



A Ativação Urbana bottom-up:
Fundo da Arquitetura Social e a Fábrica Braço de Prata

Ana Mafalda Pereira Rocha
Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Gestão e Estudos da Cultura
Departamento de História

Sob a orientação científica da:
Doutora Cátia Miriam Costa
Centro de Estudos Internacionais, ISCTE-IUL

e coorientação do:
Professor Doutor Sandro Mendonça
Departamento de Economia, ISCTE Business School

Setembro, 2015

Agradecimentos

Não teria sido possível concretizar este trabalho sem aqueles a quem agora agradeço.

À Caterina Foà agradeço o interesse e o tempo que disponibilizaste para me ouvir e conversar. Ajudaste-me a perceber o caminho que queria percorrer.

À diretora do mestrado, Doutora Maria João Vaz, por ter sugerido os meus atuais orientadores, sem essa sugestão nunca teria chegado a eles.

Aos meus orientadores, Doutora Cátia Miriam Costa e Doutor Sandro Mendonça, agradeço muito o constante incentivo e mensagens de força, pela disponibilidade, apoio e interesse que demonstraram ao longo deste ano. Melhores orientadores são difíceis de encontrar.

À Raquel Moraes e à Patrícia Ramalho, do Fundo de Arquitetura Social, e ao Nuno Nabais e à Sílvia Rebelo, da Fábrica Braço de Prata, agradeço a disponibilização de tempo e informação que foram essenciais para a elaboração deste estudo.

E por fim, agradeço não apenas a quem me ajudou na elaboração deste estudo, mas a todos que de alguma forma me apoiaram ao longo destes anos de formação académica.

Obrigado.

Sinópse

Muitas cidades ao redor do mundo estão a testemunhar um crescente interesse numa gama de práticas urbanas micro espaciais que estão a redefinir os espaços urbanos. As iniciativas aqui em estudo são intervenções urbanas *bottom-up* que emergiram como um novo tipo de projetos locais em tempos de crise económica e social, como abordagens atuais, criativas e inovadoras com o intuito de resolver questões sociais e económicas. A arte, a cultura e a criatividade têm cumprido uma função essencial na inovação social, num ambiente social caracterizado pela tolerância da diferença e pela celebração do inconformismo, muitas vezes com o enfoque na revitalização urbana. Este estudo pretende analisar o contributo das iniciativas *bottom-up* para a revitalização do espaço e o seu modo de atuar. Parte-se da questão: “Como contribuem as iniciativas *bottom-up* para a inovação social e revitalização urbana, através da cultura e da criatividade?”, que é aplicada a dois estudos de caso, o Fundo de Arquitetura Social (FAS) e a Fábrica Braço de Prata (FBP), ambos da cidade de Lisboa, Portugal. A partir da análise teórica e da recolha empírica, tenta perceber-se se estas duas iniciativas resultam de facto em práticas de inovação social e revitalização urbana, através da cultura e da criatividade.

Palavras-chave: *bottom-up*; cultura; criatividade; inovação social; revitalização urbana.

Synopsis

Many cities around the world are witnessing a growing interest in a range of spatial micro urban practices that are redefining the urban spaces. Initiatives under consideration here are bottom-up urban interventions that have emerged as a new type of local projects in times of economic and social crisis, as current approaches, creative and innovative in order to solve social and economic issues. The art, culture and creativity have fulfilled a key role in social innovation in a social environment characterized by the difference tolerance and celebration of nonconformity, often with a focus on urban revitalization. This study aims to analyze the contribution of bottom-up initiatives to revitalize the space and the way they act. It starts with the question: "How to contribute the bottom-up initiatives for social innovation and urban revitalization through culture and creativity," which is applied to two studies casao, the Fundo de Arquitetura Social (FAS) and Fábrica Braço de Prata (FBP), both in Lisbon, Portugal. From the theoretical analysis and empirical collection, this studie tries to realize if these two initiatives result in fact in social innovation practices and urban revitalization through culture and creativity.

Keywords: bottom-up; culture; creativity; social innovation; urban revitalization.

Glossário de Siglas

APORDOC – Associação pelo Documentário

ARCO – Ar.Co – Centro de Arte e Comunicação Visual

CML – Câmara Municipal de Lisboa

EGEAC – Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural

FAS – Fundo de Arquitetura Social

FAUL – Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa

FBP – Fábrica Braço de Prata

GDC – Grupo Desportivo do Castelo

GEC – Grupo Excursionista do Castelo

IADE – Instituto de Arte, Design e Empresa

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

JFSMM – Junta de Freguesia Santa Maria Maior

Índice de Figuras

Figura 4-1 Performance de dança nas ruínas dos dormitórios da prisão	30
Figura 4-2 Durante uma visita guiada, um ex guarda da prisão conta histórias, ao lado de uma das paredes da prisão, acerca de quando lá trabalhava.	30
Figura 4-3 Criação de galinhas construída pela comunidade no projeto Cascoland Kolenkitbuurt.....	31
Figura 4-4 Horta e estufa construídas pela comunidade no projeto Cascoland Kolenkitbuurt.....	31
Figura 4-5 Evento cultural a ser realizado no espaço público recuperado.	31
Figura 4-6 Usuários da frente costeira de Bandra a usufruírem do espaço público recuperado	31
Figura 4-7 Momento de pausa registado durante a construção do espaço do NoorderparkBar.	34
Figura 6-1 Bairro do Castelo, zona de intervenção do FAS.	41
Figura 6-2 Quatro membros da comunidade residente à frente da porta do edifício comunitário que alberga o FAS.	45
Figura 6-3As associações locais Há Castelo, Grupo Desportivo do Castelo e Grupo Excursionista do Castelo reúnem com o FAS no edifício recuperado que serve agora para fins comunitários.	46
Figura 6-4 Membro da comunidade ajudam na produção de conteúdo para a exposição "O Castelo é Lindo!"	49
Figura 6-5 Membros da comunidade ajudam na limpeza de objetos doadas pela própria comunidade para a exposição "O Castelo é Lindo!"	49
Figura 6-6 Exposição "O Castelo é Lindo!"	49
Figura 6-7 Exposição "O Castelo é Lindo!"	49
Figura 6-8 Comunidade residente do Bairro do Castelo desfruta de um magusto comunitário.....	49
Figura 6-9 Comunidade residente do Bairro do Castelo desfruta de um magusto comunitário.....	49
Figura 6-10 Sessão de cinema no FAS.	50
Figura 6-11 Bonecos inspirados nas Marchas Populares do Castelo são confeccionados pela comunidade residente.....	50
Figura 6-12 Bonecos inspirados nas Marchas Populares do Castelo são confeccionados pela comunidade residente.....	50
Figura 6-13 As bonecas das marchas populares do Castelo. Os primeiros produtos produzidos pela comunidade residente da marca Castelo, na exposição “O Castelo é Lindo!”	51
Figura 6-14 Desenho realizado por um membro da comunidade residente do bairro....	51
Figura 6-15 Comunidade do bairro do castelo a participar em aulas abertas de desenho.	51
Figura 6-16 Membro da comunidade jovem do bairro desfruta das atividades educacionais oferecidas pela a oficina FAS com as Mãos	52
Figura 6-17 Membro da comunidade jovem do bairro desfruta das atividades educacionais oferecidas pela a oficina FAS com as Mãos	52
Figura 6-18 Alunos da escola primária do bairro participam em atividades lúdicas através do projeto FAS com Rodas	52
Figura 6-19 Mais membros da comunidade jovem do bairro desfrutam das atividades educacionais oferecidas pela a oficina	52
Figura 6-20 Banca de produtos de lojas locais na feira do Castelo.	53

Figura 6-21 Produto local à venda na feira do Castelo.....	53
Figura 6-22 Grupo musical local atua em palco na feira do Castelo.....	53
Figura 6-23 Aluno do parceiro Chapitô atua na feira do Castelo.....	53
Figura 6-24 Aluno do parceiro Chapitô atua na feira do Castelo.....	53
Figura 7-1 Edifício onde se encontra atualmente a Fábrica Braço de Prata, outrora os escritórios da antiga Fábrica de Material de Guerra do Braço de Prata.	57
Figura 7-2 Edifício e terreno ocupado pela FBP.	58
Figura 7-3 Sala José saramago onde alberga a livraria Eterno Retorno e alguns eventos como pequenos concertos ou lançamento de livros.....	58
Figura 7-4 Sala Sala Visconti que alberga os mais diversos espetáculos, cinema, workshop e eventos	59
Figura 7-5 Esplanada Espinosa alberga variados eventos como concertos, performances, workshops, feiras e o bar	59
Figura 7-6 Sala Deleuze que funciona como restaurante e bar, alberga ainda exposições e uma pequena parte da livraria	59
Figura 7-7 Concerto na sala Kandinsky, um corredor.....	65
Figura 7-8 Concerto na sala Nietzsche.....	65
Figura 7-9 Aula aberta de dança.....	66
Figura 7-10 Público a usufruir de um concerto	66
Figura 7-11 Visitantes observam estante com garrafas intituladas de estados de espírito ex: coração destrozado.....	66
Figura 7-12 Demonstração de uma dança popular brasileira.	66
Figura 7-13 Demonstração e aula aberta de dança.	67
Figura 7-14 Feira de artesanato	67
Figura 7-15 Espetáculo de teatro para crianças	67

Índice de Quadros

Quadro 4-1Diferenças entre as abordagens top-down e bottom-up (Pogačar, 2014:193).....	25
Quadro 4-2 Atores bottom-up e os seus campos de ação.	32
Quadro 4-3 Gráfico que demonstra a ligação entre os vários conceitos operacionais deste estudo.	36
Quadro 8-1 Quadro síntese comparativo entre o FAS e a FBP.	73

Índice

1 INTRODUÇÃO.....	1
Parte I	
2 VALORIZAÇÃO DA CULTURA, CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO - UMA TENDÊNCIA GLOBAL	
2.1 As indústrias culturais e criativas	5
2.2 Valorização da atividade criativa e cultural na revitalização do espaço urbano.....	9
2.3 Conclusões preliminares	11
3 INOVAÇÃO SOCIAL	
3.1 O conceito	13
3.2 Recursos e dinâmicas que favorecem a inovação social	17
3.3 Cultura, arte e criatividade na inovação social.....	19
3.4 Conclusões preliminares	21
4 INICIATIVAS <i>BOTTOM-UP</i> : UMA FERRAMENTA DE COMPETÊNCIA SOCIOCULTURAL	
4.1 O Conceito	23
4.2 Iniciativas <i>bottom-up</i> na revitalização de espaços urbanos	26
4.3 Os atores.....	29
4.4 Principais desafios de implementação	32
4.5 Conclusões preliminares	35
Parte II	
5 METODOLOGIA	
5.1 Introdução	37
5.2 Justificação e pertinência dos casos escolhidos	37
5.3 Fases da abordagem.....	38
5.4 Conclusões premilinares	40
6 FUNDO DE ARQUITETURA SOCIAL	
6.1 Apresentação do FAS	41
6.2 Motivação e implementação	42
6.3 Orientação e estratégia.....	44
6.3.1 Público-alvo	44
6.3.2 Parcerias.....	45
6.3.3 Receitas e custos	47
6.3.4 Programação/Atividades.....	48
6.4 Expetativas futuras	53
6.5 Conclusões preliminares	54
7 FÁBRICA BRAÇO DE PRATA	
7.1 Apresentação da FBP.....	57
7.2 Motivação e implementação	59
7.3 Orientação e estratégia.....	61
7.3.1 Público-alvo	61
7.3.2 Parcerias.....	62
7.3.3 Receitas e custo	63
7.3.4 Programação/atividades.....	64

7.4	Expetativas futuras	67
7.5	Conclusões preliminares	68
8	ANÁLISE COMPARATIVA	
8.1	FAS e FBP	71
8.2	Conclusões preliminares	75
9	CONCLUSÕES FINAIS	
9.1	Síntese dos resultados	79
	BIBLIOGRAFIA	
	Fontes Primárias	81
	Fontes Secundárias	81
	ANEXOS	
	Cronograma	85
	Delineação do Sector Cultural e Criativo	86
	Guião de entrevistas.....	87
	Entrevistas.....	91
	FAS	91
	FBP	105
	Inquérito	126
	Análise e Comentário aos Dados ao Inquérito	129

1 INTRODUÇÃO

É visível uma recente tendência de iniciativas *bottom-up* na prática urbana de pequena escala, que desafiam o processo isolado, altamente institucionalizado, que é o *top-down*, que se caracterizam por processos de auto organização e participação dos cidadãos¹. Muitas cidades ao redor do mundo estão a testemunhar um crescimento de interesse numa gama de práticas urbanas micro espaciais que estão a redefinir os espaços urbanos. Estas práticas *bottom-up* podem ser bastante diversas. Incluem ações como: hortas urbanas comunitárias; co-habitação; bairros artísticos de networking; movimentos de ocupação de espaços vazios com uma variedade de propósitos; vilas ecológicas; entre muitos outros. Muitas destas intervenções na cidade surgem por parte da sociedade civil, e representam, na realidade, uma atividade emergente significativa, mas ainda com uma dimensão muito experimentalista, porém não deixando de representar uma mudança no paradigma da organização urbana².

O objetivo deste trabalho é realizar dois estudos de caso que ilustram uma tendência verificada socialmente que são as iniciativas *bottom-up* correlacionadas com a arte, a cultura e a inovação social. Não é pretendido realizar o estudo de todas as iniciativas do género, pois a sua diversidade é extensa, mas sim evidenciar iniciativas *bottom-up* socioculturais, de pequena escala, que contribuam para a revitalização de espaço e/ou comunidades com carências. Outro ponto a deixar claro é que não é pretendido entrar na disputa entre *top-down* vs *bottom-up*. Como se verá aqui, as iniciativas *bottom-up* raramente são completamente independentes do poder centralizado *top-down*. O objetivo não é compreender qual será o tipo de iniciativa mais relevante, mas simplesmente analisar o contributo das iniciativas *bottom-up* para a revitalização do espaço e o seu modo de atuar. Parte-se da questão: “Como contribuem as iniciativas *bottom-up* para a inovação social e revitalização urbana, através da cultura e criatividade?” No final, o foco incide sobre dois casos de estudo: o Fundo de Arquitetura Social (FAS) e a Fábrica Braço de Prata (FBP).

Não foram encontrados muitos estudos acerca das iniciativas *bottom-up*, o objeto de estudo central deste trabalho, sendo que os estudos encontrados são bastante recentes. Foram encontrados três estudos que se demonstraram relevantes para a elaboração desta dissertação. Um dos estudos em que muito contribuiu foi *Urban Activator – Participatory*

¹ Miazzo; Kee, 2014:2; Pogacar, 2014:190; Rosa, 2013:18

² Mazini, 2004:3; Moulaert et al. 2013:2-3; Pogacar, 2014:190

and Bottom-Up tool of Urban Change de Kaja Pogačar de 2014. Este ensaio investiga as iniciativas *bottom-up*, designando-as como “ativador urbano”, e a sua correlação com a revitalização de áreas urbanas degradadas e abandonadas. *We Own the City*, de Francesca Miazzo e Tris Kee, também de 2014, é uma compilação que em muito contribuiu com um extenso e muito variado leque de exemplos de iniciativas *bottom-up* de todo o globo. Por fim, outra referencia bibliográfica de destaque é o *Handmade Urbanism from Community Initiatives to Participatory Models*, publicado em 2013 da autoria de vários autores. Trata-se de uma compilação de entrevistas a membros de comunidades, funcionários do governo, académicos, artistas e intermediários discutindo o papel dos projetos liderados pelos cidadãos. Estas três referências bibliográficas possuem uma numerosa descrição das variadas experiências a nível global, sejam elas de pequena ou grande escala. As motivações por detrás das iniciativas descritas nestes livros também em muito variam, mas todas têm uma coisa em comum: sejam estas mais ou menos problemáticas, todas surgem de preocupações de cariz social. Existem outros estudos que são relevantes como *Intervenções Cirúrgicas no território e a revitalização urbana das cidades contemporâneas. Caso de estudo – Achada de Santo António em Cabo Verde*, uma dissertação de mestrado da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, de Margarida Santos defendida em 2014, e *O circo chegou à cidade! Oportunidades de inovação sócio-territorial*, publicado em 2009 de Isabel André e João Reis.

A Parte I do estudo concentra-se em formalizar uma moldura conceptual que envolva o tipo de iniciativas em estudo, realizando uma reflexão acerca do que já foi publicado e desenvolver um pouco o que ainda não foi.

O Capítulo 2 desenvolve um quadro conceptual acerca dos conceitos de cultura, indústrias culturais, indústrias criativas e a cidade criativa. É contextualizado o surgimento da economia baseada na criatividade e do novo papel das cidades como áreas privilegiadas de geração de riqueza através da cultura, da criatividade e da inovação. É ainda explorada a ideia das indústrias culturais e criativas juntamente com o conceito de revitalização.

O Capítulo 3 explora o conceito e as dinâmicas da inovação social, bem como o papel da arte, cultura e criatividade na criação de inovações sociais. Referimo-nos aqui à correlação entre a inovação social e as atividades artísticas e culturais.

O Capítulo 4 refere-se às iniciativas *bottom-up*. Aqui será explorada brevemente a história do conceito, bem como o seu significado. Será explorado o papel destas iniciativas na revitalização de áreas urbanas degradadas. Este capítulo será desenvolvido

com base em bibliografia acerca do tema, e da leitura de vários estudos de casos já desenvolvidos.

A Parte II focar-se-á no estudo das iniciativas *bottom-up* através da análise comparativa do FAS e da FBP.

O Capítulo 5 diz respeito à metodologia seguida para a elaboração deste estudo.

O Capítulo 6 e 7 correspondem ao FAS e à FBP respetivamente. Será realizada uma apresentação dos projetos, dando-os a conhecer e quais os seus objetivos, fundação e origem institucional. Será descrita a orientação e estratégia de ambos projetos, as suas perspetivas futuras e será realizada uma análise do contributo destas iniciativas para a revitalização urbana.

No Capítulo 8 é desenvolvida uma comparação entre as características das duas iniciativas em estudo.

Por fim, será exposta uma conclusão no capítulo 9 acerca dos temas em estudo em tentativa de resposta à questão colocada nesta introdução.

Parte I

2 VALORIZAÇÃO DA CULTURA, CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO - UMA TENDÊNCIA GLOBAL

2.1 As indústrias culturais e criativas

A cultura, nas suas variadas dimensões e atividades de suporte, constitui hoje uma importante parcela a considerar na atual conjuntura económica. Seja no sector que envolve a reabilitação e a conservação do património, no sector do turismo, da animação cultural e das artes performativas, no sector da divulgação e da interpretação do património ou até mesmo no sector educativo, existe um conjunto diversificado de oportunidades que urge explorar no quadro de conceitos em grande desenvolvimento, como sejam o das indústrias culturais e criativas, que se alicerçam na conjugação do conhecimento, da cultura, da criatividade e da inovação³.

A definição do sector cultural e criativo é uma questão de considerável inconsistência e divergência nos círculos académicos e legisladores. É costume existir uma diferenciação entre as indústrias culturais e indústrias criativas, no entanto, às vezes, ambos os termos são usados intercaladamente. Um estudo preparado para a Comissão Europeia em 2006⁴ define os dois sectores em separado, descrevendo o cultural como:

“Non-industrial sectors producing non-reproducible goods and services aimed at being consumed on the spot (a concert, an art fair, an exhibition). These are the arts field (visual arts including paintings, sculpture, craft, photography; the arts and antique markets; performing arts including opera, orchestra, theatre, dance, circus; and heritage including museums, heritage sites, archaeological sites, libraries and archives). - Industrial sectors producing cultural products aimed at mass reproduction, mass-dissemination and exports (for example, a book, a film, a sound recording). These are ‘cultural industries’ including film and video, video-games, broadcasting, music, book and press publishing.”⁵

Referente ao sector criativo, o mesmo estudo define este como:

“In the ‘creative sector’, culture becomes a “creative” input in the production of non-cultural goods. It includes activities such as design (fashion design, interior design, and product design), architecture, and advertising. Creativity is understood in the study as the

³ Costa et al, 2009: 2715-16

⁴ Ver em Anexo o Quadro Delineação do Sector Cultural e Criativo

⁵ KEA., 2006:2

use of cultural resources as an intermediate consumption in the production process of non-cultural sectors, and thereby as a source of innovation.”⁶

A economia baseada na criatividade tem um papel importante na geração de riqueza através da cultura e da criatividade. Hoje, o termo criatividade faz parte do léxico cultural, social e político⁷.

Primeiro, é possível definir a cultura de diversas maneiras e muitos foram os estudos e definições delineadas ao longo do tempo. Throsby (2001), por exemplo, define cultura de duas maneiras: cultura num sentido antropológico e sociológico que descreve um conjunto de atitudes, crenças, valores e práticas comuns por um grupo ético ou social. Aqui, a cultura é expressa em marcos de valores e costumes essenciais para o funcionamento de uma sociedade através da sua propagação de uma geração para outra. Num segundo sentido, Throsby define cultura como todas as atividades que envolvem a criatividade na sua produção, têm inerente a conceção e comunicação de significados simbólicos e o seu produto final tem alguma forma de propriedade intelectual⁸.

A criatividade é definida como a capacidade de criar novas formas significativas, o uso da imaginação ou ideias originais para criar algo. Ou seja, a criatividade requer a busca daquilo que foge da interpretação tradicional. Porém, o conceito de criatividade não é restringindo apenas ao criar algo novo, a criatividade também é aplicada quando se recicla algo já existente com outro intuito para além do original. Este modo de pensar encoraja a inovação e, neste sentido, criatividade é um conceito moderno porque enfatiza o progresso e a mudança constante. Recentemente, está a ser estudado como um novo conceito que define as indústrias de produção intangível que têm a ver com as atividades culturais de um lugar - seja uma rua, um bairro ou uma cidade. Estas atividades compreendem fatores de produção como o conhecimento e informação⁹.

O conceito de cidade criativa foi primeiro desenvolvido na década de 1960 pela crítica e socióloga urbana Jane Jacobs. No livro, *Cidades e da Riqueza das Nações* (1985), Jacobs foi a primeira a falar sobre Cidades Criativas, ou seja, cidades que são particularmente inovadoras e diversificadas. Para atrair novas pessoas essenciais para a sua comunidade, a cidade e as suas políticas culturais devem ser capazes de estimular a interação entre indivíduos, apoiar a criatividade e ser enriquecida pela diversidade

⁶ KEA., 2006:2

⁷ Matias, 2013:2

⁸ Thorsby, 2001 apud Rebelo et al, 2007:24

⁹ Ciocoleto, 2013:133

cultural. Jacobs considera, assim, que a criatividade e a troca de ideias desempenham um papel importante no desenvolvimento socioeconómico das cidades¹⁰.

A teoria de Florida (2003) em cidades criativas está centrada na ideia de que atrair e reter talentos criativos (sejam estes profissionais, pessoas de comunidades culturais e artísticas e dos sectores de educação e de formação) são processos chave para o desenvolvimento económico e sua reconversão¹¹. A cidade criativa é, resumidamente se for possível, um espaço urbano onde se dá uma articulação eficiente entre atividades sociais e artísticas, indústrias culturais e criativas e o governo. A ideia é produzir uma efervescência cultural não só que desenvolva, mas que atraia e retenha talentos criativos, pois é a classe criativa que contribui significativamente para a economia da cidade bem como a qualidade de vida de seus cidadãos. Neste contexto, a cultura e a criatividade são compreendidas no seu carácter mais amplo enquanto elemento decisório ao auxílio da internacionalização da economia através da cultura, criatividade, inovação e da diferenciação. Florida (2003) um argumento o qual intitula os 3 T's do desenvolvimento económico. Para atrair as pessoas criativas¹², essenciais para o desenvolvimento económico de um território, este deverá possuir os valores de tolerância, talento e tecnologia¹³.

“Each is a necessary but by itself insufficient condition. (...) I define tolerance as openness, inclusiveness, and diversity to all ethnicities, races, and walks of life. Talent is defined as those with a bachelor's degree and above. And technology is a function of both innovation and high-technology concentrations in a region.”¹⁴

A maioria dos estudos académicos concorda que as indústrias culturais e as indústrias criativas partem da criatividade individual e coletiva e têm um grande potencial para a geração de riqueza e criação de emprego. Também é muito argumentado que estas

¹⁰ Moulaert et al, 2010:67-68; Florida, 2003:6-7

¹¹ Moulaert et al., 2010:68-69

¹² Classe Criativa: “(...) its members engage in work whose function is to ‘create meaningful new forms.’ The super-creative core of this new class includes scientists and engineers, university professors, poets and novelists, artists, entertainers, actors, designers, and architects, (...). Members of this super-creative core produce new forms or designs that are readily transferable and broadly useful, such as designing a product that can be widely made, sold, and used; coming up with a theorem or strategy that can be applied in many cases; or composing music that can be performed again and again. Beyond this core group, the creative class also includes “creative professionals” who work in a wide range of knowledge-based occupations in high-tech sectors, financial services, the legal and health-care professions, and business management. These people engage in creative problem-solving, drawing on complex bodies of knowledge to solve specific problems. Doing so typically requires a high degree of formal education and thus a high level of human capital” (Florida, 2003:8)

¹³ Florida, 2003:9-11

¹⁴ Florida, 2003:10

atividades têm um forte efeito no tecido social das cidades, influenciando a qualidade de vida dos seus residentes. As cidades criativas obtêm inúmeros benefícios das atividades culturais criativas, entre as quais o reforço do sector económico, mas também o reforço dos bens culturais, na promoção do talento local e na geração de inovação¹⁵.

“... há o desenvolvimento cultural, em suas dimensões humana e artística, incluindo as artes como atividade de autoexpressão, que ajudam a aprovar significado, propósito e direção; as artes que fomentam apreciação estética ou as artes como indústrias criativas. Hoje, esses elementos estão intimamente conectados aos objetivos acima. Em primeiro lugar, porque as artes estimulam um modo especial de imaginação crítica e inovação, que deve ser incutida mais profundamente na cultura da cidade, se esta quiser se tornar uma “cidade que aprende”, que progride a partir dos erros passados. Em segundo lugar, as artes se preocupam com a qualidade, a atratividade, o desempenho e a beleza e o design de nosso ambiente e como ele é criado. Em terceiro lugar, as artes e as indústrias criativas desempenham um papel tanto de motor económico de crescimento, como de impactos sociais. Consequentemente, as artes e a cultura nesse sentido mais estreito afetam, bem como impulsionam o trabalho de outros campos do desenvolvimento económico, como saúde e planeamento.”¹⁶

Foi através da creditação da cidade criativa que a presença da economia criativa¹⁷ se tornou tão firme no mundo de hoje. Reconhecido o interesse da inovação para a promoção do desenvolvimento, a ideia das indústrias culturais e/ou indústrias criativas, como motor das sociedades passa a ter um forte apelo e é rapidamente incorporada no programa das mais prestigiosas entidades internacionais. Enquanto os estudos da Florida (2003) se centraram essencialmente na relação existente entre a criatividade e a prosperidade económica urbana¹⁸, outros autores argumentaram que o propósito de uma

¹⁵ Ciocoletto, 2013:133

¹⁶ Landry, 2005 apud el Reis, 2011:34-35

¹⁷ A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento económico. Mas ela abraça não só os aspetos económicos, como também aspetos culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo. É um conjunto de atividades económicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral. No centro da economia criativa, localizam-se as indústrias criativas. (UNCTAD, 2010:10)

¹⁸ Florida é, em muitos estudos de outros autores, criticado pela sua abordagem considerada elitista e por, possivelmente, poder conduzir a mais fragmentação social (Mouleart el al, 2013:69) devido ao seu argumento do 3 T's.

cidade criativa vai além da dimensão económica e pode incluir formas de inovação social¹⁹.

Uma grande porção dos recursos intelectuais e criativos é agora investido nas indústrias baseadas na cultura, vendo os benefícios intangíveis tão reais como os das outras indústrias. A criatividade humana e a inovação, tanto individual como coletiva, transformaram-se no fator-chave da promoção ao desenvolvimento deste século²⁰. A cultura, quando entendida num sentido amplo, passa a ocupar um lugar central de veículo para, enquanto fator de diferenciação e de afirmação identitária das comunidades locais.

Seja em vertentes mais pragmáticas orientadas para as políticas públicas, seja em análises acerca da cidades e das próprias indústrias culturais e criativas, esta ideia de valorização da cultura e da criatividade veio dar uma maior visibilidade e, sobretudo, legitimação pública às atividades culturais e artísticas, à qual acresceu uma forte divulgação de experiências de sucesso, um pouco por todo o mundo²¹.

2.2 Valorização da atividade criativa e cultural na revitalização do espaço urbano

Tem sido estudada e desenvolvida uma relação bastante forte entre a cultura, criatividade, inovação e o desenvolvimento urbano pelos mais variadíssimos autores de natureza multidisciplinar, resultando num favorecimento das atividades culturais e criativas nas políticas públicas de revitalização urbana²².

Revitalização urbana pretende trazer vida novamente ao que antes já tinha. Revitalização possui uma conotação com o termo de vitalidade pela presença da população e não somente como referência às condições físicas ou económicas de um local²³. É o caso de muitas zonas urbanas em declínio que, com a perda da vida da

¹⁹ Moulart et al, 2013:70. Relação que irá ser explanada mais adiante: como pode a arte, cultura e criatividade se desenvolverem formas de inovação social e como a cidade criativa pode-se tornar, não só um trunfo para o território, mas também uma fonte de coesão social para a comunidade.

²⁰ UNESCO, 2013:15

²¹ Costa et al, 2008 apud Costa et al, 2009:2717

²² Vaz; Jacques, 2001:664. Por exemplo, o estudo 'Cultural Development Strategies and Urban Revitalization, a survey of US cities' de Gradac e Loukaitou-Sideris de 2007, onde é discutido o desenvolvimento de estratégias culturais municipais nos Estados Unidos para a revitalização dos espaços, e onde são descritas as características dos três principais modelos diferentes de tais estratégias sempre com foco na cultura. Por outro lado, em Lisboa, o Largo do Intendente é um dos vários exemplos encontrados que demonstra o favorecimento do papel das artes e da cultura na revitalização do espaço urbano. Ver:

http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/noticias/visualizacao.html?tx_ttnews%5Btt_news%5D=6530&cHash=12f75bf39c4e61c0045c81e07c3516cf, [consultado em: 26.07.2015]

²³ Vaz; Jacques, 2001:664; Costa et al, 2009:2724

económica local, entram numa espiral de declínio que resultam em problemas sociais e urbanos e em áreas degradadas. A revitalização urbana “recupera elementos históricos, simbólicos, sociais e ecológicos do local, compatibilizando-os com a modernização, mas rejeitando os excessos do modernismo”²⁴.

Uma definição mais detalhada e menos ambígua de revitalização urbana é:

“um conjunto de operações destinadas a articular as intervenções pontuais de recuperação dos edifícios existentes em áreas degradadas, com as intervenções mais gerais de apoio à reabilitação das estruturas sociais, económicas e culturais locais, visando a consequente melhoria da qualidade de vida nessas áreas ou conjuntos urbanos degradados.”²⁵

As políticas de revitalização urbana tradicionais costumavam focar-se apenas nas intervenções físicas na cidade. Contudo, as cidades já não são consideradas apenas edifícios mas também as pessoas, elementos intangíveis como memórias, história, relações sociais, experiências e identidades culturais²⁶.

“In this sense, cities have begun to behave like communities of knowledge, innovation, creativity and learning, becoming more dynamic, complex, diverse, open and intangible.”²⁷

Tendo esta visão de cidade em mente, a revitalização não faz sentido quando e apenas foca o edificado degradado. A revitalização focaliza-se em aspetos de natureza diversa como o físico, o social e o económico, e responde à procura de qualidade de vida e de uma comunidade coesa.

