

Planejamento urbano, espaço público e criatividade. Estudos de caso: Lisboa, Barcelona, São Paulo*

Urban planning, public space and creativity.
Case studies: Lisbon, Barcelona, São Paulo

Luís Balula

Resumo

A criatividade urbana é abordada neste estudo a partir do binômio espaço público/esfera pública. Simultaneamente, distinguem-se políticas de planejamento urbano estratégico-radical de políticas qualitativo-incrementais e analisam-se comparativamente as dinâmicas de três áreas urbanas informalmente reconhecidas enquanto 'bairros criativos', ou 'bairros culturais': Bairro Alto em Lisboa; Vila Gracia em Barcelona; e Vila Madalena em São Paulo. Os espaços públicos e os espaços privados de uso público dos três bairros são analisados em termos da sua funcionalidade, acessibilidade e morfologia. Por outro lado, analisa-se igualmente a percepção dos agentes locais das relações entre estes fatores urbanísticos e a criatividade, vitalidade e competitividade dos bairros em causa. Identificam-se assim algumas das condições e oportunidades dos territórios urbanos tradicionais para atrair e fixar atores criativos e atividades inovadoras, enquanto se examina criticamente a possibilidade de um desenvolvimento urbano competitivo, mas social e culturalmente responsável.

Palavras-chave: espaço público; criatividade; cidades criativas; bairros culturais; atividades econômicas; vitalidade urbana; competitividade urbana, Bairro Alto, Gracia, Vila Madalena.

Abstract

In this study, urban creativity is examined through the binomial concept of public space/public sphere. Simultaneously, distinction is made between radical-strategic and incremental-qualitative policies, and there is comparative analysis of the dynamics of three urban areas, informally recognized as 'creative neighborhoods', or 'cultural districts' (Bairro Alto in Lisbon; Vila Gracia in Barcelona; and Vila Madalena in São Paulo), are compared and contrasted. The public and private places for public use in the three neighborhoods are analyzed in terms of their functionality, accessibility, and morphology. On the other hand, there is equal analysis of the perception of local agents of the relations between these urbanistic factors and the creativity, vitality and competitiveness of the respective districts. Thus, there is identification of some of the conditions and opportunities of the traditional urban territories for attracting and retaining creative actors and innovative activities, while critically examining the prospects for competitive, but socially and culturally, accountable, urban development.

Keywords: public space; creativity; creative cities; cultural districts; economic activities; urban vitality; urban competitiveness; Bairro Alto; Gracia; Vila Madalena.

Espaço público, redes sociais e criatividade urbana

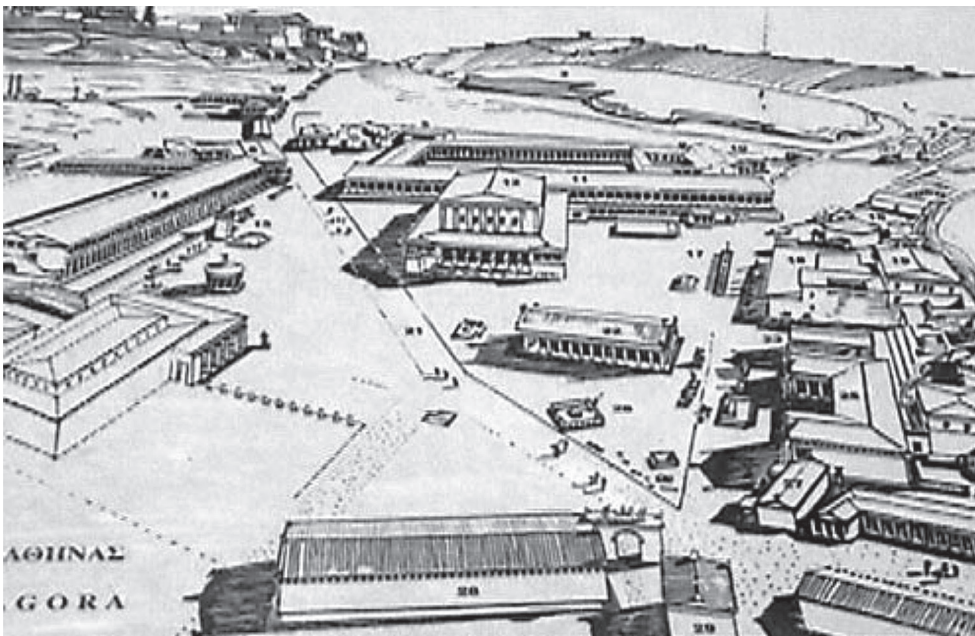
When making the city more attractive in the knowledge economy the local authorities can invest in the creativity of their population. But a word of warning: creative cities cannot be constructed from the ground up. The roots of creativity, in fact, always lie in the existing, historically developed urban environment. (Hospers, 2003, p. 143)

No centro da *pólis* grega, a ágora representa o espaço público por excelência. Cercada por edifícios públicos e local de mercados e feiras, essa praça central constitui igualmente o lugar privilegiado de encontro dos cidadãos, onde os temas da cidade são debatidos e onde se formam as decisões políticas.

A esse espaço público arquetípico – paisagem simbólica da democracia participativa – não são alheias, no entanto, as contradições. Aristóteles considerava a *pólis* uma “comunidade natural” cujo governo era diretamente exercido pelos cidadãos, no entanto, recomendava a interdição do espaço da ágora a uma parcela considerável dessa mesma comunidade (nomeadamente os trabalhadores, os agricultores, a maioria das mulheres e os escravos) (Warren, 2006). E tal como na *pólis* grega, muitos dos espaços públicos do passado – como o fórum romano, o mercado medieval, as avenidas e praças monumentais do Renascimento ou os cafés boêmios e os salões do Iluminismo – foram na verdade lugares relativamente pouco inclusivos, no sentido moderno do termo.

No entanto, a noção de que o espaço público deve ser um espaço equalitário,

Figura 1 – Ágora de Atenas: o espaço público arquetípico



não excludente, e de livre acesso a todos os indivíduos é uma ideia central do atual debate teórico da cidade.¹ Vejamos algumas das definições de espaço público recentemente propostas. Espaços públicos são:

Lugares urbanos abertos ao público que habitualmente congregam um elevado número de pessoas. (Barnett, 2003, p. 288)

Territórios coletivos onde as pessoas prosseguem as atividades funcionais e rituais que unem uma sociedade, quer nas rotinas da vida quotidiana, quer em eventos cíclicos ou pontuais. (Carr et al., 1992, p. xi)

Espaços que dão suporte, produzem, ou facilitam interações sociais e culturais. (Carmona et al., 2003, p. 114)

Espaços que sugerem uma abertura e um livre acesso a todos . . . onde estranhos se encontram de forma equalitária e onde existe liberdade de expressão e de reunião entre cidadãos. (Warren, 2006)

Lugares cuja manutenção é assegurada por entidades públicas em benefício da comunidade e que idealmente podem ser utilizados por todos os cidadãos, independentemente da sua condição social e econômica, idade, raça, etnia, ou gênero. (Chapman, 2006)

É possível identificar no conjunto dessas definições três dimensões centrais ao conceito de espaço público: uma dimensão social – lugar primariamente vocacionado para a vida em sociedade; uma dimensão funcional – lugar onde ocorrem diversas atividades; e uma dimensão simbólica – lugar que concentra significados (mais ou menos) partilhados por diferentes

pessoas/grupos sociais. Todos estes “lugares”, por outro lado, indiciam territórios, sítios concretos onde essas dimensões coexistem. Para além daquilo que acontece no espaço público é assim igualmente importante considerar aquilo que ele é, ou seja, os lugares físicos que o conformam, o palco no qual os atores sociais se movimentam.

Para equacionar os temas da criatividade urbana com as temáticas do espaço público interessa-nos abordar os espaços que facilitam a mobilidade cultural; onde se dão trocas imateriais de pontos de vista, de experiências de vida; onde é possível evoluir e mudar de perspectiva. Contudo – numa época em que a esfera pública se tem vindo a desmaterializar em *bits* de comunicação instantânea, quando, nas redes sociais digitais, nascem novas arenas de debate e sistemas de troca que não dependem do espaço físico nem de contatos face-a-face, quando entidades sociais e espaciais não coincidem necessariamente e *desktop* é talvez o nome mais apropriado a dar ao nosso lugar existencial (Ziegler, 2004), o espaço solipsista a partir do qual socializamos – interessa-nos abordar os espaços relacionais onde o corpo está diretamente investido no plano social; onde se pode viver a experiência física da presença dos outros; e onde há um atual confronto dinâmico de diferentes significados/interpretações associados ao uso de um território comum.

Conforme Florida notou, os lugares urbanos mais atraentes para as classes criativas são aqueles que oferecem uma diversidade de experiências, uma variedade de atividades e possibilitam diferentes estilos de vida (2002, p. 11). Tal como Florida, também Garreau

acredita que o principal objetivo da cidade do futuro deverá ser a provisão de condições ótimas para os contatos face-a-face, uma antiga, mas primária necessidade humana (2001). Nesse contexto, o espaço público da cidade tradicional surge enquanto o meio urbano por excelência, onde essas atividades humanas têm mais hipóteses de florescer.

