: Produção própria (2014).	158
Figura 97 - Representações Tridimensionais do +1. Fonte: Produção própria (2014).	158
Figura 98 - Pormenor Construtivo - H-IC. Fonte: Produção própria (2014).	160
Figura 99 - Materialidade. Fonte: Produção própria (2014).	160
Figura 100 - Densidade Populacional. Fonte: STUDIO CASANOVA (2011). <i>Unimed - Favela</i> . [Consult. Dezembro, 2014] Disponível em: https://www.behance.net/gallery/Unimed-Favela/2297094	162

Apêndices

Figura 101 - Painei Sintese. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXI/CLXXIII
Figura 102 - Planta 1.500. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXIV/CLXXV
Figura 103 - Planta 1.200 piso superior do H-IC. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXVI/CLXXVII
Figura 104 - Planta 1.200 piso inferior do H-IC. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXVIII/CLXXIX
Figura 105 - Planta 1.200 piso superior do +1. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXX/CLXXXI
Figura 106 - Planta 1.200 piso inferior do +1. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXXII/CLXXXIII
Figura 107 - Cortes Transversais. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXXIV/CLXXXV
Figura 108 - Cortes Longitudinais. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXXVI/CLXXXVII
Figura 109 - Pormenor Construtivo. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXXVIII/CLXXXIX
Figura 110 - Fotos das Maquetas, 1.200; 1.500; 1.50. Fonte: Produção própria (2014).	CLXXXX/CLXXXXI

Resumo

A partir do estudo evolutivo do quarteirão, e premissas que o condicionaram ao longo das épocas históricas, conceptualmente e formalmente, surge a necessidade de análise das problemáticas actuais. Nesse contexto, abordagens aos tempos globais que modificam a identidade das cidades, as políticas de consumo, representadas fisicamente por centros comerciais, e a forma como a reabilitação responde ao crescimento zero das cidades em momentos de crise económica, social e cultural, parecem-nos pertinentes, dado que todos estes pressupostos se apresentam relacionados e, condicionam a abordagem aos quarteirões enquanto espaço de intervenção. Como possível resposta surge a criatividade, onde os agentes principais são denominados de Classe Criativa, e o lugar destes apresenta-se de diversas maneiras entre as quais, as Indústrias Criativas. Neste panorama a abordagem à cidade, como cidade criativa, conexas e cultural parece uma abordagem que procura responder e organizar alguns dos indicativos de mudança. No enquadramento dos dois conceitos, pretendemos entender qual o papel do quarteirão enquanto disseminador da criatividade, e em que medida este se apresenta benéfico para a cidade, na reformulação de pressupostos e criação de novos.

Com efeito, torna-se necessário compreender como estes conceitos se aplicam na cidade, em concreto no quarteirão, através do estudo de autores como Goitia, Mumford e Lamas, no estudo do espaço quarteirão em diferentes épocas e suas premissas de desenvolvimento. Na vertente dos conceitos Criativos, apoiamos o estudo em autores como Charles Landry, Richard Florida e Pink, para uma melhor compreensão desta actividade baseada na cultura, razão e conhecimento, e a sua mais-valia na reestruturação da cidade.

Com base neste entendimento, apresenta-se um ensaio projectual, o Quarteirão Criativo, em Santa Maria da Feira, que apresenta um conjunto arquitectónico manifestado por inúmeros elementos, nos quais é desenvolvido com maior especificidade o H-IC, enquanto Hub de Indústrias Criativas e o +1, enquanto reformulação de um edifício educacional, para desta forma potenciar criativamente as conexões culturais na cidade

- QUARTEIRÃO - CRIATIVIDADE - CONEXÕES - CULTURA - HUB -

Abstract

From the evolutionary study of the block, and assumptions shaped along historical periods, conceptually and formally, comes through a need for analysis of current issues. In this context, approaches to global times that modify the identity of cities, consumer politics, represented physically by shopping malls, and the way in which rehabilitation responds to the stagnant growth of the cities - especially at times of economic, social and cultural crisis, seem to be relevant, whereas all these assumptions are related and, condition the approach of the block as an area of intervention. Creativity comes as a possible answer, where the main actors are called the Creative class, and the place of these presents itself in various ways including the Creative industries. In this point of view, the approach to the city as a Creative city connected and cultural seems like an approach that seeks to respond and organize some of the indicators of change. In the framework of the two concepts, we aim to understand what the role of the block as a disseminator of creativity, and if to what extent this is beneficial for the city for the reformulation of existing assumptions and creating new ones.

Indeed it is necessary to understand how these concepts apply in the city, specifically within the block, through the study of authors as Goitia, Mumford and Lamas in the study of the block space at different times and their premises of development. In terms of creative concepts we support our study in authors such as Charles Landry, Richard Florida and Pink for a better comprehension of this activity based on culture, reason and knowledge, and its added value in the restructuring of the city.

Based on the elaborated study a project trial is presented. 1, The Creative Block, in Santa Maria da Feira, which features an ensemble manifested by several elements on which is developed specifically the H-IC, while Creative Industries Hub and the +1, recasting an educational building, to in turn potentiate creatively cultural connections in the city.

- BLOCK - CREATIVITY - CONNECTIONS - CULTURE - HUB -

Introdução

As cidades, desde sempre revelaram algumas evidências criativas ao longo da história, quer fossem para a definir estratégias perante os diferentes desafios que lhes eram colocados, quer simplesmente se apresentassem como instrumento de auxílio na gestão das cidades. Essas características revelaram-se como um contributo para um desenvolvimento sustentável da cidade, ou não fosse a *criatividade*, uma racionalização visionária manifestada nas acções do Homem. A evolução do espaço quarteirão, exprime na sua essência isso mesmo, esta capacidade de resolução de problemas, típicos das diferentes épocas históricas, levou a que este espaço fosse modificando a sua forma e a sua conceptualização, por outras palavras, poderemos dizer que o espaço quarteirão, sempre esteve subjogado a paradigmas externos ao mesmo, de carácter social, económico, político e cultural, que o influenciam.

Neste entendimento, as mudanças dos paradigmas civilizacionais, preconizado pelas diferentes Eras de evolução, da *Sociedade Agrária* à *Sociedade Industrial*, e desta à *Sociedade Tecnológica*, provocou, entre outras, alterações na composição do espaço quarteirão, nomeadamente ao nível da sua ocupação fundiária e consequentes funções dos espaços gerados. Na época actual, muitos são os autores que apontam o pensamento, a racionalidade, o imaterial como elementos fundamentais do desenvolvimento urbano e intelectual do indivíduo. A *Era Criativa* ou *Conceptual*, como defende Pink (2010), é uma realidade, e o seu carácter emergente na cidade é apontado como uma possibilidade na resposta aos novos paradigmas, fruto de Eras passadas, ou consequência das opções do presente, como é caso da *Globalização*, que despoletou várias condicionantes, como a *crise identitária* que as cidades apresentam num mundo cada vez mais homogéneo, onde o *pastiche* cultural e social destrói a ideia de memória e valorização do património. Numa vertente mais social, vítima do factor global, surge a *sociedade de consumo* que vive, trabalha e diverte-se com pressupostos consumistas em que o bem material é o fim principal de qualquer actividade. Como resposta a essa realidade, as cidades apresentaram um novo equipamento, propício a essa actividade, que se manifesta, na sua essência, numa aglomeração da oferta existente num só espaço, o *Centro Comercial*. Numa sociedade de consumo, onde o “ter” é sinal de “poder”, nas mais variadas escalas hierárquicas, do cidadão ao poder administrativo local e nacional, no passado vivenciamos uma altura histórica em que a fé no *crescimento desmesurado* era sinal de ostentação política e económica, que se repercutiu no parque edificado. Actualmente experienciamos um crescimento quase negativo, ou de crescimento zero, que estagnou momentaneamente (em termos comparativos com os anos 50 até os anos 80) as *artes/ofícios* da nova construção. Estes momentos abriram espaço à reformulação dos ideais *formalistas* e *funcionalistas*, abrindo portas desde os anos oitenta a uma procura de reestruturação do parque edificado existente. Essa reabilitação conta com o suporte físico, *hardware*, e altera a sua função, o *software*, providenciando inúmeras opções funcionais num espaço já formalizado. No entanto, e convém frisar, estes pressupostos estão mais presentes em cidades consolidadas, com grande densidade construída e populacional, onde o espaço para se construir se tornou mais escasso e o factor económico é

mais marcante.

Assim, a exploração inicial que gerou o desenvolvimento do presente trabalho, passa por perceber qual o papel do quarteirão nos contextos apresentados, procurando entender se estes novos paradigmas mais do que “*crises pontuais*”, se apresentam por meio de soluções criativas, como oportunidades. Na verdade, as crises são cíclicas, vão e vêm naturalmente, e é com elas que questionamos as “*receitas standard*”, tal como fizeram os Gregos na criação da cidade política, a *polis*.

Partindo do princípio, que o quarteirão é um elemento constituinte do grande sistema que é a cidade, poderemos questionar qual a sua importância na regeneração urbana? e será a criatividade uma possível solução? Será que a criatividade aplicada no espaço quarteirão poderá servir como modelo de disseminação cultural e criativa? A construção desmesurada do parque edificado e a introdução de elementos fruto do *pastiche* arquitectónico e cultural, levaram a que muitos quarteirões se apresentassem descontextualizados e desfigurados no panorama geral da cidade. Essa condicionante, é mais notável em cidades de forte identidade, em que o elemento “*novo*” se destaca do “*quadro*”, e o contrário acontece em áreas de baixa densidade, onde o desenvolvimento foi mais medido pela não ostentação política e económica, criando espaços quarteirão pouco consolidados e com construções de diferentes épocas, com distintos interesses patrimoniais, com diversas funções que mais parecem remendos, de algo que nunca foi uma cidade consolidada. Essa falta de critério é vista como uma oportunidade na introdução de elementos, que procurem estabelecer alguma harmonia e equilíbrio entre as diferentes partes.

O conceito quarteirão, surge quando nos deparamos com as primeiras cidades. São conceitos indissociáveis, o que afecta a um, tem repercussão no outro. O quarteirão é entendido como uma unidade morfológica, que acompanha o desenvolvimento social, económico, cultural e urbano, e garante ao longo das épocas históricas diferentes vivências dedicadas ao Homem.

A criatividade é um conceito demasiado vago e amplo, para se poder construir um entendimento pragmático, no entanto, apresenta inúmeros subconceitos, mais claros pela sua objectividade urbana, social, cultural e económica. A criatividade surge com a humanidade, sendo considerada uma capacidade inata ao ser humano, que por meio de estímulos poderá ser desenvolvida de diferentes maneiras entre os diferentes indivíduos. Não é, como na sua génese, um conceito apenas digno do acto “*criador*” das divindades, nem tão pouco relacionado com a religião, nem mesmo uma capacidade exclusiva das artes. No novo entendimento, a criatividade alastra-se a uma nova geração, a *Classe Criativa*, que tem por base a capacidade intelectual na resolução de problemas. Essa Classe é responsável pela nova economia emergente nas cidades, a *Economia Criativa*, que tem por sua base a cultura e criatividade. O “*lugar*” onde a *Classe Criativa* produz este desenvolvimento económico, denomina-se de *Indústria Criativa*. Assim a procura de conciliar estes conceitos com o espaço quarteirão procura diversificar a oferta da cidade, promover novos caminhos e desenvolver soluções que beneficiem a *regeneração urbana*.

Com este estudo pretendemos, compreender todos os conceitos e condições da cidade de hoje, com o objectivo de promover a *Criatividade* no espaço *Quarteirão*, para que este se

possa apresentar como um modelo disseminador e potenciador criativo de conexões culturais na cidade.

A dissertação encontra-se dividida em três capítulos, onde o primeiro trata da questão evolutiva do espaço quarteirão desde a Grécia até aos dias de hoje abordando todas as questões a ele associadas que aqui já foram referidas. No segundo é apresentada a criatividade como hipótese de dinamizadora dos centros urbanos, abordando mais uma vez muitos dos conceitos aqui referidos anteriormente. Por último é apresentada a estratégia e conjunto de hipóteses arquitectónicas para a cidade de Santa Maria da Feira, que consiste na revitalização de um espaço quarteirão no centro histórico da cidade, tendo como principal foco o desenvolvimento de um Hub de Industrias Criativas, o H-IC, e a reformulação de um edifício educacional do Instituto Superior do Vouga, apelidado de +1. Este equipamento (H-IC), enquadrado com os restantes elementos propostos no quarteirão, pretende potenciar criativamente as conexões culturais da cidade.

A metodologia aplicada, baseia-se na pesquisa bibliográfica de diversos autores, mestres nas áreas referidas, dos quais poderemos destacar no âmbito do estudo do espaço quarteirão, Fernando Goitia, Lewis Mumford e José Lamas. Goitia numa abordagem, quase informal descreve como diversos eventos sociais, económicos e políticos tiveram repercussão na cidade. Mumford, numa abordagem mais histórica e pragmática contextualiza o surgimento de certos espaços, e de certas actividades, que tiveram clara repercussão no quarteirão. Lamas, apresenta concretamente as repercussões, evoluções e definições do espaço quarteirão ao longo da história.

Na vertente criativa os autores de maior predominância no desenvolvimento do estudo foram, Charles Landry, Richard Florida e Daniel Pink. Landry explora e define o conceito de *cidade criativa* e os seus subconceitos associados. Florida, criador do conceito *Classe Criativa*, define e defende esta geração como os grandes agentes da mudança dos paradigmas actuais. Pink, explora a capacidade cognitiva do pensamento, procurando defender que se aproxima a *Era Conceptual*, onde o pensamento é elevado a um novo patamar.

Espera-se que ao longo do presente documento se consiga perceber o papel da *criatividade* na *regeneração urbana*, assim como entender de que modo é que a *criatividade* e o *quarteirão* se podem complementar, e neste processo *simbiótico* possam introduzir novas maneiras de vivenciar a cidade.

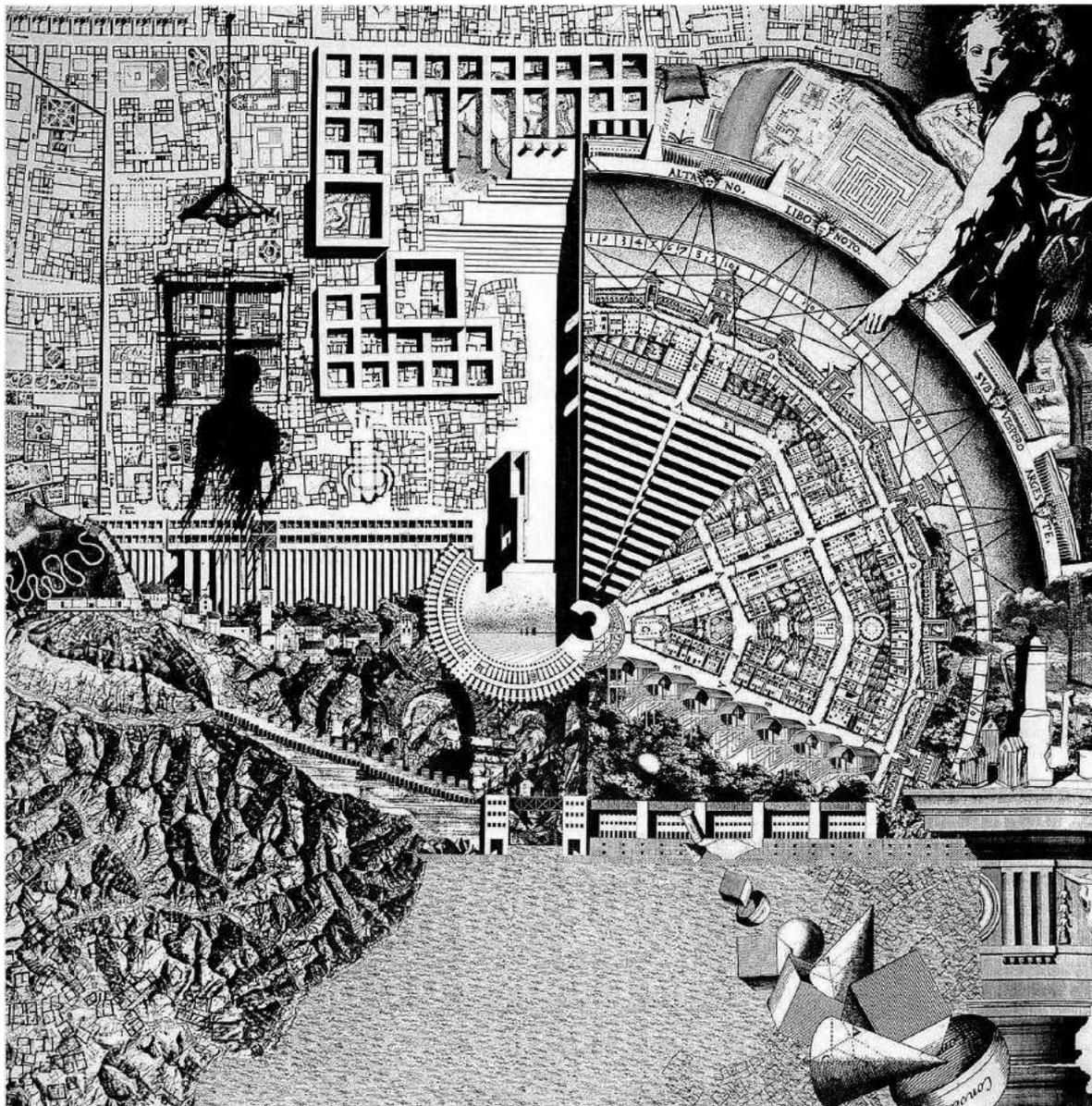


Fig1 - Composição de cidade.

La Città analoga, Aldo Rossi, Eraldo Consolascio, Bruno Reichlin, Fabio Reinhart, 1976

Capítulo I - Breve evolução do quarteirão na organização e dinamização dos centros urbanos

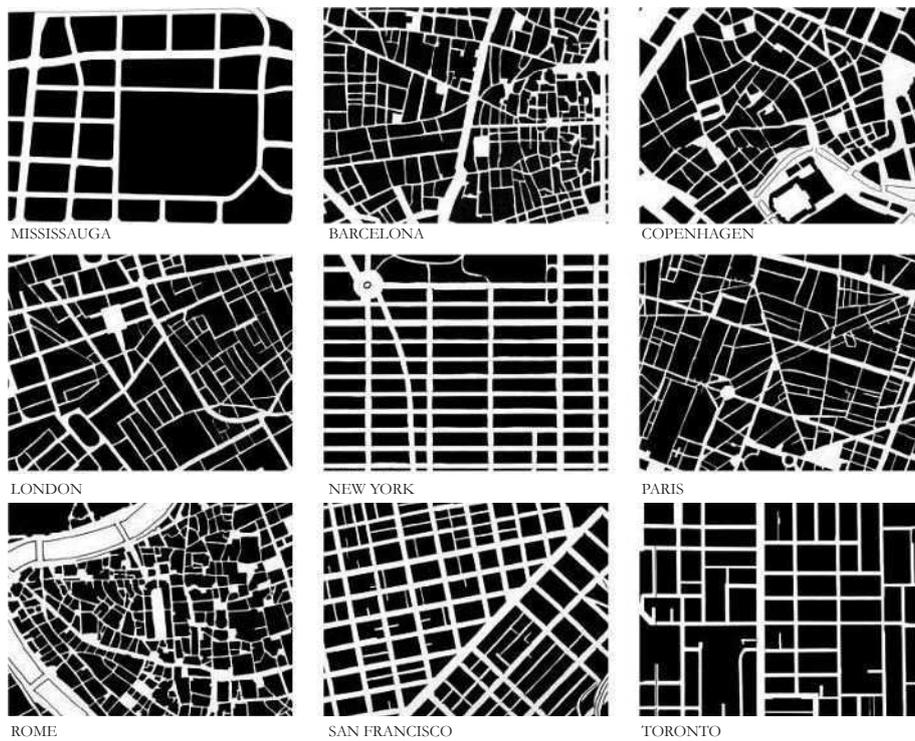


Fig 2 - Malhas urbanas de diferentes cidades.

1. O quarteirão no enquadramento urbano

O quarteirão ao longo dos tempos foi sofrendo mutações, como tal a sua definição não é estática, nem quanto á sua forma nem quanto às suas funções. Assim defini-lo só é possível com algum grau de abstracção. No entanto, poderemos dizer que este conceito surge, nos seus primórdios, quando surge a necessidade de definir os limites físicos do território. Em relação a essa matéria Aldo Rossi¹ apresenta a definição de “propriedade do solo”:

“A propriedade do solo encontra-se subdividida, quer se trate de solo rural, quer se trate de solo urbano; às bizarras formas dos campos, opõe-se a complexidade e muitas vezes o absurdo da propriedade urbana” (ROSSI, 2001:222)

Aldo Rossi (2001) fala ainda do modo como se apresenta dividido o solo em espaço Rural com formas “bizarras” e aparentemente aleatórias em que os limites eram estabelecidos por muros de pedra e por pequenos caminhos que definiam onde era o término de uma propriedade e o início da próxima. Em contraposição afirma que em território urbano, (Fig.2), apresenta-se como um espaço de extrema complexidade em que os limites da propriedade se apresentam por meio de lotes. Neste caso afirma que a forma dos lotes está ligada á história das classes:

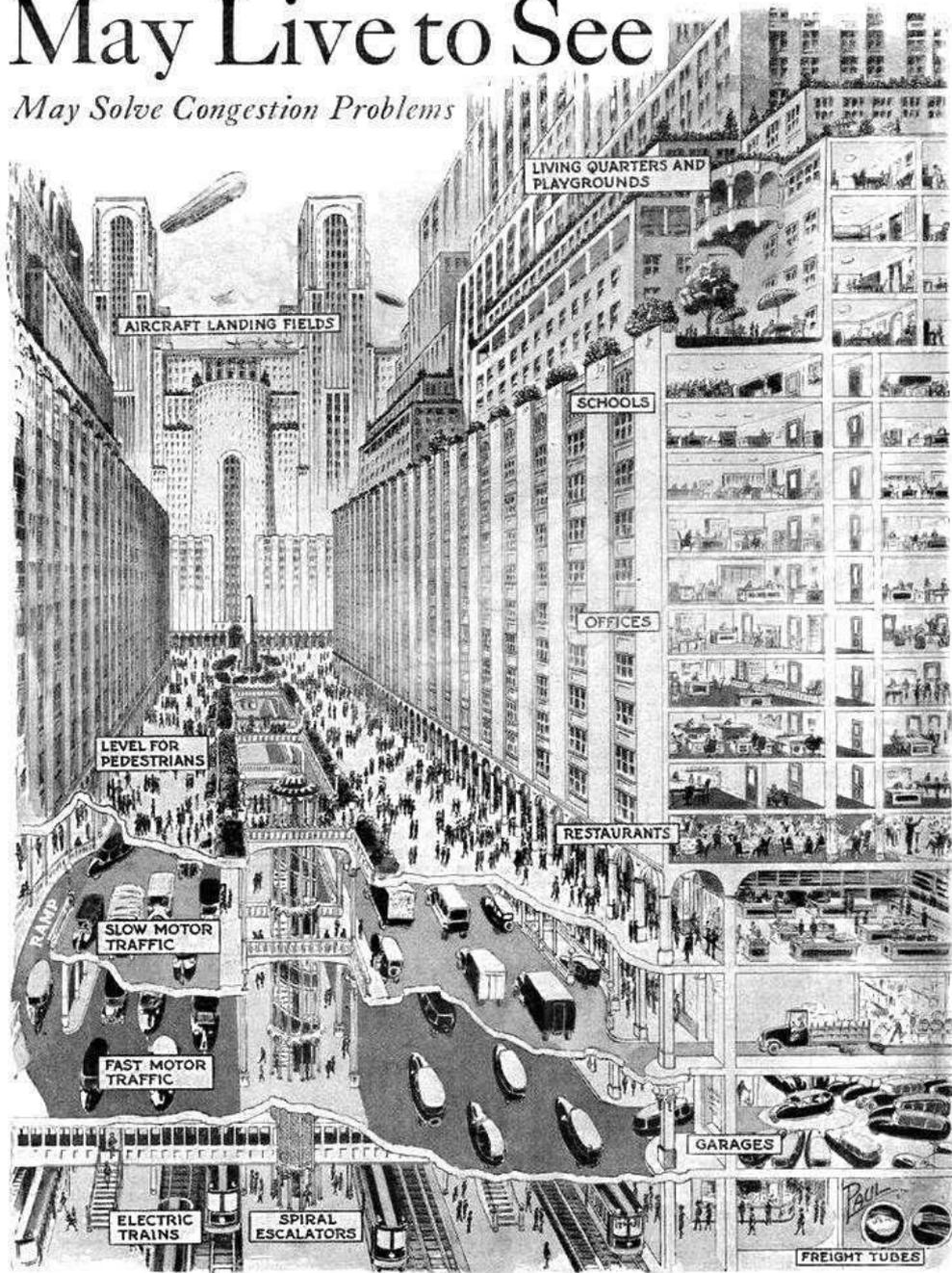
“A forma dos lotes de uma cidade, a sua formação, a sua evolução, representa a longa história da propriedade urbana e a história das classes profundamente ligadas á cidade...”(ROSSI, 2001:63)

O exemplo mais evidente disso encontra-se na Roma Antiga em que da cidade do tipo agrário surgiram grandes espaços públicos da idade imperial, assim como da casa pátio republicana surgem as grandes Insulae da plebe. Estes princípios apresentam-se oportunos no desenvolvimento da história do quarteirão pois dos enormes lotes que constituem as Insulae, com uma concepção da casa-quarteirão, antecipam-se os conceitos da moderna cidade capitalista e da sua divisão espacial. Esta abordagem permite introduzir a noção de quarteirão enquanto elemento integrante da divisão fundiária dos solos mas também enquanto forma construída (ROSSI,2001).

¹ Aldo Rossi (1931-1997) - Arquitecto italiano com um percurso académico iniciado num colégio de padres em 1940 e que em 1949 ingressa no Politécnico de Milão licenciando-se em arquitetura em 1959. Participou na revista “Casabella Continuitá” como director em 1964. Foi autor de ensaios como “Arquitetura da cidade”, 1966 e “Autobiografia científica”, 1981, livros notáveis do século XX. Participou com o cargo de direcção na Bienal de Milão em 1980. Lecionou desde os anos sessenta em inúmeras universidades, como Arezzo (1963), Veneza (1963), Milão e Palermo (1970), na Escola de arquitetura de Zurique (1972) e nos Estados Unidos (Universidades de Harvard, Yale e Cornell). Em 1990 foi-lhe atribuído o prestigiado Pritzker Prize.

May Live to See

May Solve Congestion Problems



How You May Live and Travel in the City of 1950

Future city streets, says Mr. Corbett, will be in four levels: The top level for pedestrians; the next lower level for slow motor traffic; the next for fast motor traffic, and the lowest for electric trains. Great

blocks of terraced skyscrapers half a mile high will house offices, schools, homes, and playgrounds in successive levels, while the roofs will be aircraft landing-fields, according to the architect's plan

Fig 3 - Cidade do futuro em 1950.
Revista Popular Science Monthly

Após a Revolução Industrial, o motor de combustão, veio proporcionar um enorme progresso nos meios de transporte. Este novo paradigma mudou a noção de distância na cidade na medida em que os meios de transporte se tornam mais rápidos e eficazes. O automóvel tornou-se um símbolo de progresso, acessível à maioria da população, que cada vez mais procura este movimento rápido pela cidade (Fig.3). Consequentemente o desenho da cidade adapta-se a este novo paradigma. Se durante o período Barroco o desenho da cidade era definido por grandes eixos viários para a circulação de veículos, no século XX as vias de comunicação assumem um papel ainda mais preponderante. Isto traduz-se, em termos de desenho, numa organização espacial geometrizada, organizada em zonas funcionais conectadas entre si pelo automóvel. Esta conexão acontece por meio de grandes avenidas e vias de circulação rápida, que estruturam a cidade com parâmetros rígidos. Esta constatação é enunciada por Aldo Rossi (2001), quando afirma que os sistemas de construção de cidade apresentam-se em três sistemas principais:

“(...) Nós temos hoje três principais sistemas para construir cidade: o sistema ortogonal, o sistema radial e o sistema triangular. As variantes resultam geralmente da fusão dos três métodos. Todos estes sistemas têm um valor artístico nulo; o seu exclusivo escopo é a regulamentação da rede viária; é portanto um escopo puramente técnico.” (ROSSI,2001:51)

Este novo paradigma introduziu novos pressupostos e condicionantes no planeamento urbano, com introdução de malhas geométricas regulares, e devidas exceções, para aprimorar a circulação automóvel na cidade. Consequentemente os espaços resultantes dessas malhas configuraram a forma dos quarteirões na cidade e devido loteamento.

Lamas²(2004) defende que apenas podem ser apresentadas definições gerais e abstractas que procurem traduzir os elementos empíricos do quarteirão. No entanto procura definir o quarteirão enquanto um contínuo de edifícios agrupados entre si em anel, ou sistema fechado e separado dos demais; um espaço delimitado pelo cruzamento de três ou mais vias e subdivisível em parcelas de cadastro (lotes) para construção de edifícios; um modelo de distribuição de terra por proprietários fundiários; e ainda, um modo de agrupar edifícios no espaço delimitado pelo cruzamento de traçados derivados da malha urbana.

² José Lamas - é arquiteto, nascido e formado em Lisboa, e doutor em urbanismo (Aix-en-Provence, França, e Lisboa). Autor do conhecido livro *Morfologia Urbana e Desenho da Cidade*, é Professor Catedrático da Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa. Realizou numerosos projetos de arquitetura e planos de urbanismo, tendo recebido, em 1997/98, o “Prémio de Mérito Especial” do Conselho Europeu de Urbanistas.

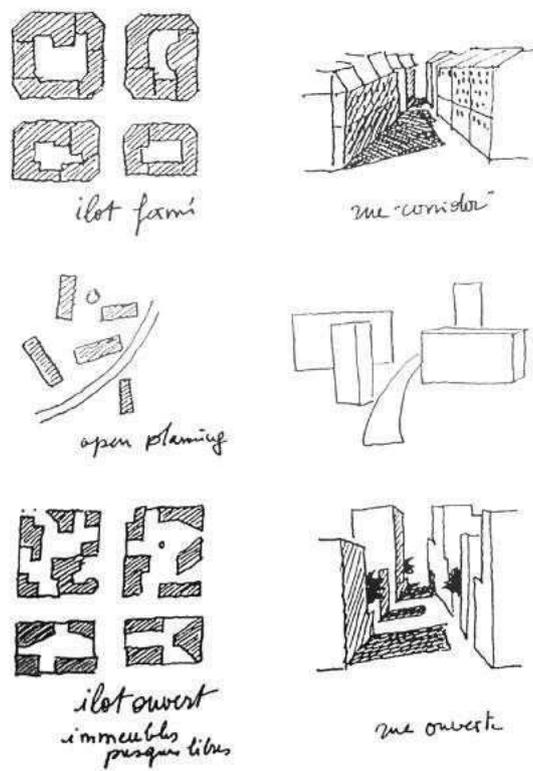


Fig. 4 - Três tipos de quarteirão: fechado, disperso e aberto.
 L'ilot Ouvert, Christian de Portzamparc

O autor refere ainda que quarteirão é um sistema, proveniente de um processo geométrico elementar conferindo-lhe uma unidade morfológica, agregando e organizando o lote, o edifício, o traçado e a rua, numa relação entre espaço público, semipúblico e privado. Os edifícios que o compõem são diferenciados em altura, profundidade e programa.

“O quarteirão não é autónomo dos restantes elementos do espaço urbano – os traçados, ou as vias, os espaços públicos, os lotes e os edifícios. É simultaneamente o resultado de regras geométricas de divisão fundiária do solo e de ordenamento do espaço urbano, e um instrumento operativo de produção da cidade tradicional.” (Lamas,2004: 88)

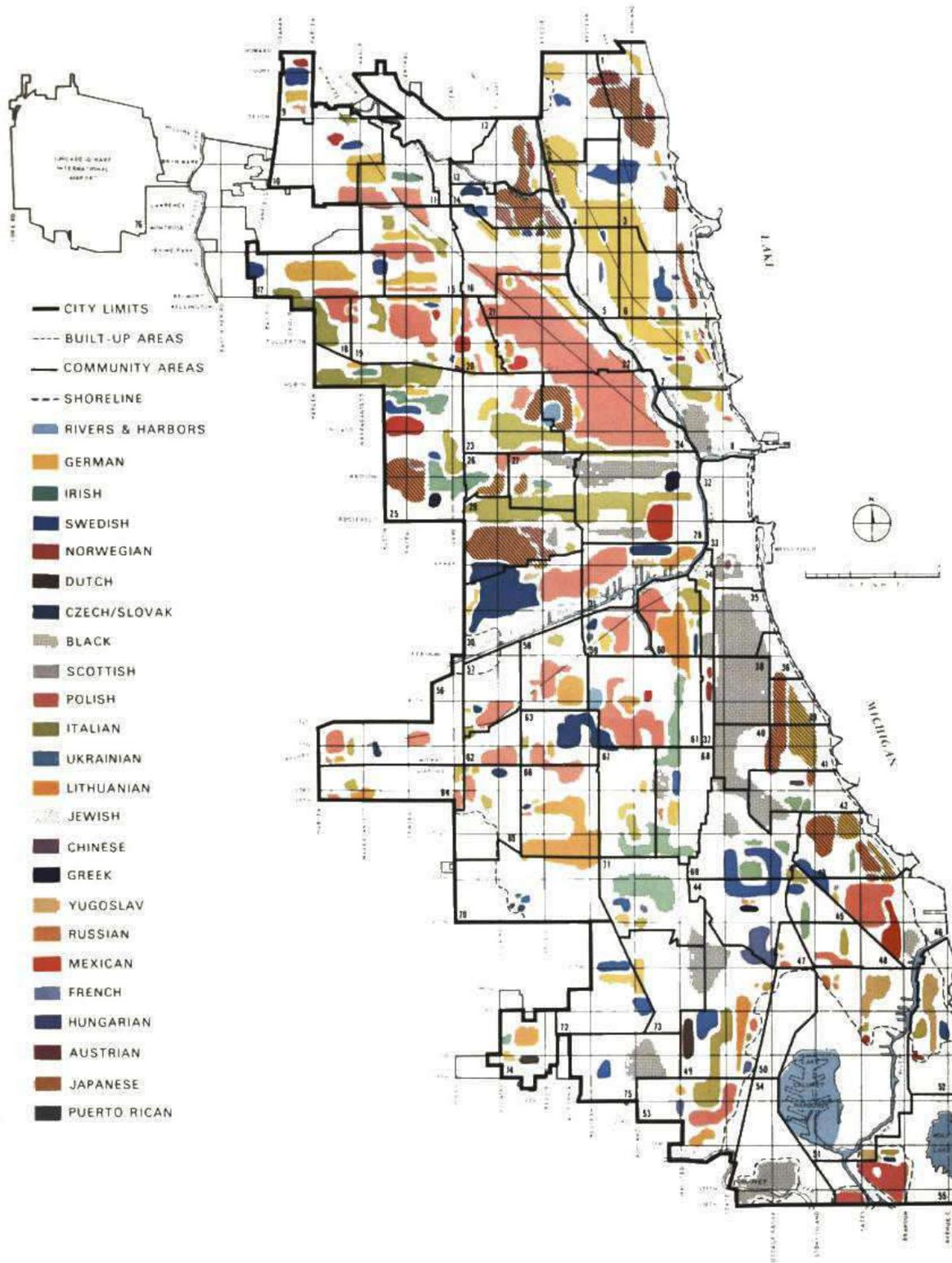
Ainda neste contexto poderemos dizer que o quarteirão se relaciona com os restantes espaços da cidade, não apenas pela sua função ou forma, mas também pela sua implantação. Nesse aspecto, poderemos reduzir a implantação da unidade quarteirão em três tipos: o quarteirão fechado, como é reconhecido tradicionalmente, inserido numa malha, na maioria dos casos, com três ou mais frentes que o encerram, criando ruas “corredor”; o quarteirão disperso, mais característico de zonas rurais, edificado de exceção nas cidades, entre outros que não se inserem numa malha, ou quando a sua ocupação espacial não encerra o quarteirão nos seus limites, criando uma vivência de rua com vários momentos distintos; e por último, o quarteirão aberto ou permeável, inserido na malha, com edifícios que compõe o perímetro do quarteirão mas que por diversos motivos, como o crescimento gradual da cidade, apresenta edifícios pontuais na sua periferia, permitindo a permeabilidade do espaço interior do quarteirão, anunciando neste caso, na sua relação com a rua, uma diversidade compositiva com atravessamentos e, por sua vez, a possibilidade de percursos alternativos na cidade (Fig.4).

Uma noção associada à ideia de quarteirão é a noção de *Bairro*. Este conceito pode ser definido enquanto conjunto de quarteirões com características comuns. A ideia de *Bairro* enquanto elemento morfológico que agrupa quarteirões temáticos apresenta-se desde a Antiguidade como um elemento identitário das cidades. A sua imagem, distinta dos demais, caracteriza-o, pois como refere Lynch ³(Lynch, 1999:143),

.....
Noção de Bairro

³ **Kevin Lynch (1918-1984)** - estudou na Yale University, no estúdio Taliesin (com Frank Lloyd Wright) e no Instituto Politécnico Rensselaer. Graduou-se em planeamento urbano pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT) em 1947. Começou a lecionar no MIT no ano seguinte, tornou-se professor assistente em 1949 e professor em 1963. Uma das suas principais publicações foi “A Imagem da Cidade”, publicado em 1960.

COMMUNITY SETTLEMENT MAP FOR 1950



CITY OF CHICAGO
 RICHARD J. DALEY, Mayor



DEPARTMENT OF DEVELOPMENT AND PLANNING
 LEWIS W. HILL, Commissioner

Fig. 5 - Zoning por zonas étnicas em Chicago.
 Community Settlement Map for 1950, Lewis W. Hill

“A imagem e a referência por meio de bairros foi muito frequente em cidades mais antigas, onde os quarteirões e a população eram relativamente estáveis, isolados e distintos. Em Roma, no tempo do Império, as moradas eram dadas por pequenos bairros definidos.”

Podemos considerar que o Bairro torna-se um sector da cidade, uma organização intimamente ligada á evolução da cidade. Das suas diferentes partes (quarteirões) temos uma experiência concreta associada à sua função e imagem.

O Bairro apresenta-se como parte da morfologia social e urbana e é característico de uma certa paisagem urbana. Esta associação leva-nos a outro conceito, o *Zoning*. Esta noção foi avançada em 1923 por Burgess, definindo-a como a tendência da cidade se dispor por bairros especializados. No entanto, ao longo da história esta noção tem recebido uma conotação negativa sobretudo devido ao seu uso desadequado, como se verificou no caso de Chicago e a sua divisão por zonas étnicas (Fig.5). Em oposição a esta ideia de *Zoning*, Baumeister afirma que indubitavelmente existem zonas especializadas, a que podemos chamar de zonas caracterizadas por terem uma fisionomia particular e por se apresentarem como partes autónomas na cidade, mas que no entanto se devem relacionar entre si (ROSSI, 2001).

Para definir convenientemente estas noções e sua evolução é necessário remeter às épocas históricas específicas e a partir daí introduzir a definição que melhor descreva esta unidade morfológica na cidade.

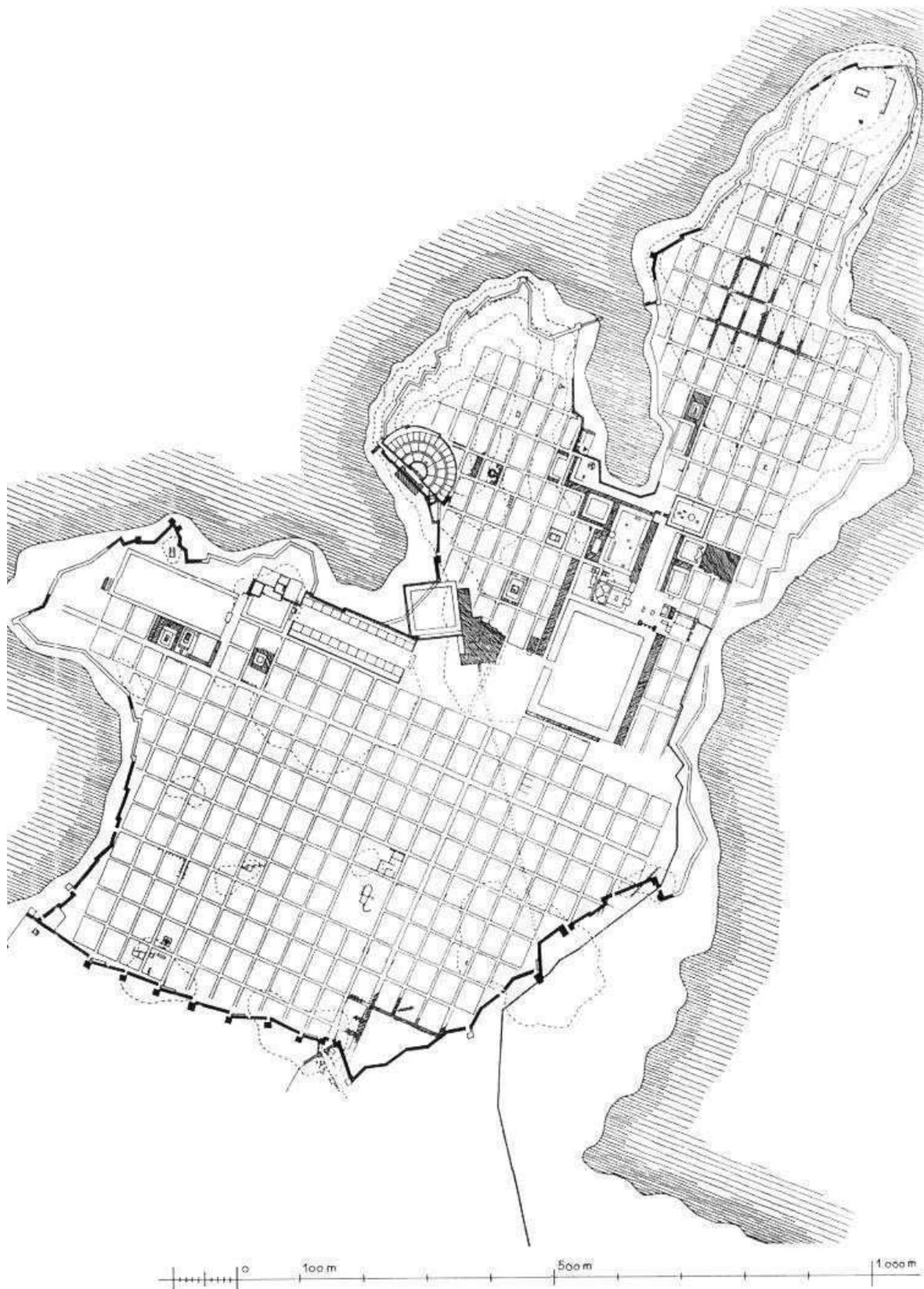


Fig. 6 - Cidade de Mileto.

Mileto apresenta-se com um traçado ortogonal que se adapta ao contorno sinuoso do promontório que avança sobre o mar, local onde se implantou a cidade. Esta consta dividida em duas partes. Uma, de quadricula menor encontra-se na parte mais estreita, a segunda com um reticulado mais largo na base da península. Estas quadriculas, correspondentes aos quarteirões, eram respectivos às unidades habitacionais da cidade. O elemento que estabelece o limite entre a primeira e a segunda é a ágora e conjunto de edifícios significativos como o grande mercado. Estes elementos por serem de exceção rompem com a monotonia da quadricula.

2. A evolução do espaço quarteirão

O quarteirão grego e helenístico equivale à utilização da quadrícula geométrica essencialmente ocupado por residências, já que os edifícios públicos não pertenciam à malha geométrica ocupando locais históricos ou sagrados. O loteamento residencial é feito sem qualquer referência estética, uma vez que é resultante de um parcelamento que distribui terra a cada família.

Com o desenvolvimento da democracia nas cidades-estado da Grécia, surgem novos elementos urbanísticos que procuram uma participação do povo nos assuntos comunitários. Estes edifícios estavam geralmente situados à volta da ágora. A cidade deixa de ser um amontoado de casas humildes, dominadas pelo palácio-templo de um rei divinizado, para se converter numa estrutura mais complexa (GOITIA, 2010).

Como seria de esperar, o ambiente filosófico da Grécia, que legou as bases do racionalismo moderno ao mundo, permitiu igualmente o aparecimento da ideia de cidade racional como solução às deficiências da cidade histórica.

Neste contexto, assistimos à criação da cidade em quadricula, da autoria de Hipódamo, considerado o primeiro urbanista que o mundo conheceu, embora esse princípio tenha sido aplicado em civilizações anteriores como os egípcios e mesopotâmicos. No entanto Hipódamo impôs vigorosamente as suas teorias e desenvolveu-as até um ponto que ainda não tinha sido alcançado por essas civilizações.

A cidade de Mileto (Fig.6), cidade natural de Hipódamo, após invasão dos Persas em 494 a.C. foi destruída e teve que ser reedificada. Hipódamo participou na reconstrução da cidade, mesmo que não existam documentos que o comprovem, mas que fica assegurado pela cronologia dos eventos e os seus tratados escritos que se viram repercutidos na cidade (GOITIA, 2010).

Mumford (1991) afirma que em Mileto surge um traçado cartesiano rigoroso e estruturado onde a monotonia é quebrada pelo centro cívico - ágora - onde a vida pública e social da cidade se desenrolava. Neste caso a cidade de Mileto apresenta-se como um protótipo da Grécia ordeira. Os edifícios públicos da cidade não se apresentam como entidades independentes, vinculados a sítios históricos e/ou sagrados. Estes edifícios passam agora a fazer parte de grupos arquitectónicos unificados, formando uma imagem cuja abordagem era controlada por ruas igualmente regulares, onde podemos considerar que a moldura sobressaia sobre o quadro.

.....
Contextualização da
Grécia Antiga

.....
O caso de Mileto

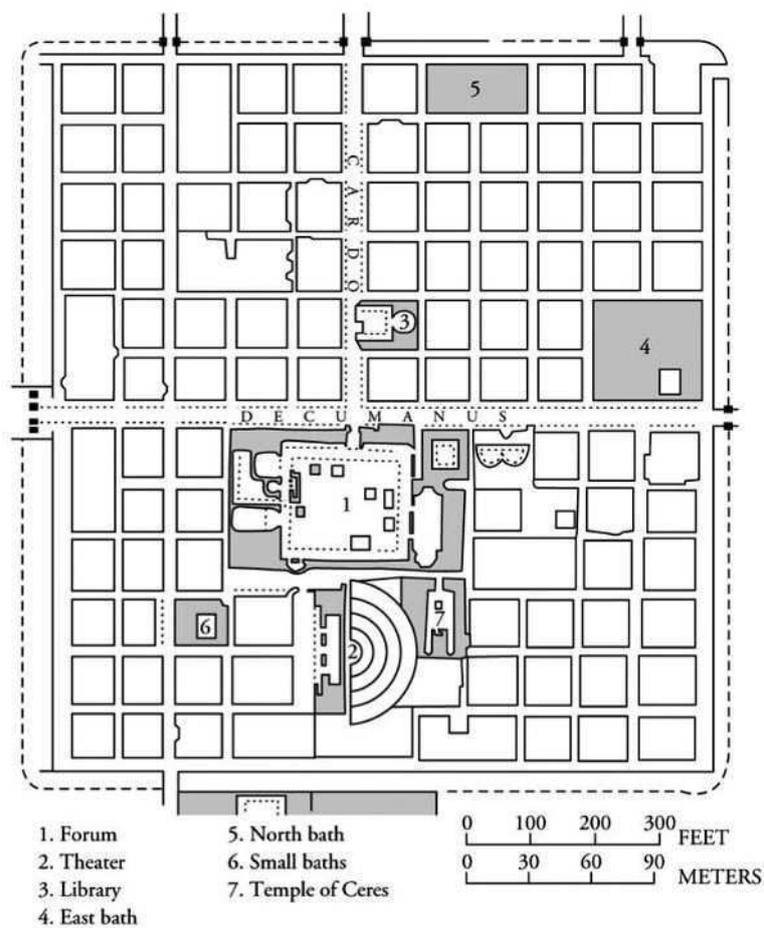


Fig.7 - Plano de Timgad , Algéria , fundado em 100 a.C.

Timgad constitui um exemplo da arte urbanística romana. Sendo uma cidade pequena, planeada e construída dentro de um período limitado apresenta-se com uma simplicidade diagramática sem ser sujeita a pressões de crescimento como as cidades mais movimentadas. O traçado regular em tabuleiro, com limite rectangular, as calçadas com arcadas, o fórum, o teatro, a arena, os banhos, os lavatórios públicos constituíam o equipamento padrão. Uma marca típica que distinguia das cidades helenísticas era o traçado das ruas principais, o *cardo*, que corria de norte para sul, e o *decumanus*, que corria de leste para oeste.

Por outro lado os quarteirões ordenados representam as unidades habitacionais da cidade. Estas áreas residenciais, apresentavam-se sem qualquer tratamento especial e organizavam-se em evidente contraste com os lugares públicos. A quadrícula representativa dos espaços residenciais sobrepõe-se indiferente à topografia do local, o que gera, em muitos casos, a construção de terraços e plataformas para o encaixe dos edifícios (LAMAS, 2004).

Estes ideais Gregos foram utilizados pelos Romanos no desenvolvimento das suas cidades.

A cidade típica da civilização romana era definida, tal como na Grécia, por um traçado cartesiano rígido, orientado segundo dois grandes eixos referentes aos ventos dominantes. No entanto as duas cidades distanciam-se nas premissas que foram criadas. No caso da Grécia o plano estético e espiritual influenciava a organização compositiva da cidade, enquanto que na civilização Romana o sentido prático impunha-se.

O desenvolvimento do urbanismo em Roma foi um processo gradual e ininterrupto. É importante referir que a vida urbana foi fomentada por todos os imperadores, sobretudo por Augusto e Cláudio, visto que o desenvolvimento urbano se alicerçava no triunfo e no poder dos imperadores.

Sob o ponto de vista urbanístico, as cidades do Império Romano herdaram da Grécia vários refinamentos técnicos e infra-estruturais, assim como os seus traçados. Podemos mesmo dizer que os traçados Romanos não eram mais do que cidades gregas romanizadas que deram continuidade à tradição Hipodâmica. A definição dos traçados reguladores da cidade Romana deve-se muito às referências das colónias militares. Os romanos apresentavam um sentido prático e organizador que procurava soluções simples e claras tal como os empreendimentos coloniais (GOITIA, 2010).

Segundo Goitia⁴ (2010), os romanos procuraram realizar traçados regulares e geométricos e, mesmo quando isso não era possível, integravam nas cidades conjuntos urbanístico-arquitectónicos de grande monumentalidade que beneficiassem a imagem da cidade. Exemplo ideal disso é a cidade de Roma, cuja monumentalidade nunca foi superada. Esta apresentava elementos monumentais, rigorosamente geométricos dentro da estrutura irregular da cidade, elementos esses como os Fóruns, palácios, templos, termas, anfiteatros e circos que entre

.....
O quarteirão Grego

.....
Contextualização da
Roma Antiga

.....
O caso de Roma, Timgad
e Pompeia

⁴ **Chueca Goitia (1911 – 2004)** - Arquitecto, historiador de arte, catedrático em Historia de Arte na Escola Superior de Arquitectura de Madrid e membro da Real Academia de Bellas Artes de San Fernando onde em 1940 obteve o primeiro prémio de um trabalho biográfico-artístico para comemorar o centenário do arquitecto neoclássico Don Juan de Villanueva. Em 1944, obtém o Prémio Nacional de Arquitectura com o projecto da catedral de Nossa Senhora de la Almudena em Madrid. Presidente do Instituto de Espanha entre 1978 e 1986. Enquanto ensaísta manifestou através de trabalhos como *Invariantes castizos de la arquitectura española* (1947), *Historia de la arquitectura española, Edad Antigua y Edad Media* (1965), o *la Historia de la arquitectura occidental* (1974)..

