

Há laranjas azuis? Sim, há no Porto: uma proposta de criatiCidade para o Porto¹.

Conferência de abertura da Pós-Graduação em Criatividade, Inovação e Desenvolvimento Humano
Porto, 6 de Maio de 2010

(Introdução: este é um primeiríssimo ensaio para podermos pensar, em comum e de outro modo, a cidade onde vivemos, valorizando a humanidade e a criatividade que nos habitam. Parto de conceitos como o de criatividade, indústrias culturais e criativas, cidade criativa e “criatiCidade”, para os interrogar, à luz de uma cidade como lugar e “valor de expressão” para todas as pessoas e para as pessoas na sua totalidade. Proponho um Porto Solidário pois só ele pode ser um lugar apropriado de acolhimento e projecção do modelo de criatiCidade que aqui defendo. Reflicto em particular sobre o papel da educação, a função crucial das lideranças e termino com um conjunto de desafios que temos diante dos nossos olhos e das nossas mãos)

Joaquim Azevedo²

O Porto, uma proposta de CriatiCidade³.

“O tempo que vivemos, se for mesquinho, amesquinha o eterno”, Agostinho da Silva⁴

A cidade é uma construção social e, como tal, podemos fazê-la evoluir, ao longo do tempo, para novas configurações, tal como aconteceu no passado. Nada do que é social (incluindo portanto a economia) é irremediável, não há percursos sem saída, fatalidades a que estejamos condenados. Nem o desemprego, nem o modelo de trabalho e de ocupação do tempo dito “livre” (e que de livre muito pouco tem), nem o modelo educativo que tanto nos atormenta, nem o modo de vida urbana, que fragmenta e estilhaça, nem os media que desviam o nosso olhar para onde querem, com a nossa resignada complacência, nem o modelo de governação que naturalizamos, nada disto nos carrega de inevitabilidades. Este princípio abre-nos para o exercício da responsabilidade e para a busca de uma cidade que seja um **lugar com todos** e onde a construção do bem comum e da justiça, em liberdade, seja o norte, a missão e a acção agregadora.

¹ Ao longo do texto vou recorrer várias vezes a citações de escritos do famoso pensador português, professor e portuense, Agostinho da Silva (1906-1994). É um grande pensador da Liberdade e da criatividade, da Educação, que para elas conduz e da cultura portuguesa, imaginando um futuro melhor e promissor.

² Professor Catedrático da Faculdade de Educação e Psicologia da Universidade Católica Portuguesa, Porto.

³ Agradeço o apoio dado pelas professoras da Universidade Católica Portuguesa-Porto, Helena Gil da Costa e Joana Cunha e Costa, na elaboração desta conferência, que corresponde aliás a um repto por elas lançado, no âmbito da Pós-Graduação sobre “Criatividade, Inovação e Desenvolvimento Humano”.

⁴ “Educação de Portugal”, 1989, Lisboa, Ulmeiro.

Procurar responder à pergunta sobre se o Porto⁵ é ou não é uma cidade criativa, não me interessa. O Porto tem laranjas cor de laranja e também tem laranjas azuis. Isso é para mim e, creio, para todos os presentes, um ponto assente. Opto aqui e agora por colocar o acento tónico em outro ponto: o Porto precisa, como de pão para a boca, de se renovar, de quebrar o movimento de queda em que se encontra, fruto quer da perda de referências, de pessoas, de empresas, de prestígio e importância económica, quer fruto da reestruturação de valores colectivos e da perda de importantes referentes éticos. Para o conseguir fazer, defendo que o Porto precisa de se reorientar em torno do valor central da dignidade da pessoa humana, da solidariedade e da procura do bem comum, pois este é o melhor berço para desenvolver a sua marca de cidade criativa, livre e motivada a apostar na imaginação e no desenvolvimento humano de todas as pessoas e na capacitação (“empowerment”) de todas as suas inúmeras instituições sociais.

Importa começarmos por colocar os pés na terra. A periferização do Porto prossegue a um ritmo acelerado, a favor de Lisboa, Madrid, Barcelona, Berlim e outras áreas metropolitanas da Europa. Por isso, mais do que contarmos as laranjas azuis que já temos, exibindo-as provincianamente, o Porto tem de continuar a dar uma outra volta: é preciso prosseguir todos os esforços para fazermos do Porto uma cidade criativa e aberta ao mundo, um ambiente urbano capaz de se reinventar em torno da criatividade das pessoas e das instituições, o que implica dar a prioridade à construção de uma comunidade mais solidária e socialmente mais inovadora, em torno de novas redes entre pessoas e instituições, tornando-as cada vez mais próximas, proximidade esta assente no re-conhecimento mútuo e na justiça, uma cidade verdadeiramente de rostos e mãos que se dão para enfrentar os desafios de hoje e os do futuro. Que cidade criativa quer o Porto ser, que modelo de criaticidade quer construir? A minha resposta⁶ a estas questões será o guião central que ilumina o percurso desta breve alocução.

O Porto é uma cidade relativamente pobre e, no actual contexto da globalização, uma cidade necessariamente periférica. Cresceu mal e resolveu as suas principais questões sociais **criando guetos**, outrora as ilhas e os bairros sociais, em número impressionante para o tamanho da cidade, hoje os condomínios privados. Estes guetos são uma má herança e constituem, hoje, fábricas de geração de múltiplas dependências, um factor social de fractura, mais do que um motor de comunicação intercultural e de paz. Em tempos de crise, esta sua realidade dormente acorda e manifesta-se na sua crua nudez. Os idosos são uma parte cada vez maior da sua população e há milhares que vivem isolados e na pobreza. A magna questão do desenvolvimento do Porto (e da sua área metropolitana) é a **questão social** e isso nunca foi clarificado no espaço público, nem mereceu a imprescindível atenção e priorização. Acresce que as suas lideranças, no período democrático, nunca sobressaíram com a força, a orientação estratégica e a determinação necessárias para lhe dar um rumo novo, assente na qualidade e na qualificação de todas as pessoas e das instituições que ancoram o seu capital social, rumo este necessariamente assente

⁵ Porto é aqui tomado como referência de uma cidade, um ambiente urbano suficientemente denso, que compreende, neste caso a cidade do Porto e se pode prolongar a toda a Área Metropolitana.

⁶ A minha resposta não é minha, é fruto de um trabalho em equipa com muitos outros, mormente os que, mais recentemente, no âmbito da Faculdade de Educação e Psicologia da UCP, vamos construindo um corpo teórico-prático em redor da Pedagogia Social.

na liberdade, na responsabilidade e numa alargada participação social. Somos uma cidade que parece caminhar para uma ordem onde impera a resignação, pois já nem com Lisboa vale a pena lutar...

O mundo mudou profundamente, não só a economia globalizada, mas também a cultura e o ambiente que se respira. Assistimos, embalados, a uma revolução da informação e da comunicação que nos abrem imensas portas, ao mesmo tempo que nos embrutece, mais do que esclarece. Pressentimos que a educação (familiar, social e escolar) não está à altura dos maiores desafios deste mundo em permanente e acelerada mudança, que as lideranças políticas manifestam sinais graves de desorientação e desgoverno, estamos conscientes de que a matriz meramente competitiva da economia de mercado está a desumanizar o quotidiano, a fazer galopar o desemprego e a cimentar as desigualdades no mundo, de que a ética e a política perdem terreno para um pragmatismo presentista e para uma subordinação do pensamento prospectivo e humanista ao progresso da técnica e da competitividade económica.

Um dos maiores males dos dias que correm reside nesta recusa em ousar prosseguir, no futuro, o caminho herdado do passado, no que ele tem de melhor: o bom, o belo e o verdadeiro, a justiça e a paz. Ouvimos todos os dias: “De que vale pensar o dia de amanhã? Temos é de viver cada dia e tirar dele o máximo partido, não sabemos o que aí vem e parece que nem será coisa boa!”. Este presentismo constitui a mais clara e atroz expressão da resignação humana, como se se tratasse de um conjunto de condenados a prisão perpétua!

Mas não, não estamos condenados a nada, a não ser, como dizia o portuense Agostinho da Silva, a sermos livres.

Felizmente há muitas pessoas e instituições que têm iniciativa, resistem, lutam, trabalham, esforçam-se; também já fizemos grandes conquistas, nos últimos vinte anos, na educação, na saúde, nas infra-estruturas, na economia e em muitos outros campos. Precisamos, hoje, de canalizar de outro modo as enormes energias que possuímos, a iniciativa que nunca nos faltou, a amor à liberdade que a tantos animou, a solidariedade que sempre resistiu, a ousadia que nos ferve no sangue, a resistência que bebemos de nossos antepassados, a abnegação e a humildade que cultivamos no quotidiano, a hospitalidade e a capacidade de acolher o diferente e o estrangeiro; precisamos de tudo isso e bastante mais para levantarmos a cara.

Levantar a cara?

Este não é o momento adequado para se falar disso, dir-me-ão, estamos mergulhados, como país, na maior crise económica dos últimos cem anos. Sim, mas até isso é preciso interrogar, porque esta crise não é financeira e económica, como nos querem fazer crer, é profundamente cultural e política, pois ela tem sobretudo que ver com valores e modelos de governação e de desenvolvimento social. Estão em questão mitos, equívocos, valores, opções sobre a vida em comum, portanto **escolhas políticas** (e não problemas técnicos), a par de elevados défices de participação e de livre criação humana. Só em liberdade e para a liberdade é possível e vale a pena levantarmos a cara. “Portugal tem de se arriscar à liberdade...se é o nosso ideal a liberdade, só pela liberdade o poderemos atingir, que todos os outros meios emperram em si mesmos.” (Agostinho da Silva)⁷.