Em Costa et al (2009), é descrito que um espaço urbano revitalizado é aquele que é capaz de gerar atividades, transações e diversidade. Atividades no sentido de sugerir:

“vitalidade, energia, animação, acontecimento, num determinado contexto urbano, o que exige a presença de pessoas (a residir, a trabalhar), e viabilidade e sustentabilidade ao nível do que produz e como se mantém; esta atividade pode corresponder a uma vitalidade económica (investimento na área, emprego, transação de propriedades), social (uso do espaço público) e cultural (eventos, espectáculos).”²⁸

²⁴ Vaz; Jacques, 2001:669

²⁵ Direcção - Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano, 2000:153

²⁶ Cunha; Selada, 2009:372

²⁷ Cunha; Selada, 2009:372

²⁸ Costa et al, 2009:2724

Transações são consideradas aquelas tanto a nível económico como social e cultural: “trocas ao nível económico (consumo, transação de propriedades), social (relações, compromisso e participação) e cultural (redes, trocas de informação e ideias)”. Por fim a diversidade também deverá estar presente, a qual “pode ser económica (de actividades, estabelecimentos, habitações), social (cidade facilitadora para a expressão de um individualismo criativo) e cultural (multi-identidades, cidade tolerante)”²⁹.

Um projeto de intervenção cultural serve-se, usualmente, de uma abordagem intersectorial para criar laços de complementaridade e sinergias que podem servir os propósitos de uma revitalização. A arte e a cultura originaram atenção e importância pelo seu potencial simbólico³⁰ económico e social.

2.3 Conclusões preliminares

As mutações dos padrões de desenvolvimento económico criativo e social têm contribuído para a construção de uma visão alargada de cultura. Dentro da mesologia rica da vida urbana, a arte, a cultura e a criatividade têm desempenhando um papel fundamental como um agente dinâmico na transformação positiva dos espaços.

Uma abordagem ao território a partir da cultura constitui um forte estímulo à criação de sinergias, que se traduzem em ganhos de sustentabilidade e revitalização do tecido da cidade. Voltando ao conceito da 'Cidade Criativa', Charles Landry (2000) diz que a ação cultural, tanto a planeada como a espontânea, suscita em ação física e é regeneradora do tecido urbano³¹.

A arte e a cultura desempenham um papel de vanguarda na revitalização dos espaços devolutos e dos espaços urbanos negligenciados e desvalorizados, pois atrai trabalhadores e aumenta o sentimento de pertença e de comunidade, contribuindo assim para a revitalização urbana das zonas³². Conclui-se que os estudos referidos apontam para o facto de a criatividade ser impulsionada pelo contexto e admite-se, com facilidade, que a criatividade, inovação e cultura são domínios muito próximos que, quando articulados, criam ambientes únicos de potencialidade e incentivo.

²⁹ Costa et al, 2009:2724-2725

³⁰ Cunha; Selada, 2009:371

³¹ Landry, 2000 apud Milão, 2006:1

³² Moulaert et al. 2010:68

3 INOVAÇÃO SOCIAL

3.1 O conceito

A inovação pode ser sucintamente definida como a exploração bem-sucedida. Em outras palavras, uma inovação é apenas uma nova ideia. Esta pode ser uma nova ideia aplicada a um conceito já existente que é colocada em prática. A inovação não precisa de ser completamente original ou única. Necessita apenas de ser nova de alguma forma para se qualificar como inovação – seja nova para a área, sector, região, mercado ou usuário.

Apesar das diferenças existentes há, no entanto, algumas semelhanças nas perceções quanto ao que significa inovação social. Enquanto a inovação tecnológica pode ser relativamente simples de definir, não há uma definição universal de inovação social. A dificuldade na definição é porque toda a inovação envolve processos sociais, e porque cada mudança social poderá ser descrita como inovadora, de uma forma ou de outra.

A inovação pode referir-se a novas tecnologias, novos produtos ou novos serviços, mas também a novas práticas, instituições ou estruturas (sociais). Toda a inovação, incluindo a inovação técnica, é social, no sentido de ser o resultado de um processo criativo que envolve uma gama de atores que requer alguma mudança de comportamento entre os adotantes. No entanto, podemos distinguir a inovação, onde o conteúdo técnico é central da inovação em que o aspeto social é a chave – inovação social.

O termo inovação social tem sido utilizado numa série de maneiras. Algumas das primeiras referências a inovação social, que remontam à década de 1960, usam o termo para se referir a pesquisa experimental no âmbito das ciências sociais e humanas. Desde então, o termo passou a ser usado em referência à empresa social e empreendedorismo social, e às inovações tecnológicas que produzem benefícios sociais, responsabilidade social corporativa e de inovação aberta. A maioria da literatura sobre inovação social surgiu em grande parte ao longo da última década. Como exemplo das primeiras referências à inovação social, cita-se os exemplos dado por Moulaert (2013): Chambon (1982)³³ descreve os finais da década de 1960 em Paris, relata os movimentos dos estudantes e dos operários que têm um denominador comum nos seus diferentes tipos de ação coletiva, que seria a luta por uma economia mais *bottom-up* e uma sociedade mais criativa e participativa; Peter Drucker (1987)³⁴ menciona a necessidade de reformulação organizacional e de sinergias humanas dentro da gestão utilizando o termo inovação

³³ Chambon, 1982 apud Moulaert et al, 2013:15

³⁴ Drucker, 1987 apud Moulaert et al, 2013:16

social; e, como um último exemplo, Gershuny (1987)³⁵ fala da inovação social através da tecnologia na substituição dos aparelhos domésticos, por permitir diminuir o tempo de trabalho doméstico, possibilitando um aumento no tempo de lazer das pessoas.

Mas foi na década de 90 que conceito de inovação social sofreu uma reformulação em termos de aplicação - o seu significado foi ampliado para outras áreas, mas também ampliou de tamanho. Em termos de tamanho ampliou-se a sua aplicação de iniciativas locais para nacionais e mesmo globais; dos atores da inovação social a partir de organizações de solidariedade tradicionais para negócios sociais; e do escopo ampliou de pequenas transformações da organização para objetivos de um sistema de governação mais participativo³⁶.

Os entendimentos mais recentes da inovação social atribuem-lhe uma "natureza não comercial, um carácter coletivo com o intento que não só gera, como visa transformações sociais"³⁷. Nesta perspetiva, a inovação social envolve sempre uma iniciativa com o intuito de gerar mudança social que satisfaça necessidades e crie novas oportunidades, de um modo alternativo ao da ordem estabelecida, e sempre direcionadas ao interesse da sociedade. A solução ou idéia não tem necessariamente de ser nova. Everett M. Rogers (1995), por exemplo, argumenta que:

“ it matters little (...) whether or not an idea is objectively new as measured by the lapse of time since its first use or discovery. The perceived newness of the idea for the individual determines his or her reaction to it. If the idea seems new to the individual, it is an innovation.”³⁸

Isto significa que a inovação social não precisa necessariamente de ser novo, por si só, mas sim, para o território, sector ou campo de ação. Outros argumentam que a inovação social é definida mais pelo impacto do que pela novidade. A inovação social são:

"societal achievements that, compared with already established solutions, provide improved solutions that are to a lesser extent defined by their absolute novelty more than by their consequences"³⁹.

³⁵ Gershuny, 1987 apud Moulaert et al, 2013:16

³⁶ Dro et al, 2011:34

³⁷ André; Abreu, 2006:125

³⁸ Neumeier, 2012:50

³⁹ Neumeier, 2012:50

Hoje, a inovação social alude à procura de soluções adotáveis e progressivas para uma variada e alargada área de dificuldades da sociedade contemporânea. A inovação social pretende, particularmente, promover a inclusão e o bem-estar através da melhoria das relações sociais e processos de capacitação: “imaging and pursuing a world, a nation, a region, a locality, a community that would grant universal rights and be more social inclusive”. Isto significa uma melhoria das relações sociais - sejam essas micro relações entre os indivíduos dentro das próprias comunidades, como relações entre outros grupos sociais e de classe⁴⁰.

A União Europeia, que tem vindo a apoiar várias atividades na área, descreve a inovação social como:

“new ideas (products, services and models) that simultaneously meet social needs (more effectively than alternatives) and create new social relationships or collaborations. They are innovations that are not only good for society but also enhance society’s capacity to act⁴¹.

Num estudo realizado pelo Instituto de Empreendedorismo Social , 2015, a pedido da Fundação Calouste Gulbenkian, são referidas 5 características base importantes para descrever o que é inovação social:

- Problemas Sociais – Estes problemas podem afetar negativamente um grande número de pessoas na sociedade ou um pequeno segmento da população. Estes problemas surgem, usualmente, por falhas no sector público e privado. São considerados os problemas negligenciados e aqueles cujas soluções encontradas para abordá-los permanecem ineficazes ou demasiado caras⁴².
- Potencial de Impacto Social – A inovação social gera soluções com melhoria mensurável, em termos de benefícios, relativa a: qualidade; níveis de facilidade de satisfação; redução de impactos de custos; ou de nível superior, tais como a melhoria do bem-estar ou a coesão social. Este distingue-se entre os benefícios diretos e os benefícios indiretos. Muitas vezes, resultantes da criação de novas relações sociais, as inovações sociais também promovem novas funções para os beneficiários. Esses novos papéis, muitas vezes aumentam as suas capacidades, permitindo-lhes satisfazer melhor as suas necessidades a longo prazo

⁴⁰ Moulaert et al, 2013:16

⁴¹ Dro et al., 2011: 5-6

⁴² É dado como exemplo a justiça, a equidade, a preservação ambiental, a melhoria da saúde, as artes e cultura e a educação (Frazão et al., 2010:15).

(capacitação). Por isso, a capacitação do segmento alvo e outras partes interessadas se inter-relaciona com a capacidade da solução proposta para gerar capacidade nos seus diversos públicos, multiplicando os efeitos diretos gerados e impulsionar as repercussões deles para a sociedade em geral.

- Inovação – É considerada um processo e um resultado. Para ser considerada uma inovação, um processo ou resultado deve atender a dois critérios: o primeiro decorre de sua novidade, embora inovações não precisam necessariamente de serem originais, elas devem ser percebidas como novas para o usuário, o contexto ou a aplicação. Isto significa que a inovação social não precisa necessariamente de ser nova em si, mas nova para o território, sector ou campo de ação. O segundo critério é a melhoria. A fim de classificar como uma inovação, um processo ou o resultado deve ser mais eficaz ou mais eficientes do que as alternativas pré-existentes.
- Sustentabilidade – Refere-se a uma inovação que implica um modelo sustentável prático. A inovação social procura soluções organizacionalmente sustentáveis, que são capazes de funcionar por um longo período de tempo e, idealmente, com intervenção mínima dos inovadores originais. No estudo aqui referenciado, o foco recai sobre a sustentabilidade organizacional, ou seja, a capacidade de gerar os recursos necessários (financeiros e não financeiros) que garante a sobrevivência do empreendimento. A abundância e a disponibilidade dos recursos necessários para implementar a solução fornecem um outro critério importante para a sustentabilidade de uma inovação social. A inovação social muitas vezes reconhece, explora e coordena recursos que de outra forma seriam desperdiçados, subutilizados ou não implantados em tudo para a criação de valor para a sociedade.
- Escalabilidade – Indica a capacidade de acelerar e espalhar a solução social às outras regiões ou para amplificar o seu impacto em outros segmentos. Isto implica a capacidade de replicar a solução. A extensão da aplicação da solução para outros contextos, o potencial de acesso à solução para outros segmentos e da capacidade de alavancar outras iniciativas que contribuam para a solução do problema constituem-se como características importantes⁴³.

De um modo menos criterioso, em Moulaert et al. (2013), são descritas apenas três características básicas e fundamentais para se considerar inovação social, que são

⁴³ Frazão et al, 2015: 15-18

para este estufo as fundamentais. O primeiro elemento é a satisfação de necessidades humanas, como já aqui referido, sejam estas materiais e económicas, ou relacionadas com a cultura, conexão social ou identidade individual e coletiva. É descrito como:

“intersection of the criteria of a ‘continuous activity producing goods and/or selling services’ and ‘an explicit aim to benefit the community’”⁴⁴.

O segundo encontra-se relacionado com fomentação das relações entre humanos em geral e grupos sociais em particular. Por último, a capacitação de pessoas, que é visto como uma ponte entre o primeiro e o segundo aspeto, de modo a satisfazer algumas das necessidades do ser humano. A inovação social não se preocupa apenas com o resultado mas também com as relações sociais experienciadas e fortificadas através do processo⁴⁵.

3.2 Recursos e dinâmicas que favorecem a inovação social

É possível encontrar muitos exemplos de inovação social nas cidades, incluindo aqueles impulsionados pelos indivíduos comuns e outros de governança local. Mas o que é necessário para que a inovação social floresça? Há que deixar claro que um meio socialmente inovador e criativo não é, acima de tudo, linear, mas existem características de convergência que favorecem o aparecimento das inovações.

Primeiro, a plasticidade. O termo plasticidade⁴⁶ refere a condição das dinâmicas dos lugares onde a criatividade poderá brotar usualmente possuem. A plasticidade explica que estes lugares devem ser razoavelmente flexíveis e, ao mesmo tempo, razoavelmente organizados para que possam endurar mudanças culturais, económicas e sociais sem, contudo, desprezarem a sua identidade. Para que tal seja possível, estes necessitam de reunir especificidades essenciais: “diversidade sócio cultural ligada à abertura ao exterior; tolerância, na medida em que permitem o risco; democraticidade, correspondente à participação ativa dos cidadãos”⁴⁷ e “a memória colectiva, na medida em que assegura a

⁴⁴ Moulaert et al, 2013:47

⁴⁵ Moulaert et al, 2013:47

⁴⁶ Recebido da física, plasticidade descreve materiais que se deformam permanentemente após uma tensão aplicada superar um determinado limite

⁴⁷ André; Abreu, 2006:132. Veja-se algumas parecenças com o argumento dos 3 T's de Richard Florida (2003) no ponto da Tolerância “as openness, inclusiveness, and diversity to all ethnicities, races, and walks of life”. No entanto, A cidade criativa de Florida, foi muito criticada devido ao ponto do talento “as those with a bachelor's degree and above” devido ao seu elitismo podendo provocar fragmentação e não inclusão no tecido social da cidade. Existem também parecenças com algumas das carecterísticas de um espaço revitalizado decritas por Costa et al, 2009, que são a Diversidade e a Tolerância.

resiliência do meio”⁴⁸. A diversidade é essencial para a convivência com o novo, no sentido da alteridade. André e Abreu deixam, no entanto, o aviso que também poderá provocar sentimentos de isolamento e fragmentação. A tolerância é uma característica indispensável pois a inovação é uma tarefa incerta e um meio não pode ser criativo e inovador se martirizar os insucessos de uma iniciativa arriscada. O novo é sempre arriscado. O meio não poderá ser demasiado hierarquizado, normativo ou rígido, tem que possibilitar espaço de manobra para arriscar, aprender e avançar. A democraticidade implica ter possibilidade e capacidade de decisão, ou seja, ter acesso à informação e ao conhecimento necessários à escolha e à identificação de soluções adequadas, ser socialmente reconhecida a decisão e ser exigida a responsabilização de quem decide⁴⁹. A memória coletiva, por seu lado, permite precaver a fragmentação associada à inovação, "na medida em que sustenta a identidade da comunidade e o sentido de pertença das pessoas, é um fator importante de resiliência, de resistência ao choque da mudança"⁵⁰.

No sector da inovação social o incentivo é, geralmente, a necessidade de ultrapassar adversidades e aproveitar oportunidades. São muitos os autores que indicam a crise económica como providenciado novas necessidades e problemas de natureza coletiva que acabam por motivar inovações sociais⁵¹. Assim sendo, as comunidades criativas⁵² nascem de problemas colocados pela vida quotidiana contemporânea com o intuito de descobrir como os superar. Tais comunidades⁵³ aplicam a criatividade de modo a contornar os modelos dominantes de pensar e fazer, acabando por gerarem inovações sociais.

De acordo com o Mouleart (2013), a inovação social tende a ser localizada no chamado 'terceiro sector', que consiste em organizações não-governamentais e sem fins lucrativos. A Comissão Europeia, no entanto, aspira demonstrar que o significado de inovação social encontra-se também aplicado nas estratégias públicas, e que a inovação social pode ser iniciada em todos os lugares na economia, não apenas no sector não

⁴⁸ André; Reis, 2009:83

⁴⁹ André; Abreu, 2006:133

⁵⁰ André; Reis, 2009:83

⁵¹ Comeau, 2004 apud André; Abreu, 2006:131

⁵² As comunidades criativas são constituídas pela colaboração de indivíduos que inventam, executam e gerem soluções inovadoras para problemas sociais do quotidiano contemporâneo MERONI, 2007

⁵³ Comunidade, neste estudo, requer a consideração além do que é simplesmente um lugar físico. Comunidade faz referência a uma coleção de pessoas sobre as quais um interesse comum é compartilhado, seja esse um lugar físico ou outro aspeto. Uma comunidade pode incluir a população total de qualquer lugar geográfico ou um ou mais grupos menores de pessoas identificáveis. Às vezes, uma comunidade pode incluir pessoas fora do lugar geográfico (EPA, 2002:10)

lucrativo, mas também nos sectores público e privado⁵⁴. As inovações sociais brotam de contextos de rápida mudança caracterizados pela criatividade e conhecimento difuso, como já comentado, bem como de um alto nível de interação em rede - entre indivíduos, associações, instituições, etc. - e tolerância e cooperação⁵⁵.

As pessoas serão, talvez, o recurso mais importante à inovação social, se for possível dizer que existe um. Cada caso promissor de inovação social deve-se a um grupo de pessoas que foram capazes de orientar expectativas pessoais para uma ação coerente com uma perspectiva colectiva e sustentável. A análise prática de projetos revela que o envolvimento de variados atores é muito importante para o processo de inovação⁵⁶.

3.3 Cultura, arte e criatividade na inovação social

A arte e a cultura, como atividades criativas cada vez mais difusas, podem ser consideradas como relevantes itens de inovação social por estimular as capacidades criativas dos atores envolvidos, questões sociais, ambientais e/ou económicas.

No contexto atual, o interesse numa sociedade criativa e o papel da criatividade como um recurso fundamental para o desenvolvimento económico e social já foi aqui mostrado. Admite-se a hipótese da criatividade desempenhar um papel fundamental na inovação social, uma vez que é um estimulante para o desenvolvimento de novas formas sociais e para a acumulação de conhecimento.

Apesar de Richard Florida (2003) se ter concentrado apenas em inovações tecnológicas e de produção, este indica que as ideias, conhecimento e troca de informações entre os trabalhadores criativos são essenciais para a produção de inovações. Moulaert (2013), pelo seu lado, diz que as cidades mais prósperas não são aquelas em que a classe criativa é particularmente importante mas sim aquelas onde se melhor dá a integração de todos os grupos da sociedade e da boa qualidade de vida em geral⁵⁷. Contudo, "a cidade criativa não é fatalmente exclusiva. Pode ser uma cidade inclusiva e solidária. Ou seja, é possível falar de cidades socialmente criativas"⁵⁸. Não existem dúvidas de que iniciativas de cariz cultural assentes em lógicas de valor acrescentado e em características inovadoras, funcionam como um elemento útil e pró-ativo na prestação de serviços à comunidade, como também na qualificação e capacitação dos cidadãos,

⁵⁴ Dro et al, 2011:41

⁵⁵ Manzini, 2004:77-78

⁵⁶ OCDE, 1997:3

⁵⁷ Moulaert et al, 2014:68-70

⁵⁸ Gertler, 2004; Scott, 2006 apud Reis 2009:81

favorecendo a coesão social e territorial⁵⁹. A cultura exerce inequivocamente efeitos diretos e indiretos sobre os cidadãos. Constitui, como exemplo, um motivo de orgulho, de identificação positiva e de pertença numa comunidade, transformando-se por isso numa forte ferramenta social. A competência de gerar inovações sociais a partir de dinâmicas artísticas e culturais pressupõe um acréscimo de valor ao produto cultural, de modo a mobilizar a comunidade. A contribuição da arte e da cultura para o desenvolvimento sociocultural e económico de um determinado espaço é baseada em comportamentos de cooperação e organização entre os atores locais. Desempenham um papel fundamental na integração dos indivíduos e das comunidades excluídas ou marginalizadas, mas também no desenvolvimento de capital humano e social.

Como mencionado anteriormente, a cultura pode responder a várias necessidades humanas e sociais, e melhorar a qualidade de vida e bem-estar. Diane-Gabrielle Tremblay e Thomas Pilati (2013)⁶⁰ falam como Tohu (distrito de Montreal)⁶¹ tem contribuído para o capital social e humano da cidade de Montreal, descrevendo o distrito como um “ecossistema criativo” que incentiva as relações sociais e a participação da comunidade, a expansão das redes sociais, cria oportunidades de educação e o aparecimento de atividades culturais. O projeto destaca o papel fundamental que as atividades artísticas, culturais e criativas poderão desempenhar no processo de revitalização urbana, demonstrando uma ampla estratégia para os distritos de aglomerados, integrando atividades artísticas e culturais e inovação social⁶².

“Moreover, and this is important from the social innovation dimension, the Tohu carries out activities with an important social dimension, which seek to reduce the gaps in terms of cultural capability of the local community; (...) In recent research, a good proportion of respondents indicated that opportunities for social activity and individual participation as a result have increased as a result of the effort of the Tohu.”⁶³

⁵⁹ Santos, 2012:63

⁶⁰ Molaert et al. 2013: 72-75

⁶¹ Tohu é o nome dado ao distrito onde se aglomeram organizações de cariz cultural em Montreal. Começou tudo com atores locais que formaram a Vivre Saint-Michel en Santé (VSMS), uma organização não lucrativa que procura fomentar a cooperação entre os vários atores locais do sector público e privado. Através de encontros com atores chave, como o Cirque du Soleil, École Nationale du cirque e EnPiste, desenharam juntos o projeto, em 1999, cujo objetivo era produzir uma infra-estrutura para a criação, treino, produção e difusão das artes circenses, de modo a que Montreal se tornasse um ponto de referência internacional da mesma (Moulaert et al. 2013:77). Para mais informações consultar o site oficial <http://tohu.ca/en/>

⁶² Moulaert et al, 2010:72-75

⁶³ Moulaert et al, 2013: 73



Quadro 3-1 Um conjunto de alunos de circo, artistas, atores e dançarinos realizam um flash mob em torno de Tohu. Uma performance de rua (esq.).

Quadro 3-2 Espectadores são surpreendidos por uma equilibrista na Place Émilie-Gamelin (dir).

A utilização da cultura como apoio da inovação social não deve concentrar-se na natureza do tipo de atividade cultural que utiliza ou, ainda menos, tentar definir as suas difusas fronteiras. Como Santos refere, a inovação floresce com os constantes encontros das distintas formas da atividade cultural e criativa, abraçando todas as atividades definidas com aquilo que é geralmente associado à arte e à cultura popular, tentando evitar distinções entre alta cultura, cultura popular e cultura de massa⁶⁴.

3.4 Conclusões preliminares

É demonstrada uma crescente relevância económica e social das atividades artísticas e criativas nas cidades através da criação de formas intagíveis de capital simbólico e cultural. Abordagens alternativas através da criatividade para a inovação têm sido muito pensadas na última década. A revitalização urbana e a inovação social são algumas dessas abordagens, que aparecem muitas vezes correlacionadas, acabando por desenvolver uma relação simbiótica. Jacobs afirmou que a diversidade, a tolerância e os intercâmbios de ideias⁶⁵ desempenham um papel importante na criação de uma poderosa

⁶⁴ Santos, 2012:65. A alta cultura é geralmente vista como sendo superior a outras formas de cultura e refere-se a aspetos da cultura que são vistos como de valor artístico duradouro, destinado a pequenas elites intelectuais, predominantemente de classe alta e classe média. A alta cultura é vista como algo separado da vida quotidiana, algo especial a ser tratado com respeito e reverência. Produtos de alta cultura são frequentemente encontrados em lugares como galerias de arte, museus, salões e teatros. A cultura popular refere-se a cultura do povo para o povo. A cultura de massa refere-se a produtos culturais produzidos para a venda para as massas. Estes envolvem produtos produzidos em série, padronizados, produtos de vida curta, i.e. de nenhum valor duradouro, e que exigem pouco ou nenhum pensamento crítico. (During, 2005:194-197)

⁶⁵ Ideais da cidade criativa (Landy, 2005) e da cidade socialmente criativa (Gertler, 2004; Scott, 2006 apud Reis, 2009:81).

e dinâmica vitalidade urbana⁶⁶, algo que se pode relacionar com a inovação social e revitalização urbana.

Criatividade, cultura, tolerância, diversidade, inovação e conhecimento são palavras que foram aqui repetidas inúmeras vezes, enquanto se exploravam os conceitos da cidade criativa, revitalização urbana e, por último, inovação social. Esta repetição constante dos mesmos conceitos demonstra que estas três ideias podem resultar muito bem juntas. A inovação social, impulsionada pela oportunidade para a aprendizagem interdisciplinar, através de encontros com pessoas criativas de várias áreas, num ambiente social caracterizado pela tolerância da diferença e a celebração de inconformismo característico da cidade criativa, pode ser uma ótima aliada da revitalização urbana.

⁶⁶ Moulaert et al, 2013:68.

4 INICIATIVAS *BOTTOM-UP*: UMA FERRAMENTA DE COMPETÊNCIA SOCIOCULTURAL

4.1 O Conceito

Aumentam nas cidades variadas iniciativas da sociedade civil que têm funcionado como mecanismos de consolidação diversificada, através da autoorganização dos atores locais e da sua ação coletiva⁶⁷. É este o fenómeno que é pretendido aqui examinar e compreender melhor.

Primeiro que tudo, a utilização da palavra 'iniciativa' ajuda a situar a natureza do conceito, i.e. uma aplicação prática de algo, sugere um início. O conceito *bottom-up*, por outro lado, indica uma direção - de baixo para cima - i.e. uma origem – iniciativas da sociedade civil, iniciadas por indivíduos ou organizações sem estatuto governamental.

Os termos *top-down* e *bottom-up* estão intimamente ligados. Ambos são de meados do século XX, sendo que a primeira citação de *bottom-up* encontrada inclui também o termo *top-down*⁶⁸. O entendimento da definição de iniciativas *top-down* e *bottom-up* pode ser ambíguo. Os conceitos de *top-down* e *bottom-up* têm sido usados como abordagens estratégicas nos estudos da ciência política. Originalmente, estas abordagens foram usadas para estudar a forma como as políticas são implementadas e quais fatores que poderão explicar o sucesso ou fracasso das mesmas. É salientado que, no presente caso, esta distinção não se relaciona com a interação de diferentes níveis hierárquicos da esfera política. Aqui, a distinção entre os dois conceitos atende às atividades dirigidas pelo poder público – *top-down*; em oposição ao *bottom-up* que se refere às iniciativas endógenas de membros da sociedade civil que determinam e controlam a sua implementação e evolução.

Iniciativas *bottom-up* originam de dentro da comunidade, na grande maioria das vezes, com o intuito de melhorar as condições físicas, económicas e sociais da mesma. Estas surgem em resposta a abordagens *top-down* quando se demonstram ineficazes, total ou parcialmente, a atender problemas e necessidades específicas de uma comunidade. Existe um reconhecimento de que a auto organização de atores locais pode ser eficaz no preenchimento destas lacunas, identificados pela própria comunidade, nas estratégias *top-down*. No contexto urbano, este tipo de abordagem encoraja modelos sociais e

⁶⁷ Gadanho, 2014:94; Miazzo; Kee, 2014:2; Pogacar, 2014:190; Rosa, 2013:18

⁶⁸ Na edição de 1942 do Jornal trimestral da economia da Universidade de Harvard: "In the long run it is part of the larger question of whether 'bottom-up' control can be as efficient as 'top-down' control." (Miazzo; Kee, 2014:4; Pogacar, 2014 :190)

cooperativos na própria organização da cidade e costuma surgir de necessidades da própria sociedade que não estão a ser atendidas⁶⁹.

Pogačar (2014) argumenta quais são, na sua opinião, as circunstâncias modernas que favoreceram o aparecimento de iniciativas *bottom-up*. O primeiro ponto que Pogačar (2014) cita é a incerteza política e económica. Essa incerteza e falta de confiança nas políticas públicas incentiva a sociedade civil a agir por si própria. O ativismo e a contra cultura, que são movimentos alimentados pela insatisfação política, e o foco contemporâneo nos ambientes criativos promovem dinâmicas que Pogačar (2014) considera serem suscetíveis ao uso e ocupação dos muitos edifícios devolutos e subutilizados.⁷⁰

Pogačar (2014) realizou ainda um quadro síntese das características de uma iniciativa *bottom-up*, tendo aplicado lado a lado com as características correspondentes de uma iniciativa *top-down* para uma melhor compreensão.

Como afirmado anteriormente, uma iniciativa *bottom-up* parte da sociedade civil, sejam organizações ou indivíduos, com interesse e motivação em melhorar algo cujo foco será alguma necessidade sentida no dia-a-dia de uma comunidade. Na sua maioria, as iniciativas *bottom-up* não surgem com uma estrutura e estratégia totalmente definidas. São cada vez mais comuns iniciativas experimentalistas, com estruturas mais frouxas de planeamento, vinculadas a projetos pequenos, às vezes permanentes, mas muitas vezes temporários, mas destinadas a desbloquear as potencialidades de sítios e comunidades através de conhecimentos e experimentação *know-how*⁷¹. As instituições locais tendem a usar uma mistura de conhecimento profissional juntamente com o seu próprio conhecimento local, enquanto que as agências de gestão centralizada tendem a usar apenas a prática científica reconhecida internacionalmente. Iniciativas *bottom-up* começaram a tornar-se evidentes na década de 1980/90, e mais tarde começaram a evoluir de completamente independentes para negociar e exigir coresponsabilidade para com o governo⁷². A vontade de abraçar e ajudar estas iniciativas, por parte do sector público, é visível nas entrevistas realizadas a representantes do governo, transcritas no *Handmade*

⁶⁹ Hulsbergen, Klaasen, Kriens, 2005:334; Pogacar, 2014 :190

⁷⁰ Pogacar, 2014:191-192

⁷¹ Pogacar, 2014:191-93

⁷² Rosa, 2013:19

Urbanism (2013)⁷³. No entanto, apesar de possuírem algumas vezes apoio municipal, não é comum estarem integradas com planos municipais.

	Top-down	Bottom-up
Initiative	Begins with administration/ policy; often involves issues which should be solved efficiently and broadly supported	Begins with civil society organisations or committed individuals
Target group	Defined by the topic potential interest is a prerequisite	Forms and organises itself
Topic	Set through policy planning or programmes	Evolves from everyday life
Concernment	Must be developed based on the topic	Exists and is the main motive
Awareness	Must be developed with relevant information and awareness campaigns	Developed by experience and by working on the topic or issue
Motivation	More efficiency, less opposition, better legitimacy	Social contacts and wishes for change
Direction of impact	Seeks activity and engagement from the ‘top’	Seeks to achieve changes in policy and administration (‘top’) from the bottom
Forms of activity	Planned by administration; often with external moderation	Originates from the process; often by applying well known methods

Quadro 4-1Diferenças entre as abordagens *top-down* e *bottom-up* (Pogačar, 2014:193)

⁷³ Rosa, 2013:216

4.2 Iniciativas *bottom-up* na revitalização de espaços urbanos

A abordagem *bottom-up* é fundamentalmente diferente das práticas que empregam apenas princípios *top-down* nas intervenções de planeamento urbano. Usualmente, estas abordagens focam-se em planos de grande escala, não tendo em conta características e necessidades locais, e sem envolvimento especial ou participação do cidadão interessado. Apesar de tudo, é visível uma contrariação desta tendência de abordagens pois já são relevantes o número de casos de revitalização urbana *top-down* que se focam nas características locais, como é exemplo o caso português da Oliva Creative Fatory⁷⁴.

Em contraste, as intervenções urbanas *bottom-up* emergiram como um novo tipo de projetos locais em tempos de crise económica, como abordagens atuais, criativas e inovadoras com o intuito de resolver questões sociais e económicas⁷⁵. A necessidade de uma abordagem diferente na resolução das necessidades urbanas locais tem sido enunciada e suportada em vários estudos, muitos deles apontando para as práticas *bottom-up* como soluções rápidas para responder às necessidades sociais específicas de áreas e/ou comunidades⁷⁶.