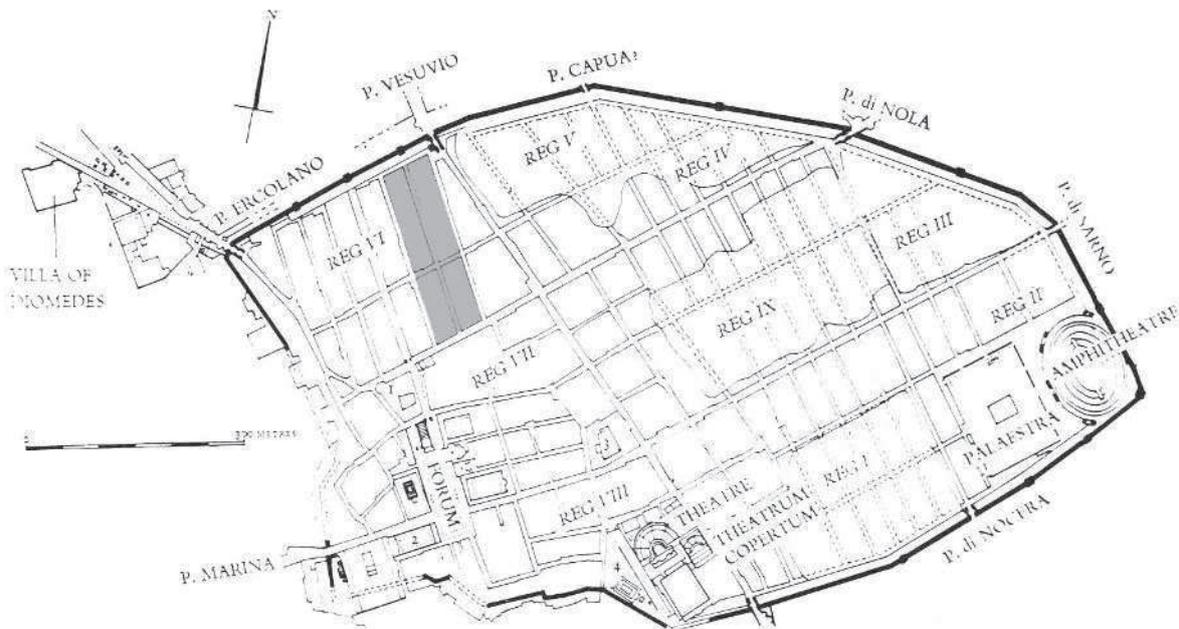


Fig.8 - Cidade de Pompeia.

As principais vias da cidade, a *Cardo Maximus* que inicia em porta de Vesúvio e termina no Teatro. A *Decumani Maximi* que inicia na porta Marina e termina na porta de Sarno. Na extremidade sudoeste situa-se o fórum principal e a parte mais antiga da cidade. Na imagem está apresentado a mancha cinzenta a localização do conjunto de quarteirões representada com maior evidência na imagem em baixo do lado esquerdo. Dentro dessa apresenta-se a *Insulae de Vettii* representada em baixo do lado direito.

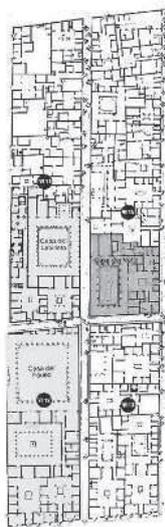


Fig.9 - Distribuição espacial dos quarteirões.

Na imagem está representado um conjunto de *Insulae* e *Villa* circunscritas nos quarteirões. No caso da *Insulae* representada a cinzento escuro e do lado direito, reparamos num dos tipos de ocupação do quarteirão- na extremidade. No caso da *Insulae* apresentada em baixo do lado esquerdo poderemos ver como em muitos casos esta unidade habitacional ocupa todo o quarteirão.

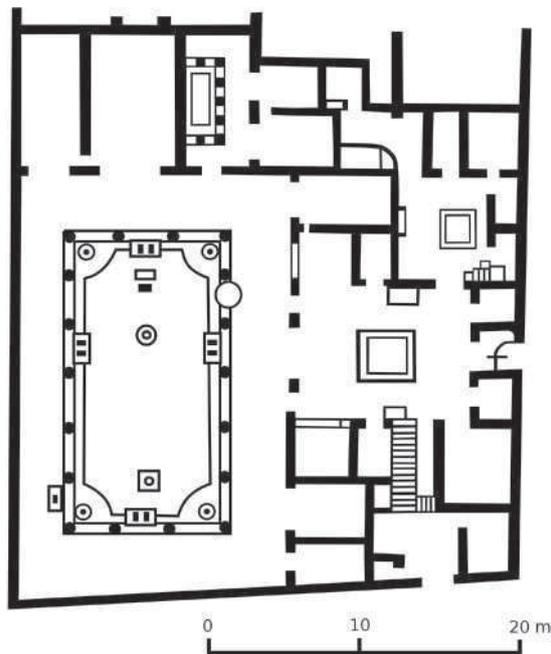


Fig.10 - *Insulae de Vettii*

A imagem representa uma *Insulae de Vettii* que fica situada no topo do quarteirão. Esta apresenta o seu pátio bem evidenciado e consequentes áreas técnicas em seu redor como *estabulo*, *átrio*, *cozinhas* entre outros.

si formavam grandiosos conjuntos urbanísticos. É ainda em Roma que se coloca pela primeira vez uma regulamentação urbanística que procura resolver problemas de falta de espaço, de abastecimento de água, problemas defensivos entre outros, que definem quais as regras, posturas, interdições e obrigações. A falta de espaço e necessidade de expansão induziu à construção em altura que deu origem às Insulae que poderiam atingir até seis pisos, substituindo a domus de um só piso.

Existem, no entanto, cidades que exemplificam melhor as descendências Gregas, como o caso das cidades militares. Estas apresentavam uma regularidade compositiva ortogonal desde da sua concepção do todo até às partes. Um exemplo desse tipo de cidade é o caso de Timgad (Fig.7), na Numídia (Argélia), antiga colónia militar de Trajano. Este tipo de cidade apresenta-se circunscrito num perímetro rectangular, geralmente ladeado por muralhas, cujo recinto interior era cortado por dois grandes eixos e no seu encontro geralmente situava-se o fórum, templos e basílica. Os quarteirões apresentados em redor dessa configuração costumavam ser perfeitamente regulares, consequência do funcionalismo distributivo das ruas da antiga colónia. O seu traçado típico das cidades coloniais beneficiava o sentido prático e organizador em prol do imperativo estético ou espiritual (GOITIA, 2010).

Pompeia (Fig.8) apresenta-se como uma cidade regular, embora não estritamente geométrica. A sua malha urbana é distribuída por regiões e apresenta-se regular com a excepção dos edifícios públicos de maior destaque. Cada quarteirão apresenta várias Insulae ou em alguns casos a insulae ocupa todo o quarteirão.

Tal como nos quarteirões Gregos que se inserem na quadrícula, o quarteirão romano é fundamentalmente residencial e subdivide-se em parcelas, cada qual ocupada por uma villa ou por uma insulae (Fig.9). As insulae eram um tipo de habitação destinada à população mais desfavorecida, que em termos de ocupação física na cidade apresentavam-se em enormes lotes chegando mesmo a ocuparem o quarteirão na sua totalidade - casa-quarteirão (Fig.10).

.....
O quarteirão Romano

“Menos elegante que a domus e francamente urbana desde a origem, é a insula ou bloco habitacional (...).Podemos considera-la, sob vários aspectos, a antepassada do moderno prédio de apartamentos.” (JANSON, 1992:167)

Tanto no quarteirão Grego como no Romano o interior do quarteirão não era ocupado por logradouro ou hortas, mas sim por um pátio, não existindo assim espaços residuais ou intersticiais.

Em suma podemos concluir que a estrutura e implantação do quarteirão



Fig.11 - Cidade de Sienna, Itália.

Grego e Romano, não participam no desenho do espaço público. Os quarteirões apresentam-se como meios de organização e divisão do solo em partes, embora não se apresentem relevantes na composição estética da cidade indicam um imperativo funcional. Essa atitude estética e significativa de quarteirão apenas surge no final da Idade Média.

Com a lenta queda do Império Romano o mundo ocidental foi mudando de aspecto. A população dissemina-se por toda a área rural deixando de estar agrupada em grandes concentrações. A sociedade medieval apresenta-se como uma organização completamente feudal e agrária, dispersa no território, num regime senhorial. Neste contexto, o crescimento das cidades é originado principalmente pelo desenvolvimento comercial, começando a atrair pessoas do meio rural que aí tinham oportunidade de se libertar da servidão do meio rural, encontrando na cidade, em prospecção mercantil, ocupação. Os privilegiados do sistema feudal tentaram opor-se às pretensões da burguesia, mas concordaram logo de seguida, pelas vantagens do desenvolvimento dos centros comerciais nas cidades (GOITIA, 2010).

A cidade Medieval, por necessidade de defesa, geralmente encontra-se em locais expugnáveis e como tal com uma topografia de forte acentuação e irregular. Este facto condicionou a fisionomia pitoresca da cidade Medieval (Fig.8). A morfologia da cidade Medieval poderá ser reduzida a três tipos fundamentais: o irregular, o radio concêntrico (onde existe falta de rigor geométrico) e o regular, que se apresenta sobretudo sob a forma quadricular (DICKINSON in GOITIA, 2010:89). Dada a topografia em que se enquadram as cidades poderemos dizer que apresentam um desenho orgânico onde predomina o tipo irregular ou ocasionalmente o regular. No entanto, não poderemos considerar que essa irregularidade se compara ao “caos” de que o racionalista Descartes pensou. Sobre esse tema Goitia conclui, “As cidades, na sua morfologia natural, têm sempre um sentido” (GOITIA, 2010: 89).

Segundo o entendimento de Mumford⁵ (1991), o facto de se adaptar á topografia natural do terreno, ou de as suas ruas estruturarem o desenho da cidade, ou ainda a disposição lógica das muralhas, entre outras razões, existe sempre algo que impede que uma cidade se baseie no capricho. Na verdade como as ruas não eram adaptadas ao tráfego sob rodas, nem existia necessidade de encanamento de água ou esgotos, era mais económico seguir os contornos da natureza do que traçar uma grade sobre eles (Fig.11).

5 **Lewis Mumford** (1895 - 1990) - foi um historiador Americano que pesquisou nas áreas da arte, ciência e tecnologia e saúde. Foi também escritor, crítico literário e professor. Estudou no City College Nova-Iorquino e na New School for Social Research. Mumford advertiu que a sociedade tecnológica deveria entrar em harmonia com o desenvolvimento pessoal e as aspirações culturais regionais. Depois de 1942, lecionou ciências humanas e planeamento urbano e regional em várias universidades americanas.

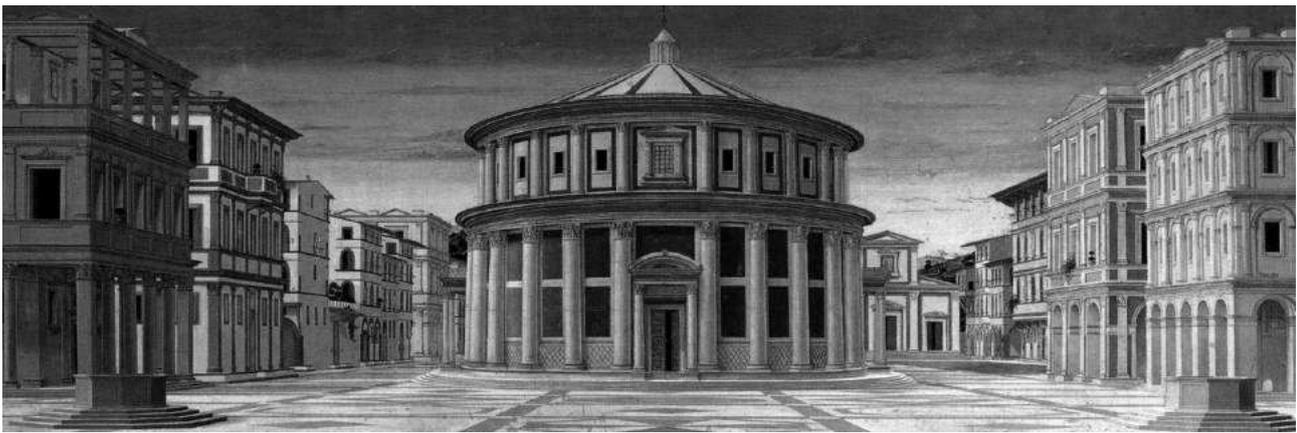


Fig.12 - A cidade ideal do pensamento Renascentista.
Cidade Ideal, Piero della Francesca, 1470, 60 x 200 cm

O quarteirão Medieval apresenta modificações significantes em relação ao quarteirão romano, tanto pela forma, como pela posição dos edifícios que o ocupam e mesmo no papel que desempenha na estrutura urbana. Em primeira análise o quarteirão é determinado pelos traçados viários que, como foi referido anteriormente, apresentavam uma fisionomia tortuosa mas no entanto adaptada à cidade. Isto teve uma clara repercussão no desenho dos quarteirões que se apresentam com diferentes formas entre si, e que fogem claramente à monotonia da retícula clássica. Os edifícios concentram-se no perímetro do quarteirão e entram em contacto directo com a rua, ao contrário das *Insulae* que se encontravam voltadas para o pátio interior e que não procuravam um contacto excessivo com a rua. Nesse aspecto foi também libertado o logradouro, de cada lote, para o usufruto do proprietário, constituindo uma área privada. O facto de o edifício contido no quarteirão possuir agora uma individualidade própria, quer o desenho de fachada quer a *cércea*, conferem-lhe liberdade volumétrica.

“O quarteirão deixa de ser apenas um meio de loteamento e divisão cadastral do solo, para se constituir também como elemento morfológico do espaço urbano.” (LAMAS,2004:158)

Características como a relação do quarteirão com a rua, liberdade compositiva da fachada e liberdade volumétrica, apresentam-se como características mais do que suficientes para perceber que é neste momento, que o quarteirão verdadeiramente se relaciona com a cidade e, não se fecha no seu pátio, desligado da cidade onde também habita. O quarteirão agora estrutura e delimita espaço público e privado, garantindo a devida organização funcional na cidade, sendo estas as particularidades que possibilitam a integração do quarteirão enquanto elemento morfológico do espaço urbano.

O Barroco surge após o Renascimento, época esta em que o mundo se encontra em plena expansão e anseia novas realizações com o pressuposto de liberdade aos vínculos tradicionais. É no período Renascentista que o passado é criticado e revisto, e como tal, era de esperar que este “novo” pensamento se repercutisse nas cidades numa profunda transformação. No entanto, quase nada acontece em termos urbanísticos, senão uma reformulação de base teórica (Fig.12).

“O Renascimento é, acima de tudo, um movimento intelectual. No campo do urbanismo, as suas primeiras contribuições são insignificantes se as compararmos com a arquitectura do mesmo período e com as realizações cenográficas, com os grandes panos de fundo do final do Barroco.” (STEWART *in* GOITIA, 2010:95)

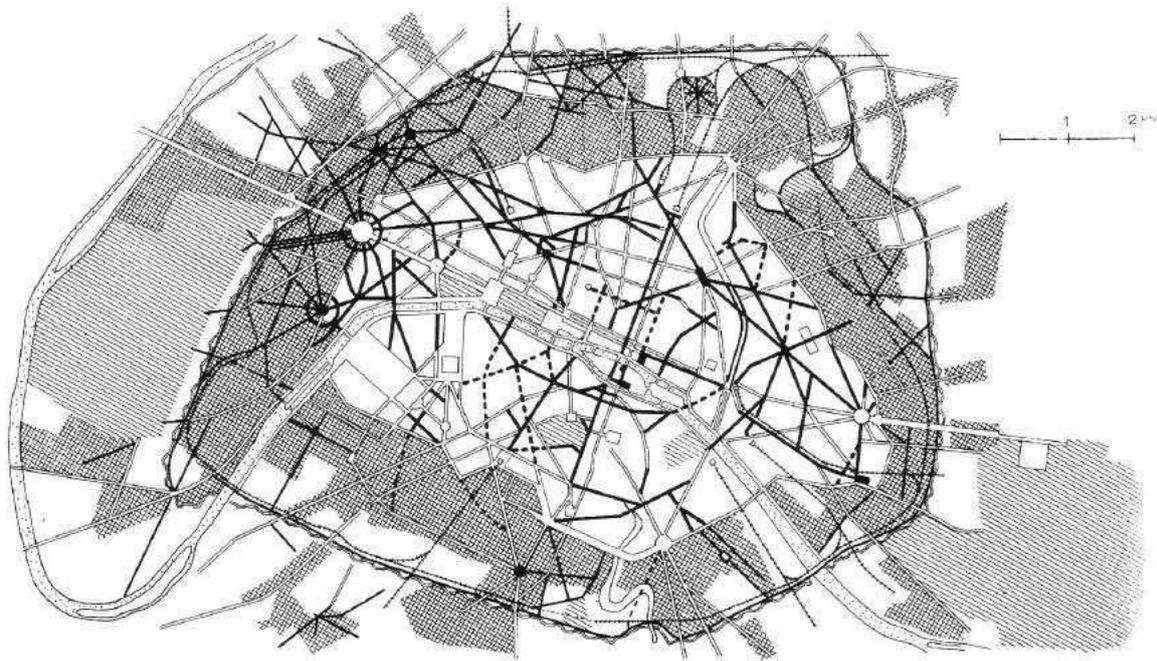


Fig.13 - Plano de Haussmann, as linhas a preto representam a sua intervenção e as mais claras o existente.



Fig.14 - Avenida da Ópera.

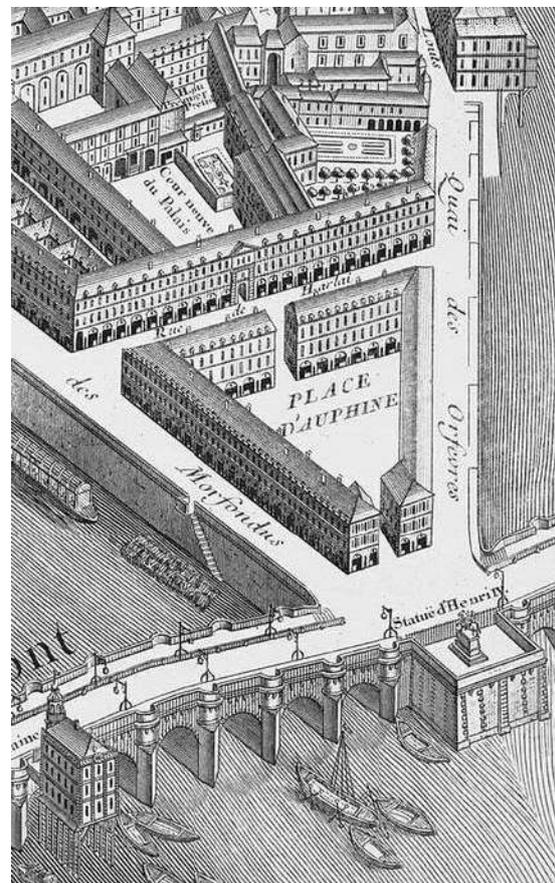


Fig.15 - Place Dauphine, primeira manifestação de espaço público no interior do quarteirão.

Neste contexto, o próprio significado da palavra Renascimento conduzia à conjuntura do aparecimento de um movimento restaurador. O que se verificou foi um revivalismo da Antiguidade exposto por meio de tratados, escrituras e pintura (Fig.11) que em pouco se transcreveu na cidade. A cidade ideal surge neste contexto como uma criação mais intelectual do que real, onde é afirmado mais uma vez o pensamento Renascentista Utópico (GOITIA, 2010).

A época Barroca surge enquanto herdeira das teorias do Renascimento, das cidades ideais, criadas e estudadas pelos tratadistas e comentadores de Vitruvius e Alberti submetendo o desenho da cidade a uma harmonia geométrica independente da percepção visual. Nesta linha de pensamento encontramos uma das principais inovações do Barroco, a cidade como vista, isto é, de percepção imediata. Essa ideologia surge de um instrumento, herdado do Renascimento, mas que só no Barroco foi verdadeiramente posto em prática - a perspectiva. Esta capacidade técnica foi valorizada no desenvolvimento de traçados e composição das cidades barrocas, e revolucionou o modo de construir e ver a cidade, porque até então, vivia-se dentro do mundo, dentro da cidade, mas nunca se teve distância, nem profundidade suficiente, para que certos elementos significantes da cidade fizessem parte desta vista (GOITIA, 2010).

Esta cenografia barroca, patente em grandes avenidas, exaltavam a demonstração de poder humano e do poder real, assim como revelavam preocupações claras com o crescente tráfego de veículos sobre rodas, como refere Mumford (1991), “(...) o espaço barroco convidava ao movimento, à viagem, à conquista pela velocidade(...)”, sobretudo com a crescente necessidade de movimentação militar.

Assim, é possível concluir que o elemento mais relevante na cidade Barroca era a avenida, e que apesar de nem sempre ser possível planejar uma cidade nova ao estilo Barroco, o traçado de algumas avenidas poderia redefinir o seu carácter. Esse ideal foi proposto por Haussmann (Fig.13), que sobre a cidade medieval de Paris, impôs alguns imperativos da linha estética do Barroco, com os seus alinhamentos e grandes eixos de perspectiva. Haussmann não traçou nenhuma avenida sem contar com o fundo arquitectónico típico da ideologia Barroca. Foi capaz de introduzir no seu planeamento todos os edifícios singulares de Paris, e ao mesmo tempo de criá-los quando não existiam, como é o caso da Ópera, de Garnier (Fig.14). Poderemos dizer em função da cidade, que as formas barrocas e as formas neoclássicas, típicas do seu tempo, entrelaçam-se com Haussmann, nessa complexa transformação urbana e cultural. E de uma cidade maioritariamente medieval surgiram grandes avenidas herdeiras do Barroco e uma arquitectura uniformizada, seguindo a estética do neoclássico (GOITIA, 2010).

.....
Contextualização do
Barroco

.....
A intervenção de
Haussmann em Paris

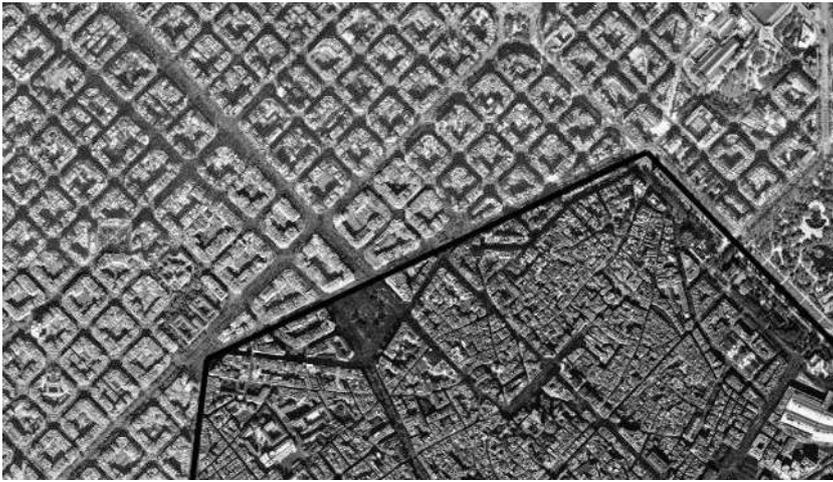


Fig.16 - Relação entre expansão da cidade e cidade pré-existente



Fig.17- Expansão da cidade na totalidade

O barão Haussmann introduziu transformações profundas na cidade de Paris, que passaram pela renovação de traçados, reestruturação fundiária, construção de infra-estruturas e espaços livres na cidade medieval. O seu plano traduzia-se fundamentalmente numa circulação fácil e cómoda dentro da cidade, tendo em vista a regularidade, a eliminação da insalubridade, criando um espaço urbano com luz, extensão e arborização, uma revalorização dos elementos icónicos da cidade, por meio das grandes avenidas, entre outros factores de menor predominância para o estudo.

Neste contexto, o quarteirão transforma-se num elemento “residual”, consequência de vários traçados e não como um elemento verdadeiramente importante, na composição da cidade. Este assume formas irregulares e poligonais, resultado dos traçados Haussmannianos, articulados com as pré-existências que na sua maioria se apresentam em forma de bloco, originado pela quadricula repetida que os compõe. Tanto no caso dos quarteirões que sofreram ruptura pelo traçado, como os que pertencem á quadricula, apenas estão ocupados na periferia garantindo sempre o espaço interior livre para jardins, hortas, (mantendo as características medievais) ou quase desaparece dando origem ao saguão. Neste contexto, é pertinente referir que o quarteirão pela primeira vez no Barroco gera espaços urbanos, como praças - o caso da place Dauphine (Fig.15), e deixa de ser uma unidade impenetrável como até então, aparecendo no seu interior pequenos equipamentos, serviços, indústrias ou mesmo galerias comerciais. Assim, o quarteirão torna-se um elemento com uma nova complexidade interna, funcional e espacial, que caracteriza a imagem de Paris (LAMAS, 2004).

.....
O quarteirão
Haussmaniano

No contexto do planeamento urbano moderno, irrompe igualmente o plano de Cerdá para Barcelona, que difere do plano de Haussmann, que como já foi referido, se baseia numa intervenção sobre a cidade Medieval de Paris, reordenando e adaptando a cidade existente. Pelo contrário, o plano de Cerdá envolve a antiga cidade Medieval de Barcelona (Fig.16), mantendo-a praticamente intacta organizando apenas a sua expansão. Esta necessidade de crescimento da cidade de Barcelona, deveu-se sobretudo ao forte desenvolvimento económico e cultural da cidade, em meados do século XIX. Assim, elevou-se a necessidade de realização de um plano de expansão, que tinha como principal objectivo a ampliação da área total da cidade (Fig.17), que até ao momento se encontrava contida maioritariamente nos limites da antiga muralha medieval. Esta necessidade de sair dos limites da muralha levantou a Cerdá problemas de ligação com o exterior da antiga cidade, e como encarregado do plano de expansão, estabelece duas premissas de desenvolvimento do plano: a primeira refere-se à organização do grande crescimento da cidade e, a sua relação com as pré-existências, a

.....
A intervenção de Cerdá
em Barcelona



Fig.18 - Densificação do quarteirão ao longo do tempo.

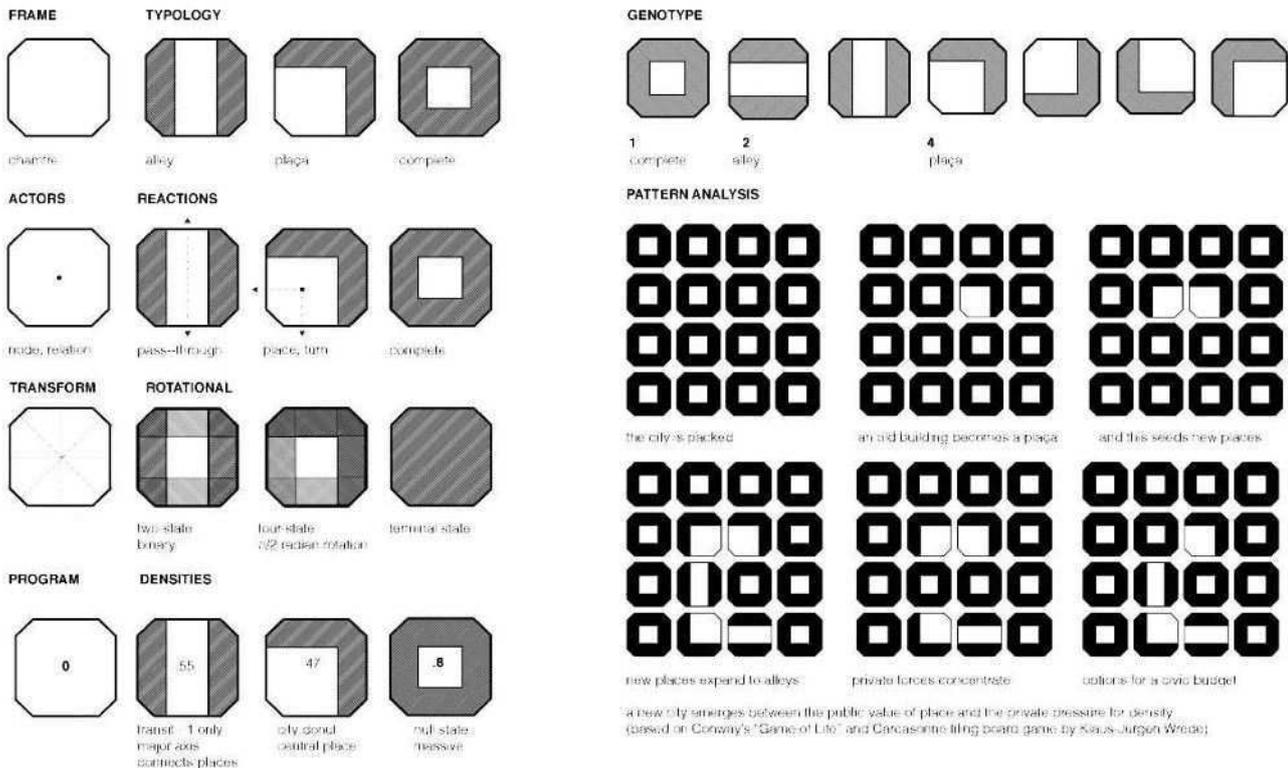


Fig.19 - Tipologias de quarteirão.

segunda a investigação e implementação ordenada da quadrícula, que delimitava o espaço quarteirão na cidade. Em suma, Cerdá tinha como objectivo criar uma grelha ortogonal, com quarteirões de forma quadrada, com os vértices cortados, permitindo uma maior amplitude visual dos edifícios de esquina, tendo igualmente como objectivo, a criação de uma hierarquia viária desenhando uma grelha de ruas paralelas e perpendiculares entre si, e duas avenidas de maior dimensão que se cruzam, a Diagonal e a Meridional. As ruas organizavam-se segundo princípios de orientação solar, largura, perfis transversais, tipo de pavimentação entre outros. Uma das características da organização espacial, focava-se na ideia de uma interacção entre os diferentes elementos, como praças, quarteirões (na relação entre edifício e quarteirão) e espaços vegetais numa relação entre a altura e a largura (análise de perfil) (LAMAS, 2004).

O planeamento de Cerdá quebra as regras compositivas clássico-barrocas, na medida em que os edifícios se dispõem livremente no interior das malha reticular, e a rua, a praça, o parque, a avenida não se organizam exclusivamente a partir do perímetro dos quarteirões, permitindo que essa noção de limite deixe de existir, possibilitando abertura a espaços públicos de usufruto comunitário no que outrora era entendido como espaço privado. Neste entendimento, depreendemos que o quarteirão quanto à sua forma e sua função, foi sofrendo constantes mudanças, como era enunciada na premissa de investigação e implementação da quadrícula anteriormente referida. Essas mudanças ocorrem como resposta às diferentes necessidades da cidade, algumas cíclicas, como sendo a expansão demográfica, e outras que se apresentam como “novidade”, assumindo mudanças drásticas na composição da cidade. Exemplo dessa evolução passa pelo entendimento funcional do quarteirão, que nos seus primórdios era vocacionado para habitação e que com a evolução social, económica e cultural as parcelas que o compõe, densificam-se (Fig.18) e adquirem novas capacidades, tornando esta unidade morfológica da cidade, polivalente na sua função, isto é, assumem novas funções de apoio à vivência em cidade. Essas funções estabelecem uma organização de quarteirões, enquanto grupos funcionais com características próprias, estabelecendo neste caso, a ideia de bairros, sem qualquer sentido depreciativo a que estão associados na actualidade mas sim, (nota 1), como elemento de conjunto, que promove dinâmicas sociais e culturais no espaço público (LAMAS, 2004).

O espaço quarteirão, ao longo da história, foi sofrendo consequentes mutações, quanto à sua forma e função, sempre acompanhando os problemas e soluções da cidade em que se insere (Fig.19). Esses acontecimentos situam-se sempre num contexto histórico, com diferentes paradigmas dos restantes. Como tal, no momento em que nos inserimos é pertinente referenciar, quais as condicionantes actuais no desenvolvimento das cidades.

.....
O quarteirão de Cerdá

Nota 1: Bairro enquanto elemento morfológico que agrupa quarteirões temáticos, como já foi referido no ponto 1.1. da dissertação.

- 1 Gran Via
- 2 Plaza España
- 3 Av. Poeta
- 4 Ronda de Sant Pau
- 5 Ronda de Sant Antoni
- 6 Calle Carre
- 7 La Rambla
- 8 Puig Vidi
- 9 Mercado Sant Antoni
- 10 Edificio Hogar de Juchitán
y espacio exterior de planta M

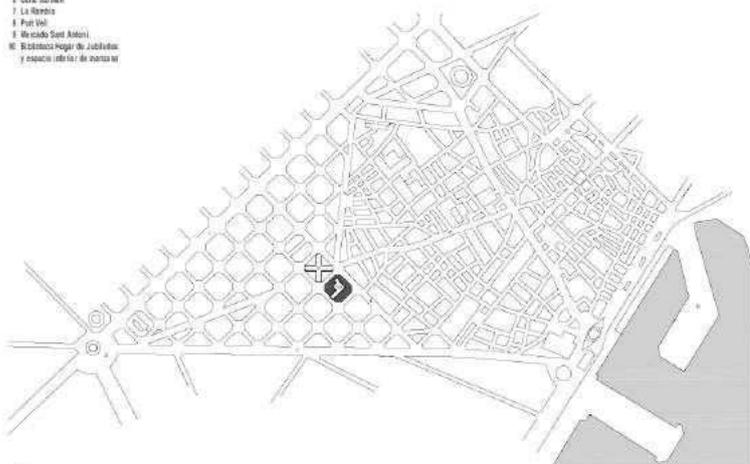


Fig.20 - Implantação na malha de Cerdà, Implantação no Quarteirão e Foto da fachada do edifício com vista ao pátio.

No contexto do quarteirão de Cerdà é importante salientar intervenções contemporâneas, que reflectem novos pressupostos funcionais, tanto do edificado como do logradouro, e a relação do primeiro com a rua. Um caso deste tipo de intervenção é o caso da *Biblioteca, Hogar de Jubilados y Espacio Interior de Manzana* (Fig.20) dos Arquitectos *RCR Arquitectes*. Ao nível do contexto urbano e social este projecto localiza-se no “quarteirão-tipo” de Cerdà que aparece da expansão da cidade para lá do limite medieval. A expressão mais criativa deste momento histórico é o estilo arquitectónico modernista, *art nouveau*, movimento esse que está impragnado no distrito onde este edifício se insere. Cerdà, com um grande rigor, teve em conta a repartição uniforme das zonas de serviços, como os mercados, centros de reunião social e igrejas, mas com a expansão demográfica espaços como os quarteirões começaram a perder as suas funções iniciais, como tinham sido desenhados no plano original.

Neste âmbito, o centro de serviço comunitário, de Sant Antoni, foi desenvolvido com o propósito de devolver o interior do quarteirão à comunidade como Cerdà havia planeado. O projecto é fruto de um plano de actuações impulsionado pela ProEixample, uma empresa de economia mista, com capital público e privado, criada pela Cidade de Barcelona. A sua missão baseia-se na revitalização do distrito, com o intuito de melhorar a qualidade dos espaços residenciais. Para o efeito, a empresa começou a renovar e regenerar as ruas, espaço público e recuperar o interior dos quarteirões, para que estes ganhassem novamente um uso comunitário, através de espaços verdes e construção de edificado de serviço público. Neste caso, foi promovida a dinamização do distrito como um espaço comercial, de negócios, com vertente cultural, turística e de ócio.

O centro incorpora um programa variado para promover o desenvolvimento do interior do quarteirão. A nível programático compreende uma Biblioteca de livre acesso, um retiro para a terceira-idade e um pátio de jogos infantis para os mais novos, procurando um ideal de coesão social. A entrada situa-se no edifício da Biblioteca, e procura demonstrar a identificação e insinuação do espaço aberto interior, funcionando como “porta-canal”, livre de qualquer tipo de pilares. Este sentido é acentuado pela luz, proveniente das salas de estudo e trabalho da biblioteca, que focam o ponto de entrada para pátio. O retiro constroi um encerramento, onde a fachada é o limite do pátio e não um muro, respeitando a relação altimétrica das construções pré-existentes. Assim através de uma intervenção pontual no quarteirão, de alta densidade, foi possível reconquistar um espaço que era da cidade e dos seus cidadãos, espaço esse que procura uma coesão social e interação entre as diferentes faixas etárias. Com esse propósito, não destoa do contexto urbano em que está inserido, uma vez que procura relações altimétricas e compositivas que lhe garantem um certo sentido de identidade ao utilizador.

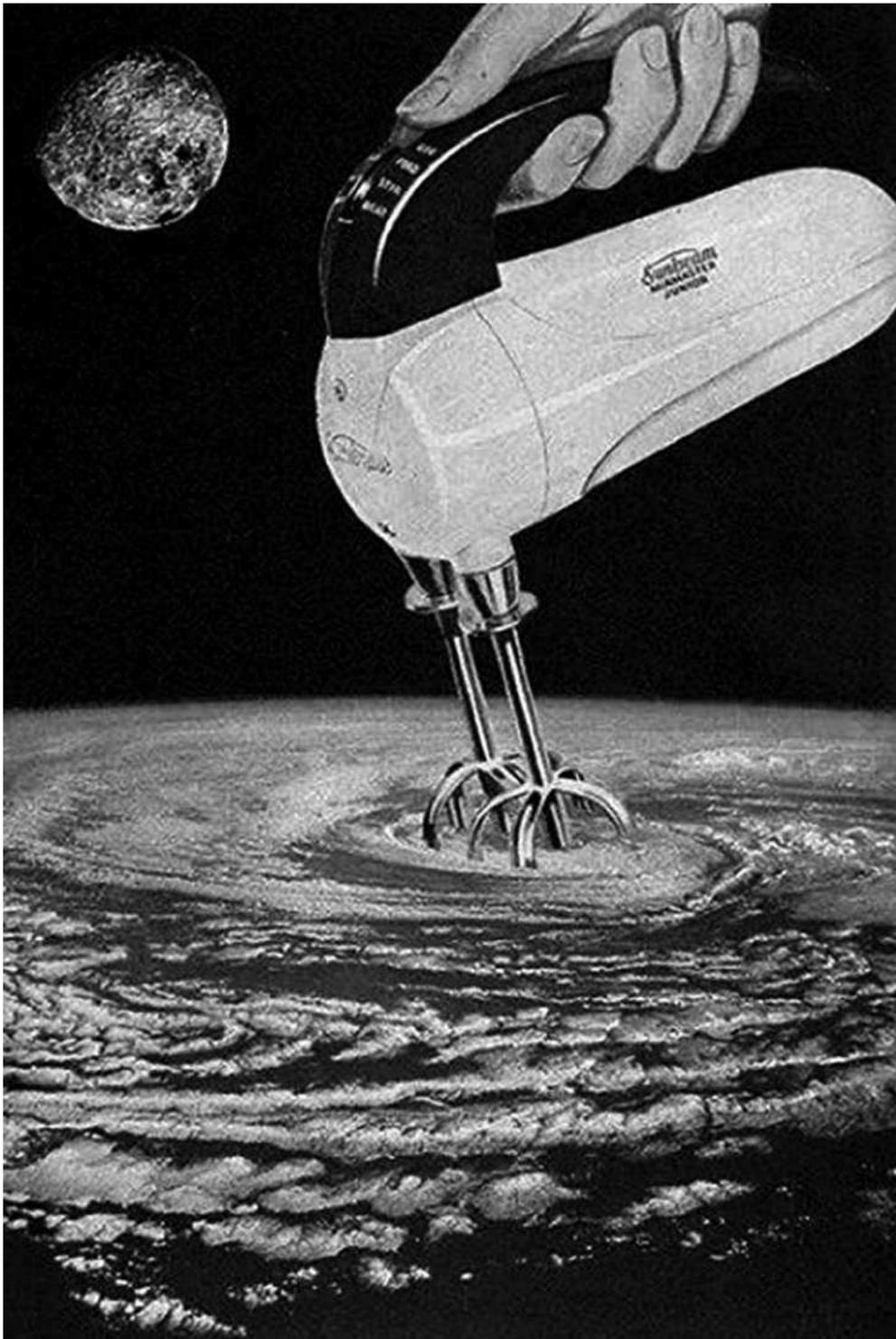


Fig.21 - Homogenização Global.
Stirring Up a Storm, Joe Webb

3. O quarteirão e a cidade actual - paradigmas sociais, económicos e culturais

O espaço Quarteirão apresenta-se como uma unidade indissociável da cidade, como tal, os paradigmas impostos a um têm automaticamente repercussão no outro. Nesta lógica de simbiose, o estudo da cidade é necessário para a compreensão dos paradigmas actuais impostos à mesma. Contudo, esse estudo apresenta-se, como refere Goitia (2010: 9), “ (...) um tema tão sugestivo como amplo e difuso.”, e completa a ideia afirmando que a análise da cidade pode ser feita sob um infinito número de ângulos:

“O da história: “a história universal é história de cidades”, disse Spengler; o da geografia: “a natureza prepara o local e o homem organiza-o de maneira a satisfazer as suas necessidades e desejos”, afirma Vidal de la Blanche; o da economia: “em nenhuma civilização a vida das cidades se desenvolveu independentemente do comércio e da indústria” diz Pirenne; o da política: a cidade, segundo Aristóteles, é um certo número de cidadãos; o da sociologia: “a cidade é a forma e o símbolo de uma relação social integrada” diz Mumford; o da arte e arquitectura: “ a grandeza da arquitectura está ligada à da cidade, e a solidez das instituições costuma avaliar-se pela dos muros que as protegem” diz Alberti.”(GOITIA, 2010: 9)

E estas, não são as únicas perspectivas possíveis de enquadrar o entendimento geral de cidade, uma vez que esta engloba tudo, como refere Whitman (WHITMAN *in* GOITIA, 2010). Assim é necessário estabelecer parâmetros para a compreensão da cidade actual.

Partindo da análise da sociedade actual, que beneficia das vantagens dos meios de comunicação, podemos compreender que a informação associada ao desenvolvimento social, realiza-se a um ritmo célere. Tal como o pós-modernismo suscitou mudanças nos anos oitenta, a globalização (Fig.21) surge nos dias de hoje como um novo paradigma, que revoluciona a sociedade e a interacção que esta tem com a cidade. Se observarmos de um ponto de vista extremista, como faz Walters (2002: 2), “Num mundo globalizado, todo o planeta será ocupado por uma única sociedade e por uma única cultura.”, isto porque a globalização enquanto fenómeno, pode ser entendida, como refere o mesmo autor (2002: 3) “(...) como um processo social através do qual diminuem os constrangimentos geográficos sobre os aspectos sociais e culturais, e em que os indivíduos se consciencializam cada vez mais dessa redução”.

Numa outra perspectiva, podemos entender o processo de Globalização enquanto um aprofundamento da integração económica, social, cultural, política e tecnológica e, como tal, as repercussões na acção humana, na medida em

.....
Globalização como
um comportamento
socialcultural e a sua
repercussão na cidade

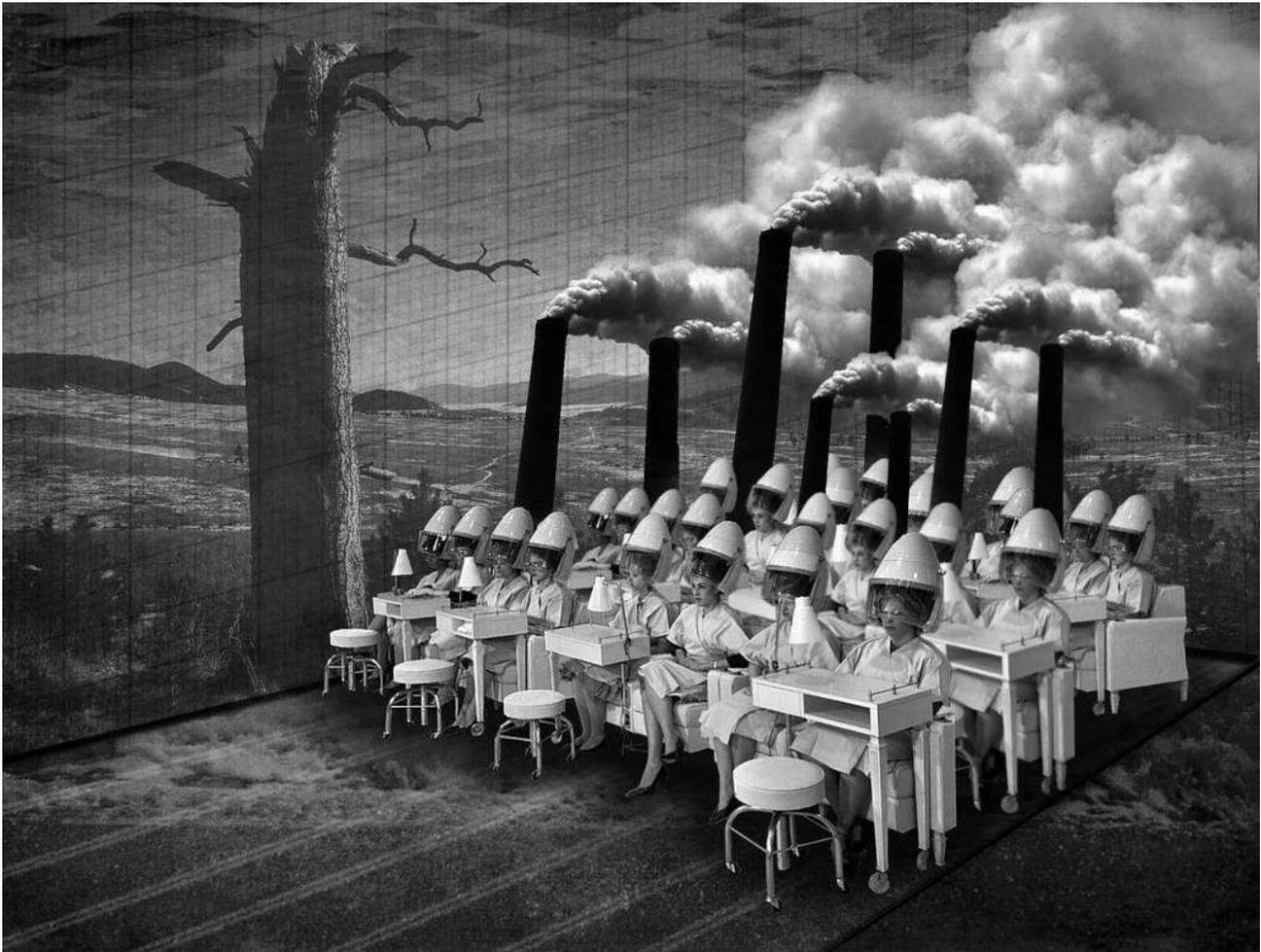


Fig. 22 - Sociedade *Copy-Paste*.

Something Completely Different, Franz Falckerhaus

que altera as formas de produzir, consumir, distribuir, informar, pensar entre outros, modifica a estrutura social e espacial das cidades. Este fenómeno global, constante e acelerado, gera frequentemente novos pressupostos e cria desequilíbrios na cidade, que não consegue acompanhar tal velocidade, mas que a seu tempo vai alterando as suas configurações urbanas, procurando responder ao sistema instalado, ao produto global (MUXÍ, 2004).

A Globalização, associada ao desenvolvimento dos transportes, alterou os paradigmas de espaço e tempo. O percurso perdeu a sua dimensão poética na cidade, visto que hoje toda a gente se desloca em pequenas capsulas espaciais, sobre rodas, que nos levam do ponto A ao ponto B sem que a percepção do espaço seja entendida na totalidade. O paradigma actual de vivência na cidade mudou. Habitamos uma realidade virtualizada, plastificada e segregada, em que a massificação da cultura e turismo nos levam a uma planificação global, a uma perda de identidade em prol da conveniência económica. Nesta cidade Globalizada é valorizado o fragmento, a mistura, a indiferenciação, a sobreposição de identidades, produto dos mercados de produção, globalizados e globalizantes. Estes criaram uma homogeneização na cidade não só de base económica, mas também cultural, no sentido em que mesmo os lugares mais distantes pertencem a um espaço comum que cada vez mais homogeneiza a identidade, o que não implica a perda total das identidades locais, mas pelo contrário, a sua adaptação ao consumo em escala global.

A sociedade moderna (Fig.22), aparentemente democrática e liberal mas impressionantemente globalizante, parece revelar, no urbanismo e na arquitectura, um enorme esforço redutor (ou mesmo opositor) da expressão das diferenças, conduzindo à reprodução de modelos similares em contextos geográficos fortemente diferenciados, onde o mimetismo cultural se apropria da identidade local. Neste contexto, a identidade está directamente relacionada com o processo de historicidade. Sempre se entendeu como mais valioso e rico de identidade, o património construído que já tem história, que já foi objecto da atenção da história, que sofreu toda uma capitalização de olhares e atenções que exigem tempo. Também sempre se verificou uma espécie de recusa do valor de identidade, a tudo o que ainda não foi sujeito ao mesmo processo, ou que ainda é demasiado contemporâneo, ao que, não tendo o tempo suficiente, ainda não apela às emoções da saudade ou acede à valorização da história. Se as questões da identidade da cidade estão fundamentalmente ligadas ao factor tempo, ou seja, às formas, mais lentas ou mais rápidas, como a transformação da identidade (e da memória), que ocorrem ao longo do tempo, podemos concluir que variações demasiado rápidas (ou demasiado frequentes) na arquitectura

.....
A identidade no
paradigma global



Fig. 23 - Paródia do consumismo.

To buy or not to be, Miguel Januário, MACE Museu de Arte Contemporânea de Elvas '11

da cidade, podem afectar decisivamente o sentido de pertença a esse lugar, influenciando a fundamental necessidade humana de um *stabilitas loci*, tal como teorizou Norberg-Schultz (1979: 6).

Mas se o papel da cidade (as suas vocações e capacidades) muda no tempo, então a ideia de identidade é também evolutiva. Dito isto, perceber a evolução da cidade e da sua identidade, não significa abrir portas a comportamentos pouco rigorosos, ao consumismo mais imprudente da história: culturalmente importará sempre manter os elementos básicos de uma continuidade, que se referenciam a uma identidade incessível dos lugares.

“Our view of cities is a mix of reality and truth, hype and perception usually filtered through media representations. The overall culture of a place and the arts help define and shape identity, perception and image within the city’s own terms.”⁶(LANDRY 2011: 4)

Recorrendo às enormes capacidades produtivas do nosso tempo, a especulação vulgarizou, no urbanismo e na arquitectura que promove, uma identidade feita de não-identidade, construindo estereótipos de massificados “habitats”, representando modos de viver idênticos, em subúrbios extensos e iguais, de gente igual, que inunda enormes periferias iguais. No caso da cidade histórica e ao focalizar-se nas mais-valias económicas, a especulação imobiliária acaba por traduzir-se, inevitavelmente, numa incorrecta “norma de restauro”, que promove uma mudança dos grupos sociais e actividades na cidade, que geram várias operações de *gentrificação*⁷.

Um grave problema actual parece manifestar-se na não correspondência entre os locais de convívio da nossa actual sociedade com os lugares reconhecidos de grande interesse histórico-cultural, como os “Centros Históricos”, os quais, teoricamente continuamos a considerar como espaço urbano mais apto, para acolher o encontro humano. Na realidade, o que parece verificar-se muitas vezes, é que os núcleos históricos de grandes cidades são, sobretudo aos fins-de-semana, “vividos” por turistas, e que muitos dos seus verdadeiros habitantes, transferem-se no mesmo momento, para espaços que proporcionem uma “experiência urbana” baseada no consumo. O consumo, tornou-se uma condição do Homem contemporâneo, e como tal, a cidade acompanha essa necessidade adaptando o espaço físico a essa realidade consumista (Fig.23).