⁷ Ibidem.

Entretanto, para focarmos a nossa temática, têm vindo a ganhar um enorme força mediática e social as chamadas “indústrias culturais e criativas”, as “cidades criativas” e um pouco por todo o mundo se assiste a uma mobilização das cidades em torno de novos conceitos, se edificam novos objectivos estratégicos de desenvolvimento social e novos projectos inovadores de cidade. O Porto constituiu a ADDICT⁸, com mais de setenta entidades da região, o Presidente da República deu enorme visibilidade a esta dinâmica no seu discurso no 25 de Abril passado. A Comissão Europeia lançou, dois dias depois, o Livre Verde sobre “Libertar o potencial das indústrias culturais e criativas”. Há Conferências, Seminários e Workshops muito variados sobre esta problemática, ela entrou claramente na agenda política. O Porto está a tomar a dianteira, mais uma vez.

A coisa está a ferver e nós não a podemos ficar a ver.

Ela está debaixo dos nossos pés, à frente das nossas mãos, ao alcance dos nossos olhos e, sobretudo, não está, como poderia e deveria, dentro das nossas mentes, devidamente pensada. Mas, a oportunidade é flagrante e não a podemos perder.

Este movimento, veloz como todos os que a actualidade gera e, por isso mesmo, apto a deixar marcas impressivas, que facilmente naturalizam os fenómenos e os conceitos, precisa de ser pensado e submetido a interrogação. Ora, isto é decisivo, sob pena de estarmos a tomar o rebuçado pelo papel que o embrulha.

As crises representam sempre oportunidades, assim as saibamos perscrutar e pensar. Não podemos perder mais esta crise-oportunidade para humanizar o percurso de uma economia e de um modelo de desenvolvimento que tendem, pelo mundo fora, na maioria dos seus segmentos, a delapidar a natureza e a desrespeitar os direitos humanos, deixando de fora do trabalho uma percentagem cada vez maior da humanidade, o que torna o nosso futuro verdadeiramente insustentável, se não mesmo insuportável.

Será o Porto uma Cidade Criativa? Como disse, não me interessa ir por aqui, porque não vai dar a lado nenhum, seja sim, seja não, seja nim. Prefiro colocar outra questão, bem mais estimulante: como pode o Porto tornar-se uma cidade criativa, como pode o Porto desenvolver a sua criatiCidade, ou seja, **os dinamismos de uma cidade que aposta na criatividade e na inovação social?**

Os conceitos, em primeiro lugar

A criatividade que aqui quero considerar é a criatividade na cidade (o que designo por criatiCidade). Por isso, o conceito de criatividade a que aqui recorro não é apenas credor do contributo daqueles que o qualificam como o que é original face às normas, com valor acrescentado socialmente reconhecido. O conceito de criatividade não pode também ficar prisioneiro nem de perspectivas individualistas e epifânicas, nem de perspectivas tecnicistas e economicistas e até meramente produtivistas. Temos de o considerar e centrar desde logo **no seu valor de exercício da subjectividade e de manifestação da liberdade do ser humano, as pessoas, as equipas, as instituições, manifestando-se socialmente em ideias, projectos, produtos e soluções**

⁸ Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Culturais e Criativas, constituída em 2008, no Porto. Conta, em Maio de 2010, com ---associados.

inovadoras, que transformam e melhoram a vida em comum. Aliás, é sobretudo dentro desta capacidade humana de criar laços, de exprimir relações solidárias, como dom, diante do outro, diante de problemas, dramas pessoais e sociais, constrangimentos e obstáculos aparentemente intransponíveis, que irrompe a criatividade na cidade. Esta surge assim tanto como uma constelação de possibilidades (potencial criativo de pessoas, grupos, instituições, associações, redes), como uma multiplicidade de manifestações (ideias, projectos, acções, produtos, soluções).

Os modelos teóricos sistémicos de criatividade, em que esta é aceite como fenómeno pessoal, psicológico, cultural e social, como novidade integrada nas práticas sociais, compreendendo portanto os três grandes eixos tradicionais de análise da criatividade, a saber, a pessoa criativa, o domínio simbólico e o campo social, constituem um contributo muito útil para pensarmos a criatividade na cidade. De igual modo, as concepções associacionistas da criatividade (ex. Mednick), que valorizam o acaso (encontram aquele e aqueles que procuram), o jogo de correspondências (em que a criação poética e as suas homónimas, assonâncias, rimas e dissonâncias podem constituir um bom modelo) e a mediação (a evocação do necessário através da mobilização do comum e dos sistemas de símbolos) podem fornecer-nos elementos úteis a explorar, a par também da reflexão sobre as práticas sociocomunitárias bem sucedidas e mobilizadoras da criatividade das pessoas e dos mais variados actores sociais em dados territórios⁹.

A criatividade na cidade é um processo, não é um produto, porque se fundamenta no encontro das pessoas e das instituições e na sua acção solidária e multifacetada na procura do bem comum.

Estamos, em todo o caso, na infância da arte. Temos um longo caminho a percorrer para ir explicitando este conceito teórico-prático, certos de que a sua explicitação é essencial ao fomento da criatividade na cidade. Adiante procurarei esclarecer algumas vertentes do que entendo como dimensões nucleares da criatiCidade.

A inovação é aqui tomada em articulação com a criatividade e como processo de implementação das ideias, produtos e soluções criativas.

O conceito de “cidade criativa” foi desenvolvido no fim dos anos oitenta, por autores como Charles Landry (2000 e 2005), Richard Florida (2005), Lee Sun-chul (2009), Peter Hall (1998), Ralph Ebert e tal. (1994) e **faltam**) e rapidamente se foi articulando com um outro sobre “indústrias culturais e criativas”, o que tem gerado alguma confusão no modo de apropriação social dos novos conceitos, tornando-os buzz-words. Deixamos as definições de indústrias culturais e criativas¹⁰ em notas e focamos a nossa atenção na perspectiva da cidade criativa.

⁹ Exemplo: a dinâmica socioeducativa TCA-Trofa Comunidade de Aprendentes (www.trofatca.pt) e o processo de elaboração do Diagnóstico Social do Porto (www.porto.ucp.pt) constituem bons exemplos e desenvolvem-se com base na nossa Faculdade de Educação e Psicologia, na Universidade Católica, no Porto.

¹⁰ As "indústrias culturais" são as indústrias que produzem e distribuem bens ou serviços considerados no momento da sua concepção como tendo uma qualidade, um uso ou uma finalidade específica que incorpore ou um veicule expressões culturais, independentemente do valor comercial que estes bens ou serviços possam ter. Além dos sectores tradicionais das artes (artes do espectáculo, artes visuais, património cultural - incluindo o sector público), esses bens e serviços também incluem filmes, DVDs e vídeos, rádio e televisão, vídeo games, novos *media*, música, livros e imprensa. Este conceito foi definido em relação às expressões culturais no contexto da Convenção da UNESCO sobre a Protecção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005)¹⁰

Esta noção de “cidade criativa” tem vindo a ser adoptada por decisores políticos, por projectistas urbanos, por economistas e sociólogos, arquitectos, educadores e engenheiros e aplicada tanto ao desenvolvimento local como à regeneração urbana (veja-se o caso da SRU Porto Vivo, no Porto) e à nova gestão das cidades.

“The creativity of the Creative city is about lateral and horizontal thinking, the capacity to see parts and the whole simultaneously as well as the woods and trees at once”. (Charles Landry, *Lineages of the creative city*, 2006)

A sua abordagem é igualmente muito multifacetada. Podemos dizer que se trata de colocar a criatividade e a inovação no centro e ao serviço do desenvolvimento social das cidades, tomando estas como territórios motores e catalisadores do desenvolvimento, no quadro de uma economia que cada vez mais integra e valoriza o conhecimento e de um modelo de desenvolvimento que integra e valoriza as diferentes expressões humanas de todos os membros de cada comunidade. Cruzam-se assim nas agendas políticas das “cidades criativas” a cultura como um segmento propulsor do desenvolvimento, a regeneração urbana e espaços e tempos degradados e mortos, o urbanismo e a arquitectura, as políticas locais de desenvolvimento comunitário, a gestão territorial da *res publica* envolvendo o sector estatal público, o sector associativo e solidário e o sector privado, a qualificação das pessoas, o investimento em I&D e a inovação, a coesão social e a integração multicultural, em ordem a melhorar a qualidade de vida e a envolver a população na resolução dos seus problemas. Não vamos aqui debater os diferentes conceitos, mas existem visões muito antagónicas acerca do que pode ser uma cidade criativa, face às quais vale a pena estar atento: elitistas, comunitaristas, economicistas, cognitivistas, culturalistas, voluntaristas e talvez mais algumas. O conceito deve ser perspectivado pelo menos sob três prismas principais: como ferramenta analítica, como referência estratégica e como instrumento de acção política¹¹.

Porto, cidade criativa? Uma proposta de criatiCidade.