Pogačar (2014) refere-se a estas iniciativas como ativadores urbanos, termo que será também aqui utilizado. Ativador urbano é uma pequena manifestação física, descrita como uma intervenção arquitetónica no espaço urbano, que estimula o desenvolvimento e é acompanhada por impacto social. O processo é destinado à estimulação do tecido social através da participação da comunidade e da apropriação do espaço. Estas iniciativas procuram articular de forma criativa os problemas e lacunas como oportunidades de agir de forma responsável e coesa, procurando correlacionar o espaço e a sociedade.

Como regra geral são iniciativas locais, os projetos conseguem desenvolver capacidades e respostas às necessidades detetadas mais rápido que o sector público através de medidas simples e, usualmente, com o acesso e uso de recursos mínimos⁷⁷. A natureza e a intensidade dos problemas variam de local para local, assim como os projetos e programas implementados para resolvê-los. O principal ponto de um ativador urbano,

⁷⁴ Oliva Creative Fatory é uma iniciativa da Câmara Municipal de São João da Madeira, Portugal, que pretende recriar um polo de inovação e criatividade. Instalada no interior da Oliva, uma das maiores e mais inovadoras fábricas da história industrial portuguesa, Oliva Creative Fatory pretende diversificar a economia local, a qualidade de vida urbana e recuperar e renovar a imagem da cidade. O edifício, que se encontrava inutilizado, é hoje uma incubadora para empresas do sector das indústrias criativas, com rendas baixas, e uma ala dedicada à arte contemporânea (Neves, 2014:50-52).

⁷⁵ Pogacar, 2014:190

⁷⁶ Miazzi; Kee, 2014:26; Rosa, 2013

⁷⁷ Rosa, 2013:19

de acordo com Pogačar (2014), é detetar espaços⁷⁸ subutilizados ou disfuncionais nas cidades e expor a multiplicidade destes lugares para que sejam reutilizados e satisfaçam as suas próprias necessidades, bem como necessidades da comunidade⁷⁹.

As iniciativas *bottom-up* ativadoras urbanas são fontes de inovação social que em muito podem contribuir para a revitalização urbana. Estas iniciativas, que são pequenas intervenções cirúrgicas⁸⁰ na cidade, são catalisadoras da revitalização urbana de pequena escala, que atuam no tecido físico e social, com propensão para desbloquear a propriedade económica de uma comunidade e/ou local. São, por isso, importantes intermediações entre as necessidades das comunidades e as estratégias centrais do município pois, por mais modestas que estas iniciativas possam ser, estas são muitas vezes bem-sucedidas no melhoramento da vida das comunidade e na transformação do espaço da cidade⁸¹.

A ativação dos membros de uma comunidade é outro aspeto bastante comum neste tipo de iniciativa e que Pogačar (2014) considera muito importante para um ativador urbano⁸². Um ativador urbano pretende transformar os usuários passivos em participantes ativos do espaço urbano.

”the aim is to activate urban public space by setting in motion certain aspects of the public, social, political, cultural, and economic spheres of the city, in order to generate or accelerate particular reactions in the users.”⁸³

E por isso, participação, capacitação e estratégia são conceitos chave neste tipo de iniciativa⁸⁴. Uma das características encontradas na maioria dos estudos acerca de práticas *bottom-up* é a capacitação dos membros de uma comunidade. Aqui, entende-se por capacitação:

⁷⁸ É importante deixar claro que espaços não se refere apenas a edifícios mas a qualquer espaço urbano que esteja subaproveitado

⁷⁹ Pogacar, 2014:193

⁸⁰ Santos (2014) utiliza o termo intervenções cirúrgicas para descrever iniciativas *bottom-up* e o seu papel na revitalização urbana.

⁸¹ Rosa, 2013:19

⁸² Pogacar, 2014:195; Santos, 2014:78

⁸³ Zotes, 2012 apud Pogacar, 2014:194

⁸⁴ Hulsbergen, 2008:135

“a social-action process that promotes participation of people, organizations, and communities towards the goals of increased individual and community control, political efficacy, improved quality of community life, and social justice.”⁸⁵

É importante deixar claro que esta característica social, tão presente nestas iniciativas, não se refere apenas ao resultado final, mas especialmente ao processo e às relações sociais desenvolvidas durante o projeto.

“Empowerment is the intentional ongoing process, centered in the local community, involving mutual respect, critical reflection, caring and group participation through which people lacking in a proportional share of the resources gain greater access to and control over those resources.”⁸⁶

Este processo, muito presente nas iniciativas *bottom-up*, aumenta a capacidade da sociedade para responder às suas próprias necessidades, através da criação de novos papéis e relacionamentos, e no desenvolvimento de capacidades de melhor utilização dos meios e recursos disponíveis. Esta característica encontra-se muito ligada ao que se pretende na inovação social. A capacitação da comunidade é uma das questões centrais no debate sobre a revitalização de locais e comunidades. A capacitação pode ser obtida através de uma melhor educação da comunidade, formação profissional, apoio a iniciativas económicas e aumentando a acessibilidade a serviços e equipamentos locais. No âmbito da participação, a capacitação pode ser entendida tanto como um meio como enquanto objetivo. Como meio, a capacitação proporciona às pessoas da comunidade envolvimento e/ou alguma responsabilidade na tomada de decisão. A capacitação como um fim é vista como um ativo estratégico para aumentar as habilidades dos membros da comunidade.

Num quadro teórico amplo, existe uma variação significativa na amplitude e profundidade do conceito de participação. Aqui, é considerada na sua amplitude mais alargada, correspondendo a todas as fases de participação do cidadão. Por exemplo, Blanc (1999) identifica a ação de participação nos esforços coletivos para melhorar a qualidade de vida, tais como a gestão de locais e da iniciativa, bem como a ajuda no projeto através do conhecimento. Por outro lado, refere que a participação também inclui um tipo mais

⁸⁵ Wallerstein, 1992 apud Miazzo; Kee, 2014:30

⁸⁶ Cornell Empowerment Project, 1989 apud Mattessich; Roy, 1997:63

simples de envolvimento como a participação da comunidade em atividades, por exemplo, culturais e de lazer⁸⁷.

4.3 Os atores

São diversos os atores envolvidos em iniciativas *bottom-up*. É muito comum a presença de um cruzamento sectorial nestas iniciativas, desde indivíduos civis pertencentes às comunidades afetadas, profissionais de diversas áreas, instituições privadas bem como representantes do governo. Diferentes grupos de peritos e profissionais muitas vezes encontram-se no lançamento destes projetos, especialmente aqueles que estão afectos a questões relacionadas com o espaço – por exemplo, arquitetos, sociólogos e urbanistas espaciais; pessoas com interesse na cultura como artistas e *designers*; bem como académicos de diferentes instituições, etc..

Um bom exemplo é a iniciativa *Dance in the Ruins*, localizada em Huaguang Taipei. Este caso explora o ativismo de uma comunidade residente que se mostrou contrária à demolição de um distrito em decadência em volta de uma prisão da época colonial. Cidadãos com interesse na preservação do local, uns por razões pessoais, outros pelo seu interesse histórico (residentes e não só) juntaram-se e submeteram um pedido para o bairro ser considerado um local de interesse histórico numa tentativa de evitar a sua demolição, ganhando algum tempo para se organizarem e tentarem lutar pelo seu distrito. A comunidade conseguiu juntar pessoas das mais variadas áreas e acabou por criar um efeito transformador ao reivindicar o espaço. Desenvolveram projetos, com a ajuda de profissionais artísticos diversificados, cuja inspiração foi a história do lugar, na criação de arte, performance, literatura, cinema e muito mais⁸⁸.

⁸⁷ Blanc, 1999 apud Miazzi, Kee, 2013:3

⁸⁸ Miazzi, Kee, 2013:218-221



Figura 4-1 Performance de dança nas ruínas dos dormitórios da prisão (esq.)⁸⁹.

Figura 4-2 Durante uma visita guiada, um ex guarda da prisão conta histórias, ao lado de uma das paredes da prisão, acerca de quando lá trabalhava (dir.)⁹⁰.

Cascoland Kolenkitbuurt, por outro lado, é um projeto iniciado, em Amestardão, por uma rede internacional de profissionais artistas, arquitetos e *designers* (Cascoland), sendo alguns residentes do local intervencionado, que se especializou em intervenções urbanas no espaço público através da ativação e participação da comunidade residente. Através da consultoria e da participação ativa dos residentes locais, este grupo traduziu algumas das necessidades e desejos da comunidade local em pequenos projetos como um quintal comunitário urbano, uma estufa, um espaço de churrasco e um apartamento apenas para visitantes. A comunidade residente trata-se essencialmente de emigrantes que procuravam replicar algumas atividades e hábitos típicos dos seus países de origem⁹¹.

⁸⁹ Miazzo; Kee, 2013:219

⁹⁰ Miazzo; Kee, 2013:220

⁹¹ Miazzo, Kee, 2013:29-30



Figura 4-3 Criação de galinhas (esq.) construída pela comunidade no projeto Cascoland Kolenkitbuurt⁹².

Figura 4-4 Horta e estufa (dir.) construídas pela comunidade no projeto Cascoland Kolenkitbuurt⁹³.

Como um último exemplo, é apresentado o Mumnai Waterfronts Center, que surgiu dos cidadãos de Branda, um bairro de Mumbai. Hoje em dia, a costa desta zona é um espaço público agradável e acessível a todos. Há uma década atrás, este mesmo espaço encontrava-se saturado de lixo. A recuperação desta costa foi realizada através de uma parceria entre os residentes locais, profissionais de *design*, representantes do governo e de empresas privadas. A manutenção do espaço é mantida por associações comunitárias. O espaço serve também como um centro cultural que recebe um festival anual e possui um anfiteatro onde são realizados concertos, espetáculos de danças e outros eventos culturais⁹⁴.

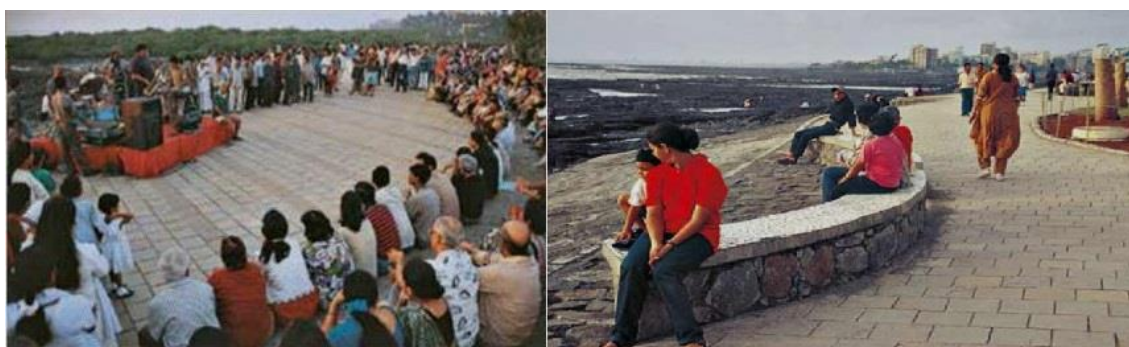


Figura 4-5 Evento cultural a ser realizado no espaço público recuperado (esq.).⁹⁵

Figura 4-6 Usuários da frente costeira de Bandra a usufruírem do espaço público recuperado (dir.).⁹⁶

⁹² Miazzo, Kee, 2013:31-34

⁹³ Miazzo, Kee, 2013:31-34

⁹⁴ Rosa, 2013:35-26

⁹⁵ Rosa, 2013:34

⁹⁶ Rosa, 2013:34

Como é demonstrado, as iniciativas *bottom-up* ativadoras urbanas são, usualmente, iniciadas e concretizadas através da parceria de vários tipos de atores. Pogačar (2014) criou um quadro onde sintetiza os diferentes atores e as suas contribuições como ativadores urbanos.

Bottom-up Actors	Field of action
Local groups - individuals, local residents, city district boards	Identifying issues and needs, establishing wishes, participating in the implementation/active involvement of locals through different socio spatial interactions
Interest groups - different fields of interest, associations, NGOs, city district boards, users	Identifying issues and needs, establishing wishes, participating, support, lobbying
Professional groups - architecture and urban design studios, schools, art groups, etc.	Professional initiatives and support, identifying issues, expert designs Workshops for students, pupils, children

Quadro 4-2 Os vários grupos de atores *bottom-up* e os seus campos de ação⁹⁷.

Muitas das iniciativas *bottom-up* são iniciadas ou realizadas por profissionais das artes plásticas, *designers* ou arquitetos que trazem conhecimento especializado muito necessário na mistura. Estes profissionais são, por vezes, artistas locais ou jovens arquitetos e *designers* desempregados, mas também profissionais que se recusam a assumir o papel tradicional de prestadores de serviços apenas para quem pode adquiri-los. Em qualquer caso, estes profissionais possuem conhecimento que pode ajudar na implementação do projeto e no fornecimento de *know-how* para a capacitação da comunidade em causa ⁹⁸.

4.4 Principais desafios de implementação

A análise de experiências passadas com projetos de revitalização urbana *bottom-up* mostram que um pré-requisito para o sucesso da iniciativa é o envolvimento da comunidade. O sucesso de participação da comunidade, portanto, é fundamental nas

⁹⁷ Pogacar, 2014:195

⁹⁸ Gadanh, 2014:96

iniciativas *bottom-up*, o que parece depender muito da forma como os profissionais e atores interessados colaboram com a comunidade. Neste sentido, a atitude adotada pelos intervenientes é importante, porque se deve gerar um entendimento e colaboração entre os diferentes atores, o que poderá demorar a acontecer. Por outro lado, a participação da comunidade na tomada de decisões, se esse for o caso, poderá também atrasar os processos de revitalização pelo pressuposto de que o consenso entre diversos atores poderá, também, ser mais demorado em comparação com os processos que envolvem apenas alguns atores.

A importância do apoio municipal para iniciativas *bottom-up*, embora estas não devam ser nunca dependentes desse apoio para poderem manter a sua independência, é também muito importante para o seu sucesso. Existe, contudo, dificuldade em conectar iniciativas *bottom-up* e *top-down* de modo a que se complementem. Para a abordagem *top-down*, a tomada de decisão e implementação sem o apoio daqueles que são diretamente afetados pode ser arriscada e não corresponder às necessidades sentidas pelas comunidades, deixando algumas lacunas por resolver. Iniciativas *bottom-up*, por outro lado, por si só nem sempre conseguem vingar nas suas missões sem o apoio do município, nem são capaz de responder aos problemas urbanos complexos com os quais locais e comunidades são confrontadas. Assim sendo, um aspeto crucial para o sucesso destas iniciativas é relativo ao espaço de manobra e o apoio que recebem das entidades públicas locais. Sem esse apoio, devido a dificuldades legais e financeiras, que estas iniciativas muitas vezes enfrentam, as probabilidades de sucesso diminuem.

A dificuldade de juntar os recursos necessários é muitas vezes difícil, sendo que estas iniciativas devem possuir flexibilidade e vontade suficiente para trabalhar com o disponível. Este é um dos muitos motivos responsáveis por as iniciativas *bottom-up* produzirem inovação social. Dada a restrição dos recursos disponíveis, procuram aproveitar e reciclar elementos tangíveis ou intangíveis, que ajudem na sua missão.

“Active in this bottom-up neighborhood initiative, I cannot remember a single moment that we thought we were ‘innovative’. Aiming to make it work, we made use of everything and everyone we could imagine. What we tried to get done was based on the ideas we had, on people who wanted to work in our direction, on instruments which seemed useful, on contacts that might help. (...)We were, more than once, amazed that people judged our

project to be some kind of social innovation, but this was of course always in comparison with the activities of other organizations.”⁹⁹

Como um bom exemplo de um projeto que resultou com sucesso devido ao apoio municipal prestado e à vontade e persistência em trabalhar em comunidade e com os recursos disponíveis, é o NoorderparkBar¹⁰⁰. Primeiro, como forma de financiamento concorreram ao orçamento participativo do município para iniciar o projeto. Contudo, como os fundos eram limitados e não suficientes para o orçamento necessário, decidiram arranjar os recursos adicionais através de *crowdfunding*. Em termos de recursos materiais, os participantes decidiram recolher o material disponível através de um *site* de leilão local (quadros, madeira, janelas, telhas, pintura, etc.), utilizando apenas materiais de segunda mão. Ainda devido ao orçamento restrito, os iniciadores realizaram a construção quase toda, numa base voluntária, com o apoio de outros residentes e conhecidos da área.



Figura 4-7 Momento de pausa registado durante a construção do espaço do NoorderparkBar (esq.)¹⁰¹.

Figura 4-8 A comunidade a usufruir do espaço (dir.)¹⁰².

⁹⁹ O fundador fala acerca do projeto R&M Activity Center, que é uma iniciativa na zona Leste de Gouda Oost, Holanda. O projeto começou em 1997 com dois moradores e foi formalizado em 2000. R&M é uma organização de voluntários residentes que visa melhorar as condições de vida em Gouda. Preocupa-se com a falta de perspetivas, em particular para os jovens marroquinos residentes, e pretende diminuir a crescente deterioração ambiental e marginalização causada pelo crescente desemprego e baixos rendimentos, bem como contrariar a redução dos laços sociais com a crescente diversidade étnica e cultural presente na zona. (Hulsbergen, 2008:135-136)

¹⁰⁰ É um projeto iniciado, em Amesterdão, por três arquitetos, residentes da zona, que sentiram a falta de instalações para eventos culturais. Em 2007, decidiram propor a abertura de um espaço num jardim subutilizado, onde nada acontecia, com o intuito de realizar atividades culturais através de promotores e artistas locais. A construção do local foi realizado em conjunto por voluntários da comunidade residentes e interessados e não possui um proprietário formal. É um local que pertence à comunidade e cuidado pela comunidade. (Miazzo; Kee, 2013:44) Para mais informações, consulte <http://www.noorderparkbar.nl/het-verhaal> (infelizmente, não se encontra com possibilidade de tradução) e visualize alguns vídeos de pequenos momentos da construção do espaço com o contributo dos membros da comunidade. <https://vimeo.com/groups/noorderparkbar> [consultado a 27.08.2015]

¹⁰¹ Fonte: <http://www.noorderparkbar.nl/het-verhaal> [consultado a 28.08.2015]

¹⁰² Fonte: <http://www.noorderparkbar.nl/het-verhaal> [consultado a 28.08.2015]

Rapidamente o espaço se tornou popular e agora atrai um grande número de visitantes. Contudo, o bar não tem um modelo de negócio e os seus lucros são todos investidos na programação cultural do espaço. O papel que as organizações *top-down* tiveram neste projeto não deve ser subestimado. O local era uma área subutilizada e o recente foco na revitalização desta parte da cidade e a disponibilização de um orçamento participativo, formaram o contexto perfeito para uma cidadania ativa. Tais iniciativas *bottom-up* continuam a depender, em grande medida, da participação e das capacidades das grandes instituições, tanto financeira como legalmente, como é no caso das licenças. Ao projeto foram concedidas licenças de construção num espaço público e de licenças para servir bebidas alcoólicas apesar de não cumprir os requisitos necessários, visto que o projeto não possui sequer um proprietário formal. Sem o apoio prestado pelo município, o projeto ter-se-ia tornado bem mais difícil de concretizar. Da perspetiva financeira, a estratégia também foi importante. Ao invés de procurarem um único grande investidor procuraram vários pequenos investidores a partir do *crowdfunding*. Conseguir o apoio da comunidade foi muito importante para o sucesso do *crowdfunding*¹⁰³.

No entanto, a reunião das necessidades orçamentais nem sempre é suficiente para o sucesso de uma iniciativa *bottom-up*. A operacionalização da ideia do projeto é, talvez, a fase mais crítica para o sucesso. A operacionalização refere-se à realização de estratégia, ações e táticas utilizadas durante o processo de implementação. É por isso importante que a iniciativa conte com alguns profissionais que possuem uma ideia de como agir para conseguir atingir os fins da iniciativa.

4.5 Conclusões preliminares

A abordagem apresentada e definida como ativador urbano revela muitas diferenças em comparação com práticas tradicionais de desenvolvimento urbano. A abordagem *bottom-up* é quase diametralmente oposta em todos os aspetos relevantes, quando comparada com o modelo *top-down*.

Os ativadores urbanos *bottom-up* podem ser fontes de inovação, mas a inovação aqui não é necessariamente sobre um produto final ou acerca de um espaço físico construído. Estas iniciativas são experiências onde o processo é fundamental, pois descobrem maneiras criativas de responder às realidades urbanas e apresentam oportunidades de aprendizagem. Socialmente, agem como infra-estrutura que trabalha

¹⁰³ Miazzo; Kee, 2013:44-47

com um espaço e uma comunidade de modo a fornecer os serviços e recursos necessários para o bem-estar da comunidade. Os mecanismos sociais por trás dessas iniciativas revelam novas formas de estratégia, participação e cooperação.

Os ativadores urbanos envolvem uma ampla gama de atores que, apesar de ser iniciada de uma direção ascendente, tenta conectar em todos os sectores através da participação dos mais variados atores. É importante em termos sociais como estas iniciativas tentam ativar e conectar as pessoas promovendo uma abordagem para o envolvimento ativo de comunidades. Muitas destas iniciativas conseguem ativar espaços e comunidades através da promoção de atividades de lazer como atividades de artesanato ou eventos culturais, resultando numa melhoria dos espaços e uma comunidade mais coesa, contributos essenciais à revitalização urbana.

Foi visto que as iniciativas *bottom-up* usualmente não possuem muitos recursos, sendo por isso usual a prática de criatividade para a implementação destes projetos.



Quadro 4-3 Representação da ligação entre os vários conceitos operacionais deste estudo.

Devido ao potencial simbólico reconhecido na cultura e a tendência de valorização das indústrias culturais e criativas, muitas das iniciativas *bottom-up* vêem nestes sectores oportunidades únicas de meios para atingir os seus fins. Muitas das iniciativas emergentes da sociedade civil empregam a cultura e a criatividade acabando por surgir com processos inovadores, com forte impacto social, que em muito contribuem para a revitalização urbana local.

Parte II

5 METODOLOGIA

5.1 Introdução

Este estudo baseia-se na recolha conceptual, orientada para a definição e análise de iniciativas *bottom-up* e a sua ligação às indústrias culturais e criativas, a inovação social e revitalização urbana. Assim sendo, numa primeira etapa, Parte I do trabalho, há uma exploração conceptual, relativa a todos estes conceitos, com base em fontes secundárias. Na parte II há um trabalho de pendor descritivo, de recolha, tratamento e enquadramento de informação, sobretudo, primária, sobre dois estudos de caso e a sua respetiva análise.

Este estudo orienta-se essencialmente pela sua natureza qualitativa, fundamentada na observação não participante e complementada por entrevistas a informantes qualificados, sendo estes dados primários apoiados por um conjunto de dados secundários permitindo assim validar os mesmos.

5.2 Justificação e pertinência dos casos escolhidos

Foi realizada uma primeira abordagem de natureza exploratória com o intuito de conhecer os possíveis estudos de caso através da observação direta e breves conversas com os fundadores dos projetos.

A Fábrica Braço de Prata (FBP) demonstrou nas primeiras explorações, de cariz primário¹⁰⁴, que possui um carácter social ao pretender que as suas várias salas sejam utilizadas o máximo possível pela comunidade artística, principalmente aquela que não contém outros espaços e são recusados nos espaços usuais de programação artística e cultural, por não serem ilustres. A sua ação, semelhante a uma associação sem fins lucrativos, é interessante para este estudo, por ser um indício que a sua missão está de acordo com as características necessárias à inovação social, ao não colocarem o lucro como o seu fim¹⁰⁵. A história da sua fundação demonstra uma preocupação com o espaço físico da cidade e é vincado o seu estatuto ilegal e intervencionista. As características até aqui descritas são algumas das justificações para a escolha do espaço.

¹⁰⁴ Observação do espaço e das atividades como fruidora, bem como assistindo a um discurso do fundador Nuno Nabais durante Outubro e Novembro de 2014

¹⁰⁵ Informação retirada de uma breve conversa com fundador do espaço Nuno Nabais, em 25-10-2014.

Em contrapartida, o Fundo da Arquitectura Social (FAS) se desenvolveu de forma completamente diferente da antecedente. Esta associação pretende intervir num território limitado e na sua comunidade residente de um modo bastante direto. A sua história de implementação e modo de atuação não fogem tanto à norma como a FBP¹⁰⁶. No entanto, pretendem também intervir no edificado degradado, numa perspetiva de conservar e revitalizar (à semelhança da FBP). Pretendem envolver a população residente nos processos e procuram ajudar em situações que a nível social se apresentam mais frágeis, promovendo atividades culturais, artísticas, recreativas e sociais como propulsoras de uma vida comunitária e de enriquecimento sociocultural¹⁰⁷.

Os projetos eleitos foram escolhidos pelas suas parecenças básicas que são a utilização da arte e da cultura como ferramentas que valorizam potencialidades sociais, culturais e económicas de uma comunidade, bem como o reaproveitamento do espólio arquitetónico. Por outro lado, empregam a arte e a cultura de modos bastante diferentes. Tendo em conta essas dissemelhanças, estes projetos foram escolhidos com o pressuposto de que o comum entre as duas iniciativas será a génese das proposições gerais que aqui se procura.

5.3 Fases da abordagem

Em primeiro lugar¹⁰⁸, foi indispensável consagrar uma parte do trabalho à recolha de informação através de uma pesquisa bibliográfica alargada – que incluiu uma incursão em bibliografia académica e literatura cinzenta¹⁰⁹ sobre cultura, criatividade e inovação, bem como de exemplos de estudos de iniciativas *bottom-up*.

Com a primeira fase da dissertação procura-se responder: o que é uma iniciativa *bottom-up*; quais os fatores explicativos para o surgimento das iniciativas *bottom-up*; e de que modo podem as iniciativas culturais emergentes da sociedade civil contribuir eficazmente para o desenvolvimento de inovações sociais e da revitalização urbana.

Para segunda fase foi programada a observação não participante das atividades e acontecimentos associados aos objetos de estudo (FAS e FBP). A observação direta assegura uma recolha de dados qualitativos mais fiáveis através do melhor entendimento

¹⁰⁶ Informação retirada de uma breve conversa com as fundadoras Raquel Morais e Patrícia Ramalho a 10-10-2014.

¹⁰⁷ Consultar o site <http://fundoarquitecturasocial.pt>

¹⁰⁸ Ver Cronograma em Anexos

¹⁰⁹ Considera-se literatura cinzenta toda a documentação produzida por especialistas mas que não é académica, como ministérios, organizações privadas, públicas e sem fins lucrativos, instituições culturais, congressos e foros de natureza diversificada, etc..

dos mesmos como possibilidade de confirmação dos elementos disponibilizados através das entrevistas, assim como facilita a entrada no terreno em causa facilitando a recolha de dados e o acesso a informação.

O objetivo da terceira fase, também de natureza qualitativa, refere-se também à recolha, de modo sistemático, de um conjunto de informações gerais sobre os objetos de estudo através de entrevistas exploratórias. As entrevistas servirão como ferramenta metodológica que irá permitir a recolha de dados de informantes qualificados de forma estruturada para que deste modo se possa retirar conclusões elucidativas e efetuar formulações e reflexões sobre os dados recolhidos. É com base nesta fonte de informação que procurarei responder à maioria das grandes questões atrás referidas, bem como a todas as questões anexas que estas levantam. Serão sobretudo questões relacionadas com a organização, com a natureza jurídica, as atividades realizadas, aspetos económicos, e com aspetos da implementação e evolução do mesmo (motivação, pontos críticos, facilidade e dificuldades, financiamento). Haverá, ainda, uma pequena parte opinativa por parte dos entrevistados, de modo a que contribua para a compreensão da tendência que se procura estudar¹¹⁰.

Numa quarta fase será realizado um tratamento integrado dos dados recolhidos via a observação, entrevistas e os dados secundários. As duas (e certamente díspares) perspetivas serão sistematizadas e procurar-se-á criar um quadro geral representativo das iniciativas através de uma breve análise do seu modelo de negócio. Foi escolhido realizar a descrição das iniciativas através do seu modelo de negócios por este ajudar a visualizar como é a organização e como funciona. O modelo de negócios escolhido para esta análise foi o Business Model Canvas¹¹¹. Apesar deste modelo de negócios se dividir em nove sectores de análise diferentes¹¹², à luz dos objetivos pretendidos, foi escolhido desenvolver apenas alguns destes sectores: os clientes que são aqui tratados como o público alvo, as parcerias chave, as receitas e custos, e as atividades com um acrescento das expectativas futuras. Os restantes sectores do Business Model Canvas não foram aqui explorados por opção, pois a análise do plano de negócios não é um fim deste estudo mas

¹¹⁰ Ver Guião de entrevista em Anexos

¹¹¹ “O modelo de negócio Canvas é uma ferramenta que proporciona uma visão geral de uma empresa em nove blocos, descritos numa só folha de papel ou cartaz, mostrando com facilidade e concisão a lógica de como uma organização pretende gerar valor. Esses blocos cobrem as quatro áreas principais de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.” Os nove blocos são os parceiros chave, atividade chave, recursos chave, proposta de valor, relação com o cliente, canais, clientes, custos e rendimento (Carrasco, 2014:s.p.).

um meio para atingir o fim, de conhecer e compreender os modos de agir das iniciativas aqui em estudo.

Por fim, será criado um quadro comparativo dos dois casos de estudo, onde se pretende observar os pontos em comum e díspares entre as duas iniciativas.

5.4 Conclusões preliminares

A recolha de pesquisa bibliográfica académica e de literatura cinzenta sobre estudos de iniciativas *bottom-up* demonstrou-se morosa. Os estudos inicialmente encontrados foram poucos e sem informação suficiente pretendida. Felizmente, foram encontrados, mais adiante do que o esperado¹¹³, outros estudos de literatura cizenta com matéria bastante interessante para este estudo mas que, por serem muito recentes, não se encontravam disponíveis nos locais de acesso habituais, tendo sido necessário as suas aquisições por via da *internet*.

Na fase das entrevistas exploratórias, ocorreram também alguns imprevistos com a gravação digital das entrevistas. Parte da entrevista de Patrícia Ramalho (FAS) e de Nuno Nabais (FBP) foram perdidas. Foi feito um segundo contacto, com ambos os fundadores que aceitaram em preencher essas lacunas via telefónica e por e-mail. Apesar de, na sua maioria, a informação em falta ter sido recuperada com este último contacto, houve alguma informação perdida por não ter ficado registada. As partes acrescentadas pelas segundas entrevistas foram transcritas juntamente com as primeiras com a referência da data. A informação recolhida foi muito rica, infelizmente, não foi possível integrar toda essa informação no presente estudo.

Como referido, o cronograma planeado inicialmente não foi cumprido rigorosamente, mas todas as etapas foram efetuadas, apresentado-se de seguida o tratamento integrado dos dados recolhidos através da apresentação dos estudo de casos.

¹¹³ Ver Conograma em Anexos

6 FUNDO DE ARQUITETURA SOCIAL

6.1 Apresentação do FAS

Criado em 2013, o Fundo de Arquitetura Social (FAS) é uma associação sem fins lucrativos que tem como objetivo desenvolver um trabalho teórico e prático com um forte cariz comunitário no campo da arquitetura. O FAS foca-se na reutilização e revitalização de espaços urbanos como um trabalho que deve ser realizado em conjunto com a população, procurando desenvolver atividades culturais e artísticas dinamizadoras de espaços e que induzam os habitantes a participar ativamente.

A sua área de ação centra-se num território delimitado que é o bairro do castelo de S. Jorge, centro histórico da cidade de Lisboa.