.....
A sociedade de consumo

6 A nossa visão das cidades é uma mistura entre realidade e verdade, exagero e percepção geralmente filtrada por representações de meios de comunicação social. A cultura global de um lugar e as artes ajudam a definir e moldar identidade, percepção e imagem dentro dos termos da própria cidade. (tradução livre)

7 O termo **gentrificação** aqui utilizado é aqui utilizado para definir o processo de “substituição da população de uma área mediante a introdução de grupos sociais de maior poder aquisitivo atraídos por intervenções de recuperação, tanto imobiliárias como urbanas” (Amendola, 2000: 28)

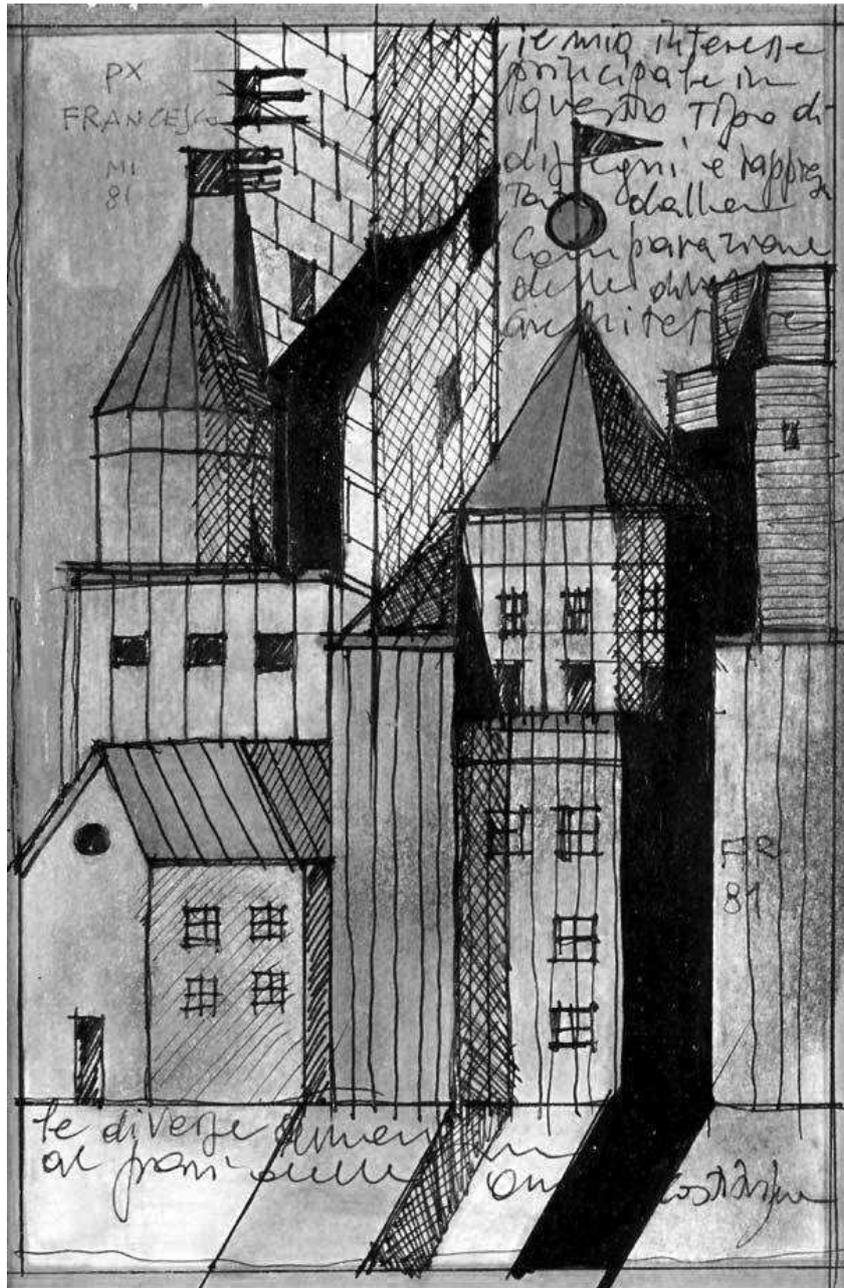


Fig. 24 - Templi de consumo.

Temples of consumption, Aldo Rossi

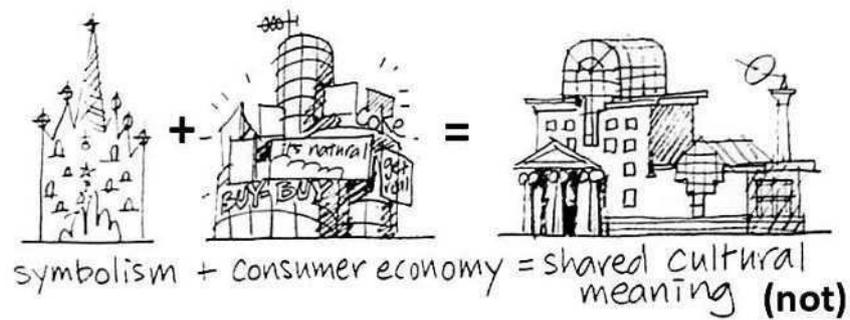


Fig. 25 - Simbolismo e Economia consumista.

“A cidade é a imagem alegórica da sociedade. Sem capacidade para ordenar quer o tempo quer o espaço, a sociedade perdeu os seus guiões e desafia-nos a desaprender a História e a Geografia para que as aprendamos de novo, de modo diferente.”(FORTUNA, 1999: 27)

Surge, com este novo pressuposto, a necessidade de adaptação e de serventia a esses bens de consumo, por meio de uma centralização da oferta num espaço colectivo (Fig.24). Neste contexto, o Centro Comercial converte-se no maior foco de consumo colectivo nas cidades. Inicialmente motivado pela necessidade de centralização de consumo nas periferias das cidades, onde o acesso a esta realidade se tornava inviável, por factores como distância e fragmentação da oferta, e mais tarde, fixando-se no interior da cidade tradicional. Originário dos Estados Unidos, este conceito adaptou-se á vida diária, onde comprar se tornou uma prática recreativa, uma actividade de lazer, assegurando uma capacidade social e mesmo comunitária a estes espaços. Revertendo os padrões centrífugos do crescimento urbano, o centro comercial torna-se atractivo para outros tipos de empreendimentos, como escritórios, hotéis, habitação, hospitais, construindo, no seu verdadeiro sentido, os CBDs⁸ nas periferias.

.....
O consumo e os centros
comerciais

“(…)Los centro comerciales son la negación de nuestra materialidad inerte; nuestra materialidad biológica y social se nos es negada, para convertirnos en una sociedad que no tiene una ventana hacia su paisaje, sino solamente la ventana del auto que nos lleva de la residencia al centro comercial.(…) la ciudad muere cuando destruyen su memoria, cuando a la gente le roban las referencias de su identidad(…)”⁹(GUTIÉRREZ, 2004: 98)

Os centros comerciais desenvolveram um modelo atractivo que procura reter e isolar o consumidor do mundo exterior, mas que ao mesmo tempo procura uma “apropriação” ou “consumo de identidade” da cidade histórica, através da sua arquitectura e imagem (Fig.25). Encontramos essa orgânica compositiva da cidade, na organização do centro comercial, nas suas “ruas” comerciais que desembocam em “praças” e as fachadas tipo “challet suíço” dos seus restaurantes regionais, que não são mais do que um simulacro da cidade, uma criação híper realista que legitima o cenário, com a plausibilidade do real. Numa outra definição, é imaginação real construída com fragmentos da vida urbana real. Os centros comerciais embora procurem simular a cidade depuram-se dos seus aspectos negativos, isto é, apresentam-se como um cenário artificializado tudo é manipulado e controlado, não existindo assim problemas quanto a iluminação, clima, limpeza, segurança, poluição, entre vários outros factores

8 Neste caso CBD é entendido como um polo financeiro e comercial da cidade. Esta teoria foi apresentada por Charles Crawford.

9 Os shoppings negam a nossa materialidade inerte; a nossa materialidade biológica e social é-nos negada, para se tornar numa sociedade que não tem uma janela voltada para a paisagem, mas apenas a janela do carro que leva da residência para o centro comercial. (...) A cidade morre quando destroem a sua memória, quando roubam á sociedade as suas refências identitárias(...) (tradução livre)



Fig. 26 - Mercado do Bolhão, Centro Comercial Gran Plaza e Centro Comercial Via Catarina, Porto.



Fig. 27 - Localização dos locais de comércio referidos na imagem superior. É possível observar, que num raio de 500m, encontram-se três zonas comerciais, de grande escala na cidade, incorporadas numa rua comercial, Rua de Santa Catarina.

que condicionam e ameaçam o chamado comércio tradicional, ou comércio de rua. Numa sociedade de consumo, produto da globalização, este espaço oferece os mesmos objectos das mesmas marcas, os mesmos filmes, a mesma música independente da cidade onde se encontra (Fig.26). Apesar de espaços distintos entre si, apresentam o mesmo conteúdo, e nessa lógica poderemos dizer que são espaços impermeáveis, que se repetem e reproduzem em locais diferentes sem gerar identidade, o que Marc Augé¹⁰ (1995) denomina de não-lugares (Fig.27).

Além dos centros comerciais, no interior da cidade surgem espaços públicos temáticos que por meio de trabalho, diversão ou cultura apresentam estímulos à venda. A cidade encontra-se numa profunda transformação que privilegia o consumo, o turismo, o cenográfico, e neste mesmo contexto antigas estruturas urbanas de significado histórico são “revitalizadas”, como a cidade, emergindo sob a forma de Flea Markets e Festival Markets, procurando subverter a centralidade imposta pelos centros comerciais. Neste aspecto, a cidade procura acompanhar e adaptar-se aos novos paradigmas, como referia Goitia (2010: 9) “Tudo que afecta o Homem afecta a cidade (...)”, numa lógica temporal de evolução, em que a única constante é a mutação dos espaços.

“(...) é possível comparar a cidade a um grande manufacto, uma obra de engenharia e de arquitectura, maior ou menor, mais ao menos complexa, que cresce no tempo(...)” (ROSSI, 1991: 43)

Assistimos na cidade actual, a uma procura da memória identitária do que outrora foi uma cidade com comercio activo, com habitações preenchidas por várias classes sociais e de diferentes faixas etárias, que tal como o edificado, ao longo do tempo foram desaparecendo e tornando-se memórias arqueológicas.

“(...) de uma cidade que cresceu por partes e mal, ainda que sob princípios de planificação (...) cidade herdada do urbanismo que nos ensinaram (...) da planificação moderna, modernista, enfim, filhos da Carta de Atenas se quiserem. E é esta a cidade que hoje é problema e que há 30 anos era solução para a cidade mais antiga, que antes era problema e que agora é solução, ou princípio da solução” (PORTAS, 1993: 283)

Desde os anos cinquenta, que a demanda no desenvolvimento das cidades se baseava no progresso tecnológico, numa cultura de modernização, que impossível de acompanhar em termos urbanos, descartava o passado, considerando o antigo como obstáculo. Os elementos urbanos que não fossem considerados numa lógica industrial pareciam não ter aplicação na cidade.

.....
Reabilitação dos centros urbanos

¹⁰ Esta temática é abordada por Marc Augé no seu livro “Los “no lugares”. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad”. Barcelona: Edisa, 1995



Fig. 28 - Restituir/Reabilitar/Reprogramar/Restaurar/Renovar

Restituir, Vhils

Conceitos como reabilitação, restauro e conservação, não eram imagináveis, ao exigirem demasiadas condicionantes práticas, como o domínio da operatividade e a reduzida utilização de técnicas puramente mecanizadas, ainda que recorram a práticas especializadas, não pareciam ser pertinentes para a reconstrução ou renovação urbanas. Nesta lógica de beneficiar o futuro esquecendo o passado, a escolha era sempre o “novo”, uma cidade que privilegiava a novidade, que apresentava os princípios do urbanismo moderno “menos é mais”, “espaço aberto” e “a forma segue a função”. Esses princípios mudaram nas décadas de sessenta e setenta, quando o desenvolvimento da cidade se tornou insustentável, e o crescimento que na altura se apresentava como a cura apresentou-se igualmente como a doença, num desenvolvimento deficitário e desmesurado, que não tinha qualquer pressuposto de valorização do existente. Nos anos oitenta, Campos Venuti¹¹ afirma que se vivia uma transformação no desenvolvimento das cidades, que passávamos de um processo de expansão para um processo de (re) qualificação, onde as premissas actuais seriam de carácter qualitativo e não quantitativo como até então. Esta nova maneira de pensar, direccionava a atenção para a resolução de problemas da cidade existente, colmatando os problemas através de novas formas de programação da cidade, embora, não inviabilizando os desenvolvimentos tecnológicos e as novas reivindicações sociais.

Esta nova realidade de “crescimento zero” das cidades e a introdução dos conceitos (re), como uma redescoberta da cidade existente por meio da reabilitação, restauro, reutilização do edificado garante uma salvaguarda das memórias físicas da história (Fig.28). Estes ideais causaram mudanças profundas na teorização e metodologias no urbanismo e na arquitectura, pois até então todos os esforços se concentravam no desenho de cidades novas, de cidades em expansão geográfica.

“Serão as ruínas, os monumentos e os museus manifestações espaciais e artefactos que decoram a cidade que habitamos, ou ao contrário, serão elementos históricos, artísticos e culturais que actualizam o passado e lhe dão vida? Com eles temporizamos o espaço ou espacializamos o tempo?”
(FORTUNA, 1999: 29)

O paradigma das cidades mudou, visto que actualmente o parque edificado existente não é encarado como algo descartável, pelo contrário, assume extrema importância na vivência em cidade, pela capacidade de remeter o espaço a um tempo. Em cidades densas onde o crescimento é praticamente inexistente, por sobrelotação do espaço edificado, é essencial perceber que a

¹¹ Referente ao livro “Urbanismo y austeridade” trad. de Soledad y Carmen Gavira. - 1ª ed. - Madrid : Siglo Veintiuno de España, 1981



Fig. 29 - Praça Lisboa, com as “ruínas” do Mercado do Anjo, que funcionou até aos anos 50 na cidade do Porto.



Fig. 30 - Revitalização da Praça de Lisboa.
“Praça Lisboa”, balonas and menano architects

questão do hardware, ou construído, ganha uma nova perspectiva, pois de um modelo de crescimento desmesurado surge o modelo de crescimento qualitativo, mais focalizado nos conteúdos, nos factores globalizantes, no *software*, passando de uma acentuação analítica e interventiva, em que o resultado tem que ser material e económico para uma acentuação no campo social, cultural e criativo, sobretudo de carácter imaterial.

Poderemos considerar que nesse desenvolvimento, qualitativo e imaterial, que beneficia o *software* em prol do *hardware*, a crise económica teve um papel dominante, na medida em que influenciou o modelo de consumo do mercado imobiliário. O parque edificado ao apresentar um desenvolvimento nulo ou mesmo negativo, fomentou novos pressupostos, que tal como aconteceu no passado, na Crise de Wall Street de 1929, devido a pressões sociais, económicas e industriais desenvolveram uma nova forma de habitar e uma nova lógica de produção de espaço. Neste contexto, o papel da arquitectura foi decisivo, aproveitando-se da controvérsia deste momento, conseguindo promover uma revolução de ideias, que foram para além da “urgência de ocasião”, construindo utopias e sendo protagonistas de um novo modelo social de produção de cidade. Nos anos setenta surge novamente uma crise, associada às energias petrolíferas, que demarcaram o crescimento económico que vinha a acontecer desde a segunda guerra mundial, condicionando o progresso urbanístico. Tal acontecimento fez questionar as cidades novas e a sua extensão, procurando qualificar os espaços e infra-estruturas, passando de uma lógica de planeamento urbano, regional, para uma lógica de aperfeiçoamento da cidade existente, à escala do quarteirão e do lugar (Fig.29). Esta organização e diminuição da escala de intervenção ajudou a controlar e gerir a cidade com base em planos-directores (LAMAS, 2004).

.....
As oportunidades em
momentos de crise

“(...)a diminuição do crescimento económico e demográfico retira suporte à expansão urbana constante e conduz o urbanismo a interessar-se pelo interior das cidades, pelo completamento de zonas inacabadas e pela qualificação do espaço.” (LAMAS, 2004: 417)

Vivemos hoje, com as devidas proporções, um momento semelhante. As pressões exercidas hoje sobre a disciplina, no que se refere ao desenvolvimento criativo e sustentável, apresentam algumas semelhanças com as demandas da racionalidade que marcaram o século XX. As crises são cíclicas, vão e voltam naturalmente, mas as respostas às crises não fazem parte desse ciclo natural, necessitam de intervenções proactivas e de análise dos paradigmas a que a cidade está sujeita (Fig.30). Assim, como aconteceu no passado, as pressões sociais, económicas e culturais requerem que os arquitectos e urbanistas de hoje



Fig. 31 - Consumismo.

“Sociedad de consumo”, Josep Renau

introduzam uma reformulação dos paradigmas, diante de uma crise global, como refere Fortuna (2002: 419):

“(...)em redor da cultura e de algumas das suas expressões materiais nas cidades (...) estamos a assistir à criação de novas centralidades urbanas, com renovadas funções (...), associadas a novas modalidades de comunicação e ao surgimento de novos agentes culturais especializados e novos campos de acção de que está a resultar uma profunda reconfiguração física e também estética e simbólica da cena urbana (...)”

Podemos concluir que a cidade actual, globalizada e globalizante, apresenta uma crise de identidade que, de certo modo a identifica, numa planificação mundial onde os centros comerciais têm um papel difusor da cultura de consumo (Fig.31). Estes apresentavam-se na sua génese como solução dos ambientes suburbanos, enquanto “presa” do capitalismo generalizado, mas que com a exaltação consumista, subverteu a sua condição tornando-se “predador” da cidade tradicional. Esta cidade, maleável aos paradigmas a ela impostos, sofreu um processo de regeneração, com os pressupostos de intervir sobre o existente em prol da construção nova, consequência de diversos factores, nos quais a crise económica se apresenta como um factor chave. Nesta condição, achamos pertinente a consideração de novos modelos de elaboração de cidade, numa perspectiva de intervenção à escala do quarteirão.

.....
Nota conclusiva

“As actividades características da cidade antiga têm, finalmente uma qualidade especial: existem num estado de tensão e interacção que se move periodicamente no sentido de uma crise ou de um clímax. Isso é caracterizado, numa fase anterior do desenvolvimento da cidade, por uma nova arte, a arte do drama.” (MUMFORD, 1991: 130)



Fig. 32 - Criatividade Humana.

“Human Creation”, Ashley Edwards

Capitulo II - A criatividade como dinamizadora dos centros urbanos

4. A emergência do “Creative Milieu”

A origem e interesse pelo *Creative Milieu* urbano manifesta-se, quando algumas cidades apresentam métodos comprovados de gestão “não tradicional” e exibem claros sinais de sucesso, tanto no passado como no presente, tendo como principal característica a introdução da criatividade no “código genético” da cidade (Fig.33). As intervenções públicas regulamentadas, regimes de incentivo ao desenvolvimento e mudanças na organização da cultura podem ajudar à promoção deste *Creative Milieu*, como refere Charles Landry (2008: 133):

“A creative milieu is a place - either a cluster of buildings, a part of a city, a city as a whole or a region - that contains the necessary preconditions in terms of “hard” and “soft” infrastructure to generate a flow of ideas and inventions.”¹²

Neste entendimento, o autor introduz a noção de infra-estrutura *hard* como instituições de investigação, edifícios educacionais, culturais e outros locais de encontro e apresenta, em contraponto, as infra-estruturas *soft* como espaços de conexão social e interação humana, onde a promoção e a circulação de ideias são o factor chave (Fig.34). A capacidade de gestão em rede exige que as organizações envolvidas apresentem alguma flexibilidade de trabalho e uma capacidade de confiança e responsabilidade perante os envolvidos. Este sentimento comunitário e de partilha é necessário para que a operacionalidade deste *Creative Milieu* não seja posta em causa. Só assim será possível atingir objectivos e criar um ambiente propício ao desenvolvimento criativo (Landry, 2008).

Hippolyte Taine¹³ apresentou o conceito de *Creative Milieu* em 1865, argumentando que, onde existem ambientes criativos, estes tendem a ser apoiados por “receptividade colectiva quando os actores se identificam”, produzindo assim, uma “temperatura moral”, que permite que o talento e a criatividade artística se possam desenvolver em lugares específicos. O autor afirma que artistas criativos e inovadores sempre existiram nas sociedades humanas, e daí, levanta-se a questão, se a estes lhes é permitida ou encorajada a progressão da sua “arte”. Além disso, defende que essas pessoas tendem apenas a inovar nos seus primeiros anos de profissão, onde têm acesso a estímulos, oportunidades de conhecer outras pessoas e a liberdade de censura e regulamentação pesada. Isto sugere que não só é o próprio génio criativo essencial para o progresso,

¹² Um ambiente criativo é um lugar - tanto um conjunto de edifícios, uma parte da cidade, a cidade como um todo ou uma região - que contém as condições necessárias tanto “hard” e “soft” de infra-estrutura para gerar um fluxo de ideias e invenções. (tradução livre)

¹³ Esta teoria foi apresentada no livro : *Philosophie de l'Art*, 1865, traduzido por Peter Hall, no seu livro “*Cidades em Civilização*”, Londres: Weidenfield e Nicholson, 1998

.....
Origem do conceito

.....
Definição de Hippolyte
Taine



Fig. 35 - Informação, Comunicação e Competência.
“Ministry of Disasters”, Julien Pacaud

mas também os ambientes económico, cultural, moral e construído em que os artistas e inventores vivem e trabalham.

Törnqvist¹⁴ desenvolveu o seu próprio conceito de *Creative Milieu*, em 1978, argumentando que havia quatro características principais: a **informação** que deve ser trocada e inter-negociada, o **conhecimento** que compreende pessoas informadas e bases de dados, a **competência** em determinadas actividades específicas e por último a **criatividade** que combina os outros três recursos, dando origem a novos produtos, ideias e processos. Assim, os lugares criativos poderão oferecer um conjunto de características que, na maioria dos casos, levam muito tempo a desenvolver-se, isto é, espaços como bibliotecas, arquivos, bases de dados, entre outros. Tais lugares, após inseridos no território, poderiam tornar-se um conjunto reconhecido de especialidades na área da criatividade, e conseqüentemente, actuarem como um “íman” atraindo novas gerações de pessoas criativas (Fig.35).

.....
Pilares de Törnqvist

Ake Andersson argumentou em 1985, que *Creative Milieu* são cidades que desenvolveram habilidades quase subliminares de produzir novidade no mundo das artes, tecnologia e ciência. Esses locais tendem a ser culturalmente diversificados, ricos em conhecimento, possuindo um conjunto de habilidades e competências, bem conectados através de infra-estruturas de comunicação. Para Andersson, *milieus criativos* são baseados em seis condições essenciais. A primeira é uma base **financeira sólida**, de modo que o capital esteja disponível para desenvolver novos produtos e serviços, mas ao mesmo tempo sob uma regulamentação e tributação leve. Neste ponto enfatizamos a necessidade de não ser só fundamental existir uma base económica forte como também é imprescindível gerar riqueza com a introdução deste conceito. Deve existir, como pré-requisito uma base de **conhecimento** original e competente, associada a incentivos que estimulem a experimentação, assim como a **pesquisa** e **exploração** de novas oportunidades para a cidade. A boa **comunicação** e **infra-estrutura** são importantes para o transporte de bens e serviços para os mercados de exportação, mas também para permitir o inter-comércio e o desenvolvimento de relações de produção inumeráveis. A **incerteza** sobre o futuro científico e tecnológico, na utilidade que esta pode ter, ao incentivar a tentativa e erro. Finalmente, as pessoas criativas devem ser **estimuladas pelas artes**, entretenimento, entre outros, na medida em que estas criem, por vezes, oportunidades de transgressão ao “comum” (ANDERSSON, 1985).

.....
Pilares de Ake Andersson

14 No seu ensaio “A criatividade e a Renovação da Vida Regional” em Buttner, A Criatividade e Contexto (Estudos de Lund, na Geografia. Geografia humana, pág. 50, 1983)



Fig. 36 - Alegoria da Caverna.
"Plato's Cave", Rachel Owen

No entanto, podemos constatar que a criatividade já existia antes deste conceito, *creative milieu*, surgir. Podemos considerar que mesmo na génese da civilização humana, a criatividade, teve um papel preponderante na evolução da mesma. O homem Primitivo, como apresenta Platão na sua *Alegoria da Caverna*¹⁵ (Fig.36), procurou manifestar a sua **consciencialização** das coisas, fugindo da ignorância a que estava sujeito. Nesse entendimento afirmamos que utilizou métodos criativos, que perpetuaram essa **evolução**, através das pinturas rupestres e de utensílios essenciais à vida em comunidade. Consideramos que este sentido de comunidade, seja também importante para a concepção criativa, por existir contrastes de ideias, que apelidamos de competitividade na elaboração de certos instrumentos, soluções ou ideias, que ao longo dos anos foram sendo postas em causa e por ordem natural sofreram mutações. Esta troca de ideias e soluções para os problemas impostos, promoveram o amadurecimento da mente humana, enfatizando a ideia de **comunidade criativa**. No entanto, no decorrer da História, são vários os momentos em que a criatividade é colocada no pedestal, não como fim absoluto mas como processo mental de desenvolvimento social, económico e cultural nas cidades.

Na Antiguidade Clássica, a diferenciação entre o mundo artístico e técnico, era muito ténue ou mesmo inexistente. O conceito de “criar” não existia, perdurando uma ideia de **habilidade**, actualmente conotada de *know-how*, que permitia o desempenho de uma tarefa específica. Esta omissão de conceito não implica no entanto que a criatividade não fosse algo patente nestes tempos aliás, como já foi referido no primeiro capítulo, a Grécia instaurou um novo sistema de cidade, a cidade-estado, ou *polis*, que não é mais do que uma reformulação dos pressupostos económicos, sociais, culturais e políticos. Este avanço, originado pela capacidade de inovar perante o existente, teve inúmeras repercussões na cidade, nos seus cidadãos e na sua economia. Sobre este desenvolvimento da cidade Landry (2008: 135) afirma:

“It brought a voice and influence to larger groups of people as well as helped expand an empire which resulted in an increase of new products, commodities, ideas and inspiration.”¹⁶

Tal como foi descrito com o exemplo de Platão, acerca da *Alegoria da Caverna*, é possível entender que esta revolução do pensamento criativo influenciou os ensinamentos e pensamentos dos mais variados sábios e filósofos, numa tentativa, orgulhosa até, de enunciar a emergência criativa como motor de evolução.

15 Escrita pelo filósofo grego Platão na sua obra, *A República* (Livro VII).

16 A cidade trouxe voz e influência para grupos maiores de pessoas, assim como ajudou a expandir um império que resultou num aumento de novos produtos, mercadorias, ideias e inspiração. (tradução livre)

.....
Evolução do conceito

Nota 2: Segundo a metáfora de Platão, o processo para a obtenção da consciência, isto é, do conhecimento abrange dois domínios: o domínio das coisas sensíveis e o domínio das ideias. Para o filósofo, a realidade está no mundo das ideias - um mundo real e verdadeiro - e a maioria da humanidade vive na condição da ignorância, no mundo das coisas sensíveis.

.....
Antiguidade Clássica

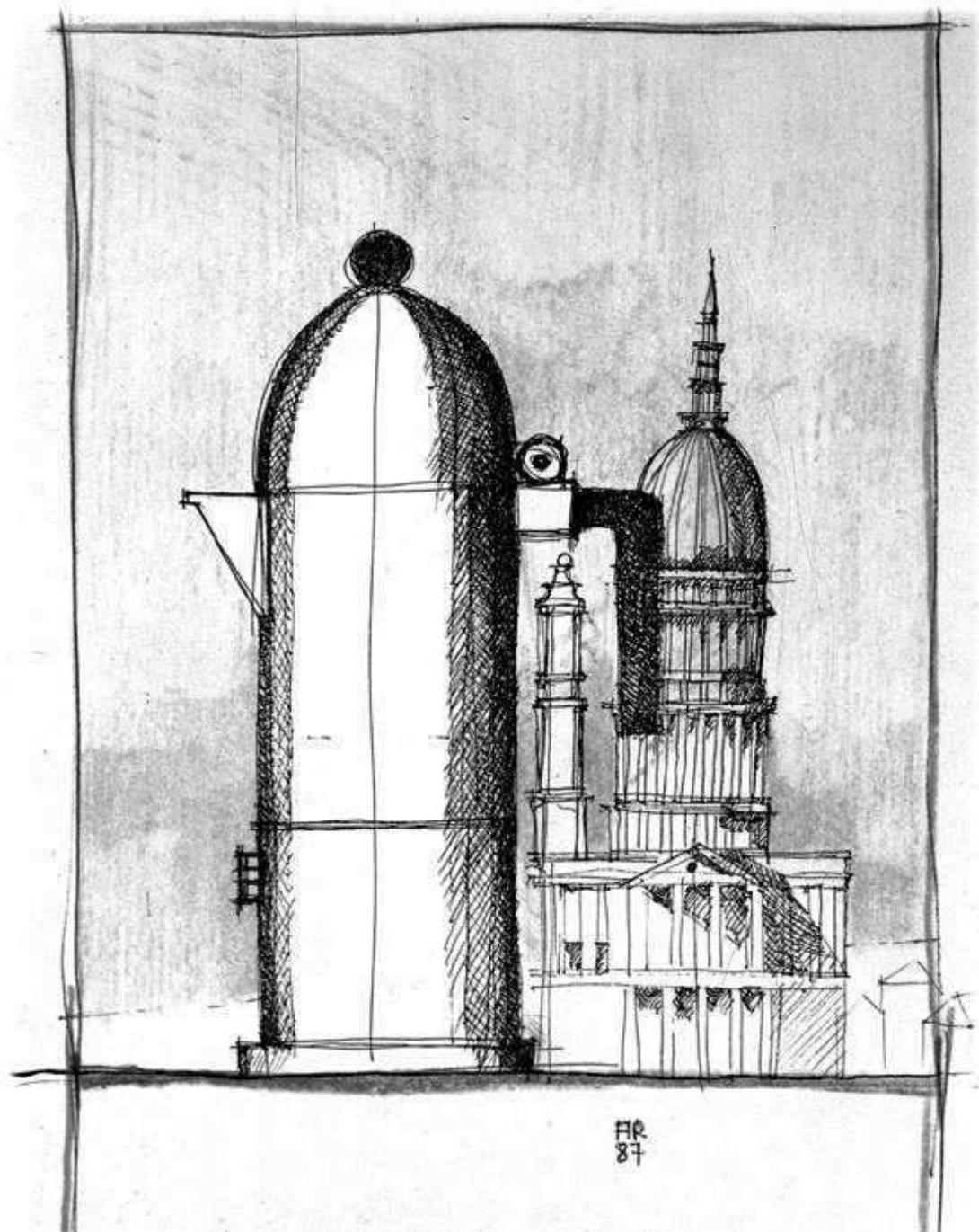


Fig. 37 - Cupola Cafeteira.
"La Cupola", Aldo Rossi

Mais tarde, na Idade Média, com uma sociedade devota na **religião**, o acto de criar assume outra conotação, muito menos ligada ao objecto nem tão pouco associada à ideia de evolução social, económica, social e política como anteriormente referida. Nesta época histórica o acto de criar pertencia aos Deuses, como refere Mumford (1991: 114):

“No princípio, todas as suas funções criativas eram ligadas à religião, e as mensagens mais significativas eram sagradas. Essas mensagens sagradas, escritas nas estrelas ou nas entranhas dos animais, nos sonhos, alucinações e profecias, penetram nos domínios especiais do clero. Durante muito tempo, monopolizou-se no clero os poderes criadores, e as suas formas da cidade expressam esse monopólio.”

Podemos considerar que só com o surgimento do Renascimento, apareceu novamente uma mudança dos paradigmas conceptuais. Cidades, como Roma e Florença, enalteceram a sua capacidade de criação, com personalidades como Brunelleschi, Leonardo da Vinci, Alberti, entre muitos outros, que mais do que mestres nas suas artes, desenvolveram novas técnicas e ideias, que resultaram em inúmeros manuscritos, tratados e teorias (Fig.37). Como referido anteriormente, é nesta época que se manifestam inovações como a perspectiva, um **acto criativo**, consequência da necessidade de representação tridimensional de um mundo em plena expansão. Fruto de uma sociedade com **receptividade** à inovação, estas cidades foram palco de inúmeras **experimentações**, numa lógica de **tentativa e erro**, que nos levaram aos maiores avanços técnicos e artísticos, de uma época onde o pensamento **imaterial** se convertia em algo **material** digno de chegar até aos dias de hoje. No entanto, podemos questionar-nos se uma cidade com tantos avanços, no que toca a inovação e criatividade, poderá continuar essa tendência? ou poderá de novo emergir nesse contexto? No que diz respeito ao caso de Florença talvez não seja assim tão fácil, se os actores envolvidos não pensam no progresso como algo possível, fechados numa lógica passada, em que tudo o que foi feito é intocável e imutável. Landry (2008: 119) retracta esse assunto:

“(…) Florence is, many regard the city today as a place that merely reflects, reinforces or reinvents its past glories. Self-satisfaction and arrogance, it is argued, over-ride everything, generating a sense of closure to outsiders and a lack of new ideas.”¹⁷

Na Revolução Industrial surgem novos pressupostos na sociedade e na cidade, com **avanços tecnológicos** que mudam a vivência em cidade. Os pontos mais notáveis de desenvolvimento desta época são a produção industrializada,

17 (...) Florença é, muitos consideram a cidade de hoje como um lugar que apenas reflete, reforça ou reinventa as suas glórias passadas. A auto-satisfação e arrogância, argumenta-se, sobrepor-se a tudo, gerando um sentimento de encerramento para os forasteiros e uma falta de novas idéias. (tradução livre)

.....
Renascimento

.....
Revolução Industrial



Fig. 38 - Novo mundo tecnológico.



Fig. 39 - Manipulação.

com o início da produção em série, e a mobilidade com introdução do automóvel e restantes veículos motorizados. Esses avanços técnicos e tecnológicos alteraram os paradigmas sociais, económicos e políticos, com foco inicial na cidade de Londres, mas que rapidamente se propagou à restante Europa (Fig.38). Neste ambiente “industrial”, as inovações aparecem por meio de avanços nas áreas anteriormente referidas, e por implementação de novas vivências na cidade. Esta manufactura converteu-se numa base económica estável, onde a classe média era propícia a um maior desenvolvimento intelectual. Nesse contexto surgem avanços no mundo artístico, suportado por uma economia de base comercial, com pressupostos globalizantes. A arte mercantil, oriunda da época Medieval, volta em parte a ganhar força e, é sobretudo neste sentido que encontramos a inovação e criatividade conceptual.

Neste contexto, poderemos afirmar que até esta data várias cidades foram polos de atracção, de talentos e de conceitos criativos, o que nos leva a questionar o porquê? Como foi possível perceber ao longo da evolução do conceito, existem alguns pontos de coincidência. Todas as épocas abordadas caracterizam-se por momentos de **controvérsia** e de mudança de paradigmas na cidade. Consequência disso, é o facto de estas sociedades apresentarem abertura suficiente para a **aceitação** de novas propostas, ideias ou conceitos criativos que apontassem soluções aos problemas.

As cidades, tal como a criatividade, são conceitos evolutivos e mutáveis. De sociedades fundadas de momentos eternos, a sociedades moldadas em tempos de crise, no entendimento que esta se apresenta no sentido de pausa e repensamento de estratégias, vivemos uma actual mutação do pensamento e uso da informação (sobretudo passada), para a criação de novas linhas teóricas. No final do século XX emerge uma nova transformação na sociedade, a qual em que hoje vivemos, que se denomina de **Revolução Tecnológica**, ou **Era da Informação**. Este novo momento na História introduziu uma nova complexidade económica, social e cultural. Como refere Castells (2000), a tecnologia e sociedade vivem um processo bidireccional pois apesar de serem independentes uma da outra, interagem num complexo padrão. Acusar a tecnologia de ser um problema é infundado, pois a tecnologia é a sociedade e a sociedade pode ser entendida ou representada pela tecnologia (Fig.39). Este fenómeno surge nos Estados Unidos por volta da década de 70 e, rapidamente se propaga para as grandes cidades globais. Em termos económicos este é um momento de enorme prosperação, pela maior **interactividade** que existe entre empresas e a sociedade. Neste aspecto, a criatividade surge como um aspecto fundamental da gestão dessa interactividade, e da iniciativa empreendedora, numa

.....
Século XX



Fig. 40 - Linhas de Montagem.
Margaret Bourke-White



Fig. 41 - Era da Informação.
Chicago, Vivian Maier

busca incansável pela descoberta tecnológica (CASTELLS, 2000).

Mais do que a **interacção**, a revolução tecnológica, implementou um **espírito de liberdade**. Liberdade, de ideias, conceitos, pensamento e sobretudo de informação, que capacitou a produção criativa a uma velocidade nunca antes vista, com meios nunca antes utilizados, e técnicas criativas e inovadoras no mundo artístico, científico e social. A principal inovação deste tempo é sem dúvida a transformação da **“cultura material”** numa cultura que se organiza em torno da tecnologia de informação, como tal uma **“cultura imaterial”** (CASTELLS, 2000) A internet, permitiu uma *arquitectura de rede*, que não poderia ser controlada a partir de nenhum centro de controlo, como um “ser” autónomo, que cresce desmesuradamente num universo sem limites espaciais. Essa mudança extrema dos paradigmas actuais levou a que Stephen J. Gould (GOULD *in* CASTELLS, 2000) afirma-se que o processo gradual de transformação de cidade é algo ilusório:

“O conceito de que toda a mudança deve ser suave, lenta e firme, nunca foi lido nas rochas. Representava uma tendência cultural comum, em parte uma resposta do liberalismo do século XIX a um mundo em revolução. Porém ele continua a colorir a nossa leitura supostamente objectiva da história da vida (...) A história da vida, como a vejo, é uma séria de situações estáveis, pontuadas em intervalos raros por eventos importantes que ocorrem com grande rapidez e ajudam a estabelecer a próxima era estável.”

Podemos afirmar que a revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimentos, mas o uso destes, na geração de novo saber, num ciclo de realimentação cumulativo entre a **inovação** e **uso**.

Para um melhor entendimento das épocas históricas mais recentes poderemos resumir, por meio de Eras de Evolução, o que aconteceu em momentos anteriores e perceber em que Era nos enquadramos, ou caminhamos, neste momento. Como tal, somos capazes de sintetizar o último século e meio em três actos como defende Pink¹⁸ (2010), começando pelo primeiro acto, da **Era Industrial**, onde a economia era gerada principalmente pelas fábricas e pelas suas linhas de montagem (Fig.40). O **operário** era, neste panorama, o personagem principal, onde a força física e resistência pessoal eram necessárias para o desempenho da função. No segundo acto, ou **Era da Informação**, recentemente abordado neste capítulo, a produção em massa caiu para um segundo plano, sendo privilegiada a informação e o conhecimento (Fig.41). Nesta fase estes novos pressupostos, garantiam o desenvolvimento económico. Neste contexto,

.....
A perspectiva evolutiva
de Pink

18 **Daniel H. Pink** - é hoje uma referência no mundo da Gestão e do Comportamento. Autor de três livros traduzidos em dezenas de países, Pink é colaborador regular do New York Times, Harvard Business Review, Fast Company, CNN, CNBC, ABC, e participa em inúmeras conferências e palestras sobre inovação, transformação económica e novas formas de trabalho. É licenciado em Direito pela Universidade de Yale mas nunca exerceu.

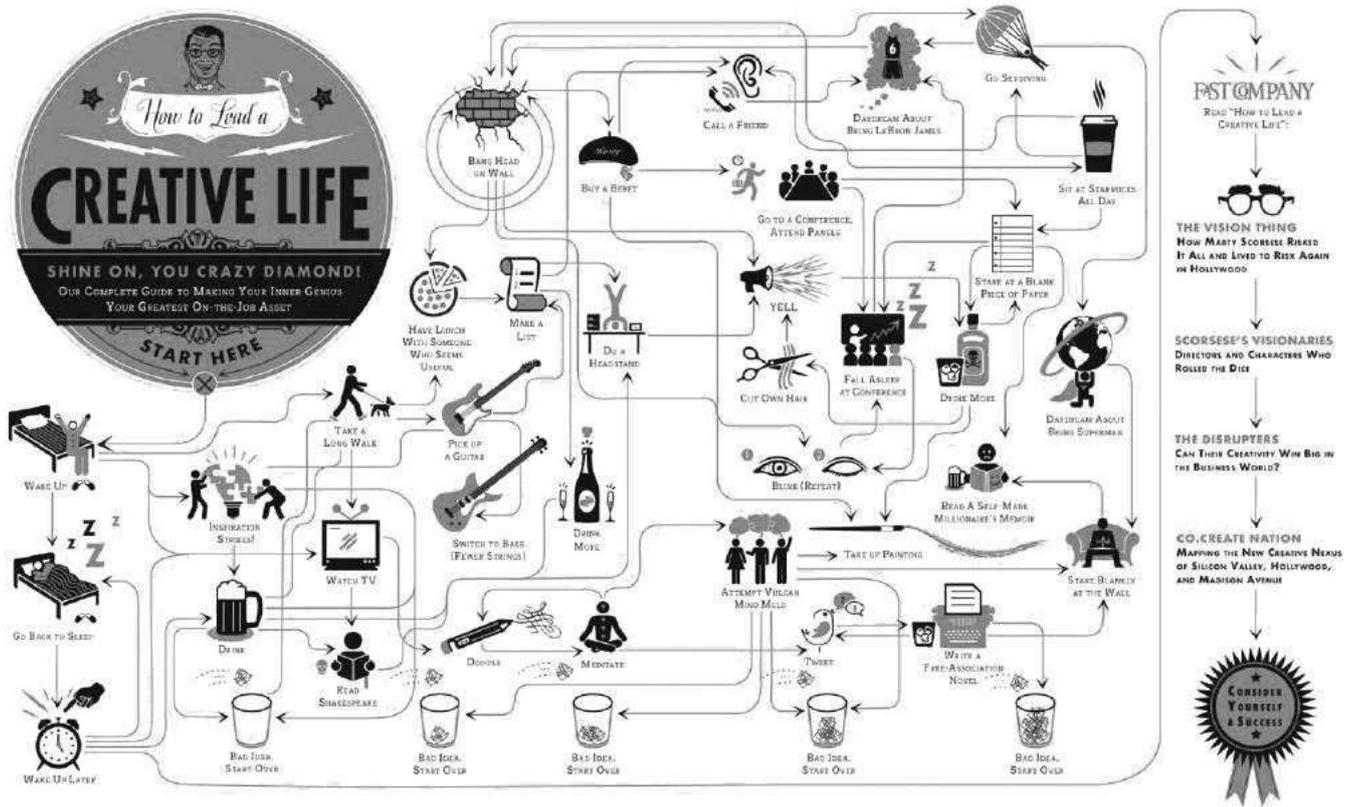


Fig. 42 - Percorso Creativo.

a figura principal era o **trabalhador do conhecimento**, onde predomina a força do pensamento ao invés da força física. Actualmente vivemos, segundo o autor, um terceiro acto que diz respeito à **Era Conceptual**. Nesta nova Era, as personagens principais são o **criador** e o **empatizador**, que embora dominem também a capacidade do pensamento como na Era anterior, diferem nos usos desse pensamento. Na era anterior, o pensamento era muito mais vocacionado para a vertente racional e organizacional da informação e do conhecimento, ao contrário da actual onde prevalece é o pensamento criativo, a interpretação da informação e criação de novo conhecimento.

Factores como o bem-estar material, a tecnologia avançada e a globalização permitem que, por meio destas três forças, exista velocidade suficiente para impelir novas eras. Foi assim que de uma Era Agrícola, antecedente às referidas, passamos para a Era Industrial, e desta para a Era da Informação.

No presente, atravessamos uma passagem da Era da Informação para uma Era Conceptual (Fig.42). Esta Era privilegia, como refere Pink (2010: 67) “(...) a criação, a empatia, a habilidade para o reconhecimento de padrões e a construção de sentido.”



Fig. 43 - Entidade Pluridisciplinar.
Cica magazine, Michelle Thompson

5. Os Inputs da criatividade

No entendimento do que foi descrito no ponto anterior, podemos entender que a criatividade mais do que um produto final, ou uma meta, é um **processo** de desenvolvimento social, económico, cultural e político. Embora se apresente como uma qualidade artística, este conceito não pode comportar este grau de exclusividade. Indissociado do indivíduo e da cidade, este conceito é evolutivo e mutável e, apresenta-se com maior ou menor impacto em tempos de mudança de paradigmas.

“Nem é preciso dizer que essa libertação da criatividade não foi uma das finalidades originais do agrupamento humano, nem ainda da própria imposição urbana; e foi de forma apenas parcial e por movimentos súbitos que caracterizou o desenvolvimento da cidade. Ainda hoje, apenas uma parte das energias totais da comunidade volta-se para a educação e expressão: sacrificamos muito mais às artes da destruição e extermínio que às artes da criação. Contudo, é graças à execução de actos criadores, na arte, no pensamento, nas relações pessoais, que a cidade pode ser identificada como algo mais que uma organização puramente funcional de fábricas e armazéns, cavernas, tribunais, prisões e centros de controlo.” (MUMFORD, 1991: 116)

O processo mental do indivíduo, alimentado pela criatividade que lhe é inerte, tem repercussão na sociedade e na cidade, da qual faz parte, tal como verificamos no desenvolvimento do *Paleolítico*, da *Polis*, do *Renascimento*, da *Revolução Industrial* e da *Revolução Tecnológica*. Neste contexto, podemos assumir que a sociedade responsável, pelo meio profissional em que se insere, mais ou menos criativo, poderá ser considerada uma **entidade pluridisciplinar**, apelidada de **Classe Criativa** (Fig.43). Associada à ideia de economia, a criatividade surge por meio de indústrias de produção cultural e criativa, também conhecidas como **Indústrias Criativas**. Estes conceitos garantem uma sociedade actual que privilegia a criatividade, como meio de gerar na cidade um conjunto de **oportunidades** que procuram colmatar erros e/ou problemas. Este entendimento permite-nos concluir que a cidade apresenta um nível de **receptividade**, recorrente na história urbana, que mais do que nunca caracteriza a cidade como um meio geográfico de **experimentação criativa**. Em última instância, podemos apelidar essas cidades como **Cidades Criativas**, não como estereótipo, mas como processo evolutivo de resolução de problemáticas. Assim, a Criatividade surge como catalisador de uma maior competitividade, desempenho empresarial e social, começando a assumir-se como uma capacidade intelectual do pensamento profissional. Como analogia podemos ainda comparar a Classe Criativa ao combustível que alimenta o motor das Industrias Criativas para, por sua vez, fazer funcionar o veículo que neste caso é a Cidade Criativa.

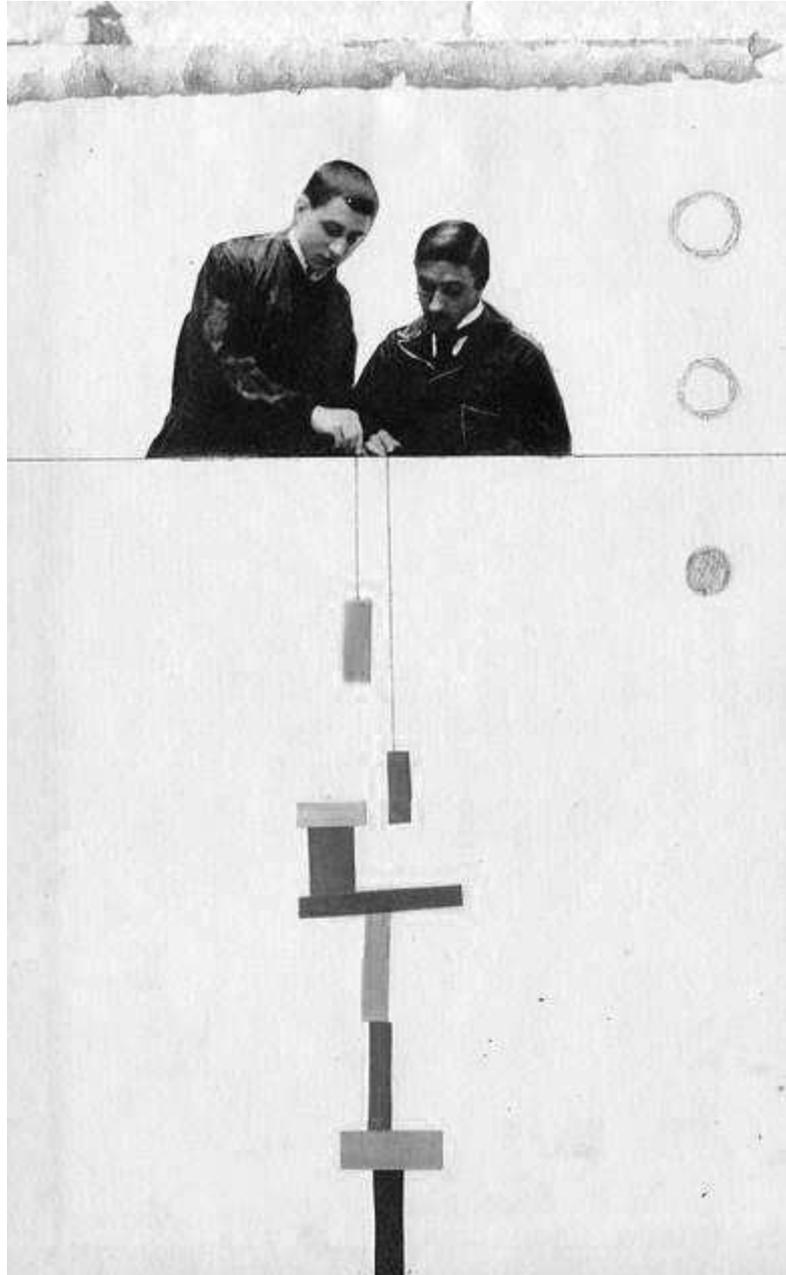


Fig. 44 - Classe Criativa.
Leo & Pipo, Juan Osorno

5.1. A classe criativa - entidade pluridisciplinar

O conceito de classe criativa, advém da necessidade de identificação e caracterização de uma sociedade, onde as suas capacidades profissionais promovem de forma criativa, o desenvolvimento económico nas diversas áreas do conhecimento. Esta necessidade, manifesta-se nos dias de hoje como uma constatação de que a sociedade sempre teve um papel preponderante no desenvolvimento da cidade, como foi abordado no ponto 2.1., desenvolvimento esse despoletado por atitudes criativas. Aliás, podemos mesmo dizer que sem este capital humano não seria possível a existência do conceito de cidade criativa ou de indústrias criativas, como refere Landry (2008: 107):

“There can be no creative organizations or cities without creative individuals, people who think resourcefully, openly and flexibly, who are willing to take intellectual risks, to think problems afresh and to be reflexive. Their learning style fosters a virtuous cycle of creation and re-creation which opens up some possibilities and invigorates others.”¹⁹

A Classe Criativa engloba os indivíduos que utilizam a criatividade como motor do desenvolvimento da sua actividade profissional (Fig.44), como refere Richard Florida (2012: 8),

“I define the core of the Creative Class to include people in science and engineering, architecture and design, education, arts, music, and entertainment whose economic function is to create new ideas, new technology, and new creative content.”²⁰

Florida defende ainda que a Classe Criativa separa-se da Classe “Trabalhadora” na sua essência, no que é pedido a uma e à outra, isto é, a Classe Trabalhadora é paga, na maioria dos casos, para ter uma rotina de trabalho fixa, com trabalho físico e material, enquanto que a Classe Criativa, também trabalhadora, mas numa vertente imaterial, onde é paga para usar a sua criatividade e inteligência. Neste contexto, Florida refere Karl Marx:

Nature builds no machines, no locomotives, railways, electric telegraphs, self-acting mules, etc. These are products of human industry; natural material transformed into organs of the human will over nature, they are organs of the human brain, created by the human hand; ²¹ (MARX in FLORIDA, 2012: 37)

19 Não pode haver organizações criativas ou cidades sem indivíduos criativos, pessoas que pensam informadas, abertamente e flexivelmente, que estão dispostos a assumir riscos intelectuais, para pensarem e reflectirem os problemas. O estilo de aprendizagem promove um ciclo virtuoso de criação e re-criação, que abre algumas possibilidades e revigora os outros. (tradução livre)

20 Eu defino o núcleo da Classe Criativa como pessoas da ciência e engenharia, arquitetura e design, educação, arte, música e entretenimento, cuja função económica é a criação de novas ideias, novas tecnologias e novos conteúdos criativos. (tradução livre)

21 A Natureza não contrói máquinas, comboios, ferrovias, telégrafos, mulas auto-actuantes, etc. Estes são produtos da indústria humana; materia natural transformada em órgãos da vontade humana sobre a Natureza, eles são instrumentos da inteligência humana, criados pela mão humana. (tradução livre)

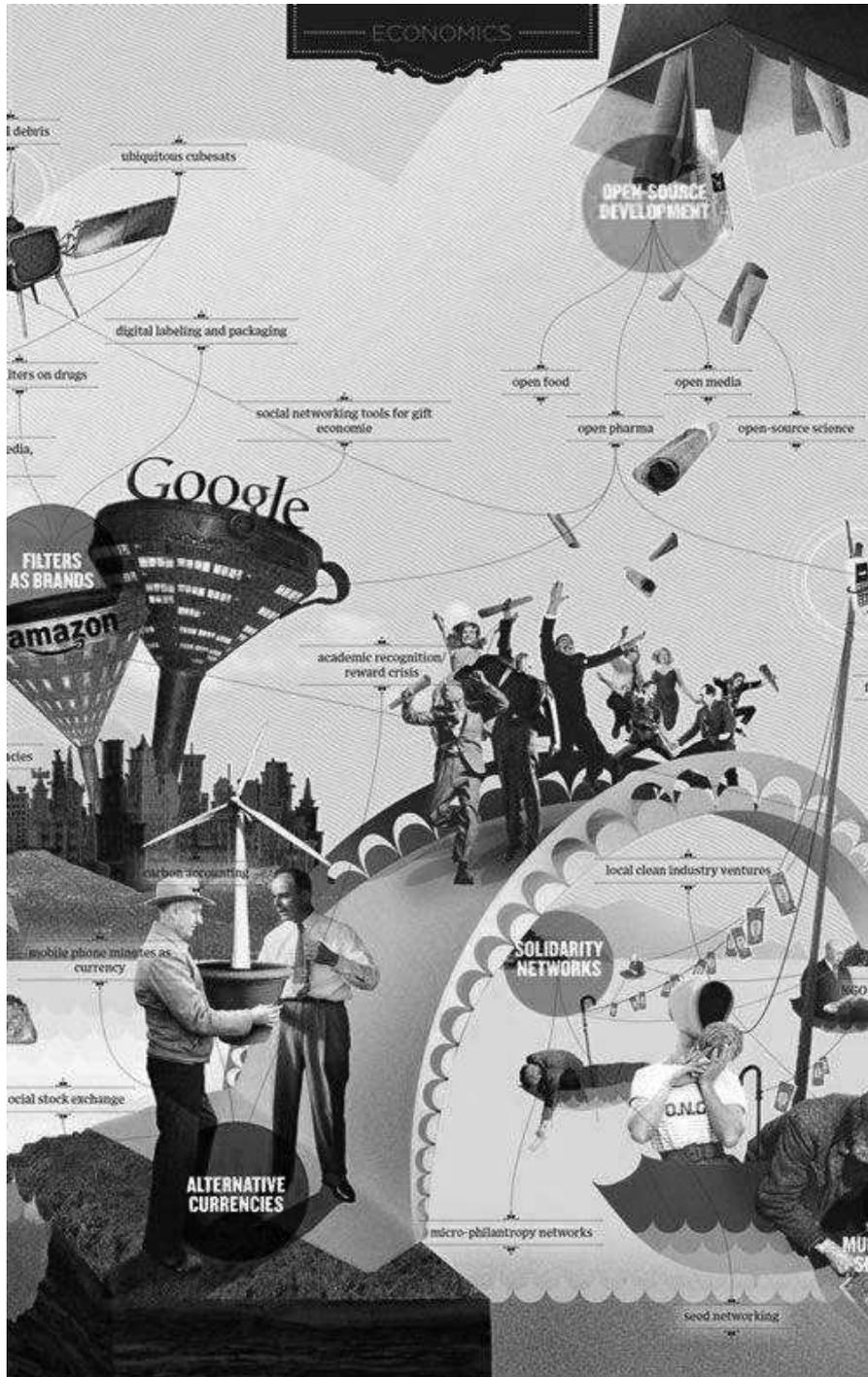


Fig. 45 - A tecnologia e o crescimento econômico.
The map of the future, Donato Ricci

A presença da classe criativa gera dinamismo económico, social e cultural, sobretudo nas áreas urbanas, onde existe maior afluência de pessoas e de empresas. Ao explorar o potencial dos empreendedores criativos e culturais, fomenta-se a criação de **soluções inovadoras** que não se baseiam somente na tecnologia, mas também na criatividade e no conhecimento. Num mundo cada vez mais global, a capacidade de inovação de uma cidade ou país, assume uma importância relevante ao nível da **competitividade** nacional e 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, contribuindo para a competitividade e atracção das cidades.