Perspectivada a definição geral que adoptamos, vamos focar-nos agora nas perspectivas de referência estratégica e de instrumento de acção política (na *polis*). De facto, a grande vantagem do recurso a este conceito é desde logo cultural, ou seja, visa criar uma visão, um elevador aspiracional na mente e na imaginação das pessoas e das instituições de cada cidade. Por um lado, no Porto, há muito mais potencial de imaginação do que se imagina, haja lugar à sua expressão, ou seja, haja lugar à sua manifestação e valorização social; por outro, este potencial é muito mais importante do que se julgava para arquitectarmos e construirmos uma sociedade mais justa e solidária, um ambiente de realização humana de cada um e de todos. O lado mais negro da cidade, que tem vindo a pintar-se cada vez mais escuro, precisa de recorrer a este conceito-polarizador para sairmos da escuridão, desde uma ilha de Cedofeita ou Campanhã e ao bairro do Aleixo até à Guerra Junqueiro e à Marechal (onde tendemos a localizar a luz). Há muitos portos no Porto, mas essa é uma debilidade-riqueza que temos de enunciar, valorizar e problematizar *ab initio*.

As vias ordinárias não chegam para dar uma resposta, temos de recorrer a algo extraordinário, uma visão partilhada acerca do futuro, um mito, “o nada que é tudo”,

¹¹ Na economia desta reflexão, não vamos aprofundar esta polissemia do conceito de cidade criativa, embora essa seja uma importante tarefa, antes preferimos focar, a partir daqui, no modelo de criatiCidade que propomos.

como nos ensinou a pensar o grande Pessoa. Temos de edificar novas oportunidades visionárias que nos catapultem para uma vida mais digna, para um horizonte humanista de renovada vida em comum. Para isso, só em comum o podemos construir, não como uma “intervenção” externa, um “remédio” que se aplica aos doentes, como mais um milagre que cai dos céus dos políticos miraculosos, mas como **uma responsabilidade comum e um conjunto de múltiplos compromissos pessoais e institucionais**.

A criatiCidade pressupõe, alimenta-se e projecta, em termos matriciais ou fundamentais, a liberdade.

Por isso, o conceito, apesar de multifacetado e ambíguo, desde que esclarecido, é útil, é prático e é forte: apela ao que de melhor tem o ser humano, a sua capacidade de reinventar a sua vida e a suas relações com os outros, em prol de uma vida melhor para todos. **É algo teórico e, ao mesmo tempo, muito prático**. Ser criativo na cidade e tornar a cidade criativa, aquilo que chamo “criatiCidade”, está ao alcance de todos, desde o operário da construção civil ou a pessoa que trabalha em serviços de limpeza, até ao cientista e ao funcionário público, desde o empresário ao trabalhador da indústria e ao educador social, não se devendo por isso, fechar em torno dos artistas e “criadores” (Agostinho da Silva dizia que “o homem não nasceu para trabalhar, mas para criar”). Todos os interessados (o que se repete como sendo “stakeholders”), das esferas pública estatal, privada e associativa, todos os cidadãos devem ser encorajados a mergulhar numa cultura de criatividade. Há uma preciosa biblioteca que temos de construir, é a que reúne aquilo que ainda não sabemos, mas que vai coligindo as perguntas que povoam os nossos olhos e ouvidos, as nossas emoções e os nossos diálogos, as nossas falhas e os nossos erros, as perguntas certas e as erradas; a biblioteca da imperfeição é a única que nos pode levar a mais perfeição (glosando ainda o portuense Agostinho da Silva). Só podemos ir desenvolvendo a criatiCidade do Porto à medida que o pensarmos e fizermos (como já pensamos e fazemos).

Por último, a expansão da criatividade das cidades e a construção de cidades criativas requer uma fina capacidade de articulação entre as ideias e a sua implementação e avaliação, a experimentação e o erro, reclama a abertura de uma auto-estrada para a inovação social. A inovação social que defendo é a que se sustenta na cooperação, no **poder com e não no poder sobre e para**, no confronto de perspectivas e de projectos entre diferentes área da teoria e da experiência prática, na tensão e no conflito sociocultural, na partilha de problemas, de perguntas e de soluções em aberto e em marcha. Não será com a **lógica de silo**, fragmentária e de verticalização departamental, que se responderá com eficácia, eficiência e respeito pela dignidade humana às múltiplas formas de fragmentação social que existem na nossa cidade. Inovação social, nestes termos, conjuga-se com experiencialismo, cruzamento de fronteiras, cooperação e co-criação (Diogo Vasconcelos¹²), ataca as áreas onde a população e as lideranças identificam existem os maiores problemas sociais e rasga ideias, projectos e soluções para eles, com reconhecido valor social (não sujeito necessariamente ao imperativo do valor comercial)

¹² Diogo Vasconcelos, comunicação apresentada no “Workshop on “Europe and social innovation”, 2009.

A “criatiCidade” sustenta-se no pensamento criativo que é uma **competência de todos**, que se aprende e educa, que pode ser estimulada e reforçada, sustenta-se em cooperação, em articulações em rede, em pessoas e instituições que querem ir ao encontro dos outros e co-criar, sustenta-se também em cidadãos altamente qualificados, em decisores políticos de mente aberta e em pensadores muito dinâmicos, criadores e executores, artistas e criadores de novas ideias, produtos e negócios, subindo na cadeia de valor, em organizações inovadoras e numa excelente capacidade de vender as marcas ganhadoras e os novos conceitos e produtos, sustenta-se num ambiente de liberdade, positivo e atrator de novas ideias e de talentos inovadores.

O destacado papel da educação

A **criatividade começa na educação** e a educação começa no ambiente familiar, desenvolve-se no meio social e fomenta-se em meio escolar. O ambiente familiar é o primeiro e principal contexto e agente de desenvolvimento humano. Também ele precisa de ser apoiado, com aprendizagem cooperativa entre famílias e com formação de pais, como temos vindo a fazer na Universidade (até porque “os pais não são heróis”). O conjunto da sociedade e dos seus media carecem de profunda reflexão sobre o papel educativo (não escolar, obviamente) de toda e qualquer instituição, não só, mas também, nas empresas, nos meios de comunicação social, nos serviços públicos estatais e em qualquer associação. Deixando agora de lado estes dois primeiros e muito importantes contextos educativos, que muito devem articular-se com o terceiro, foquemo-nos na educação escolar. Para tal tomo duas perspectivas: a educação criativa e a educação para a criatividade. Será o nosso ensino criativo? Educará ele para a emergência da criatividade em cada pessoa criança, jovem e adulto?

Se é verdade que a educação pré-escolar, exactamente porque o é, não-escolar, e permite fugir aos constrangimentos da educação escolar e potenciar a capacidade de cada um se descobrir na relação com os outros e de se expressar na sua autenticidade (e fazê-lo no seio da imitação dos adultos e dos referentes principais), já o mesmo não ocorre na educação escolar, registando-se um **efeito guilhotina**, entre os cinco e os sete anos, com a passagem para os primeiros anos de escolaridade. Ao fim de um, dois, três anos, a tendência geral é tudo conformar à forma escolar. Quem dita a norma é o adulto-professor, assente no currículo prescrito, a imitação passa a constituir a única norma, a divergência e a lateralidade de pensamento são geralmente rejeitadas, a diferença é desvalorizada e, quando muito, tolerada (salvo raras e honrosas excepções).

E não tem de ser assim. Como bem deixou claro Isaiha Berlin (1958), há cinquenta anos, ao enunciar os conceitos de liberdade negativa e de liberdade positiva, é possível, quer em contextos condicionados quer em contextos de livre expressão das autenticidades pessoais, desenvolver a criatividade, a criatividade com **c** minúsculo, como diz Anna Craft (2004¹³) e como aqui o usamos. Diante do mundo complexo, incerto e caótico que têm diante de si, as crianças devem ser estimuladas, também em ambiente escolar, a desenvolver uma abordagem criativa tanto para a análise dos problemas como para a sua resolução¹⁴. Para que tal aconteça, o diferente emerge, a

¹³ In “Criatividade e Educação”, de Anna Craft e tal. (2004), Lisboa, Associação Educativa para o Desenvolvimento da Criatividade.

¹⁴ O pensamento criativo implica mais do que o treino do pensamento dedutivo. Muitos pensadores sugerem que se valorizem os pensamentos indutivo e adbutivo (Peirce, **citar**), pois só assim se podem formular novas hipóteses

formulação de uma pergunta nova ocorra, a procura de um outro caminho aconteça, é decisivo não só contar com bons professores, como é obviamente fundamental promover a aquisição das ferramentas básicas do “conhecimento codificado”, o Thesaurus Cultural herdado do passado, aliando a valorização e crítica ao “conhecimento tácito” adquirido ao longo da vida. Nada disto é impossível, mas esta combinação entre prescrição e criação deixa muitos educadores escolares receosos, remetendo-os para a (aparente) segurança de agarrar apenas a tábua do seguir à risca o prescrito, mesmo que 40% das crianças e dos jovens continuem a ficar pelo caminho, em termos de sucedidas aprendizagens escolares, antes de concluírem doze anos de escolaridade **obrigatórios** (tornados compulsivamente obrigatórios pelo Estado).

Acompanhar os percursos escolares de cada aluno, estimulando as aprendizagens e com elas a emergência da sua imprevisível e irrepetível (única) humanidade, é tarefa difícil e muito complexa, a que, apesar das dificuldades que conhecemos, muitas escolas e professores se dedicam, com muito amor e competência. Mas as falhas ainda são muitas e a aprendizagem organizacional e educacional a fazer ainda é imensa. Estamos a dar importantes passos neste sentido, ainda iniciais, em termos de qualidade, passada que foi a fase de não deixar ninguém em filas de espera. Mas temos de trilhar com muito mais determinação e sentido de orientação e focagem este caminho, sem nunca daí “tirar o pé”, pelo menos nos próximos trinta anos. A “economia do conhecimento” é uma espada suspensa sobre o nosso país e a nossa cidade, mas é também uma oportunidade de outro para recentrarmos as nossas prioridades. O tempo é um aliado difícil, eu sei, mas torna-se mais fácil vivê-lo assim intensa e criativamente se formos trazendo para dentro do seu fluir quotidiano a cooperação, as redes entre professores e entre escolas, a inovação social no campo da educação (familiar, social e escolar).