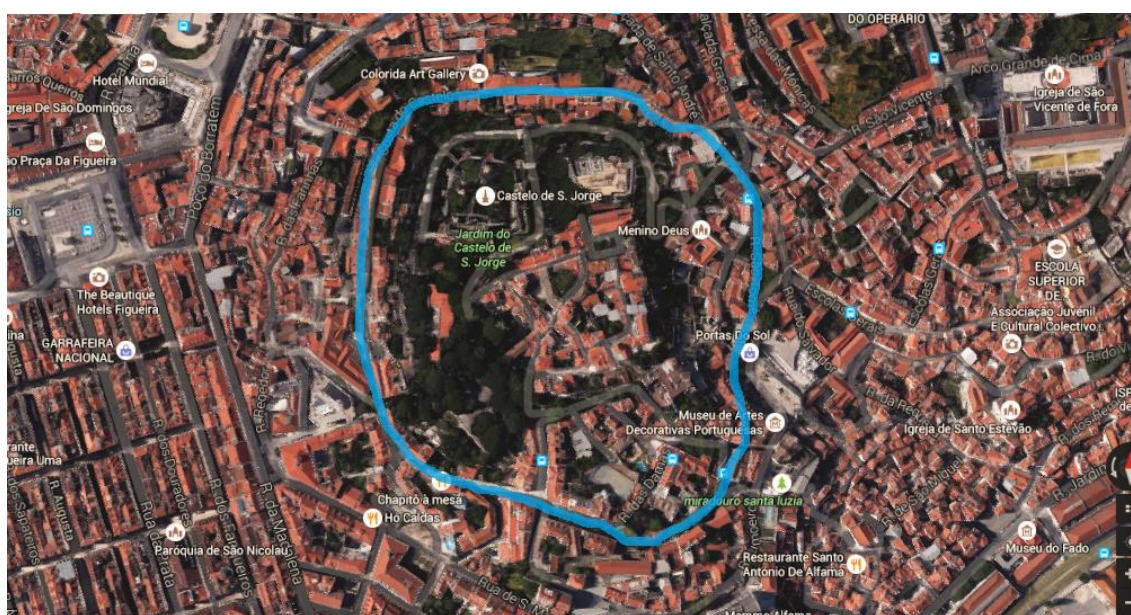


Figura 6-1 Bairro do Castelo, zona de intervenção do FAS¹¹⁴.

Apesar de delimitada a sua zona de intervenção, o FAS não se limita a encontrar parceiros ou a organizar eventos dentro do bairro do Castelo mas em toda a zona em redor do bairro do Castelo, como muita ocorrência em, por exemplo, Alfama¹¹⁵.

O objetivo do FAS é fortalecer o tecido social e económico do bairro através de um processo de diálogo com a comunidade, uma vez que quer intervir estrategicamente de modo a contribuir para a revitalização de um bairro através da recuperação do seu edificado e do sentido de comunidade da população residente.

¹¹⁴ Fonte: <https://www.google.pt/maps/place/Castelo+de+S.+Jorge/@38.7127786,-9.1325382,658m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0xd193477b40ec39b:0xb4c0704199e433d7!6m1!1e1>.

¹¹⁵ Raquel Morais, 2015 em Anexos

A iniciativa tem enfoque em problemas urbanos específicos ao bairro em questão, entre estes a crescente desertificação demográfica e a degradação dos edifícios, por via de uma equipa multidisciplinar das áreas de arquitetura, de sociologia e do *design* com a participação da comunidade residente. A associação FAS pretende educar crianças, jovens e idosos da comunidade residente do bairro através da arte e da cultura, de modo a desenvolverem competências práticas através de momentos de reflexão sobre as potencialidades do empreendedorismo das indústrias culturais e criativas¹¹⁶.

6.2 Motivação e implementação

Esta iniciativa surgiu por parte de duas arquitetas que sentiram a vontade de contribuir e enriquecer locais urbanos. Raquel Morais e a Patrícia Ramalho¹¹⁷ decidiram em conjunto procurar um local, em Lisboa, em que tanto a revitalização urbana como o fortalecimento social fossem necessários. Trazer de volta algumas virtudes do passado que se têm vindo a perder, como no sentido de *entreaajuda*, são as suas motivações principais¹¹⁸.

Quando escolheram focar-se no bairro do Castelo, decidiram que o primeiro e mais acertado passo seria a realização de um diagnóstico através da pesquisa e do contacto direto com a comunidade residente de modo a entender as suas necessidades e vontades mais a fundo, bem como conhecer as instituições locais que poderiam estar interessadas numa parceria para trabalhar na revitalização da zona. Foi detetado, logo à partida, um grande número de edifícios e habitações devolutos e em mau estado de conservação. Juntamente com a necessidade de recuperação do edificado foi identificada, pela população, uma grande degradação do espaço público. Outros aspetos apontados foram a falta de atividades para a comunidade residente, no sentido de atrair e manter residentes nesta zona. A vulnerabilidade socioeconómica foi outro aspeto relevante referido, com destaque para a elevada taxa de desemprego presente na comunidade. Ainda por outro lado, o grande número de turistas tem acarretado alguns prejuízos para a população local como acumulação de lixo e a diminuição do comércio tradicional que consiga responder às necessidades diárias pela gradual substituição por lojas de turismo¹¹⁹.

¹¹⁶ Patrícia Ramalho, 2015 e Raquel Morais, 2015 em Anexos e o site <http://fundoarquitecturasocial.pt/> [consultado: 06.09.2015]

¹¹⁷ Ver <http://fundoarquitecturasocial.pt/index.php/fas/equipa--colaboradores/> para mais informações acerca do percurso dos fundadores Raquel Morais e Patrícia Ramalho [consultado a 08.09.2015]

¹¹⁸ Raquel Morais, 2015 em Anexo

¹¹⁹ 2014

Como as fundadoras do projeto não pertencem à comunidade residente do Bairro do Castelo, conhecer a comunidade foi uma tarefa que consumiu o seu tempo mas que se tornou numa fase essencial para adquirirem o seu apoio e confiança.

“No fundo é um tempo que não estás a ter uma atividade económica, estás só a recolher dados, a fazer diagnóstico sobre o terreno e isso pode demorar meses. É uma parte do trabalho em que não tem nenhuma atividade envolvida. Em termos de sustentabilidade é uma primeira fase complicada, é uma fase de investigação. O que pode também ser difícil é o maior ou menor envolvimento das pessoas, porque há sempre uma desconfiança inicial, as pessoas não nos conhecem. É ir aos poucos, sem desmoralizar. É ir tentado que as pessoas percebam que estamos aqui para praticar alguma coisa de bom e que não estamos com outro objetivo.”¹²⁰

Para atingir os seus fins, foi requalificado um edifício existente no bairro que se encontrava devoluto e a degradar-se, e que hoje acolhe o FAS. O edifício tornou-se num espaço comunitário aberto à população que acolhe diversas intervenções que visam a dinamização do espaço público através da implementação de novas dinâmicas de âmbito sociocultural e económico.

Foi circulado pela comunidade do bairro um abaixo-assinado para esse espaço comunitário, juntamente com as associações Grupo Excursionistas do Castelo, Grupo Desportivo do Castelo e Há Castelo. É neste edifício, no centro do bairro do Castelo, que se reúne esforços e equipas das coletividades antigas e recentes do bairro, de modo a criar uma nova oferta à população do Castelo e colmatar a necessidade por um espaço coletivo de convívio.

Contudo, apesar do edifício estar a ser utilizado pelo FAS e por outras três associações locais, estes ainda não possuem o alvará do edifício pois o protocolo não foi transcrito. Embora já tenha havido por parte destas quatro entidades, por diversas vezes, a tentativa de marcação de reuniões com o município e com os diversos departamentos responsáveis pelo parecer sobre a formalização da cedência do mesmo às associações para a sua gestão e dinamização em prol da comunidade¹²¹. Não houve qualquer resposta até à data da entrevista, relativamente à possibilidade de assinatura do protocolo. Apesar do impasse, não se trata de uma ocupação ilegal, pois as associações possuem a

¹²⁰ Patrícia Ramalho, 2015 em Anexos

¹²¹ Fonte: Patrícia Ramalho, 2015 em Anexos, contudo pertence à parte perdida referenciada na metodologia

autorização de utilização do espaço por parte da Dra. Isabel Maciel¹²² havendo também o conhecimento das várias intervenções entretanto tidas no edifício.

6.3 Orientação e estratégia

6.3.1 Público-alvo

Na fase inicial de recolha de dados e diagnóstico da comunidade residente foram identificados desde logo dois principais públicos-alvo: os membros da comunidade que estão desocupados e que podem ver numa atividade diária no seu bairro uma mais valia ocupacional, educacional e cultural e as crianças cujo o número que vive no bairro é muito reduzido. A maioria da comunidade residente do bairro encontra-se envelhecida¹²³ e reformada, mas ainda pode ser ativa. O FAS trabalha em parceria com a escola do bairro para as atividades relacionadas com as crianças¹²⁴.

Apesar deste foco em dois grupos sociodemográficos do bairro, o FAS trabalha com todos os interessados que se encontrem disponíveis e com vontade em contribuir para melhorar o bairro¹²⁵.

¹²² A CML implementa um conceito de gestão de proximidade através da criação de cinco zonas de gestão da cidade: Norte, Oriental, Centro, Ocidental e Centro Histórico. Designadas de Unidades de Intervenção Territorial, estas zonas são constituídas por equipas multidisciplinares, preparadas para intervir no espaço público e equipamentos da sua área, identificar os problemas existentes e providenciar pela sua resolução. As UIT trabalham em estreita colaboração com os moradores, juntas de Freguesia, associações e todos os outros parceiros locais. Dr. Isabel Maciel é a Chefe de divisão da DCHB: Divisão Centro Histórico – Baixa. Fonte: <http://www.cm-lisboa.pt/zonas> [consultado em 18.09.2015]

¹²³ O envelhecimento da população é bastante marcante, com 29% da população com idades superiores aos 65 anos, representando quase o dobro da população jovem com menos de 24 anos (15%). O território pauta-se ainda por uma quebra populacional acentuada na ordem dos 40% entre 2001 e 2011. (,2014).

¹²⁴ Patrícia Ramalho, 2015 e Raquel Morais, 2015 em Anexos

¹²⁵ Raquel Morais, 2015 em Anexos



Figura 6-2 Quatro membros da comunidade residente à frente da porta do edifício comunitário que alberga o FAS¹²⁶.

6.3.2 Parcerias

Como já foi referido, um dos pontos fulcrais desta iniciativa é o seu desenvolvimento em parceria com a comunidade residente.

Outras parcerias fundamentais são com as instituições locais. São instituições estratégicas para que, em conjunto, consigam realmente revitalizar toda a zona do bairro do Castelo. Foram identificadas o Grupo Desportivo do Castelo, o Grupo Excursionista do Castelo e o Há Castelo - Associação de Moradores, Comerciantes e Amigos do Castelo de São Jorge. As fundadoras do FAS acreditam que sem o seu apoio, o projeto poderia não ser tão eficaz na capacitação e ativação da comunidade local.

“ Há instituições que já trabalham no bairro há muito tempo, outras há menos, mas é crucial conhece-las bem e trabalhar com todas elas. É fundamental alimentar estas parcerias sempre. Os maiores problemas que enfrentámos é a dificuldade de tudo isto, é um bairro muito fechado. Para nós, mas não só para nós, para todas as pessoas. É difícil entrar mesmo lá dentro e fazer a comunidade perceber o que queremos fazer e que queremos ser úteis.”¹²⁷

¹²⁶ Fonte: <https://www.facebook.com/Fundo-de-Arquitectura-Social-255760977893363/timeline/> [consultado em 09.09.2015]

¹²⁷ Patrícia Ramalho, 2015 em Anexos



Figura 6-3As associações locais Há Castelo, Grupo Desportivo do Castelo e Grupo Excursionista do Castelo reúnem com o FAS no edifício recuperado que serve agora para fins comunitários¹²⁸.

O apoio municipal partiu, inicialmente, da Junta da Freguesia do Castelo. Hoje e depois da revisão administrativa dos municípios, é a Junta de Freguesia Santa Maria Maior, tornando-se a comunicação mais problemática, sem grandes efeitos de apoio prático¹²⁹. Em termos de financiamento, o FAS concorreu e conseguiu verbas disponibilizadas pelo programa Bip/Zip¹³⁰.

A reabilitação do edifício que alberga as associações referidas conta com o patrocínio de algumas marcas portuguesas de materiais e com o trabalho voluntário de uma equipa de estudantes FAUL¹³¹ e de alguns moradores do bairro.

¹²⁸ Fonte: <https://www.facebook.com/Fundo-de-Arquitectura-Social-255760977893363/timeline/> [consultado em 11.09.2015]

¹²⁹ A Junta de Freguesia do Castelo ficou inativa em 2013 (Raquel Morais, 2015 em Anexos).

¹³⁰ Programa Bip/Zip foi criado no âmbito do quadro do Programa Local de Habitação (PLH), como um instrumento de política pública municipal com o intuito de dinamizar parcerias locais através de pequenas intervenções locais para melhoria da qualidade de vida da comunidade residente. Este programa oferece apoio financeiro a projetos levados a cabo por juntas de freguesia, associações locais, coletividades e organizações não-governamentais que pretendem contribuir para o reforço da coesão socio-territorial no município. Para mais informações consultar o seguinte link <http://habitacao.cm-lisboa.pt/index.htm?no=2730001> [consultado em 11.09.2015]

¹³¹ Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Para mais informações consultar o seguinte link <http://www.fa.ulisboa.pt/>

O FAS conta com a parceria¹³² ainda do ISCTE¹³³ e do IADE¹³⁴ na procura do conhecimento e talentos, da EGEAC¹³⁵ na divulgação e do Chapitô¹³⁶ no intercâmbio de públicos e conhecimentos assim como na divulgação mútua de atividades. Os JFSMM¹³⁷ e, mais uma vez, a EGEAC apoiam na cedência de espaços, assim como o apoio na produção e programação por parte da APORDOC¹³⁸.

6.3.3 Receitas e custos

Para a sua implementação, o FAS contou com o apoio do programa municipal Bip/Zip e, neste momento, em termos de recursos económicos, encontram-se dependentes desse financiamento. O FAS continua, permanentemente, à procura de concursos, prémios e financiamentos externos a que possa concorrer¹³⁹.

A grande maioria das atividades não produz receitas, o que torna a situação económica do FAS não autossustentável. Existem, contudo, algumas fontes modestas de receitas que se encontram no processo de desenvolvimento. Estas fontes são as visitas guiadas e a marca do Castelo. A marca Castelo está a ser ainda desenvolvida à volta de produtos que sejam específicos da cultura do bairro. Contudo, as vendas ainda são muito poucas pois trata-se de uma ideia ainda na fase de produção e implementação, que se prevê começar a vender gradualmente a partir de Junho/Julho de 2016, com alvo principal os turistas do castelo¹⁴⁰. A principal fonte de rendimento é constituída, neste momento, pelas visitas guiadas apesar de, também este, ser diminuto. Existe ainda um valor simbólico doado anualmente pelos sócios, mas que não chega sequer a ser considerado fonte de rendimento¹⁴¹.

¹³² São muitas as parcerias com que a associação conta e foi escolhido referir apenas algumas no corpo do texto. Para ver a lista completa das suas parcerias consultar o [link http://fundoarquitecturasocial.pt/index.php/fas/apoios--parceiros/](http://fundoarquitecturasocial.pt/index.php/fas/apoios--parceiros/) [consultado em 11.09.2013]

¹³³ ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, consultar o seguinte link <http://www.iscte-iul.pt/home.aspx> [consultado em 11.09.2013]

¹³⁴ Instituto de Arte, Design e Empresa. Para mais informações consultar o seguinte link <http://www.iade.pt/pt/homepage.aspx> [consultado em 11.09.2013]

¹³⁵ A EGEAC é a empresa municipal da cidade de Lisboa responsável pela Gestão de Equipamentos e Animação Cultural. Um dos equipamentos culturais sob gestão EGEAC é o Castelo de São Jorge Para mais informações consultar o seguinte link <http://www.egeac.pt/> [consultado em 11.09.2013]

¹³⁶ É uma ONG, situada na costa do Castelo, onde se desenvolvem atividades no campo da acção sócioeducativa na integração social de jovens através das artes circenses e da formação como uma escola das artes circenses. Fonte: <http://chapito.org/?s=page&p=63> [18.09.2013]

¹³⁷ Junta de Freguesia Santa Maria Maior à qual o castelo de S. Jorge pertence. Para mais informações consultar o seguinte link <http://www.jf-stamariamaior.pt/> [consultado em 11.09.2013]

¹³⁸ Associação pelo Documentário Para mais informações consultar o seguinte link <http://www.apordoc.org/> [consultado em 11.09.2013]

¹³⁹ Raquel Morais, 2015 em Anexos

¹⁴⁰ Patrícia Ramalho, 2015 em Anexos

¹⁴¹ Patrícia Ramalho, 2015 em Anexos

Os principais custos recaem na equipa do FAS¹⁴² e com materiais necessários para as oficinas e demais eventos realizados. Relativamente a custos com o edifício, o único custo é a internet pois tudo o resto é da responsabilidade da CML¹⁴³.

6.3.4 Programação/Atividades

Com o intuito de conhecer as necessidades e as vontades da comunidade, foram realizadas pela equipa do FAS uma série de entrevistas e inquéritos junto da comunidade. É através da participação da comunidade que se desenvolvem e se escolhem as atividades realizar, bem como as mesmas são avaliadas, através dos mesmos meios junto com a comunidade, para perceber o que resulta ou não.

“As próprias pessoas vão nos dizendo o que acham e dando sugestões. Muitas das atividades têm surgindo em conversa com membros da comunidade.”¹⁴⁴

É um número elevado de atividades que o FAS realiza em conjunto com os seus parceiros e a comunidade.

Através de visitas guiadas por membros da própria comunidade, o projeto Morálá Castelo, do FAS, proporciona aos turistas a descoberta do património e as histórias deste território, num percurso personalizado e alternativo pelos principais lugares do bairro. As visitas guiadas foram criadas com o intuito de estabelecer uma relação positiva entre os habitantes e os turistas constituindo uma oportunidade para a população local dar a conhecer a sua perspetiva da história e tradições do bairro.

Os produtos da marca Castelo são criados por moradores do bairro em conjunto com *designers* que são alunos finalistas do parceiro IADE. Juntos estão a criar produtos para vender na oficina e loja social que está a ser criada no edifício utilizado pelo FAS.

O FAS, juntamente com a associação Há Castelo e o Grupo Desportivo do Castelo, com o apoio da comunidade residente, criou uma exposição dedicada às Marchas Populares do Castelo, uma tradição local que remota de 1932. O conteúdo da exposição foi concretizado em conjunto com a população residente interessada em coordenação com profissionais.

¹⁴² Aquando a entrevista realizada, a associação contava com a colaboração de 7 membros renumerados, sendo que 2 dos 7 membros se encontravam em regime de estágio. Para além dos membros renumerados, o FAS conta com o apoio permanente de 8 a 10 membros da comunidade residente do bairro (Raquel Morais, 2015 em Anexos).

¹⁴³ Patrícia Ramalho, 2015 em Anexos

¹⁴⁴ Raquel Morais, 2015 em Anexos



Figura 6-4 Membro da comunidade ajudam na produção de conteúdo para a exposição "O Castelo é Lindo!"

Figura 6-5 Membros da comunidade ajudam na limpeza de objetos doadas pela própria comunidade para a exposição "O Castelo é Lindo!"



Figura 6-6 Exposição "O castelo é Lindo!" (esq.).

Figura 6-7 Exposição "O castelo é Lindo!" (dir.).

As Festas Comunitárias são organizadas em conjunto com a população residente, em que os estabelecimentos locais participam com produtos e a organização e produção é feita pelas associações FAS e Há Castelo. Estas atividades de desenvolvimento social procuram incentivar as relações interpessoais da comunidade residente do bairro.



Figura 6-8 Comunidade residente do Bairro do Castelo desfruta de um magusto comunitário.

Figura 6-9 Comunidade residente do Bairro do Castelo desfruta de um magusto comunitário.

De duas em duas semanas realizam sessões de cinema, com o objetivo de dinamizar o espaço do edifício comunitário do FAS e oferecer momentos de convívio e enriquecimento cultural, com uma programação que vai do cinema português às obras-primas do cinema internacional.



Figura 6-10 Sessão de cinema no FAS.

A Loja Social, criada pelo FAS e os seus parceiros locais, vende produtos doados pela comunidade a preços muito reduzidos e produtos produzidos por membros da própria comunidade residente, inspirados nas tradições culturais do Castelo.



Figura 6-11 Bonecos inspirados nas Marchas Populares do Castelo são confeccionados pela comunidade residente.

Figura 6-12 Bonecos inspirados nas Marchas Populares do Castelo são confeccionados pela comunidade residente.



Figura 6-13 As bonecas das marchas populares do Castelo. Os primeiros produtos produzidos pela comunidade residente da marca Castelo, na exposição “O Castelo é Lindo!”.

FAS com as Mãos é o nome de uma outra atividade iniciada pelo FAS. São oficinas para usufruto dos residentes e que pretendem funcionar como um instrumento lúdico de novos conhecimentos e aprendizagens em determinadas áreas. Englobam quatro temas como desenho, leitura e escrita, costura e design com enfoque na reciclagem de materiais. São atividades de cariz cultural e criativo que contribuem para o desenvolvimento formativo e ocupacional dos participantes. Estas atividades contam com a orientação de profissionais.



Figura 6-14 Desenho realizado por um membro da comunidade residente do bairro
Figura 6-15 Comunidade do bairro do castelo a participar em aulas abertas de desenho.

O serviço educativo do FAS, direcionado para as crianças do bairro, promove atividades que estimulam o desenvolvimento de competências ao nível formativo e criativo, com a ocupação de tempos livres e apoio ao estudo. Em parceria com a escola primária do bairro são realizadas visitas de estudo a pontos de interesse educativo e cultural de Lisboa (FAS sobre Rodas). As outras atividades que contam com a participação de crianças são as oficinas de desenho, costura, leitura/escrita, *design* recicla e reutiliza (FAS com as Mãos), já referido anteriormente pois também conta com a participação da comunidade residente.



Figura 6-16 Membro da comunidade jovem do bairro desfruta das atividades educacionais oferecidas pela a oficina FAS com as Mãos (esq.).

Figura 6-17 Membro da comunidade jovem do bairro desfruta das atividades educacionais oferecidas pela a oficina FAS com as Mãos (dir.).



Figura 6-18 Alunos da escola primária do bairro participam em atividades lúdicas através do projeto FAS com Rodas (esq.).

Figura 6-19 Mais membros da comunidade jovem do bairro desfrutam das atividades educacionais oferecidas pela a oficina .

Ainda realiza uma feira em que participam artesãos, artistas, moradores e comerciantes locais. Nesta feira, são colocados à venda produtos caseiros, artesanais, velharias ou especialidades de comércio local. O FAS pretende deste modo dinamizar o bairro, trazendo mais um momento de convívio para a comunidade e a possibilidade de cada membro poder vender alguns produtos ou trocar por outros, atrair mais visitantes ao bairro e impulsionar os estabelecimentos locais. A feira integra ainda animação cultural com atuações de grupos locais.



Figura 6-20 Banca de produtos de lojas locais (esq.) na feira do Castelo.

Figura 6-21 Produto local à venda (dir.) na feira do Castelo.



Figura 6-22 Grupo musical local atua em palco na feira do Castelo (sup. esq.).

Figura 6-23 (inf. esq.) Aluno do parceiro Chapitô atua na feira do Castelo.

Figura 6-24 (dir.) Aluno do parceiro Chapitô atua na feira do Castelo.

Por último, o FAS organiza debates e seminários com parceiros e membros da comunidade em temáticas de utilidade para o território e para fins de partilha de conhecimento.

6.4 Expetativas futuras

A curto prazo, os planos do FAS incluem resolver a questão do edifício, continuar a realizar atividades em conjunto com a comunidade e desenvolver as atividades que

preveem contribuir para a autossustentabilidade do projeto. Este, é um ponto muito importante para que a associação consiga continuar a existir.

A finalidade do FAS a médio/longo prazo é que este funcione autonomamente através da comunidade, sem o apoio constante das fundadoras. A associação pretende continuar, no fundo, a envolver os membros da comunidade e a desenvolver mais atividades capacitem a comunidade do bairro para que esta, eventualmente, acabe por tomar conta da própria associação.

A ideia principal é então que a comunidade agarre o FAS e que esta se envolva cada vez mais para que se tornem numa comunidade capacitada e ativa.

6.5 Conclusões preliminares

Todo o trabalho realizado pelo FAS foi pensado como uma intervenção cirúrgica¹⁴⁵ que procura dar uma resposta às necessidades da comunidade do bairro, através da valorização do património, na sua conservação e no fortalecimento do tecido comunitário, com a colaboração de diversos atores.

O FAS é, por isso, um exemplo de um ativador urbano que procura, por um lado, proporcionar melhorias físicas ao edificado de um bairro que se encontra degradado, por outro lado, ter um enfoque na estimulação do tecido comunitário dos residentes do bairro do castelo¹⁴⁶. O FAS promove um sentimento de pertença na comunidade para com o território e de coesão da população local através do desenvolvimento de atividades recreativas, culturais e sociais participadas, mas ainda com o propósito de abrir o bairro ao exterior. A criação deste espaço comunitário e das mais variadas atividades promove o convívio, a capacitação e a criação de postos de trabalho para os residentes, contribuindo para a sua autoestima, a valorização pessoal e o orgulho no bairro onde vivem. Estas características encontram-se em concordância com o aqui mencionado na exploração teórica acerca da inovação social e revitalização urbana. Ao dinamizar o espaço comunitário, que serve como ponto de encontro quotidiano dos residentes locais, FAS responde ainda às necessidades de diferentes faixas etárias e, ao mesmo tempo, identifica as suas capacidades e potencia outras acabando por gerar inovação e revitalização no tecido social do bairro.

¹⁴⁵ Rosa (2013) refere-se a catalizadores da revitalização urbana de pequena escala, que atuam no tecido físico e social de um território delimitado.

¹⁴⁶ Pogacar, 2014. Ver capítulo 4.2 deste presente estudo

A criação de uma marca por membros da comunidade em conjunto com *designers* é uma atividade que consegue trazer inovação para o local de intervenção, mantendo ao mesmo tempo a especificidade e a identidade necessárias para a revitalização urbana local, de modo a sustentar a identidade da comunidade e o sentido de pertença. O FAS é um bom exemplo de um território que está a demonstrar algumas das características da plasticidade¹⁴⁷ mencionadas como tolerância e memória coletiva e, apesar de a sua abertura ao exterior ser lenta, flexibilidade na aceitação de novas perspetivas e ideias sem perder o sentido de identidade.

Também é importante ter em conta o relevante papel do FAS para a sensibilização da sociedade relativamente ao território, nomeadamente mecenas, entidades, investigadores ou qualquer tipo de agente que possa intervir no território em questão. Os apoios de todos os seus parceiros são igualmente importantes na partilha de experiências e de recursos, procurando dar continuidade às iniciativas na procura de sustentabilidade.

¹⁴⁷ André; Abreu, 2006; André; Abreu, 2009. Ver capítulo 3.2 deste presente estudo

7 FÁBRICA BRAÇO DE PRATA

7.1 Apresentação da FBP

A Fábrica do Braço de Prata é um espaço multifacetado de serviços orientados para a cultura situado na zona oriental de Lisboa, na outrora industrial freguesia de Marvila. Ocupa um edifício e o terreno daquela que foi em tempos uma importante fábrica de armamento de guerra, responsável pelo fabrico das célebres espingardas automáticas G3 usadas pelos soldados portugueses na Guerra Colonial¹⁴⁸. Desativada nos anos 1990, a antiga fábrica deu lugar à nova em 2007, aquando da instalação, na altura um edifício devoluto, de duas livrarias: a Eterno Retorno e a Ler Devagar.



Figura 7-1 Edifício onde se encontra atualmente a Fábrica Braço de Prata, outrora os escritórios da antiga Fábrica de Material de Guerra do Braço de Prata¹⁴⁹.

A Fábrica do Braço de Prata, muitas vezes designada por FBP ou Fábrica, é constituída por um edifício e um terreno que em conjunto ocupam cerca de 7000 m².

¹⁴⁸ Para mais algumas informações e imagens da antiga Fábrica de Material de Guerra do Braço de Prata, consultar <http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2011/09/fabrica-de-material-de-guerra.html> [consultado em 20.06.2015]

¹⁴⁹ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/salas.shtml> [consultado a 18.06.2015]

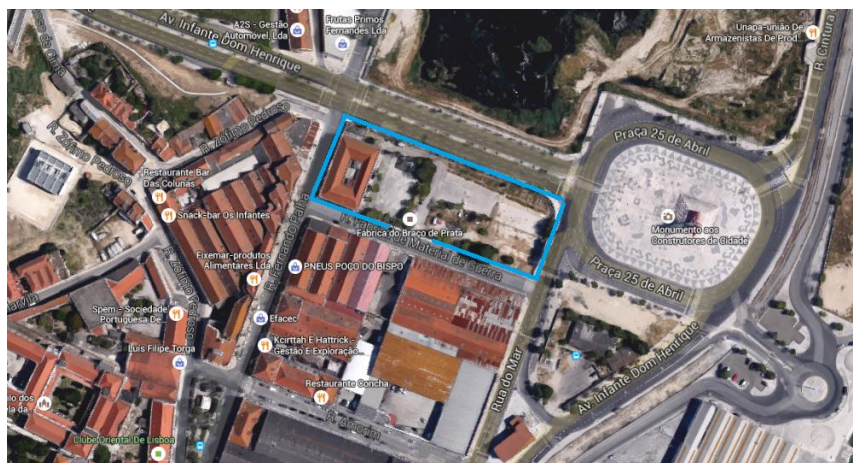


Figura 7-2 Edifício e terreno ocupado pela FBP¹⁵⁰.

O edifício dispõe de doze salas distribuídas por três pisos, todas batizadas com nomes de importantes figuras do pensamento e da arte ocidentais – um claro reflexo da formação filosófica de Nuno Nabais¹⁵¹, o sócio fundador da empresa Eterno Retorno¹⁵² e o responsável pela transformação do espaço naquilo que é hoje¹⁵³.



Figura 7-3 Sala José Saramago onde alberga a livraria Eterno Retorno e alguns eventos como pequenos concertos ou lançamento de livros (esq. sup.)¹⁵⁴.

¹⁵⁰ Fonte: <https://www.google.pt/maps/@38.7489215,-9.0993219,2643m/data=!3m1!1e3>

¹⁵¹ Fonte: <http://cfcul.fc.ul.pt/equipa/nnabais.php> [consultado em 20.06.2015]

¹⁵² De seu nome completo “Eterno Retorno, Sociedade Unipessoal Limitada”, é a empresa fundadora da Fábrica. Hoje, o espaço é gerido pela empresa Braço de Ferro, igualmente pertencente a Nuno Nabais.

¹⁵³ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/FBP.shtml> [consultado em 18.06.2015]

¹⁵⁴ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/salas.shtml> [consultado a 18.06.2015]

Figura 7-4 Sala Sala Visconti que alberga os mais diversos espetáculos, cinema, workshop e eventos (dir.sup.)¹⁵⁵.

Figura 7-5 Esplanada Espinosa alberga variados eventos como concertos, performances, workshops, feiras e o bar (esq. inf.)¹⁵⁶.

Figura 7-6 Sala Deleuze que funciona como restaurante e bar, alberga ainda exposições e uma pequena parte da livraria (dir. inf.)¹⁵⁷.

Não é fácil elencar todas as funções das doze salas: desde galerias de arte a oficinas de ourivesaria, desde lojas de roupa a salas de concertos, desde livrarias a estúdios de cinema, desde bares a *ateliers* de artes plásticas, desde salas de restaurante a pistas de dança, e muitas delas em simultâneo. São, como é referido no texto de apresentação do *site* da FBP, salas verdadeiramente “mutantes”¹⁵⁸.