O conceito de classe criativa, surge pela primeira vez com Richard Florida²² no seu livro “The Rise of the Creative Class” onde defende que existe um grupo emergente de profissionais, com capacidade de apresentar alternativas à economia local. O autor afirma que existem três factores essenciais, para que a cidade se possa considerar um pólo de atracção cultural, criativo e urbano. Esses pontos são conhecidos como os 3 T’s, indicados para uma sociedade criativa, que são a **Tecnologia**, o **Talento** e a **Tolerância**. Apoiado na sua defesa da classe criativa como propulsor da cidade, Florida afirma que o factor determinante da competitividade global, já não se traduz simplesmente no comércio de bens e serviços ou nos fluxos de investimento e de capital, mas sim nos fluxos de pessoas. Na economia criativa global, os países bem sucedidos, serão aqueles com maior capacidade de atracção, retenção e desenvolvimento de talentos criativos, aproveitando os seus recursos e capacidades criativas.

.....
Os 3T’s de Richard
Florida

Florida defende que a “**Tecnologia**”, como foi referido anteriormente com base no estudo de Castells (2000) e de Pink (2010), assumiu uma enorme importância no crescimento económico (Fig.45). A Revolução Tecnológica anunciou um novo método de crescimento económico nas cidades por meio da **informação** e **conhecimento** e, nesse entendimento a criatividade surge como meio de racionalização e organização desses progressos tecnológicos. Florida (2012, 229) define Tecnologia como:

.....
A tecnologia

“From new inventions like software, robotics, and biotechnology to improvements in manufacturing systems and processes, technology makes economies and societies more efficient and productive.”

²² **Richard Florida** (nascido em 1957 em Newark, New Jersey) é um teórico americano do Urbanismo. Foi considerado um dos criadores 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).

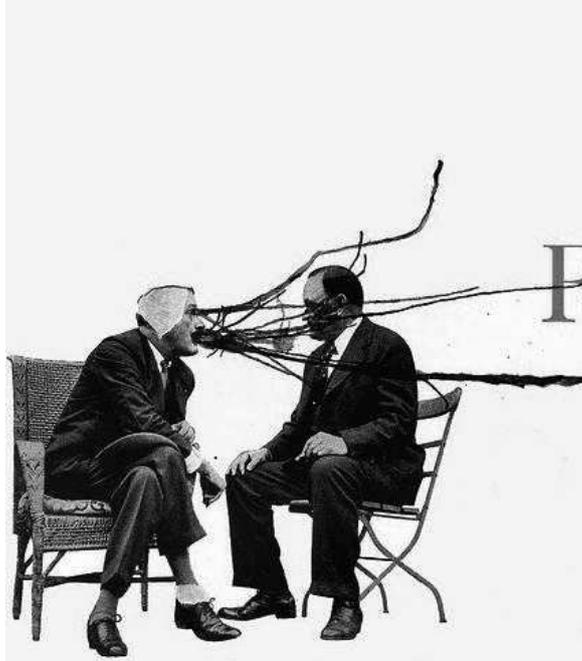


Fig. 46 - Conexões.
Connect the Goddamn Dots, Richard Vergez

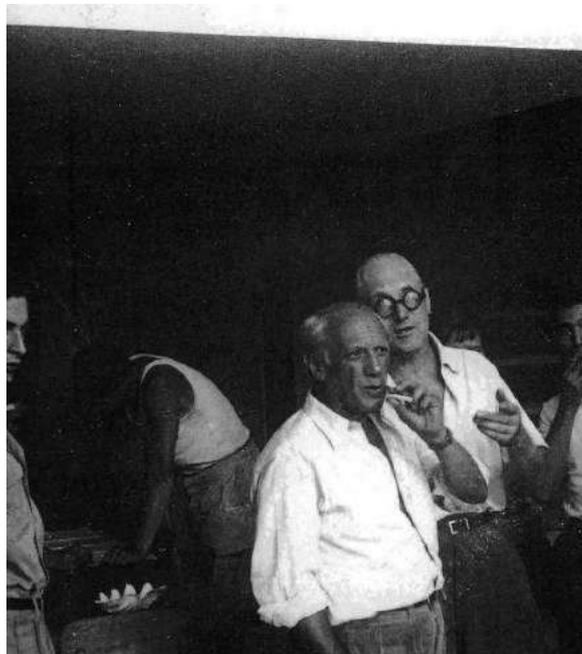


Fig. 47 - Talento e Tolerância, entre Picasso e Le Corbusier.

Charles Landry (2008) defende que a tecnologia é essencial na medida que cria **conexões** (Fig.46), e que nesta condição poderá existir relações entre o local e o global:

“Networking has two aspects: networking within a city and networking internationally. Cities have always been centres of networking and communication, but the nature of networking is changing as communities become more mobile and technically connected.”²³ (LANDRY, 2008: 125-126)

Florida ainda que, a criatividade e esta rede são dois conceitos simbióticos, e quanto mais se aproximam, mais facilmente existirá espaço de aprendizagem e inovação. No entanto, a tecnologia por si só não permite a atracção e fixação da Classe Criativa, apenas gera maiores capacidades tecnológicas de criação de economia.

O “**Talento**” é referido inúmeras vezes por Richard Florida e é entendido enquanto uma especificação do capital humano. O autor afirma, que estes atributos não se aplicam apenas a pessoas com grau de escolaridade elevado, mas também a pessoas que possuam um conjunto de características de âmbito **criativo** e **inovador** (Fig.47). Como refere Landry (2008: 107), “ (...) not everyone in the creative city needs to be creative, it depends on a critical mass of open-minded, courageous and fresh thinkers.”. O talento poderá então verificar-se em várias vertentes da sociedade, não se apresentando como algo que apenas diz respeito aos intelectuais.

.....
O talento

A “**Tolerância**” é o terceiro T, e define-se como espírito de abertura, inclusão e diversidade, para todas as etnias, raças e estilos de vida. É uma dimensão fundamental da competitividade económica nas cidades de hoje, no entanto, é quase inexistente nos modelos económicos convencionais. Esta afecta a capacidade das nações e cidades se mobilizarem através das próprias capacidades criativas e competitivas, por meio de talentos criativos. Quanto mais tolerante for uma nação ou região, mais talento é capaz de mobilizar e atrair.

.....
A tolerância

“Social and demographic conscientious can affect a city’s creative capacity as when social and cultural diversity fosters understanding and learning rather than leading to xenophobia. A lively civil society usually depends on a history of tolerance, a commitment to accessibility with ladders of opportunity and broad sense of security.”²⁴ (LANDRY, 2008: 111)

Esta valorização da participação, interacção e transacção de conhecimentos permite que a inovação e criatividade evolua (LANDRY, 2008).

23 O networking tem dois aspectos fundamentais: a rede intra cidade e de rede internacional. As cidades foram sempre centros de rede e comunicação, mas a natureza do trabalho em rede está a mudar as comunidades, por forma a tornarem-se mais móveis e tecnicamente conectadas. (tradução livre)

24 A consciência social e demográfica pode afetar a capacidade criativa da cidade assim como a diversidade social e cultural que contribui para a compreensão e aprendizagem, em vez de atitudes xenófobas. A sociedade civil geralmente depende de uma história de tolerância, um compromisso com a acessibilidade, com escadas de oportunidade e amplas sensações de segurança. (tradução livre)

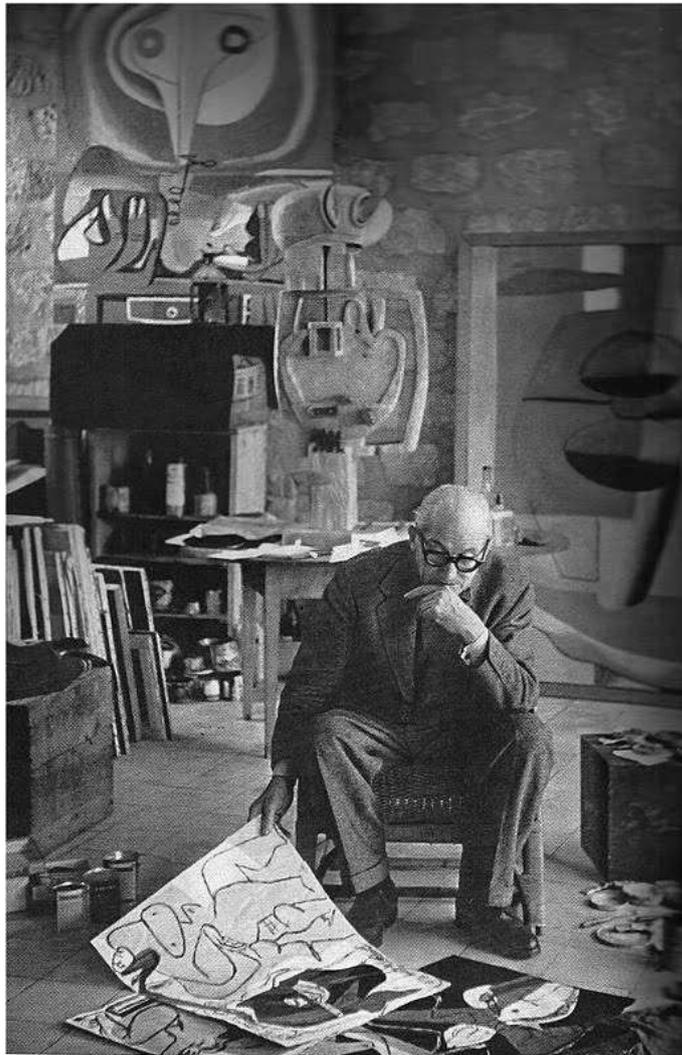


Fig. 48 - O lugar da criação.
Le Corbusier, Henri Cartier Bresson

Assim a dimensão-chave da competitividade da economia, já não assenta na dotação numerosa de matérias-primas, recursos naturais, ou mesmo vantagens de custo do trabalho. Pelo contrário, firma-se na capacidade de atrair, cultivar e mobilizar os recursos criativos, promovendo um ambiente tolerante e cultivando a abertura a novas pessoas e ideias, em espaços culturais e criativos, que os acolham nas cidades. Estes conceitos, poderão ser aplicados como estratégia de acção no desenvolvimento criativo da cidade. Como possíveis ferramentas de intervenção, poderá ser proposta: a criação de edifícios para a concepção de dinâmicas culturais, promoção de habitação para os novos públicos que se pretendem atrair, espaços de reunião e actos laborais, onde as ideias possam ser trabalhadas, expostas á população residente e “interessada”, entre muitos outros. Em suma, é importante reconhecer o papel essencial dos **talentos criativos** e do **empreendedorismo** no desenvolvimento da cidade em diferentes variantes, tais como, ecónomia, cultura e criatividade.

Em conformidade com o que foi referido anteriormente, podemos constatar que a Classe Criativa está fortemente relacionada com o conceito de “**lugar**”, enquanto cidade numa abordagem mais alargada, ou como um determinado espaço de desenvolvimento conceptual (Fig.48). As estratégias baseadas na criatividade para o desenvolvimento local devem ser contextualizadas num enquadramento espacial específico, isto é, deve ser considerada a escala de cidade ou projecto arquitectónico, na criação de espaços funcionais para os empreendedores criativos. Neste contexto, as diferentes escalas do “lugar”, variam entre cidade criativa, quando a criatividade define a cidade, ou numa aproximação podem-se apresentar por meio de “clusters criativos”, “bairros criativos”, “quarteirões criativos” ou até mesmo “infra-estruturas criativas”. A relação entre criatividade e “lugar” apresenta-se num progresso ascendente no que é denominado **creative milieu**, abordado no ponto 2.1., ou no conceito apresentado pela INTELI²⁵ de **ecossistema criativo**. Este último, apresenta-se como um ambiente de excelência, baseado em recursos criativos que gera crescimento socio-económico, cuja estrutura é composta por três pontos essenciais, as **Pessoas**, a **Ecónomia** e o **Lugar**. As pessoas, **Classe Criativa**, são entendidas como elementos com capacidades pessoais e artísticas, que fomentam a criatividade, com espírito empreendedor na promoção de negócios criativos. A economia, **Indústrias Criativas**, é representada pelas empresas e organizações do sector cultural e criativo como catalisadores económicos, sociais e culturais. E por último, o Lugar, ou **Espaços Criativos**, que como referido

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

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. 49 - Bauhaus.

anteriormente, podem apresentar-se sobre inúmeras escalas, enquanto espaços de produção, consumo cultural e criativo, que atraem recursos, pessoas e capital. Estes funcionam enquanto ecossistema, visto serem indissociáveis e por meio das técnicas globalizantes e tecnológicas estabelecem relações de **conectividade** entre elas.

Poderemos questionar se a **Criatividade** é um fenómeno inato ou empírico? Esta questão, na verdade, implica duas importantes condições da criatividade, a primeira relativa à consciência criativa e suas condicionantes e, a segunda relativa à possibilidade de instruir criatividade, como um processo de trabalho, no indivíduo. Na essência dessa questão, o factor **Educação** é predominante. Richard Florida (2012) manifesta a sua opinião em relação ao papel da Universidade como motor de desenvolvimento económico e criador de novos capitais humanos e agentes criativos. O autor refere que:

“The University is indeed a key institution of the Creative Economy, but what’s not so widely understood is the multifaceted role that it plays.”²⁶

(FLORIDA, 2012: 310)

Florida (2012) afirma que para as Universidades serem contributos no crescimento regional, devem relacionar o três conceitos por ele defendidos, os 3T’s da criatividade. Assim as Universidades devem apresentar-se, na vertente **Tecnológica**, como centros de investigação de desenvolvimento de novos *Softwares*, constituindo-se importantes recursos para as empresas. Deve, na vertente do **Talento**, atrair pessoas dotadas de conhecimento para gerar uma procura empresarial por agentes qualificados, atraindo empresas para as imediações. A última vertente, a **Tolerância**, apresenta-se como a capacidade da Universidade aceitar todo o tipo de pessoas, sem qualquer discriminação, visto que o bem mais importante na vertente criativa e educacional é o **pensamento e conhecimento**, e não a religião, cultura, entre outros diferentes factores que os distinguem dos restantes.

Neste entendimento poderemos considerar que a *Bauhaus* (Fig.49) poderá ser entendida como uma escola que privilegiava a educação criativa. Criada por Walter Gropius em 1919, a *Bauhaus* acreditava no seu método de ensino, nas áreas da *arquitectura, design e artes plásticas*, onde procurava unir artes e produzir artesanato e arquitectura. Não se ensinava história na Bauhaus durante os primeiros anos, pois acreditava-se que tudo deveria ser criado por **princípios racionais**. Esta valorização do pensamento em prol dos padrões herdados do passado valorizava a capacidade criativa inata do ser humano. Assim, de acordo com Castells (2000: 199):

“A educação é o valor central tanto para a ascensão social como para o aperfeiçoamento pessoal”

²⁶ A Universidade é de facto uma instituição-chave da Economia Criativa, mas o que não é tão amplamente compreendido é o papel multifacetado que ele tem. (tradução livre)

Take home a Macintosh. No purchase necessary.

All along, we've been telling you Macintosh™ is the easiest-to-use computer very little money can buy. Now we're going to prove it. By putting our Macintosh where our mouth is. Right now, anyone who qualifies can walk into a participating authorized Apple dealer, and walk out with a Macintosh Personal Computer. Absolutely free. It's our way of letting you test drive a Macintosh for 24 hours in the comfort of your own office, home, RV, hotel room, dorm room or whatever. And really experience, first-hand, how much your finger already knows about computers. In less time than it takes you to get frustrated on an ordinary computer, you'll be doing real work on Macintosh. Everything from writing memos to working with spreadsheets to creating charts to managing projects. Because the hard part of test driving a Macintosh isn't learning how to use it. The hard part is bringing it back.

© 1984 Apple Computer Inc. Apple and the Apple logo are registered trademarks of Apple Computer Inc. Macintosh is a trademark licensed to Apple Computer Inc. For an authorized Apple dealer nearest you call (800) 538-9696. In Canada, call (800) 268-7796 or (800) 268-7637.

Fig. 50 - Tecnologias Digitais - Software e Multimédia

5.2. As indústrias criativas

O conceito de Indústrias Criativas surge da necessidade da classe criativa se fixar num “lugar”. Podemos considerar que estas indústrias diferem das demais, da Era Industrial, pelo facto de se apresentarem como empresas ligadas à capacidade cultural e criativa, ao invés da manufactura. Diverge igualmente dessa concepção pelo facto da classe operária, se ter transformado na Classe Criativa anteriormente descrita. Nos dias de hoje, estas Indústrias apresentam-se como um dos fenómenos mais representativos na mudança da estrutura económica das cidades, regiões ou países, apresentando um carácter emergente pela sua capacidade de gerar riqueza e emprego.

“(…)activities which have their origin in individual creativity skill and talent and which have the potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”²⁷ (DMCS, 1998)

O conceito de Indústrias Criativas não surge de imediato na História da criatividade, vários foram os seus antecessores, que de uma ou outra maneira foram aprimorando a sua definição. Um dos primeiros conceitos, genérico, emerge por meio de Theodor Adorno e Max Horkheimer, teóricos de Frankfurt, utilizando pela primeira vez o termo “indústria cultural” em 1944, no livro “Dialéctica do Iluminismo”. Este termo procurava contrariar a “cultura de massa”, criticando a mercantilização da cultura e a sua massificação, conceito que, anos mais tarde, foi adoptado pela UNESCO (1982: 7) onde referem:

“En colaboración con instituciones nacionales e internacionales, públicas o privadas, se emprenderán investigaciones comparadas sobre la función y el lugar de las industrias culturales en el desarrollo cultural de las sociedades”²⁸

Nos anos Noventa, o conceito de indústrias culturais apresentou-se como insuficiente por se basear apenas na “arte” e “cultura”, pois os desenvolvimentos tecnológicos de comunicação e informação influenciaram com grande preponderância estas áreas. É caso disso, as novas categorias “artístico-culturais” consequentes desses avanços, como a *multimédia* e *software* que, por não serem áreas convencionais não se enquadravam no conceito (Fig.50). Nos dias de hoje, são vários os autores que consideram as indústrias culturais como um subconceito das Indústrias Criativas, por estas estarem na sua origem.

27 (...) indústrias que, tendo a sua origem na criatividade, talento e habilidade individuais, apresentam um elevado potencial de criação de riqueza e de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual” tradução livre

28 “Em colaboração com as autoridades nacionais e internacionais, públicas ou instituições privadas, a pesquisa foi realizada em comparação sobre o papel e o lugar das indústrias culturais no desenvolvimento cultural das sociedades. (tradução livre)



Fig. 51 - Dinâmica das cidades.
Competition for New Tower in NY, OMA - Rem Koolhaas

Este termo surge na sua terminologia final em 1994, na Austrália, com o relatório “Creative Nation”, que defendia a importância do trabalho criativo, a sua contribuição na economia e o papel tecnológico na política cultural. No entanto só em 1997 é que o conceito realmente ganhou visibilidade, quando passou a ser inserido nas políticas definidas pelo Departamento da Cultura, Média e Desporto (Department of Culture, Media and Sport - DCMS), com a criação do *Creative Industries Task Force*. Este grupo de trabalho tinha como objectivo analisar as tendências de mercado, a economia do Reino Unido e as vantagens competitivas nacionais. O Reino Unido introduziu assim na sua política nacional estratégias e acções para a estimulação e protecção da produção criativa. Vários foram os países, que com base nesses pressupostos, implementaram a criatividade como catalisador da economia. Assim as indústrias culturais alargaram o seu âmbito além das artes, marcando uma mudança na abordagem económica das cidades, como refere Chris Smith²⁹:

“As economias e sociedades mais bem-sucedidas do século XXI vão ser também as mais criativas. A Criatividade vai fazer a diferença para as empresas que procuram vantagens competitivas, para as sociedades que procuram novas formas de abordar problemas e melhorar a qualidade de vida. [...] Quero, em particular, que as nossas indústrias criativas para continuarem a aproveitar as oportunidades de um mundo em rápida mudança, pensem “fora da caixa”, inovem, sejam flexíveis e rápidas e se esforcem para realizar o seu pleno potencial.” (Smith, 2001: 3)

A definição de Indústria Criativa ainda não é universal, existindo vários autores que a procuram definir ainda que sem consenso em relação à sua abrangência, no que diz respeito às diversas actividades económicas que esta inclui. O conceito pode apresentar inúmeras variantes, no entanto, quanto à sua premissa principal de gerador de economia, dinamizador da cidade e seus intervenientes apresenta-se, entre autores, muito semelhante (Fig.51). Segundo a citação apresentada no início deste ponto, apresentada pela DCMS, podemos entender que este conceito se funda na geração e exploração da propriedade intelectual³⁰, na criação de emprego e riqueza. Na definição da UNCTAD, as indústrias criativas são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como *inputs* primários, constituindo um conjunto de actividades baseadas no conhecimento, com foco

.....
Noção Industrias
Criativas

29 Secretário de Estado do Reino Unido para a Cultura, Média e Desporto, responsável pela elaboração do documento referido.

30 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).

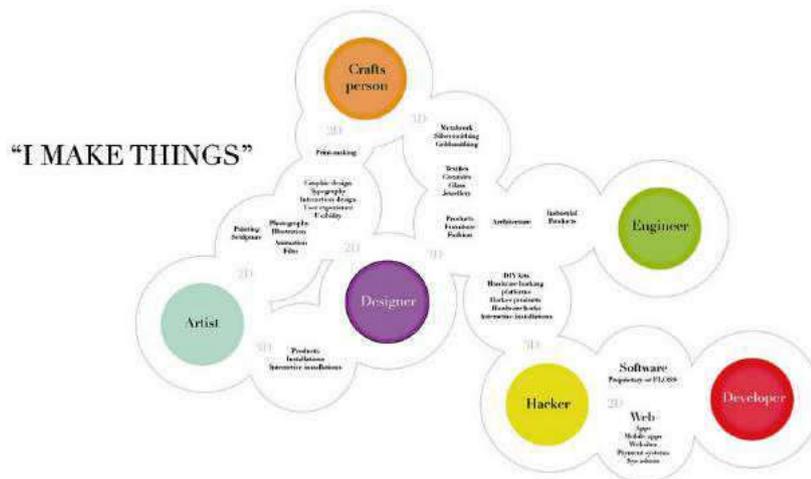


Fig. 52 - Áreas das Indústrias Criativas.
Mapping the creative industries, Alexandra Deschamps-Sonsino.

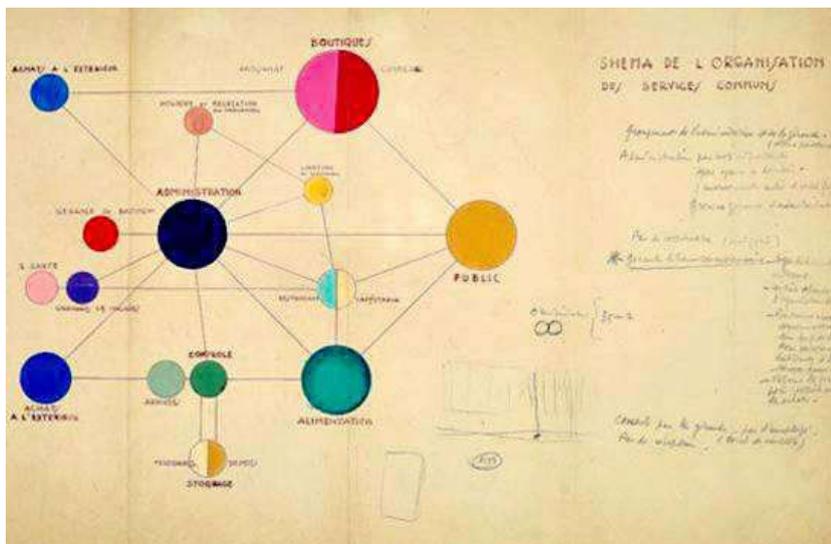


Fig. 53 - Interação entre os espaços da cidade.
Schematic Drawing for Unité, Le Corbusier

nas artes, mas não se limitando a estas que, potencialmente geram receitas a partir dos direitos de propriedade intelectual e do comércio, sendo constituídas por produtos tangíveis e por serviços intangíveis, intelectuais ou artísticos com conteúdo criativo. Valores económicos e objectivos de mercado estabelecem-se no cruzamento entre o artesanato, serviço, e sector industrial, constituindo-se uma nova dinâmica no sector comercial universal (UNCTAD, 2010: 8).

Segundo o DMCS (1998), os sectores chave que as Indústrias Criativas comportam são a **Publicidade, Arquitectura, Mercado de Artes e Antiguidades, Design, Moda, Artes Audiovisuais, Design Gráfico, Software, Música, Artes Performativas, Televisão, Rádio, Internet, Escrita e Publicação** (Fig.52). O reconhecimento da relação entre a classe criativa, a competitividade e qualidade de vida levou a que as Indústrias Criativas, adquirissem um valor considerável na economia das cidades. Estas indústrias promovem a regeneração social, económica e cultural, que contribuem para a identidade das cidades, gerando oportunidades de negócio e emprego, fomentando a coesão social e interacção da comunidade.

.....
Sector das Industrias
Criativas

A arquitectura assume neste campo um papel fundamental. Os arquitectos, constituintes da Classe Criativa, têm o papel de promover e usufruir deste espaço que é a Cidade Criativa (Fig.53), pois são eles que idealizam a maioria do espaço construído, numa procura incessante de criação de espaços humanizados, e como é pertinente referir, abrir espaço à experimentação, interacção, inovação por forma a fomentar um “creative milieu”, como refere Guta Moura Guedes (GUEDES, 2009: 48), “(...)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”. Neste mesmo contexto, do papel da arquitectura e do arquitecto, no Jornal Oficial da União Europeia (2008) refere:

.....
O papel da arquitetura

“(...)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.”

Em suma, a arquitectura apresenta-se como um elemento de extrema importância nesta Era Criativa ou Era Conceptual, como defende Pink (2010), na concepção e controlo dos espaços físicos que respondam às necessidades da Classe Criativa, como a promoção de espaços de interacção, inovação, experimentação



Fig. 54 - Quadricula com diferentes acontecimentos.
Boundaries, Adam Simpson

e empreendedorismo. Neste entendimento, surge nos dias de hoje uma “criação” de infra-estruturas baseadas na cultura e criatividade. A INTELI (2010) designou cinco espaços de promoção criativa que procuram fixar a Classe Criativa na cidade : As **Residências Artísticas**, habitações onde a Classe Criativa vive e trabalha durante um período de tempo, espaços reúnem as condições necessárias para realizarem o seu trabalho criativo. Na maioria dos casos estas residências disponibilizam alojamento, ateliês, alimentação, instalações técnicas, espaços de convívio e espaços expositivos. As **Incubadoras de Indústrias Criativas**, são espaços de apoio à criação e desenvolvimento de empresas criativas, que funcionam como plataformas colaborativas e de interacção para artistas e empresas emergentes, com actividades relacionadas com a criatividade e inovação. Estas são compostas na sua maioria por escritórios, postos de trabalho individual e colectivo, salas de reunião, serviços de gestão entre outros. Os **Espaços de Coworking** são espaços de escritórios comunitários, normalmente em “open space” para “freelancers” e micro empresas criativas. Apresentam-se como uma alternativa à compra ou aluguer de espaços permanentes, pois neste tipo de espaço é possível uma liberdade de usufruto do espaço (diário, semanal, mensal). As sinergias que emergem destes espaços fomentam a produtividade, potenciando o desenvolvimento criativo de projectos num ambiente confortável. Os **Fab Labs**, ou Laboratório de Fabricação Digital, têm como objectivo a criação de objectos que partem das tecnologias digitais. Neste espaço são disponibilizadas ferramentas industriais de prototipagem, máquinas fresadoras, máquinas 3D entre outras, apresentando-se divididas em áreas reservadas às máquinas, salas isoladas para equipamentos de grande formato, zona de resíduos, de trabalhos electrónicos, de informática e salas de reuniões. Por último, encontramos os **Espaços Culturais** caracterizados por se destinarem a promover actividades culturais. Normalmente são espaços informais e “open space” propícios à apresentação de trabalhos fora dos circuitos comerciais e convencionais.

A INTELI conclui que existem algumas tendências comuns neste tipo de espaços que a Classe Criativa procura (Fig.54). Estes espaços devem apresentar-se com preços acessíveis, susceptíveis à criação cultural e criativa e com abertura a exposição e apresentação. Devem ser espaços de uso misto, isto é, onde seja possível viver, trabalhar, aprender, interagir e divertir, cuja utilização poderá ser apenas temporário e com horários flexíveis. Os espaços de interacção são necessários e podem apresentar-se das mais diversas formas, como cafés, salas de reuniões, espaços de partilha de recursos, entre outros, assim como podem existir espaços híbridos, como incubadoras de indústrias criativas com residências, Fab Labs com espaços de co-working, entre várias outras composições com os espaços referidos anteriormente.



Fig. 55 - Economia Criativa no desenvolvimento das cidades.
Smoker, Franz Falckenhaus

As Indústrias Criativas têm uma papel preponderante na economia local e como reflexo disso surge uma nova noção de economia à escala mundial, a Economia Criativa. Este conceito aparece pela primeira vez em 2001, pelo autor John Howkins, que refere que a economia criativa é o negócio do imaterial, quando novas ideias e invenções são um bem comercializável. Esta definição inclui toda e qualquer produção baseada em capital intelectual ligado às artes e à criatividade.

Para Howkins (2001) a criatividade e economia não são conceitos novos, já a sua interdependência é:

“Creativity is not new and neither is economics, but what is new is the nature and the extent of the relationship between them and how they combine to create extraordinary value and wealth.”³¹

Embora a Economia Criativa (Fig.55) não apresenta uma definição concisa, as Nações Unidas, em 2010, elaboraram um estudo da economia baseada na criatividade onde definem que, “The “creative economy” is an evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.” (UNCTAD, 2010: 10), apresentando de seguida algumas das suas características como a criação de emprego, promoção de inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano. É uma economia baseada no conhecimento, que se apoia na interacção tecnológica e na propriedade intelectual. Por último, conclui que no cerne do desenvolvimento da economia criativa estão as indústrias criativas (UNCTAD, 2010: 10). Em suma, podemos assumir que a **Economia Criativa** não é mais do que o produto gerado pelas **Indústrias Criativas** com recurso ao capital humano e propriedade intelectual da **Classe Criativa**.

“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” (FLORIDA, 2004)

31 A criatividade não é nova nem tão pouco a economia, o que é novo é a natureza e a extensão da relação entre estes dois conceitos, a forma como se combinam para criar algo de extremo valor e riqueza.(tradução livre)

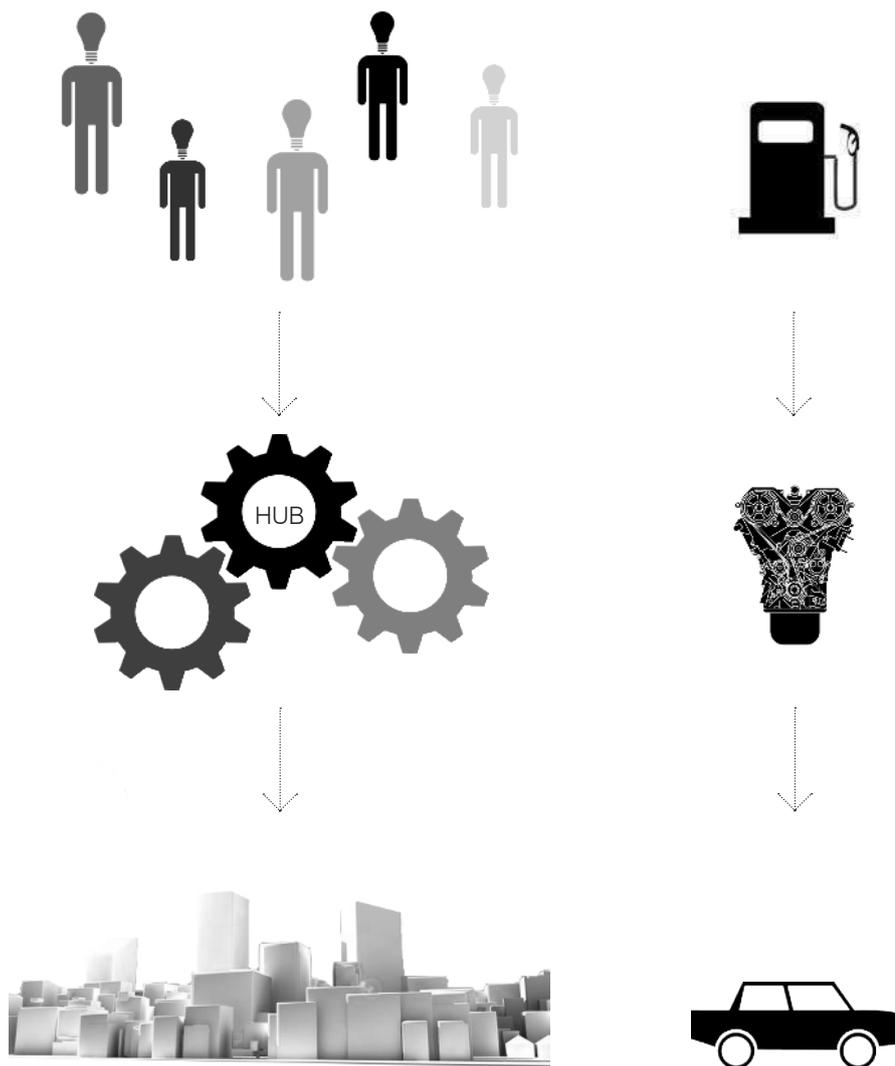


Fig. 56 - Classe Criativa + Indústria Criativa = Cidade Criativa

5.3. A cidade criativa como meio social, económico e cultural

A Cidade Criativa surge como uma aplicação estratégica criativa na qual se instalam os dois conceitos chave referidos anteriormente, a Classe Criativa e Indústrias Criativas (Fig.56). Charles Landry (2008, 2008: xxi), um dos fundadores do conceito, apresenta a origem da ideia como:

.....
Definição genérica

“The Creative City idea emerged from the late 1980s onwards along a number of trajectories in response to these emerging trends. The idea, when introduced, was seen as an inspiration concept: a clarion call to encourage open-mindedness and imagination. It intended to have a dramatic impact on organizational culture. Its philosophy was there is always more potential in any city than any of us think at first sight. It posits that conditions need to be created for people to think, plan and act with imagination in harnessing opportunities or solving seemingly intractable urban problems.”³²

A ideia de Cidade Criativa tem-se desenvolvido através de diversos contributos teóricos de autores como Charles Landry (2008), Richard Florida (2012), entre outros, mas também por instituições como DCMS, UNCTAD ou a UNESCO. O conceito, na sua génese, emerge como resposta ao facto das cidades apresentarem nos dias de hoje uma reestruturação a partir da mudança dos paradigmas globais económicos, sociais e culturais, abordados no ponto 1.3., e é utilizado como uma estratégia de intervenção no desenvolvimento urbano. Várias cidades em todo o mundo, têm vindo a adoptar este conceito como motor de revitalização socio-económica e urbana, incentivando as capacidades criativas e atraindo trabalhadores criativos.

Como já foi referido a Cidade Criativa engloba vários conceitos, como Classe Criativa, Indústrias Criativas, Economia Criativa, Ambiente Criativo, entre muitos outros que, na sua essência a definem. Estes apresentam uma relação simbiótica com o espaço, na medida em que requerem um ambiente estimulante e potenciador de relações sociais, culturais e económicas. Por sua vez, como já foi afirmado, estes espaços impulsionam a Economia Criativa da cidade, numa lógica onde a competitividade é um factor chave de desenvolvimento. No estudo macroeconómico (SERRALVES, 2008: 26-27), a cidade criativa deve integrar novas ferramentas de competitividade urbana: a capacidade das suas redes, a sua riqueza e profundidade cultural, a qualidade da sua administração, a consciência da importância do desenho urbano e a compreensão de como utilizar o seu conhecimento simbólico e, ainda a consciência ambiental. Assim, será possível construir uma cidade criativa,

.....
Abrangência do conceito

³² A ideia de Cidade Criativa surgiu a partir da década de 80 em diante, ao longo de uma série de trajetórias em resposta a estas tendências emergentes. A ideia, quando introduzida, era vista como um conceito de inspiração: a convocação para incentivar a abertura de espírito e imaginação. Ela tem um impacto dramático sobre a cultura organizacional. A sua filosofia sempre foi de enorme potencial em qualquer cidade, mais do que qualquer um de nós pensar à primeira vista. Ele postula as condições precisas a serem criadas para as pessoas pensarem, planearem e agir com a imaginação, no aproveitamento de oportunidades e resolução de problemas urbanos aparentemente intratáveis. (tradução livre)



Fig. 57 - Mudança de paradigmas.

que assenta nos pilares da criatividade, na diversidade cultural, de forte identidade local, da presença de espaços urbanos humanizados e uma forte rede social. Como sintetiza Charles Landry (2008: xxiii) “those planning this kind of city will think about how to create a good atmosphere.”.

Manuel Aires Mateus acerca deste assunto comentou que a cidade criativa é: “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.” (MATEUS, 2009: 60)

.....
Entendimentos de
Cidade Criativa

Neste mesmo contexto a presidente da Experimenta Design Lisboa, Guta Moura Guedes afirma que:

“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.” (GUEDES, 2009: 47)

Segundo a UNCTAD:

“Creative cities use their creative potential in various ways. Some function as nodes for generating cultural experiences for inhabitants and visitors through the presentation of their cultural heritage assets or through their cultural activities in the performing and visual arts. (...) Others look to broader cultural and media industries to provide employment and incomes and to act as centres for urban and regional growth. In other cases, a more pervasive role for culture in the creative city rests on the capacity of the arts and culture to foster urban liveability, social cohesion and cultural identity.”³³

Várias são as interpretações do conceito de **Cidade Criativa** e, neste mesmo entendimento conseguimos compreender que os cidadãos são agentes activos desta mudança, pela sua tentativa de definição conceptual (Fig.57). O incentivo à criatividade e à imaginação, nas vertentes públicas e privadas, garantem um conjunto de soluções alargadas para os problemas urbanos. Podemos sintetizar que as Cidades Criativas têm que apresentar alguns elementos essenciais na sua composição, devendo apresentar **Infra-estruturas** de suporte à criatividade, como estabelecimentos de ensino, centros de investigação, teatros, bibliotecas, museus, instituições culturais entre muitos outros, que façam parte da **política cultural** da cidade, que promovam a preservação do **património cultural**. Para que seja possível a aplicabilidade deste conceito é necessário também uma base **económica sustentável**, no que diz respeito à acessibilidade e rendimento de bens artísticos e culturais. Os **ambientes de trabalho** devem ser espaços agradáveis, garantindo

³³ 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 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 cultural. (tradução livre)



Fig 58 - Território de baixa densidade.

o desenvolvimento das capacidades da Classe Criativa para que, por sua vez, a **cultura de inovação** e **empreendedorismo** se fixem na sociedade.

A criatividade é considerada um fenómeno de desenvolvimento das grandes cidades, pelo facto de ser nestas que existe maior concentração de poder económico, humano e institucional. No entanto, as áreas de menor densidade têm também um papel a desempenhar na economia criativa, visto que a Classe Criativa pode também optar por se fixar em cidades de menor dimensão (Fig.58). Nesta medida, as cidades de menor densidade apresentam-se como espaços abertos a uma maior experimentação, por contrariarem a sobrelotação a que as cidades de grande densidade estão sujeitas. De facto, as Industrias Criativas e a Classe Criativa podem ter um papel preponderante na revitalização e regeneração destes espaços que muitas vezes se apresentam desertificados e despovoados. Estes espaços expressam a particularidade de proporcionarem um cenário físico, histórico-cultural e simbólico necessário ao desenvolvimento das indústrias criativas e a fixação da classe criativa que, por sua vez, se tornam importantes para a revitalização destes lugares. As indústrias criativas promovem:

“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.” (SELADA, 2010: 9)

O facto de a Classe Criativa procurar estes espaços, de baixa densidade, em vez das grandes cidades poderá ter a ver com as características peculiares que estes possam oferecer tanto ao modo de vida como ao negócio criativo que pretendam implementar. Estes locais, por norma, apresentam-se como espaços calmos, com ambientes singulares propícios ao pensamento criativo, onde o espírito de comunidade, relações de vizinhança e convivência social são distintos das grandes cidades. Catarina Selada (2010: 8) afirma 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.”

Na procura pela fixação e atracção da Classe Criativa é crucial que existam políticas públicas e estratégicas que apostem no apoio das Industrias Criativas

.....
Estratégia criativa
em cidades de baixa
densidade



31 dias de maio em óbidos



Fig. 59 - Óbidos Criativo.

e na criação de infra-estruturas de apoio que sirvam de locais de encontro, interação, aprendizagem e experimentação, que promovam a criatividade. De acordo com isto a INTELI criou um sistema para a definição e implantação de estratégias criativas em cidades de pequena e média densidade: a **liderança local**, para a promoção de **ecossistemas criativos**, agentes de mudança catalisadores da transformação criativa, **colaboração** e envolvimento da comunidade, **agentes criativos** que promovam uma abordagem interdisciplinar, a construção de **redes criativas** territoriais, **planeamento experimental** e informal, evitar conflitos locais de base “elitista”, dar **visibilidade** a classe criativa, **sistemas de educação** locais, espaços para a convergência e **experimentação, espaços criativos flexíveis** e por ultimo promover o bem-estar e a **qualidade de vida**.

Exemplo prático de uma cidade de baixa densidade que centra a sua estratégia no potencial criativo e cultural é Óbidos. Esta vila situada na região centro de Portugal, no distrito de Leiria, apresentou um plano de desenvolvimento denominada “**Óbidos - Vila Criativa**” (Fig.59). Esta pretende afirmar-se como uma comunidade criativa, onde os agentes criativos possam viver, aprender, trabalhar e interagir, aliando as suas características e qualidades criativas para o desenvolvimento sustentável e competitivo em áreas como a cultura, inovação e criatividade.

.....
O caso de Óbidos

A sua estratégia predominante remete aos **eventos temáticos** que esta Vila promove e que captam as atenções nacionais e internacionais, como é o caso do “Festival Internacional de Chocolate”, o “Óbidos Vila Natal”, o “Festival de Ópera”, o “Mercado Medieval” entre muitos outros. Estes elementos têm sido um enorme pólo de atracção de visitantes à Vila ajudando a construir a singularidade de Óbidos enquanto Marca.

Para um melhor entendimento da estratégia definida em Óbidos foi analisado o “Programa Territorial de Desenvolvimento do Oeste - Estratégia 2020 - Plano de Acção 2008 - 2013”, que no eixo III, objectivo 6, trata do “Cultura, Criatividade, Conhecimento e Competências”(PTD, 2008). Os principais componentes desta operação são a **Educação Criativa**, que pretende transformar Óbidos numa indústria criativa, através do desenvolvimento de uma educação criativa, estabelecendo a descoberta de talentos, o desenvolvimento cultural, artístico e científico, enquanto metas essenciais da criatividade. Os **Habitat’s Criativos**, na medida em que se pretende desenvolver uma economia criativa e intelectual, atraindo e instalando profissionais criativos juntos dos centros históricos. Os **Centros de Excelência do Conhecimento Especializado**, na aposta de qualificação especializada em áreas técnicas do turismo, conservação e restauro ou outros potenciadores da nova economia. A **Rede Museológica**, que

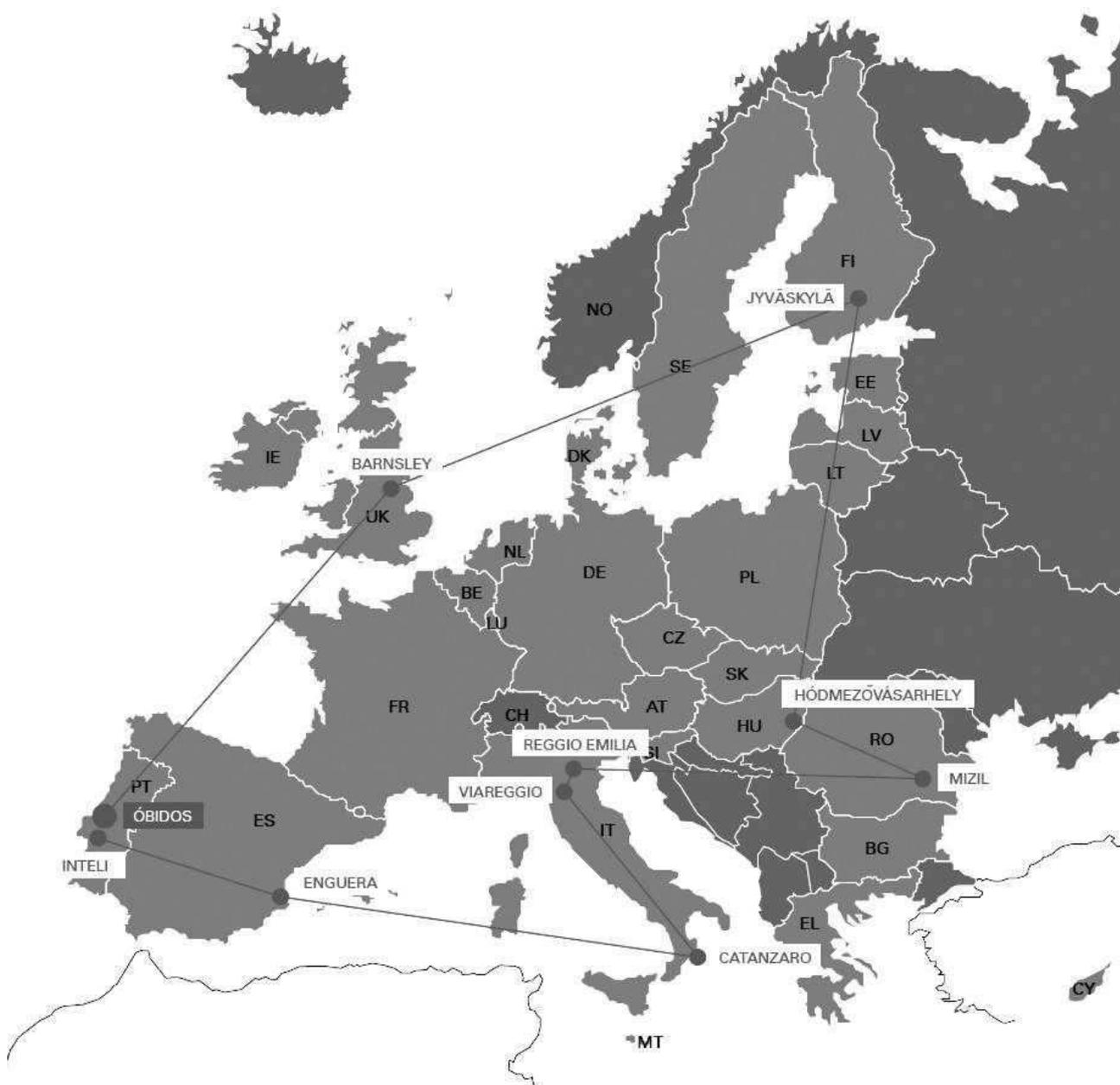


Fig. 60 - Rede Óbidos Criativo.

pretende dotar estes locais com uma relação entre equipamentos que garanta e defenda os recursos patrimoniais únicos, dando-lhes acesso público. O **Grande Auditório / Teatro de Óbidos**, consiste na criação de um equipamento com capacidade de apoiar grandes eventos e trazer programação menos sazonal. A **Remodelação das Infra-estruturas do Centro Histórico**, numa vertente mais ecológica, promovendo padrões de sustentabilidade à Vila Medieval. E por ultimo, **A Fábrica do Chocolate**, que com o decorrer do Festival Internacional do Chocolate se tornou um pólo de actividade empresarial. Estas medidas ligadas á educação, cultura, empreendedorismo, emprego e habitação garantem qu Óbidos se apresente como um pólo cultural e criativo, propício à fixação de Indústrias Criativas e sua Classe Criativa assim como todos os outros subconceitos que se associam.

A sua relação a várias redes promove o seu potencial criativo e inovador. Óbidos encontra-se associado ao projecto “RIICO - Rede de Investigação, Inovação e Conhecimento de Óbidos”, que liga o Município de Óbidos a diversas Universidades, conta também com a “RMG - Rede de Museus e Galerias”, que integra todos os museus da Vila. Pertence à rede “Clusters Criativos em Áreas Urbanas de Baixa Densidade” onde estabelece relações com parceiros do Reino Unido, Espanha, Itália, Roménia, Hungria, Finlândia e a INTELI em Portugal. A nível nacional despoletou a “REC - Rede de Economias Criativas”, pioneira neste tipo, onde o Município de Óbidos estabelece ligações com outros municípios como Guimarães, Portalegre, Montemor-o-novo e Montemor-o-Velho, pretendendo fomentar a toca de experiencias e boas práticas no domínio da criatividade e inovação.

A UNESCO em 2004, fundou a “UNESCO Creative Cities Network” (Fig.60) que reflecte a mudança da percepção da cultura e o seu papel na sociedade e economia actual. Esta rede surgiu quando se observou que as indústrias criativas começavam a desempenhar um papel importante no desenvolvimento económico e social das cidades. Essa constatação, em todo o mundo, levou à necessidade de criação de uma rede que tinha como principal objectivo o intercâmbio de conhecimentos, experiências, ideias e aptidões tradicionais e tecnológicas, através das indústrias criativas. Esta rede está aberta a todas as cidades que cumpram os requisitos estabelecidos pela UNESCO, com mais incisão nas cidades que não são capitais, mas que possuam recursos históricos e culturais. Esta comunicação em rede garante que as cidades se tornem um centro da excelência criativa, apoiando-se, simultaneamente, a promover a Economia Criativa local (UNESCO, 2011).