Inscrever a imaginação criadora no ADN sociocomunitário

Diante de oportunidades socioculturais que se abrem de modo tão imprevisível e diante de desafios que ainda estamos longe de equacionar, ou avançamos, inscrevendo a pegada da criatividade e da inovação no ADN escolar e social ou vamos chegar mais uma vez muito atrasados e humana e socialmente deformados ao futuro. Explícito de seguida esta perspectiva central da minha comunicação.

Todos terão de aprender a “arte da possibilidade” e o “jogo da contribuição” de que fala o casal Zander (2002¹⁵), a usar a imaginação, todos devem ser encorajados a descobrir, *Sim, mas a criatividade requer isto... e isto...e nós aqui não temos. E se fizéssemos...? Sim, e se...? Porque não fazer isto hoje...O meu contributo vai ser...É preciso abrir constantemente novas possibilidades e não fechar as oportunidades (muitas vezes formuladas com base em falhas e erros, em questões dos alunos e dos cidadãos, quantas vezes questões impregnadas nas suas críticas e sugestões). A criatiCidade implica esta nova linguagem, um novo linguajar quotidiano, em cada encontro, em cada programa e projecto, em cada instituição e encontro entre pessoas e*

e formulá-las não só após a sua confirmação, mas como suposição, formulando perguntas e apostando em probabilidades, colocando a inteligência em livres movimentos, nutridos por emoções e experiências de vida, pessoal e comunitária. E isso é algo que podemos e devemos realizar em comum, enriquecendo a biblioteca da criatividade de que acima falava.

¹⁵ In “The art of possibility” de Rosamund Stone Zander e Benjamim Zander, Penguin Books, 2000.

instituições: *porque não...? E se...? E se tentássemos em conjunto? Que contributo vou dar hoje?*

Por isso, a criatiCidade **como característica transversal da nossa cidade**, que implica famílias e escolas, associações culturais e recreativas, empresas e juntas de freguesia, paróquias e fundações, meios de comunicação social e bancos, **é também um clima**, um ecossistema onde os valores culturais e simbólicos actuam como catalisadores do desenvolvimento global (Landry, 2000 **Joana**), um ambiente que se cria, com tenacidade de orientação e persistência de acção¹⁶.

Ou seja, a questão não consiste em definir regras para olhar diferentemente o igual, mas em olhos que são estimulados a olhar o igual divergentemente e o diferente e divergente como parte de mim, são percepções, sentimentos, atitudes e comportamentos, **não são conteúdos impostos, nem normas organizacionais**.

A criatiCidade assenta ainda no estímulo das atmosferas colaborativas, que se sustentem no acolhimento dos outros e no re-conhecimento mútuo (conhecer de novo aqueles, pessoas e instituições que pensamos que já conhecemos, conhecer com o propósito de dar um novo valor), usando todos os meios disponíveis (tradicionais e *high-tec*) para **criar rede** entre instituições e pessoas, desenvolver novas relações, formular novas hipóteses e **partilhar o conhecimento novo com outros**, daqui ao lado e de todo o mundo (o novo cosmopolitismo do Porto radica aqui) em ordem a fazer **dos compromissos concretos e solidários e da imaginação criadora** o cimento da criatiCidade.

A criatiCidade é esse clima heurístico¹⁷ e socioeducativo que encoraja e estimula, que cria um ambiente motivacional para as mais diversas pessoas e organizações serem criativas e inovadoras (não é, por isso, um problema de elites, embora as elites façam parte tanto do problema como da sua superação), **abrirem novas possibilidades**, em conjunto, sob a forma de um novo tipo de relações sociais e de programação estratégica (Vigário, **Joana**), fundada já na **participação social e na co-criação**, na atracção da imaginação, na estimulação da presença activa e talentosa de todos. Se não houver este constante esforço e apelo socioeducativo, heurístico e colaborativo, este encorajamento constante (que reclama articulação e definição, meios, tempo, adequada comunicação, lideranças capazes, avaliação contínua), tudo voltará ao mesmo ponto (ou talvez um milímetro adiante), passada a euforia económica e a moda em torno das “Indústrias Culturais e Criativas”.

A criatiCidade é também a capacidade de **a cidade estimular a criatividade** nas mais diversas esferas da vida em comum, **no espaço público**: nas empresas, nas escolas e nos bairros, nas associações de moradores e nas autarquias (com destaque para as Juntas de Freguesia¹⁸), nas escolas, nos hospitais, nos serviços estatais, nas instituições do terceiro sector, é a cidade que acarinha e impulsiona a investigação, a liberdade de pensamento e acção, que olha as tensões e os bloqueios como

¹⁶ Nota sobre as cinco asserções **pag 7 Joana**

¹⁷ No limite poderíamos conceber como sinónimas quer a cidade criativa quer a cidade heurística, ou entender esta como elemento central na definição daquela.

¹⁸ A elaboração participada do Diagnóstico Social do Porto revelou uma realidade muito rica e pouco referenciada da nossa cidade: o enorme potencial de conhecimento, de articulação local, de acção e de abertura à inovação que existe nas Juntas de Freguesia da cidade.

potenciadoras da criação, que aprende com as falhas e os erros, com o caminho que vai fazendo, que imprime novas dinâmicas à análise e resolução de problemas e impasses.

Importa para isso reforçar as que existem e criar novas oportunidades para desenvolver **práticas de cooperação, projectos comuns e interculturais**, para a **expressão livre de todas as culturas, para a experimentação do novo, para a emergência do referido novo poder com**.

Há inúmeras iniciativas de promoção da criatiCidade que **são simplesmente ignoradas** porque não são analisadas, descritas e comunicadas nas redes informais e formais de comunicação. A perda quotidiana de energia criadora e inovadora é dramática.

A criatiCidade também pode ser estimulada com a **atração de talentos**, vindos de **dentro e de fora**, assim como com a educação de novos talentos, no quadro da elevação do nível de educação e cultura de toda a população. Eles podem *pro-vocare* as pessoas e as instituições para caminhos novos, para a formulação de novas hipóteses, para contributos inesperados. Todavia, não concordo com os que reclamam que basta “importar” talentos. E eles com quem é que “talentam”? Falam para si próprios, fecham-se nas suas redomas, deliciam-se a ouvir o seu eco, como é tão usual no “debate público” que existe na cidade, que verdadeiramente de público só tem a embalagem!

A criatiCidade também se estimula **encorajando, distinguindo e premiando** os mais criativos de entre nós, grupos, instituições e pessoas (como acaba de fazer, pela primeira vez, a CCDRN¹⁹), dando visibilidade àquilo que queremos que seja uma orientação central da vida das comunidades: **a abertura ao outro e a cooperação**, rejeitando, como caminho de futuro para a cidade, a formação de “comunidades de mesmidade” (Bauman), o fechamento em torno dos mesmos, dos que são como eu, mas confiando nesta característica humana e social fundamental da cooperação e da dádiva. Dar é muito mais importante do que receber, o **dom de dar** é a seiva da criatiCidade.

Bom, mas faltam-nos **lideranças fortes e capazes** de entrar dentro deste novo clima de confiança e compromisso nas cidades. É verdade, por isso vamos abordar essa importante questão.

O magno problema das lideranças

A dinâmica colaborativa que aqui defendemos, o exercício de responsabilidades partilhadas por inúmeras pessoas e instituições e a concretização de compromissos em prol do bem comum, não dispensam as lideranças, antes pressupõem um certo tipo de fortes lideranças da *polis*. Mas de que lideranças falamos?

As lideranças da cidade, em ordem à sua articulação com o conceito de criatiCidade aqui desenvolvido, devem possuir algumas características que enuncio mais brevemente:

¹⁹ Prémios Inovação Novo Norte, [completar](#)

-os líderes desta cidade criativa **não devem temer a perda de protagonismo e poder**, sob o efeito do radical incentivo que têm de dar ao fortalecimento das instituições e da “liderança partilhada” da cidade, pois só este fortalecimento institucional, sustentado em “alianças de lideranças” para a renovação da cidade (como se fez em Liverpool²⁰), permite um cidade verdadeiramente marcada pela criatiCidade; esta depende mais da fortaleza de muitas e diversificadas instituições sociais do que da exibição da fortaleza de meia dúzia (aliás, sempre as mesmss, que é outra má tradição do Porto);

-estas lideranças devem para isso praticar consciente e estrategicamente **o poder com** e não o poder sobre e para, que desresponsabiliza e neutraliza pessoas e instituições em volta (e depois, para nos justificarmos falamos da “debilidade da sociedade civil” ou de que “eles só se juntam para beber uns copos”);

-estas lideranças fomentam, mais do que iniciativas próprias e divinamente inspiradas, as dinâmicas **interinstitucionais e interprofissionais e interterritoriais**, pois só elas dão sustentação à perspectiva de cidade criativa e inovadora que aqui defendi (de pouco vale, dentro deste quadro conceptual, aplicar uma dita “estratégia de abertura”, em que a instituição **A** celebra muitos protocolos com outras instituições, mas com a garantia e o objectivo central de se manter, ainda mais legitimada, **no topo da pirâmide** dessas relações interinstitucionais que cria);

-estas lideranças **confiam nas instituições e pessoas** da cidade e incentivam, em liberdade, a sua **conectividade** e cooperação, favorecendo fortes **laços de coesão social**, origem dos **compromissos comuns**;

-estes líderes promovem os meios para estimular **a imaginação de todos**, em qualquer instituição e dinâmica da cidade, a imaginação, esse recurso barato e inesgotável, ao serviço da inovação e de uma melhor cidade para todos;

-estas lideranças são capazes de **recriar os modelos de desenvolvimento urbano** e de cidade, sob o signo da hospitalidade, da proximidade, da cooperação, da ajuda fraterna, da realização humana de cada um, em liberdade;

-estas lideranças **não temem as tensões e os bloqueios**, antes os olham como desafios à criatividade, problemas e enfrentar por todos e não a deixar para depois do desenvolvimento ter ocorrido (como muitos me diziam: primeiro está o desenvolvimento bem dirigido, *top-down*, e depois então podemos abrir as dinâmicas sociais à participação de todos).