7.2 Motivação e implementação

A FBP trata-se de uma empresa privada que, no entanto, funciona como uma organização sem fins lucrativos. Apesar de ser uma iniciativa privada, esta surge de um indivíduo da sociedade civil com expectativas pessoais orientadas a preocupações relativas à cidade e à sociedade. A FBP é uma iniciativa criada, financiada e implementada por Nuno Nabais que a criou por sentir a necessidade de criar um espaço cultural que seja utilizado para a exposição de trabalhos artísticos que não têm onde ser expostos por falta de reconhecimento por parte das galerias, teatros, anfiteatros e afins dos artistas emergentes. Mas mais que albergar obras artísticas sem casa, Nuno Nabais diz que sentiu ser seu dever recuperar o espaço vazio, subutilizado e degradado que era o edifício da fábrica.

“Aquilo que me obrigou a inventar a FBP foi um imperativo moral. Quando conheci aquele edifício e soube da sua condição de abandono por muitos anos em virtude dos problemas com licenciamentos camarários, e quando tomei consciência que apenas eu - enquanto irmão de um dos administradores da empresa proprietária do edifício e podendo dar garantias de cumprir um contrato de comodato – poderia salvar aquele cenário da ruína e da inutilidade, não pude deixar de sentir que era meu dever inventar para ali uma alma de concertos, livros, exposições.”¹⁵⁹

¹⁵⁵ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/salas.shtml> [consultado a 18.06.2015]

¹⁵⁶ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/salas.shtml> [consultado a 18.06.2015]

¹⁵⁷ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/salas.shtml> [consultado a 18.06.2015]

¹⁵⁸ Fonte: <http://www.bracodeprata.com/FBP.shtml> [consultado em 18.06.2015]

¹⁵⁹ Nuno Nabais, 2015 em Anexos

A Fábrica foi criada através de um acordo verbal de comodato entre a Eterno Retorno, lda. e a Obriverca, empresa proprietária de toda a antiga Fábrica de Material de Guerra, em 2007. O acordo estabelecia a aceitação da ocupação do edifício pela Eterno Retorno enquanto a CML não desembargasse a construção do condomínio Jardins Braços de Prata, para aí, o edifício em questão, ser utilizado como escritório de vendas. Em Julho de 2008, um ano depois, a CML atribuiu a licença de construção à Obriverca sendo altura de a FBP sair do edifício em questão.

“A Fábrica entretanto já tinha ganho vida própria como um importante espaço cultural. Foi até citado no New York Times.”¹⁶⁰

Na mesma altura, Helena Roseta, vereadora da CML e visitante da FBP, decidiu propor à Assembleia Municipal que o edifício ocupado passasse a ser considerado equipamento cultural da cidade. A proposta foi aprovada unanimamente e atribuíram à Eterno Retorno a responsabilidade de continuar a gerir o equipamento com o dever de cuidar do edifício. Contudo, tal só poderia acontecer a partir do momento em que o condomínio estivesse concluído. Foi proposto pela Eterno Retorno um novo contrato de comodato com a Obriverca que foi recusado mas ali se manteu a Fábrica. Entretanto, a empresa de construção proprietária do espaço faliu e o edifício, que seria do Município de Lisboa, acabou por ficar para um dos credores, a Caixa Geral de Depósitos que também não concedeu o alvará à FBP.

A FBP acabou por nunca sair do edifício ocupado, sendo a ocupação do espaço é ilegal, apesar da FBP ser uma empresa legal que paga os seus impostos¹⁶¹.

“ O que é então a Fábrica? Uma empresa legal instalada ilegalmente num edifício que virá a ser da câmara e do qual ainda não foi despejada pela sua atual proprietária devido à intervenção protetora da própria Câmara. Um facto que criou a sua própria justificação, uma performance insólita que obrigou a razão coletiva alargar a sua ideia de arte pública”¹⁶²

Como dito, o edifício, aquando ocupado, encontrava-se devoluto e em pobre estado. Foram necessários esforços para a sua recuperação. Nuno Nabais contou com a ajuda de alunos e amigos para as limpezas e mudanças dos equipamentos disponíveis para o edifício. Foi, contudo, necessário contratar uma pequena equipa de empreiteiros que, em

¹⁶⁰ Nuno Nabais , 2015 em Anexos

¹⁶¹ Informações retiradas do site <http://www.bracodeprata.com/FBP.shtml> [consultado em 18.06.2015] e da entrevista realizada a Nuno Nabais que se encontra em Anexo

¹⁶² <http://www.bracodeprata.com/FBP.shtml> [consultado em 18.08.2015]

esforços conjuntos com os voluntários, em sete dias conseguiram tornar o edifício num espaço limpo e habitável.

“(...) contei com a ajuda de muitos dos então alunos meus da licenciatura de Artes do Espetáculo da Faculdade de Letras. Vieram trabalhar comigo cerca de 30 alunos, durante quase todos aqueles 7 dias de criação da Fábrica. Contei também com a ajuda de alguns amigos.”¹⁶³

Os esforços para recuperar o edifício continuam ao longo do tempo, aos poucos e poucos, conforme os recursos disponíveis assim o permitem.

O caso da FBP é um excelente exemplo do contorno dos modelos dominantes de pensar e fazer que, com o apoio informal da CML e o esforço de alguns indivíduos civis sob a orientação e visão de Nuno Nabais, ocuparam um espaço degradado e revitalizaram o local com os meios financeiros e humanos disponíveis, com o intuito de incentivar o desenvolvimento social da comunidade artística e o enriquecimento da vida cultural de Braço de Prata, Lisboa.

7.3 Orientação e estratégia

7.3.1 Público-alvo

Uma das motivações para a implementação do projeto FBP foi oferecer um espaço aos artistas para utilizarem na exposição das suas obras, de modo a criar igualdade nas oportunidades, no estatuto e no tratamento destes trabalhadores comparativamente a outras áreas não culturais. Assim, a satisfação de necessidades colectivas sentidas pela comunidade artística e a sua capacitação é um enfoque da FBP.

Por outro lado, o mercado da Fábrica é composta por todos os que procuram consumir ou usufruir de bens culturais. Neste parâmetro, a Fábrica possui usuários muito diferenciados apesar de não possuir, oficialmente, um público alvo. O seu interesse é, na realidade, ser uma referência no panorama lisboeta e nacional na promoção e no apoio da cultura em todas as suas modalidades e formas de expressão. Com essa missão em mente, nunca procuraram por um público específico para as suas ofertas culturais, apenas público.

“Não, de todo. Como a programação é feita para ter diferentes proposta de estilos em cada sala, não existe um público alvo. Sabemos que o público se vai definindo sozinho. Ainda

¹⁶³ Nuno Nabais , 2015 em Anexos

que não tenhamos um público alvo, sabemos que maioria das pessoas que nos visitam tem alguma formação académico.”¹⁶⁴

Para que se possa entender melhor o espaço e quem é que a Fábrica atrai, apresenta-se as informações compiladas num questionário realizado aos visitantes¹⁶⁵. A Fábrica, mercê da multiplicidade de ofertas, demonstra ser capaz de atrair um público variado no domínio da faixa etária, porque apesar de cerca de metade do público se situar na faixa intermédia dos 25 aos 45 anos, foi registado uma boa representatividade de todas as faixas etárias estabelecidas. O estudo confirma o pressuposto da Sílvia Ribeiro, que maioria do público da Fábrica possui formação superior. No tocante à proveniência dos visitantes, ponto que também se considera relevante para o estudo aqui elaborado, nota-se que uma maioria é da cidade de Lisboa, um percentagem relevante provêm do restante Distrito de Lisboa bem como de fora do Distrito, e apenas uma minoria oriundos de fora de Portugal.

Como já foi referenciado, apesar de ter sido aqui apresentado uma descrição breve do público da Fábrica, esta não pretende concentrar-se em pormenores como público-alvo específico, mas sim em arranjar público para os artistas que procuram público e oferta cultural para quem procura oferta cultural.

7.3.2 Parcerias

A FBP não possui nenhuma parceria oficial tendo apenas realizado, pontualmente, algumas coproduções. Grande maioria destas coproduções são eventos únicos, com execução da parceria verbal que têm com o Teatro Tardballs, vizinho da FBP. As companhias acolhidas pelo teatro podem utilizar o espaço da FBP para ensaiar e conviver. Os expectadores das peças apresentadas no Tardballs podem utilizar os seus bilhetes para dar acesso aqui à Fábrica. A companhia acolhe, por outro lado, algumas iniciativas da Fábrica, possibilitando o uso do seu anfiteatro para o necessário como conferências. A parceria consiste em troca de serviços e de espaços de modo a complementarem-se a fomentar os laços sociais dos poucos espaços culturais da zona.

¹⁶⁴ Sílvia Rebelo , 2015 em Anexos

¹⁶⁵ No âmbito do mestrado de Gestão e Estudos da Cultura, como parte da avaliação para a disciplina de Marketing Cultural, foi realizado um trabalho que consistiu na elaboração de um plano de Marketing para o espaço cultural Fábrica do Braço de Prata, da autoria de Jaime Coelho, Andreia Simões, António Marques e da autora da presente dissertação. Foi realizado um questionário com o intuito de entender quem é o público visitante da Fábrica, no entanto com uma pequena amostra de 35 respostas válidas dos 40 questionários entregues. Para mais informações ver em Anexos Questionário FBP, 2014.

Por outro lado, apesar deste não ser um parceiro oficial da FBP, não é de subestimar o apoio da CML. À semelhança do Noorderpark¹⁶⁶, o sucesso da implementação da FBP deve-se, em grande medida, ao apoio da CML, tanto financeira como legalmente. À FBP foram concedidas licenças para servir bebidas alcoólicas apesar de não cumprir os requisitos necessários, visto que o projeto não possui o alvará do edifício. Financeiramente, a CML ajuda com o pagamento das contas da eletricidade e apoia a permanência da FBP no edifício ocupado sem o pagamento de qualquer renda ou alvará.

7.3.3 Receitas e custo

Um ponto bastante característico da Fábrica prende-se com o seu sistema igualitário de distribuição de lucros. A receita do bilhete de entrada¹⁶⁷ reverte inteiramente para os artistas que exibem nessa noite, sendo dividido igualmente entre todos, com a garantia que recebem um valor base de 50 euros por artista. O valor dos produtos vendidos reverte a favor dos comerciantes, o valor das obras vendidas reverte a favor dos artistas, o valor dos *workshops* reverte, também, a favor de quem os executa. Este sistema invulgar só é possível pela existência do bar, admitidamente o esteio financeiro da organização.

“Como é então possível ter quatro salas de concertos, receber quatro ou mais concertos por noite e não cobrar nenhum valor sobre a bilheteira? Porque fazemos algum dinheiro no bar. É com esse dinheiro que pagamos todas as despesas funcionais da Fábrica, desde limpeza, consumíveis, aos salários.”¹⁶⁸

Existe ainda uma pequena outra fonte de receita que é a livraria. Esta encontra-se aberta aos usuários da fábrica para poderem usufruir dos livros à sua vontade sem os adquirir, sendo que não gera muito lucro.

“Temos ainda a livraria, com a venda dos livros, mas que paga o salário da pessoa que lá trabalha e pronto. Sobre tudo é o bar e o restaurante”¹⁶⁹

¹⁶⁶ Ver páginas 32-33

¹⁶⁷ Que custa entre 3 e 5 Euros

¹⁶⁸ <http://www.bracodeprata.com/FBP.shtml> [consultado a 20.08.2015]

¹⁶⁹ Nuno Nabais , 2015 em Anexos

A Fábrica não paga renda nem eletricidade, sendo esse um fator chave que ajuda fortemente a garantir a sustentabilidade do espaço, uma raridade e clara vantagem para o sucesso do projeto.

“Temos as vantagens de, como por exemplo, não pagar a renda. Um edifício destes em renda seriam uns 4, 5 mil euros! Também temos a vantagem de não ter custos com a eletricidade graças a uma intervenção milagrosa da CML¹⁷⁰. E isto permite eleger preços simpáticos! As pessoas que vêm aqui jantar deixam o carro à porta e ouvem concertos a um preço imbatível porque há despesas que nós não temos, e por conseguimos transpor isso em benefícios das pessoas que aqui vêm.”¹⁷¹

Os custos da Fábrica são essencialmente os salários dos trabalhadores¹⁷², os custos de manutenção e recuperação do edifício e espaço em redor, bem como os eventuais recursos e equipamentos necessários para o bom funcionamento do projeto.

7.3.4 Programação/atividades

A enorme diversidade de produtos oferecidos é, talvez, o grande ponto distintivo da Fábrica. A multiplicidade de eventos ainda é uma constante na Fábrica, mas de um modo mais organizado que ao referenciado por Sílvia Rebelo na sua entrevista:

“Eu lembro-me de vir à Fábrica, ainda não trabalhava cá, e de ficar fascinada com as paredes que ainda tinham buracos, o tijolo que ia aparecendo, os tetos que não estavam cuidados, e perceber que houve uma ocupação do espaço para estes fins. Acho que isso exerceu um fascínio nesta nossa cidade que ansiava por coisas fora do formato. E depois, a forma como o Nuno pensou a coisa, logo na sua multiplicidade de estilos e de gostos, e de ter sempre o sim na linha da frente: ‘Queres fazer alguma coisa aqui? ah 'tá bem! Vem, ‘bora! Dificuldades nisto? O que percebei é que, de repente, queria receber toda a gente, e não estou a falar de público, estou a falar dos artistas, as pessoas acabavam por quase se atropelarem aqui. Conheço múltiplas histórias que houve de noites em que apareciam os músicos e eles ficavam: ‘Ah, mas vocês também vêm tocar aqui hoje? Epá, e agora

¹⁷⁰ Após um corte na eletricidade devido a atrasos no pagamento por falta de recursos financeiros, a CML interviu e passou a cobrir as despesas de eletricidade. Fonte: Nuno Nabais, 2015 entrevista em Anexos

¹⁷¹ Nuno Nabais, 2015 em Anexos em Anexos

¹⁷² Trabalham na Fábrica cerca de 14 trabalhadores renumerados com salários, em média, nos 800€ mensais. Existe mais dois colaboradores que são voluntários, o próprio Nuno Nabais e a Sílvia Rebelo (programadora e coordenadora) que não recebem salário pelo seu trabalho na Fábrica. É escolha do Nuno Nabais que os colaboradores da Fábrica sejam pagos pelo seu trabalho, tempo e esforço.

onde é que vamos arranjar o espaço?’ Coisas de haver 8 concertos por noite, mais não sei quantas festas, houve dificuldades em organizar isto tudo.“¹⁷³

O espaço está aberto nas noites de quarta-feira a sábado – apesar de poder abrir a qualquer hora de qualquer dia em função das atividades planeadas. Não está sujeito a nenhuma restrição horária. A procura, por parte da comunidade artista, de um espaço onde expor os seus trabalhos é tanta que não há qualquer necessidade de procurar por ela. São os próprios artistas que aparecem e pedem se ali podem expor. A programadora¹⁷⁴ diz ser seu objetivo tentar recusar o mínimo de pedidos possíveis, ie. a Fábrica compromete-se a deixar qualquer artista expor o seu trabalho, no mínimo uma vez, desde que tenha qualidade¹⁷⁵.

São muitas as atividades que se realizam na Fábrica, como já comentado, sendo a principal os concertos, “a alma da Fábrica”¹⁷⁶ como Nuno Nabais se refere, não pelo importância superior às outras atividades como arte, mas por ser a mais procurada e a que mais chega à Fábrica. Numa noite, podem ser realizados no mínimo de 2 a 5 concertos.



Figura 7-7 Concerto na sala Kandinsky, um corredor (esq.).

Figura 7-8 Concerto na sala Nietzsche (dir.).

¹⁷³ Sílvia Rebelo , 2015 em Anexos

¹⁷⁴ Sílvia Rebelo , 2015 em Anexos

¹⁷⁵ Essa qualidade do trabalho é avaliada pelos próprios colaboradores da FBP

¹⁷⁶ Nuno Nabais , 2015 em Anexos

Das restantes as atividades mais comuns são o serviço de bar e restaurante, a livraria, exposições mensais e performances de danças. Com menos frequência, demonstrações de cinema, *workshops* variados, aulas abertas, oficinas e *ateliers* de cerâmica, feiras e vidro e outros eventos pontuais. A atividade mais recente é apelidada de Bracinho de Prata, que consiste em atividades direcionadas para crianças todos os sábados à tarde.



Figura 7-9 Aula aberta de dança (esq.).
Figura 7-10 Público a usufruir de um concerto (dir.).



Figura 7-11 Visitantes observam estante com garrafas intituladas de estados de espírito ex: coração destruído (esq.)

Figura 7-12 Demonstração de uma dança popular brasileira (dir.).



Figura 7-13 Demonstração e aula aberta de dança (dir. sup.).

Figura 7-14 Feira de artesanato (esq. inf.).

Figura 7-15 Espetáculo de teatro para crianças (dir.).

7.4 Expetativas futuras

O proprietário da FBP possui a vontade e intenção de esta continuar ainda por muito tempo a desenvolver as suas atividades, e até mesmo começar desenvolver outras.

Em termos de atividades, por exemplo, Nuno Nabais refere-se à vontade de criar “uma rádio que fosse de música e palavra acerca do panorama atual”¹⁷⁷. Outra atividade pensada recai no mesmo pensamento, a criação de uma revista digital que publique entrevistas dos músicos e artistas que passem pela Fábrica. O intuito da criação da rádio e da revista é preencher a lacuna de um “suplemento sério de cultura em Portugal”, que não se deixe influenciar por outras intenções que não a promoção da cultura e dos artistas portugueses dando lugar aos artistas emergentes¹⁷⁸.

¹⁷⁷ Nuno Nabais, 2015 em Anexos

¹⁷⁸ Nuno Nabais, 2015 em Anexos

“Gostávamos de reinventar a ideia de suplemento cultural, que tivesse coisas da nossa Fábrica mas não só, que também divulgasse outros concertos, outros livros, outras exposições.”¹⁷⁹

Por outro lado, a FBP possui a intenção de lutar para continuar ativa. Tem a esperança que, eventualmente, outras membros da sociedade civil acabem por se inspirar na Fábrica de modo a arranjam meios alternativos e desformatados de criar as suas próprias iniciativas culturais, lutando por causas sociais¹⁸⁰.

7.5 Conclusões preliminares

A FBP é um exemplo de um ativador urbano que procurou, por um lado, proporcionar melhorias físicas a um edifício que se encontrava vazio e degradado, por outro, ter um enfoque na melhoria das condições de trabalho da comunidade artística da cidade de Lisboa¹⁸¹. A Fábrica procura fomentar uma relação recíproca entre os seus visitantes e os artistas emergentes, na qual os artistas inspiram e preenchem a vida social e cultural dos visitantes da Fábrica, o que resulta numa relação simbiótica que incita ao desenvolvimento da vida social e económica da comunidade artística e, consequentemente, da cidade Lisboa.

Foram aqui compilados três fatores usualmente essenciais para o sucesso de iniciativas da sociedade civil. Referente a esses fatores, e apesar de a FBP fazer questão de anunciar o seu estatuto ilegal, é muito relevante repetir a importância do apoio da CML, mesmo que de um modo informal. Como foi referido anteriormente¹⁸², o apoio *top-down* é muitas vezes essencial para o sucesso *bottom-up*. Sem o seu apoio, as probabilidades de sucesso seriam muito reduzidas. Este apoio, apesar de não oficial, demonstra bastante vontade e flexibilidade por parte do Município de Lisboa, em albergar iniciativas *bottom-up* que contribuam para a revitalização urbana de Lisboa.

Por outro lado, foi compilado na pesquisa teórica que o envolvimento da comunidade é um fator importantíssimo. Apesar desta iniciativa não contar com a participação da comunidade artística na etapa da implementação nem na organização do projeto¹⁸³, conta com a participação e envolvimento da comunidade na utilização do

¹⁷⁹ Nuno Nabais, 2015 em Anexos

¹⁸⁰ Nuno Nabais, 2015 em Anexos

¹⁸¹ Pogacar, 2014. Ver capítulo 4.2 deste estudo

¹⁸² Pogacar, 2014. Ver capítulo 4.4 deste estudo

¹⁸³ Não esquecer que, apesar de ter sido só nos primeiros dias de limpeza do edifício, Nuno Nabais contou com o voluntariado de alunos e amigos

espaço de acordo com os fins da iniciativa. A comunidade artística procura a Fábrica para ensair, usufruir e apresentar os seus trabalhos artísticos. Neste sentido, a Fábrica demonstrou saber comunicar bem as suas intenções perante a comunidade alvo¹⁸⁴. A atitude adotada por Nuno Nabais com a comunidade artística foi fundamental para o sucesso da finalidade da Fábrica. A Fábrica promove e fomenta um sentimento de pertença na comunidade artística de Lisboa para com a própria Fábrica. Através do desenvolvimento de um espaço recreativo, cultural e social, aberto à participação de toda a comunidade artística, e não apenas a uns já reconhecidos, a FBP acaba por promover o convívio e a partilha de experiências e conhecimento, e a capacitação da comunidade artística, contribuindo para a sua autoestima, valorização pessoal e o orgulho na arte que vivem. Estas características descritas foram já aqui referidas como essenciais para a inovação social e revitalização urbana, bem como sendo comuns nas iniciativas *bottom-up*.

As características da FBP assumiram, à data da sua criação, um caráter pioneiro na cidade de Lisboa. É inegável a importância deste projeto como *trend setter* em Portugal. Com o seu nascimento inaugurou-se um movimento de reaproveitamento de edifícios abandonados para fins essencialmente culturais em Portugal¹⁸⁵.

Esta iniciativa demonstra uma vontade de mudança típica das iniciativas *bottom-up* ativadoras urbanas¹⁸⁶. Como é possível observar, a FBP difere totalmente das práticas e princípios das iniciativas *top-down*. De acordo com o que Pogačar (2014) refere, a FBP funciona como maioria das iniciativas ativadoras urbanas costuma funcionar. Surgiu sem uma estrutura definida ou mesmo um modelo de negócio estratégico, tendo apenas como foco principal utilizar um edifício vazio e sem uso para um fim social: juntar a comunidade artística que precisa de público, com um público que procura usufruir de atividades culturais. Esta desenvolveu-se de um modo experimentalista e com muito poucos recursos tendo o fundador demonstrado bastante destreza e força de vontade ao ocupar sozinho um edifício sem permissão. A ocupação para fins de empreendedorismo

¹⁸⁴ Pogacar, 2014. Ver capítulo 4.4 deste estudo

¹⁸⁵ A LX Factory e o Largo do Intendente são exemplos de espaços que se inspiraram neste modelo.

¹⁸⁶ Pogacar, 2014:191-192

cultural, apesar de não ser uma novidade a nível global, ou mesmo europeu¹⁸⁷, foi uma novidade em Portugal¹⁸⁸.

A FBP visa sobretudo a divulgação cultural e artística e é um local de onde se pode retirar algumas receitas, não como lucro mas como meio para continuar a realizar as atividades e manter o local a funcionar. As características descritas nos capítulos anteriores para o surgimento de inovação social são detetadas nesta iniciativa: a natureza não comercial, o intuito de gerar uma mudança social que satisfaça necessidades da comunidade artística através da criação de oportunidades de um modo alternativo ao da ordem estabelecida. O facto deste empreendimento ser ilegal dá-lhe um carácter de contra-cultura e de oposição característico que atrai o público e a própria comunidade artística.

A grande característica fora do comum da FBP, relativamente à matéria explorada anteriormente neste estudo, é o facto de esta ser uma empresa privada e existir devido aos esforços de apenas um membro da comunidade e não do esforço conjunto de vários¹⁸⁹. A Fábrica contou com a ajuda voluntária de alguns indivíduos na limpeza do edifício mas foi só, tudo o resto deveu-se à vontade e perseverança de Nuno Nabais e da contratação de uma equipa para a FBP.

¹⁸⁷ O movimento ocupação para fins de empreendedorismo denomina-se de “*squatting* empreendedor ou empresarial” e, como o próprio nome indica, quem se propõe a criar um espaço deste género não tem como objectivo a ocupação para habitação sem custos ou o estilo de vida alternativo, mas também vê o *Squat* como um espaço de empreendimento. Quem pratica este tipo de *squatting* são normalmente jovens com estudos e indivíduos ligados a áreas da cultura e da arte. Organizam-se em grupos ou coletivos que estipulam uma estratégia para realizar a ocupação. Pré-define um local para o efeito e informam-se sobre a situação concreta do imóvel. Quanto mais informação reunirem, melhores são as hipóteses de sucesso. Eventualmente, podem até tentar negociar condições com o proprietário, com o objectivo de conseguirem a ocupação de uma forma amigável, potenciando a sua duração. A ideia sobre aquilo em que o *squat* se deve tornar é também pré-definida com o acordo de todos os membros da iniciativa. Nesta configuração de *squatting*, estamos perante espaços de autogestão criados à margem das burocracias e da lógica capitalista da sociedade (Pereira, 2012:29).

¹⁸⁸ Como foi visto, para a criação de inovação social não é necessário uma ideia completamente nova, desde que seja nova para o local/comunidade alvo.

¹⁸⁹ Todos os exemplos analisados neste estudo iniciaram devido a esforços conjuntos de dois ou três membros de uma comunidade e que mais tarde se desenvolveram em conjunto com esforços de mais membros da comunidade alvo da iniciativa.

8 ANÁLISE COMPARATIVA

8.1 FAS e FBP

Como é possível constatar, as duas iniciativas *bottom-up* culturais em estudo são bastante diferentes. Contudo, ainda que os projetos tenham percorrido caminhos e processos de implementação diferentes, possuem semelhanças que serão estudadas adiante, ao mesmo tempo que se correlacionam as suas características com o que aqui foi teorizado.

Para tal efeito, foi elaborado um quadro síntese comparativo entre o FAS e a FBP, com base no que aqui foi relatado relativamente às iniciativas *bottom-up*, inovação social e revitalização urbana, com ênfase nos quadros elaborados por Pogačar (2014).

	Teoria	FAS	FBP
Iniciativa	Organizações da sociedade civil ou indivíduos empenhados da sociedade civil	Indivíduos ativos e empenhados da sociedade civil	Indivíduo ativo e empenhado da sociedade civil
Grupo Alvo	O grupo forma-se e organiza-se a ele próprio	Comunidade residente do bairro do castelo que participa nas atividades do FAS	Comunidade artística que utiliza o espaço da FBP
Tópico	Surge do dia a dia	Revitalização urbana: intervenção cirúrgica	Reabilitação de edificado urbano com abertura à comunidade envolvente e para uso da comunidade artística
Preocupação por detrás da iniciativa	Existe e é o principal motivo da iniciativa	Conjunto edificado degradado e uma comunidade fragilizada e desertificada;	Edificado degradado e uma comunidade com dificuldades de inserção no mercado de trabalho;

Atores envolvidos	Grupos locais, grupos de interesse e grupos profissionais	Grupos locais: residentes, Junta de Freguesia Santa Maria Maior; Grupos de interesse: associações GDC, o GEC e o Há Castelo ¹⁹⁰ ; Grupos profissionais: EGEAC, FAUL, ISCTE, IADE, ARCO, Chapitô, APORDOC	Grupo de Interesse: CML; Grupo Profissional: Teatro Tardballs
Consciência da problemática	Desenvolvida pela experiência e por trabalhar no tópico ou problemática	Conhecimento profissional do tópico (arquitetura) e interesse pessoal pela problemática	Experiência por trabalhar no tópico (produção de atividades culturais) e interesse pessoal pela problemática
Motivação para a fundação	Contactos sociais e desejo de mudança	Vontade de contribuir para a sociedade e desejo de mudança de uma comunidade fragilizada, dispersa, fechada, inativa para tornar-se uma comunidade coesa, presente, aberta e ativa.	Vontade de contribuir para a sociedade, desejo de mudança de uma comunidade artística fragilizada e com poucas oportunidades de inserção no mercado de trabalho para uma comunidade com oportunidades
Atividades realizadas	Origina muitas vezes no processo de desenvolvimento da iniciativa	Atividades originadas num processo em conjunto com a comunidade residente e beneficiando do seu parecer	Atividades originadas durante o processo de implementação da Fábrica, desenvolvidas pela procura da comunidade artística

¹⁹⁰ Grupo Desportivo do Castelo, o Grupo Excursionista do Castelo e o Há Castelo - Associação de Moradores, Comerciantes e Amigos do Castelo de São Jorge

Inovação social	Natureza não comercial; caráter coletivo - satisfação de necessidades humanas (materiais, económicas, culturais, sociais, identidade); criação de novas oportunidades de um modo alternativo ao da ordem estabelecida	Associação sem fins lucrativos; caráter coletivo, capacitação e melhoria de relações sociais (interiores e exteriores) da comunidade residente; novidade para o bairro	Natureza não comercial; caráter coletivo, capacitação, inclusão no mercado de trabalho e melhoria de relações sociais dentro da comunidade artística; método de implementação que se destaca do da ordem estabelecida
Benefícios	-	Reforço do sector económico; capacitação de indivíduos (aprendizagem de talentos e capacitação para tomada de decisões); promoção de talento local; geração de inovação; afirmação identitária; recuperação do edificado	Promoção de talento local; geração de inovação; afirmação identitária; local de convívio que promove a partilha de conhecimentos e experiência; valorização da arte e dos artistas; recuperação do edificado
Revitalização Urbana	Intervenção pontual de recuperação do edificado; intervenções nas estruturas sociais, económicas e culturais	Recuperação do edificado de um bairro; intervenções nas estruturas sociais, económicas e culturais através de atividades que trazem vitalidade de volta à comunidade	Recuperação de um edifício devoluto; intervenções nas estruturas sociais, económicas e culturais através de atividades que trazem vitalidade à comunidade artística e ao edificado que se encontrava devoluto

Quadro 8-1 Quadro síntese comparativo entre o FAS e a FBP.

Ambas iniciativas surgiram de membros da sociedade civil, não têm interesse comercial, focam-se na recuperação do edificado e na revitalização de uma comunidade. Estas características coincidem com a teoria generalizada aqui explorada acerca das iniciativas *bottom-up*.

Relativamente à consciência da problemática que levou à implementação das iniciativas, tanto o FAS como a FBP sustentam o que Pogačar (2014) diz: que esta surge devido à experiência por trabalhar no tópico. As fundadoras do FAS são ambas arquitetas com especial interesse na reabilitação do edificado. Esse interesse, com o conhecimento derivado da experiência profissional deixou ambas as fundadoras conscientes da grande quantidade de edifícios devolutos em Lisboa e da sua correlação com o enfraquecimento com o sentido de comunidade. Pelo lado da FBP, Nuno Nabais possui um grande apreço pelas artes culturais. Antes da FBP, Nuno Nabais possuía uma livraria no Bairro Alto¹⁹¹ onde organizava pequenas amostras artísticas de conhecidos seus. Com o constante contacto com membros da comunidade artística, Nuno Nabais tornou-se muito consciente das suas dificuldades.

Ambas iniciativas foram postas em prática com o intuito de gerar mudança e impacto social. O FAS procura ativar uma comunidade que está a desaparecer, a Fábrica procura um modo de criar igualdade de oportunidades, no estatuto e no tratamento dos trabalhadores artistas comparativamente a outras áreas não culturais. Assim, a satisfação de necessidades coletivas sentidas e a capacitação da comunidade residente do bairro do castelo e da comunidade artística são o enfoque dos dois estudos de casos respetivamente.

O FAS gera um sistema sectorial em rede através da cooperação de várias parcerias. Como Pogačar (2014) refere, é muito comum a presença vários atores e do cruzamento sectorial entre esses. O FAS é um bom exemplo que confirma essa afirmação teórica. Contrariamente, a FBP é um caso que se destaca pela escassez de parceiros. A Fábrica caracteriza-se sim por várias colaborações pontuais com diversos atores na abertura do seu espaço para a realização e apresentação dos mais variados atores. São atores que procuram e utilizam o espaço da Fábrica pontualmente, mas que não cooperam na produção de atividades.