Nesta rede de cidades criativas, existem dois elementos que são característicos, os **Clusters Socioculturais**, responsáveis pela ligação sociocultural das diferentes

.....
Rede de Cidades Criativas

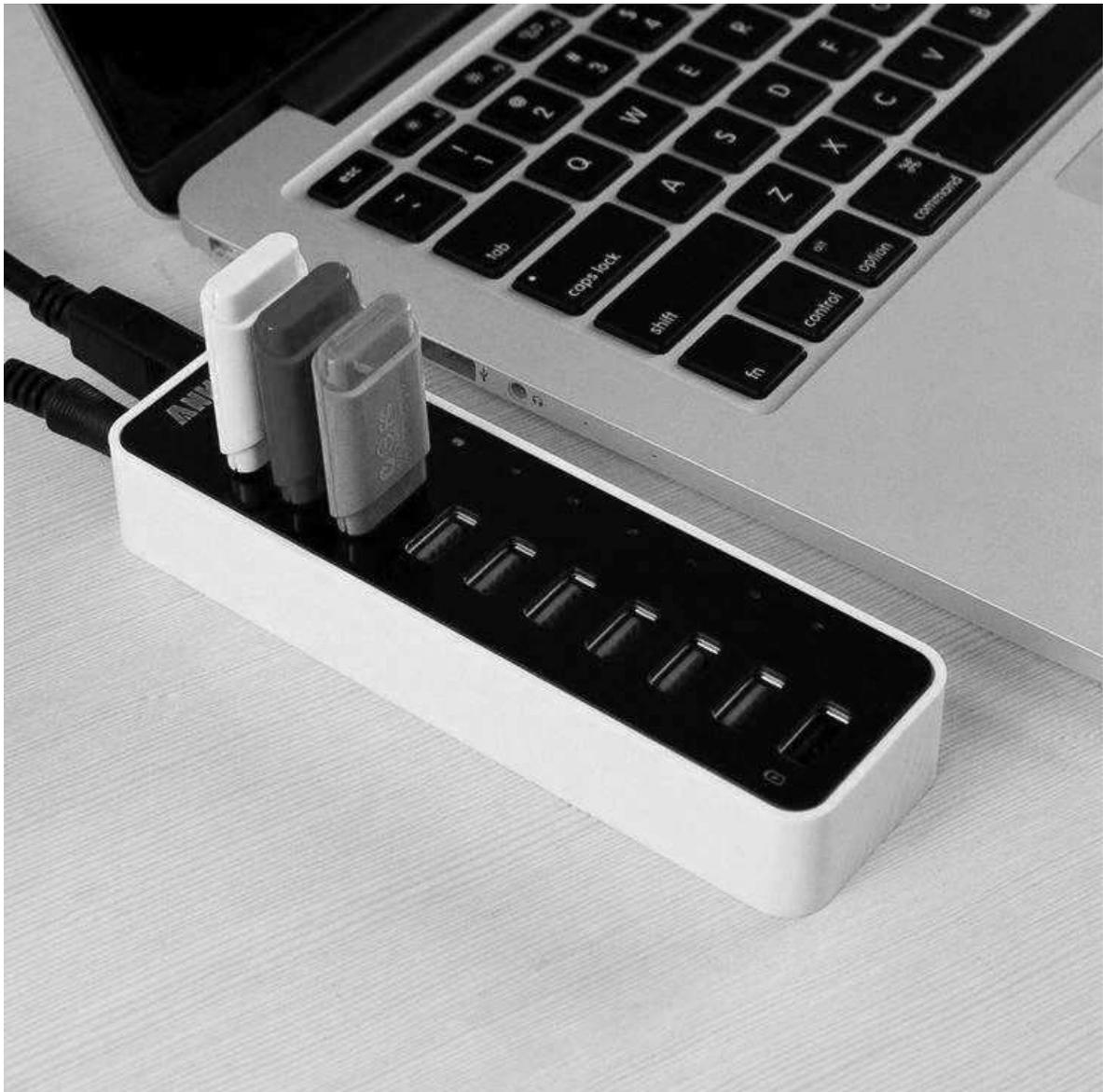


Fig. 61 - Hub informático.

comunidades, numa garantia de criar um ambiente urbano sustentável. Estes podem também ser entendidos como Clusters Criativos, a sua definição mais conhecida é apresentada por Porter (1999: 209), onde refere que os Cluster são:

“(...)concentrações geográficas de empresas inter-relacionadas, fornecedores especializados, prestadores de serviços, empresas em sectores correspondentes e outras instituições específicas (universidades, órgãos de normatização e associações comerciais) que competem mas também cooperam entre si”

O outro elemento diz respeito aos **HUBS Criativos**, responsáveis pela promoção e desenvolvimento socioeconómico e cultural, tanto em ambientes desenvolvidos como em vias de desenvolvimento, através de Industrias Criativas. Estes podem apresentar-se dispersos pelo território em zonas subutilizadas, devolutas ou degradadas.

A UNESCO estabelece sete temas necessários para a adesão à rede com critérios de infra-estruturas, tradicionalismos, experiência, espírito comunitário, entre muitos outros. Esses temas são a Literatura, Cinema, Música, Artesanato e Arte Popular, Design, Arte e Media e, por ultimo, Gastronomia. Cada cidade poderá candidatar-se ao título de cidade criativa com um destes temas, como será o exemplo, em Portugal, de Boba, enquanto “Cidade Criativa Gastronómica”.

As cidades membro podem estabelecer-se na Rede por tempo ilimitado e, enquanto lá permanecerem têm o direito de usar a Marca UNESCO, com direitos de filiação e materiais de comunicação. No incumprimento dos compromissos estabelecidos, a cidade poderá ser “convidada” a sair da rede, embora por vontade própria também possa decidir sair da rede, desde que comunique previamente.

Em suma, na essência desta rede está a aliança global entre cidades que possuam critérios de forte actividade cultural e criativa Esta rede une as cidades criativas, numa lógica de conexão espacial e virtual onde a troca de conhecimentos, experiências, estratégias de negócio, fomenta a inovação e criatividade local. Por sua vez, também difunde os seus produtos nos mercados nacionais e internacionais e contribui para a criação de emprego, assim como para o desenvolvimento socioeconómico.

O termo Hub, surge do conceito tecnológico de aparelho concentrador de dispositivos informáticos (Fig.61). Uma vez aplicado à cidade e, em associação à criatividade, este termo surge através da INTELI (SELADA, 2009: 373) enquanto innovation Hub ou IHub e, tem como base conceptual a seguinte definição:

.....
O HUB Criativo

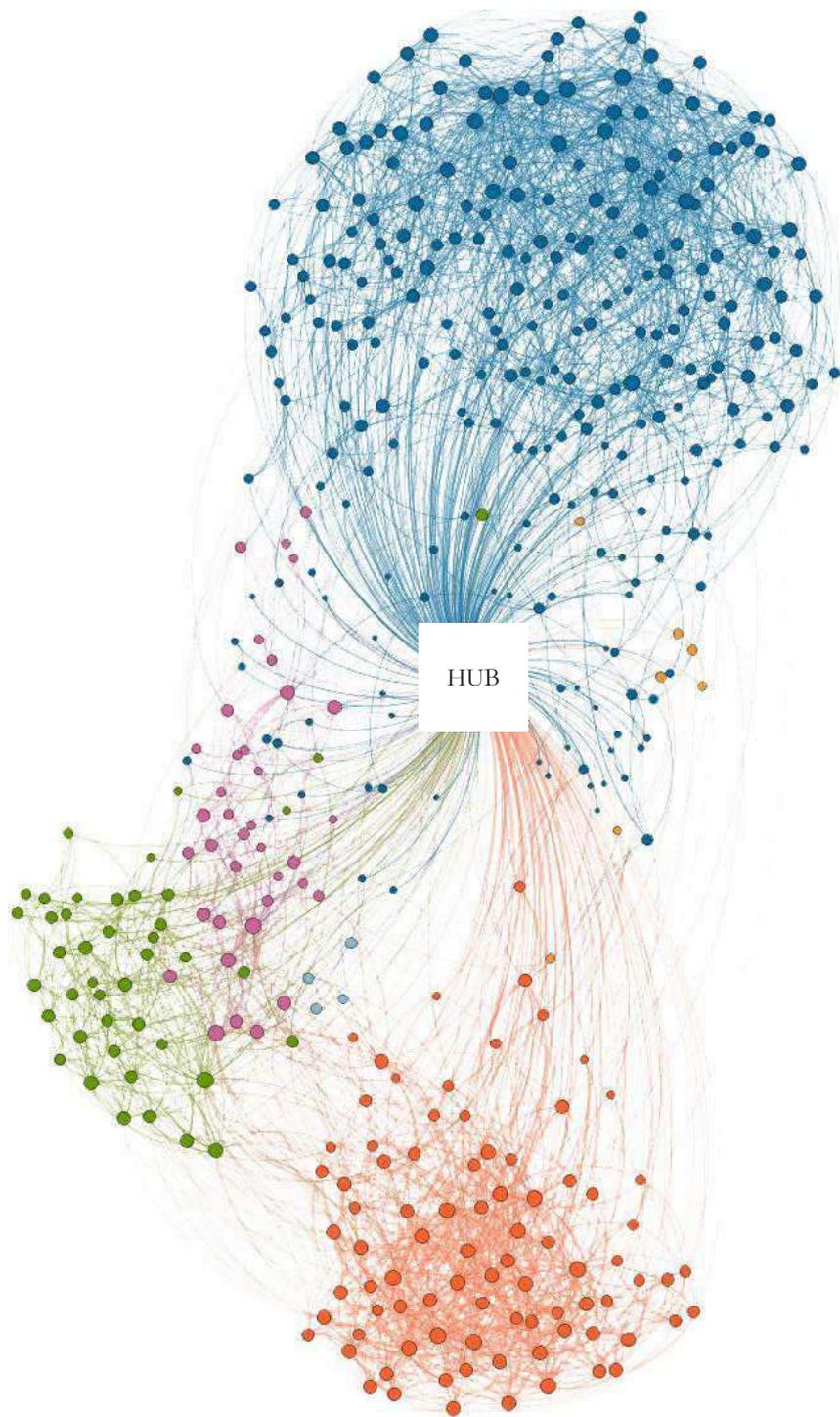


Fig. 62 - Conectividade.

“(…) iHubs are tools of urban policy oriented towards developing creative places within the cities, such as in their historical centres or in old industrial or logistical areas (the so-called ‘inner-city’). The main idea behind this concept is that we can use science, technology and engineering (as well as design, arts, culture and media) as driving forces of urban regeneration and redevelopment.”³⁴ (SELADA, 2009: 373)

Podemos entender estes espaços como “microcidades” dentro da cidade. Este “espaço de fusão” comporta diferentes usos, como empreendedorismo, investigação, educação, comércio e lazer. De facto, o IHub acolhe uma ampla variedade de interações de ambientes de uso misto, diluindo as fronteiras entre as diferentes disciplinas que comporta. Esta multidisciplinaridade é, sem dúvida, a principal característica deste espaço criativo, que demanda fixar uma alta capacidade de conhecimento, proveniente de agentes criativos que procuram qualidade de vida e, ambientes sociais e culturais diversificados. Estabelecem relações de conexão entre as pessoas, assim como entre as instituições e equipamentos culturais e criativos, apresentando-se como espaços para trabalhar, viver, aprender e divertir (SELADA, 2009).

Partindo do conceito inicial de **IHub** enquanto espaços urbanos criativos, Selada (2009) apresenta sete importantes dimensões de análise deste espaço. A **governança**, que corresponde à coordenação local, pública e privada destes habitats criativos; a **conectividade** (Fig.62) que está relacionada com a acessibilidade física, como é caso da rede de transportes assim como a conexão digital; **Ambientes “Clusterizados”**, que estão associados à esfera empresarial e infra-estruturas do conhecimento como é o caso das Universidades; **Talento** e **Ambientes Sociais**, que dizem respeito ao capital humano, residências, mobilidade e qualificações da comunidade criativa; **Ambiente Construído** ligado à dimensão física do espaço, onde o IHub é instalado com recurso à arquitectura, espaços públicos, arte urbana entre outros; **Ambiente Cultural** que diz respeito a eventos culturais e de lazer promovidos no IHub ou em espaços públicos que aportem ao património local; e por último, o **Ambiente Natural**, na procura de uma relação com a Natureza e os seus elementos (SELADA, 2009)

O factor chave apresentado diz respeito à governança e **gestão** deste modelo pois, é a partir daí que surge a interação entre os diferentes ambientes descritos: “clusterização”, talento, espaço construído, cultura, natureza, orientados para o desenvolvimento urbano criativo. Adicionalmente, irrompe

.....
As dimensões do HUB
Criativo

34 iHubs são instrumentos de política urbana, orientada para o desenvolvimento de lugares criativos dentro das cidades, como é o caso dos centros históricos ou antigas áreas industriais ou de logística (o chamado “inner-city”). A principal ideia deste conceito é, que podemos usar a ciência, tecnologia e a engenharia (bem como design, artes, cultura e media) como forças de regeneração e requalificação urbana.(tradução livre)



Fig. 63 - Espaço Industrial reconvertido em espaço cultural, Matadero, Madrid.

outro factor chave que consiste na **conectividade**, sendo considerado um pré-requisito para o sucesso destes tipos de espaço.

O **Hub Criativo** poderá apresentar-se como uma solução no desenvolvimento de áreas urbanas de **baixa densidade**, actuando como **potenciador criativo de conexões culturais**. Este conceito de Hub Criativo aproxima-se da definição de Cluster Criativo, na medida em que ambos procuram criar, produzem e consomem bens culturais. Neste entendimento consideramos que quanto às suas características existem inúmeras semelhanças. Estes espaços tendem a fixar-se em **antigos espaços industriais** devolutos (Fig.63), **centros históricos**, **frentes marítimas** ou **antigos vazios urbanos**, que estão inseridos numa atmosfera ligada à **identidade** e ao **património** da cidade. Estes fundem a cultura com a criatividade, desde a produção, ao consumo e exposição, relacionando-se directamente com as Industrias Criativas e a Classe Criativa, os seus motores de desenvolvimento. Apresentam-se igualmente como espaços de uso misto, que comportam residência e locais de trabalho no mesmo espaço, assim como mistura actividades culturais e criativas com entretenimento e lazer, apresentando disponibilidade horária total, na importância da convivência social na vida nocturna. São espaços que promovem o espírito de pertença, acentuando a sua capacidade identitária e o sentido de comunidade e colaboração social. No entanto, separam-se na sua abrangência, isto é, o Cluster por norma apresenta-se como um associação de várias actividades numa área ou dispersas por uma região, já o Hub caracteriza-se por ser um equipamento localizado no Cluster ou também pelo território.

.....
O “lugar” do HUB
Criativo e as suas
características

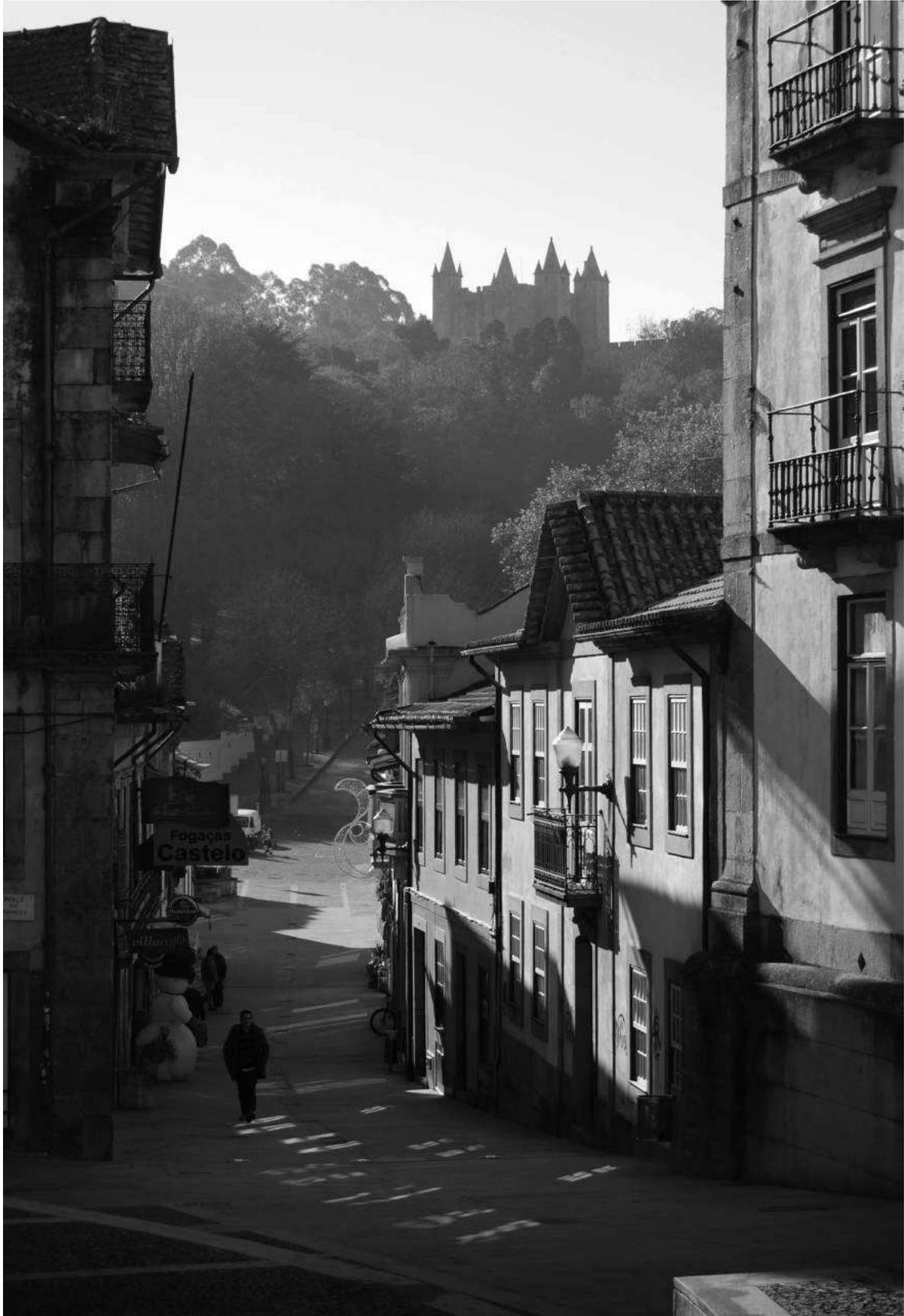


Fig. 64 - Rua Direita e Castelo de Santa Maria da Feira.

Capitulo III - O H-IC em Santa Maria da Feira - ensaio projectual

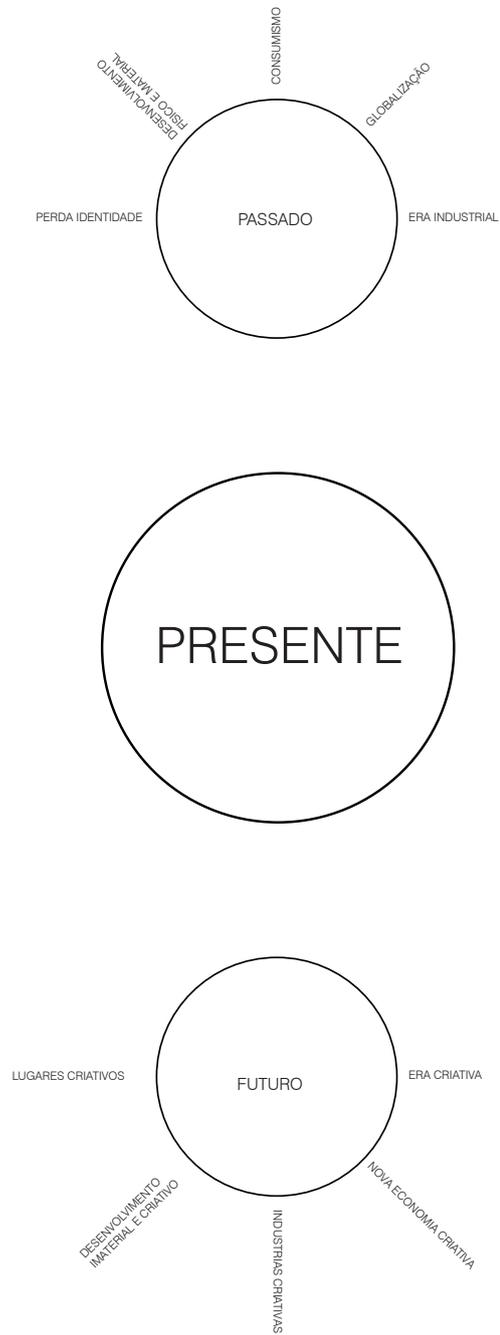


Fig. 65 - Diagrama de épocas.

6. Caracterização de Santa Maria da Feira

Após a análise dos conceitos enumerados nos capítulos anteriores, a estratégia projectual irá focar-se na conceptualização e elaboração de um Hub, enquanto equipamento criativo de gestão cultural, inserido no espaço quarteirão.

O estudo de vários autores para melhor entendimento do espaço quarteirão e, outros no estudo da criatividade e seus subconceitos, achamos que a concepção e elaboração do projecto deveriam passar por três factores chave: A **Criatividade e Inovação**, as **Conexões** e a **Cultura**. Estes conceitos aparecem como síntese das questões abordadas anteriormente, e partem dos autores Ana Reis e Andre Urani (2011), como algo que é independente da história e dos factores socio-económicos na concepção de uma cidade criativa (Fig.65). Tais elementos são bidireccionados na sua função, isto é, servem tanto para a análise e caracterização do território de trabalho, neste caso Santa Maria da Feira, bem como na concepção e elaboração do ensaio projectual. Neste aspecto o factor Hub pretende contrapor à actual problemática de dispersão de actividades culturais e criativas assim como de Indústrias Criativas e Classe Criativa. Implantado no espaço quarteirão procura promover várias actividades complementares mas no entanto criativas, que promovam o desenvolvimento social, económico, cultural e criativo da cidade.

Para o efeito, a estruturação do ensaio projectual irá desenvolver-se em três fases, em que a primeira irá incidir sobre a **Caracterização de Santa Maria da Feira** nas vertentes referidas, Criatividade e Inovação, Conexões e Cultura. No seguimento dessa caracterização surge a **Estratégia Urbana**, com os objectivos e acções propostas assim como critérios de escolha de terreno. Por último, é exposto o **H-IC, Hub de Industrias Criativas**.

Desta forma, a apresentação do projecto pretende demonstrar uma resposta eficiente aos problemas levantados, que segue as bases estruturantes dos capítulos apresentados.

Santa Maria da Feira localiza-se a 25 km a sul do Porto, tendo a sua designação origem no reinado de Afonso III, que designava um extenso território, compreendido entre Albergaria-a-Velha e Vila Nova de Gaia, entre Espinho e Castelo de Paiva. Apresentava o rio Douro a norte como limite e o rio Vouga a sul, assim como o Atlântico a oeste. Localizando-se no cruzamento de vias norte/sul e litoral/interior. A cidade apresenta vários elementos históricos que caracterizam a sua intensa ocupação e disputas pelo território, como sendo o caso mais relevante o Castelo. As vias e pontes romanas, tal como hoje as

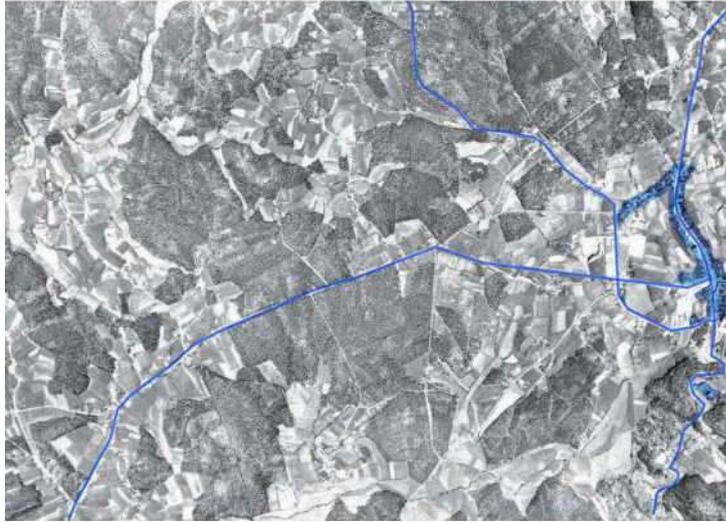
.....
Contextualização
temática

.....
Estruturação

.....
Caracterização
abrangente da cidade de
Santa Maria da Feira

1958

Verde Florestal Verde Agrícola Edificado Pré-Exst. Vias Pré-Exst. Edificado da Época Vias da Época



1983

Verde Florestal Verde Agrícola Edificado Pré-Exst. Vias Pré-Exst. Edificado da Época Vias da Época



2007

Verde Florestal Verde Agrícola Edificado Pré-Exst. Vias Pré-Exst. Edificado da Época Vias da Época



Fig. 66 - Expansão da cidade.

vias rápidas que por lá passam, são exemplo da sua boa acessibilidade e do seu posicionamento favorável entre Lisboa, Porto e Braga. Santa Maria da Feira, após a influência que teve na Época Medieval, apresentou um papel quase sem relevância pela força e atracção do Porto e Aveiro. Na verdade, só no final do século XX, que a cidade teve acesso à auto-estrada, ganhando algum dinamismo do investimento nos serviços. Nesse contexto surge o Europarque, localizado junto ao nó da A1, um dos primeiros investimentos que demonstrou a integração da cidade no sistema urbano da área metropolitana do Porto.

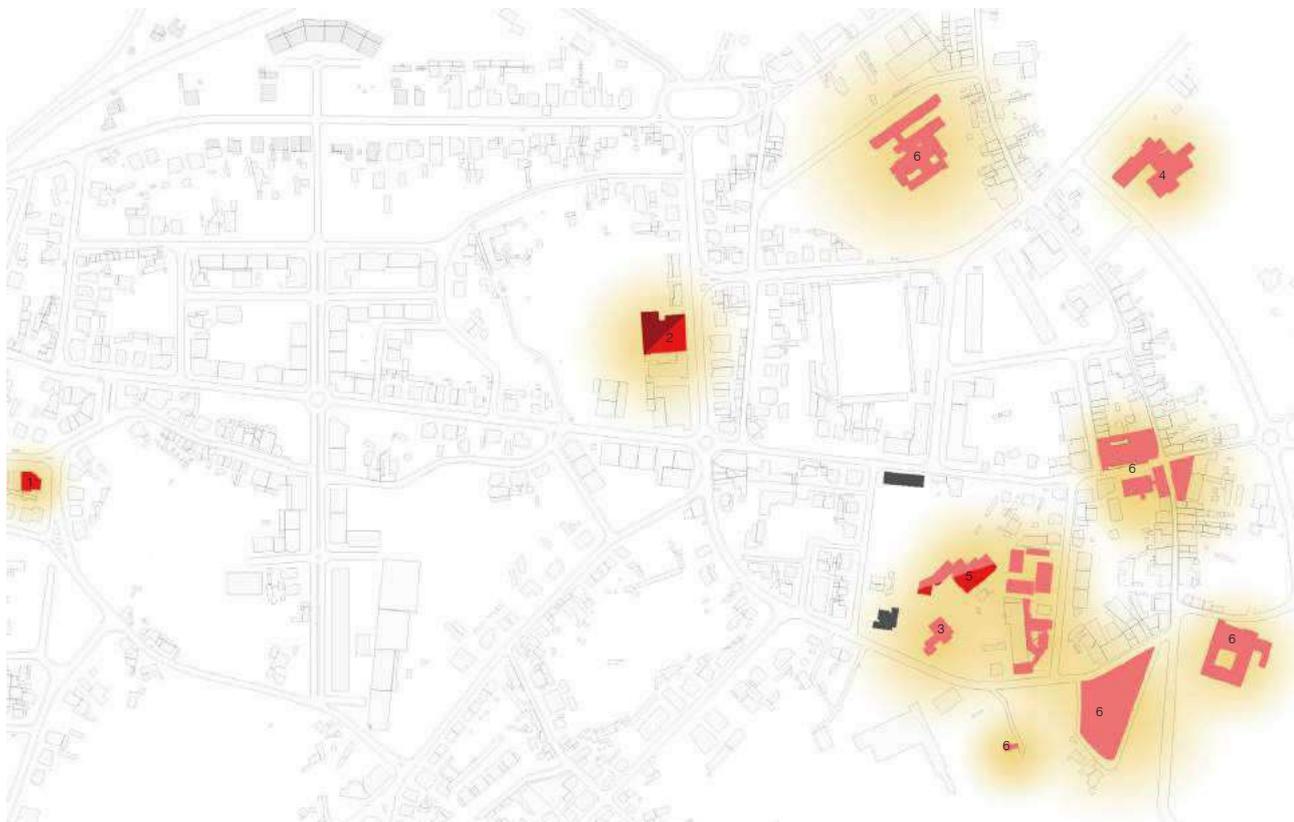
O Europarque, aparece como um elemento relevante, uma vez que se apresenta como uma âncora de atractividade para a cidade, por se definir como um polo de desenvolvimento regional, onde são apresentados vários projectos, exposições, reuniões, espectáculos e outras manifestações culturais.

Segundo informação do INE (2001), o aglomerado de Santa Maria da Feira apresenta cerca de 11000 residentes, isto é, cerca de 8.1% da população total do concelho. O maior foco de fixação da população residente deveu-se à empregabilidade em áreas industriais, que com o decorrer dos anos perderam a sua força ou mobilizaram-se para outros locais. A **pouca diversidade** e quantidade de actividades de comércio e serviços localizadas no aglomerado urbano, ajudam a explicar a fragilidade dos efeitos de aglomeração e coesão urbana. Neste entendimento, Santa Maria da Feira apresenta-se como uma cidade de **baixa densidade**, em termos demográficos, de serviços e comércio, e consequentemente do parque edificado.

.....
Aspecto social

A evolução da cidade (Fig.66) revela isso mesmo, visto que nos anos setenta existia uma pequena dimensão do aglomerado urbano disperso pelo território, e com a criação do nó viário e a continuação da auto-estrada, o crescimento urbano instalou-se na proximidade destes acessos. A restante construção, situa-se nas pequenas vias que compõe a cidade, vias municipais e rurais, alternando o edificado entre zonas residenciais e indústrias. Assim a cidade que surge na base do Castelo convive com uma dissonância entre a rede viária e edificado. Quando estes dois não existem, Santa Maria da Feira apresenta memórias registadas na **paisagem**, como é caso da ribeira de Caster, os campos agrícolas muito presentes, os maciços florestais e terrenos baldios. Podemos considerar que a cidade, dentro do contexto metropolitano do Porto, se apresenta como um forte pólo na criação de actividades, exposições, festividades, entre outros que garantem um argumento forte na polarização e especialização da cidade. Nesse entendimento, procuramos analisar e desenvolver os aspectos Criativos e Inovadores, as Conexões e a Cultura da cidade.

.....
Variantes da cidade e oportunidades



- | | | |
|--|--|---|
| ■ Projectos Futuros | ■ Núcleos Criativos | ■ Eventos Efêmeros |
| | 1- Creativus | 4- TedX Feira |
| | 2- Cubo Mágico | 5- IS Vouga |
| | 3- Orquestra Criativa | 6- Imaginarius |

Fig. 67 - Indícios Criativos.

6.1. Os Indícios Criativos

No entendimento do que foi referido no capítulo II, podemos considerar que a Criatividade se apresenta como um catalisador das áreas sociais, económicas e culturais da cidade. Usa na sua génese o bem mais precioso da cidade, as pessoas, enquanto Classe Criativa, como capital humano e intelectual de desenvolvimento criativo. Usa também as Indústrias Criativas, como elemento de propulsão na economia da cidade, facto é importante na medida em que a criatividade, por ter um papel emergente na sociedade e na urbanidade, apresenta hoje uma conotação económica, apelidada de Economia Criativa. Estas são as premissas que procuram solucionar alguns problemas da actualidade, como refere Charles Landry (2011: 9-10):

“O mundo está a sair rapidamente da era industrial; qual será a sua forma no futuro e qual será o papel das cidades?”; “Qual é a essência da competitividade?”; “Há uma nova economia emergindo, como é? E quais são as fontes de criação de riqueza?”; “Qual é o papel da cultura na regeneração urbana?”; “Serão os artistas e as indústrias criativas os maiores catalisadores da transformação dos lugares criativos?”; “Que papéis os velhos edifícios convertidos em incubadoras das novas indústrias podem desempenhar na regeneração?”

Num entendimento mais genérico, foi realizada a análise de actividades que celebrem a produção artística, a promoção de novos lugares de criação e de descoberta (Fig.67). Espaços que convidem à participação dos cidadãos, valorizem a educação, o espaço público e a nova economia da cidade. Neste contexto, Santa Maria da Feira apresenta alguns indícios criativos, nomeadamente por meio de eventos, exposições e núcleos, uns efémeros outros sediados na cidade, assim como numa aposta no futuro com a elaboração de projectos ligados á cultura e criatividade. Após uma pesquisa desses pólos na cidade, que apresentam na sua temática a criatividade, foram encontrados os seguintes:

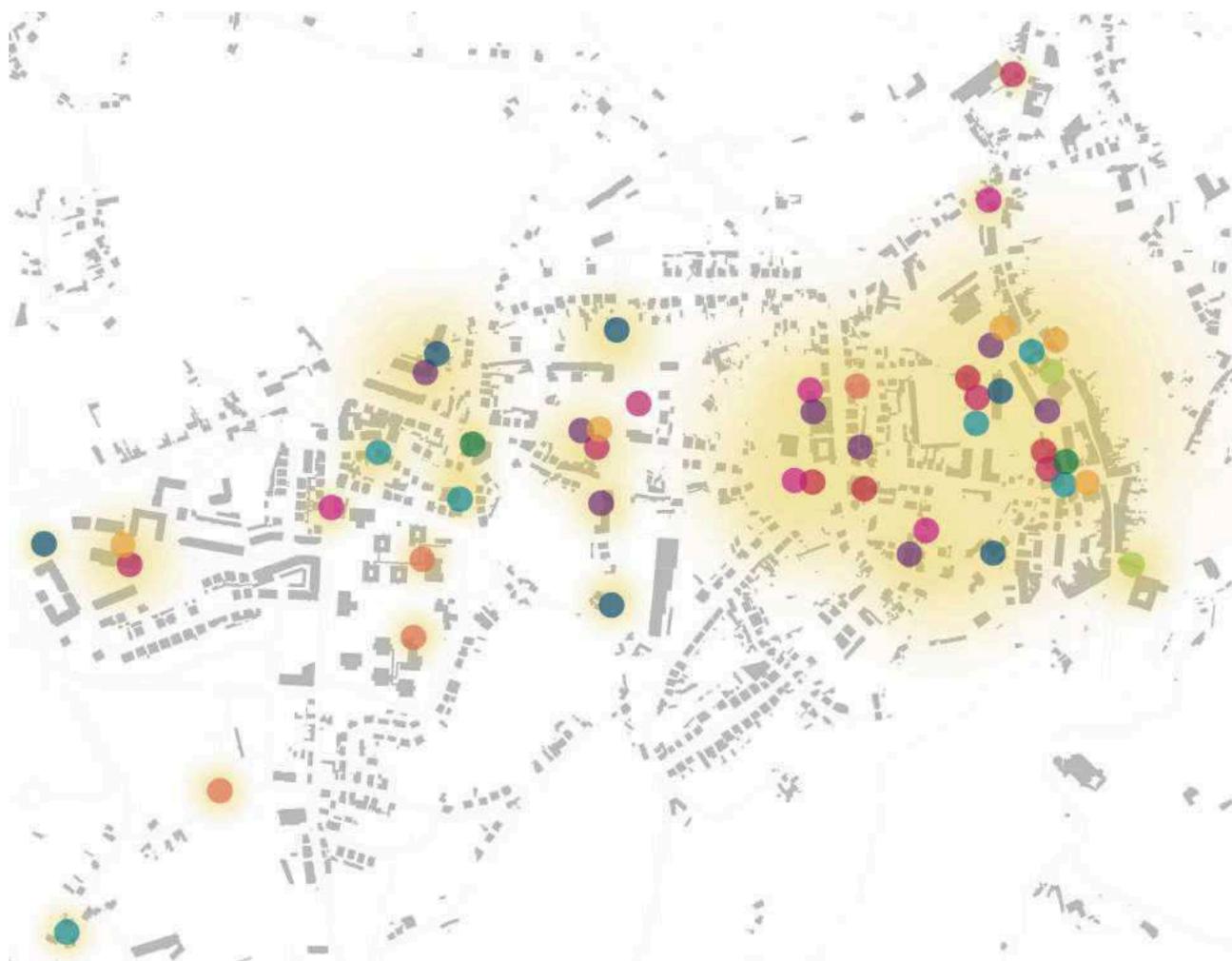
Núcleos Criativos:

- Creativus - Apoio e Desenvolvimento de arte, cultura e criatividade;
- Cubo Mágico - Design de Comunicação com formação na área criativa;
- Orquestra Criativa;

Eventos Efémeros:

- TEDX Feira - Criatividade Urbana 2013;
- ISVouga - criatividade e inteligência emocional 2011;
- Imaginarius - evento anual no mês de Maio;

.....
Análise da criatividade
em SMF



- | | | | | |
|---------|-------------|-----------------------|------------|--------------|
| Escolas | Museus | Artes Criativas | Software | Design |
| Turismo | Publicidade | Música e Performances | Fotografia | Arquitectura |

Fig. 68 - Indústrias de base criativa.

Projectos Futuros:

- Caixa das Artes - Centro de Criação de Teatro e Artes de Rua - final de 2014;

Os locais descritos apresentam-se como pólos, em que a ligação à criatividade é directa, e que se manifestam com um contexto criativo e cultural forte. Estes locais apresentam-se, na sua maioria, nas proximidades do centro histórico, ocupando espaços edificados, como biblioteca, tribunal, mercado entre outros como em espaços livres como é exemplo a Praça de Camões e o parque da cidade. Quanto à sua concentração, é notável os elementos criativos que se encontram localizados no quarteirão, onde se insere o Mercado Municipal do Arquitecto Fernando Távora.

Para além destes elementos, realizamos um levantamento de indústrias criativas, ou melhor, de uma forma mais generalizada, as indústrias que têm por sua base a capacidade criativa. Estas, apresentam-se sob os mais diferentes modos, como academias, postos de turismo, serviços, museus, escolas entre outros que se encontram demonstrados na Fig.68. É possível observar que estes se encontram um pouco por todo o território, com uma maior intensidade no centro histórico. Tal centralidade deve-se ao facto de ser no centro histórico que se concentram a maioria dos serviços sociais, económicos e culturais da cidade. A promoção e interacção destas indústrias são inexistentes, ou melhor, existe promoção baseada na individualidade de cada uma, mas no entanto não existe qualquer tipo de comunicação. A ideia de cultura e criatividade como algo propício ao desenvolvimento económico, social e cultural da cidade ainda não é tomado como garantia. No entanto, o facto de na cidade se encontrarem vários serviços e empresas com base criativa é algo que poderá ser encarado como uma oportunidade no desenvolvimento sistémico e criativo da cidade de Santa Maria da Feira.

Assim, procura-se reflectir sobre o passado e ao mesmo tempo na cidade do futuro, onde os cidadãos e agentes criativos possam usufruir dos impactos e resultados da actividade criativa na cidade. Deveremos, por último, apoiar-nos na memória e identidade para conseguir produzir um novo conhecimento, um novo entendimento da cidade actual, que sirva ao presente e ao futuro.

.....
Indústrias de base criativa
em SMF

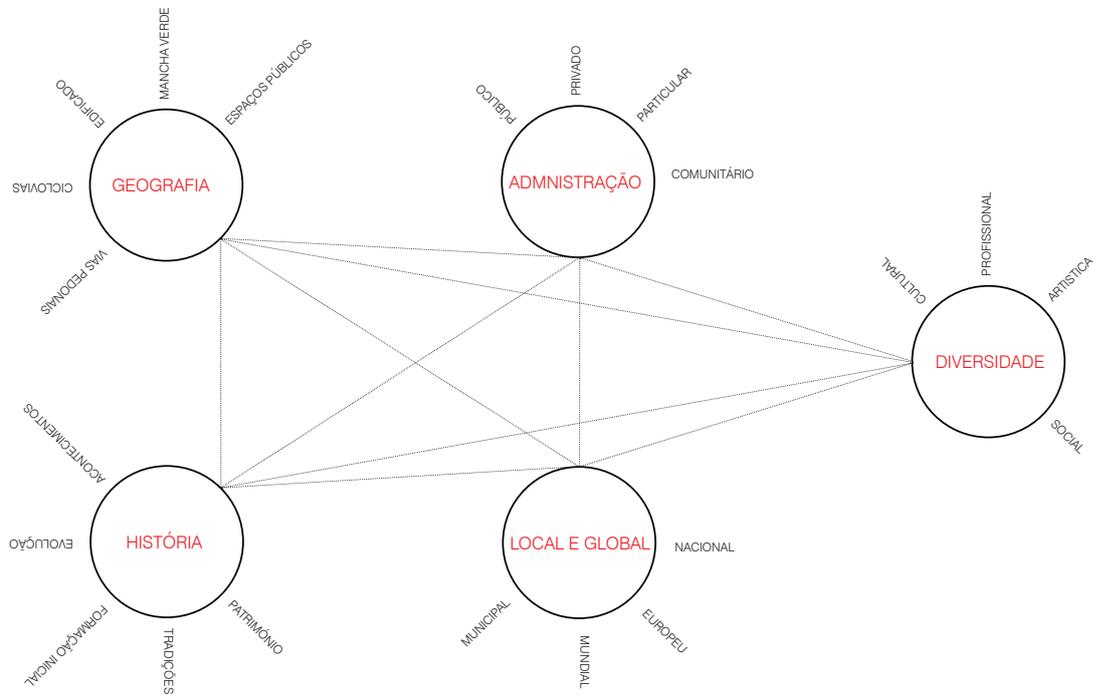


Fig. 69 - Dimensões da cidade sistêmica.

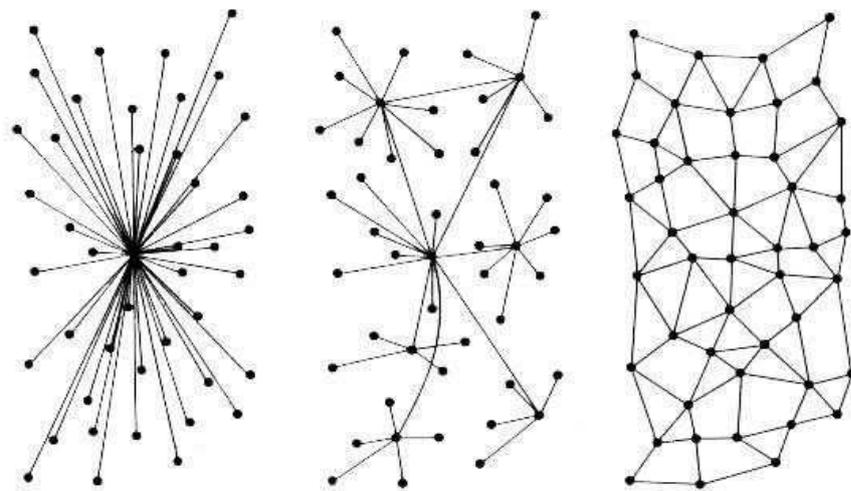


Fig. 70 - Tipos de conexões.

6.2. A Conectividade

O factor conexão é um dos factores fundamentais do desenvolvimento da cidade. Este elemento chave pode ser entendido como a ligação entre as diversas entidades que trabalham, comunicam e trocam informação entre si, tanto no campo empresarial como nas relações sociais. Em último caso, poderemos entender conexão enquanto cidade sistémica (Fig.69), com relações que se manifestam em diversas dimensões:

.....
Dimensões da conexão

- **Histórica:** entre o passado da cidade, que molda a sua identidade e a sua estratégia para o futuro, delineando a cidade que se pretende ter;
- **Geográfica:** ligação entre as diversas áreas da cidade e equipamentos para uma maior coesão;
- **Administrativa:** participação dos sectores público e privado e da sociedade civil, numa ligação em que cada um sabe claramente qual é o seu papel;
- **Diversidade:** juntando pessoas com culturas, profissões, comportamento e opiniões distintos;
- **Entre Local e Global:** assegurando as especificidades de cada cidade, mas mantendo-a conectada com o resto do mundo.

Como foi referido no capítulo II, no caso de Óbidos e na Rede da Unesco, são diversos os modos de estabelecer uma rede, assim como as temáticas da mesma. Estas poderão apresentar-se em diferentes escalas, desde a escala local, entre os diversos agentes criativos da cidade, a uma escala regional entre diferentes localidades, até uma escala nacional ou internacional, em que os intervenientes se apresentam espalhados por todo o Mundo (Fig.70).

No entanto, a cidade de SMF não é ainda entendida como uma cidade sistémica, nem se manifesta com a coerência pretendida nas dimensões explicitadas, isto sobretudo devido ao crescimento desmesurado do parque edificado, onde os objectos arquitectónicos não faziam parte de um panorama geral da cidade, que pelo contrário se fechavam no seu particular. O presente e passado devem-se interligar no mesmo meio geográfico, independentemente se se tratam de edifícios públicos ou privados. Em última análise, esta coerência formal e conceptual une diferentes pessoas, profissões e opiniões, que através desse liberalismo informacional, tornará possível criar um ambiente criativo propício a entrar numa rede, que vai crescendo ao longo da cidade, Europa e do mundo.

.....
A inexistência de rede

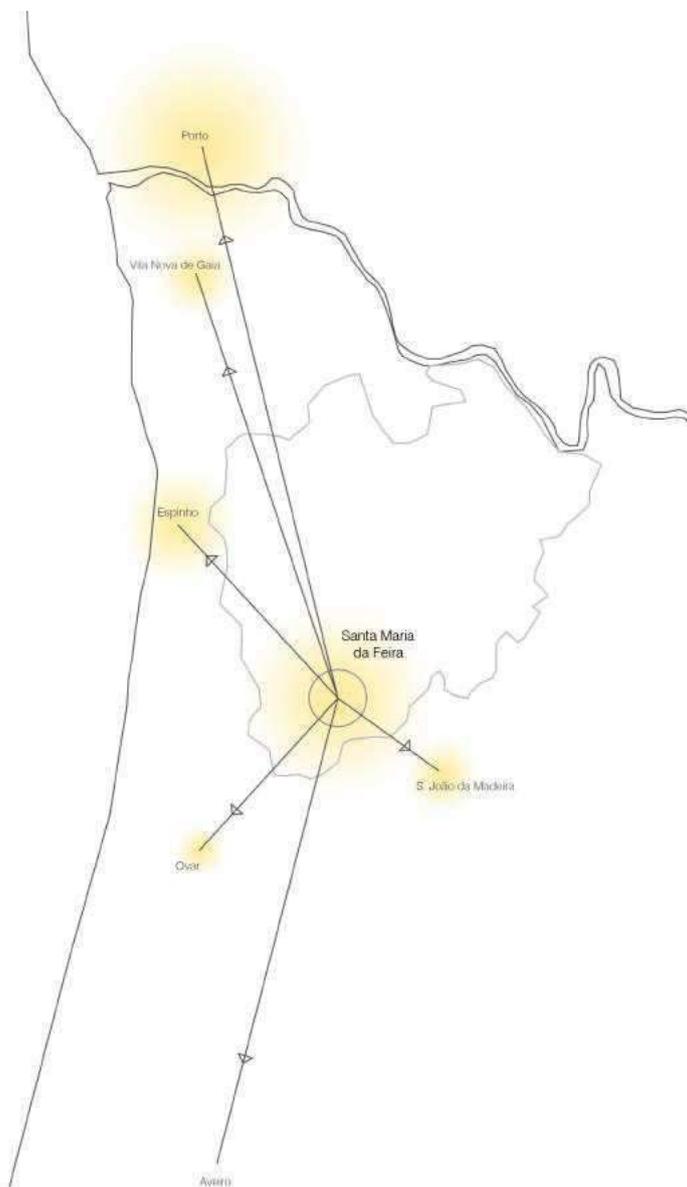


Fig. 71 - Conexões regionais.

Neste contexto podemos afirmar que Santa Maria da Feira se apresenta localizada geograficamente entre diversos pólos de forte culturalidade e criatividade como o caso notório do Porto. Deste modo, achamos pertinente analisar as relações possíveis que a cidade de Santa Maria da Feira pode estabelecer com as suas vizinhas em termos culturais e criativos, abrindo espaço para trocas de informação, vizando a realização de eventos culturais sazonais, sem que uma cidade se sobreponha a outra, beneficiando e/ou prejudicando as restantes, por coincidência de calendário (Fig.71). As relações intra e extra urbana são de extrema importância para o desenvolvimento em rede da cidade, que por sua vez implica um desenvolvimento sustentável da economia e cultura. O estabelecimento intra cidade é pertinente na medida em que ajuda a promoção e constituição de uma maior unidade criativa na cidade. Na verdade, enquanto elementos isolados, os agentes criativos e respectivas empresas não possuem força suficiente para criar uma imagem que garanta um estabelecimento conceptual eficaz e sólido, e dessa forma não possuem capacidade de resposta perante os problemas e necessidades da cidade. No entendimento das relações de proximidade de Santa Maria da Feira, com as restantes cidades com actividades culturais, foram analisadas as seguintes:

- Porto :
S. João - Junho;
Serralves em Festa - Junho;
Primavera Sounds - Junho;
Noites Ritual - Agosto;
entre outros;

- Vila Nova de Gaia:
São Pedro da Afurada - Junho;
Marés Vivas- Julho;
Positive Vibes - Junho;

- Espinho:
Cinanima - Novembro;
Festival de Música de Espinho;

- Ovar:
Carnaval - Fevereiro/Março;

- Aveiro:
Feira de Artes e Ofícios;

- S. João da Madeira:
Casa da criatividade;
Oliva Creative Factory.

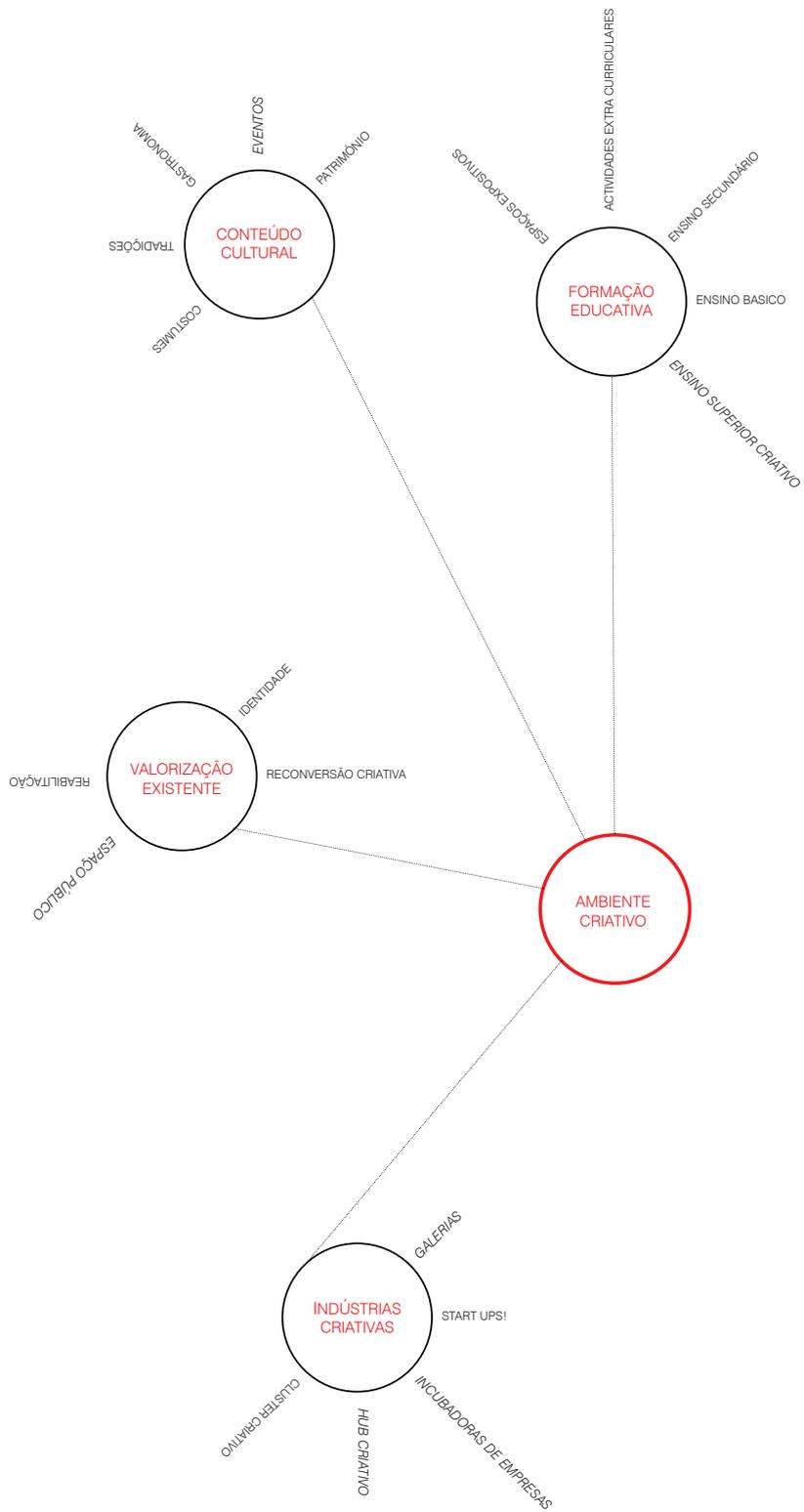


Fig. 72 - Elementos Culturais e a Criatividade.