Agostinho da Silva dizia que, além da acção e do pensamento ortodoxo e do heterodoxo, era importante cultivar, no espaço público, o paradoxo²¹, pois este era o “fim último da cultura portuguesa”, com isso querendo dizer “o importante é instalarmo-nos no paradoxo. Medo tenho eu do ortodoxo e do heterodoxo, que me coibiriam de fazer algo que muito me agrada: poder conversar com pessoas de vários pensamentos, várias atitudes, com a capacidade de as entender em si mesmas, sobretudo quando alguma me aparece com sinal inteiramente contrário ao meu”.

²⁰ Liverpool, Capital Europeia da Cultura, 2008

²¹ Ver Artur Manso “Agostinho da Silva - um pedagogo contemporâneo português em busca de uma educação para o futuro” e “Dispersos”, de Agostinho da Silva, 1989.

As lideranças de que aqui falamos comportam quatro dimensões essenciais: a **moral**, porque é preciso estar inspirada em valores nucleares de inspiração humanista e porque é urgente retirar espaço à corrupção; a **intelectual**, porque esta nova perspectiva do desenvolvimento urbano e social requer a adopção de uma outra visão e missão para a cidade, a aplicação de um novo modelo de desenvolvimento social como o que assenta nos pilares aqui descritos e porque é preciso aprender a reconhecer e a dar valor às ideias, experiências e memórias, projectos e erros, produtos e soluções que existem na comunidade; **eficiente e eficaz**, porque é crucial que estas lideranças gerem confiança interna e externa; **emocional**, porque é preciso que os líderes estejam próximos, estimulem e inspirem, mesmo sem conseguirem determinar à partida nem os processos nem os resultados.

Estes líderes são **orquestradores, não são substitutos** da sociedade e da comunidade. O debate político tem de mudar de epicentro: ele tem de ser o espaço público, a comunidade que borbulha de iniciativas, não é a cabeça iluminada do dirigente e do seu séquito de assessores. Quantas dinâmicas e projectos são criados na nossa cidade, com elevado valor social e económico, profundamente capazes de futuro, e que morrem às mãos dos líderes e das suas lideranças, seja por acção, seja por desinteresse e desvalorização e por omissão²².

É assim que se avança em comunidades humanas, devagar, sinuosamente, em espirais que avançam e recuam, mas com um sentido cada vez mais claro e acutilante do que é a dignidade da pessoa humana que buscamos, por mais mascarada que ela esteja debaixo da sociedade do espectáculo, da sociedade “líquida” (Bauman) e até da sociedade “invisível” (Innerarity).

Problemas e desafios, 2010

Termino com um breve elenco de alguns problemas-desafios que temos de enfrentar, com coragem, determinação e persistência no tempo, e sob o signo da solidariedade e da procura do bem comum.

Os problemas são muitos. Nem o facto de o Presidente da República ter referido, no discurso do 25 de Abril deste ano que “o Porto é uma cidade que dispõe de todas as condições para ser um pólo aglutinador de novas indústrias criativas”, nos retira diante dos olhos um rol de problemas-desafios, antes nos responsabiliza ainda mais, à cidade e ao País.

Enuncio alguns que me parecem centrais e, ao mesmo tempo, sintetizo algumas das dimensões nucleares da minha reflexão:

-a dimensão do envolvimento, do re-conhecimento e da participação social alargada e da responsabilidade de actores sociais, instituições e pessoas, que aqui muito valorizei, requer um trabalho muito árduo de reconceptualização do que entendemos e praticamos como sendo o desenvolvimento sociocomunitário. Esta é uma magna **questão política**, que deve ser inscrita prioritariamente no espaço público;

²² Neste sentido, de pouco adianta re-conhecer que o Porto é uma cidade implicada e comprometida com projectos e acções enquanto “Cidade Criativa”, se as autoridades públicas não lhe garantem os meios para o vir a realizar.

-a dimensão da capacitação (empowerment) institucional do maior número de instituições sociais da cidade, alavanca de uma real coesão social e de uma eficaz e eficiente re-invenção criativa em e com todo o capital social da cidade; a magna “questão social”²³ do Porto requer um enorme investimento de toda a cidade, com base no Diagnóstico Social do Porto;

-a dimensão da cooperação e do trabalho em rede (do fortalecimento do capital social), o que implica um re-posicionamento interinstitucional e interprofissional, o que também nasce de uma aposta nova acerca do lugar do outro, próximo e distante, nas dinâmicas criativas da cidade; o trabalho em rede não pode ser uma moda (pode ser, mas morrerá na praia), tem de constituir também uma profunda convicção, que se alarga ainda à interdependência humana, à complexidade e ao caos que envolvem os múltiplos esforços criativos em ordem uma vida em comum, com rosto digno e com todos;

-a dimensão do fomento da educação criativa, desde a família, ao meio social, sobretudo aos *media*, até à escola, o que implica preparar os directores e os professores e com eles reflectir novos modos de pensar e organizar o ensino e as aprendizagens, a organização do ambiente escolar e a sua ligação às famílias e à cidade e aos seus projectos criativos;

-a dimensão da **confiança** dos líderes nos liderados e nas instituições da cidade (os líderes, como diz Sergioivanni, são os primeiros seguidores), do alinhamento da missão da criatiCidade entre todos os actores e protagonistas, sendo diverso e clarificado o papel e a acção de cada um, sob uma orquestração politicamente bem orientada e convicta;

-a dimensão do compromisso, do estímulo à criatividade e à emergência dos mais variados e pluralistas projectos e dinâmicas criativas em toda a cidade, sob a iniciativa dos mais variados protagonistas, criando também, desde já, mecanismos rigorosos de avaliação do impacto das “actividades culturais e criativas” que já está a e que ainda vai fomentar (*actividades* mais do que das “*indústrias*” culturais e criativas); deve ser bem sublinhada, nesta avaliação, a dimensão socioeconómica destes compromissos, empreendimentos e iniciativas;

Os decisores políticos precisam de saber onde está a ocorrer a inovação social, mapeando-a constantemente, têm de a acarinhar e colocar no centro das políticas públicas, têm de arriscar com aqueles com quem cooperam, têm de fomentar novas plataformas colaborativas e propiciar condições políticas para o seu sucesso, têm de ligar quem precisa com quem pode apoiar, quem pode dar com quem precisa de receber, conectar pessoas com problemas, pessoas com ideias e projectos inovadores, pessoas com recursos, projectos aprovados com dinheiro, para que fácil e rapidamente todos

²³ Que faz lembrar a carta de D. António Ferreira Gomes a Salazar e a denúncia da “miséria imerecida”.

se articulem (Diogo Vasconcelos, *ibidem*)²⁴ e sejam eficazes e eficientes, alcançando elevado valor social para a cidade.

-a dimensão da informação e comunicação, que devem servir-se de todos os meios para comunicar a mensagem principal, subjacente a esta ideia de Porto Cidade Criativa:

o Porto pode levantar a cara, com os pés na cidade e os olhos no mundo inteiro, sustentado na capacidade criativa e de inovação das suas gentes e instituições, apostando no que tem de melhor na sua história, a liberdade, a ousadia, o risco e a solidariedade, afinal, as suas melhores laranjas azuis.

Obrigado pela vossa atenção.

²⁴ Para poder analisar algumas das medidas propostas, no quadro europeu, consultar “Reinvent Europe Trough Innovation. From a Knowledge society to na innovation society”, Bruxelas, Comissão Europeia – Empresas e Indústria, 2009. Este documento resulta do trabalho de um grupo coordenado por Diogo Vacconcelos.

NOTAS:

Texto para anexo

Discordo por isso de Richard Florida quando afirma que o que define um lugar criativo é o alto índice de Tecnologia, Talento e Tolerância. Pelo que acabei de expor, são importantes, mas são insuficientes e podem morrer em mais do mesmo.

Os autores que trabalham o conceito de cidades criativas mordem bem esta questão:

“as novas ideias, não o dinheiro ou a maquinaria, são a fonte do sucesso, hoje” (Joana, quem?)

“A economia criativa está baseada numa nova maneira de pensar e de agir. O primeiro input é o nosso talento e competências individuais...”

“As estratégias culturais não são apenas uma força económica maior em muitas comunidades, mas contribuem imenso para a educação, a identidade cultural, as relações étnicas, o orgulho comunitário, a qualidade de vida e outras funções sociais” (idem)

Discordo do uso limitativo do termo ICC e proponho, como se depreende que se use o termo ACC-Actividades Culturais e Criativas, sendo assim consequentes com o paradigma que enunciamos..

Desafios:

-criar rigorosos sistemas de mapeamento e de medição do impacto das Actividades Culturais e Criativas (ACC), em termos de emprego, de redes criadas, de resultados obtidos dessas novas formas de articulação sociocomunitária, de valor acrescentado, de exportações, ...