Interessa-nos assim estudar os espaços públicos de sucesso da cidade histórica tradicional – as ruas, praças e jardins de bairros que possuem ainda uma vida social vibrante –, pois essas áreas urbanas não só constituem um repositório de boas práticas de fazer cidade, como comprovaram já possuir robustez e flexibilidade suficientes para se adaptar, repetidas vezes, aos mais diversos processos de transformação urbana e social. Perante as incertezas formais da cidade sem modelo e a crescente insustentabilidade dos atuais modelos de crescimento urbano, é nesses espaços – e através das suas redes sociais complexas – que a criatividade e vitalidade urbanas, sobretudo no que toca às atividades culturais, encontram um território de exceção para se desenvolver. Com efeito, conforme tem vindo a ser notado por diversos autores (p.e., Acs, 2002; Hospers, 2003; Walters e Brown, 2005), é muito provável que os espaços públicos tradicionais de determinadas áreas urbanas venham a tornar-se precisamente nos locais indispensáveis às atividades e interações coletivas de uma sociedade eletronicamente conectada, mas socialmente atomizada.

Dimensões criativas do planeamento urbano: megaeventos e microintervensões

Num momento em que as estratégias de criatividade urbana baseadas na ideia de “classe criativa” de Florida começam a ser analisadas criticamente (ver, por ex., Pekelsma, 2010) – críticas aliás muitas vezes justificadas – importa distinguir do que se está a falar quando se fala de criatividade urbana.

Chatterton, geógrafo britânico, investigador das relações entre a cidade e a sociedade, afirma que a criatividade urbana é “um oportunismo com princípios” (2000). Consideramos essencial sublinhar na frase a palavra “princípios”, pois demasiadas vezes a tentação do “oportunismo” faz-nos perder de vista a necessidade ética de prosseguir certos princípios fundamentais de urbanidade. O próprio “arquiteto” do conceito da cidade criativa, Landry, afirma que

[...] o requisito essencial da cidade criativa é a existência de uma população diversificada, dotada de conhecimento e vitalidade social, e que apoia os setores de crescimento emergentes, *quaisquer que eles sejam*.² (2000, p. 35)

Esse apoio incondicional aos setores de crescimento econômico emergentes quaisquer que eles sejam afigura-se-nos, no mínimo,

problemático. Mas, admitindo a necessidade e a oportunidade de apoiar setores de crescimento emergentes, vejamos quais as alternativas que se nos apresentam.

A literatura da cidade criativa cita abundantemente o “modelo de Barcelona” enquanto paradigma – e por vezes receita – da “cidade criativa” de sucesso. E os autores dividem-se entre aqueles que destacam a dimensão formal do planejamento urbano, o bom *design* e a qualidade dos espaços públicos da cidade; e aqueles outros que sublinham a capacidade impulsionadora de um evento único (os Jogos Olímpicos de 1992) enquanto instrumento estratégico de reabilitação urbana.

O fato é que o que aconteceu em Barcelona nas últimas décadas foi a combinação de uns poucos megaprojetos urbanos espetaculares com dezenas de microintervensões urbanísticas de reabilitação dos espaços públicos – isto é, as ruas e as praças – da cidade tradicional. Apenas durante a década de 1980 realizaram-se em Barcelona cerca de 150 projetos de reabilitação de espaços públicos tradicionais. Em primeiro lugar, esses projetos promoveram qualidade e vitalidade no ambiente urbano. Em segundo lugar, diversos dos projetos ganharam prêmios internacionais, o que ajudou a projetar a imagem de uma cidade espacialmente dinâmica – uma cidade em transformação.

Figura 2 – O “modelo de Barcelona”: receita para a “cidade criativa”?



Figura 3 – Durante a década de 1980 realizaram-se em Barcelona 150 projetos de reabilitação de espaços públicos tradicionais



Quando, em 1986, Barcelona ganha o concurso para a realização dos Jogos Olímpicos, a cidade entra num novo ciclo de planeamento estratégico-espetacular. Mas é preciso entender que a possibilidade, e o eventual sucesso dessa estratégia, resulta de um processo iniciado anteriormente, num primeiro ciclo de planeamento físico da cidade, com os projetos urbanos de menor escala.

Surgem aqui portanto duas dimensões distintas do planeamento urbano. Por um lado temos um planeamento urbano a que podemos chamar estratégico-radical – focado na produção de eventos de massas e assente em projetos urbanísticos espetaculares; e por outro um planeamento urbano a que se poderá chamar qualitativo-incremental – focado no melhoramento da qualidade dos espaços públicos existentes. Ambos os modelos procuram tornar a

cidade mais atrativa por forma a captar investimento e fixar população, mas há grandes diferenças entre esses dois tipos de planeamento físico do território urbano.

No primeiro caso, temos: uma inovação radical, implicando a criação de novas geografias urbanas; uma escala de intervenção que pretende afirmar a cidade global; orientada para a captação de novos públicos; associada a formas de consumo de massas; e à produção de novas paisagens urbanas “temáticas”.

No campo da produção cultural é um modelo que apoia investimentos maciços de capital, conduzidos por operadores culturais tendencialmente hegemônicos e abertamente pró-consumo e pró-massificação. Urbanisticamente, os arquitetos “superstar” internacionais são chamados a desenhar os edifícios-âncora das novas áreas urbanas, onde os novos

ambientes “urbanóides” (Hannigan, 1998) – os casinos, os megacentros comerciais, os megacentros culturais, os superbares e super-restaurantes de massas, os grandes complexos desportivos, os estádios, etc. – servem de motor a megaoperações imobiliárias.

No segundo caso, temos: uma inovação incremental, que implica o melhoramento dos espaços públicos quotidianos; em que a escala da intervenção é predominantemente local; orientada para os residentes e utentes habituais (ainda que com potencial para captar novos públicos); geralmente associada a formas de consumo mais individualizadas; e à reabilitação de paisagens urbanas preexistentes e únicas (quer na sua gênese histórica, quer na sua morfologia).

No campo da produção cultural, esse modelo significa o apoio a uma multiplicidade de operadores culturais independentes e com diversas valências, conduzindo operações de pequena escala, com economias mais próximas da subsistência, promovendo relações humanas

predominantemente locais e em lugares urbanos compactos e facilmente acessíveis a pé. Urbanisticamente, trata-se de reabilitar, bairro a bairro, o tecido urbano da cidade tradicional e simultaneamente promover a revitalização do tecido social dos bairros consolidados.

Os subcapítulos seguintes abordam a importância dos espaços urbanos tradicionais e das dinâmicas dos seus espaços públicos para a criatividade urbana. Os três estudos de caso apresentados constituem exemplos de planeamento qualitativo-incremental. Trata-se, por natureza, de um planeamento de gestão e de procura de consensos, necessariamente participativo e relativamente informal, flexível e adaptativo, quando comparado com as intervenções espetaculares estratégico-radical. Ainda que sem o apelo imediatista do “modelo de Barcelona”, as estratégias qualitativo-incrementais poderão constituir, no entanto, uma alternativa política mais sustentável e socialmente responsável para os governos locais que pretendam estimular a criatividade urbana.

Quadro 1 – Dimensões criativas do planeamento urbano

Planejamento urbano	
Estratégico-radical	Qualitativo-incremental
inovação radical escala de intervenção global captação de novos públicos formas de consumo de massas novas paisagens urbanas “temáticas”	inovação incremental escala da intervenção local residentes e utentes habituais formas de consumo individualizadas paisagens preexistentes e “únicas”
Produção cultural	
apoio a um grande megaprojeto operadores culturais “hegemônicos” economias intensivamente “pró-lucro” acessibilidade tipicamente por automóvel	apoio a uma multiplicidade de projetos múltiplos operadores culturais independentes economias “de subsistência” acessibilidade tipicamente pedonal

Tipologias de espaços urbanos

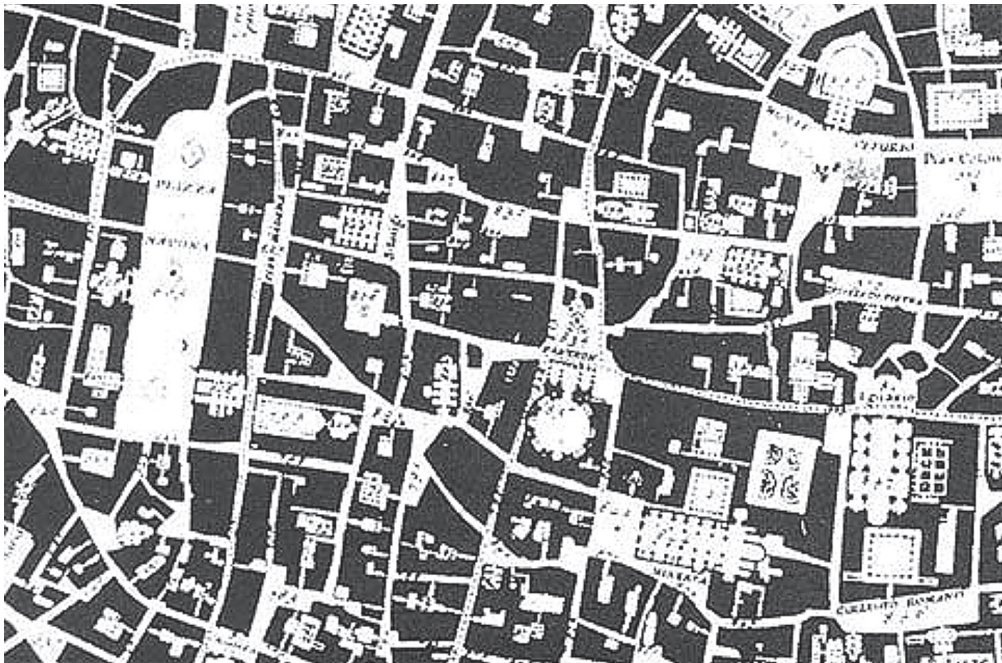
Em 1748 o arquiteto italiano Giambattista Nolli completa o primeiro levantamento cartográfico detalhado da cidade de Roma. O mapa resultante – hoje conhecido como o Mapa de Nolli – constitui um documento exemplar para o entendimento e estudo do espaço público urbano.