6.3. A culturalidade

A cultura está directamente relacionada com os conceitos anteriormente referidos de criatividade e inovação e conexões. A sua definição é muito vaga devido à sua falta de especificidade, embora, como refere Castells (2000) a cultura promove as semelhanças dos modelos de empresas em rede, e nesta medida, é também responsável por reforçar a ideia de conexão entre as diferentes entidades e o mundo. A estratégia de cultura, enquanto instrumento de rede apenas tornou o sistema mais flexível, não resolve no entanto os problemas de adaptabilidade das empresas. Neste contexto, a criatividade surge como articulador entre as empresas e a rede, como plataforma da cultura, e o mesmo acontece ao contrário, visto que a cultura se pode assumir como plataforma para a criatividade como refere Landry (2008: 173):

“ *The Creative City* approach is based on the idea that culture as values, insight, a way of life and form of creative expression, represents the soil from within which creativity emerges and grows(...)”³⁵

Assim a Cultura é o recurso que a criatividade usa para se desenvolver. O planeamento cultural baseia-se na implantação de estratégias, assentes nos diversos recursos culturais que a cidade oferece, e não no controlo da cultura em si, isto significa que, a estratégia deve oferecer oportunidades de acesso à cultura, de forma livre e pública, onde qualquer cidadão possa usufruir deste recurso como forma de aprendizagem e desenvolvimento pessoal. A cultura, demonstra o tangível e intangível e está presente na cidade como uma manifestação do que deve ser recordado e que tem valor no desenvolvimento urbano (Fig.72). Deste modo poderemos apresentar a cultura como:

.....
A cultura como recurso

- conteúdo cultural propriamente dito (produtos, serviços, património material e imaterial) e manifestações de carácter único;
- indústrias criativas (circunscrevendo cadeias culturais, da criação à produção, do consumo ao acesso, e o seu impacto económico através da geração de emprego, entre outros);
- agregação de valor a sectores tradicionais (num contexto de economia criativa que permite dar a estes sectores um carácter diferenciador e único);
- formação de um ambiente criativo (coexistência de diversidade e

³⁵ A abordagem à Cidade Criativa é baseada na ideia de que a cultura como valor, introspectivo, um modo de vida e de uma forma de expressão criativa, representa o solo a partir do qual a criatividade surge e cresce. (tradução livre)



- | | | | | |
|----------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------|--------------|
| 1- Europarque | 3- Cine teatro Antonio Lamoso | 5- Praça Velha | 7- Largo de Camões | 9- Matadouro |
| 2- Visionarium | 4- Igreja da Misericórdia | 6- Mercado Municipal | 8- Convento dos Loios | 10- Castelo |

Fig. 73 - Elementos de interesse patrimonial e cultural.



- | | | | |
|------------------------------------|----------------------|---------------------------|--------------------|
| Imaginarium | Semana Santa | Viagem Medieval | 7- Largo de Camões |
| Festival de cinema luso-brasileiro | Festa das Fogaceiras | Festival de Gente Sentada | |

Fig. 74 - Eventos culturais.

manifestações, que inspiram novas ideias).

- formação educativa na área criativa, como aposta no futuro com base neste bem imaterial.

Santa Maria da Feira apresenta-se como uma cidade de pequena escala, comparativamente a centros urbanos como Porto e Lisboa no entanto, esta característica de baixa densidade urbana, não implica que não se manifeste culturalmente por meio de instituições como museus, galerias, teatros, escolas, e outros locais de promoção cultural. Em certa medida aporta mesmo ao passado, quando as actividades culturais se localizavam em espaços religiosos como igrejas e conventos, o que acontece em Santa Maria da Feira, no caso do Convento dos Lóios.

O factor de se apresentar como uma área de baixa densidade, mas com diversos recursos culturais, históricos e contemporâneos, torna-se propícia à experimentação e implementação de estratégias urbanas inovadoras. Neste contexto, Santa Maria da Feira exhibe vários edifícios e espaços de interesse patrimonial (Fig.73). Entre os quais podemos destacar o Europarque, como espaço de congressos e diversas actividades ligadas à cultura, o Visionarium localizado nas proximidades do Europarque, que alberga exposições e actividades, o Cineteatro, que tal como o próprio nome indica lida com eventos ligados ao cinema e teatro, a Igreja da Misericórdia que é um elemento icónico na cidade, a Praça Velha localizada no centro histórico que já recebeu inúmeros eventos, o Mercado Municipal, que embora com um utilização cada vez mais diminuta se apresenta ainda em funcionamento e faz parte dos locais de actuação do evento Imaginarius, o Largo de Camões onde ocorrem inúmeras actividades como a Viagem Medieval e a feira semanal, o Convento dos Lóios que acolhe o museu da cidade, o Matadouro, que funciona como espaço de dança e performance e o Castelo, que é a “marca” da cidade, onde existem actividades ao longo do ano com mais incidência na Viagem Medieval. Mais uma vez é importante salientar, que estes espaços na sua maioria encontram-se na proximidade do Centro Histórico, com a excepção do Matadouro, Europarque e Visionarium.

Para além destes elementos físicos ligados à cultura, é importante salientar os eventos culturais (Fig.74) de carácter mais efémero, mas que no entanto são os principais protagonistas na atracção de visitantes à cidade. Estes são, maioritariamente situados em espaços públicos e localizam-se em alguns locais físicos acima referidos. São exemplo desses eventos culturais, tradicionais e religiosos o Imaginarius, a Viagem Medieval, o Festival de Cinema Luso-Brasileiro, a Semana Santa, a Festa das Fogaceiras e o Festival de Gente Sentada como espaço de eventos pontuais.

.....
Elementos de interesse
patrimonial e cultural

.....
Eventos culturais

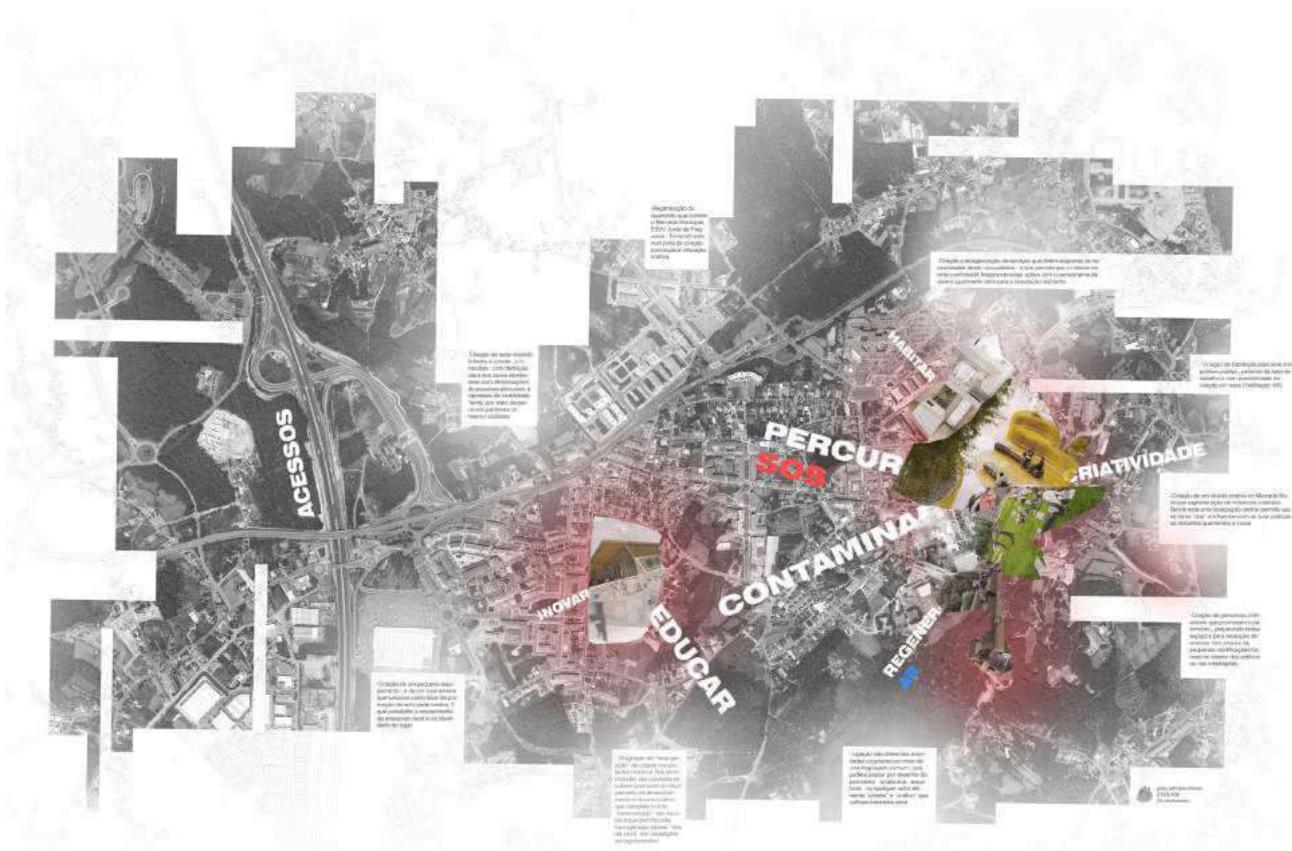


Fig. 75 - Estratégia Urbana.

7. Estratégia Urbana - da criatividade à cidade.

A cidade de Santa Maria da Feira possui um vasto percurso histórico evidenciado pelos inúmeros vestígios presentes na mesma, contando com sucessivos acontecimentos até aos dias de hoje. Apoiada nessa componente histórica, a cidade desenvolveu uma aposta em eventos culturais, tradicionais, religiosos e gastronómicos. Mais recentemente, o território tem sido palco de diversos eventos culturais, que não atraem apenas os locais, mas também indivíduos de outras cidades, incluindo na sua agenda festivais de música, teatro, entre outros.

A par do desenvolvimento da cidade, foram surgindo vários serviços de apoio a essas festividades e à população residente, que para além de financeiros e administrativos, apoiaram igualmente as áreas culturais. Embora seja uma cidade histórica, de características medievais, apresenta-se pouco consolidada e de densidade baixa, quando comparada com outras cidades culturais, dando origem a problemas de dispersão de actividades e serviços.

A aposta na cidade criativa, mais concretamente no quarteirão criativo, pretende apoiar as actividades culturais e criativas, organizando-as e relacionando-as com as tradições existentes, e com os espaços verdes, que garantem a qualidade de vida de Santa Maria da Feira. Assim, a implantação da criatividade na cidade, irá procurar valorizar os locais criativos, o património e espaços verdes que a mesma oferece. Criando uma “paisagem” visual que apoie os públicos-alvo que se pretende atrair, aliado a um sistema de oportunidades, opções de lazer e trabalho, que proporcionem formas de distração e recreação para a população em geral, mas também para o criativo (Fig.75).

Na procura de fixação de novos públicos na cidade, será necessário a criação de um mosaico de habitação, que ofereça adequadamente locais de repouso e de trabalho ao criativo, para que este possa impulsionar com máxima eficácia a economia criativa urbana. Por último, pretende-se que a criatividade seja estabelecida na cidade e assegurada pelas gerações futuras, sendo essencial a estruturação do sector educativo nesta vertente criativa e cultural.

.....
A evolução da cidade e
consequentemente da
cultura

.....
O papel da criatividade



Fig. 76 - Fotos Panorâmicas do local.



Fig. 77 - Estratégia Urbana com o plano de ações representado.

7.1. Objectivos, acções e projecto

VISÃO: Santa Maria da Feira Cidade Criativa

MISSÃO: contribuir para que a cidade tenha uma implementação adequada das Indústrias Criativas, aumento da capacidade de empreendedorismo criativo, crescimento de negócios criativos e atratividade dos mesmos.

Objectivos	Acções	Projecto
Um sistema de oportunidades e opções de lazer que proporcionem formas relevantes de recreação, distração e edificação para os cidadãos em geral e para o criativo.	<p>-Regeneração do quarteirão que contém o Mercado Municipal, ESDV, Junta de Freguesia. Tornando este num polo de criação, promoção e interação criativa. A6</p> <p>-Criação de um cluster/hub/meeting point criativo no centro do quarteirão aproveitando a sua localização centralizada no centro histórico. Aproveitando-se desse mesmo facto para influenciar com as suas práticas os restantes quarteirões. A7</p>	<p>-Quarteirão criativo : recuperação do Mercado, criação de centro de incubação, serviços, habitação, espaços expositivos, galerias expositivas, etc...</p> <p>-Desenho de cluster/Hub/meeting point criativo</p>
Uma paisagem visual que reflecta e apoie o criativo e as ambições da cidade, projectando uma imagem distinta, que tenha como epicentro o quarteirão criativo.	<p>-Ligação das diferentes actividades propostas por meio de uma linguagem comum, que poderá passar por desenho do pavimento, sinalética, esculturas, ou qualquer outro elemento “urbano” e “criativo” que unifique toda esta zona. A4</p> <p>-Desenho de vazios urbanos pré-existentes que facilitem a promoção de eventos culturais já existentes e/ou que possam proporcionar a criação de novos. A5</p>	<p>-Desenho de pavimento, sinalética, esculturas, ou qualquer outro elemento “urbano” e “criativo”.</p> <p>-Criação de praças e espaços verdes desenhados. Novos eventos como 11 dias - 11 indústrias criativas a decorrer Junho/Julho ou Setembro/Outubro.</p>
Um mosaico de bairros residenciais, oferecendo habitação adequada e serviços de infra-estrutura para os trabalhadores na economia cultural urbana.	<p>-Criação de habitação para este novo público criativo, próximo da área de trabalho e com possibilidade de criação em casa (habitação loft). A8</p> <p>-Criação e reorganização de serviços que dêem respostas às necessidades deste novo público, e que permita que o mesmo se sinta confortável. Integrando estas ações com o pensamento de serem igualmente uteis para a população residente. Incubadora de empresas como forma de testar as suas ideias. A9</p>	<p>-Habitação para novo público alvo.</p> <p>-Criação de serviços e de espaço experimental de incubação de empresas assim como espaços de lazer e de diversão nocturna para dinamizar a noite de Santa Maria da Feira.</p>
A estruturação da educação e actividades de formação. Estas actividades tipicamente desempenham um papel importante no fornecimento especializado de trabalho para o sistema de produção local.	<p>-Integração da “nova geração” da cidade nos projectos criativos. Nas proximidades das unidades escolares promover um equipamento de desenvolvimento cultural e criativo que complete o ciclo “sistematizado” das escolas e que permita esta nova geração pensar “fora da caixa” sem avaliações ou regulamentos. A10</p> <p>-Criação de um equipamento de pequena escala, e de um local exterior que funcione como local de promoção da actividade criativa. E que possibilite o renascimento de artesanato local e da identidade do lugar. A11</p> <p>-Criação de estacionamento de apoio nas imediações. A12</p>	<p>-Equipamento Educativo para implementação da criatividade como actividade extra/pós-curricular e centro de estudo.</p> <p>-Vazio público e privado para exposição de projectos efectuados pelos alunos, por meio de galeria e local de performance.</p> <p>-Criação de estacionamento de apoio nas imediações.</p>
Valorização dos espaços verdes, património e locais criativos.	<p>-Desenho de espaços verdes e de percursos que promovam o contacto com o meio natural existente na cidade. A1</p> <p>-Desenho de um circuito cicloviário e pedoviário que unifique os espaços enunciados. A2</p> <p>-Criação de um percurso criativo que unifique e consolide os diferentes espaços criativos, por rede pedonal e de transportes públicos. A3</p>	<p>-Desenho de percursos em áreas arborizadas e introdução de mobiliário urbano desportivo.</p> <p>-Estruturação de ciclovia.</p> <p>-Desenho de pavimentos e de vias que privilegiem o peão , áreas expositivas, pontos wi-fi, mupis informativos, paragens de autocarro interativas, etc.</p>

Fig. 78 - Definição de Objectivos, Acções e Projecto.

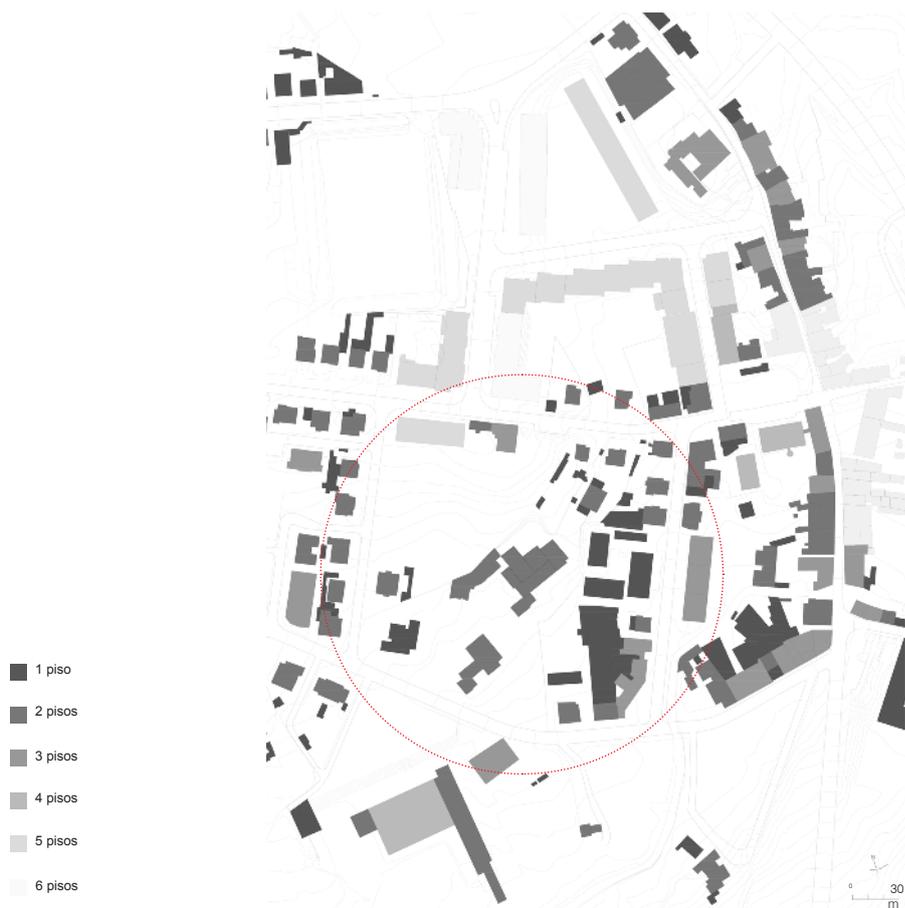


Fig. 79 - Análise Altimétrica.

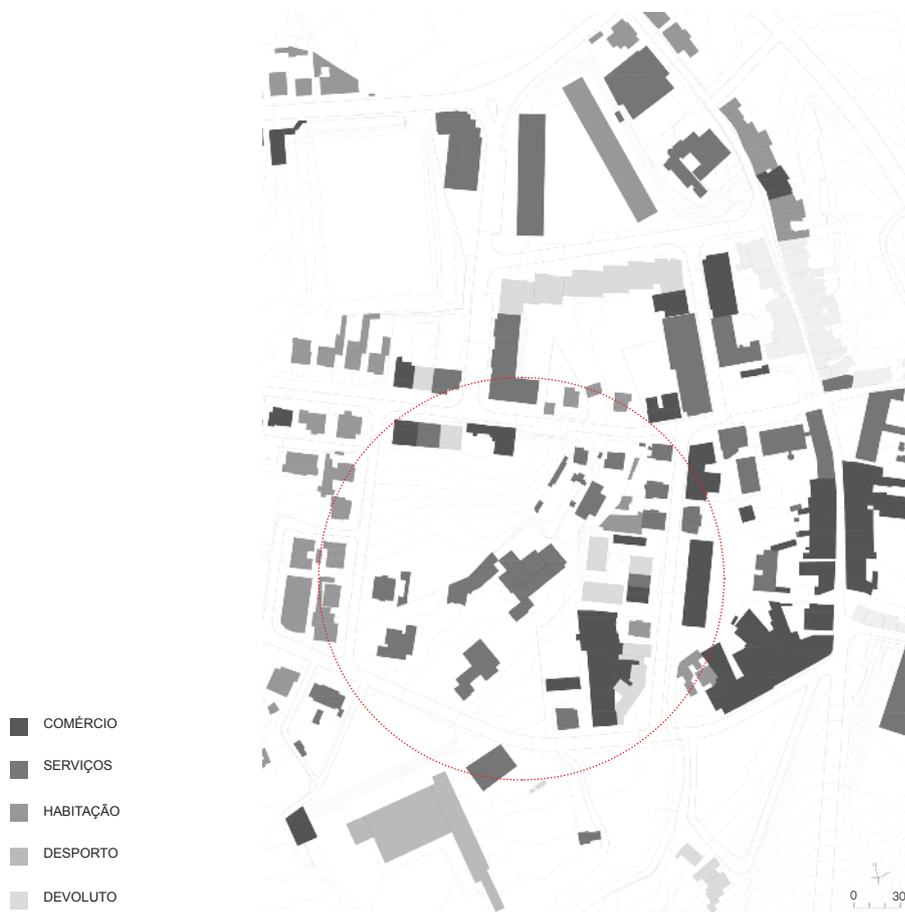


Fig. 80 - Análise Funcional.

7.2. Objectivos e critérios para a escolha do terreno - o Quarteirão

Após o estudo dos vários elementos da criatividade e inovação, conexões e cultura pré-existentes na cidade de Santa Maria da Feira, a procura do quarteirão “ideal” para a inserção da proposta de elementos criativos como o Hub de Indústrias Criativas, Residências para agentes Criativos, Incubadora de Empresas, Loja e Equipamento Educacional, cumpriu os seguintes requisitos:

- proximidade dos eventos culturais
- inserção próxima das actividades propícias à criatividade (indústrias criativas)
- quarteirão com um vazio obsoleto
- proximidade do centro histórico
- proximidade de elementos patrimoniais de relevância na cidade
- condição paisagística
- proximidade de instituições educativas

Após a elaboração destes critérios tornou-se clara a escolha do quarteirão que apresenta no seu conteúdo o Mercado Municipal, da autoria do arquitecto Fernando Távora, o Instituto Superior do Vouga, a Academia de Música, o edifício devoluto da antiga escola de Turismo do Porto e o vazio urbano no interior do quarteirão. Nessa medida e, efectuada a escolha segundo os parâmetros estipulados, passamos a analisar o quarteirão sobre diversos aspectos como as altimetrias, funções, cadastro, vegetação, vazios, proximidades, pedonalidade e transportes.

O quarteirão apresenta na sua maioria, edifícios com um ou dois pisos com pequenas excepções. No levantamento, consideramos os sótãos habitáveis como um piso. Quase todos os edifícios, com excepção de quatro habitações unifamiliares, no piso de rés-do-chão apresentam comércio ou serviços. No quarteirão existem discrepâncias altimétricas entre antiga construção e nova construção, entre a habitação unifamiliar e a habitação plurifamiliar, que se traduz em diferenças altimétricas por vezes de três a quatro pisos entre si. Na envolvente próxima, existem a Norte edifícios plurifamiliares com média de cinco a seis pisos, a Este com média de dois a três pisos (proximidade com a rua direita), a Sul as piscinas e o Orfeão com média de dois a três pisos e, a Oeste edifícios de habitação unifamiliar na sua maioria com dois pisos. Assim a Norte do quarteirão, predomina os edifícios em altura e, nas outras três frentes os edifícios apresentam médias de dois e três pisos (Fig.79).

No decorrer do levantamento foi confirmado que o quarteirão, apresenta um rácio de comércio e serviços muito próximo ao da habitação, o que compreende cerca

.....
Requisitos para a escolha do quarteirão

.....
Parametros de análise do quarteirão

.....
Análise altimétrica

.....
Análise funcional



Fig. 81 - Análise do Cadastro.



Fig. 82 - Análise da Vegetação.

de vinte e três serviços e comércio para vinte e sete de habitação (sete unifamiliares e vinte fogos da plurifamiliar). O comércio é diversificado, contemplando bens alimentares como talhos, restaurantes e cafés até ourivesarias e floristas. Os serviços têm grande expressão e a presença de instituições bancárias nas proximidades é notável. Em termos desportivos, o que se apresenta com maior expressão é o estádio Municipal. Encontramos ainda o Antigo Tribunal e a Antiga Escola de Hotelaria do Porto que se apresentam devolutos. O Mercado Municipal, apesar de ainda conservar alguma da sua actividade encontra-se em clara decadência funcional (Fig.80).

O levantamento do cadastro foi realizado com base na repartição territorial por via de barreiras físicas, como por exemplo os muros. No quarteirão a repartição em lotes não apresenta qualquer geometria rigorosa, bem pelo contrário, revela uma ocupação orgânica e sem planeamento. Alguns lotes aglomeram vários edifícios de diversas funções ou proprietários, mesmo não apresentando qualquer barreira física entre si, como será o caso do lote onde se encontram o IS Vouga, a Junta de Freguesia e a Academia de Música. Neste caso, é de salientar que a apropriação do lote não respeita o logradouro enquanto espaço livre, apoderando-se do mesmo espaço, no centro do quarteirão para ter o edifício do IS Vouga. Não está em questão a apropriação do interior do quarteirão, mas como último recurso ou com fundamento conceptual e funcional para tal, visto a possibilidade de construção no mesmo quarteirão ou noutro qualquer local da cidade apropriado para a sua funcionalidade (Fig.81).

.....
Análise do cadastro

Santa Maria da Feira apresenta-se como um território com muita expressão vegetal, mesmo na proximidade do parque edificado. No quarteirão em questão é possível observar que o local com maior incidência arbórea se encontra a Sul, e pertence a uma propriedade privada. No entanto, todas as ruas que ladeiam o quarteirão estão arborizadas mesmo que algumas quase sem expressão e em crescimento. Na envolvente próxima, é notória a mancha e a escala dos seus elementos no Largo de Camões e no Convento dos Lóios, onde se inicia a subida para o Castelo. Este lado Sul é o que apresenta maior expressão tem em termos de espaços arborizados da cidade. A Norte, Este e Oeste os espaços arborizados são muito pontuais, quase não criando qualquer mancha, estando presentes nos espaços de logradouros e no decorrer da rede viária (Fig.82).

.....
Análise da vegetação

- 1 TRIBUNAL
- 2 Rua Doutor António C. Ferreira Soares
- 3 QUARTEIRÃO MERCADO MUNICIPAL
- 4 PRAÇA VELHA
- 5 LARGO DE CAMÕES



Fig. 83 - Análise de Vazios.



- 50 M
- IS Vouga

- 100 M
- Mercado Municipal
- Antiga escola de Hotelaria do Porto
- Academia de Música
- Junta de Freguesia
- Restaurante
- Habitação Unifamiliar
- Serviços (advogados)
- Comércio (ourivesaria)

- 200 M
- Camara Municipal
- Ribeira
- Orfeão
- Piscinas Municipais
- Habitação Plurifamiliar
- Comércio e Serviços Diversificados

- 300 M
- Estádio Municipal
- Habitação Social
- Praça Velha
- Largo de Camões
- Activdade Nocturna na rua Direita
- Igreja da Misericórdia
- Convento dos Loios

- 400 M e superior
- Tribunal
- Hospital
- Biblioteca
- Castelo
- Escolas
- Bombeiros

Fig. 84 - Análise da Envolve Próxima.

A cidade mesmo possuindo um centro histórico, não se apresenta consolidada, isto é, a densidade de cada quarteirão não se compara à ocupação de grandes cidades, facto que surge enquanto oportunidade de aproveitamento desses vazios. No quarteirão que nos propomos estudar, existe um grande espaço vazio, resultado de uma “tentativa” de desenho mal conseguida e descontextualizada de tudo o que encontra à volta. É um vazio residual, decorrente de compra de lotes individualizados, sem se observar o panorama geral. Nas proximidades contamos com vazios significantes pela sua escala e pela sua possibilidade de interagir com os espaços que os agregam, dos quais podemos destacar a Norte, o vazio do antigo Tribunal de estilo Moderno e em mau estado de conservação, assim como mais abaixo encontramos um vazio no interior de um conjunto de habitação plurifamiliar que se apresenta aberto à cidade, e ainda a Este a rua Direita com a Praça Velha e a Sul o Largo de Camões (Fig.83).

Uma vez que o quarteirão, pretende estabelecer relações directas com a envolvente próxima, Analisamos a distância em metros da relação entre o centro do quarteirão, e os edifícios de mais relevância na sua envolvente mais próxima. Assim a 50m e a ocupar o centro do quarteirão existe o IS Vouga, a 100m encontramos principalmente serviços, comércio e habitação unifamiliar, a 200 metros serviços administrativos como a Camara Municipal, comércio diversificado e habitação plurifamiliar, a 300 metros entramos em contacto com as actividades desportivas e com vazios urbanos anteriormente assinalados, por fim e a 400 metros e mais encontramos edifícios como escolas, tribunal, biblioteca, entre outros (Fig.84).



Fig. 85 - Análise da Pedonalidade.



Fig. 86 - Análise dos Transportes.

O levantamento da rede pedonal, contempla contendo ruas pedonais, praças exclusivas ao peão e passeios. A cidade apresenta um rede bem estruturada em a nível pedonal, embora apresente algumas falhas de dimensionamento, sobretudo nas proximidades da Igreja da Misericórdia e na ligação à Biblioteca Municipal. A rede pedonal que circunda o quarteirão apresenta generosos passeios para a circulação de duas ou três pessoas em simultâneo. Essa rede pedonal entra no quarteirão fraccionando-o em duas partes a Noroeste e a Sudeste. Esse canal pedonal, encontra-se desajustado, desenquadrado e mal estruturado, com conflitos entre “praça” ou intenção disso e o parque de estacionamento, assim como a habitação plurifamiliar que se encerra com muros para a praça e o restaurante (Fig.85).

A cidade apresenta apenas duas opções de transporte público que são o comboio, *Vouguinha*, e a rede de autocarros, *Transfeira*. Nas proximidades do centro histórico e do quarteirão, encontra-se a linha *Transfeira*. O *Vouguinha* localiza-se um pouco mais longe, próximo do Matadouro. A rede de transporte, rodoviário apresenta duas paragens adjacentes ao quarteirão e outras três nas proximidades, num raio nunca superior a 300 metros. O seu itinerário percorre três dos quatro lados do quarteirão possibilitando uma divulgação e observação mobilizada do mesmo (Fig.86).

O **Quarteirão Criativo**, deve apresentar-se como um espaço onde a criatividade e cultura se instalam, por meio de vários equipamentos de apoio à vivência e trabalho dos agentes criativos. Este deve expressar inúmeras possibilidades de escolha, assumindo-se assim como um espaço pluridisciplinar e flexível, na medida em que, os equipamentos e espaço público podem assumir diferentes funções e configurações. Desta maneira, o Quarteirão procura estabelecer relações com as diferentes actividades culturais da cidade, assim como estabelecer relação com as indústrias, que têm por base a criatividade. Neste contexto o Hub surge como o meio agregador dessas indústrias enquanto equipamento de gestão e promoção cultural.

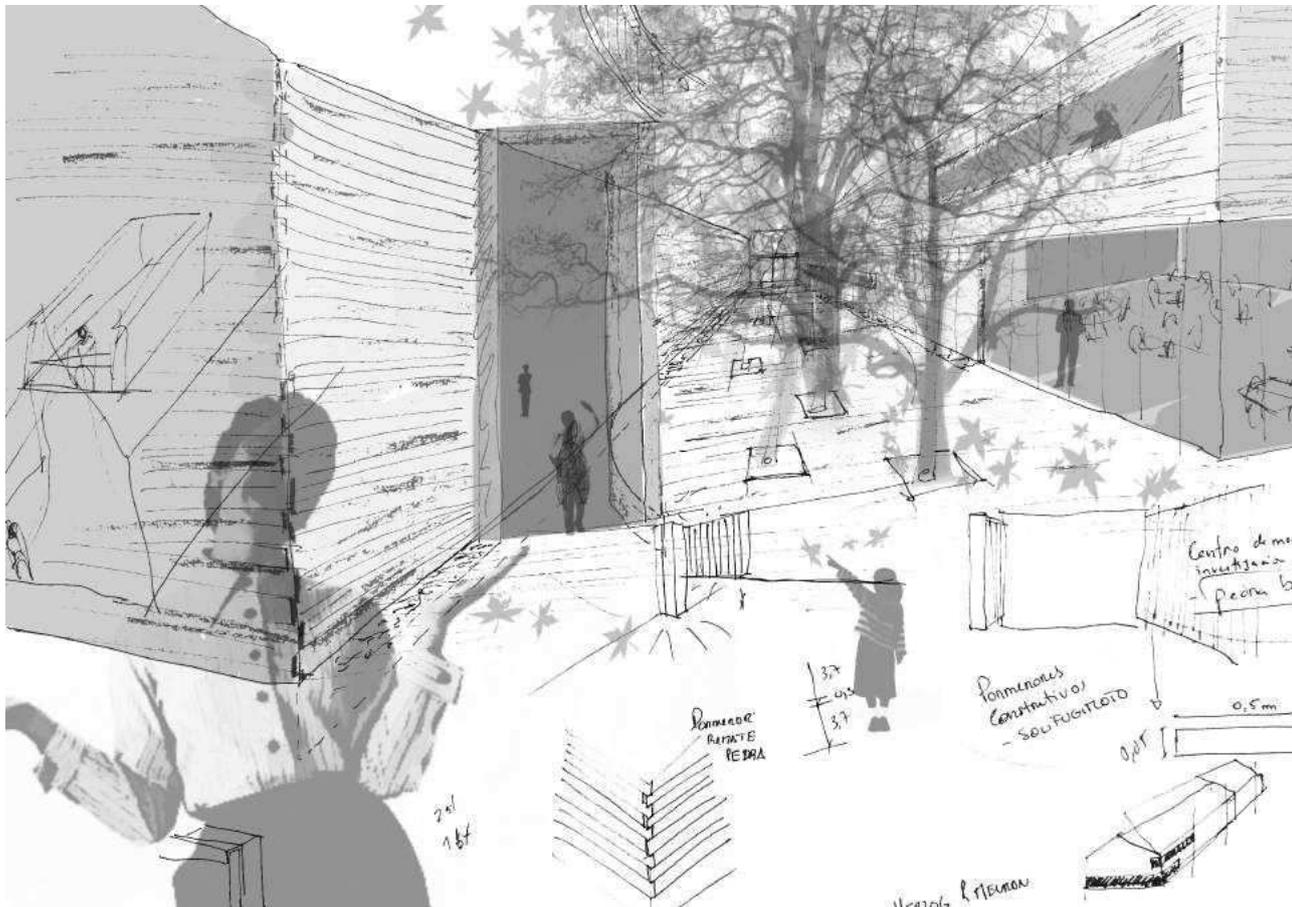
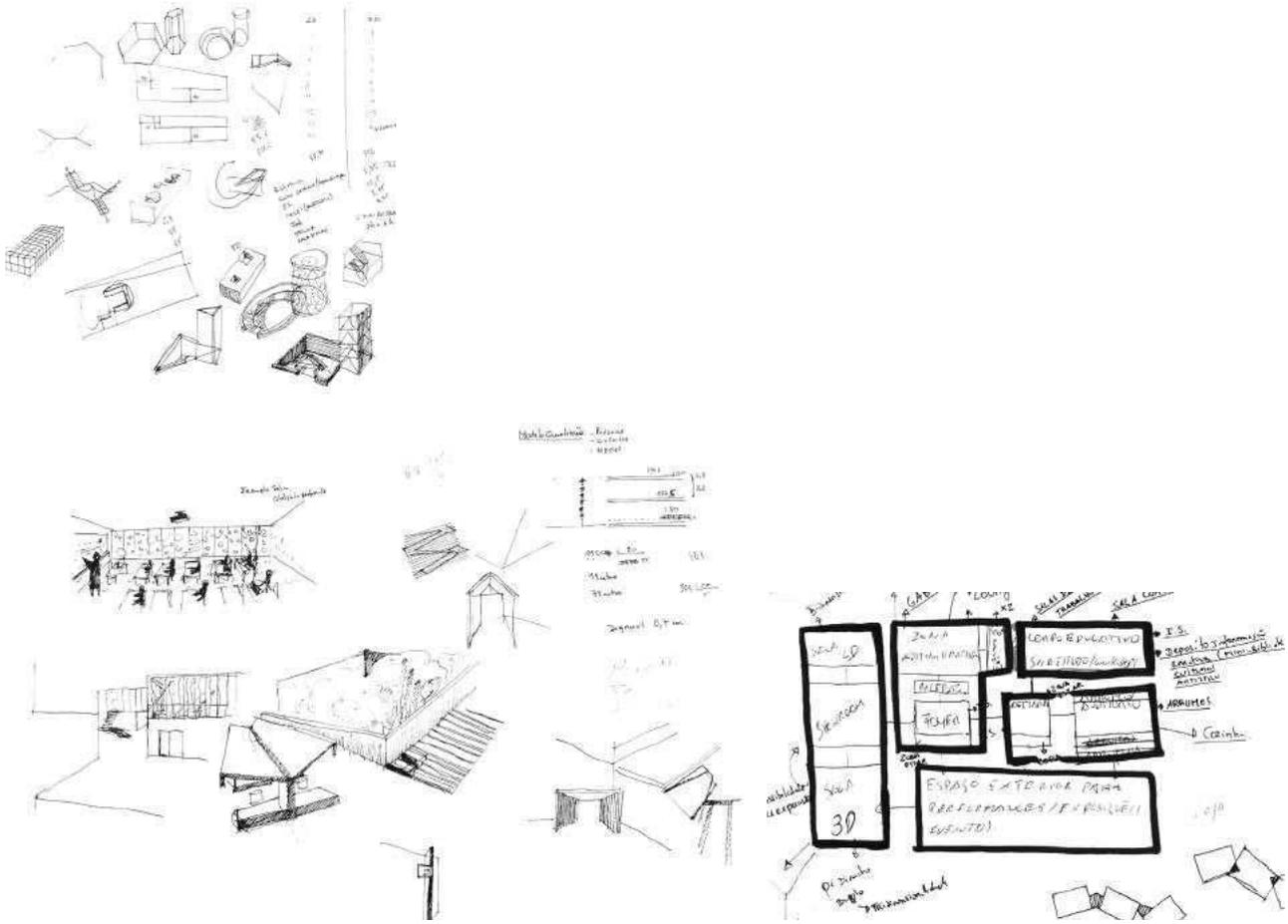


Fig. 87 - Esboços de evolução.

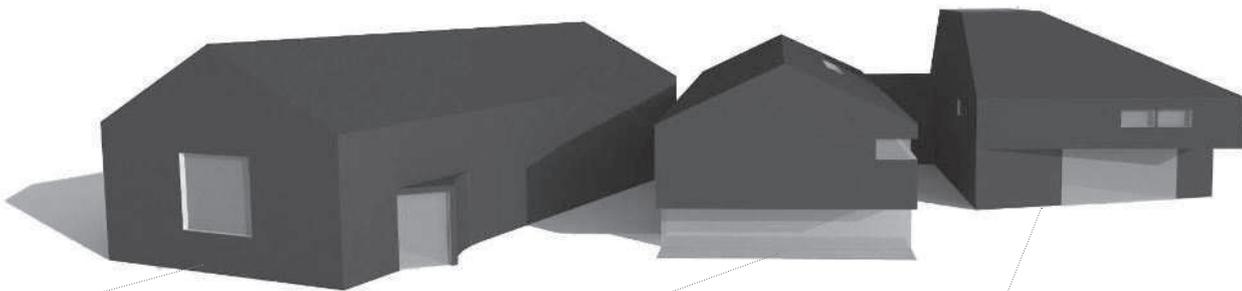
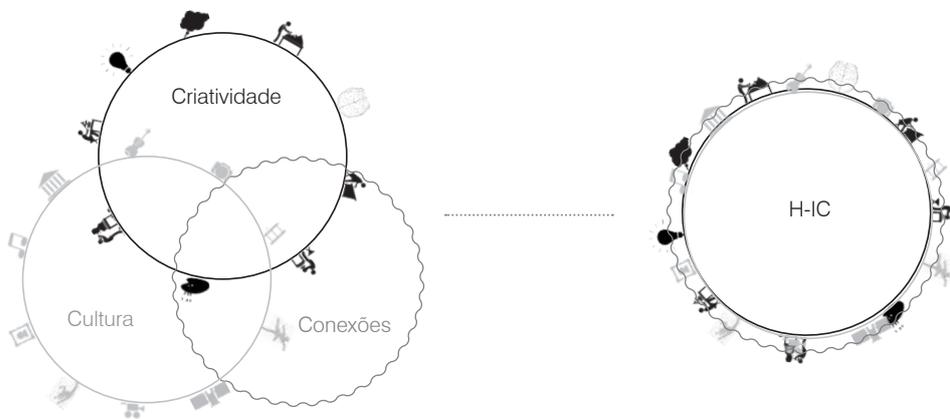
8. H-IC +1 - Hub de Industrias Criativas

Após a análise do território, a consequente escolha do Quarteirão de intervenção e no âmbito dos três factores chave seleccionados, Criatividade e Inovação, Conexões e Cultura, aparece como resposta prática o H-IC, Hub de Industrias Criativas e o desenvolvimento do +1, edifício reformulado do Instituto Superior do Vouga.

O H-IC surge neste contexto como um espaço de fusão, multidisciplinar, que procura o desenvolvimento das capacidades imateriais e cognitivas dos agentes criativos. Por sua vez, apresenta-se como um elemento fundamental na gestão, conexão, exposição, experimentação, promoção cultural e criativa da cidade (Fig.87). O facto de se apresentar num quarteirão, permite que, num só espaço da cidade se possa encontrar inúmeras actividades relacionadas com a cultura e criatividade. Neste espaço quarteirão, é possível assistir a estas manifestações culturais tanto no espaço público promovido, como no espaço público desenhado e estruturado para esse mesmo efeito. Este equipamento procura estabelecer conexões físicas no quarteirão, entre os diferentes espaços propostos, assim como estabelecer conexões “metafísicas”, isto é, por via da tecnologia ou outro meio que não envolva o contacto directo entre os diferentes espaços na cidade, região ou país. Assim através da gestão e da conectividade procura-se a criação de ambientes sociais, culturais e construídos que potenciem criativamente as conexões culturais.

Neste mesmo entendimento aparece o +1, edifício reformulado do Instituto Superior do Vouga, apresentado como o espaço educativo de promoção criativa nas gerações futuras. Esta procura pela perpetuação da cultura e criatividade através das apetências educativas, visa desenvolver novos caminhos e abordagens na educação, por forma a enaltecer o desenvolvimento local e o futuro das novas gerações.

Assim, espera-se que através destes equipamentos se consiga promover e enaltecer a criatividade, como meio catalisador da economia da cidade e, que através dos três factores chave de desenvolvimento, a cidade possa alcançar uma Marca cultural que permita a conexão entre as diferentes cidades culturais do país.



Cultura

Como ?

- espaço expositivo tridimensional com pé direito duplo.
- espaço expositivo para suportes bidimensionais.
- acesso aos restantes edifícios e entrada independente.
- espaço destinado a actividades culturais.

Criatividade e Inovação

Como ?

- auditório com acesso interior e entrada independente pelo exterior.
- recepção de palestras, workshops, conferências entre outros.
- sala de trabalho de colaboradores responsáveis pela promoção de actividades criativas na cidade.

Conexões

Como ?

- espaço de recepção
- administração responsável pela criação e organização da rede de cidades criativas e culturais.

Fig. 88 - Três factores chave de evolução da proposta.

8.1. Critérios para o desenvolvimento de um Hub de Indústrias Criativas

No entendimento do que já foi referido, o aparecimento do Hub de Indústrias Criativas (H-IC) surge da necessidade de organizar e conectar as diferentes actividades da cidade de Santa Maria da Feira, tanto actividades sediadas de forma permanente na cidade, como acontecimentos e eventos efémeros. Assim, procura-se apresentar por meio do Hub e do Quarteirão, um sistema de oportunidades e opções de lazer que proporcionem formas relevantes de recreação, distração e edificação para os cidadãos em geral e para o criativo (Fig.88). O H-IC apoiado nas três ferramentas de análise, a Criatividade e Inovação, as Conexões e Cultura, procura estabelecer alguns critérios essenciais para o desenvolvimento da cidade:

- organizar e conectar as indústrias criativas existentes, que se encontram dispersas pelo território;
- promover novas indústrias criativas e nesse sentido procurar atrair novos públicos alvos;
- promover espaços expositivos abertos à cidade, tanto no espaço edificado do H-IC, como também no espaço exterior no enquadramento do quarteirão criativo;
- promover novos eventos na cidade, complementares aos existentes e que promovam a cultura e criatividade como maior capital da cidade;
- receber eventos de pequena e média escala, como é o caso de conferências, *workshops*, *masterclasses*, entre outros;
- atrair, orientar e gerir novos públicos procurando integrá-los nas actividades criativas e culturais que a cidade oferece;
- administrar e gerir os diferentes pólos culturais da cidade, para todos se encontrarem como parte integrante da rede, sendo possível uma remissão como hipertexto de um local para o próximo.

Desta forma, pretende-se que o H-IC funcione como um gestor e administrador que procure potenciar criativamente as conexões culturais existentes na cidade de Santa Maria da Feira.



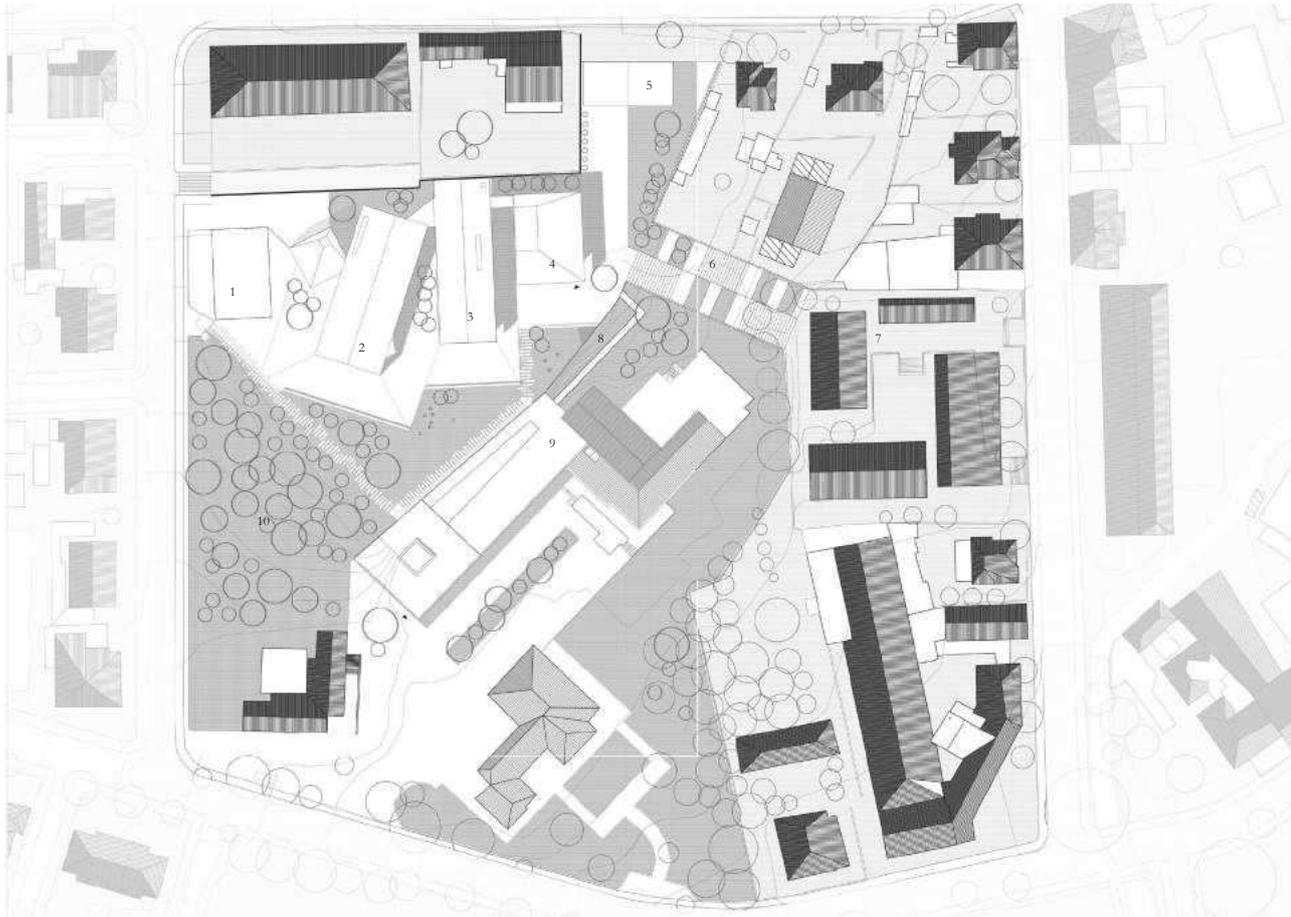
Fig. 89 - Projectos de Referência.

8.2. Os critérios de Inserção Urbana

O H-IC insere-se no vazio urbano, apresentado anteriormente na análise do quarteirão. Torna-se agora necessário justificar os aspectos formais do edifício, por forma a existir coerência entre as intenções gerais e o edificado. Assim a evolução geral passou por três fases principais: a relação com o quarteirão, a condição paisagística em que se insere e, a relação formal entre o edifício e o seu programa.

Para um melhor referencial de desenvolvimento projectual, foram levantados quatro casos de estudo (Fig.89) com relevância tanto para a forma, como para a relação do edifício com o restante conjunto e ainda da relação deste, com a condição paisagística. Desta forma, consideramos pertinente o estudo sintético dos seguintes projectos:

- O gabinete DAP Studio com o projecto do Municipio di Denklingen, em que a implantação é repartida em diferentes volumes consoante a sua função, no verdadeiro sentido da premissa “a forma segue a função”, não se destacando, no entanto, da envolvente mas sim integrando-se da melhor forma pela escala e pela semelhança formal.
- O projecto seguinte, do gabinete Aires Mateu, apresenta-se de extrema importância pela sua integração no meio natural, pelas suas coberturas inclinadas, assim como pela materialidade, em pedra Basáltica, no projecto em Furnas
- O projecto de Dominic Perrault, Ewha Womans University, pelo desenho de um lanço de escadas de grandes dimensões, quebrando a monotonia com situações pontuais ao longo do percurso o que será importante para o estabelecimento do edifício, que se encontra a uma cota elevada no quarteirão, com os restantes elementos, nomeadamente o Mercado Municipal.
- O último do Arquitecto Siza Vieira, mestre na elaboração de pontos de vista por meio de vãos minuciosamente desenhados, como é caso do seu projecto do Museu de Serralves onde os vãos procuram pontos de interesse na paisagem, visando a criação de cenários no interior do edifício e deste modo criar diferentes momentos.



- | | | | | |
|----------------------|--|------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| 1- Residências | 3- Auditório, Cafeteria, Sala de Colaboradores | 5- Loja | 7- Mercado Municipal | 9- +1, corpo educacional |
| 2- Volume expositivo | 4- Edifício de entrada, Administração | 6- Escadas acesso ao Mercado | 8- Rampa de ligação H-IC e +1 | 10- bosque |

Fig. 90 - Planta com apresentação do projecto desenvolvido.

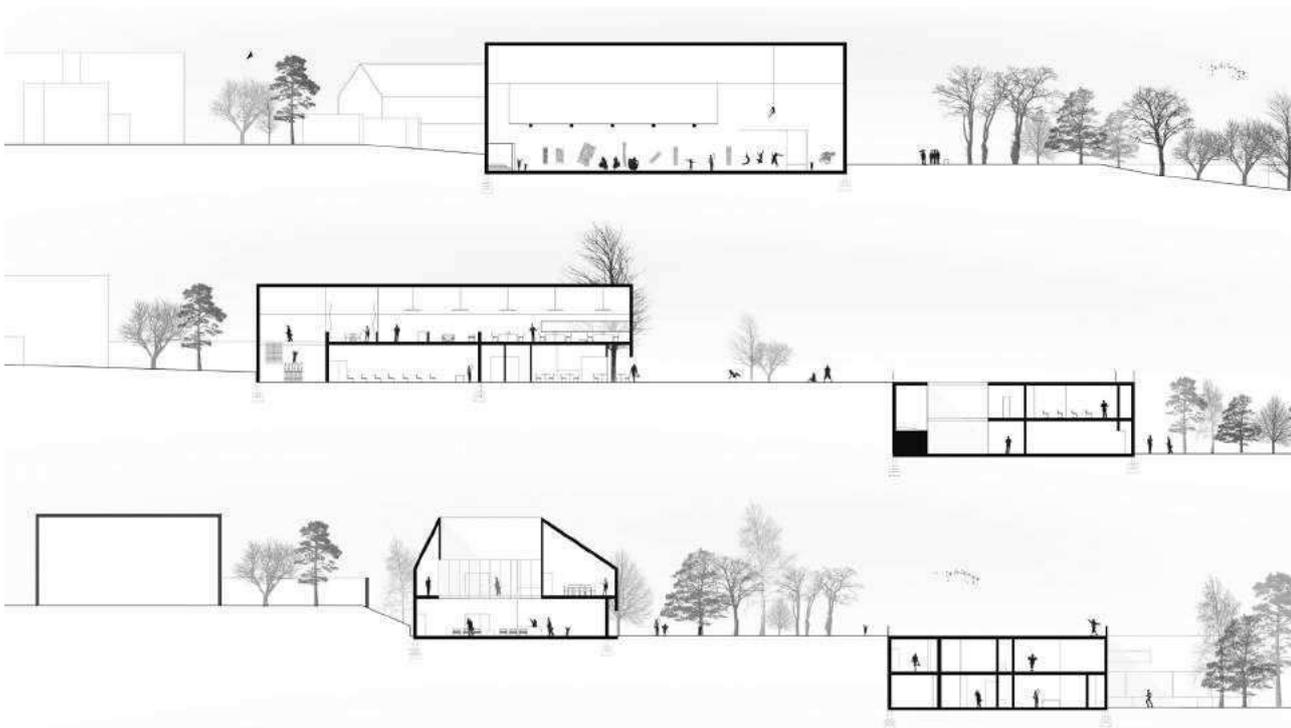


Fig. 91 - Relação Altimétrica entre os diferentes edifícios.