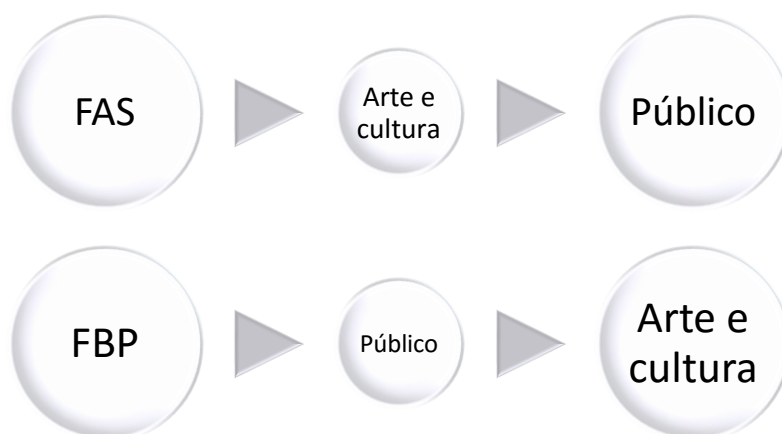
O FAS, embora não se veja como um projeto inovador¹⁹², possui um cariz social óbvio e é inovador no contexto em que se insere. Utiliza as atividades culturais, não como um fim, mas como um processo para capacitar a população residente. A FBP, pelo seu lado, apresenta-se como um espaço empreendedor no qual o seu papel social não é tão óbvio para quem o visita. As atividades culturais não são um meio mas um fim, baseado na divulgação e promoção as atividades culturais desenvolvidas por artistas emergentes.

¹⁹¹ Sílvia Rebelo, 2015 em Anexos

¹⁹² Patrícia Ramalho ,2015 em Anexos

O sucesso social da iniciativa FAS é mais fácil de avaliar que a FBP. Apesar das dificuldades financeiras e do processo lento do envolvimento da comunidade, ao fim de um ano de atividade, o FAS é visto pela comunidade local como pertencente à mesma e com uma grande importância social para o bairro. A FBP, implementada há oito anos, possui uma muito boa adesão de visitantes, contudo o seu impacto social e económico na comunidade artística é mais difícil de avaliar por esta não se encontrar fixa num local apenas. Todavia, avaliando pela grande procura da Fábrica, esta conseguiu se tornar num ponto de referência cultural para a comunidade artística, bem como para os residentes da cidade de Lisboa.

Outro ponto diferenciador das duas iniciativas refere-se ao seu papel relativo à dinâmica entre cultura e público.



O FAS é, no fundo, um projeto que leva a arte e a cultura até a um público enquanto a FBP traz o público até à cultura que apresenta no seu espaço. O FAS procura profissionais para realizar atividades artísticas e culturais que mais se enquadram com os valores culturais e as necessidades da comunidade do bairro e leva-as até ao local onde a comunidade se encontra. Pelo seu lado, a Fábrica alberga no seu espaço as mais variadas atividades artísticas e culturais, e procura atrair um público que esteja interessado em usufruir dessas mesmas atividades, proporcionando um público aos artistas.

8.2 Conclusões preliminares

O FAS e a FBP são dois exemplos de projetos com bastantes semelhanças no que se refere a proposições gerais de iniciativas *bottom-up*. Contudo, apresentam inúmeras diferenças, apesar de terem sido criadas em torno de problemáticas idênticas, por ambas se adaptarem e se focarem nas necessidades e características específicas das comunidades em causa.

Como semelhanças podemos apontar:

- Instituições iniciadas por indivíduos ativos e empenhados da sociedade civil (e não por grupos da sociedades civil) que possuem conhecimentos profissionais que lhes proporcionaram a consciência das problemáticas que pretendem solucionar;
- Ambas iniciativas possuem fundadores com um forte imperativo moral de vontade de contribuir para a sociedade;
- Os fundadores não possuíam vínculos com o território intervencionado até à data da implementação;
- Ambas procuram criar benefícios para uma comunidade específica¹⁹³;
- Ambas têm preocupações relativas à Revitalização Urbana como a recuperação do edificado¹⁹⁴, intervenções nas estruturas sociais, económicas e culturais através de atividades que trazem vitalidade de volta à comunidade¹⁹⁵;
- Ambas possuem características de inovação social. Ambas são novidades para o contexto inserido, possuem carácter não comercial e coletivo e contribuem para a capacitação e melhoria de uma comunidade;
- As atividades e os benefícios que procuram oferecer à comunidade são direcionados a necessidades e dificuldades específicas à comunidade¹⁹⁶.

As suas dissemelhanças, apesar de poucas, são bastante relevantes para o carácter das iniciativas:

- A diferença fulcral que influencia o modo de agir de ambas as iniciativas é a localização da comunidade em que intervêm. O FAS procura intervir numa comunidade residente, i.e. a comunidade encontra-se concentrada num bairro territorialmente delimitado. A FBP tem enfoque na comunidade artística que se encontra bastante dispersa, sem um território delimitado e específico;
- O FAS intervém e realiza atividades diretamente no local onde a comunidade se encontra, e pontualmente realiza atividades onde leva alguns membros da comunidade para fora do bairro. A FBP atrai os membros da comunidade artística dispersa a um único edifício num território de preferência relativamente à concentração das atividades culturais em Lisboa;

¹⁹³ Comunidade residente no caso do FAS e comunidade artística no caso da FBP.

¹⁹⁴ De um bairro no caso do FAS, de um edifício no caso da FBP.

¹⁹⁵ Comunidade residente no caso do FAS e comunidade artística no caso da FBP.

¹⁹⁶ Comunidade residente no caso do FAS e comunidade artística no caso da FBP.

- O FAS intervém no edificado pertencente ao bairro e à comunidade residente. O edifício em que a FBP se encontra foi escolhido pela oportunidade que o fundador viu no mesmo;
- O FAS, mantém-se com base nas suas inúmeras parcerias e colaborações, e é dependente de financiamento externo. A FBP possui muito poucas parcerias¹⁹⁷ e não depende de nenhuma outra instituição financeiramente, é auto-sustentável;
- O FAS contou com a participação da comunidade residente no processo de implementação e desenvolvimento da iniciativa, enquanto a FBP não contou nem conta com o envolvimento da comunidade residente nos processos de implementação e desenvolvimento da iniciativa¹⁹⁸.

Assim sendo, o contexto relativo às vivências dos fundadores, ao local e à comunidade a ser intervida em muito influenciou o desenvolvimento dos projetos *bottom-up*. Como o FAS intervém numa comunidade muito envelhecida e num local delimitado, a sua implementação e atividades desenvolveram-se de acordo com o perfil da comunidade. As atividades são escolhidas em conjunto com a comunidade residente e as fundadoras do FAS. A FBP, pelo seu lado, intervém na comunidade artística, conhecida pela apreciação da contra-cultura e constituída por indivíduos de várias idades, encontrando-se dispersa em vários territórios. As atividades caracterizam-se pelos mais variados estilos artísticos e concentram-se num local apenas que se torna um ponto de convergência desta comunidade. A implementação da iniciativa desenvolveu-se de acordo com a experiência de vida do fundador (com o PREC¹⁹⁹), o que o inspirou a ocupação do edifício vazio, concedendo à Fábrica uma identidade própria de oposição e “ilegalidade”. A abertura do espaço a todos os artistas e as atividades de amostras culturais desenvolvem-se com o intuito de valorizar os artistas, um imperativo sentido pelo fundador devido à sua experiência ao trabalhar em produção cultural. As atividades

¹⁹⁷ Considera-se aqui o apoio informal da CML já aqui referenciada várias as vezes que se pode considerar, de certa forma, uma parceria e com o Teatro Tardballs seu vizinho.

¹⁹⁸ Conta com a participação da comunidade residente apenas para a utilização do espaço de acordo com os fins da FBP.

¹⁹⁹ Nuno Nabais refere-se à sua vivência dos anos do Processo Revolucionário em Curso, logo a seguir ao 25 de Abril de 1974, como uma das influências da FBP. “A experiência de ocupação de casas abandonadas e a sua transformação em espaços comunitários, quer para instalação de movimentos de cidadãos (partidos, sindicatos, associações de moradores) quer para a invenção de escolas informais, infantários, *ateliers* de artistas e de artesãos. Foram anos de uma grande intensidade criativa e de mobilização de boas-vontades.” Nuno Nabais, 2015 em Anexos

realizam-se conforme as necessidades sentidas pelo fundador e a procura da FBP por parte dos artistas.

Contudo, acima de tudo e apesar de todas as diferenças, existem semelhanças que são essenciais para a caracterização deste projeto. Estas semelhanças constituem a génese do que é uma iniciativa *bottom-up* e de como esta se comporta. Preocupações morais e sociais em conjunto com a vontade de mudança e melhorias são a base do surgimento das iniciativas *bottom-up*.

9 CONCLUSÕES FINAIS

9.1 Síntese dos resultados

No início deste estudo foi colocada a questão “Como contribuem as iniciativas *bottom-up* para a inovação social e revitalização urbana, através da cultura e criatividade?”.

É aqui verificada a tendência social da apropriação da arte e da cultura por parte das iniciativas *bottom-up*. As iniciativas *bottom-up* são experiências onde o processo fundamental tem por base a procura e revelação de métodos inovadores para responder às realidades urbanas. Socialmente, trabalham com um espaço e uma comunidade de modo a fornecer os serviços e recursos necessários para o bem-estar das comunidades e por isso, podem contribuir para a inovação social local através da ativação urbana.

A arte, a cultura e a criatividade têm cumprido uma função essencial na revitalização dos espaços desvalorizados. O estudo aponta para a proposição que a criatividade, inovação e cultura produzem meios únicos de estímulo que potenciam a inovação social, num ambiente social caracterizado pela tolerância da diferença e a celebração de inconformismo, muitas vezes com o enfoque na revitalização urbana.

A inovação social apresenta-se como um tipo de inovação que tem por objetivo principal a busca de soluções que possibilitem uma melhoria na qualidade de vida dos indivíduos. Após a análise teórica e a recolha empírica, com a comparação dos dois estudos de caso, comprova-se que as motivações por detrás das iniciativas *bottom-up* em muito variam, mas têm um elemento fundamental comum: estas surgem de preocupações sociais, sejam estas mais ou menos problemáticas.

Graças à tendência de valorização das indústrias culturais e criativas, muitas das iniciativas *bottom-up*, ativadoras urbanas, reconhecem na cultura um conjunto de circunstâncias únicas propícias para atingir os seus fins. O FAS aplica os valores intangíveis das indústrias culturais e das indústrias criativas como meios para ativar a comunidade do bairro do Castelo através de atividades que se destinam a desbloquear as potencialidades sociais e económicas do espaço do bairro do castelo e da sua comunidade. Estas atividades proporcionam novos conhecimentos e fomentam as relações sociais entre os membros da comunidade, e entre a comunidade com o exterior. Ao capacitar a comunidade do bairro, ao investir nas suas relações sociais, ao recuperarem o edificado do bairro e ao utilizarem o espaço disponível e subutilizado para novos usos, o FAS contribui para a revitalização urbana do bairro do castelo.

A FBP dispõe um espaço que recebe a comunidade artística indiscriminadamente, com base na qualidade do projeto²⁰⁰, o que preenche uma lacuna problemática para esta comunidade. Esta abertura incita um sentimento de pertença através do desenvolvimento de um espaço recreativo, cultural e social, aberto à participação de toda a comunidade artística, e não apenas a uns já reconhecidos. A FBP fomenta o convívio e a partilha de conhecimento e a capacitação da comunidade artística. Por outro lado, a Fábrica favorece uma ligação entre os seus visitantes, a cidade de Lisboa e a comunidade artística, na qual a comunidade preenche a vida social e cultural dos visitantes, favorecendo o desenvolvimento social e económico da comunidade artística e da cidade Lisboa. Ao capacitar a comunidade artística, ao investir nas suas relações sociais, ao recuperar um edifício e ao reutilizar o mesmo para novos usos, a FBP contribui para a revitalização urbana de um espaço e de uma comunidade.

Estes ativadores urbanos aqui estudados aplicam a cultura e a criatividade em processos inovadores de impacto social que resultam em revitalização urbana.

²⁰⁰ Têm como único filtro a perceção de qualidade do fundador e da programadora.

BIBLIOGRAFIA

Fontes Primárias

Ramalho, Patrícia (2015, 29 de Abril). Entrevista presencial, Fundo de Arquitetura Social

Morais, Raquel (2015, 29 de Abril). Entrevista presencial, Fundo de Arquitetura Social

Nabais, Nuno (2015, 20 de maio). Entrevista presencial, Fábrica Braço de Prata

Rebello, Sílvia (2015, 21 de maio). Entrevista presencial, Fábrica Braço de Prata

Fontes Secundárias

Amaro, R. (2009) *Desenvolvimento Local*, Antonio David Cattani *et al* (orgs.), Dicionário Internacional da Outra Economia. Coimbra, Edições Almedina, pp. 108-113

André, I.; A Abreu (2006) *Dimensões e espaços da inovação social* Finisterra, XLI, 81, 2006, pp. 121-141

André Isabel; J Reis (2009) *O circo chegou à cidade! oportunidades de inovação sócio-territorial* Finisterra, XLIV, 88, 2009, pp. 79-94

Assembleia da República (2005) *Constituição da República Portuguesa* Revisão Constitucional, VII, Artigo 82 - sectores de propriedade dos meios de produção

Ciocoletto, G. (2013) *Diversive City, Creative City, Inclusive City*, Politécnico de Milão, Politecnico de Milano, Scuola di Architettura e Società

Costa, Pedro (2002) *As actividades da cultura e a competitividade territorial: o caso da Área Metropolitana de Lisboa*, Universidade Técnica de Lisboa

Costa, Pedro; J. Seixas; A. Oliveira (2009) *Das cidades criativas à criatividade urbana? Espaço, criatividade e governança na cidade contemporânea*, Actas do 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde, 15º Congresso da APDR – Cabo Verde, Redes e Desenvolvimento Regional, Cidade da Praia, Cabo Verde, pp. 2715-2746

Costa, Pedro (org.) (2009) *Estratégias para a Cultura em Lisboa*, Lisboa: Dinâmia/ISCTE-IU/CML

Cunha, I.; Selada, C. (2009) *Creative urban regeneration: the case of innovation hubs* Int. J. Innovation and Regional Development, Vol. 1 No. 4, pp. 371-386

Direcção Geral, do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano (2000), *Vocabulário do Ordenamento do Território*, Lisboa, Direcção-Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano

Dro, I., Therace, A., Hubert, A. (2011) *Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union*, Centro Europeu de Estratégia Política/Comissão Europeia

During, S. (2005) *Cultural Studies: A Critical Introduction* Nova Iorque, Routledge

- Forida, R. (2003) *Cities and the creative class*, Londres, Routledge
- Frazão, N.; Carvalho, I.; Carlos, F. (2015) *Social Innovation in Cidadania Ativa Programme Projects*, IES – Social Business School, Calouste Gulbenkian Foundation Lisboa, Lisboa
- Gadanhó, P. (2014) *Tackling Unevenness The Emergence of Tactical Urbanisms* em Urbanology & other things, DAMNº45
- Garcia, O. (2010) *Contradança*, Novos trilhos culturais: práticas e políticas, Imprensa de Ciências Sociais, Lisboa, pp. 219-236
- Gertler, M (2004) *Creative Cities: What are they for, how do they work and how do we build them?* Canadian Policy Research Network F/48, Canadá
- Houterman; Hulsbergen, (2005) *Neighbourhood initiatives: Time for Bottom-Up*, Shifting sense - looking back to the future in spatial planning, Hulsbergen, pp. 331-340
- KEA (2006) *The Economy of Culture in Europe*, European Commission, Directorate-General for Education and Culture
- Kee, T.; Miazzo, F. (2014) *We own the city Enabling Community Practice in Architecture and Urban Planning in Amsterdam, Hong Kong, New York, Moscow and Taipei*, Trancity/Valiz
- Landry, C.; Bianchini, F.; (1995) *The creative city*, Londres, Demos, nº12
- Matias, P. (2013) *Turismo Criativo, uma abordagem ao caso português*, Dissertação de Mestrado em Gestão Cultural, ISCTE - IUL
- Mazini, E. (2004) *Design para a inovação social e sustentabilidade - comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projectuais* Rio de Janeiro: E-papers, Cadernos do Grupo Altos Estudos, v. 1
- Milão, S. (2006) *A Cidade Criativa e os modelos de regeneração urbana - Para uma análise crítica das Sociedades de Reabilitação Urbana* Tese de mestrado em Reabilitação do Património Edificado, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto
- Moulaert, F; MacCallum, D. Mehmood, A, et al. (2013) *The International Handbook on Social Innovation. Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*, Cheltenham, Edward Elgar
- Neumeier S. (2012) *Why do Social Innovations in Rural Development Matter and Should They be Considered More Seriously in Rural Development Research? – Proposal for a Stronger Focus on Social Innovations in Rural Development Research*, Sociologia Ruralis, vol. 52
- Neves, A (2014) *Quadras e Quarteirões Culturais e Criativos: Novas formas de inovação em contexto urbano*, Dissertação de Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura, ISCTE, Lisboa

- OCDE (2011), *Fostering Innovation to Address Social Challenges*, OCDE, Paris
- Pereira, D. (2012) *Okupação como Ferramenta de Reabilitação Urbana*, dissertação de mestrado Arquitectura - Cultura Arquitectónica em Universidade do Minho Escola de Arquitectura, Minho
- Pogačar, K. (2014) '*Urban activator*' - *Participatory and Bottom-up Tool of Urban Change; Definition and Selected Examples*, Prostor, Vol.22 No.2, pp.188-199
- Rebello; Correia; Cristóvão (2007) *Redes culturais e desenvolvimento local: a experiência da Comum*, Estudos Regionais, Revista Portuguesa de Estudos Regionais nº15, pp.21-40
- Reis, A. (2011) *Cidades criativas, análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de S. Paulo*, Tese de doutorado, Universidade de S. Paulo Faculdade de Arquitectura e Urbanismo, São Paulo
- Rosa, M. (2013) *Handmade Urbanism: Mumbai, Sao Paulo, Istanbul, Mexico City, Cape Town: From Community Initiatives to Participatory Models*, Ute Weiland
- Santos, M. (2014) *Intervenções Cirúrgicas no território e a revitalização urbana das cidades contemporâneas. Caso de estudo – Achada de Santo António em Cabo Verde*, Dissertação de Mestrado da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa
- UNESCO (2013) *Creative economy report - Widening local development pathways* United Nations Development Programme
- Vaz, L.; Jacques, P. (2001) *Reflexões sobre o uso da cultura nos processos de revitalização urbana*, Anais do IX ENANPUR, Rio de Janeiro, pp. 664-674

ANEXOS

Cronograma

	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set
Exploração dos possíveis Estudos de Caso												
Pesquisa bibliográfica exploratória												
Realização de entrevistas												
Observação												
Recolha de bibliografia e análise documental												
Análise integrada dos dados recolhidos												
Elaboração do texto da dissertação												
Revisão												

Delineação do Sector Cultural e Criativo

CIRCLES	SECTORS	SUB- SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	• Non industrial activities. • Output are prototypes and “potentially copyrighted works” (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		• Industrial activities aimed at massive reproduction. • Outputs are based on copyright.
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	• Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes. • Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance). • The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.
	Architecture		
	Advertising		

Quadro 0-1 Retirado de (A.A.V.V., 2006:3)

Guião de entrevistas

Trata-se de uma entrevista de carácter informal e semi-estruturada onde se pretende recolher alguma informação sobre a actividade que se desenvolve relativamente a projectos socioculturais auto-regulados que têm surgido em Lisboa.

Fundadores/Responsáveis do projecto: (FBP e FAS)

Nome (entrevistado)	
Função (entrevistado)	
Data	
Local	

PART I - Definição do Projecto

1.1. Como define o projecto? (as características do mesmo, se tem especificidades, a sua categorização - se é um projecto comunitário, cultural, ... os seus objectivos)

1.2. Data da fundação

1.3. Motivação para a criação do projecto

1.4. Houve algum projecto que tenha inspirado, seja ele nacional ou internacional, a FBP/FAS? Se houve algum tipo de influencia por outros projectos que conheça?

1.5. Como descreveria os principais marcos de evolução? (Desenrolar do processo, principais acontecimentos, pontos de viragem, facilidades e dificuldades)

1.6. Público-alvo. (Definição interna face às actividades realizadas e os objectivos do projecto)

1.7. Como se estrutura a oferta deste espaço - quais as principais actividades/acontecimentos que acolhe; como se define a estratégia de programação (solicitações do exterior/programação própria)?

1.8. Estatuto jurídico da instituição e organização do seu funcionamento [dependência/autonomia, orgânica/administrativa (no caso de instituições/equipamentos públicos);

PARTE II - Como funciona

2.1. Com que recursos humanos conta a instituição? (Quem e quantas são as pessoas envolvidas? renumeradas, voluntariado) Aqui podemos encontrar vários tipos de profissões? Há algum critério para ser um colaborador deste projecto?

2.2 O projecto tem algum tipo de parceria? Parceiros com os quais se privilegiam as relações com o exterior e qual o tipo de relação estabelecida (Outros grupos ou instituições com quem têm relações financeiras, de co-produção, de cedência de materiais, espaços e/ou de recursos humanos, etc. - intercâmbio nacional e internacional).

2.3 Em relação as actividades/programas, são os grupos que procuram o vosso projecto, ou é a associação que toma iniciativa de os procurar?

2.4 Como é que o projecto sobrevive, ou seja, onde é que vai buscar as receitas? Quais são os custos? Consegue ser sustentável?

2.5 E quais são, neste momento, as principais carências/obstáculos identificados pela direcção/organização

2.6. Quais são as expectativas futuras em relação ao projecto? (Perceber o figurino da actividade a médio/longo prazo; as debilidades e trunfos).

PARTE III - Opinião

3.1. Opinião do entrevistado(a) relativamente à importância da instituição para a vida cultural e da regeneração do tecido comunitário da cidade (Perceber se o espaço marca de alguma forma a vida da cidade).

3.2 Na sua opinião a cidade/município deve ter algum papel, seja este directo ou indirecto, com este tipo de projectos? Se sim, qual? (ajuda na implementação através de cedência de espaços, apoio financeiro, etc.; na divulgação, numa partilha de contactos, acessibilidade , etc..?)

3.3 Conhece outras associações socioculturais que têm surgido em Lisboa nesta mesma perspectiva de emergência da sociedade civil?

3.3.3. Alguma semelhante?

3.3.2. Alguma vez já colaboraram em algum projecto?

3.4. Qual é a sua opinião na importância deste tipo de iniciativas

3.5. Acha que iniciativas como o seu projecto contribuem para transmitir a ideia de uma Lisboa criativa e inovadora?

3.5 Como tem sido a adesão do público a este tipo de iniciativas? (as pessoas encontram-se envolvidas/mobilizadas para esses projectos?)

Entrevistas

FAS

Nome (entrevistado)	Raquel Moraes
Função (entrevistado)	Fundadora e Coordenadora do FAS
Data	29.04.2015
Local	FAS

AR - Como defines o projeto? Quais são as suas especificidades, as suas características? Os seus objetivos?

RM - Isto é um projeto de cariz comunitário, no sentido em que envolve ao máximo a comunidade que vive neste território. Trabalha num determinado território, selecionado e delimitado em Lisboa, no centro histórico. Todo o trabalho que é feito, ou em princípio a maior parte dele, envolve no fundo as pessoas que vivem neste local, tentando formatar alguns problemas encontrados nos vários grupos sociais. A partir do encontro desses problemas tentamos encontrar soluções.

AR - Em que data foi fundado o FAS?

RM - Em Novembro de 2013.

AR - Qual é a tua motivação para a criação deste projeto?

RM - Sou arquiteta de formação, gosto muito de arquitetura e de fazer projetos, tudo o que tenha a ver com esta profissão. Mas também me interessei por este tema, que também está dentro da arquitetura no sentido que há uma comunicação direta com as pessoas. Para além de gostar da minha profissão, o projeto não está inteiramente ligado à arquitetura mas acaba por estar. Tem alguns pontos de ligação. Gosto da porção da cidade, de me envolver com problemas que tenham a ver com a cidade, com a parte urbana, quer a nível do edificado, do espaço público, quer a nível de comutar uma série de licitações que a população possa pedir. E tentar que seja um projeto cruzado, que toque os vários pontos, que seja um todo. Sendo mais específica, podemos estar a falar da população residente, podemos estar a falar de serviços, sobretudo proteger e ajudar o comércio local.

AR - Acerca da implementação do projeto, quais foram os principais marcos para a sua evolução? Como se deu o desenrolar do processo, dificuldades e facilidades que sentiste.

RM - Para um projeto destes é fundamental conhecer a comunidade e conhecer a comunidade demora tempo. A questão do tempo é fundamental. No fundo é um tempo que não estás a ter uma atividade económica, estás só a recolher dados, a fazer diagnóstico sobre o terreno e isso pode demorar meses. É uma parte do trabalho em que não tem nenhuma atividade envolvida. Em termos de sustentabilidade é uma primeira fase complicada, é uma fase de investigação. O que pode também ser difícil é o maior ou menor envolvimento das pessoas, porque há sempre uma desconfiança inicial, as pessoas não nos conhecem. É ir aos poucos, sem desmoralizar, é ir tentando que as pessoas percebam que estamos aqui para praticar alguma coisa de bom e que não estamos com outro objetivo.

Depois parcerias. É fundamental esse contacto com a comunidade mas também com as instituições locais. Perceber o que existe, trabalho que foi feito e motivar reuniões para perceber como podemos ser parceiros num projeto futuro pensado após esse diagnóstico feito. Para além disso, as instituições estratégicas. Instituições que têm que estar a apoiar. Se não te apoiam, o projeto torna-se muito mais complicado e, quase digo, impossível de se executar. Esse apoio, inicialmente, por parte da primeira junta que aqui esteve, a da Freguesia do Castelo, resultou muito bem. Agora, com a Santa Maria Maior não está a ser uma comunicação muito fácil, não está a haver apoio prático. No início houve algum apoio mas, de momento, não estamos a ter qualquer tipo de apoio.

Da parte da junta estamos a ter apoio através do programa BipZip, ao qual concorremos, e apoio na divulgação. Há alguma falta de resposta para uma parte da execução do projeto, que é a questão deste edifício. No fundo temos o protocolo mas é essa lacuna que ainda está por preencher pela parte da câmara. De resto correu tudo bem.

AR - Relativamente às atividades realizadas pelo FAS, qual é o público-alvo?

RM - Um dos públicos-alvo, que identificámos após o início das atividades, são os reformados e idosos. Homens e mulheres que estão desocupados e que podem ver numa atividade diária no seu bairro uma mais-valia ocupacional, educacional, cultural. Lá está, não têm que se deslocar para muito longe. São pessoas que podem não estar preparadas economicamente para ir a outros eventos fora do seu local de residência, portanto colmatamos um bocadinho essa população. Em relação à população jovem há

um défice. Não encontramos muita população residente entre os 18-30 anos, e não tivemos muito contacto com essas pessoas. As crianças, já poucas vivem aqui, a maior parte são dos bairros envolventes. No fundo, há meia dúzia de crianças aqui no bairro. As outras pessoas são as que não podemos aqui falar porque são as trabalhadoras. São as que só estão disponíveis à noite que, para nós, não faz aqui sentido; e ao fim-de-semana que ainda não conseguimos criar atividades para comutar essa parte da população. Os desempregados jovens, também tivemos alguma dificuldade em os chama-los para aqui. Perceber quem são, onde estão, e se estariam interessados em se envolver no projeto. Tivemos algumas pessoas mas foram em número muito reduzido.

AR- Mas são tudo pessoas daqui do castelo?

RM - Quando falo do território não falo apenas do castelo, engloba também os bairros à volta. Apanha a Sé, é no fundo a colina até à Sé. A Mouraria está bem definida, a Graça está muito bem definida, Alfama está muito bem definida. É nesta zona, meio Alfama meio Castelo, que faz parte. Não conseguimos chegar lá fisicamente, fomos no início mas não voltamos. Tentamos captar pessoas para aqui.

AR - Como se estrutura a oferta deste espaço? Quais são as principais atividades que acolhe, e se existe uma estratégia de programação? É própria, recebem solicitações do exterior?

RM - A ideia é que o espaço seja mais aberto possível a esse nível. Em termos de estrutura tentamos desenvolver aqui atividades, não conseguimos colmatar tudo. A estrutura não é suficientemente grande, mas a ideia é que se houver grupo de fora, daqui da zona, a querer motivar alguma atividade estamos abertos a isso.

AR - Qual é o estatuto jurídico do FAS?

RM - Associação sem fins lucrativos

AR - Qual é o grau de dependência e autonomia que o FAS possui? Financeira, de equipamentos, espaços, serviços...

RM- Não, neste momento não somos auto suficientes, dependemos de financiamento. Gostaríamos de estar, mas precisamos de mais atividades que financiem. Temos algumas como as visitas guiadas e a venda de produtos de artesanato e *design* mas

que ainda não estão em perfeito funcionamento. Temos que concorrer a concursos, prêmios, financiamentos externos.

AR - E em casos de equipamentos, espaços, serviços...

RM - Podem ocorrer atividades com os nossos parceiros mas somos bastante autônomos nas atividades que acontecem aqui.

AR - Como se dá a hierarquização dentro do FAS?

RM - É mais orgânica, vai se adaptando conforme o que faz sentido.

AR - Com que recursos humanos a instituição conta? Quem são, quantos, que profissão têm?

RM - Neste momento sou eu e a Patrícia. Somos as coordenadoras. Presidente e vice-presidente. As duas arquitetas. A Madalena é socióloga. Os outros membros da associação praticamente não exercem atividades. Também faço a parte de pré-contabilidade mas temos uma contabilista própria. Temos ainda a equipa BIP-ZIP que está agora alocada ao projeto que é o Rodrigo, que está a fazer estágio com bolsa do IEFP. Temos a Catarina e a Ana que estão em part-time, em contrato de 6 meses que mas que gostaríamos de renovar. Para além de transitarem nas várias atividades e serem multifuncionais, o Rodrigo está virado mais para o edificio, fazer o projeto e tratar do licenciamento e da obra. Tudo o que dentro das atividades tenha a relação com a arquitetura. A Ana e a Catarina fazem as visitas guiadas, são guias locais, e participam na atividade de artesanato.

AR- Até agora falou de pessoas contratadas, renumeradas.

RM- São, há outras pessoas que são voluntárias. Umas 8-10 pessoas que são daqui da comunidade.

AR - Acerca das parcerias com que o projeto conta agora...

RM - Vou dizer as principais.

AR - Sim, eu já vi a lista enorme de parcerias com que contam.

RM - Câmara municipal e seu Arquivo Fotográfico. EGEAC na parte da divulgação. A Fundação Ricardo Espírito Santo. A Faculdade de Arquitectura, temos o IADE..

AR - Como é que as universidades ajudam?

RM - As universidades no fundo aproveitam o facto de terem determinadas disciplinas que tem que desenvolver um trabalho e recorrem aos nossos conteúdos, à nossa necessidade de realizar alguma atividade, e os alunos acabam por realizar essa atividade dentro da disciplina deles. Não deixa de ser trabalho académico mas não deixa de ser uma proposta.

AR - E relações internacionais?

RM - Não, é tudo local da cidade.

AR - Já são as pessoas que procuram o projeto ou já são as pessoas que abordam o FAS, com a sua procura de consumir ou de produzir? Ou é a associação que procura?

RM - Continuamos a procurar. É um trabalho contínuo.

AR - Em relação às receitas já falaste um pouco. Mas em relação aos custos, quais são os principais? E se conseguem ser sustentáveis?

RM - O único custo com o local que temos é a internet. Os honorários dos trabalhadores e, no fundo, os materiais que necessitamos reunir para realizar as atividades.

AR - Estão a conseguir equilibrar?

RM - Não, não, nem pensar. Neste momento ainda não.

AR - Quais são neste momento, as principais carências e obstáculos identificados pela organização.

RM - Financeiras é uma, independentemente das atividades. Falta-nos alguma comunicação, o trabalho de comunicação. Comunicação com a imprensa... Ainda não temos esse trabalho desenvolvido. Porque isso é tudo, é isso que traz as pessoas, traz no fundo mais receitas. Para a exposição, por exemplo, quando mais divulgada for mais visitantes virão e pagam o bilhete.