Nolli utiliza uma técnica já conhecida na época – a técnica de figura-fundo, em que os elementos sólidos (edifícios e quarteirões) são representados a negro e os espaços vazios (ruas e praças) a branco. No entanto, introduz uma importante inovação: nesse mapa ele representa igualmente a branco o interior dos edifícios públicos,³ o que nos dá, pela primeira vez, uma percepção visual inteiramente diferente da

composição do espaço urbano. É que, ao incluir certos espaços interiores enquanto prolongamento dos espaços públicos exteriores Nolli está, de fato, a cartografar os lugares da esfera pública na Roma do seu tempo.

Esse tipo de representação permite-nos distinguir três tipos de espaços urbanos, nomeadamente: espaços privados, espaços públicos, e espaços privados acessíveis ao público. E, se fosse possível assistir, como num filme rápido, à evolução temporal do mapa de Nolli observar-se-ia um fato interessante: enquanto que as duas primeiras categorias permaneceriam praticamente imutáveis, assistiríamos a uma intensa dinâmica de transformação nos espaços privados de acesso público: muitos deles simplesmente desapareceriam, enquanto que novas áreas em branco surgiriam escavadas nos blocos negros dos quarteirões.

Figura 4 – Detalhe do Mapa de Nolli (Roma, 1748)



A dinâmica de transformação dos espaços privados acessíveis ao público tem diretamente a ver com a dinâmica de transformação das atividades (usos do solo) que funcionam enquanto magnetos de pessoas. Enquanto que hoje certas atividades econômicas – como cinemas e auditórios, bares e restaurantes, mercados e comércio diverso – exercem uma natural atração e vivem essencialmente do contato com as pessoas que passam nas ruas, outras atividades – como armazéns, blocos exclusivamente habitacionais ou de escritórios, indústria pesada, ou grandes superfícies comerciais – suscitam poucas relações com o exterior. Do ponto de vista da vitalidade do espaço urbano, as atividades mais relevantes – e com maior interesse para o nosso estudo – são precisamente aquelas que ocorrem nos espaços privados de uso público e que produzem um grande número de transações humanas entre o interior e o exterior dos edifícios.

É necessário reconhecer que a vasta maioria dos atuais espaços privados de uso público não são de acesso livre, pois alojam atividades econômicas que exigem geralmente o pagamento de um ingresso ou o consumo de algum tipo de produto ou serviço. Com efeito, há um grande déficit de espaços interiores públicos, ou “salas de estar” urbanas, na cidade atual, onde seja possível permanecer sem pagar ou consumir algo. No entanto, apesar dessa forte limitação em termos de acessibilidade universal, os espaços privados acessíveis ao público constituem uma importante extensão do espaço público da rua e influem decisivamente na vitalidade do espaço urbano. A permeabilidade dos edifícios, ou melhor, a forma como as atividades “de dentro” dos edifícios transbordam para fora deles, dado o seu grau

de atratividade, é assim um fator importante para o estudo da dinâmica do espaço público urbano.

Jan Gehl no seu já célebre clássico *Life Between Buildings* (1987), identificou a existência de três categorias distintas de atividades humanas nos espaços públicos: atividades necessárias, sociais e opcionais. Partindo dessa nomenclatura, e associando-a às atividades econômicas que ocorrem nos espaços privados acessíveis ao público, podemos igualmente distinguir as atividades necessárias – predominantemente dirigidas para a comunidade local e que satisfazem necessidades estritamente funcionais (por ex.: o comércio diário de proximidade, bancos e consultórios, ou estabelecimentos de ensino e de saúde); as atividades sociais – que dependem da presença simultânea de muitas pessoas e satisfazem as necessidades gregárias e de convívio informal da comunidade (por ex.: cinemas e teatros, bares e restaurantes, ou associações culturais); e as atividades opcionais – que satisfazem necessidades específicas de determinados setores da sociedade (por ex.: hotéis, museus e galerias de arte, antiquários, ou bibliotecas e livrarias). Diferentemente das atividades necessárias, quer as atividades sociais quer as atividades opcionais possuem um grau de atratividade supralocal.

A presença de atividades opcionais, conforme observou Gehl, resulta num aumento significativo dos contatos e interações humanas, reforçando o papel aglutinador das atividades sociais. Por outro lado, o argumento central de Gehl, preconizando que os espaços públicos de menor qualidade são precisamente aqueles onde ocorrem apenas atividades necessárias, sugere que a vitalidade do espaço público de

uma área urbana e, conseqüentemente, o seu potencial de criatividade e competitividade relativamente a outras áreas, depende da presença de um elevado número de atividades opcionais e sociais.

Multifuncionalidade e densidade

A esse respeito, importa referir ainda duas outras qualidades, habitualmente reconhecidas enquanto fundamentais à vitalidade do espaço público urbano:⁴ a multifuncionalidade e a densidade.

As áreas urbanas podem ser multifuncionais – isto é, conter em si uma diversidade de funções, ou atividades – porque contêm edifícios de usos mistos (por ex.: comércio no rés-do-chão e habitação nos pisos superiores), ou porque contêm uma mistura de edifícios monofuncionais destinados a usos diferenciados. A teoria sugere que do ponto de vista da vitalidade do espaço urbano o primeiro tipo é geralmente preferível (Carmona et al., 2003, pp. 179-182).

Áreas urbanas onde ocorre uma multiplicidade de funções diversas, onde está sempre a acontecer qualquer coisa, dia e noite, e onde, conseqüentemente, a possibilidade de encontros casuais é maior – diz Jacobs (1969) – são os lugares com o maior potencial de empreendedorismo, inovação e criatividade.⁵ Conforme referido por Hospers (2003, p. 150), alguns estudos recentes (Quigley, 1998; Glaeser, 2000; Oort, 2003) que testaram empiricamente as ideias de Jacobs vieram comprovar que as áreas urbanas multifuncionais, quer nos EUA,

quer na UE, têm dinâmicas de crescimento mais acentuadas que as áreas urbanas monofuncionais, em termos econômicos, sociais e espaciais.

A densidade de residentes e utentes de uma área urbana, por outro lado, é um fator importante para garantir uma massa crítica que viabilize um elevado número de atividades diversas. A concentração de um elevado número de pessoas numa dada área, no entanto, é uma condição necessária, mas não suficiente, para estimular a sua criatividade. A criatividade urbana depende sobretudo da densidade de interações entre os atores sociais. O potencial de criatividade de uma dada área urbana será, assim, tanto maior quanto maior for o número de atividades nela presentes que favoreçam encontros e contatos interpessoais frequentes, que por sua vez estimulam o debate de ideias, a crítica e a inovação.

O papel da aglomeração é fundamental para a criatividade (Costa et al., 2007) e algumas áreas centrais da cidade tradicional – que associam um forte valor simbólico a uma elevada densidade e multiplicidade de atividades, particularmente as opcionais e sociais – possuem espaços públicos de grande vitalidade e são naturalmente propícias à emergência de atividades criativas.

A concentração espacial de atividades diversas numa malha urbana densa como a desses bairros centrais determina ainda uma outra característica fundamental à vitalidade do espaço público: a facilidade de nele se poder andar a pé (*walkability*). Contrariamente ao espaço urbano da cidade extensa, onde as atividades se situam distantes umas das outras em lugares apenas acessíveis de carro, os espaços públicos das áreas urbanas centrais onde

Figura 5 – Espaço público de uma área urbana central



haja uma intensa concentração de atividades interligadas por ruas e praças acessíveis e confortáveis para os peões multiplica os contatos humanos informais, favorece o desenvolvimento de redes sociais de proximidade e constitui um território privilegiado para a inserção de atividades criativas.

Estudos de caso

Neste estudo analisam-se três bairros distintos que aparentemente reúnem as condições acima descritas. São áreas urbanas multifuncionais, cujos espaços públicos possuem uma vitalidade notável, organizadas numa malha densa de ruas, onde ocorre uma grande diversidade de atividades sociais e opcionais em espaços privados de uso público.

Do ponto de vista urbanístico, os bairros em análise – Bairro Alto, em Lisboa; Vila Gracia, em Barcelona; e Vila Madalena, em São Paulo – foram selecionados por possuírem um conjunto de características únicas que os distinguem, e cujo carácter “histórico” não tem impedido a sua transformação, nomeadamente através da assimilação de novos usos que lhes têm vindo a imprimir dinâmicas sociais inovadoras e criativas. Com efeito, esses bairros, informalmente identificados e reconhecidos enquanto “bairros culturais”, reúnem muitas das características das “vilas urbanas” de Tony Aldous (1992) e dos bairros ideais conceptualizados pelos proponentes de um “novo urbanismo” (CNV, 1998; Balula, 2000), nomeadamente:

- uma dimensão suficientemente pequena para que a distância entre os diversos lugares seja facilmente percorrível a pé⁶ e para que as pessoas tenham a possibilidade de conhecer-se;

mas suficientemente grande para permitir um leque alargado de atividades diversas, bem como um serviço de transportes públicos.