Indústrias Culturais e Criativas, até onde se pode ver deste lugar?

Deu-se muita importância, nos anos oitenta e noventa, ao conceito de “indústrias culturais²⁵”, sobretudo como factor de valorização das dimensões socioeconómicas da cultura. Quem o fez foram sobretudo os agentes culturais, apoiados por alguns economistas, numa tentativa de fazer valer o peso dos investimentos no seu sector. Mais tarde, esta leitura especificou-se um pouco com o desenrolar de um conceito mais nuclear de “indústrias criativas”, pretendendo-se com isso hipervalorizar as actividades ou as suas componentes especificamente criativas e originais, no âmbito largo das “indústrias culturais”. Recentemente a tendência mais comum é usarem-se

²⁵ As "indústrias culturais" são as indústrias que produzem e distribuem bens ou serviços considerados no momento da sua concepção como tendo uma qualidade, um uso ou uma finalidade específica que incorpore ou um veicule expressões culturais, independentemente do valor comercial que estes bens ou serviços possam ter. Além dos sectores tradicionais das artes (artes do espectáculo, artes visuais, património cultural - incluindo o sector público), esses bens e serviços também incluem filmes, DVDs e vídeos, rádio e televisão, vídeo games, novos *media*, música, livros e imprensa. Este conceito foi definido em relação às expressões culturais no contexto da Convenção da UNESCO sobre a Protecção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005)²⁵

os dois significados em conjunto, sob a designação de “indústrias culturais e criativas”.

O interesse por esta área da economia, pois é nessa perspectiva que predominantemente o conceito é retomado, tem vindo a conquistar adeptos e várias iniciativas têm vindo a ganhar peso já nos anos dois mil, com destaque para os últimos três anos:

-a Comissão Europeia acaba de lançar, há uma semana, o Livro Verde sobre as Indústrias Culturais e Criativas (ICC), chamado “Libertar o potencial das Indústrias Culturais e Criativas”²⁶; e a mesma Comissão apoia o lançamento de uma plataforma de discussão da “Europe Innova” sobre esta temática;

-vários países e cidades elaboraram recentemente estudos sobre o desenvolvimento das ICC, na Estónia (2009), na Holanda (2009), no Reino Unido (2008), Região Nórdica (2007), Porto (2009), **ver L V, pag.6**;

-a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento elaborou um importante relatório sobre estas temáticas, em 2008, a empresa de consultoria “KEA European Affaires” elaborou dois estudos sobre a economia da cultura e sobre a criatividade, em 2006²⁷ e em 2009 (**ver LV, pag4**),

- a Declaração de Amesterdão, de Fevereiro de 2010, procura lançar uma iniciativa Pan-europeia de apoio à inovação nas indústrias criativas (**ver pag 12 LV**);

- a dimensão das ICC na Europa amplia-se a cada momento e empregava, em 2006, 6,5 milhões de pessoas²⁸, como refere um balanço feito pelo Observatório Europeu de Clusters, num relatório de Março de 2010;

-NESTA-National Endowment for Science, Technology and the Arts, 2006

A par deste movimento, um outro tem vindo a colocar no espaço público a problemática das “cidades criativas”, tendo como motores autores como Charles Landry (2000), Richard Florida (2000),

.....**mais autores**

No Porto e em Lisboa criaram-se, em 2009, Agências de promoção das ICC.

A coisa está a ferver e nós não a podemos ficar a ver.

Ela está debaixo dos nossos pés, à frente das nossas mãos, ao alcance dos nossos olhos e, sobretudo, não está, como poderia e deveria, dentro das nossas mentes. A oportunidade é flagrante e não a podemos perder.

Registo algumas notas de leitura acerca do que se passa em todo este movimento, veloz como todos os que a actualidade gera, mas, por isso mesmo, apto a deixar marcas impressionantes, que facilmente naturalizam os fenómenos e os conceitos, sem sequer os submeter a qualquer interrogação. Ora, esta é decisiva sob pena de estarmos a tomar o rebuçado pelo papel que o embrulha.

²⁶ Consultar: colocar endereço

E ver ainda: http://ec.europa.eu/commissio_barroso/president/pdf/press_20090903

²⁷ http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm#bad_nodepdf_word/economy_cult/executive_summary.pdf

²⁸ <http://www.clusterobservatory.eu/upload/CreativeAndCulturalIndustries.pdf>

1. Há um primeiro dado que importa realçar: este movimento coloca inegavelmente na agenda política, de modos diversos é certo, questões muito importantes como a relevância social das actividades culturais, a importância das ditas “indústrias criativas” para o bem-estar das cidades e o papel da criatividade humana como ferramenta de desenvolvimento socioeconómico. Ora, estes novos olhares que se estão a formular permitem, de facto, ver mais longe, alargar o campo da acção socioeconómica e valorizar um aspecto fundamental da existência humana, a criatividade.

2. O principal motor de toda esta euforia em torno das ICC é a economia, ou melhor, a profunda crise por que atravessa a economia de mercado globalizada, o crescimento do desemprego e a necessidade de romper com este “ciclo depressivo”, tomando a chamada “Europa do Conhecimento” como pano de fundo e como mais valia (desde a Cimeira de Lisboa, de 2001, até aos novos objectivos da Europa 2020). O slogan escolhido para a Creative Cities Summit, em Abril de 2010, em Lexington, foi: “Como podem as cidades e os negócios prosperar em tempos de crise económica? Torna-se criativos!”. Isto quer dizer que não são sobretudo fundamentos culturais que estão na primeira linha destas preocupações e não sei se, em caso de forte retoma da economia (?), toda esta euforia não se desfaz, como mais uma bolha típica das fugas para a frente a que a economia capitalista já nos habituou, com as suas várias e sucessivas “novas economias”, que acabam sempre como as velhas e por elas devoradas.

3. Um dos elementos mais ricos de todo este processo é que as ICC, mesmo na sua vertente marcadamente económica, estão a valorizar o chamado “valor de expressão”, ou seja, a marca humana, a origem criativa de muitas das actividades humanas e a criatividade que em todas elas deveria ser valorizada, em todo o tempo e não só como reacção a crises.

Para Throsby (2001), existem seis dimensões inscritas neste “valor de expressão”, que qualificam este valor de criação humana e que aqui apenas apontamos: o valor estético, o valor espiritual, o valor social, o valor histórico, o valor simbólico e o valor autenticidade.

Isto tem múltiplas e deveras importantes consequências, muitas delas são implicações que se jogam no próprio terreno socioeconómico, interrogando-o, pois, em vez de nos permitirem apenas apoiar as perspectivas técnico-funcionalistas e economicistas para “justificar” os investimentos sociais em ICC, abrem-nos novas oportunidades para ganharmos distância e interrogarmos os investimentos em ICC numa dada cidade, região ou país. O que se valoriza quando se investe em ICC? Quem se envolve, que actores sociais, com que tipo de participação, para atingir que finalidades e através de que meios²⁹? O espaço público é ocupado por novos protagonistas? Com que dinâmicas de diálogo, assentes em que modelos de desenvolvimento estratégico? Muda alguma coisa nos modelos de desenvolvimento social e urbano?

4. Mesmo para o DCMS- Departamento de Cultura, Media e Desporto, do Reino Unido, já nos seus estudos iniciais de 1998 (Creative Industries Task-force), se mapeavam não só as actividades incluídas nesta definição, como se assinalava claramente o núcleo central de todas elas: os criadores talentosos de conteúdos, de

²⁹ Diz-me que meios usas, dir-te-ei que fins prossegues (e não os que dizes querer prosseguir).

bens simbólicos. Para estes analistas, a concepção, manipulação e desenho analógico de símbolos constituem a actividade *core* das ICC.

Já em 1993, Robert Reich, em “O trabalho das nações”, identificava, a par dos trabalhadores de rotina e dos trabalhadores dos serviços interpessoais, a categoria emergente dos “analistas simbólicos”, como constituindo a pequena força de trabalho que controlaria uma parte central de toda a actividade humana, pois não só teria o acesso privilegiado a factos e imagens, regras, códigos, fórmulas, algoritmos, processos e expedientes raros, como teria “a capacidade de utilizar eficaz e criativamente o conhecimento” (1993:260). É sobretudo por esta razão que a cultura e a criatividade se tornaram factores estratégicos tão cruciais para a economia, que tem de se adaptar e tornar mais flexível, em tempos de acelerada mutação técnica, uma economia simultaneamente mais próxima de cada pessoa e dos tempos e modos da criação humana, reconhecendo-se assim, implicitamente, que a diferenciação que se almeja tem fundamentalmente um traço imaterial e intangível, porque bebe da natureza única e irrepetível da pessoa humana.

De facto, acredito (e não estou só) que será na medida em que re-conhecer cada pessoa, todas as pessoas e a pessoa toda de cada cidadão que as sociedades e as suas economias podem crescer e desenvolver-se a uma escala humana e conquistando um rosto humano, rosto que hoje estão longe de revelar.

As crises representam sempre oportunidades, assim as saibamos ouvir e pensar. Não podemos perder mais esta para humanizar o percurso de uma economia que tende, na maioria dos seus segmentos, a delapidar a natureza e a desrespeitar os direitos humanos, deixando de fora do trabalho uma percentagem cada vez maior da humanidade, o que torna o nosso futuro verdadeiramente insustentável.