O H-IC está inserido no centro do quarteirão com abertura tanto para o centro histórico a Oeste, como para as unidades habitacionais unifamiliares a Este (Fig.90). Estabelece relação com o edifício educativo, Instituto Superior do Vouga, por meio da reformulação de um dos edifícios e introdução de uma rampa de acesso que estabelece a ligação entre diferentes cotas. A rampa parte da praça situada na entrada principal do H-IC e desagua no ponto de intercomunicação de circulações no edifício educacional. Com esta premissa, o H-IC procura estabelecer relação com um dos elementos mais marcantes do quarteirão, o Mercado Municipal, do Arquitecto Fernando Távora, que mais do que um elemento patrimonial, apresenta-se como um possível elemento atractivo para o desenvolvimento cultural e criativo da cidade. Como mote de intervenção, procuramos dar continuidade às circulações intra-mercado, que até agora, possivelmente pelas diferenças altimétricas e pela inexistência de elementos que se pudessem agregar à sua função, formava um *Cul-de-Sac* em si mesmo, o que poderia ser entendido como algo não desejável, para a manifestação do quarteirão como todo. Essa ideia de colectividade, levou a que o Mercado estabeleça relação directa com o H-IC por meio de uma escada, que mais uma vez se vai encontrar com o momento de entrada do H-IC. Deste modo, a continuidade e ideia de todo, é sugerida por meio de percursos, que estabelecem entre si relações directas para a diversificação de escolha, para quem pelo quarteirão passa.

O terreno de implantação é privilegiado, uma vez que se encontra a uma cota elevada em relação aos edifícios existentes a Sul (Fig.91). Esta característica topográfica garante liberdade visual, para elementos caracterizantes de Santa Maria da Feira, como sejam o Castelo e a sua Paisagem Natural. Assim, a partir desta “plataforma”, procuramos estabelecer relações visuais através da introdução de pontos de vista forçados, possíveis pela disposição dos vãos, tal como acontece com a própria repartição do edifício, em que cada volume procura uma relação visual distinta, com essa paisagem.

A própria entrada no edifício é reflexo deste tipo de jogo de enquadramento, visto encontrar-se ortogonal ao eixo visual do Castelo, cuja forma é reforçada pelo recorte peculiar. Ainda na tentativa de criar relações visuais com o património histórico encontramos no volume expositivo, um vão desfasado do edifício que procura mais uma vez, estabelecer a ponte entre a cultura actual exposta e o passado perpetuado no território. Os restantes vãos visam estabelecer como pano de fundo a paisagem natural, tanto existente como proposta, como é o caso da fenestração do edifício expositivo que se volta para o bosque proposto.

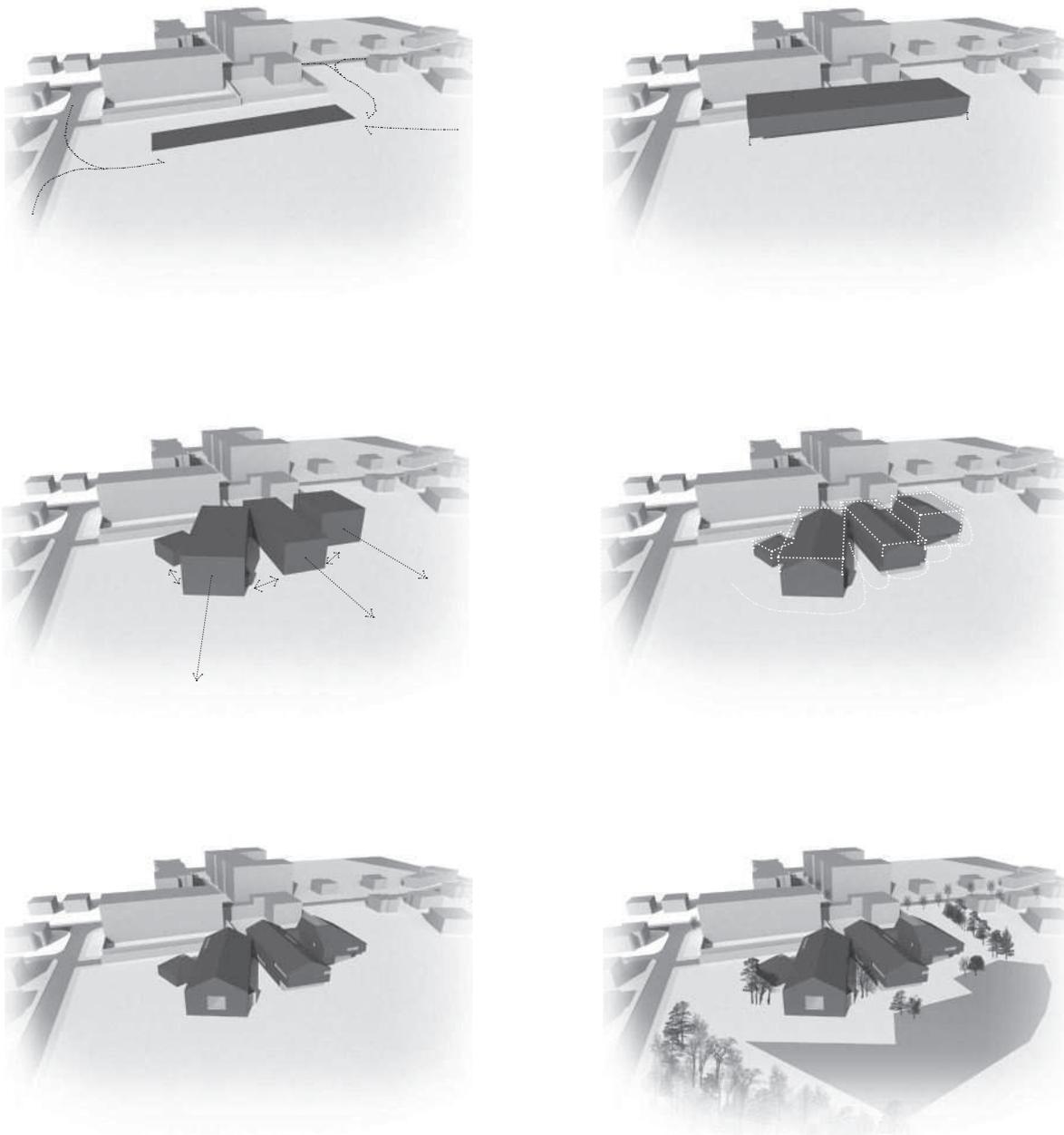


Fig. 92 - Evolução da forma.

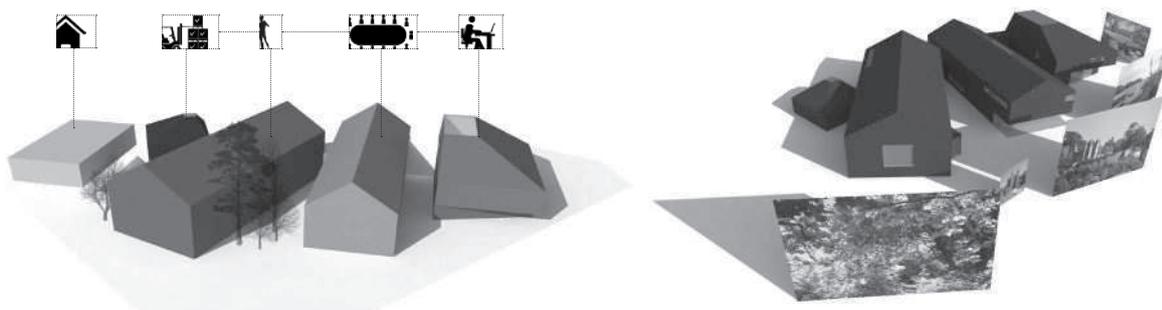


Fig. 93 - Divisão programática e condição paisagística.

O H-IC enquanto consequência das referências, dos factores chave e dos objectivos propostos emerge de uma forma rectangular simples, com o intuito de se colmatar um vazio urbano desqualificado. O edifício adoça-se ao volume de maior altimetria no quarteirão procurando desacentuar essa diferença harmonizando o bem-estar no espaço quarteirão. Essa procura pelo espaço de implementação do edifício não só se deveu a resolver essa questão técnica da altimetria, mas também a obter o melhor espaço para a ligação entre o centro histórico e o aglomerado habitacional, que por sua vez comunica com a restante cidade. Assim, o seu posicionamento enquanto charneira, possibilita diferentes momentos de entrada no quarteirão e distintos locais de saída. Neste aspecto podemos salientar que não só estes percursos levam o visitante ao aglomerado habitacional e ao centro histórico mas também ao mercado e ao Instituto Superior do Vouga.

A forma rectangular transformou-se num volume, num paralelepípedo, com o qual se pretendem estabelecer uma transição entre o edifício que que adoça com cinco pisos, e a escala do Homem (Fig.92). Após a conclusão dessa estratégia, procuramos beneficiar os eixos visuais, anteriormente referidos, provenientes do Castelo e da paisagem natural que o H-IC tinha como panorama na plataforma onde se insere. Esta questão visual foi preponderante no decorrer da evolução da proposta, mas no entanto, consideramos que a “forma segue a função” frase proferida por *Louis Sullivan*, na medida em que a cada volume da repartição volumétrica foi atribuída uma função distinta (Fig.93). O volume de chegada ao edifício, concentra os programas que tratam de questões de orientação e administração tanto para o visitante como para a Classe Criativa, o segundo volume está destinado a uma área mais social com café, auditório e sala de trabalho de colaboradores, e o último edifício apresenta a sala de exposição de conteúdo tridimensional e/ou bidimensional.

Todos os volumes assumem alturas de pé direito distintos uns dos outros por questões funcionais e de composição. Nesse contexto, referimos também que a cobertura se relaciona directamente com os edifícios da envolvente, maioritariamente de coberturas com duas ou mais águas. Por este motivo, os edifícios apresentam coberturas de duas águas, com excepção do edifício de entrada, com uma cobertura de quatro águas mais proeminente que as restantes para acentuar o momento de chegada. A introdução de diversos vãos, procurou apontar certas micro-paisagens de elementos naturais existentes, proposto assim como patrimoniais. No caso do edifício de entrada e do expositivo a força dessa intenção criou volumetrias complementares aos volumes iniciais para acentuar essa condição paisagística. Por último foi, propusemos o desenho do espaço exterior tanto vegetalizado, como pavimentado com o intuito de gerar momentos de repouso e de fluxos de pessoas.



Fig. 94 - Planta H-IC.



Fig. 95 - Representações Tridimensionais do H-IC.

8.3. A caracterização espacial e fomal

.....
O H-IC

O H-IC apresenta-se como um edifício repartido em cinco volumes, quatro dos quais directamente ligados (Fig.94). O primeiro volume corresponde à administração e gestão das actividades, eventos e indústrias de base cultural e criativa. Apresentando dois pisos, no primeiro a sua composição conta com uma recepção que informa e apoia o visitante na sua mobilidade dentro do edifício, quer no quarteirão e até mesmo na cidade, sempre que se relacione com a cultura. Conta ainda com um espaço informativo, zona de estar e espera, instalações sanitárias de apoio e sala de segurança. No piso superior, encontram-se a sala de reuniões e os gabinetes de direcção, responsáveis por receber investidores, jovens empresários que pretendam experimentar os seus projectos na Incubadora de Empresas que o quarteirão oferece, artistas convidados, entre muitos outros elementos de valorização dos objectivos estipulados. No segundo edifício, também com dois pisos, e com comunicação horizontal com o primeiro, encontramos o auditório de pequena/média escala, com acesso directo pelo exterior para no caso de existirem eventos que necessitem do espaço mas não do edifício na totalidade, este possa ser passível de ser utilizado sem contrapartidas, contando ainda com instalações sanitárias de apoio ao auditório e à cafetaria, que contempla uma área de mesas interior e exterior. No piso superior, com acesso pelo primeiro edifício, ou pela comunicação vertical no corredor comum a todos os volumes, encontra-se a sala *open space* dos colaboradores, responsáveis pela organização, gestão e promoção dos eventos existentes e da criação de novos que promovam a marca criativa e cultural de Santa Maria da Feira. Este espaço, conta ainda com uma copa de pequenas dimensões, zona de impressão e sala de reuniões ou apresentação de propostas. No terceiro edifício encontra-se o espaço expositivo tridimensional e bidimensional. Este edifício tem a particularidade de se aprofundar no terreno, para uma diferente percepção visual da envolvente e dos pontos paisagísticos. O espaço tridimensional, encontra-se com um pé direito duplo no final do volume, já que o segundo piso em *mezzanine*, corresponde ao espaço expositivo bidimensional, que ajuda a contemplar de um ponto de vista elevado, o que está exposto no piso inferior. A transição de um para o outro, é feita a partir do quarto volume, que ao mesmo tempo que funciona como circulação vertical, é igualmente o de depósito de arte. Por último, embora desagregado mas fazendo parte do conjunto, a Residência Artística. Ainda que não tenha sido desenvolvido o seu interior em termos projectuais, esta contava com um espaço de habitação e trabalho para os artistas convidados, sem necessidade de espaço expositivo visto existir um nas imediações (Fig.95).

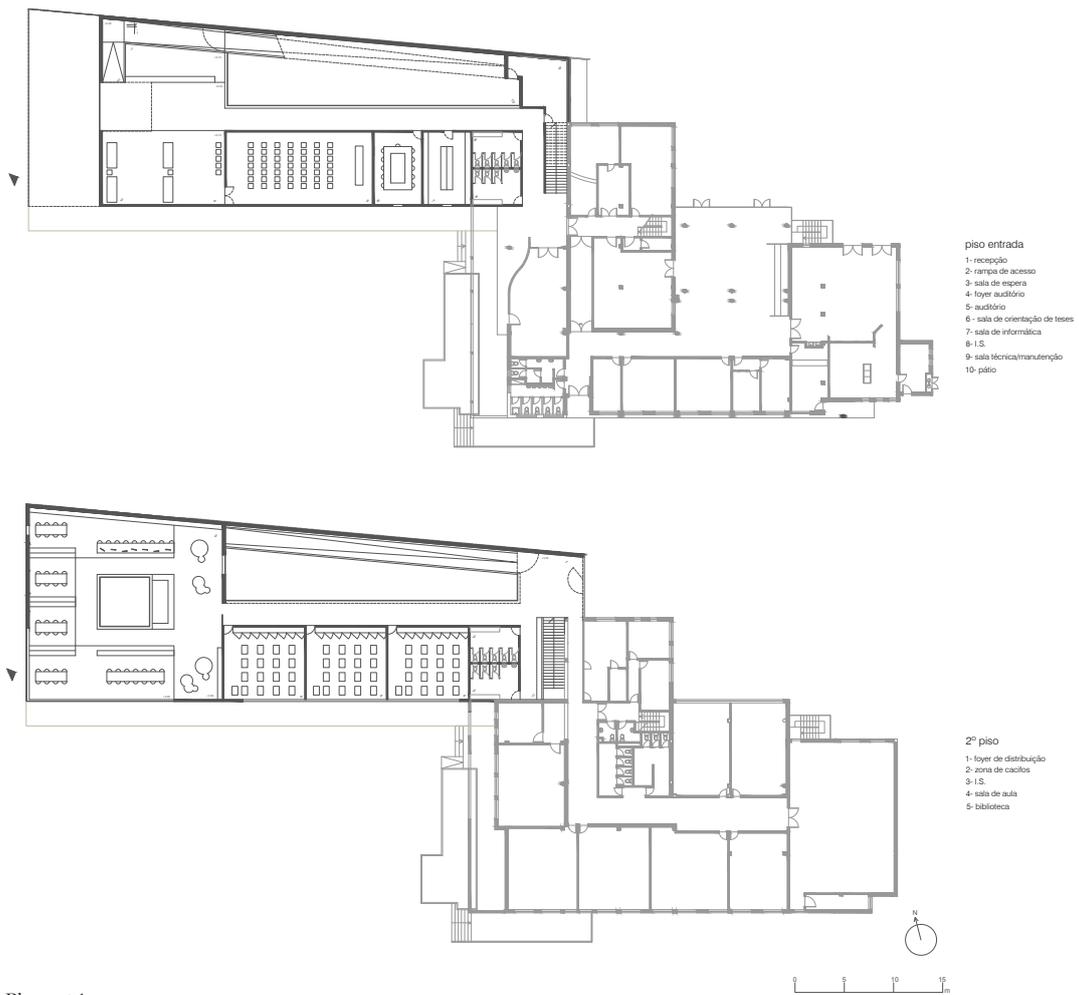


Fig. 96 - Planta +1.



Fig. 97 - Representações Tridimensionais do +1.

O edifício +1 (Fig.96) apelidado assim por ser um complemento ao H-IC e ao mesmo tempo um complemento ao Instituto Superior do Vouga, apresenta-se como uma reformulação do edifício pré-existente para uma interligação programática e conceptual entre o H-IC e o volume educacional. Desta maneira, o +1, apresenta-se com uma configuração mais simplificada, em relação ao anterior sofrendo um alongamento do topo para um maior aproveitamento espacial. O edifício conta com dois pisos e apresenta duas hipóteses de entrada, a principal pela entrada situada na cota de pavimento do rés-do-chão, ou então pelo primeiro piso que estabelece a ligação entre a cota onde se situa o H-IC e o primeiro piso do +1. Este meio de ligação, como já foi referido é efectuado por meio de uma rampa.

No primeiro piso podemos contar com a entrada ligeiramente recuada em relação ao resto do volume, que para além de destacada por esta subtração volumétrica é acentuada por um lanternim que ilumina a entrada. Neste espaço encontramos a recepção do edifício, tal como, uma sala de espera ou de estar, de apoio ao auditório de média dimensão para apresentação de trabalhos, de defesas de dissertações, palestras, conferências entre outros. Assim, o espaço de estar é multifacetado, pois serve também como foyer. Nesse mesmo piso, encontramos uma sala de informática, sala de reuniões e as instalações sanitárias. Para resolver a questão da insalubridade do edifício, dado a sua largura ainda ser considerável e o facto de estar encastrado num talude, criamos um pátio interior, que garante iluminação nos espaços interiores e ao mesmo tempo garante algum conforto visual, uma vez que apresenta elementos vegetais. Nesse mesmo espaço e por detrás da recepção, encontramos o elemento de principal conexão entre os diferentes pisos, que se apresenta por meio de uma rampa. Na evolução conceptual da mesma, pretendia-se que esta convidasse a um percurso que apenas terminava no H-IC, como se de um percurso contínuo se trata-se. No entanto, para a elaboração da mesma achamos pertinente a criação de um desfasamento para acentuar que, na quebra deste elemento “contínuo”, existia um momento de distribuição. No piso superior, deparamo-nos com a biblioteca, dividida em mediateca, zona de periódicos, e espaço de trabalho em grupo que se dispõem em torno do lanternim que ilumina também a entrada. Esta zona é ainda composta por três salas de trabalho de média dimensão, instalações sanitárias e uma área de cacifos (Fig.97).

A elaboração deste edifício, teve em conta o programa do edifício pré-existente, assim como as suas ligações. Procuramos diversificar as suas funções para que o quarteirão se apresenta-se como um organismo só, numa lógica de associação de vários elementos.

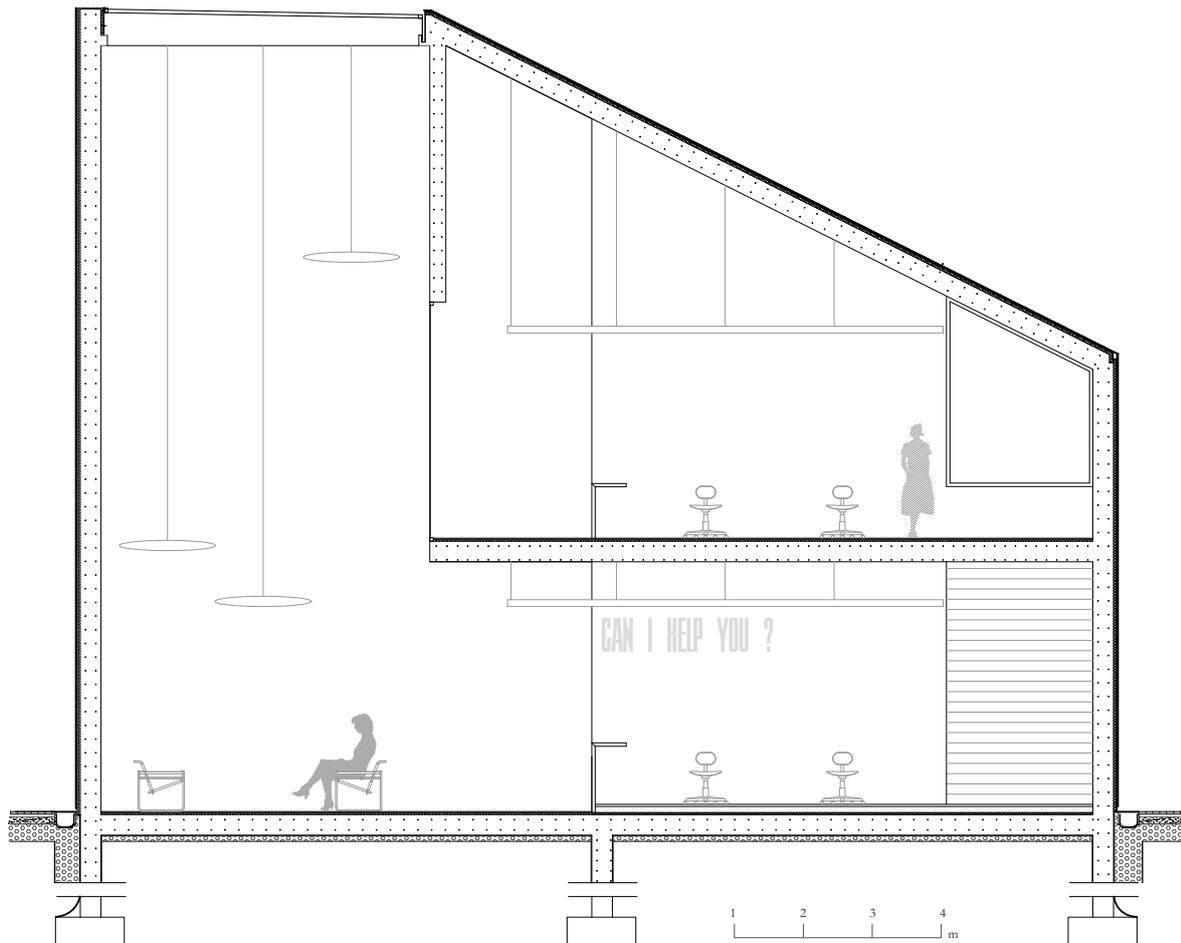


Fig. 98 - Pormenor Construtivo - H-IC.



Fig. 99 - Materialidade.

MATERIAIS

O aço corten apresenta-se no exterior em momentos pontuais como muros e elementos de iluminação.

As lajetas de granito apresentam-se com a dimensão de 0,1m por 1m. Estas no seu conjunto apresentam padrões distintos devido a diferença cromática das diferentes peças que a compõe.

A bétula foi o elemento contrastante entre exterior e interior. Apresenta-se como um material confortável ao contrário da robustez das peças de granito.

Para a escolha dos materiais de construção foram três os factores de selecção: os ambientes, a contextualização e a função (Fig.98). Assim sendo, e de forma muito genérica, pretendemos que o edifício apresente-se alguma robustez visual quanto ao exterior, para mais uma vez tentar estabelecer uma conexão entre o passado, romano e medieval, e o actual. O material seleccionado para o efeito foram lajetas de granito com diferentes escalas cromáticas, criando diferentes padrões e texturas. Estes elementos apresentam-se na horizontal com dimensões de dez centímetros por um metro, entrecalados entre si. Nesta acentuação da massa construída, foram seleccionados vidros com alguma reflexão e num tom escurecido, para acompanhar a imagem do granito (Fig.99). Num registo oposto surge o “U-Glass”, ou vidro em perfil “U”, que se apresenta nos elementos de conexão entre os diferentes volumes. Esta contraposição, de um elemento pesado e opaco que compõe o edifício, para um elemento frágil e translúcido, acentua essa mesma ideia de volumetrias independentes. Estas “mangas de vidro” permitem, para quem está de fora, aperceber-se das movimentações no interior do edifício e, ao mesmo tempo, que este ilumine o interior durante o dia através da luz natural, durante a noite o processo inverte-se, uma vez que os pontos de luz artificial colocados entre os perfis de vidro, iluminando o exterior, garantindo iluminação, por exemplo, no acesso exterior do auditório.

No interior, introduzimos precisamente o contrário, isto é, procuramos conferir um conforto visual através do uso de materiais nobres, como a madeira e o recurso à empatia do branco que garantem uma luminosidade abundante no interior do edifício. No entanto, estes elementos apenas se apresentam nas paredes interiores do edifício, uma vez que nas paredes que estabelecem o perímetro dos volumes, é assumido o betão armado. Como foi referido anteriormente, a materialidade segue também a função, e para esse efeito no volume correspondente às exposições, em todo o interior é visível um branco pálido, na tentativa de nenhum material se sobrepor à obra exposta. Como espaço de excepção encontramos no espaço bidimensional um ambiente mais confortável, descontraído e descomprometido, onde se pode apreciar pequenos suportes, bidimensionais, sem que exista um afastamento quase clínico, que procura que tudo se mantenha esterilizado, com medo de contágio. Procura-se neste espaço, uma maior proximidade com as peças expostas, instalações que promovam o contacto, e deste modo a materialidade do edifício deve sugerir isso mesmo a partir do tipo de ambiente que proporciona.



Fig. 100 - Densidade Populacional.

Conclusão

Mais de metade da população mundial vive em cidades (Fig.100), e com este rápido desenvolvimento urbano, são levantados alguns problemas, que não poderiam circunscrever-se apenas à disciplina arquitectónica. Como tal procuramos uma relação com as causas sociais, económicas e políticas, para uma reflexão sobre os novos paradigmas da cidade. Assim, a abordagem ao tema proposto, partiu de uma componente teórica, que incidiu sobre duas temáticas, o estudo do **espaço quarteirão**, na sua evolução formal e conceptual, procurando perceber quais os factores, externos e internos, que condicionaram os **factores de mudança**. O segundo tema, partiu da análise da Criatividade e Inovação como possíveis respostas aos problemas inumerados no primeiro. Assim, a temática principal da dissertação, **Quarteirão Criativo**, procurou a união destes dois conceitos, que até então se apresentaram subliminarmente, no decorrer da história, e que na actualidade ganham alguma força no que poderá ser o modelo de desenvolvimento e regeneração urbana.

No decorrer do estudo verificou-se o papel fundamental do quarteirão no espaço urbano, apresentando-se como um elemento mutável, que caracterizou a cidade em diversos momentos da história. Esta unidade é sem dúvida alguma, caracterizadora da identidade da cidade, senão comparemos, como foi estudada a vivência de uma cidade com desenho de quarteirões medievais, sinuosos e labirínticos, onde cada movimentação comporta cenários inesperados e uma cidade de princípios Barrocos como Paris de Haussmann, em que a avenida, com grande escala, demonstra o carácter cenográfico, onde tudo é visível de um só ponto. Neste estudo, foi ainda possível perceber a “natureza da privacidade”, do espaço quarteirão, isto é, entender como, quando e de que maneira, os seus diferentes componentes, com maior significado do interior do quarteirão, assumiram diferentes posturas, privadas e públicas, fruto do desenvolvimento social, político e cultural. Nesta medida, a informação obtida da análise histórica, permitiu reunir as premissas necessárias para a procura das condicionantes actuais, para à posteriori, estabelecer uma estratégia de intervenção fundada.

A cidade actual, incitada pelos padrões da Era Industrial e da Era Tecnológica, apresenta lacunas e problemas do rápido desenvolvimento urbano, onde em certa medida, estes padrões impuseram grandes desafios na cidade tradicional. Numa Era Industrializada, onde a produção de bens assumiu extrema importância na sociedade, suscitando conseqüentemente um desenvolvimento nos meios de transporte, ligados à comercialização e distribuição de bens, instaurou novos pressupostos na vivência das cidades. O automóvel assume, neste panorama, um papel preponderante na procura do imediato, da velocidade, das conexões, e implementou na cidade enormes mudanças, formais e conceptuais, que definiram o desenho e morfologia urbanos. Desta exaltação pela velocidade, progresso, e inovação, surge a Era Tecnológica, que instaura uma nova realidade, uma realidade virtual, que permite a transmissão de conhecimentos,

informação, novos produtos, instantaneamente. Nesta medida, a distância e o tempo tornam-se relativos, tanto pela evolução dos transportes como pela informatização global. Claro está, que estas ambições e fé no progresso, levaram a uma nova abordagem à cidade e ao mundo. A escala também modifica, a par do tempo e distância, na medida que o local e o global, estão facilmente interligados neste grande fenómeno que é a Globalização.

A Globalização, em tempos vista como oportunidade, cresceu na sua definição e volume, com pressupostos pouco criteriosos e influenciou a sociedade da altura, e de agora, com uma vivência baseada no consumo. Esta oferta de bens, que não é mais do que *copy* e *paste* de produtos desenhados em países desenvolvidos, fabricados em países em desenvolvimento, para novamente serem comercializados nos primeiros, demonstra essa mesma ideia de fácil circulação e comunicação de bens, informação e pessoas. A glorificação do consumo, fomentou o desenvolvimento urbano durante muito tempo, como em tempos o mercantilismo modificou as vivências da cidade medieval, nos dias de hoje por outros meios, como Centros Comerciais, valorizamos o consumo de grande escala, onde no mesmo espaço se tem acesso a várias opções de compra, de produtos comercializados à escala mundial. Esta celebração pela igualdade e homogeneização, contraria tudo que é considerado pitoresco, único, característico, de uma forma genérica, que é Identitário. Estes ideais não se circunscreveram apenas no âmbito comercial e social, mas também no âmbito arquitectónico, onde vários modelos são importados sem critérios de integração, no local onde se inserem, onde o *pastiche* arquitectónico prevalece sobre a racionalização desta disciplina, por ser mais cómodo e se apresentar acessível. A ideia de actuar local, pensar global, levada ao extremo levou a uma “necessidade” pela ostentação política e económica, numa procura pela integração no panorama global, que levou a um crescimento desmesurado do parque edificado. Essa exaustão na construção, levou-nos a um momento na história de crescimento zero, onde a aposta se volta para a reconversão e reabilitação de espaços já edificados, isto é, numa lógica de manter o *hardware* e actualizar o *software* as demandas actuais. Nesse aspecto, a crise globalizada apresenta-se como oportunidade na reformulação do pensamento e das estratégias de intervenção na cidade.

Em resposta ao rápido desenvolvimento e às novas condicionantes, as cidades estão a potenciar a Criatividade e a Inovação, maioritariamente empresarial, evoluindo na comunicação digital e impulsionando a diversidade cultural, criando pontes de dialogo locais e com o mundo. Numa cultura que valoriza, mais do que nunca, o conhecimento e o pensamento, surge uma nova geração, a Classe Criativa, que produz e usufrui produtos culturais e criativos, potenciadores do desenvolvimento de uma recente economia que apresenta como maior bem capital, a cultura e criatividade. Assim, a economia, enquadra-se num novo âmbito, criativo, que procura gerar riqueza económica e cultural, por meio da Classe Criativa e das Indústrias Criativas. Este novo paradigma multidisciplinar, está presente em vários sectores, ligados às artes e muitos outros, procurando dar visibilidade às cidades que fazem parte da Rede Criativa.

Este novo uso das capacidades globais, com a instrumentalização da Criatividade, levou-nos à aplicação de uma estratégia fundada no modelo de “Quarteirão Criativo”. A introdução de vários elementos neste espaço, no qual se destaca o H-IC, pretende demonstrar a aplicação dos conceitos estudados, numa intervenção que só na prática poderia ser colocada à prova, mas que procura responder aos problemas enunciados, sempre com uma consciencialização do enquadramento onde se insere. O facto de a estratégia ter sido implantada numa zona de baixa densidade, mostrou ser uma oportunidade de exemplificação dos conceitos fora do contexto, que muitos teóricos dão como exemplo, de cidades consolidadas e de grande densidade. Neste aspecto, poderemos salientar a ambivalência da criatividade, na criação do modelo “Quarteirão Criativo” aplicado ao território, mas que pretende apenas servir como exemplo de aplicação de conceitos e de ferramentas, podendo deste modo, aplicar-se aos restantes na cidade ou em outras localidades.

Com esta investigação entendemos a forma de responder aos novos paradigmas da cidade, pela análise da unidade quarteirão e com recurso da criatividade numa tentativa de criar estratégias diferenciais, com aptidão de produzir novos produtos, novos serviços e acima de tudo novos valores. Esta atitude perante a cidade procura abrir espaço a novos caminhos, a novas linhas de pensamento, que por meio da experimentação, aprendizagem e troca de ideias promovam novas relações do indivíduo com a cidade, com a cultura e com a criatividade.

Assim podemos considerar que este modelo se apresenta como uma vantagem para a cidade, nas diferentes vertentes que comporta. E espera-se que, com este estímulo criativo, o desenvolvimento de propostas futuras, do planeamento urbano à escala do edifício, se racionalize, com base nas raízes da disciplina, não caindo na tentação da arquitectura genérica, sem contexto, ou mesmo, pré-pensada. Esta temática procura promover isso mesmo, uma nova capacidade de pensamento e de referência sobre o existente, sem que a prática arquitectónica se torne mais um produto da Globalização.

Bibliografia Activa

- AUGÉ**, Marc (2006) *Não Lugares - Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*. Editora 90º, Lisboa.
- CASTELLS**, Manuel (2000) *A sociedade em rede*. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- FLORIDA**, Richard (2012) *The rise of the creative class: revisited*. Basic Books. Nova Iorque.
- FORTUNA**, Carlos (1997) *Cidade, cultura e globalização: ensaios de sociologia*. Celta Editora. Oeiras.
- FORTUNA**, Carlos. **LEITE**, Rogério Proença (2009) *Plural de Cidade: Novos Léxicos Urbanos*. Editora Almedina. Coimbra.
- GOITIA**, Fernando Chueca (2010) *Breve História do Urbanismo*. Editorial Presença, Lisboa.
- GUTIÉRREZ**, Obdúlia (2004) *La ciudad y el miedo. VII Coloquio de Geografía Urbana*. n° 52. Diversitas. Barcelona.
- HOWKINS**, John (2007) *The Creative Economy: how people make money from ideas*. Penguin Books.
- LAMAS**, José M. Ressano Garcia (2004) *Morfologia Urbana e Desenho da Cidade*. Gustavo Araújo, Porto.
- LANDRY**, Charles (2008) *The Creative City. A toolkit for urban innovators*. Earthscan. Nova Iorque.
- LYNCH**, Kevin (1999) *A imagem da cidade*. Edições 70, Lisboa.
- MUMFORD**, Lewis (1991) *A Cidade na História: suas origens, transformações e perspectivas*. Editora Martins Fontes. São Paulo.
- MUXÍ**, Zaida (2004) *La Arquitectura de la Ciudad Global*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- PINK**, Daniel H (2010) *A nova Inteligência*. Academia do Livro, Alfragide.
- PORTAS**, Nuno. **DOMINGUES**, Álvaro. **CABRAL**, João (2011) *Políticas Urbanas II . Tendências, Estratégias e Oportunidades*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.
- PORTER**, Michael (2012) *O essencial sobre Estratégia Concorrência e Competitividade*. Centro Atlântico, Vila Nova de Famalicão.
- REIS**, A. C. Fonseca. **KAGEYAMA**, P. (2011) *Creative City Perspectives*. Garimpo de Soluções. São Paulo.
- ROSSI**, Aldo (2001) *A arquitectura da cidade*. Edições Cosmos, Lisboa.
- WALTERS**, Malcolm (2002) *Globalização*. Celta Editora. Oeiras.

Endereços Electrónicos

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT. Disponível em : <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-culture-media-sport> [consultado em Abril de 2014]

FUNDAÇÃO SERRALVES (2008) *Estudo Macroeconómico: Desenvolvimento de um Cluster de Indústrias Criativas na Região do Norte*. Disponível em: <http://www.serralves.pt/fotos/editor2/inserralves/Estudo%20Macroeconomico%20Desenvolvimento%20de%20um%20Cluster%20de%20Industrias%20Criativas%20da%20Regiao%20do%20Norte.pdf> [consultado em Janeiro de 2014]

INTELI (2010) *Índice de Cidades Inteligentes - Portugal*. Disponível em: http://www.inteli.pt/uploads/documentos/documento_1357554966_2590.pdf [consultado em Outubro de 2014]

JORNAL OFICIAL DA UNIÃO EUROPEIA (2008) *Conclusões do Conselho sobre a arquitectura: contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável*. Disponível em: <http://arquitectos.pt/documentos/1240938394N6hDN3uk5Rt62SZ7.pdf> [consultado em Novembro de 2014]

MATEUS, Augusto (2008) *Programa Territorial de Desenvolvimento 2008 - 2013 do Oeste*. Disponível em: http://www.maiscentro.qren.pt/private/admin/ficheiros/uploads/PTD_OESTE1.pdf [consultado em Março de 2014]

REIS, Ana. Kageyama, Peter (2011) *Cidades Criativas - Perspectivas*. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/164726073/Livro-Cidades-Criativas-Perspectivas-v1> [consultado em Fevereiro de 2014]

SELADA, C.; **VILHENA DA CUNHA**, I. (2010) *Criatividade em Áreas de Baixa Densidade: O caso da Vila de Óbidos*. In: OLIVEIRA DAS NEVES, A. (coord.). *Criatividade e Inovação – Cadernos Sociedade e Trabalho*. Gabinete de Estratégia e Planeamento – Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. Lisboa. [consultado em Fevereiro de 2014]

UNCTAD (2010) *Creative Economy. Report 2010*. Disponível em: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf [consultado em Setembro de 2014]

UNESCO (1982) *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001353/135399so.pdf> [consultado em Setembro de 2014]

Periódicos

EL CROQUIS (2003) *RCR Arquitectes 1999 - 2003 n°115/116*.

EL CROQUIS (2007) *RCR Arquitectes 2003 - 2007 n° 138*

Bibliografia Passiva

ACSELRAD, Henri (2001) *A Duração das Cidades: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas*. Lamparina Editora. Rio de Janeiro.

AGUIAR, Douglas (2001) *O quarteirão urbano: projecto design*. Editora Perspectiva. São Paulo.

ALVES, Fernando Manuel Brandão (2003) *Avaliação da qualidade do espaço urbano: proposta metodológica*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.

ASCHER, François (2010) *Novos Princípios do Urbanismo seguido de Novos Compromissos Urbanos*. Um Léxico. Livros Horizonte. Lisboa.

ASCHER, François (1998) *Metapolis: Acerca do futuro da cidade*. Celta Editora. Oeiras.

BENEVOLO, Leonardo (1991) *Introdução à Arquitectura*. Edições 70, Lisboa.

BERZBACH, Frank (2013) *Psicologia para criativos, dicas e sugestões de como manter a originalidade e sobreviver no trabalho*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona.

BORJA, Jordi. **CASTELLS**, Manuel - *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus Editora. Madrid.

BRANDÃO, Pedro (2008) *A identidade dos lugares e a sua representação colectiva*. DGOTDU. Lisboa.

CALABI, Donatella (2012) *História do Urbanismo Europeu: questões, instrumentos, casos e exemplares*. Editora Perspectiva. São Paulo.

CHOAY, Françoise (2005) *O Urbanismo: Utopias e Realidades. Uma antologia*. Editora Perspectiva. São Paulo.

COELHO, Carlos Dias (2004) *Cadernos de Morfologia Urbana. Os elementos urbanos*. Editora Argumentum. Lisboa.

CONSIGLIERI, Victor - *A morfologia da arquitectura: 1920-1970*. Editorial Estampa. Lisboa.

DOMINGUES, Álvaro (2006) *Cidade e Democracia. 30 Anos de Transformação Urbana em Portugal*. Argumentum, Lisboa.

- FONSECA**, A. Fernandes (1998) *A psicologia da criatividade*. Edições Universidade Fernando Pessoa. Porto.
- GEHL**, Jan. LARS, Gemzoe (2002) *Novos Espaços Urbanos*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- GRAFMEYER**, Yves (1994) *Sociologia Urbana*. Publicações Europa-América, Paris.
- HOLL**, Steven (1997) *Entrelazamientos*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- JANSON**, Anthony F. (1992) *História da Arte*. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa.
- KENNETH**, Frampton (1981) *Historia crítica de la arquitectura moderna*. Editorial Gustavo Gilli. Barcelona.
- KOMININOS**, Nicos (2008) *Intelligent Cities and Globalisation of Innovation Networks*. Routledge. Nova Iorque.
- LANDRY**, Charles. **BIANCHINI**, Franco (1995) *The Creative City*. Demos. Londres.
- LE CORBUSIER** (2000) *Urbanismo*. Edições Martins Fontes. São Paulo.
- LE CORBUSIER** (2009) *Por uma arquitectura*. Editora Perspectiva. São Paulo.
- LENNER**, Jaime (2003) *Acunpuntura Urbana*. Editora Record. Rio de Janeiro.
- MILES**, Malcolm (2010) *Arte pública e cidadania: novas leituras da cidade criativa*. Editora Caleidoscópio. Lisboa.
- RAMOS**, Ángel Martín (1990) *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. UPC. Barcelona.
- SALGUEIRO**, Teresa Barata (1999) *A Cidade em Portugal. Uma Geografia Urbana. Cidade em Questão 8*. Edições Afrontamento, Porto.
- SANTOS**, Boaventura de Sousa (2001) *Globalização: fatalidade ou utopia?* Edições Afrontamento, Porto.
- SANTOS**, Boaventura de Sousa (1993) *Portugal: um retrato singular*. Edições Afrontamento. Porto.
- SILVA**, Augusto Santos. **FORTUNA**, Carlos (2002) *Projecto e circunstância. Culturas urbanas em Portugal*. Edições Afrontamento, Porto.
- ZEVI**, Bruno (1996) *Saber ver a arquitectura*. Martins Fontes, São Paulo.
- ZUMTHOR**, Peter (2009) *Atmosferas*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Endereços Electrónicos

- AIBAR**, Eduardo. **BIJKER**, Wiebe E. (1997) *Constructing a City: The Cerda Plan for the Extension of Barcelona*. Disponível em: http://www.uoc.edu/webs/eaibar/_resources/documents/Aibar-Bijker.pdf [consultado em Março de 2014]
- AGUIAR**, José (1999) *ATIC Magazine, n°24 - A Cidade do futuro já existe hoje*. Disponível em: <http://mestrado-reabilitacao.fa.utl.pt/disciplinas/jaguiar/Jaguiaratic.pdf> [consultado em Janeiro de 2014]
- BAPTISTA**, Luis Vicente (1999) *Território e cultura saloia: a construção de (uma) identidade local?* Disponível em : http://www.oac.pt/pdfs/OBS_6_Territ%C3%B3rio%20e%20Cultura%20Saloia.pdf [consultado em Setembro de 2014]
- BOP CONSULTING** (2010) *Mapping the Creative Industries: a Toolkit*. Disponível em: http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Mapping_guide_-_Portuguese.pdf [consultado em Maio de 2014]
- CARTA**, Maurizio (2007) *Creative City: dynamics, innovations, actions*. Disponível em: http://www.academia.edu/1639648/Creative_City_Dynamics_Innovations_Actions [consultado em Fevereiro de 2014]
- COSTA**, Pedro. **SEIXAS**, João. **OLIVEIRA**, Ana Roldão (2009) - *Das Cidades Criativas à Criatividades Urbana? Espaço, Criatividade e Governança na Cidade Contemporânea*. Disponível : <http://www.wapdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2028/97A.pdf> [consultado em Abril de 2014]

CREATIVE CLUSTERS IN LOW DENSITY URBAN AREAS. Disponível em: <http://urbact.eu/en/projects/innovation-creativity/creative-clusters/homepage/> [consultado em Outubro de 2013]

EUROPEAN COMMISSION (2006) *The Economy of Culture in Europe*. Disponível em : http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf [consultado em Abril de 2014]

FERRÃO, João (1997) *Rede Urbana. Instrumento de Equidade, coesão e desenvolvimento?* Colóquio: A política das Cidades. Disponível em : <http://www.ces.pt/download/564/ColPolCidades.pdf> [consultado em Junho de 2014]

FERRÃO, João *Relações entre mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro*. Disponível em : <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19607806> [consultado em Setembro de 2014]

FLEMING, Tom. RODRIGUES, Vânia (2014) *Creative Hubs Forum - Final Report*. Disponível em: <http://creativehubs.org/admin/docs/CreativeHubsForum-Relatorio.pdf> [consultado em Novembro de 2014]

FORTUNA, Carlos (2006) *Centros Históricos e Patrimónios Culturais Urbanos. Uma avaliação e duas propostas para Coimbra*. Disponível em : <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/254.pdf> [consultado em Abril de 2014]

GERALDES, Maria (2008) *Revista da Fundação da Juventude - Palácio das Artes - Fábrica de Talentos. N.º1*. Disponível em: http://cms.fjuventude.pt//upload_files/client_id_1/website_id_1/Publicacoes/Fabrica%20de%20Talentos%20n_1.pdf [consultado em Maio de 2014]

GERALDES, Maria (2009) *Revista da Fundação da Juventude - Palácio das Artes - Fábrica de Talentos. N.º2*. Disponível em: http://cms.fjuventude.pt//upload_files/client_id_1/website_id_1/Publicacoes/Fabrica%20de%20Talentos%20n_2.pdf [consultado em Maio de 2014]

GERALDES, Maria (2009) *Revista da Fundação da Juventude - Palácio das Artes - Fábrica de Talentos. N.º4*. Disponível em: http://cms.fjuventude.pt//upload_files/client_id_1/website_id_1/Publicacoes/Fabrica_de_talentos_4.pdf [consultado em Junho de 2014]

LANDRY, Charles (2010) *Creativity, Culture & the city: A question of interconnection*. Disponível em: http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/ECCE_report.pdf [consultado em Abril de 2014]

LANDRY, Charles. BIANCHINI, Franco (1995) *The Creative City*. Disponível em: <http://www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf> [consultado em Janeiro de 2014]

NEWBIGIN, John (2010) *A Economia Criativa: um guia introdutório*. Disponível em: http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf [consultado em Setembro de 2014]

RIVAS, Miguel (2011) *From Creative Industries to the Creative Place*. Disponível em : http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative_Clusters/documents_media/from_creative_industries_to_the_creative_place.pdf [consultado em Abril de 2014]

SELADA, C.; VILHENA DA CUNHA, I. (2009) *Creative urban regeneration: the case of innovation hubs*. Disponível em: http://www.inteli.pt/uploads/documentos/documento_1326812094_5294.pdf [consultado em Setembro de 2014]

URBACT (2011) *Urban Creative Clusters: final conference, Óbidos*. Disponível em: http://urbact.eu/fileadmin/Projects/Creative_Clusters/documents_media/creative_clusters_finalconference.pdf [consultado em Maio de 2014]

UCPT *Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico - Documento de trabalho n.º8*. Disponível em: <http://static.publico.pt/docs/politica/planotecnologico/planotecnologicointegral.pdf> [consultado em Março de 2014]

UNCTAD (2008) *Creative Economy. Report 2008*. Disponível em: http://unctad.org/es/Docs/ditc20082cer_en.pdf [consultado em Abril de 2014]

UNESCO *Understanding Creative Industries - cultural statistics for public-policy making*. Disponível em: http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf [consultado em Fevereiro de 2014]

.....
Apêndice
.....

O H-IC

e.o.+1 (corpo educacional)

Segundo Selavski, o conceito de "cidade criativa" foi considerado o de um lugar onde os artistas desempenham um papel central e onde a imaginação define os traços e o espírito da cidade. Ao longo do tempo, as indústrias criativas, do design à música, das artes de reprodução às visuais, ocuparam o centro da cena das cidades, pelo seu papel econômico, criador de identidade urbana ou fator da geração de turismo e imagem. Em seguida, foi a presença de uma grande "classe criativa", que inclui as suas cidades, assim como a comunidade de pessoas e as etapas do conhecimento, foi vista como um indicador básico de cidade criativa.

A cidade criativa é assim um território físico e material que promove o desenvolvimento material e criativo. O território Criativo deverá ser um local com um ambiente favorável à inovação, consoante características essenciais como: 1.) diversidade, liberdade e abertura, juntamente com experiências vibrantes, experiências lúdicas e (irregulares e não-lineares); 2.) características que a classe criativa procura para se "lugar", características estas que a cidade criativa deve assegurar!

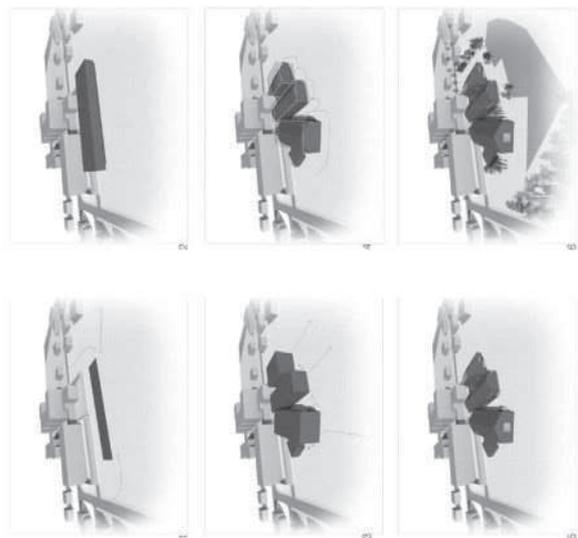
Ava Reis e Andre Usari celebram que independentemente da história e dos fatores socioeconómicos deverão existir três fatores para criar uma cidade criativa: A Criatividade e Inovação, as Conexões e a Cultura.

Com base nos três fatores apresentados por Ava Reis e Andre Usari, CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO, CONEXÕES E CULTURA, espera-se da cidade criativa numerosas actividades e propostas com consciência do risco que ocorrem pelo seu carácter inovador e não experimentalizado. Num entendimento mais genérico a cidade criativa deve:

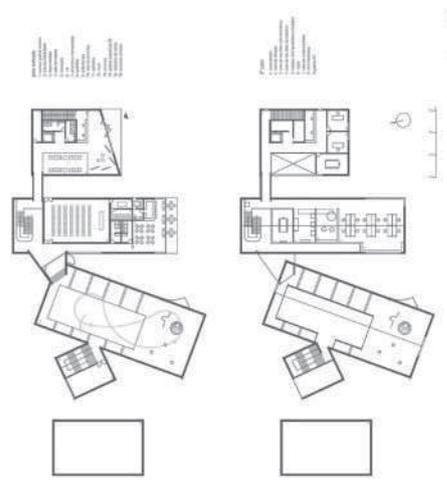
- Celebrar a produção artística, a promoção de novos lugares de criação e de descoberta, convidar à participação dos cidadãos, valorizar a educação, o espaço público e a nova economia da cidade.
- Refletir sobre o passado e sobre a cidade do futuro, onde os cidadãos possam usufruir dos impactos e resultados da actividade criativa convocando sempre os seus protagonistas e receptores.
- Apoiar na memória e legado para construir novo conhecimento que sirva ao presente e futuro das diversas cidades que fazem da cultura o seu maior capital.