- Uma concentração de atividades cívicas, culturais, institucionais e comerciais, que proporciona uma diversidade de pontos de encontro, quer formais quer informais.

- Uma diversidade de usos, não só no bairro em geral, mas também em cada quarteirão.

- Uma malha densa de ruas interligadas, conformando quarteirões de dimensões relativamente pequenas que possibilitam múltiplas escolhas de percursos alternativos e encorajam o andar a pé.

- Um ambiente confortável e seguro para os peões, que admite o automóvel sem no entanto privilegiar o seu uso.

- Uma combinação de edifícios de diferentes tipos e dimensões, incluindo um elevado número de edifícios de usos mistos.⁷

- Uma concentração de edifícios “robustos”, isto é, com o potencial para se adaptar a diferentes usos, conforme as necessidades de diferentes épocas.

- Uma relação aproximadamente equilibrada entre quantidade de empregos e quantidade de unidades residenciais.⁸

- Um elevado nível de atividade a diferentes horas do dia, bem como uma economia noturna que proporciona lugares de lazer, encontro e entretenimento.

Interessou-nos, neste estudo exploratório, perceber as dinâmicas dos espaços públicos dos bairros em questão em termos da sua funcionalidade, acessibilidade e morfologia; bem como a percepção dos atores locais das

relações entre esses fatores urbanísticos e a criatividade, vitalidade e competitividade de cada bairro.

Metodologicamente, a primeira parte do inquérito realizou-se através de um levantamento funcional em que se registaram todas as atividades atualmente existentes, e que incluem um total de vinte e oito tipologias distintas. Paralelamente, fez-se ainda um levantamento sumário do nível de serviço dos transportes públicos; e realizou-se um levantamento fotográfico exaustivo dos três bairros, em que se procurou captar as dinâmicas dos espaços públicos a diferentes horas do dia e também de noite.

A segunda parte do inquérito contou com uma série de vinte e duas entrevistas, realizadas a atores-chave locais, em que se investigou a sua percepção do bairro respectivo em termos de criatividade, vitalidade e competitividade, e de onde se extraíram as principais referências a aspectos urbanísticos, funcionais e espaciais.⁹

Análise urbanística e espacial

Ainda que de dimensões variáveis – Bairro Alto com uma área de cerca de 21 ha; Vila Gracia com cerca de 96 ha; e Vila Madalena com cerca de 89 ha – os três bairros possuem uma morfologia semelhante, sendo formados integralmente por malhas ortogonais irregulares. A diversa gênese dos bairros determina, no entanto, importantes diferenças.¹⁰ O Bairro Alto, mais antigo, apresenta traçados mais orgânicos, ruas e quarteirões mais estreitos, e nenhuma praça (as existentes situam-se todas nas periferias do

bairro); Vila Gracia, por outro lado, distingue-se precisamente por um elevado número de praças, no seio de uma malha compacta de ruas conformando quarteirões de dimensão variável; e Vila Madalena, com um traçado mais rígido e regular (mais puramente ortogonal) distingue-se pela maior largura das ruas e pela dimensão dos quarteirões, substancialmente maior que em qualquer dos outros casos.

Morfologicamente, existem ainda outras importantes distinções a assinalar. Assim, quer as ruas do Bairro Alto – com edifícios predominantemente de 3 e 4 pisos – quer as ruas de Vila Gracia – com edifícios predominantemente de 4 e 5 pisos – são ruas-canal bastante estreitas, ambas com uma relação típica de 1:2 entre a largura da rua e a altura das fachadas dos edifícios, o que determina que o espaço público

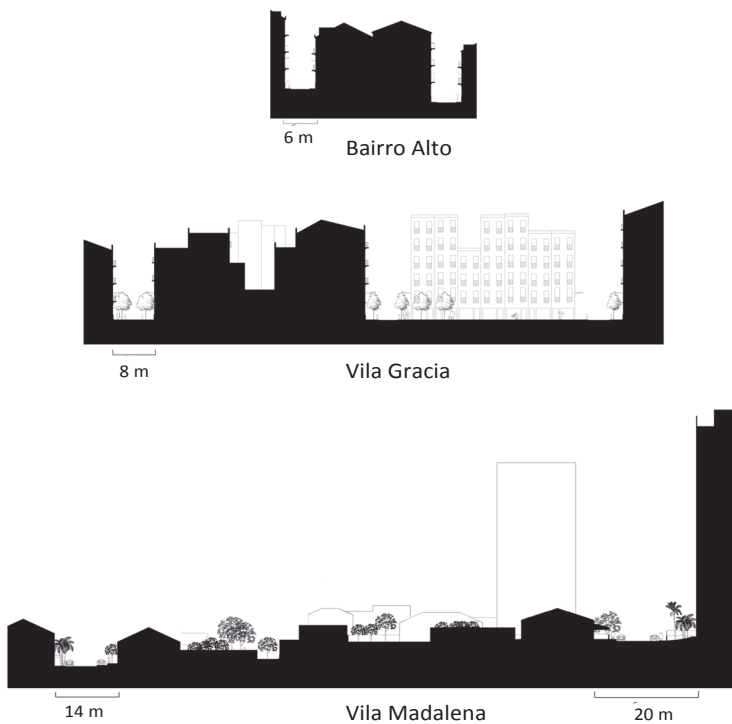
Figura 6 – Mapas figura-fundo dos bairros



seja bastante fechado e contido. Já em Vila Madalena essa relação é tipicamente de 3:1, o que significa um espaço público muito mais aberto e menos contido, ainda que em determinados lugares a existência de árvores nos passeios contribua para uma sensação de maior fechamento espacial. Em Vila Gracia, as inúmeras praças, ainda que de pequena dimensão, constituem lugares de abertura visual no interior da malha fechada de ruas. No Bairro Alto, por outro lado, a malha fechada é interrupta, as praças são todas exteriores ao bairro e funcionam enquanto “átrios” e “portas de entrada” do bairro.

Interessou-nos ainda analisar comparativamente a distribuição de espaço livre público (ruas e praças) e de espaço privado (as implantações dos quarteirões), por forma a avaliar, para cada caso, a área de espaço público em relação à área total do bairro. Assim, conforme se pode observar na Figura 8, enquanto que no Bairro Alto os espaços públicos abrangem praticamente 1/4 da totalidade da área do bairro, em Vila Gracia, que possui ruas um pouco mais largas e um grande número de praças, os espaços públicos representam já 1/3 da área total do bairro. Vila Madalena, devido às suas ruas francamente

Figura 7 – Seções-tipo dos bairros



mais largas e à existência de duas grandes praças, apresenta a maior percentagem de espaço público (41%) relativamente à totalidade da área do bairro.

Quanto à segurança e conforto pedonal dos espaços públicos, quer Vila Gracia quer o Bairro Alto são ambientes urbanos amigáveis para o peão onde é fácil, e pode ser agradável, andar a pé. A dimensão dos quarteirões em ambos os casos é pequena, o que multiplica as alternativas de percurso origem-destino; existem diversas ruas pedonalizadas ou de trânsito automóvel limitado; e há um grande número de fachadas ativas que atraem o olhar e animam os percursos pedonais. A relação peão/automóvel é mais ordenada em Vila Gracia – onde há passeios confortáveis e bem delimitados para

a circulação de peões, de nível com a faixa de rodagem – que no Bairro Alto, onde os passeios estreitos e desnivelados da via de circulação automóvel, bem como separadores mal colocados, dificultam e tornam mais inseguras as deslocações pedonais.

Vila Madalena, por outro lado, é claramente um bairro motorizado. Ainda que os passeios, mais amplos, constituam um espaço de estar e circular seguro e ativamente apropriado pelas pessoas, os quarteirões são demasiado longos para grandes percursos a pé, e os possíveis destinos distribuem-se de um modo mais disperso. A própria paisagem urbana, em contraste com os outros dois bairros, é em grande parte dominada pela presença constante do automóvel.

Quadro 2 – Relação espaço público/espaço privado

	Bairro Alto	Vila Gracia	Vila Madalena
Área total do bairro	21,5 ha	96,3 ha	89,0 ha
Área espaço privado	15,8 ha = 53%	64,9 ha = 67%	52,8 ha = 59%
Área espaço público	5,7 ha = 27%	31,4 ha = 33%	36,2 ha = 41%