É aliás muito interessante vermos vários autores e organismos a valorizarem as ICC porque elas comportam “muito importantes e positivas externalidades no conjunto da sociedade”, como a promoção da coesão social, do diálogo intercultural, das identidades e do diálogo intercultural, dos valores comunitários e das relações entre todas as pessoas de cada lugar. Fala-se de características interessantes tais como: são actividades “culturalmente integradoras”, são “potenciadoras da diversidade”, promovem valores que nos permitem “navegar num mundo incerto, em contínua e acelerada mutação”, são “mais verdes”, e potenciadoras de mais justiça social e desenvolvem uma “visão holística da sociedade”, ajudam-nos a definir melhor que tipo de líderes queremos para este tipo de sociedade, características que nos permitem ganhar a todos. Vejam o Livro Verde que a CE acaba de publicar e lá encontrarão tudo isto, mas com o fundamento técnico-funcionalista e economicista mais tradicional.

Tudo rola sob o nobre signo da competitividade! Aliás, é o imperativo económico da diferenciação e do “one to one” que mais abre espaço, na actualidade Europeia e mundial, às ICC e à valorização socioeconómica da criatividade humana.

É assim que se avança em comunidades humanas, devagar, sinuosamente, em espirais que avançam e recuam, mas com um sentido cada vez mais claro e acutilante do que é a dignidade da pessoa humana, por mais mascarada que ela esteja debaixo da sociedade do espectáculo, da sociedade “líquida” (Bauman), da sociedade “invisível” (Innerarity).

Avaliação do processo

A criatividade é farol e um ponto de partida, que se vão alimentando mutuamente da necessária energia. **Como** vai o Porto ser uma cidade mais criativa? Que indicadores apontamos para 5, para 10 e para 20 anos? **Verificar** esta criatividade, este clima e este investimento de todos e com todos, mais do que para todos, requer responder a perguntas tais como:

- aumentou e melhorou a actividade criativa na cidade? Com que iniciativas, dentro de uma tipologia pré-definida? Com que melhorias explícitas e mensuráveis?
- que redes de cooperação existem entre projectos, iniciativas e acções inovadoras (incluídas nas indústrias culturais e criativas e não só) e como funcional, com que principais resultados?
- Recebeu, como pessoa e como instituição, encorajamento, apoio, benefício pelos seus esforços em prol da criatividade na cidade?
- que recursos adicionais foram disponibilizados para o apoio a este clima criativo e que resultados já proporcionaram?
- como está a evoluir a percepção dos cidadãos acerca da criatividade na cidade, desde os mais jovens aos mais idosos? E qual a evolução das percepções das instituições da cidade?
- que novas práticas de fomento da criatividade se podem destacar nos últimos anos, em escolas, empresas e organizações em geral? Porque é que há práticas mais bem sucedidas que outras?
- como é que a criatividade alterou o relacionamento interinstitucional e interprofissional? E como é que melhorou o relacionamento intercultural na cidade? Em que é que a atmosfera colaborativa melhorou?
- quantas novas organizações da cidade podem ser consideradas criativas (mediante um modelo de avaliação a definir e a aplicar a pedido de cada instituição)?
- que alterações ocorreram nos modelos de governação da cidade?
- que percepção existe em relação aos obstáculos à criatividade?

NOTAS de apoio ao texto :

É espaço e território de relação humana, é essa a sua natureza
A relação vertebrera humana e biofísica a cidade
Encontros desencontrados, respeito pela solidão

Criatividade na cidade

Criatividade, o que é?

- um modo muito especial de resolução de problemas
- a capacidade para fazer novas combinações do worth social

-

Ind criativas (UK, cap4)

O que distingue as ind cr é o facto de que os seus proveitos serem largamente gerados pelo “valor de expressão” e que grande parte do seu retorno comercial é atribuído, mais do que quaisquer outras áreas da economia do conhecimento, a actos de genuína “origem criativa”.

David Throsby³⁰ identificou seis dimensões que estão implicadas neste “valor de expressão”:

Valor estético, que reflecte beleza, harmonia e outras vertentes estéticas

Valor espiritual, que se dirigem a todos os seres humanos e os ajudam a interrogar-se, a elevar-se e a serem conscientes

Valor social, que ilumina a sociedade que habitamos em conjunto a cria contextos onde as relações e as identidades podem manifestar-se e florescer ver PTR

Valor histórico, que ajuda a compreender o tempo e a continuidade da actividade criativa do ser humano até ao presente

Valor simbólico, pois os objectos de expressão são repositórios de significado, que são captados de modos muito diferentes e complementares entre os seres humanos

Valor de autenticidade, que sublinha o facto de que o trabalho é o real, o original e o único que é suposto representar

O Valor de expressão cria novos pontos de vista e novos olhares, novos gostos e experiências, ajuda e estimula o nosso conhecimento, as nossas emoções, base do nosso conhecimento, e enriquece a nossa vida sobre e Terra.

Os bens criativos têm um conjunto de características que os tornam particulares no conjunto da sociedade e da economia:

Ninguém sabe o que serão: imprevisibilidade do seu uso, consumo e das reacções humanas, individuais e grupais; podem ter várias vidas; podem produzir efeitos em cascata, mesmo cem anos depois da sua produção,

Custos afundados, com variações brutais entre sucesso e falhanço

Processo criativo não depende tanto dos avanços da tecnologia e da ciência como outras actividades económicas...O processo de criação tende a ser mais intuitivo, interactivo e realizado por tentativa e erro, mais assente no conhecimento tácito do que no conhecimento adquirido e codificado.

Grelha do núcleo, do mais central para o mais periférico:

Campos criativos Core-dependem *Criadores talentosos de conteúdos*

Geram ind e actividades criativas (que se usa para “as actividades que têm a sua origem nas competências e nos talentos individuais e que têm um potencial de criação de emprego e de riqueza através da geração e valorização da propriedade intelectual” DCMS Creative Industries Task force, 1998.

Ind Culturais (ver a seguir

“grupo de actividades envolvidas na produção e distribuição de bens simbólicos cujo valor deriva da sua função de veículos de significados e conteúdos”

Economia em geral

³⁰ “Economics and culture”, David Throsby, Cambridge University Press, 2001: 61

(como funciona como fileira? Com que ganhos, é possível falar disso, nesta actividade?)

Definições do LVerde

As "indústrias criativas" são as indústrias que utilizam a cultura como uma entrada e possuem uma dimensão cultural, mesmo que as suas produções sejam essencialmente funcionais. Aqui se incluem a arquitectura e o design, que incorporam elementos criativos em processos mais amplos, assim como subsectores como a concepção gráfica, a criação de moda ou a publicidade.

Daqui vem a evolução da ind culturais para ind criativas

Da aproximação do cultural mais tradicional (património,) com as mais recentes (tic, cinema, software, ...)

A aproximação permitiu

-um novo papel da cultura nos novos modelos de crescimento económico e dos mercados e modelos de negócio associados à aceleração dos consumos culturais, que se massificam

-nas tb do reconhecimento de que a cultura e a criatividade se tornaram factores competitivos estratégicos por parte de muitas actividades económicas de bens e serviços, geram factores de diferenciação de tipo imaterial ou intangível

Design, moda, marketing, branding, publicidade,

Flexibilidade emergente em todas as actividades económicas permitiu integrar e afirmar a economia baseada no conhecimento que conta com uma crescente articulação com as actividades criativas

Na há ec do conh sustentada, integrada nas comunidades, artic com os sectores tradicionais sem actividades criativas interrelacionadas, nas profissões, no exercício profissional,

Onde começam e acabam as ind criativas, quando os bens e serviços são cada vez mais portadores de valores estéticos, simbólicos e funcionais, com uma economia onde o one to one ganha terreno e a diferenciação é uma imperiosa necessidade

(a ucp precisa de ser mais criativa pq precisa como de pão pa a boca da diferenciação!

Ind culturais: música, televisão-video, vídeo jogos, rádio, edição, filmes,

É muito importante ligar a produção cultural desta actividade com os meios de compra e de difusão: TV, galerias, etc

A TV pode ter aqui um papel decisivo, no Canal 2, organizando e dando expressão a produtores independentes (Janela de Competição Criativa) O sector público tem um papel fundamental como alavanca e como manutenção de fluxos de novos talentos

Há evidência que nos permite afirmar que a presença de um largo, diverso e culturalmente bem fundado grupo de talentos artísticos numa Cidade-Região permite criar um "mercado guia" para os produtos artísticos e criativos.

Podem ser locais mais atractivos para viver e atrair empresas, nomeadamente high-tec empresas e contribuir, se em proporções como as referidas, para a regeneração urbana e regional.

O efeito de rede regional

SJMadeira-Espinho

Porto

Santo Tirso-Guimarães-Braga

Em termos culturais as ind criativas têm o poder

(comportam externalidades muito importantes e positivas na sociedade, coesão ec, social e cult e territorial, identidade, comunidade)

de serem culturalmente integradoras, e potenciadoras da diversidade, acolhedoras do diferente e permitindo a sua realização humana, PTResposta, com estilos de vida diferentes, o popular e o erudito, o que tem qualidade, a qualidade atrai a qualidade,

Muito comunitário

O seu poder é soft, é suave e leve, requer o tempo e a calma, que nós temos e que temos de cultivar, só se cria parando, dando lugar à emergência do novo em nós, com um ambiente cultural rico;

a cultura é que permite navegar num mundo incerto, imprevisível, em contínua e agora acelerada mudança,

O efeito Beatles, ver

Ele lembra o papel do trabalho, como é que os líderes culturais conseguem ser líderes...