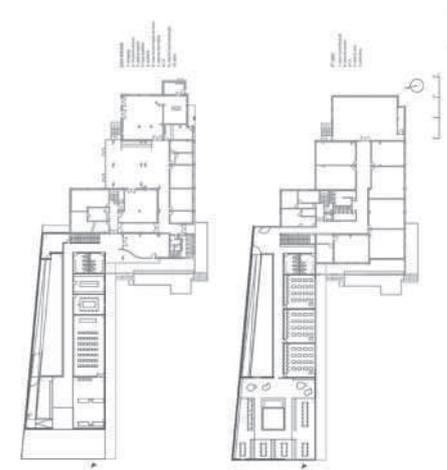
planta de implantação



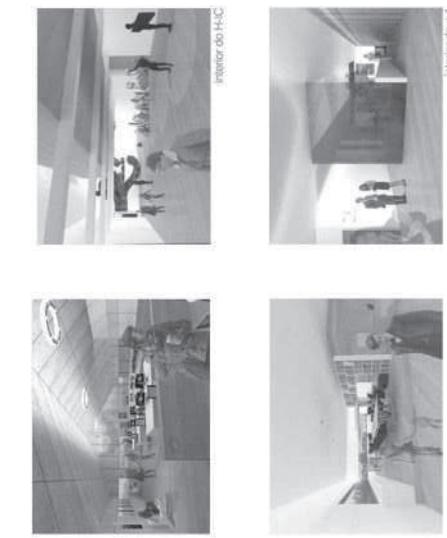
evolução da forma



planta H-IC



planta +1



interior do H-IC

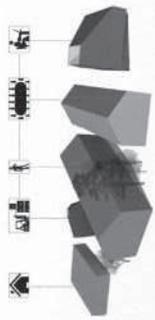
interior do +1

Fig. 101 - Painel Síntese.



corte longitudinal da proposta

A escola de um HCEI da Indústria Criativa (HIC) surgiu da necessidade que Santa Maria da Feira apresenta de um sistema de oportunidades e opções de lazer que proporcionem formas relevantes de recreação, descanso e estimulação para as crianças em geral e para o cratoço.



funções do HIC

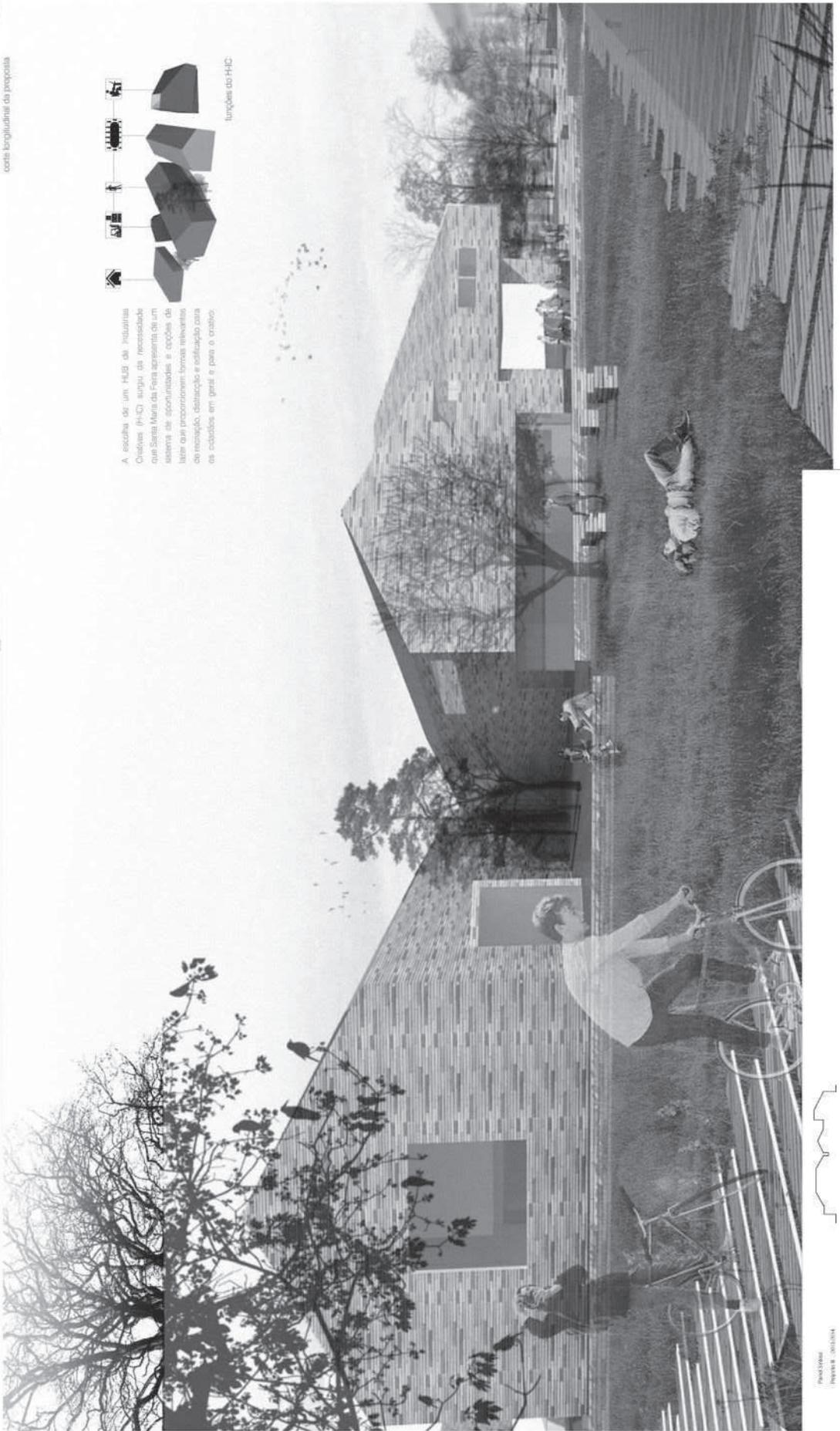




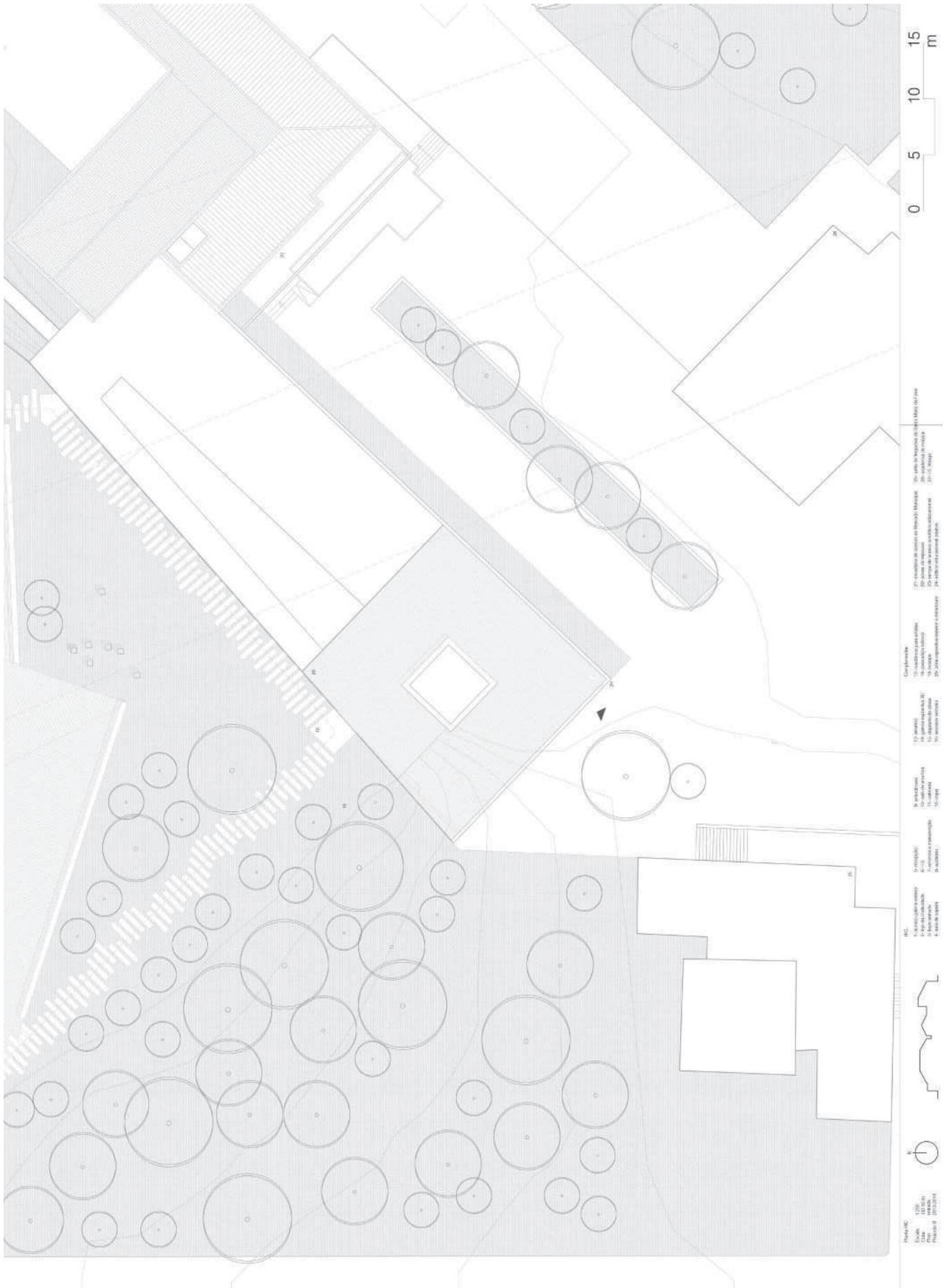
Fig. 102 - Planta 1.500.



Fig. 103 - Planta 1.200 piso superior do H-IC.



Fig. 104 - Planta 1.200 piso inferior do H-IC.



Plan 1:100
 Scale: 1:100
 Date: 08/2014
 Project: 10/13/2014

1. Existing building
 2. New building
 3. Existing landscape
 4. New landscape
 5. Existing parking
 6. New parking
 7. Existing road
 8. New road
 9. Existing utility
 10. New utility
 11. Existing wall
 12. New wall
 13. Existing fence
 14. New fence
 15. Existing gate
 16. New gate
 17. Existing gate
 18. New gate
 19. Existing gate
 20. New gate
 21. Existing gate
 22. New gate
 23. Existing gate
 24. New gate
 25. Existing gate
 26. New gate
 27. Existing gate
 28. New gate
 29. Existing gate
 30. New gate
 31. Existing gate
 32. New gate
 33. Existing gate
 34. New gate
 35. Existing gate
 36. New gate
 37. Existing gate
 38. New gate
 39. Existing gate
 40. New gate
 41. Existing gate
 42. New gate
 43. Existing gate
 44. New gate
 45. Existing gate
 46. New gate
 47. Existing gate
 48. New gate
 49. Existing gate
 50. New gate
 51. Existing gate
 52. New gate
 53. Existing gate
 54. New gate
 55. Existing gate
 56. New gate
 57. Existing gate
 58. New gate
 59. Existing gate
 60. New gate
 61. Existing gate
 62. New gate
 63. Existing gate
 64. New gate
 65. Existing gate
 66. New gate
 67. Existing gate
 68. New gate
 69. Existing gate
 70. New gate
 71. Existing gate
 72. New gate
 73. Existing gate
 74. New gate
 75. Existing gate
 76. New gate
 77. Existing gate
 78. New gate
 79. Existing gate
 80. New gate
 81. Existing gate
 82. New gate
 83. Existing gate
 84. New gate
 85. Existing gate
 86. New gate
 87. Existing gate
 88. New gate
 89. Existing gate
 90. New gate
 91. Existing gate
 92. New gate
 93. Existing gate
 94. New gate
 95. Existing gate
 96. New gate
 97. Existing gate
 98. New gate
 99. Existing gate
 100. New gate

0 5 10 15 m

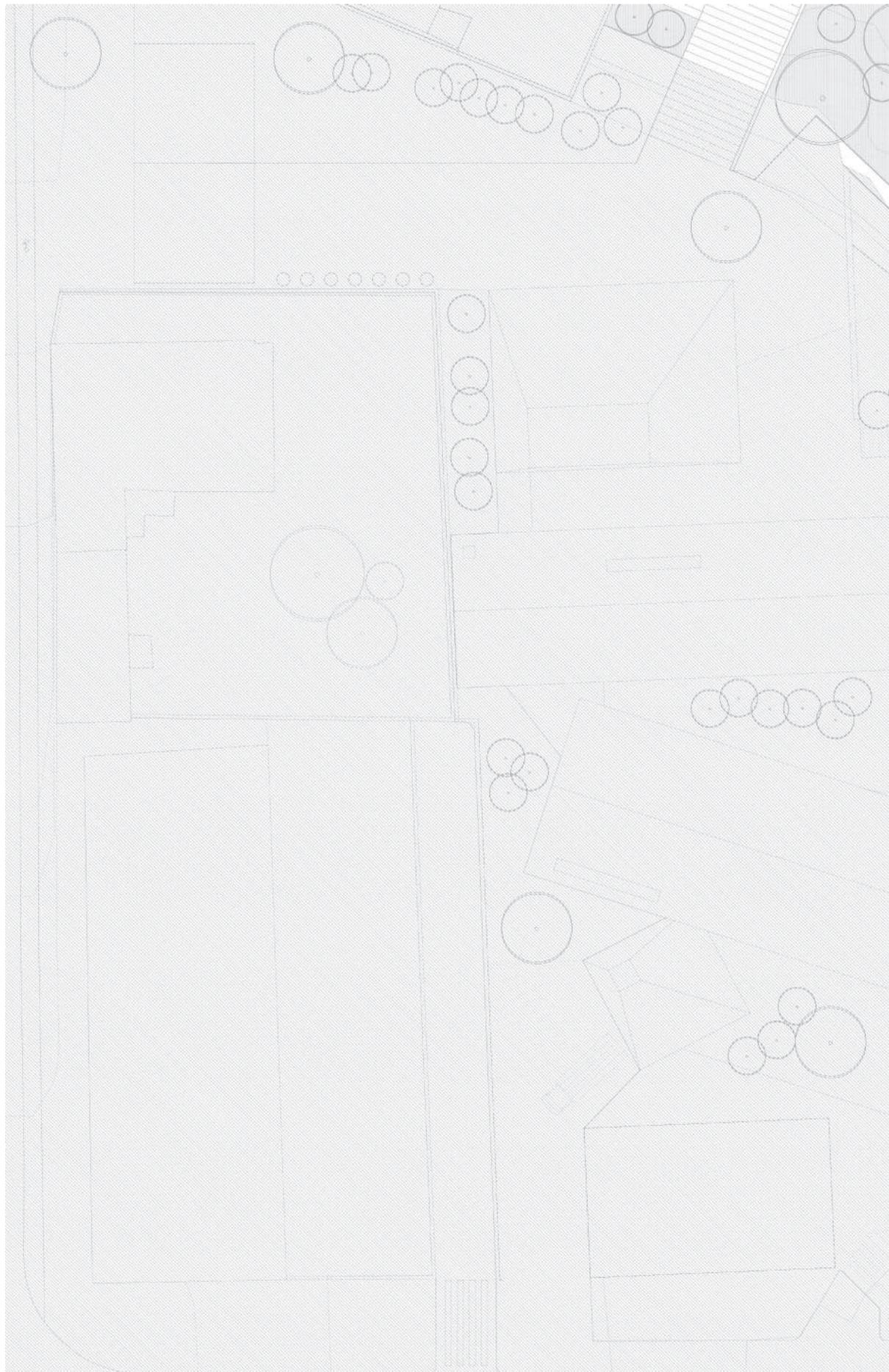


Fig. 105 - Planta 1.200 piso superior do +1.

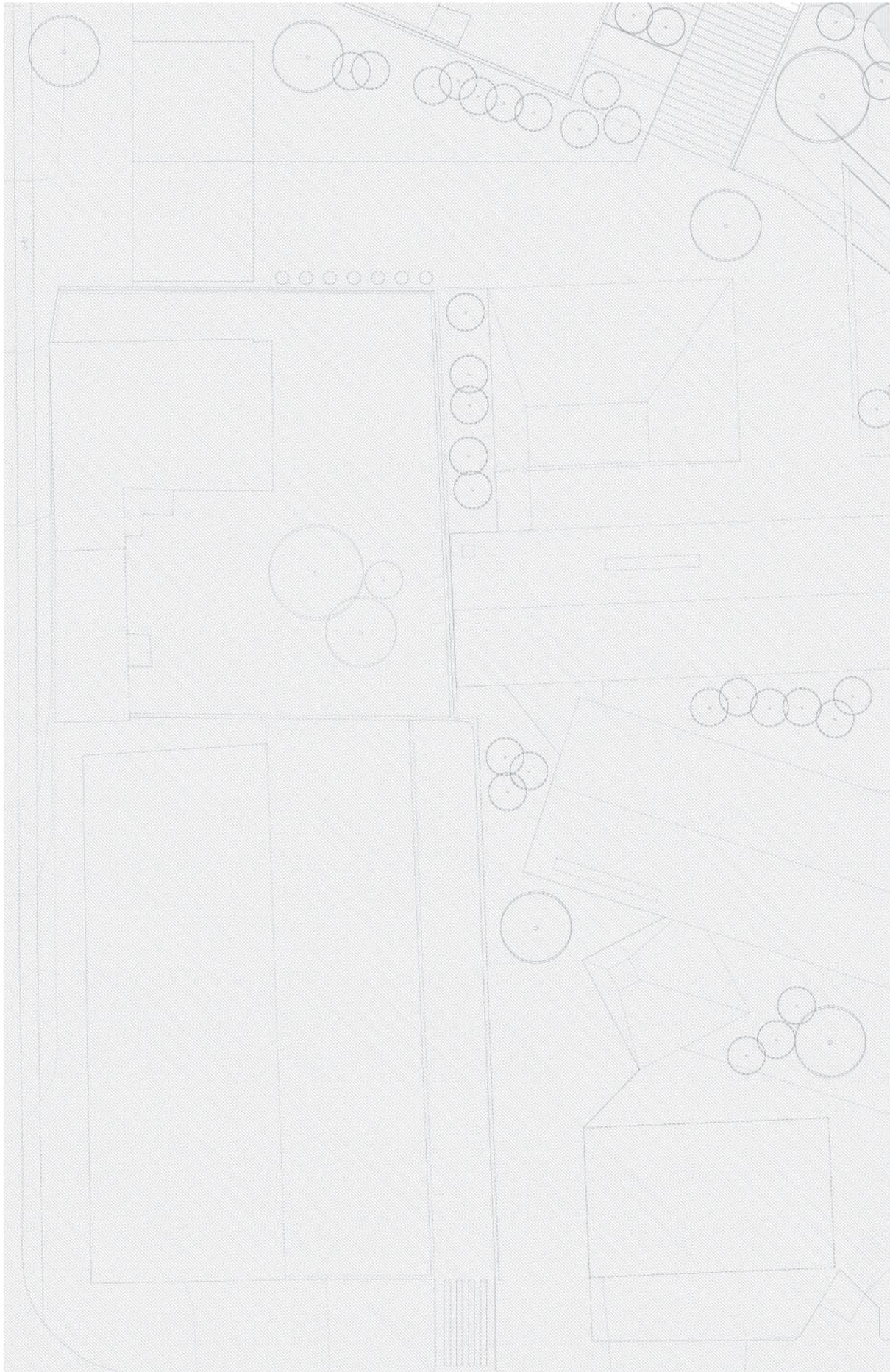


Fig. 106 - Planta 1.200 piso inferior do +1.

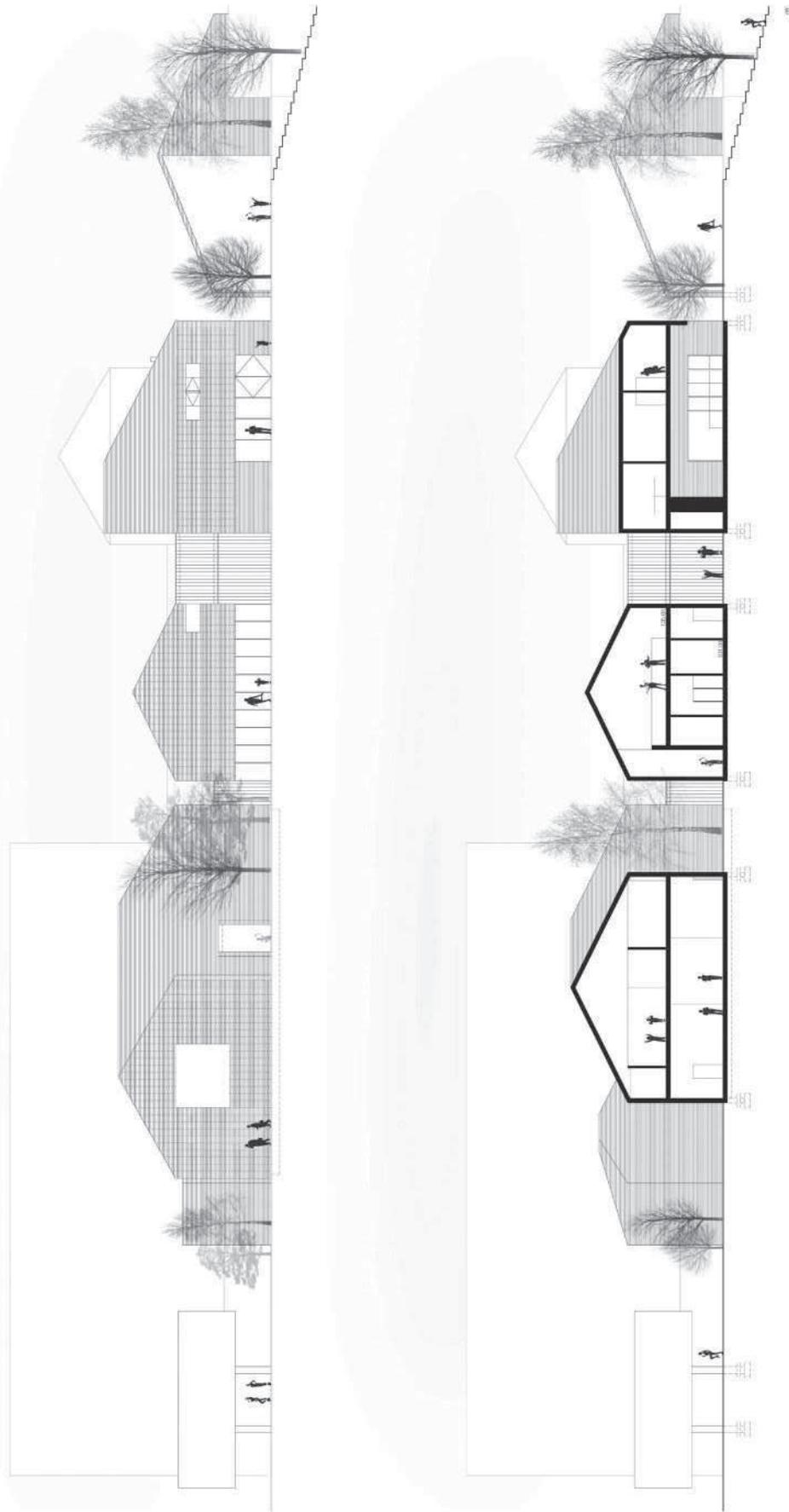
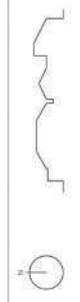
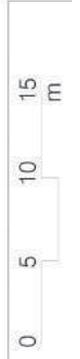
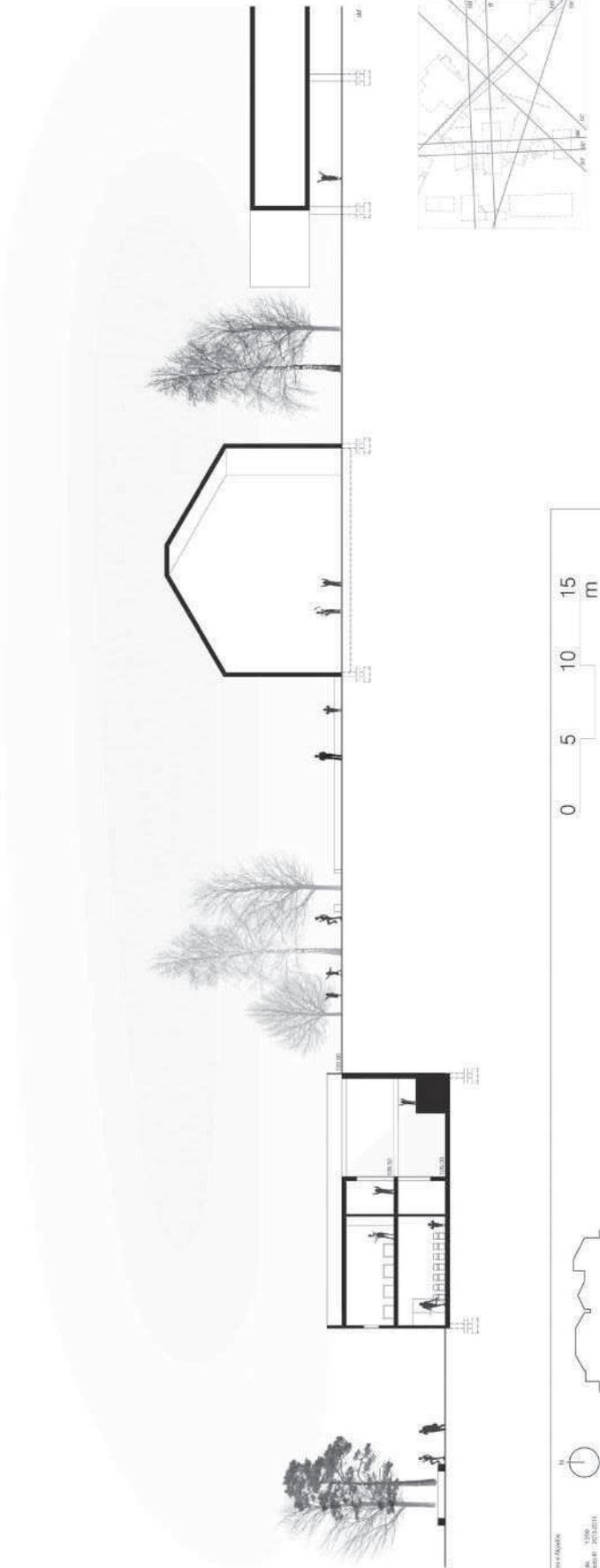
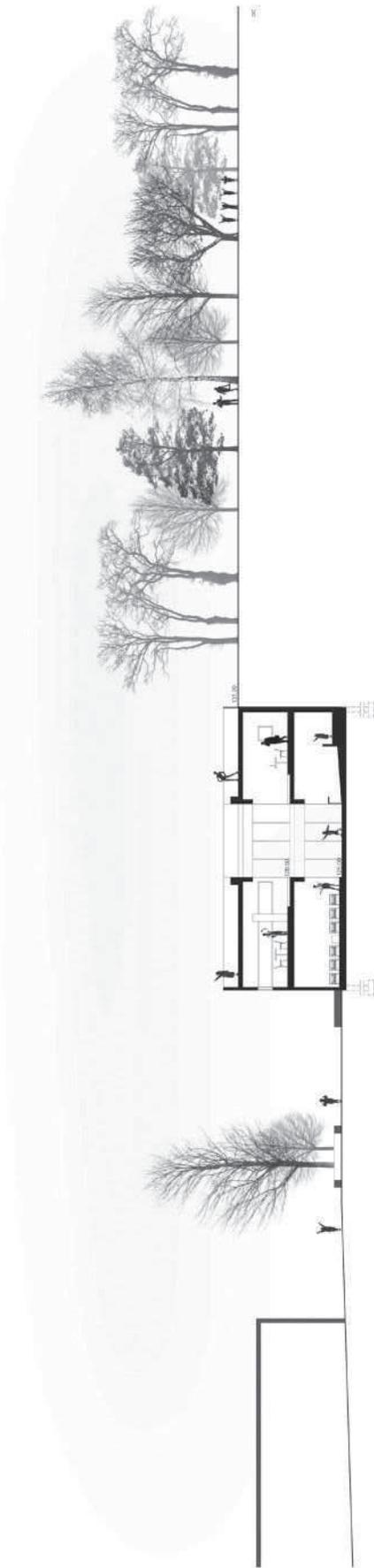
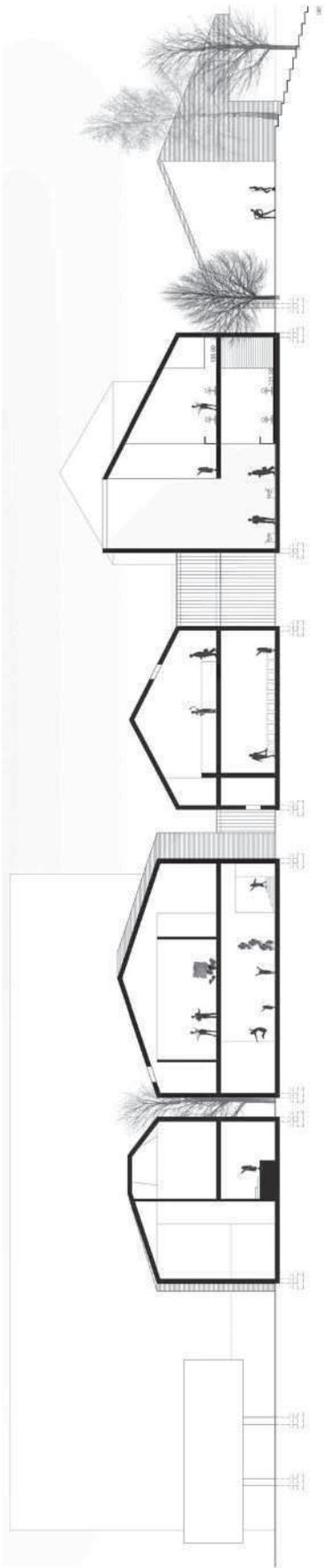
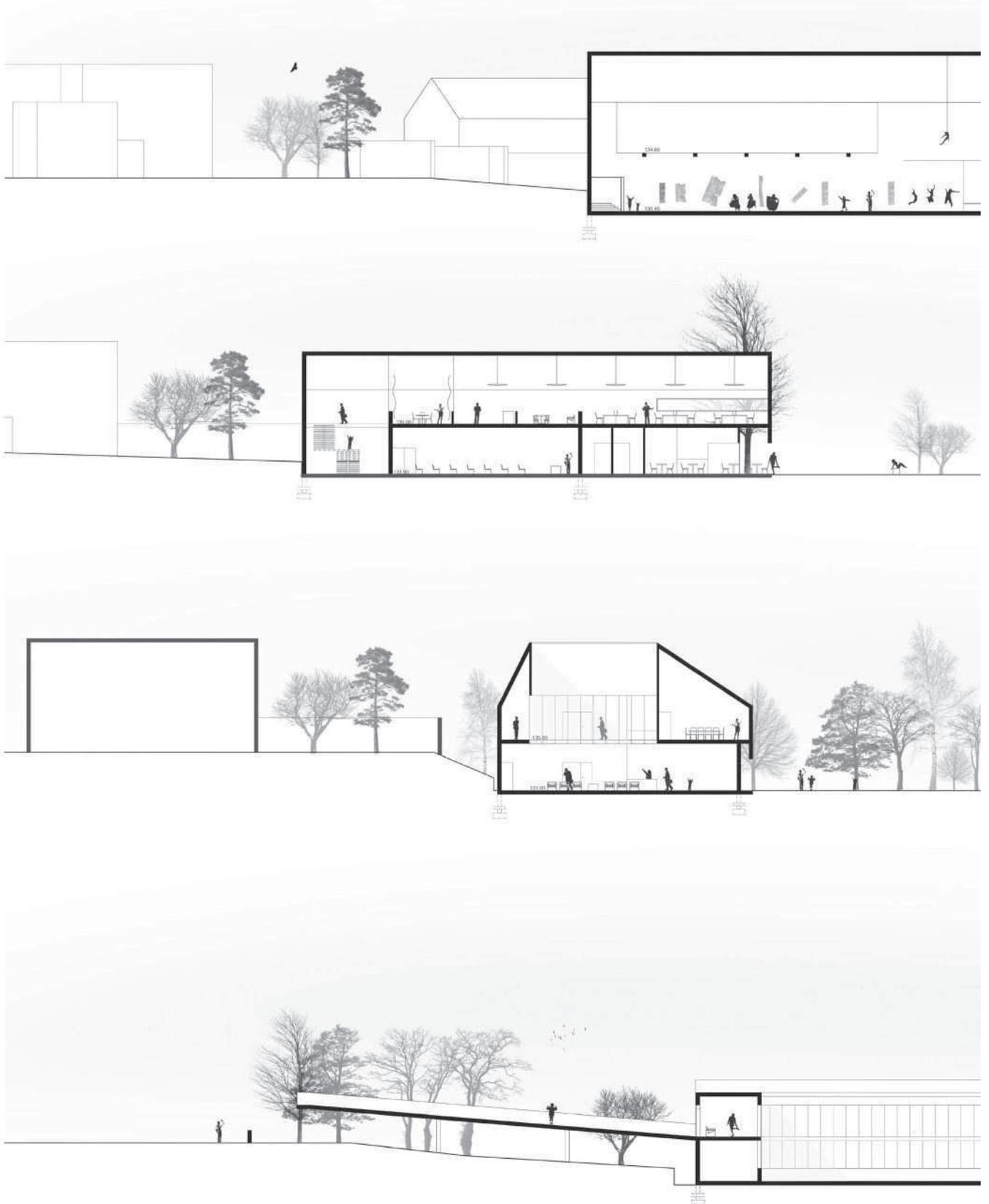


Fig. 107 - Cortes Transversais.



DIMITRI PAVLOV
 Escala: 1:200
 Proyecto: 2023/014

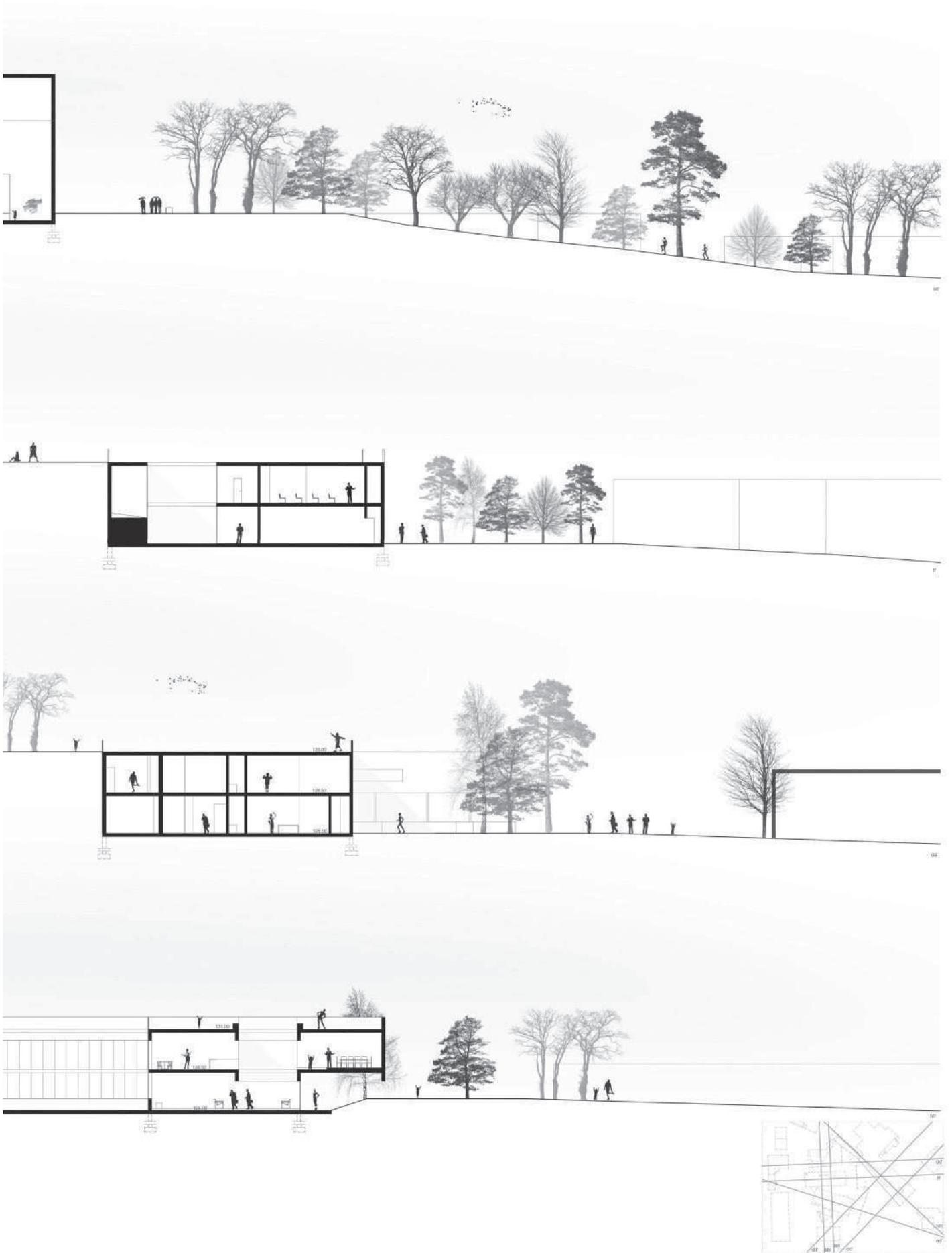


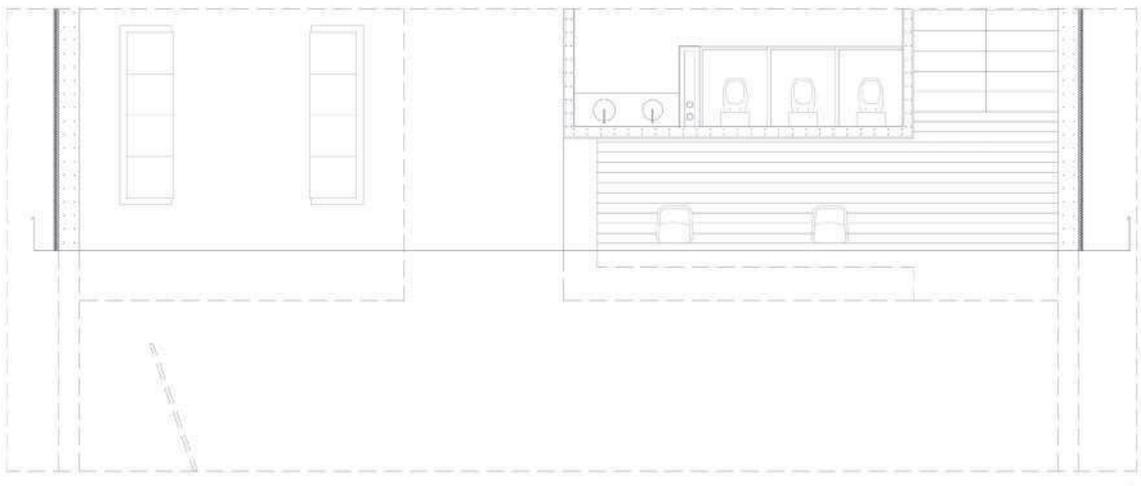
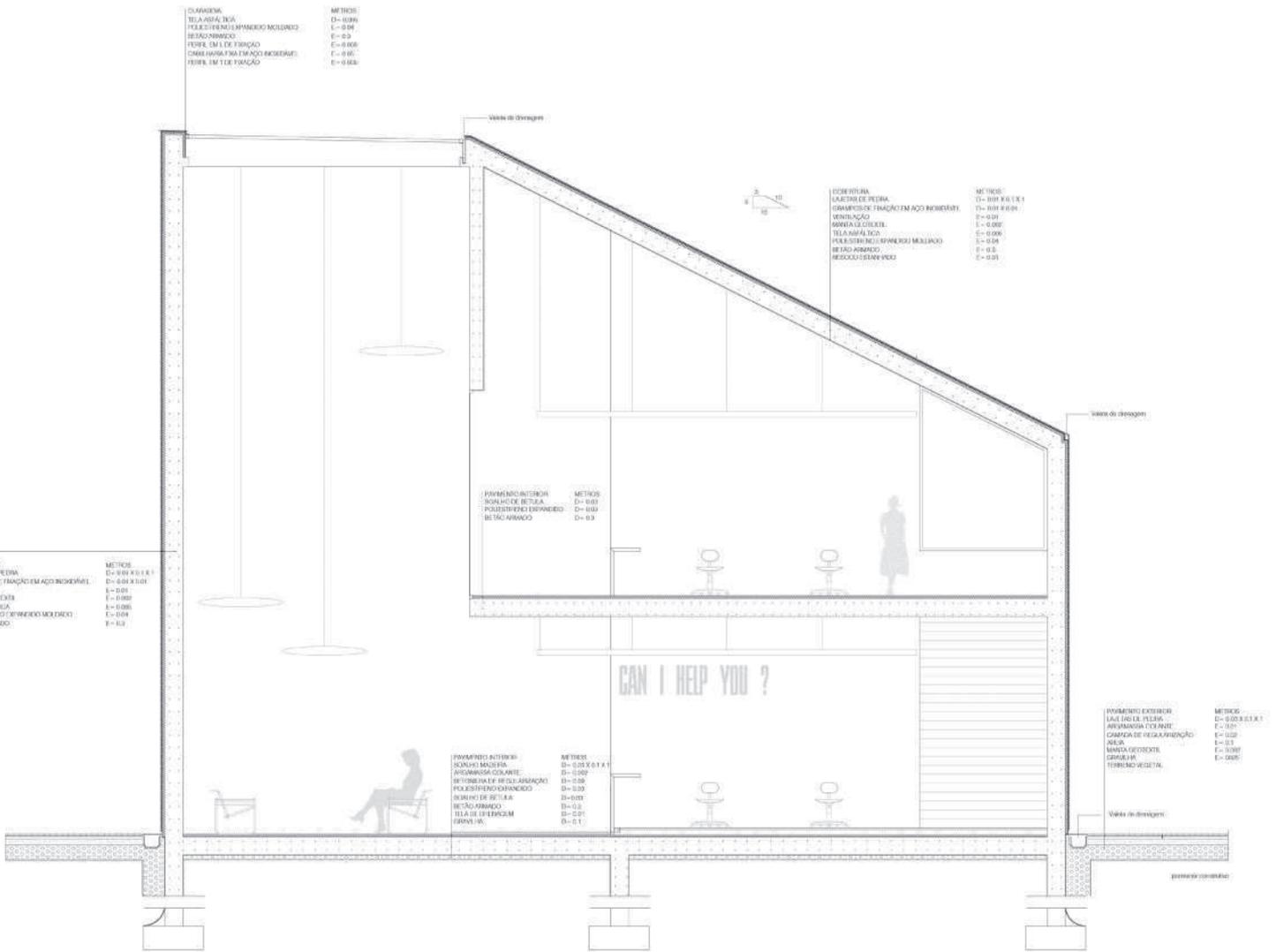
Plano: 100
 Escala: 1:200
 Cota: 100.00 m
 Pro: 08/10/20
 Proyecto: 2013-0014



0 5 10 15
 m

Fig. 108 - Cortes Longitudinais.

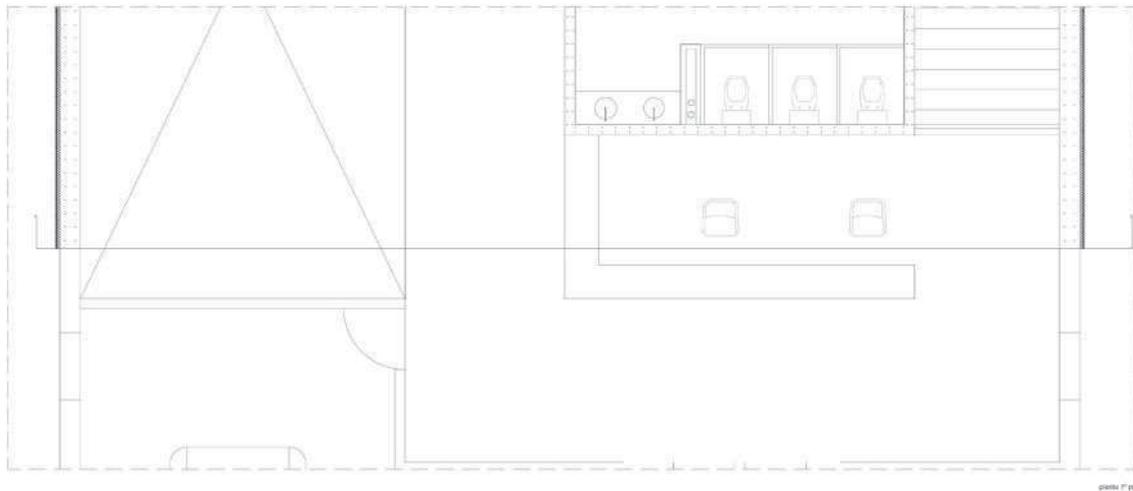
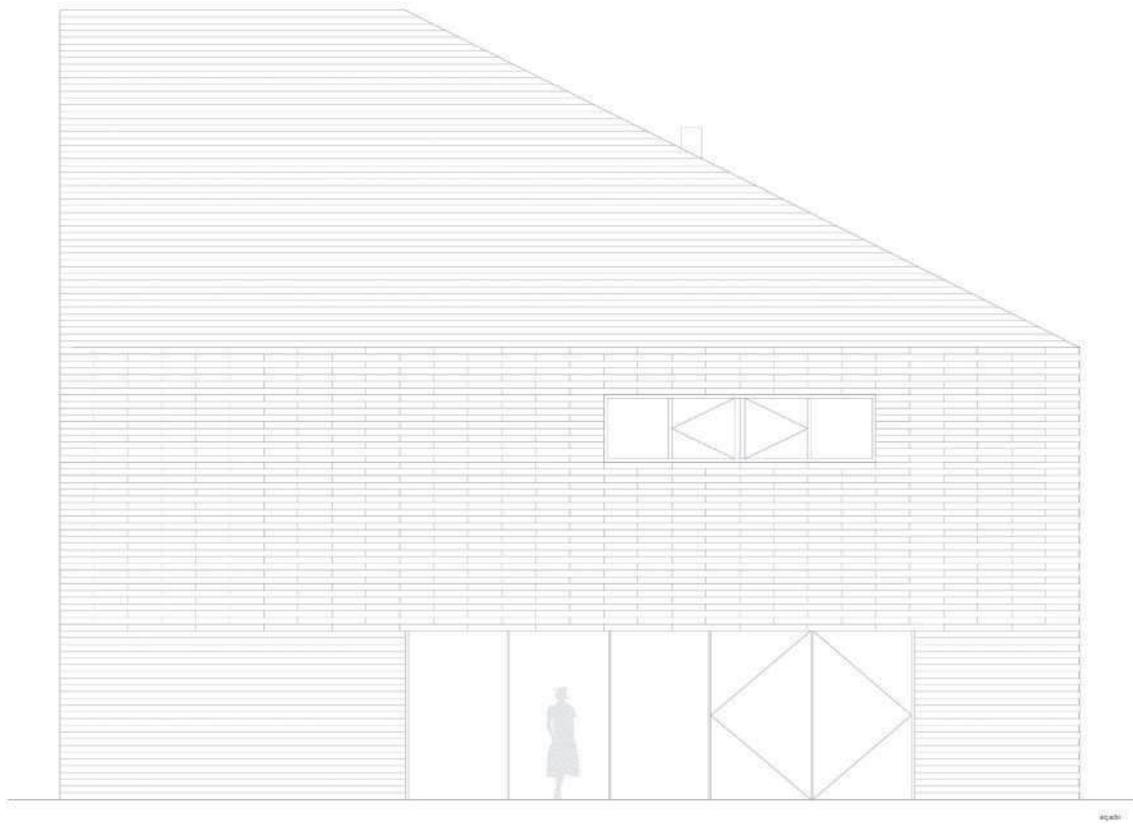




Pormenor Construtivo
 Escala: 1/20
 FIC: 10/2010
 Projeto: 10/2010



Fig. 109 - Pormenor Construtivo.



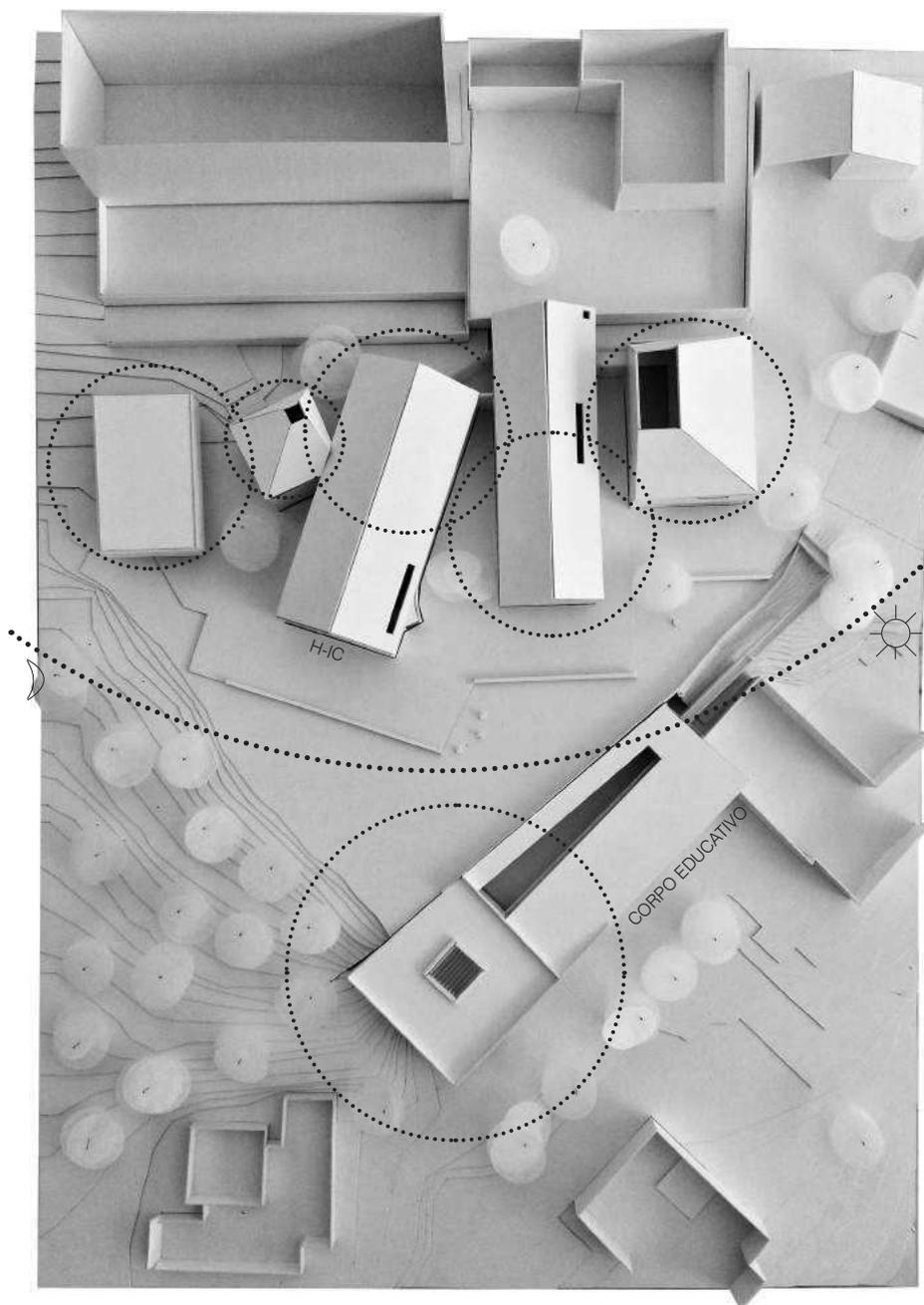
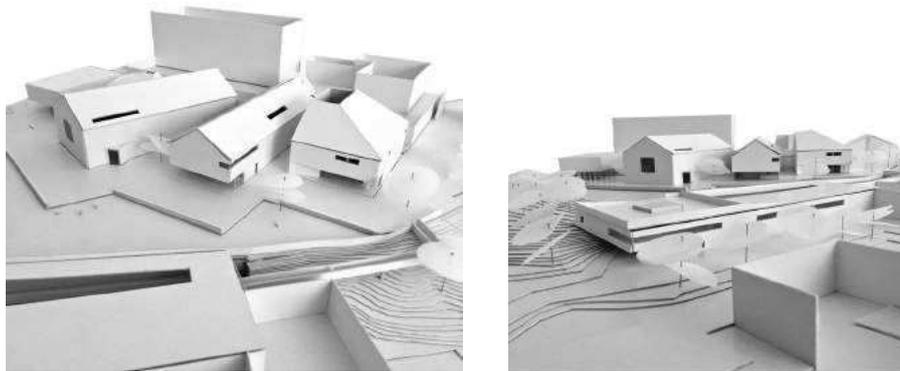


Fig. 110 - Fotos das Maquetas, 1.200; 1.500; 1.50.