Figura 8 – Espaços públicos característicos do Bairro Alto

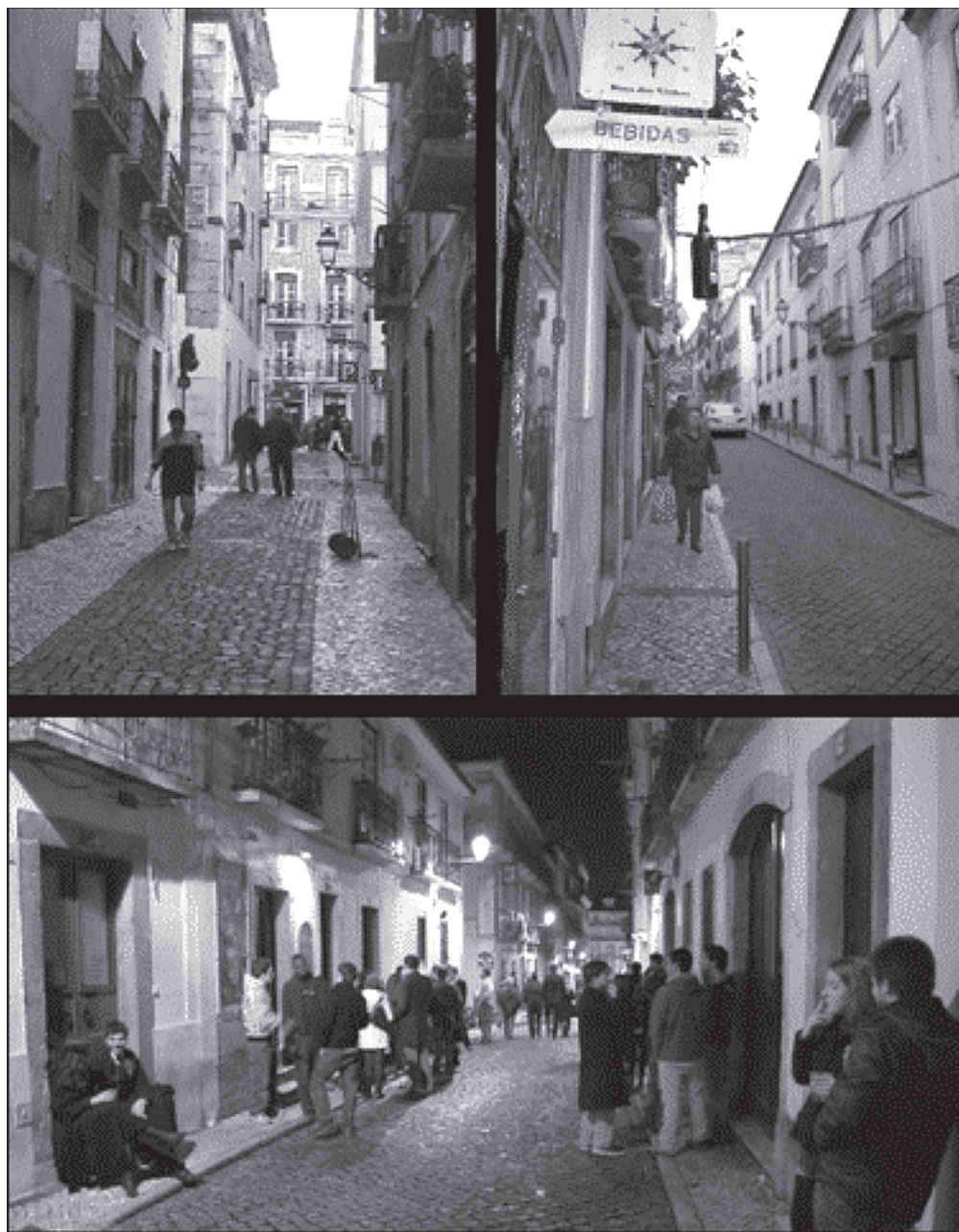


Figura 9 – Espaços públicos característicos de Vila Gracia

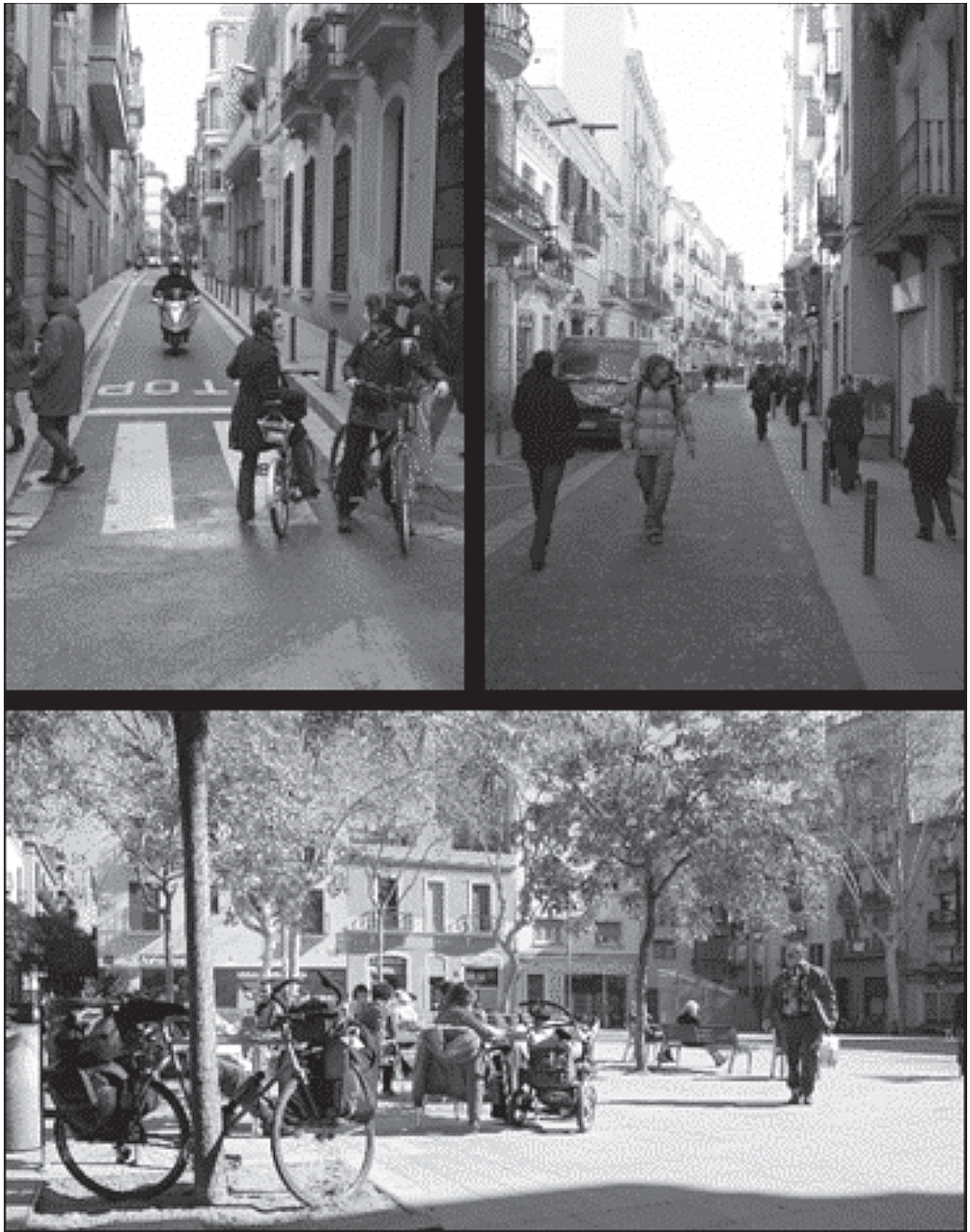


Figura 10 – Espaços públicos característicos de Vila Madalena



De entre os três bairros, Vila Madalena é, comprovadamente, o menos pedonal (*walkable*) e onde as pessoas dependem mais do automóvel para a sua vida quotidiana. Isto mesmo é demonstrado pelo modelo *Walk Score*,¹¹ que avalia o grau de pedonalidade (*walkability*) de uma determinada área urbana.

Procedeu-se a um cálculo comparativo dos três bairros de acordo com o modelo *Walk Score*. Dado que o método permite apenas medir a pedonalidade de localizações pontuais, selecionaram-se em cada bairro cinco localizações (uma central e as outras quatro em áreas a norte, sul, este e oeste) por forma a obter um valor agregado para o bairro. De

acordo com os cálculos, descritos no Quadro 3, o Bairro Alto destaca-se enquanto o mais pedonal (a *walker's paradise*), onde a maioria das necessidades quotidianas podem ser supridas a pé, e é perfeitamente possível viver sem carro. Vila Gracia apresenta maiores variações de acessibilidade interna, mas em geral é um bairro bastante pedonal, onde, no entanto, o acesso a algumas das atividades essenciais requer uma bicicleta, moto, transporte público, ou carro. Vila Madalena, por outro lado, surge enquanto um bairro onde as pessoas definitivamente dependem de algum tipo de transporte para aceder a uma grande parte das suas necessidades.

Quadro 3 – “Walk Score” - uma medida de pedonalidade¹²

Bairro Alto		90% (<i>walkers' paradise</i>)
Rua da Atalaia (Central)	94%	
Pátio do Tijolo (N)	88%	
Rua do Loreto (S)	89%	
Rua do Século (O)	88%	
Trav. Água-Flor (E)	91%	
Vila Gracia		68% (<i>somewhat walkable</i>)
Carrer del Robi (Central)	72%	
Carrer de la Granja (N)	65%	
Carrer del Peril (S)	69%	
Carrer Gran de Gracia	74%	
Carrer de Bacells (E)	62%	
Vila Madalena		38% (<i>car-dependent</i>)
Rua Fidalga (Central)	37%	
Rua Rodésia (N)	37%	
Rua Belmiro Braga (S)	38%	
Rua Morás (O)	45%	
Rua Simpatia (E)	31%	

Um fator essencial de vitalidade e também de sustentabilidade urbana, a pedonalidade dos bairros, é portanto em grande parte determinada quer pelo tipo de atividades neles existentes (em espaços privados de uso público), quer pelo seu grau de concentração ou dispersão.