O Livro Verde da Comissão Europeia fala de Ind Cult e Criativas, representam um enorme potencial de crescimento na Europa, envolvem empregos de qualidade

“Os conteúdos jogam um papel determinante no desenvolvimento da sociedade da informação, alimentam os investimentos em infraestruturas e serviços de banda larga, nas tecnologias digitais, bem como nos novos aparelhos electrónicos e de telecomunicações destinados ao grande público”, p.4

Ajuda a desenvolver competências criativas

De empreendedorismo e

Interculturais nos cidadãos da Europa

A Europa do conhecimento, as metas 2020

Abrem as portas a um futuro mais criativo e inventivo

Mais coeso socialmente

Mais verde

Mais próspero com mais justiça social

Mais pluridisciplinar

Desmitificar a cultura...desenvolver a curiosidade, a análise, a descoberta, a invenção

Colocar em diálogo permanente as disciplinas das artes e da criação com os sectores económicos e os diferentes pontos da cadeia de produção

Colaboração mais intensa, mais sistémica e mais alargada entre as artes, as univ e as instit científicas

As iniciativas e parcerias pu-priv-terceiro sector

Visão holística, ambiente favorável, à inovação e à criatividade

Formação avançada em TIC alimentará o sector das ICC

Combinando com gestão e comércio, mais

Mobilização de instrumentos de financiamento

Novas competências para novos empregos, propõe o livro verde

Acesso ao financiamento

Os activos imateriais nada valem no momento de análise de proj de investimento

Colocar de pé sistemas de garantia e novos mecanismos de eng financeira

Colocar linguagem comum entre sistema financeiro e mundo da criação

Capital de risco e capital semente, crowdfunding, financiamento colectivo, ver indiegogo.com

“Bens de mérito”, estudo do Mateus, o que é isso????

Os bens e serviços culturais podem resultar numa abordagem mais “cultural” autoral e outra mais funcional, ou até de conjunto, que combina as duas, ex da arquitectura, e design

Criar incentivos bancários, microcrédito, como fazer????

Cruzar com outros sectores

Colocar em todo o mundo e exportar, não deixar entre portas, aproveitar o sol e a simpatia e a calma e exportar

Projecto Porto Criaticidade

(Precisamos de ser mais diferenciados para vendermos melhor e sermos mais competitivos e por isso acreditamos mais na criatividade, ou acreditamos na criatividade e na diferente realização de todos e de cada um dos seres humanos e por isso apostamos numa economia que valorize os valores de expressão humana, os valores estéticos, os símbolos,?)

A cidade é uma construção social, diz A. Touraine, e como tal podemos fazê-la evoluir, ao longo do tempo, para novas configurações, como aconteceu no passado.

É espaço e território de relação humana, é essa a sua natureza

A relação vertebrera humana e biofísicamente a cidade

Encontros desencontrados, respeito pela solidão

Mas tb agenda 21, orçamentos participativos, responsabilização comunitária, CLAS, CPCJ,

Cidade hoje é outra coisa, é sociedade, é comunidade aberta ao mundo, são as pessoas todas e a pessoa toda de todas as pessoas,, são territórios urbanos que se interpenetram e cruzam, não é preciso uma nova cidade gaia-porto-matosinhos, são precisos novos modos de governação intercidades

Gaia não pode ser separada do Porto, nem Matosinhos, por ex, nem SJ Madeira, nem a feira, nem Vila do Conde ou Espinho, nas ICC

A polis, a civitas,

Combater a fragmentação brutal, as desestruturações e as pessoas sem resposta ou com dependências crónicas do Estado, queremos outro estado, este que Lisboa vne de não serve,
e a desigualdade que gera a violência
polifonia da cidade é o princípio da orquestração da nova polis com lugar para todos, integrando não excluindo, a sua nova harmonia sai daqui

É a cidade que faz a riqueza, não é a riqueza que faz a cidade, o paradigma é outro, não chega uma burguesia ilustre, ou ainda não viram isso, os novos e requentados burgueses ilustres da cidade?

O Porto tem uma importante infraestrutura (universitária) de banda larga

Produção de conteúdos culturais? De boa qualidade

Revisão dos meios e modos tradicionais de produção e distribuição

Boa formação em TIC de todos os cidadãos, ver com Cesae

Obriga a digitalização de conteúdos em larga escala, quem apoia?

Mudam os modelos de consumo

Pequenas e microempresas podem ter um papel muito importante, mesmo num contexto onde imperam grandes companhias mundiais

Intercambio pluridisciplinar

Combinação entre regeneração urbana

Qualificação

Governança

Política de cidade, como aumentar a criticidade, que governança para potenciar esta dimensão do Porto?

O capital social: novos quadros relacionais, envolvimento cívico, participação comunitária, capital excepcional de associativismo

Capital de solidariedade, de risco, mais do que de salvadores, participação e envolvimento implicação e compromisso, capital de compromisso cívico

Capital de mobilidade internacional

Gaps,

Capital simbólico: imagem, consciência

Capital cultural, identidade e criatividade

Capital financeiro, mais imp que o capital produtivo

Capital de liderança e governo, proximidade, redes, aumenta a complexidade, são novos os paradigmas

Casa da música, trilho cultural,...

Como se avalia se uma cidade é criativa? (C. Landry, 2003

-qualidades das pessoas

-motivação e qualidade das lideranças

-diversidade humana

-cultura organizacional

-identidade local

-espaços urbanos e qualidade urbanística, para acolher “centros criativos” e pessoas que desejem lá viver, não só trabalhar.

Tecnologia, Talento, Tolerância..., Florida

-dinâmicas de rede

Eu acrescento: espaços de experimentação, multi disciplinares, multi-dinâmicos, , acessibilidade a espaços e a financiamento, parcerias pu-pri-terceiro sector

É preciso planeamento estratégico (uma estratégia pública, no espaço público e participada) e projectos catalisadores, e city marketing, cooperação entre todos os intervenientes (aprende-se....) entre estado.soc.priv. e novo modelo de governação:

Há que criar dinâmicas de participação e cooperação

Modelo de governação participada na cidade, **capital cultural comum**/conhecimento, **instituições-chave**, negociação, **fluxos** contínuos de informação e conhecimento

Richard Florida, 2002, diz que:

-há correlações muito positivas entre crescimento económico local e “classes criativas” ou capital criativo

Capital criativo é um capital específico nas diferentes tipologias de capital humano, que induz maiores dinâmicas de inovação, fundamental para o desenvolvimento.

Se a ancoragem é local, Tem de se promover a circulação mundial (Liv Verde)

Estimular econ. Locais em declínio, reagir ao contexto, antes que venha o efeito dominó e nos esmague de vez, fazer crescer a atractividade e criar emprego regional sustentado,

Promoção do património (Douro, etc)

Dê de infraest e serviços culturais p promover um turismo durável e de valor acrescentado regional

Partenariados entre ICC e indústria, investigação e educação (Ydreams, RTP)

Regeneração urbana e criatividade

há nos estudos feitos, relação entre a ind em grande escala da criatividade e da inov cultural e as grandes zonas urbanas, mas não há entre tamanho do mercado e população

uma coordenação regional é fundamental

estudos de impacto são decisivos e observatórios tb

basear as políticas sobre as informações factuais, livredwe

plano de médio-longo prazo, estrat, a 10-20 anos, modelo de desenvolvimento. Integrado, as ICC não são um luxo mas uma componente uma contribuição a par de outras, que requer outras, até, para o desenvolvimento. Econ e a coesão social de um território, liv verde economia, educa, cult, emprego, soc civil e associações, trabal. E cidadãos

educação. A criatividade não é só inata, todos nascemos para criar...ag silva

temos de aprender a criar e ao longo de toda a vida

favorecer as comp criativas,

de empreendimento

interculturais

educa cult e artística de qualidade

reforçar a imaginação, a originalidade, o espírito crítico, a concentração,

as comp interpessoais

o gosto de exploração, o pensamento não verbal, as expressões pessoais

educação para os media

criatividade nas empresas como a estimular? Apoiar?. Cheques inovação, créditos criativos, nas empresas

Problemas: remunerar a criação e os criadores e não apenas o fim da cadeia (ver ex musica)

Incerteza quanto aos consumidores

Estrutura organizacional em pólos ou cluster, cooperação intensa em rede, discurso do PR

Ligar em banda larga todo o mapa das IC do porto, amp

Falhas de compreensão e sensibilização para isto, o PR veio primeiro que o PCamara, não antes do P da CCDRN....

Falhas de governação, a ADDICT não chega

Outros problemas:

-que factores centríptos e centrífugos para a expansão da criatividade nas cidades?

Qual o papel das redes de conhecimento? E de informação? Qual a sustentabilidade dos projectos e classes criativas? Que graus de replicabilidade existem nestas dinâmicas? Quais as estratégias urbanas para promoção da criatividade?

Criar “bairros criativos”? não, guetização...

Os resp. pol. Geralmente não reconhecem o papel das ICC nos sistemas de inovação social, reg e local

Trata-se de instalar e amplificar um clima, qq coisa imaterial, dizer que não há cultura é cada vez mais colocar o acento no ponto errado, clima favorável à inovação

Planeamento urbano muito flexível vs rigidez louca

Capital de risco?

Parcerias pu-pri-terc.sector?

Sabemos muito pouco sobre a mudança social, como se muda, sem ser com os modelos dos salvadores da pátria que vão desgarrados fugitivos ao pelotão, fogem as mais das vezes de si mesmos e dos outros, que são diferentes deles, é um grave problema e atravessa todas as lideranças. Da mais direita à mais esquerda

Intervis sobre processos sociais, construir compromissos sociais com os actores e pelos actores, poder com e não poder sobre

Não silos e mais silos, reproduzindo silos artísticos ou as artes ou criativos