AR - E com a comunidade, por exemplo?

RM - Há um grupo de pessoas constante. Gostávamos de alargar mais o grupo, talvez tenhamos que repensar nas atividades. É fundamental realizar obras no edifício, porque imagina abrir lá em baixo uma oficina/loja. Se houver um espaço aliciante será mais fácil vender os produtos. Ou então o contrário, quem está aqui a trabalhar quer um espaço mais agradável para estar aqui a trabalhar. Motiva, não é? Para mim o projeto está coxo. Ou fica para sempre coxo e isso não tem interesse nenhum, ou cura-se e ganha pernas para andar.

AR - Por falar em pernas para andar, quais são as expectativas futuras para o FAS?

RM - Temos que resolver dois ou três projetos chave que têm a ver com o protocolo para o edifício. Enquanto não for resolvido não vale a pena. Não há nada. Não há projeto sem edifício. O espaço é o problema maior.

AR - Mas quais são os seus objetivos com o FAS a médio e longo prazo?

RM - É continuar! No fundo envolver mais pessoas, desenvolver mais atividades. A finalidade do projeto é que este funcione autonomamente, sem o nosso apoio constante, mas isso parece-me muito difícil. Alguém teria que fazer disto do seu emprego. Ou assumir isso como um emprego, de outro lado não funciona. É preciso tempo para ser sustentável. Se não for sustentável não funciona, mas isso também não é do nosso interesse. É preciso sinergia, pessoas que façam projetos. Não só uma associação que faça algumas festas, ou que tenha um bar aberto. É preciso ter projetos e coordenação...

AR - Qual é, a teu ver, a importância deste projeto para a vida cultural e para o tecido comunitário? Tem algum impacto, marca de alguma forma..

RM - Eu estou muito pessimista. devia dizer optimista mas não. Neste momento, a cidade de Lisboa está a passar por uma mudança muito rapidíssima que é o turismo. E para além do turismo, a Câmara não está a responder, só deixa fazer, fazer, fazer. Isto assim vai chegar a um momento que vai entrar em colapso.

Nos bairros históricos, o que estamos a observar é a tendência da compra de edifícios vagos. São comprados por quem tem dinheiro que vão investir, obviamente não em habitação social, não em habitação para pessoas com poucos recursos financeiros, é para fazer um hostel, apartamentos turísticos, investimentos lucrativos. Querem investir para receber de volta. Estando isso a acontecer num bairro tão pequeno, onde a percentagem de moradores já é tão pequena, tem tendência a desaparecer. Vai deixar de ser um espaço vivido. Passa a ser um espaço apenas turístico. Daqui a 15/20 anos, se calhar, o castelo deixa de ter moradores. Isso não é compatível com este tipo de projetos, eu tenho noção que estamos a remar contra a maré. Não abandonamos o projeto por quê? Por que achamos que não consegues fazer tudo, claro, mas consegues fazer um bocadinho de bom. Consegues fazer com algumas pessoas, não com todas, mas com algumas.

Para já ainda faz sentido mas sei dizer que não é o projeto que salva a situação do bairro. São demasiado grandiosas as forças de poder político e económico que vão fazer

com que isto deixe de ser assim. Não está a nosso alcance lutar contra isso. Não é da nossa competência, tem que ser de cima.

AR - Na tua opinião, o município deve ter algum papel, seja este direto ou indireto, neste tipo de iniciativas da sociedade civil?

RM - Devem claro apoiar, mas isso é política. Basta os políticos não gostarem ou não serem a favor deste tipo de associações, e maior parte sabemos que não são, porque têm medo. Estão a dar poder aos cidadãos! Isso é perigoso não é? Tenho a perfeita noção que o presidente da junta de freguesia não gosta do nosso projeto por causa desse lado, do poder que as pessoas têm. Obviamente que o que eu gostaria é quem está no poder apoiasse ao máximo este tipo de intervenções, porque aí sim eu acreditaria que estas associações conseguiriam fazer muitas melhorias. Porque não é estar a dar apenas dinheiro as pessoas, é estar a dar cultura, educação. Estás a dar imensas coisas que estas não têm. Deviam apoiar a 100%.

AR - Essa ajuda poderia vir em que modo?

RM - Divulgação, espaço, equipamentos, financeiro, rede de contactos... tudo. Não quer dizer que dentro da câmara não haja departamentos mais abertos a este tipo de situação, até porque agora com a estratégia 2020, aqueles fundos comunitários vão todos um pouco nesse sentido, na questão de os cidadãos terem autonomia, participação cívica, nas decisões. Alguns departamentos estão alerta... Mas é ainda uma minoria...

AR - Conhece mais algum projeto sociocultural, na cidade de Lisboa, que tenha surgido da sociedade civil?

RM - Sim, por exemplo os Warehouse..

AR - Existe alguma semelhante?

RM - Semelhante... Humm, não.

AR - Já alguma vez o FAS colaborou com essas associações?

RM - Com o Warehouse e a Artéria.

AR - Já falaste um pouco sobre isto, mas gostavas de acrescentar algo mais acerca destas iniciativas da sociedade civil, quando os cidadãos se tornam ativos?

RM - Não se pode estar a espera que os cidadãos, por autoiniciativa, sejam participativos. Ou seja, tem que haver um poder, as câmaras e associações têm que

motivar o cidadão a ser participativo. E tem que haver forma de fazer isso acontecer. É tudo uma cultura que está por de trás disto tudo.

AR - Achas que estas iniciativas contribuem para transmitir a ideia de Lisboa cidade criativa e inovadora?

RM - Não é o centro dos nossos objetivos. Está cá, mas não nos concentramos muito nesses termos.

AR - Como tem sido a adesão do público a este tipo de iniciativas? As pessoas encontram-se envolvidas e mobilizadas para esses projectos?

RM - Algumas..

Nome (entrevistado)	Patrícia Ramalho
Função (entrevistado)	Fundadora e Coordenadora do FAS
Data	29.04.2015 e 07.05.2015
Local	FAS

07.05.2015: AR - Como defines o projeto? As suas características e categorização - é cultural? Comunitário...

PR - É em primeiro lugar comunitário! E participativo, colaborativo. Mas tem várias as vertentes como social, cultural, formativa, é multidisciplinar.

AR - E quais são os objetivos?

PR - Tentar, a partir das nossas capacidades como arquitetas, melhorar a vida no bairro, tentar dar uma melhor utilização aos espaços públicos e aos edifícios que estão desabitados e desapropriados àquilo que poderiam ser.

AR - E foi fundado em?

PR - 2013

AR - Qual foi a tua motivação para a criação do projeto?

PR - Foi exatamente aquilo que acabei de dizer, conseguir com a minha experiência ajudar a melhorar um bairro que precisa de ajuda. Mas não só na parte de

arquitetura e edificado mas nas outras vertentes de que já falamos. Queria contribuir e enriquecer o bairro. Trazer de volta algumas coisas do passado que se têm vindo a perder e que é essencial, hoje na cidade, voltar a ter este sentido de comunidade ativa e de entreaajuda.

AR - Quais foram os principais marcos da evolução do projeto? Os principais acontecimentos, pontos de viragem para a sua implementação? E as facilidades e dificuldades que sentiram?

PR - A estratégia define um primeiro momento acerca do conhecimento do bairro: as suas virtudes, e daquilo que poderia precisar de ser realçado e melhorado. A partir desse acto conhece-se bastante bem as pessoas e as dinâmicas do bairro. Muito importante é haver uma boa relação com os vários agentes locais. Há instituições que já trabalham no bairro há muito tempo, outras há menos, mas é crucial conhece-las bem e trabalhar com todas elas. É fundamental alimentar estas parcerias sempre. Os maiores problemas que enfrentámos é a dificuldade de tudo isto, é um bairro muito fechado. Para nós, mas não só para nós, para todas as pessoas. É difícil entrar mesmo lá dentro e fazer a comunidade perceber o que queremos fazer e que queremos ser úteis. Há também o problema do edifício que gostávamos que fosse o espaço comunitário da FAS e que a Câmara, como já falamos, não tem facilitado, nem sequer respondido, o que tem sido uma dificuldade acrescida com o qual não estávamos à espera.

AR - Qual é o público-alvo face as atividades que vocês aqui realizam e os objetivos do projeto?

PR - A população que vive no bairro. A maior parte delas são pessoas de uma certa idade, mais de 65 anos, normalmente reformadas, mas que podem ser ainda muito ativas. Também as crianças, trabalhamos com a escola. Tentamos atingir todas as pessoas que têm tempo e vontade de melhorar o bairro. Há também muitos desempregados, pessoas que tentamos incluir nos nossos dias e nas nossas atividades para que tenham mais alento e informação.

29.04.2015: AR - Como se estrutura a oferta do FAS? Têm alguma estratégia de programação? Isto é, recebem solicitações do exterior ou são vocês que tratam da própria programação?

PR - As atividades são, na realidade, criadas por nós e pela população. Criámo-las através de uma serie de entrevistas e inquéritos realizados as pessoas para entender o que fazia falta e poderia ser útil. Foram, portanto, construídas em conjunto. Vamos apercebendo-nos, também em conjunto, o que resulta ou não. As próprias pessoas vão nos dizendo o que acham e dando sugestões. Muitas das atividades têm surgido em conversa com membros da comunidade.

AR - Vocês inspiraram-se em algum projeto que conhecessem, seja ele nacional ou internacional. Se acham que tiveram algum tipo de influencia por outros projetos do vosso conhecimento?

PR - Exatamente nestes modos não, foi para nós uma experiência nova. No principio não sabíamos bem que ia ser assim, é algo que tem evoluindo conforme vai decorrendo. Mas houve algumas referências no início como por exemplo, as nossas colegas da Artéria, embora não seja bem o mesmo; os Zuloark que são espanhóis; e o Ateliermobe. São algumas experiências que têm um modo de atuar diferente. Andam à procura de problemas e tentam resolver.

AR - Estávamos a falar da organização da programação, se existe alguma estrutura ou não. Gostava agora de falar acerca dos equipamentos. O espaço, já comentaste que é cedido da câmara mas que existem algumas complicações?

PR - É um edifício da câmara embora não seja oficializado. Foi pedido à Câmara já no fim de 2013. É um pedido normal, é mesmo com esses propósitos, é um pedido com objetivos sociais. Não obtivemos uma resposta até agora... formal. Falámos com a unidade de centro histórico, o departamento da câmara aqui mais local, e deram-nos a chave para este espaço que quase não é usado, embora ainda haja aqui algumas peças arqueológicas e venham de vez em quando. Podemos usar este espaço mas gostávamos que formalizassem... Já lá vão quase dois anos apesar das várias tentativas, email's diligências, do contacto com os vários departamentos... O próprio BIPZIP tem tentado porque é do interesse dele que o projeto seja levado até ao fim e se dê bem, mas ainda não conseguimos obter uma resposta.

AR - Também usam equipamentos de outras associações e instituições aqui do castelo?

PR - Sim, embora não seja muito comum, mas sim quando é necessário. O grupo percussionista já não tem nem sequer uma sede, é um edifício que já está para obras há

17 anos, mas pronto, tinham o mobiliário todo nos armazéns e reaproveitamos. Várias destas coisas, estas cadeiras, estas mesas, foram o grupo dos percussionistas que nos ofereceram para podermos utilizar aqui no sítio. Temos recebido muito apoio das associações locais, isso sim. Têm estado muito connosco, não a ajudar mas connosco. Mas de resto, só em algum acontecimento pontual, mas não é assim tão comum.

AR - Como se dá organização interna do FAS? É muito orgânica ou mais administrativa?

PR - Acho que, como já viste, é bastante orgânica

AR - Acerca dos recursos humanos do FAS, mais ou menos com quantas pessoas conta?

PR - Nos somos duas arquitetas e uma socióloga. Depois também temos um designer que não faz parte da associação mas que trabalha connosco a tempo inteiro. Temos o Rodrigo que é arquiteto, temos duas raparigas aqui do bairro, que estavam desempregadas e que também têm contrato. As condições são um pouco precárias mas é o único modo de garantir a sustentabilidade.

AR - Então são todas renumeradas?

PR - Sim, estes são renumerados, mas também contamos com alguns voluntários que varia muito. Depende sempre das pessoas, umas dão mais tempo, outras dão menos, mas que devemos ter à volta de uns 8 ou 9 voluntários. Temos duas pessoas que vêm cá dar costura.

AR - É quem vem ensinar?

PR - Não, quem vem ensinar são sempre formadores de fora. Mas estas duas senhoras andam a fazer umas pregadeiras, umas bonecas inspiradas nas marchas do castelo. Vamos fazer uma exposição sobre estas marchas porque é uma das tradições fortíssimas aqui do castelo, talvez a única. Ainda consegue reunir as pessoas daqui do castelo. E a exposição vai inaugurar daqui a um mês, e uma das coisas que pensamos em fazer na exposição, também para as pessoas que estão aqui a ajudar e a dar o seu contributo, é vender algumas das coisas que estão aqui a fazer. São umas bonequinhas pequenas de tecido, tudo feito à mão por elas para vender na exposição. Elas já tinham muita experiência nisto, uma delas trabalhou durante muito tempo numa fábrica de sapatos e a outra fazia encadernações mas também percebe muito de costura.

AR - Há algum critério principal para se poder ser colaborador?

PR - Nada disso, qualquer pessoa pode aqui vir e ajudar naquilo que podem. Todas as pessoas têm as suas valências, e é sempre possível tirar partido disso.

AR - Com que parceiras contam hoje em dia e qual o tipo de relação mantêm entre si? Seja em cedência de espaços, recursos financeiros, co-produção, etc.

PR - Temos alguns. Varia, há umas que são mais esporádicas, outras que são financeiras, outras são... Amanhã, por exemplo, vamos ter aqui uma reunião com uma pessoa da Trienal de Arquitetura que nos apoiam. Vamos fazer uma conferência de imprensa para ajudar na divulgação da exposição e no *know-how*.

AR - Em relação as atividades e programas, são vocês que tomam a iniciativa de procurar o público, ou é a própria comunidade que já procura as vossas iniciativas?

PR - É um pouco dos dois, mas temos que nos concentrar na divulgação por que há muitas pessoas aqui que não têm um computador e internet, então temos que colocar os cartazes nas ruas, nos cafés onde sabemos onde as pessoas vão mais. Os menos turísticos porque estas atividades são direcionadas para as pessoas aqui do bairro.

AR - Têm algum tipo de receitas?

PR - Temos, mas gostávamos de ter mais. Tínhamos previsto que nesta fase já houvessem mais mas está a ser difícil, mas temos. Elas provem das visitas guiadas e queríamos ter uma outra fonte já, que é a marca do Castelo. Uma marca de produtos que sejam específicos daqui, criados por moradores juntos com *designers*, neste caso tentamos com os alunos finalistas do IADE, e criar produtos e vender numa oficina/loja. A ideia é começar a vender em Junho/Julho.

AR - Essa venda é direccionada ao turista?

PR - Sim, é. A ideia é aproveitar a quantidade de pessoas que aqui passa e as pessoas que vivem aqui poderem tirar algum proveito.

AR - Então e os custos?

PR - Os custos são essencialmente com a equipa e com o material para as oficinas. No caso da exposição, por exemplo, não vai ter retorno. Quero dizer, pode ter algum, com as bonecas que pretendemos vender, mas sabemos que as bonecas não vão pagar a exposição, é algo que apenas é feito para a valorização do bairro e das pessoas do bairro e da cultura do bairro. O cinema também não é pago. Fizemos um guia turístico aqui do

bairro que também tem um custo, é também patricionado pelos comerciantes aqui do bairro mas uma parte muito pequena.

AR - Então e os sócios?

PR - É muito pouco, acaba por ser quase nada. As fontes principais que pretendemos nos concentrar são as visitas ao bairro e os produtos da marca Castelo.

AR - Quais são as principais carências e obstáculos identificados pelo FAS em cumprir os seus objetivos?

PR - Aquilo que já falei, o atraso de pagamentos por parte do Bip-Zip é muito grave.

AR - E com a comunidade, estão a conseguir cumprir os vossos objetivos?

PR - Sim, estamos mas é uma coisa lenta. Mas o retorno tem sido bastante positivo e notamos que cada vez mais pessoas entram aqui, é um sítio que está a se tornar importante para o bairro.

AR - Quais são as expectativas futuras em relação ao FAS? Há objetivos a médio e longo prazo? Têm expectativas de ficar aqui bastante tempo ou que a comunidade acabe por agarrar nisto?

PR - A ideia é que a comunidade agarre, não sabemos muito bem mas pensamos que talvez três anos aqui fossem o suficiente para implementar as atividades com força suficiente para andar por si. Queremos envolver a comunidade cada vez mais. Foi criada uma associação de moradores por sugestão nossa, não existia uma antes, para poderem defender os seus interesses e terem um porta-voz e começar a ganhar força com pessoas novas porque os grupos das associações locais estão muito enfraquecidos. Então quisemos fazer uma coisa nova e temo-nos aproximado cada vez mais, acho que está a ser positivo.

AR - Qual é a tua opinião acerca da importância do FAS para a vida cultural e revitalização do tecido comunitário do bairro? Acaba por marcar realmente a vida da comunidade?

PR - Eu acho que sim, numa parte da comunidade, não toda. Ainda há pessoas que nem sabem que existimos apesar de toda a divulgação, mas acho que sim, há uma série de pessoas para quem isto é muito importante e muda um pouco as suas vidas. Ganham alguma formação, algum convívio.

AR - Achas que o município deve ter algum papel interveniente neste tipo de projetos da sociedade civil?

PR - Eu acho que sim, por que é muito difícil, principalmente no arranque, sustentar as iniciativas, por isso sim. Naquilo que puderem, acho que faz parte dos seus deveres. Há algum apoio, mas não é o suficiente, não está bem oleado. É novo cá. Temos que saber com o que podemos contar e não podemos contar a 100% com eles.

AR - Conheces outros projetos culturais que tenham surgido da vontade de indivíduos sociedade civil, que não tenham surgido pelo município?

PR - Sim, há outras, se calhar não exatamente como a nossa. E penso que vá haver cada vez mais.

AR - Já colaboraste com alguma?

PR - Sim, um pouco. Temos pareceria com o Atlas, que é uma associação virada para crianças e tempo feito algumas atividades com eles. Com a Susana António que também ganhou financiamento do Bip-Zip. Vamos fazendo.

AR - Qual é a importância deste tipo de iniciativas?

PR - É importante por que, sobretudo nas cidades, apesar de também acontecer no espaço rural, as pessoas andam cada vez mais afastadas umas das outras sem espírito comunitário. Isso para mim é coisa mais importante da cidade, viver em sociedade, ajudarem-se mutuamente, terem interesses comum e estas iniciativas são uma boa maneira de se conseguir. Resolver problemas locais localmente. As respostas assim são mais rápidas e diretas.

AR - As iniciativas como FAS ajudam a contribuir para a ideia de uma cidade criativa e inovadora? São estas palavras-chaves para este tipo de iniciativa?

PR - Acho que sim, não costumamos pensar muito nelas, mas de facto são. Temos que imaginar no como fazer as coisas e o que fazer, temos que ser criativos para conseguir. Partimos do zero e temos que ser criativos para perceber o que fazer e o como.

AR - Como tem sido a adesão da população a este tipo de iniciativas? Encontram-se mobilizadas e envolvidas?

PR - É difícil. É uma coisa que começa como quase nada e vai crescendo aos poucos. Nunca é muito abrangente. Os portugueses então são um bocado desconfiados. Mas há uma percentagem de pessoas que sim, têm vontade e quando começam a se envolver gostam muito. Começam a perceber que podem ter um papel ativo e que podem fazer alguma diferença e gostam disso.

FBP

Nome (entrevistado)	Nuno Nabais
Função (entrevistado)	Fundador da FBP
Data	06.05.2015 e 21.05.2015
Local	FBP

21.05.2015: AR - Como defines o projeto? As características, se tem especificidades, a sua categorização. É um projeto comunitário, cultural? Quais são os seus objetivos?

NN - É importante dizer que é um projecto cultural e "comunitário", mas com enormes especificidades. A FBP não foi criada pela reunião de esforços de uma comunidade. Desde o início que é uma iniciativa minha, paga por mim, coordenada por mim. A empresa que gere a FBP é uma sociedade unipessoal, lda. É essa empresa que paga os salários dos colaboradores, que paga os impostos (IVA; IRC, Segurança Social) as licenças da Sociedade Portuguesa de Autores, as licenças do IGAC (Instituto de Gestão das Actividades Culturais), a avença da Empresa de Segurança a que somos obrigados, a avença do afinador dos nossos 4 pianos, e é essa empresa que paga as multas várias a que nos vão condenando pela nossa condição ilegal.

Somos um espaço cultural que se sente no dever de permitir que utilizem os seus espaços para a exposição de trabalhos artísticos que são recusados em muitos outros lados. Desde que tenham qualidade, claro, podem vir aqui tocar, expor, mostrar.

AR - Motivação para a criação do projeto...

NN - Aquilo que me obrigou a inventar a FBP foi um imperativo moral. Quando conheci aquele edifício e soube da sua condição de abandono por muitos anos em virtude dos problemas com licenciamentos camarários, e quando tomei consciência que apenas

eu - enquanto irmão de um dos administradores da empresa proprietária do edifício e podendo dar garantias de cumprir um contrato de comodato - poderia "salvar" aquele cenário da ruína e da inutilidade, não pude deixar de sentir que era meu dever inventar para ali uma alma de concertos, livros, exposições.

06.05.2015: AR - Quais os principais marcos de evolução da FBP? (Desenrolar do processo, principais acontecimentos, facilidades e dificuldades, pontos críticos para o sucesso do projeto)...

NN - É importante sublinhar que, no início, isto é, nos 7 dias que levámos a montar a Fábrica em 2007 (entre o dia 7 e o dia 14 de Junho), contei com a ajuda de muitos dos então alunos meus da licenciatura de Artes do Espectáculo da Faculdade de Letras (vieram trabalhar comigo cerca de 30 alunos, durante quase todos aqueles 7 dias de criação da Fábrica). Contei também com a ajuda de alguns amigos. Como, inicialmente, aceitei que a Livraria Ler Devagar ocupasse 3 das salas para aí se instalar, depois de ter abandonado o Bairro Alto, o responsável por essa livraria contratou, nos últimos 3 dias, um empreiteiro de construção civil que trouxe 3 equipas (uma de carpintaria, outra de pintura e outra de electricidade) que deram um contributo muito importante para o resultado final. Mas, uma vez concluídas as obras de recuperação do interior do edifício, fiquei de novo apenas comigo mesmo. De forma flutuante trabalharam comigo dois ou três antigos alunos (sempre recebendo os seus salários). Mas era a mim que cabia quase tudo, desde as compras para o bar/restaurante, a confecção das refeições e das tostas, a montagem dos sistemas de som para os concertos, a limpeza das casas de banho durante a actividade da Fábrica e a limpeza geral todas as manhãs, para além do trabalho de programação dos concertos, das exposições e das conferências.

A Fábrica foi criada através de um acordo verbal de comodato entre a Eterno Retorno e a Obriverca, empresa proprietária de toda a antiga Fábrica de Material de Guerra. O acordo estabelecia que poderíamos ocupar este edifício enquanto a CML não desembargasse a construção do condomínio Jardins Braços de Prata. Ora isso queria dizer que teríamos que devolver o edifício à Obriverca para ser utilizado como um *stand* de vendas. Apenas no final de tudo passaria o edifício à CML pelo investimento municipal para o condomínio. Em Julho de 2008, a CML atribuiu a licença de construção à Obriverca. A Fábrica entretanto já tinha ganho vida própria como um importante espaço cultural. Foi até citado no New York Times. E aí entreviei a Helena Roseta, que conseguiu que fosse aprovada a proposta de declarar o edifício por nós ocupado como equipamento

cultural da cidade, e atribuiu à Eterno Retorno a responsabilidade de continuar a gerir o equipamento com a responsabilidade de cuidar do edifício. Mas isto a partir do momento em que o condomínio estivesse concluído. Ai, tentou-se estabelecer um novo acordo de comodato com a Obriverca mas este recusou-se e daí ser impossível estabelecer-nos aqui com legalidade. Pagamos todos os impostos - IRC, IVA, Segurança Social, etc., mas não conseguimos obter os alvarás para o edifício. Tenho sempre um medo danado que alguém caia, por exemplo, naquelas escadas da entrada, por que não somos legalizados! Se isso acontecer...

21.05.2015: AR - Existe algum projeto, seja ele nacional ou internacional, que tenha influenciado ou inspirado a abrir a FBP? Se existiu algum tipo de influencia por parte de outros projetos do seu conhecimento para a idealização da Fábrica, mesmo que não sejam iguais?

NN - A grande inspiração da FBP foram os anos do PREC (Processo Revolucionário em Curso) logo a seguir ao 25 de Abril de 1974. A experiência de ocupação de casas abandonadas e a sua transformação em espaços comunitários, quer para instalação de movimentos de cidadãos (partidos, sindicatos, associações de moradores) quer para a invenção de escolas informais, infantários, *ateliers* de artistas e de artesãos. Foram anos de uma grande intensidade criativa e de mobilização de boas-vontades.

06.05.2015: AR - Acerca dos recursos humanos da Fábrica? Com quantas pessoas contam..

NN - Temos neste momento precisamente 14 colaboradores que têm salários flexíveis. Todos não, temos 3 pessoas que são pagas ao mês e as outras 11 são pagas à hora. Todas ganham o mesmo, 5 euros por hora, seja a pessoa que limpa o chão, lava a louça ou a que dirige o bar. Esse dinheiro não é retirado ao valor que pagamos da segurança social. Essas pessoas, posso dizer, recebem em média de 800 euros por mês de salário.

AR - São renumerados.

NN - São renumeradas. Aqui não há ninguém que faça trabalho voluntário, a não ser eu e a minha mulher. Vivemos ambos do meu salário de professor.

AR - Existe algum critério que procuram nos vossos colaboradores?

NN - Sim, muitas coisas. Primeiro que compreendam o que é a Fábrica. Uma pessoa só consegue trabalhar aqui se perceber estas extravagâncias todas, estas anomalias e ilegalidades; e depois que tenham gosto nas coisas que se vêem aqui na Fábrica. Tenho imenso gosto quando de vez em quando chega alguém ao pé de mim e diz: "epá, posso levar este livro para casa este fim-de-semana? Estive ali a ler e acho que é giro, não o vou comprar mas..." "Leva lá!". Ou então uma pessoa que venha fora do trabalho ouvir concertos, ou faça comentários sobre as nossas exposições. Todos os meses temos exposições novas. Gosto imenso, no fim da noite, ouvir tipos discutir a obra tal. Portanto, as pessoas que trabalham aqui, a maior parte, são estudantes universitários: há o Jaime, o teu colega; a Ana, a irmã dele que está em Belas Artes; a Sara, que estuda arquitetura; o Paulo, que é o técnico de som está a terminar uma licenciatura em História; o Pedro, que está em História; a Rosália que é licenciada em educação para a infância; a Soraia tem curso de ciências da comunicação... A maior parte das pessoas que trabalham aqui ou estão a terminar cursos ou já estão licenciados. Mas também há pessoas aqui com a 4ª classe ou 9º ano. É apenas necessário uma dedicação, competência e sensibilidade. Pessoas com a 4ª classe podem ter a sensibilidade necessária para compreender o que acontece aqui na Fábrica e, as que estão, têm.

AR - Existe algum tipo de parcerias com que trabalham? Seja em termos financeiros, cedência de espaço e materiais, co-produção, etc..

NN - Temos o Teatro Tardballs, é um teatro já aqui ao lado. E o que consiste a parceria? Muitas vezes, as companhias que eles acolhem, vêm para aqui ensaiar nas nossas salas. As nossas salas são usadas em grande quantidade para ensaios de bandas, ensaios de companhias de teatro. Por outro lado, as pessoas que costumam ver as peças do Tardballs podem utilizar os seus bilhetes para dar acesso aqui à Fábrica. Muitas vezes, às 23:30h, há uma nova enchente de pessoas que vêm aqui à Fábrica com o bilhete da companhia de teatro. A companhia acolhe, por outro lado, algumas iniciativas daqui da Fábrica, possibilitando o uso do seu anfiteatro para conferências. Não existe troca de dinheiro, mas sim de serviços, espaços.

AR - E possuem alguma parceria internacional?

NN - Fomos convidados para uma rede internacional de espaços ocupados, mas a nossa participação consiste apenas na participação em um debate, via Skype, com outros indivíduos em simultâneo, que estavam na Suíça, na Alemanha, na França... Sentimo-nos muito honrados em sermos vistos como um exemplo de uma ocupação feliz.

AR - De onde retira a FBP as suas receitas?

NN- Principalmente à restauração, porque as receitas da bilheteira vão totalmente para os músicos. É algo muito importante, os concertos são um elemento fundamental da Fábrica, e esses concertos são possíveis porque existem músicos dispostos a virem tocar à bilheteira. Claro, nós consideramos pagar-lhes um mínimo de 50€ por músico, por noite. A nossa programação tem em consideração a expectativa do público e a qualidade da música. À sexta e sábado temos 2 concertos seja jazz, hiphop, blues e, portanto, realizar as coisas de maneira a termos noção dos limites, porque a bilheteira vai para os músicos e, músicos esses, são a alma da Fábrica. Temos ainda a livraria, com a venda dos livros, mas que paga o salário da pessoa que lá trabalha e pronto. Sobretudo é o bar e o restaurante. É isso que nos permite pagar os salários do técnico de som, do nosso carpinteiro/pedreiro que está sempre a arranjar coisas por aqui, a pintar de novo, reparar coisas. Há um conjunto de pessoas em trabalhos que não produzem dinheiro: o carpinteiro, o técnico de som, o tipo das exposições que não recebe qualquer dinheiro, o valor das obras de arte que são vendidas vão por completo diretamente para os artistas, estas pessoas são pagas pelo restaurante!

AR - E mais custos existem? Conseguem ser sustentáveis?

NN - Temos as vantagens de, como por exemplo, não pagar a renda. Um edifício destes em renda seriam uns 4, 5 mil euros! Também temos a vantagem de não ter custos com a eletricidade graças a uma intervenção milagrosa da CML. E isto permite eleger preços simpáticos! As pessoas que vêm aqui jantar deixam o carro à porta e ouvem concertos a um preço imbatível porque há despesas que nós não temos, e por conseguimos transpor isso em benefícios das pessoas que aqui vêm.

Agora não temos lucros! Temos compromisso, para com os nossos trabalhadores, para com o edifício, para com os nossos artistas, mas não temos lucros. Aquilo que conseguimos poupar, quem beneficia com isso? O público, não somos nós.

AR - Conseguem ser sustentáveis?

NN - Sim.

AR - Quais são, a teu ver e neste momento, as principais carências e obstáculos da Fábrica?