Por forma a avaliar a dinâmica atual dos espaços privados de uso público – que funcionam enquanto magnetos de pessoas e contribuem para a vitalidade do bairro –, procurou-se identificar e localizar as atividades existentes em cada bairro, por forma a perceber a sua composição e distribuição espacial. Nos levantamentos funcionais realizados cartografaram-se

as localizações de todas as atividades urbanas existentes. De acordo com a metodologia proposta, as vinte e oito tipologias de atividade identificadas foram agrupadas em três tipos: 1) atividades necessárias – predominantemente dirigidas para a comunidade local e que satisfazem as necessidades estritamente funcionais da comunidade; 2) atividades sociais – que dependem da presença simultânea de muitas pessoas e satisfazem as necessidades gregárias e de convívio informal da comunidade; e 3) atividades opcionais – que satisfazem necessidades específicas de determinados grupos sociais (ver Quadro 4).

Quadro 4 – Atividades urbanas: necessárias, sociais e opcionais

Atividades urbanas:

Necessárias – satisfazem as necessidades funcionais da comunidade

- Comércio tradicional “de proximidade”
- Oficinas tradicionais
- Estabelecimentos de Ensino
- Estabelecimentos de Saúde
- Estabelecimentos de Apoio Social
- Estabelecimentos Administrativos
- Estabelecimentos de Segurança Pública
- Bancos
- Escritórios e Consultórios

Sociais – satisfazem as necessidades gregárias e de convívio da comunidade

- Bares, Cafés, Cervejarias e Restaurantes
- Cinemas Teatros e Auditórios
- Associações Promotoras de Atividades Culturais
- Associações Cívicas

Opcionais – satisfazem as necessidades de setores específicos da sociedade

- Comércio de “imagem criativa”
- Comércio de grandes cadeias
- Oficinas “criativas”
- Bibliotecas e Arquivos
- Galerias de Arte
- Ateliers de Artistas
- Antiquários
- Livrarias e Alfarrabistas
- Estabelecimentos de Ensino Artístico
- Museus e Grandes Equipamentos Culturais
- Estabelecimentos hoteleiros

Conforme esperado, o número total de atividades em espaços privados de uso público é bastante elevado no Bairro Alto e em Vila Gracia, enquanto que é comparativamente bastante mais moderado em Vila Madalena.

Vila Gracia regista a maior concentração de atividades necessárias (comércio diário, oficinas, serviços públicos, etc.) e também de atividades opcionais (comércio “criativo”, livrarias, grandes cadeias, galerias de arte, etc.). O Bairro Alto regista a maior

concentração de atividades sociais (restaurantes, bares, associações culturais, etc.) e também um elevado número de atividades opcionais. No caso de Vila Madalena – onde se confirma uma comparativamente baixa concentração de atividades de qualquer género – a incidência dos três tipos é, no entanto, relativamente equilibrada (ver Quadro 5).

Os mapas das Figuras 11, 12 e 13 ilustram a concentração do tipo de atividades dominantes em cada um dos bairros estudados.

Quadro 5 – Concentração de atividades urbanas
(n. de unidades em 10 hectares¹³/percentagens)

	Necessárias	Sociais	Opcionais	Total
Bairro Alto	50 = 19%	110 = 42%	100 = 39%	260 = 100%
Vila Gracia	80 = 35%	40 = 17%	110 = 48%	230 = 100%
Vila Madalena	20 = 29%	30 = 42%	20 = 29%	70 = 100%

Figura 11 – Bairro Alto: atividades sociais



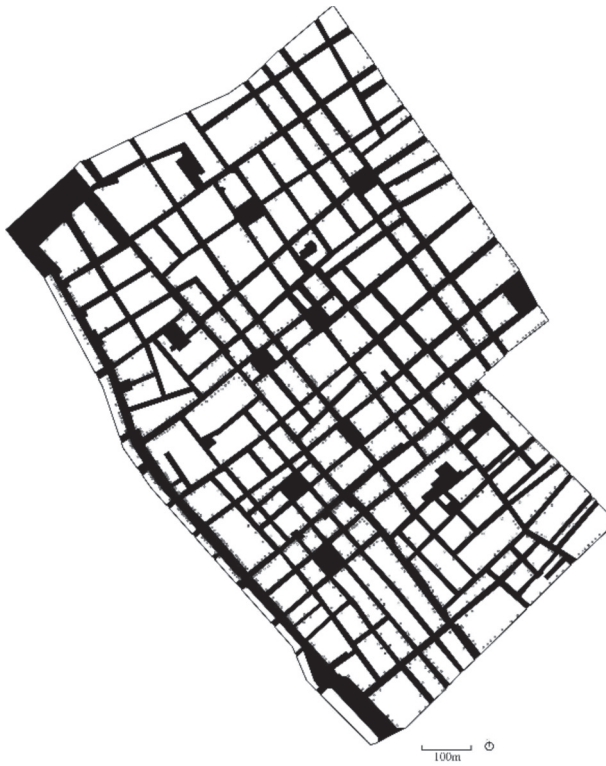
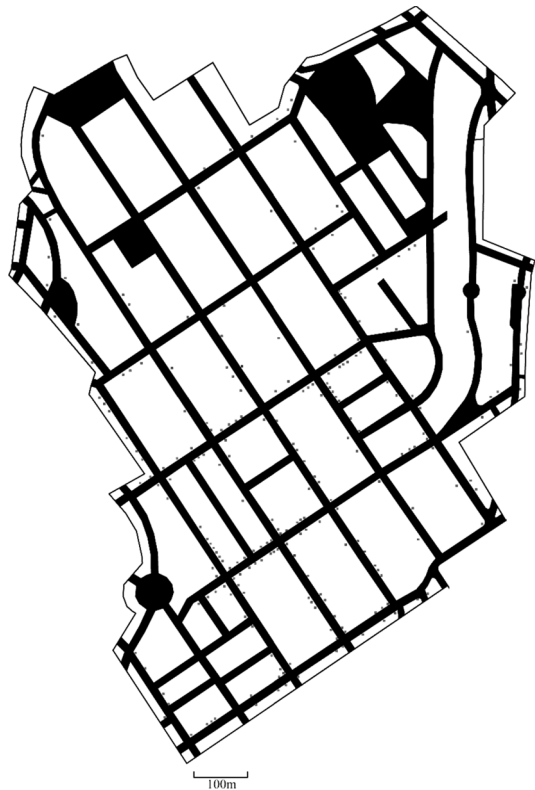


Figura 12 – Vila Gracia:
atividades opcionais

Figura 13 – Vila Madalena:
atividades sociais



Percepção dos agentes locais

Realizou-se ainda uma série de entrevistas exploratórias a diversos atores-chave em cada cidade¹⁴ por forma a obter, a partir do conhecimento local, uma visão partilhada e uma apreciação qualitativa do bairro respectivo. Dessas entrevistas emerge um grupo de qualidades comuns aos três bairros, apontadas pelos inquiridos enquanto fatores específicos que os distinguem de outras áreas urbanas da mesma cidade. São eles:

- um espaço público fortemente marcado pela presença de comércio;
- um espaço público onde há boas condições de acessibilidade e mobilidade;
- um espaço público facilmente apropriável;
- um ambiente propício à emergência de comércio inovador;
 - existência de equipamentos culturais;
 - existência de vida noturna;
- um bairro associado à ideia de “vida boêmia”;
- existência de um conflito (ruído) entre a vida noturna e alguns residentes;
 - uma mistura de elementos (edifícios, comércios, espaços) contemporâneos com elementos tradicionais.

Enquanto fatores específicos que contribuem para a criatividade dos bairros, os entrevistados apontaram em comum os seguintes tópicos:

- existência de instituições criativas; o bairro constitui um ponto de encontro de indivíduos e grupos criativos;
- existência de comércio e serviços inovadores, como ateliers artísticos, oficinas de artesanato criativo, galerias de arte, etc.;

- existência de lojas e bares “personalizados”;
- uma renovação e um rejuvenescimento da população residente.

Enquanto fatores específicos que contribuem para a competitividade dos bairros, os entrevistados apontaram em comum:

- a orientação para o mercado exterior;
- a existência de animação noturna;
- a existência de comércio inovador (*design*, galerias de arte, etc.).

De acordo com os entrevistados, em Vila Gracia destacam-se ainda duas outras qualidades que distinguem o bairro dos demais: uma forte tradição e identidade própria; e a presença de um tecido associativo muito ativo, que contribui para um forte sentido comunitário. Essa forte tradição associativa e cultural é precisamente apontada enquanto fator diferenciador face a outros bairros de Barcelona e decisivo para a competitividade do bairro.

Em Vila Madalena são ainda apontados, enquanto fatores diferenciadores específicos, uma elevada presença de estudantes e universitários residentes (proximidade da Universidade de São Paulo) e, pela negativa, um excesso de tráfego automóvel.

No Bairro Alto, para além dos fatores comuns assinalados, os entrevistados referem ainda enquanto fator diferenciador o grande contraste existente entre duas formas de uso do bairro, dado que a vasta maioria dos utentes não são residentes.

Consultados sobre quais os fatores passíveis de aumentar a vitalidade, a criatividade e a competitividade dos bairros, os inquiridos – com maior incidência de respostas acerca do Bairro Alto – apontaram uma série de necessidades de âmbito urbanístico, conforme descritas no Quadro 6.

Quadro 6 – Fatores urbanísticos apontados enquanto passíveis de aumentar a vitalidade, a criatividade e a competitividade dos bairros

	Bairro Alto	Vila Gracia	Vila Madalena
Melhorar a infraestrutura urbana (ex. estacionamento)	•		•
Melhorar a mobilidade pedonal	•		•
Melhorar a cobertura de transportes públicos			•
Requalificar o espaço público	•		•
Reabilitar e reconverter edifícios degradados/devolutos	•		
Melhorar o acesso ao mercado do arrendamento (rendas demasiado elevadas)	•	•	
Criar organismo/associação de interesses (comerciais/culturais) locais	•		
Melhorar a qualidade de vida dos residentes (ruído/mobilidade)	•		•
Compatibilizar as diferentes vivências do bairro (moradores/comerciantes/consumidores)	•		•
Melhorar a limpeza da via pública/ limpar os grafites	•		

Conclusões

Os casos de estudo analisados parecem confirmar o argumento de Hospers (2003), quando este afirma que a criatividade não ocorre no vácuo, e que certos meios urbanos, ricos em sedimentos de história, são os lugares – os suportes físicos e sociais – por excelência onde a criatividade lança as suas raízes. Acrescentaríamos que, no atual contexto internacional, em que diversas crises estruturais exacerbam a competitividade dos territórios, a grande vantagem competitiva dos “bairros culturais” reside acima de tudo na manutenção da vitalidade dos seus espaços públicos.¹⁵

Conforme vimos, a vitalidade do espaço público – aquilo que habitualmente entendemos por espaço público urbano, as ruas e praças, os espaços abertos exteriores – depende

em grande parte da vitalidade e diversidade das atividades que ocorrem em determinados espaços interiores – os espaços privados de uso público – que com eles interagem. Os espaços privados de uso público, sejam eles restaurantes, bares, lojas de vestuário, escolas, oficinas, museus, ou academias de música, são extensões naturais dos espaços públicos exteriores, e contribuem decisivamente para o seu caráter e para a sua maior ou menor vitalidade.

Os bairros culturais serão tanto mais “criativos” quanto maior for a sua capacidade de atrair “atores criativos” (indivíduos, instituições, atividades), que escolhem nele se fixar, residir, ou trabalhar, e o reconheçam enquanto lugar de encontro e trocas com os seus pares. A existência de um elevado número de atividades sociais e opcionais facilita os contatos interpessoais e interinstitucionais, e contribui para o

aumento dessa atratividade. Por outro lado, a existência de um elevado número de atividades necessárias – dirigidas à comunidade local – é essencial ao bem-estar e à qualidade de vida dos residentes.

Os resultados da análise urbanística permitem concluir que, no que respeita à relação proporcional entre essas atividades, não há números de ouro ou proporções ideais: nos três bairros os tipos de atividades misturam-se em diferentes proporções, e a maior concentração de um ou de outro tipo de atividade gera apenas diferentes ambientes urbanos e diferentes vivências de bairro.

De acordo com as entrevistas realizadas, Vila Gracia, o bairro onde existe a maior concentração de atividades necessárias, é um bairro acolhedor e agradável para os seus residentes, um bairro “pequeno” – como diz um dos entrevistados, apesar dos seus quase 100 hectares – onde se vive “como numa aldeia”. Já no Bairro Alto e em Vila Madalena, onde predominam as atividades sociais (por definição com um grau de atratividade supralocal), verifica-se uma maior tensão entre os estilos de vida dos residentes e dos utentes do bairro, e os entrevistados sentem a necessidade de “compatibilizar as diferentes vivências do bairro” e gerar um maior envolvimento entre moradores, comerciantes e consumidores.

Em qualquer dos bairros, a elevada concentração de atividades opcionais (na sua maioria pertencentes ao setor “criativo”) complementa o papel aglutinador das atividades sociais e atribui aos bairros uma marca de “criatividade urbana”. A concentração dessas atividades é precisamente referida pelos entrevistados enquanto um importante fator de criatividade.

No que toca às atividades urbanas em espaços privados de uso público, o mix de atividades produz diferentes formas de apropriação socioespacial, enquanto que concentração e diversidade surgem enquanto as qualidades essenciais à vitalidade dos bairros.

Quanto à área disponível de espaço público exterior relativamente ao espaço privado – uma relação de aproximadamente 1:3 no Bairro Alto, 1:2 em Vila Gracia, e 1:1,5 em Vila Madalena – parece não haver, igualmente, uma receita ideal. No entanto, é de salientar que o Bairro Alto se situa já no limiar mínimo de quantidade de espaço público para tornar uma área urbana viável.

A morfologia do espaço público, por outro lado, surge como fator importante, pois afeta diretamente a forma como as pessoas dele se apropriam. Assim, apesar da sua malha densa, temos as inúmeras praças de Vila Gracia, autênticas salas de estar urbanas onde pessoas de várias idades e com motivações diversas se encontram informalmente a diferentes horas do dia. São espaços públicos aglutinadores sociais, que contribuem para reforçar o sentido de comunidade ou – conforme afirmou um dos entrevistados – “um sentimento de identidade [de bairro] muito elevado”.

Já o espaço público do Bairro Alto, dada a sua morfologia de ruas estreitas e a total ausência de praças, necessita cumprir duas funções simultâneas: espaço de estar e canal de circulação. Os encontros informais dão-se na rua – quer de dia (residentes e turistas), quer de noite (convívio à porta dos bares) – o que atribui às relações interpessoais um caráter mais transitório. Se as praças de Vila Gracia oferecem a oportunidade para um convívio mais “passivo” e inclusivo, aqui o convívio de

rua (sobretudo à noite) é quase exclusivamente “ativo” e fortemente dominado pela faixa etária dos jovens, algo que – na opinião de um entrevistado e residente – “é por vezes cansativo para quem cá mora”.

A morfologia de Vila Madalena – uma malha ortogonal de longos quarteirões e ruas bastante largas (com duas ou três faixas de rodagem, estacionamento lateral e passeios amplos) – determina que o espaço público exterior seja partilhado, com algum conflito, entre peões e automóveis. A maior dispersão das atividades, como vimos, torna o uso do automóvel ou de algum outro meio de transporte motorizado indispensável para muitas das deslocações intrabairro. Além disso – conforme referido por um entrevistado –, “o bairro é atravessado por muito tráfego de passagem”, por vezes “em excesso”. Os passeios mais amplos e o estacionamento paralelo ao passeio (que protege do tráfego automóvel), permitem no entanto a existência de esplanadas – locais privilegiados de convívio que contribuem muito para a vitalidade da rua – e oferecem diversos lugares informais para sentar e conviver com outros (como um muro, umas escadas de moradia ou um recanto com bancos sob uma árvore).

Em qualquer dos três bairros – com maior intensidade em Vila Gracia e menor em Vila Madalena –, o grande número de atividades urbanas origina naturalmente um grande número de fachadas ativas e permeáveis. As fachadas ativas e permeáveis, típicas dos espaços privados de uso público – com montras deixando ver luzes e decorações interiores, e portas abertas para a rua por onde se pode entrar e sair – são um fator importante para a pedonalidade do espaço público, pois contribuem para

encurtar, subjetivamente, distâncias e também para enriquecer, sensorialmente, a experiência de andar na rua. A morfologia dos espaços públicos – ruas e praças delimitadas por fachadas de edifícios – é assim, nesses três bairros, dilatada muito para além das barreiras físicas que objetivamente os contém.

Ao nível da imagem, os três bairros têm em comum “uma mistura de elementos contemporâneos com elementos tradicionais”, o que é visto enquanto um fator muito positivo. No caso de Vila Madalena, no entanto, conforme foi observado, “a possibilidade de substituição [permitida no plano diretor] de moradias unifamiliares por grandes prédios [alguns com cerca de 20 pisos] está a desvirtuar as características tradicionais” e o sentido de lugar do bairro. Quer em Vila Madalena, quer no Bairro Alto, a requalificação do espaço público foi apontada enquanto fator passível de melhorar a imagem e, conseqüentemente, aumentar a vitalidade do bairro. No Bairro Alto, foi ainda apontada a necessidade de reabilitar os muitos edifícios degradados.

Resumindo as principais observações: 1) a concentração e a diversidade de atividades necessárias, sociais e opcionais são qualidades essenciais à vitalidade – e decorrente competitividade – das áreas urbanas; 2) os bairros estudados têm vitalidade devido à presença intensiva daqueles três tipos de atividades; 3) é esse mix de atividades, equilibrado por forma a servir residentes, mas também orientado para o exterior, num ambiente urbano que se adapta à contemporaneidade sem perder as principais características tradicionais, que constitui um fator de atração e fixação de usos e indivíduos criativos; 4) por outro lado, a morfologia do espaço público é

importante, na medida em que afeta a forma como as pessoas dele se apropriam e, conseqüentemente, determina diferentes possibilidades de estilos de vida.

Algumas das reflexões atuais sobre a cidade criativa tendem a adotar uma lógica funcionalista e economicista, que concebe a aglomeração de “indústrias” criativas com vista à criação de economias de escala, como se se tratasse da organização de um eficaz parque empresarial. Trata-se do mesmo racional sob o qual continuamos a promover um desenvolvimento urbano não sustentável baseado na suburbanização, no zonamento funcional, e na absoluta dependência do automóvel. O que o exemplo desses “bairros criativos” demonstra, no entanto, é que a competitividade de um ter-

ritório pode ser atingida de forma sustentável se ele for entendido enquanto um ecossistema complexo, que evolui e se adapta às novas condições de forma incremental, prosseguindo formas inovadoras sem no entanto perder a continuidade com a tradição e as formas do passado.

O presente estudo aborda apenas alguns aspectos essenciais, mas necessariamente parcelares, da criatividade do meio urbano. O aprofundamento do estudo desses bairros, nas suas múltiplas componentes, pode contribuir decisivamente não apenas para a sua própria continuidade enquanto territórios urbanos criativos, como também para o futuro desenvolvimento de cidades competitivas, mas social e culturalmente responsáveis.

Luís Balula

Ph.D. Planning & Public Policy, Rutgers University. Arquiteto e Urbanista. Investigador no Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal.

lbalula@copper.net

Notas

- (*) Artigo desenvolvido no âmbito do projeto Creatcity – uma cultura de governança para a cidade criativa: vitalidade urbana e redes internacionais. O projeto de investigação Creatcity (2007-2010), do DINÂMIA-CET/ISCTE–Universidade de Lisboa, é financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT/MCTES).
- (1) Encontramo-la por exemplo nas teorias que abordam o espaço público enquanto lugar liminal de celebração da diferença e de encontro com o “outro”; enquanto lugar objetificado por pressões de privatização, comercialização e gentrificação; ou enquanto lugar de contestação e conflito.
- (2) Meus itálicos.

- (3) À data, predominantemente igrejas e capelas, mas também diversos colégios, alguns palácios, e as múltiplas arcadas existentes.
- (4) Cf. por ex.: Jacobs, 1961, 1969; Lynch, 1981; Lozano, 1990; Jacobs, 1993.
- (5) Jane Jacobs identificou quatro pré-condições para a criação e preservação de bairros vibrantes e com diversidade: (1) grande densidade de população e de atividades; (2) mistura de usos; (3) ruas e quarteirões de pequena dimensão e amigáveis para o peão; (4) manutenção de edifícios antigos misturados com outros mais modernos.
- (6) Correspondente a uma distância máxima de 600 metros, ou o equivalente a cerca de 7 minutos a pé entre os lugares mais centrais do bairro e os lugares mais distantes
- (7) Por exemplo residencial e comercial, ou residencial e escritórios.
- (8) Idealmente numa relação de 1:1.
- (9) O trabalho de campo decorreu, nas três cidades, em períodos distintos, entre 2008 e 2009.
- (10) Ver descrições pormenorizadas da gênese e evolução dos três bairros em: Roldão, Vasconcelos e Latoeira, “Um estudo sobre as Cidades Criativas—Apresentação do diagnóstico aos estudos de caso: Lisboa, São Paulo e Barcelona” (2010), artigo produzido no âmbito do projeto Creatcity, no qual o presente estudo igualmente se insere.
- (11) “Walk Score” é um algoritmo que calcula a pedonalidade (*walkability*) de um endereço baseado na distância a que ele se encontra de uma série de atividades urbanas. O que é medido é a possibilidade de se ter um estilo de vida não dependente do automóvel para o dia-a-dia. O algoritmo inclui as seguintes atividades: mercearias e supermercados, restaurantes, cafés, bares, cinemas, escolas, parques, bibliotecas, livrarias, ginásios, farmácias, lojas de ferragens, lojas de vestuário e lojas de audiovisuais. O rigor do método depende do rigor dos registos atualizados do “Google Maps”, no qual se baseia. O website <http://www.walkscore.com/>, onde é possível realizar estes cálculos, foi lançado em 2007 e tem vindo desde aí a ser desenvolvido e aperfeiçoado.
- (12) <http://www.walkscore.com/> (accessed 28/1/2010):
 - 90–100% = *Walkers' Paradise: Most errands can be accomplished on foot and many people get by without owning a car.*
 - 70–89% = *Very Walkable: It's possible to get by without owning a car.*
 - 50–69% = *Somewhat Walkable: Some stores and amenities are within walking distance, but many everyday trips still require a bike, public transportation, or car.*
 - 25–49% = *Car-Dependent: Only a few destinations are within easy walking range. For most errands, driving or public transportation is a must.*
 - 0–24% = *Car-Dependent (Driving Only): Virtually no neighborhood destinations within walking range. You can walk from your house to your car!*
- (13) Arredondado às dezenas.

- (14) 22 no total: 8 no Bairro Alto; 8 em Vila Gracia; 6 em Vila Madalena. Os entrevistados incluem: consultores de desenvolvimento urbano, de políticas públicas e de indústrias criativas; agentes de instituições ligadas à produção e organização de atividades culturais; agentes da administração pública local (municípios, ayuntamentos ou prefeituras); atores institucionais e governamentais (níveis central, regional ou federal); e agentes decisivos no pensamento da cidade (urbanismo, desenvolvimento econômico e/ou social). Para uma descrição pormenorizada das entrevistas e dos agentes entrevistados ver Roldão, Vasconcelos e Latoeira (2010) “Um estudo sobre as Cidades Criativas—Apresentação do diagnóstico aos estudos de caso: Lisboa, São Paulo e Barcelona”, artigo produzido no âmbito do projeto de investigação Creatcity, no qual o presente estudo igualmente se insere.
- (15) A noção de competitividade territorial, tal como foi abordada no âmbito do projeto de investigação Creatcity, no qual o presente estudo se insere, implica “a capacidade de um espaço oferecer qualidade de vida e bem-estar aos seus cidadãos, permitindo-lhe assim sustentar, justamente, atividades e dinâmicas de desenvolvimento diferenciadoras face aos outros territórios”.

Referências

- ACS, Z. J. (2002). *Innovation and the Growth of Cities*. Cheltenham, Edward Elgar.
- ALDOUS, T. (1992). *Urban Villages: A concept for creating mixed-use developments on a sustainable scale*. Londres, Urban Villages Group.
- BALULA, L. (2000). Um novo urbanismo para as áreas metropolitanas: tradição e a cidade do futuro. *Revista Urbanismo*, n. 4.
- BARNETT, J. (2003). *Redesigning cities: principles, practice, implementation*. Chicago, IL: APA, Planners Press.
- CARMONA, M.; HEAT, T.; OC, T. e TIESDELL, S. (2003). *Public places, urban spaces: the dimensions of urban design*. Londres, UK, Architectural Press.
- CARR, S.; FRANCIS, M.; RIVLIN, L. G. e STONE, A. M. (1992). *Public Space*. Cambridge, MA, Cambridge University Press.
- CHAPMAN, T. (2006). Public Space. *Encyclopedia of Human Geography*. SAGE Publish. Disponível em: <http://www.sage-ereference.com.proxy.libraries.rutgers.edu/humangeography/Article_n238.html>
- CHATTERTON, P. (2009). Will the real Creative City please stand up? *City*, v. 4, n. 3, pp. 390-397. Disponível em: <http://www.paulchatterton.com/wp-content/uploads/2009/05/chatterton-creative-city-stand-up.pdf>. Acesso em: consultado em 3/12/2010.
- CNU – Congress for the New Urbanism (2000). *Charter of the New Urbanism*. Leccese, Michael and Kathleen McCormick (eds.). Nova York, McGraw-Hill.
- COSTA, P.; VASCONCELOS, B. e SUGAHARA, G. (2007). “O meio urbano e a génese da criatividade nas actividades culturais”. Comunicação no 13º Congresso APDR Recrear e Valorizar o Território. Açores, Portugal.

- FLORIDA, R. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Nova York, Basic Books.
- GARREAU, J. (2001). "Face to face in the information age". Comunicação no Congresso City Edge 2: Center vs. Periphery. Melbourne, Australia.
- GEHL, J (1987). *Life between buildings: using public space*. Nova York, Van Nostrand Reinhold (versão original em dinamarquês, 1971).
- GLAESER, E. L. (2000). "The new economics of urban and regional growth". In: CLARK, G. L.; FELDMAN, M. P. e GERTLER, M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford, Oxford University Press.
- HANNIGAN, J. (1998). *Fantasy City: Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. Londres, Routledge.
- HOSPERS, G.-J. (2003). Creative cities: breeding places in the knowledge economy. *Knowledge, Technology, & Policy*, 16(3), pp. 143-62.
- JACOBS, A. B. (1993). *Great streets*. Cambridge, MA, MIT Press.
- JACOBS, J. (1961). *The death and life of great american cities*. Nova York, Random House.
- _____ (1969). *The economy of cities*. Nova York, Random House.
- LANDRY, C. (2000). *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Londres, Earthscan.
- LOZANO, E. (1990). *Community design and the culture of cities*. Cambridge, MA, Cambridge University Press.
- LYNCH, K. (1981). *A theory of good city form*. Cambridge, MA, MIT Press.
- MITCHELL, W. (1999). *e-topia: 'Urban Life, Jim – But Not as We Know It'*. Cambridge, MA, MIT Press.
- OORT, F. G. van (2003). *Urban growth and innovation: analysis of spatially bounded externalities in the Netherlands*. Aldershot, Ashgate.
- PEKELSMA, S. (2010). We are fed up with the way the city uses us for its creative image. *EUKN*. Disponível em: http://www.eukn.org/eukn/news/2010/02/interview-christoph-twickel_1034.html. Acesso em: 3/12/2010.
- QUIGLEY, J. M. (1998). Urban diversity and economic growth. *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), pp. 127–38.
- WALTERS, D. e BROWN, L. L. (2005). *Design first, design-based planning for communities*. Burlington, MA, Architectural Press.
- WARREN, S. (2006). Public Space. *Encyclopedia of American Urban History*. SAGE Publish. Disponível em: <http://www.sage-ereference.com.proxy.libraries.rutgers.edu/urbanhistory/Article_n344.html>
- ZIEGLER, H. (2004). "Place in the Internet Age or Borges and I". In: L. Hönnighausen, J. A. e Reger, W. (eds.). *Space, place, environment*. Stauffenburg Verlag, Tübingen.

Texto recebido em 6/nov/2010
Texto aprovado em 16/dez/2010