NN - A nossa situação legal, por que já houve várias promessas para encontrar uma solução para legalizar. Por exemplo, Manuel Salgado, como houve um momento em

que estava a ser constantemente acolhido com processos da ASAE, estava a tornar-se insustentável, e Manuel Salgado diz que vamos tentar ver se resolve isso porque eu enquanto responsável pelo 'não sei o quê' da Câmara posso passar uma licença provisória, porque o equipamento estava prometido para a CML, só preciso que você me envie dados da empresa. No dia seguinte, quando estava a olhar para os meus email's, lá estava! Mas já lá vão 4 anos, não é uma solução expedita, portanto, qual é o nosso problema neste momento? É esta situação provisória e ilegal. Outra coisa que é muito importante para nós é o fim do cerco da política social à FBP. Nos dois primeiros anos todos os jornais, todas as publicações, todas as revistas, dedicavam espaço à FBP. O Camané foi um ano convidado para escolher uma capa da *Time Out* e elegeu a FBP como o grande tema, o *Público* escreveu várias peças, isto até 2008. Depois, a *Time Out*, o *Público*, o Diário de Notícias, começaram a fazer propostas para a compra de publicidade nos seus jornais. Se queríamos fazer um especial, para podermos ter sempre umas notícias pagávamos uns 6 mil euros, resultado, não há uma notícia no *Público* há mais de cinco anos, não há uma saída na *Time Out*. Quero dizer, nós temos às sextas e aos sábados uns 4 ou 5 concertos por noite e não há uma notícia destes concertos na *Time Out*. Já escrevi várias cartas para lá, eu considero um escândalo. Daqui a 30 anos, quando alguém quiser fazer um arquivo nacional que de uma recomposição da vida cultural de Lisboa e for à *Time Out* não encontra nada do que aqui se expõe. Há um *black out* completo nos media sociais acerca da Fábrica. Atenção, isto não nos prejudica assim tanto, felizmente a Fábrica é conhecida nas chamadas redes sociais: temos o nosso *Facebook*, temos o nosso *site*, temos as nossas *newsletter's*, portanto, e as pessoas falam, passam a palavra. Felizmente, não estamos dependentes do público da *Time Out*. Nós fazemos por semana 10, 12 concertos, por semana uns 50, 600 por ano, e nada! Falamos de bares minúsculos do bairro alto e daqui nada. É uma coisa que se precisa de alterar, não só em benefício da FBP, mas em benefício da respeitabilidade dos meios de comunicação.

AR - Há algo mais que gostaria de acrescentar em termos de dificuldades?

NN - Não.

AR - Quais são as expectativas futuras para a Fábrica? Há objetivos a médio e longo prazo?

NN - Nós sabemos que temos muitas coisas ainda por fazer. Temos, por exemplo, um projeto de uma rádio da FBP. Neste momento os alvarás estão em saldo, muitas das estações foram à falência e libertaram audiências e estão a vender frequências em segunda

mão os alvarás para emitir. Gostávamos muito de ter uma rádio que fosse de música e palavra acerca do panorama atual. Temos o projeto de uma escola de artes para a Fábrica. Temos quatro pianos, tanta sala, e durante o dia estamos fechados. Isto merecia ser utilizado como escola de artes para as crianças. Estamos no centro da cidade, portanto não é periferia mas é uma dificuldade. Mas as pessoas assustam-se com isto de ser ilegal. Os benefícios estão cá para elas, já existem os pianos, não teriam que pagar renda, mas as pessoas assustam-se. O edifício está pronto a ser usado, temos tudo! Temos condições excecionais para criar aqui uma universidade, que eu gostava que fosse apenas de pós-graduações em artes e política.

Outro objetivo que ainda falta cumprir é a ocupação daquele espaço lá fora. Gostávamos de construir um anfiteatro. Temos muitas pessoas que aparecem cá a proporem-se em fazer isto, nós dizemos que doamos o terreno, estejam à vontade, mas depois começam à procura de patrocínios e afins, e não arranca. Já houve ali uma tenda de circo e concertos e correram muito bem! Estavam sempre cheios! Mas tivemos que a tirar porque a tenda começou a deteriorar-se.

Outro objetivo futuro é a criação de uma revista *online*, uma revista digital com entrevistas dos nossos músicos e artistas, textos críticos dos nossos autores. Queremos preencher a lacuna da inexistência de um suplemento sério de cultura em Portugal. O atual do Expresso, é uma pena porque cede o seu espaço a publicidade a filmes americanos. Gostávamos de reinventar a ideia de suplemento cultural, que tivesse coisas da nossa Fábrica mas não só, que também divulgasse outros concertos, outros livros, outras exposições.

Há ainda muita coisa para se fazer nesta Fábrica.

AR - Achas que a Fábrica acaba, por alguma maneira, influenciar e impactar a vida cultural da cidade e o seu tecido comunitário?

NN - Os músicos que tocam regularmente aqui na Fabrica... Nós só temos um músico residente que é o Júlio Resende, todos os outros vêm cá no máximo uma vez por mês o que nos permite estar sempre a receber novas bandas. Claro que encontramos músicos muito bons que gostávamos que viessem cá mais regularmente mas depois não cabem cá todos. Queremos sempre permitir outras bandas, que nunca aqui tocaram, que encontrem aqui um espaço onde podem tocar. A nossa regra é, pelo menos, uma noite por semana ter uma banda de estreia, pelo menos. Eles vêm cá tocar e ensaiar, vem cá dar entrevistas, usam a Fábrica como o seu *habitat*.

Outra comunidade que se vê aqui é a que utiliza o espaço. Temos uma comunidade que alimenta a Fábrica, vêm cá com regularidade, que precisam da Fábrica. A maior parte das pessoas que cá vêm, vêm pela primeira vez, mas há outros que vejo cá várias vezes, cumprimento. Hoje, por exemplo, devem cá estar umas 100 pessoas, e eu reconheci umas 15. Portanto, isto não vive de uma comunidade de *habitués*, o que é muito bom! Ninguém se sente na obrigação de vir à Fábrica com a ideia se não estou lá será que aquilo morre. Isso para mim é muito importante, que as pessoas que aqui vêm, vêm por quererem vir. Nunca disse a ninguém: "epá, por favor, tens que vir à Fábrica, se não, não tenho como pagar as coisas!" Pelo menos uma vez por ano eu escrevo a *newsletter* e nem uma vez escrevi "Agradeço por terem vindo e por favor, continuem a vir", nada disso! Nunca foram solicitadas as solidariedades para a Fábrica, as pessoas que cá veem vêm a Fábrica como um local que apreciam. A Fábrica responde a uma necessidade de comunidade de artistas e de utentes, pessoas que precisam de fábrica para continuarem a manter um certo nível de alegria no seu quotidiano.

AR - A Câmara está, de certa maneira a apoiar-vos, mas achas que costumam apoiar o suficiente estas iniciativas? Achas que o município deve ter algum papel interveniente neste tipo de projetos da sociedade civil?

NN - Para mim é uma surpresa enorme, enorme, que não haja. Este município apoiou-nos, é verdade, mas não nos deu um centavo e diz ser uma grande alegria para o Município. Quero dizer, a Fábrica traz música, exposições, alegria para o município e não gastam um tostão. Quem dera ao Município que houvesse mais Fábricas assim em Lisboa. Sítios onde haja uma boa oferta cultural sem que o Município tenha que gastar. Eu sei que o Município dá muito dinheiro a muitas iniciativas! Só que não dá o dinheiro suficiente para que essas iniciativas consigam e se sintam! Os milhões que foram gastos no Intendente em edifícios, espaço público, a apoiar as festas, só para uma semana de festas dos santos populares, eles injectaram na comunidade 200 mil euros, só numa semana. O Município tem dinheiro, só que tem medo em usar esse dinheiro em fogo-de-artifício que se esgote numa semana de festas, tem medo em investir em sítios que lhe vão dar despesas durante um longo tempo, para investir na comunidade. É muito triste, o LX Fatory os donos daquilo, ao contrário daqui, ao contrário da Obriverca, não a cederam. Os alugueres dali são caríssimos! Estão à espera para ser aprovado um projeto para desenvolver ali um bairro cultural, e enquanto isso estão a receber fortunas de alugueres ilegais, quero dizer, os alugueres são legais mas alugam a empresas ilegais porque não

têm condições físicas para ter alvarás. Mas pagam rendas elevadíssimas porque toda a gente quer ter um espaço de criação, então caem na armadilha que é o LX Fatory e ao fim do ano estão numa posição que... Vocês são a geração mais bem preparada da história do país, com imensa vontade de fazer coisas criativas, de reaproveitar espaços abandonados, há músicos, há público, mas tem que haver alguém que invista nisso, e a CM não apoia ninguém, não há mais nenhum espaço com a FBP! A mim têm-me apoiado, ao seu jeito, é verdade, estamos sobre a sua proteção, pagam-me a eletrecidade, já é imenso! Nem imagino bem o que a CML há de gastar connosco num mês, uns 2 mil euros!? Eu não recebo subsídios, mas recebo o apoio da eletrecidade. Ou seja, eles querem apoiar! Não acho que estejam a apoiar bem. Não é admissível de ao fim de 8 anos depois da criação da FBP que não haja mais 5, 6 projetos como a Fábrica! Há tanto edifício abandonado. Por que as comunidades de malta podiam ocupar, atenção, de forma organizada, e transformar em lugares vivos e não aparece nada! Há uma falha grave por parte da Câmara, por parte do Ministério da Cultura por parte das instituições de peso, há instituições que têm dinheiro para tornar projetos viáveis e nada.

AR - Conheces outras associações sócio culturais, ou uma ou outra, que também tenham surgido da sociedade civil? Sejam ou não semelhantes a esta.

NN - Espaço Mob, ali no Intendente, e tenho a dizer que a Câmara investiu naquele espaço talvez uns 3 mil euros a reabilitar aquele lugar. Há os Maus Hábitos no Porto, que têm uma história parecida com a nossa no sentido que ocuparam um espaço que ia ser demolido e acabou por não, e utilizam o espaço com fins de programação cultural. Não conheço mais nada, o que é uma vergonha.

AR - E já colaboraram alguma vez com uma destas iniciativas?

NN - Sim, colaborámos uma vez com os Maus Hábitos, num colóquio, mas uma coisa muito, muito, muito pontual.

AR - Para ti, qual é a importância destas iniciativas?

NN - São fundamentais porque não existem e isso é, para mim, o sintoma mais claro de uma decadência da sociedade civil. Quando olhamos para a resignação social da malta, sobre o que está acontecer no país, quando vemos uma impossibilidade dos serviços políticos de esquerda de se organizarem, convergirem. Para mim não é tão surpreendente como isso porque vou vendo como nada surge algo como a Fábrica pelo resto do país. As pessoas não têm, de facto, convicção. Há uma falha grande de falta de

convicção na malta da vossa geração... Vejo isso nos meus alunos, não se interessam por nada, há pessoas miseráveis catedráticos que estão ali a fazer nada de jeito, e os alunos querem é ter boas notas e passar. No meu tempo estávamos sempre a lutar por causas, não propriamente apenas políticas, e neste momento há uma completa indiferença nas vossas gerações. Os meus alunos tratam-me com uma completa indiferença, como tratam outros colegas meus que a meu ver, dão péssimas aulas. Somos todos acarinhados da mesma forma, não interessa o nosso contributo. Não há causas. Vejo também isso aqui na Fábrica, as pessoas que vem aqui à Fábrica. Ao início, eu estava convencido que sem dificuldade alguma me iam aparecer aí umas 10, 15 pessoas desempregadas, estudantes com tempo, se iriam oferecer como que um trabalho comunitário, e que se iriam oferecer para ajudar a Fábrica. Não apareceu nem um. Aparecem jovens à procura de emprego, mas nós não podendo pagar mais salários dizemos que não dá, e eles nunca mais aparecem aqui. Ninguém até hoje veio aqui oferecer... Quero dizer, estou a ser injusto, houve uma pessoa. Uma pessoa de 60 anos, que ficou muito sensibilizada por ter tido aqui o lançamento do livro aqui dela e não termos cobrado o aluguer da sala. Queria que ficássemos com uma percentagem que não aceitámos. Veio-me pedir que lhe permitisse retribuir Fábrica. Disse que tinha uma pequena quinta no Alentejo e que tinha um senhor brasileiro que lhe tratava das árvores, e pediu que lhe permitisse que o trouxesse cá para tratar das nossas. Durante dois anos, teve ele e ela aqui a tratar dos nossos jardins e canteiros, gratuitamente. Foi o único caso. Isso permite perceber que Portugal é um país muito estranho, onde as pessoas não merecem, ia dizer que não merecem o país, mas merecem o país, não merecem é a FBP.

AR - Como tem sido a adesão da população? Encontram-se mobilizadas e envolvidas?

NN - Inicialmente foi um milagre.

AR - Desculpa, não estava a perguntar relativamente à Fábrica, mas a iniciativas civis em geral. Podes, claro, utilizar o exemplo da Fábrica.

NN - Só conheço mesmo o exemplo da Fábrica. E para mim foi uma surpresa, por que estava com algum receio devido à sua localização numa zona chamada problemática. A zona J, Chelas, e eu tenho muita pena que as pessoas aqui de Xabregas, de Marvila, não venham mais vezes à Fábrica. Ao início vieram, porque era uma novidade, era simpático um espaço com música e outro tipo de gente. Mas o momento em que decidiram apropriar-se disto. E durante uns 5, 6 meses todos os sábados havia grupos de bandidos

que entravam aqui para arranjar problemas, roubar coisas, e para no final me dizerem “oh pá vocês têm que contratar um segurança”. Aí eu percebi que ia entrar num combate complicado, não sabia se ia ganhar ou não, mas a primeira coisa que decidi foi que não ia contratar nenhum segurança, muito menos um que seja membro da comunidade que vá fazer chantagem e vou acreditar que qualquer coisa da Fábrica vai ser capaz de amortecer os seus corações. Há um grupo que queria fazer uma chantagem intolável com a Fábrica, eu mantive-me calmo e decidi ver se a Fábrica conseguia resolver o assunto sozinha, e consegui. Havia vezes que malta se levantava e pegava neles e levavam-nos para a rua, ia eu sozinho lá para fora para não os deixar entrar, e a coisa não escala muito, acho que ajuda ser um velhinho, não se bate nos velhinhos, não é? Enchia o peito e ao fim de 4, 5 meses desistiram. Tenho pena que não tenham voltado como clientes, como amigos da Fábrica. Portanto, não digo que seja indiferente à Fábrica, mas sim que tolera a Fábrica. Tentou observar a Fábrica mas não assimila nem se deixou assimilar pela Fábrica.

AR - Gostavas de acrescentar algo?

NN - Gostava só dizer que isto não é uma iniciativa cidadã, fui eu. Não é uma iniciativa de uma comunidade, não existem voluntários, como muitas pessoas pensam que é. Sou eu que garanto que isto pode ter um carácter comunitário mas não é da iniciativa nem da responsabilidade de uma comunidade.

Nome (entrevistado)	Sílvia Rebelo
Função (entrevistado)	Programadora e Coordenadora da FBP
Data	10.05.2015
Local	FPB

AR - Qual ou quais são as tuas funções aqui na Fábrica?

SR - Faço a coordenação geral do espaço e a programação da FBP

AR - Tu não assististe à fundação da FBP, pois não?

SR - Não, quando vim para aqui a Fábrica já tinha 3 anos. A FBP nasceu em 2007 e eu começo a trabalhar aqui em fevereiro de 2010.

AR - Como defines a Fábrica? Quais são os seus objetivos, as suas características, especificidades? é um projeto cultural? comunitário?

SR - Esse é o grande problema da Fábrica, nem nós sabemos muito bem o que ela é! A Fábrica nasce como uma livraria mas depois deriva para as restantes atividades. A livraria, curiosamente, é ainda o que está um pouco empobrecido, mas temos em plano o objetivo de a fazer renascer agora em Setembro, mas ela nasce de uma livraria que acolhe o tipo de iniciativas artísticas. Não temos propriamente uma categorização, recebemos muita música ao vivo, porque são esses os projetos que mais nos procuram, e não por ser esse o nosso objetivo, não só porque existem muitos projetos de música por todo lado, e que querem mostrar o seu trabalho, mas também pelas características do espaço. O ruído que a Fábrica tem em si é um bocadinho impeditivo para as companhias de teatro e de dança. Honestamente, acho que ainda falta um pouco ao teatro e à dança mudarem as mentalidades, e deixarem de se pensarem a eles próprios como uma arte apenas de auditório mas como uma arte adaptada as modalidades dos espaços. Com muita pena nossa é que menos recebemos cá.

AR- Mas e existem objetivos específicos da Fábrica?

SR - Há um pano de fundo em tudo isto que é conseguir ser um lugar que recebe. Por termos tantas salas, e tantos espaços disponíveis para acolher espetáculos, sentimo-nos um pouco na obrigação de dizer 'não' ao mínimo de pessoa que conseguirmos, ou seja, não interessa se projeto tenha sido criado na semana passada ou que ainda ninguém os conhece, desde que tenha qualidade sentimos o dever de os deixar tocar, e este é o nosso grande objetivo enquanto intermediários da vida cultural desta cidade. Sentimos essa obrigação.

AR - E qual é a motivação por de trás deste espaço?

SR - Eu já embarquei nele, não é? O que já te disse como objetivo é na verdade também a motivação de todos os dias. Isto acabou por se espalhar aquilo que são projetos que se foram instalando, como por exemplo o projeto das exposições, das artes plásticas aqui na casa, tínhamos tanta parede por que não? Não somos uma galeria, não queremos ser uma galeria, não temos comportamentos típicos de uma galeria, mas tanta parede livre e vazia, por que não? Não estamos vocacionados para o comércio das obras de arte, é algo que acontece aqui muito pontualmente, quando alguém diz que quer comprar fazemos

uma festa, mas sentimo-nos no dever de receber os artistas que são rejeitados por todas as galerias da cidade por não serem reconhecidos. Este é um comportamento que se espalha por todas as áreas em trabalhamos.

AR - Acerca da implementação da FBP, consegues referir quais poderão ter sido os principais marcos da sua evolução? Como foi o desenrolar do processo, principais acontecimentos, as facilidades e dificuldades com que se depararam...

SR - Como disse, eu não estava cá no seu início e de tantas histórias que eu já ouvi acerca da Fábrica...! Eu acredito que a Fábrica teve a sorte de ter nascido quando este modelo de espaços alternativos ainda não eram muito comuns na cidade, principalmente um espaço desta dimensão apenas dedicado à cultura, a não ser os centros mais conhecidos culturais: os auditórios e as múltiplas galerias. Depois a ideia de nascer no fim da cidade, num espaço completamente abandonado, e que ainda tinha restos desses sinais de abandono - eu lembro-me de vir à Fábrica, ainda não trabalhava cá, e de ficar fascinada com as paredes que ainda tinham buracos, o tijolo que ia aparecendo, os tectos que não estavam cuidados, e perceber que houve uma ocupação do espaço para estes fins. Acho que isso exerceu um fascínio nesta nossa cidade que ansiava por coisas fora do formato. E depois, a forma como o Nuno pensou a coisa, logo na sua multiplicidade de estilos e de gostos, e de ter sempre o sim na linha da frente: "Queres fazer alguma coisa aqui? ah 'tá bem! Vem, bora!" Dificuldades nisto? O que percebi é que, de repente, se queria receber toda a gente, e não estou a falar de público, estou a falar dos artistas, e as pessoas acabavam por quase se atropelarem aqui. Conheço múltiplas histórias que houve noites em que apareciam os músicos e eles ficavam: "Ah, mas vocês também vêm tocar aqui hoje? Epá, e agora onde é que vamos arranjar o espaço?" Coisas de haver 8 concertos por noite, mais não sei quantas festas, houve dificuldades em organizar isto tudo.

AR – contam com algum tipo de parceria?

SR - Nós não temos por hábito trabalhar com parceiros. Nem sequer exploramos o lado do patrocínio, ou do apoio, ou do mecenato, vivemos sem um único subsídio a não ser aquele que cada cliente vem cá gastar no bar. As nossas fontes de rendimento resumem-se, basicamente, ao bar e ao restaurante. A livraria não vende o suficiente para ser uma fonte de rendimento verdadeira. A bilheteira é entregue aos artistas que estão a trabalhar na respetiva noite, ou seja, sobrevivemos do bar. Pouco depois de começar aqui a trabalhar, eu diria nos finais de 2010, e a crise se instala mesmo, começamos a viver

tempos um bocadinho difíceis. Não só a ideia de crise se instala, mas o evoluir da crise faz mesmo sentir o seu peso nas pessoas. Ainda que, tivéssemos uma política de praticar preços não muito caros comparados com a maioria das casas de Lisboa, houve um momento em que nos apercebíamos que as pessoas vinham com dez euros certos na carteira por que deixava 5 da bilheteira e gastava os outros 5 no bar. Sabíamos o que é que o bar ia dar ao final da noite pela medida da bilheteira, e aí sim começámos a reduzir o número de concertos por dia para não prejudicar os artísticas que cá vinham trabalhar, tivemos que repensar no formato, não deixando a dinâmica da casa morrer, mas tivemos que diminuir a intensidade da programação como os dias de abertura ao público. Estávamos abertos de terça a domingo, e neste momento abrimos de quarta a sábado. Decidimos retirar os dois dias menos rentáveis para conseguir aguentar a nossa política de preços.

AR - Existe algum projeto, seja ele nacional ou internacional, que tenha influenciado ou inspirado a abrir a FBP? Se existiu algum tipo de influência por parte de outros projetos do seu conhecimento para a idealização da Fábrica, mesmo que não sejam iguais?

SR - A eterno Retorno. O que acontecia naquela livraria pequenina acontece agora aqui em grande escala. De facto, acho que este sítio só poderia ter surgido assim a partir de uma pessoa como o Nuno, não porque ele seja o especial, mas pelo trajeto de vida que teve e pelas pessoas que foi conhecendo. Ele abre aquela pequena livraria que era mínima, compra um piano vertical que ainda está aqui no bar, para ir recebendo uns concertos, uns recitais, umas coisas assim pequeninas, mas ela não só foi professor da escola de cinema e teatro, foi professor em Évora também em teatro, para além das aulas de filosofia, foi conhecendo por dentro pessoa que propunham pequenas performances lá para a livraria. Depois vinha alguém, "epá e uma exposição?". Já lá dentro foi nascendo o que foi a semente para a FBP. Se há uma referência? Há, a Eterno retorno do Bairro Alto.

AR - Existe um público-alvo?

SR - Não, de todo. Como a programação é feita para ter diferentes propostas de estilos em cada sala, não existe um público-alvo. Sabemos que um público que se vai definindo sozinho.

AR- O estatuto jurídico da FBP, é uma empresa privada, correto?

SR - Sim, é uma empresa privada com comportamentos de empresa sem fins lucrativos. Este é um dos grandes princípios da casa. Somos, de facto, uma empresa privada, e somos porque foi uma decisão do Nuno, ele fez uma transposição de uma livraria que tinha no Bairro Alto, a Eterno Retorno, e expandiu. E depois, porque em algumas conversas, até com amigos, lhe diziam que não é preciso ser uma associação cultural sem fins lucrativos. E como, na verdade, nos comportamos como uma empresa sem fins lucrativos. Como disse, a bilheteira vai toda para os artistas, praticamos margens mínimas, por exemplo, se alguém faz aqui as suas atividades de workshops, praticamos uma margem mínima de aluguer e, simplesmente, porque precisamos! Precisamos de remodelar e de cuidar do espaço, aliás, é esse o nosso compromisso com o edifício, mantê-lo em pé e bonito.

AR - Conseguem, portanto, ser bastante autónomos, correto? Ou são dependentes em algo, de alguém?

SR - Sim, somos autónomos, não dependemos de ninguém exterior.

AR - E como se estrutura a administração interna da fábrica? A entrega de tarefas por exemplo, parece ser bastante orgânica. É realmente assim que se estruturam, ou são na verdade, hierarquizados?

SR - Nós temos responsáveis por áreas, há um responsável pelo bar, que coordena a sua equipa, outro pela cozinha, outro pelo exposições, e outro pela livraria, e depois sou eu e a Soraia que, neste momento, me ajuda nestas tarefas de coordenação e programação. A Soraia, felizmente, entrou sem saber bem para o que vinha, ela vinha só fazer umas coisas muito pelo Gabriel, eu estava grávida e sabia que ia ter que precisar de desaparecer durante alguns tempos. Mas, não há uma estrutura hierárquica piramidal, e é uma luta constante para que as pessoas consigam trabalhar sem essa estrutura hierárquica piramidal, Está tão entranhado que...

AR - Acontece naturalmente.

SR - Exato. Tentamos, de facto, que não exista uma estrutura muito pesada, para que não haja territórios, gostamos que isto seja um território único. Tentamos que, mesmo a pessoa que trabalha no bar, se lembre que a Fábrica é tudo o resto! Tentamos que seja um ambiente participativo para todos os colaboradores. O próprio lugar deste escritório foi escolhido numa tentativa de centralizar entre o bar, onde se encontram maioria das nossas pessoas, e da sala do lado oposto da Fábrica para ser fácil esta partilha de dúvidas ou problemas.

Assim, ninguém perde tempo à procura de mim, se precisarem de algo estou logo aqui, seja para resolver algum assunto ou para passar alguma mensagem, mas tentamos incentivar a autonomia e a participação ao máximo.

AR - Acerca dos colaboradores da Fábrica, com quantas pessoas contam, são todos renumerados?

SR - A maior parte do *staff* vinha sem experiência naquilo que vinha fazer. Quase todos foram formados aqui para as tarefas que realizam aqui à exceção do cozinheiro, ele próprio treinou a sua atual equipa da cozinha para serem mais autónomos. Maioria está a fazer os seus cursos, as suas licenciaturas, mestrados, etc.

AR - E existe algum critério específico que procuram nos vossos colaboradores?

SR - Preocupa-nos menos a experiência na área, preocupa-nos mais o *background* da pessoa. Ainda que não tenhamos um público-alvo, sabemos que as pessoas que nos visitam tem alguma formação académica, portanto, o trato é muito importante para quem está na frente da casa. É mais o trato que nos preocupa, o saber explicar, o saber falar. Basicamente, é esta a nossa maior preocupação. Como a Fábrica é vista por muitas pessoas singulares, ouvimos muitas "eh pá, esta é como uma segunda casa, sou capaz de sair para aqui à noite sozinho como não consigo para mais lado nenhum". Temos que ter pessoas que consigam receber essas pessoas com esta proximidade, que não as distanciem da Fábrica. Pode não as conhecer de outro lado, mas quem trabalha aqui tem que ter a paciência de conhecer rostos, de lhes ir dizendo um olá, esta é uma preocupação.

AR - Já comentaste que não possuem qualquer tipo de parceria. Não existe mesmo, nem que seja em cedência de espaço, ou em co-produção?

SR - Há pontuais, não nenhuma parceria geral. Há algumas co-produções que vamos fazendo pontualmente.

AR - Em relação às atividades, são vocês que vão atrás dos artistas ou o contrário? Sei que já respondes te a isto, desculpa...

SR - Não faz mal, mas sim, são eles que nos procuram.

AR - Também já falaste muito nas receitas, e um pouco de alguns custos, especificamente o *staff*, mas que mais custos possuem? Conseguem ser sustentáveis?

SR - Essa é a minha pergunta de sempre. A Fábrica é sazonal, e é inversa a maioria dos sítios. Somos uma casa de Inverno e não de Verão.

AR - É acolhedora.

SR - Sim, e por isso sabemos que se, durante do Inverno as receitas conseguem ultrapassar um pouco os custos e que temos que aproveitar este tempo para investir nas remodelações da casa ou compras de equipamentos. Quando chegamos a esta altura que estamos aqui a falar deixamos de investir porque sabemos que a coisa vai andar muito despesa - receita - despesa - receita. Durante o Inverno temos mais receitas, mas depois como aproveitámos para fazer os investimentos que necessitamos sobra muito pouco, mesmo muito pouco. Mas é sustentável! Aliás, estamos aqui há 8 anos! Não temos é lucro.

AR - Quais são, a teu ver e neste momento, as principais carências e obstáculos para a Fábrica?

SR - A nível financeiro, sem dúvida. Nós estamos sempre a trabalhar no limite. Até as equipas, por exemplo, trabalhamos sempre com a equipa mínima, e se por alguma razão temos uma enchente a equipa vai sofrer, mas financeiramente não conseguimos proceder ao aumento do *staff*, o que seria muito bom se o pudéssemos fazer. Não só na equipa de bar, mas mesmo a nível de produção. Felizmente, agora com a entrada da Soraia já me sinto mais acompanhada, porque antigamente eu fazia isto tudo sozinha: divulgação, programação, gestão de bares, fornecedores, encomendas, fiz isto sozinha durante 4 anos.

A comunicação da Fábrica sofre, sabemos que seria muito importante mais um elemento só dedicado à comunicação da Fábrica. Porque o que temos sempre são os *sprints* que fazemos numa primeira comunicação e já está, porque não temos tempo. A notícia fica sempre a meio, há sítios para onde não conseguimos mandar as coisas, não conseguimos fazer *follow-ups*, não dá. Lançamos a bomba e vamos ver quem agarra nela! Estamos sempre um bocadinho nas mãos dos meios, e devia ser ao contrario, mas não dá mesmo. Isto é uma carência grave, que provém da financeira.

Nós sabemos que estamos sempre, e permanentemente sem solução, na ilegalidade. Não há forma de dar a volta à questão porque não temos o essencial que é o alvará. Ponto. Mesmo que queiras... Não há licença e não temos como pedi-lo. Ou seja, este lado da ilegalidade tem todo um charme, e traz-nos identidade e assinatura, mas por outro lado, sabemos que estamos sempre nas mãos deles. Qualquer inspecção que aqui

venha, e nós tentamos ter sempre o máximo de licenças que nos são possíveis, tudo aquilo que podemos. Sabemos que se eles quiserem pronto.

AR - Acaba tudo.

SR - Não acaba, sabemos que não acaba por a CML não quer que a Fábrica desaparece. Temos sempre aquela ajuda para o que for preciso, e eles estão connosco a tentar resolver esta situação. Acabar não acaba, mas sabemos que podemos andar aqui penar durante alguns tempos.

AR - Quais são as expetativas futuras para a Fábrica? Existem objetivos a médio e longo prazo?

SR - Existem sempre mil! Por exemplo, queremos começar a trabalhar o lado infantil da FBP - o Bracinho de Prata. Já começou com duas dimensões, a programação de sábado já é dedicado às crianças durante a tarde. Criámos uma versão em miniatura da FBP, durante a tarde têm vários espetáculos, workshops, mini discoteca, fizemos mesmo uma transposição daquilo que os adultos têm aqui durante a noite mas as crianças durante a tarde. Organizamos também oficinas artísticas durante as épocas de férias - Pascoa, Natal, etc.. Agora queremos abrir estas oficinas do pensamento e arte durante o ano inteiro, durante todo o dia para aqueles pais que não querem por os filhos nos jardins de infância convencionais, que queiras dar uma educação diferente, ou para um pai ou uma mãe que precise de algumas horas para ela e coloca aqui o filho para poder fazer umas atividades. Estamos a pensar, por exemplo, fazer uma quinta pedagógica com uma hortinha ao lado.

AR - Têm, portanto, expetativas de continuarem durante bastante tempo?

SR - Sim, queremos continuar e ficar aqui pelo menos durante os próximos 50 anos! Isto é um bocadinho esquizofrénico, anunciaram-nos a morte, têm que sair daqui, mas toda a gente aqui comporta-se como se isso nunca fosse acontecer! Isto é eterno, portanto estamos sempre a projetar como se não houvesse outro perspetiva sequer! Se não, seria horrível.

AR - Achas que a Fábrica acaba, por alguma maneira, influenciar e impactar a vida cultural da cidade e o seu tecido comunitário?

SR - Nós acreditamos plenamente que sim, e não só ao nível do publico, mas ao nível dos artistas desta cidade. Somos o único lugar onde conseguimos receber esta quantidade e repetidas vezes. Um lugar que tem uma sala de concertos pode pôr um artista

uma vez de 3 ou de 4 em 4 meses. Nós conseguimos com mais regularidade mas sem que se note! É a grande vantagem, não temos residências que as pessoas quase não notam que são residências, e que tocam cá pelo menos uma vez por mês. O que consegue alimentar uma comunidade de músicos que, com o desaparecimento de várias casas de música ao vivo em Lisboa, ficaram completamente ao desabrigo. Os auditórios deixaram também de contratar e de comprar espetáculos, não têm mesmo quase nada! A FBP consegue ser um lugar que reativa essas agendas em Lisboa a este ritmo. Por isso sim, acreditamos que, na comunidade dos músicos e de alguns artistas, que ainda confiam em nós para o teatro e dança.

Existe ainda outro objetivo, lembrei-me, que ainda não conseguimos bem que é trabalhar a comunidade que está aqui à nossa volta, territorial mesmo. Por que estamos aqui enfiados no meio de alguns bairros problemáticos da cidade, e era uma coisa de que gostaríamos de começar a fazer. Mas não digo trabalho social, sinceramente há já muito disso a acontecer e não acho interessante.

AR - Não consideras um pouco o que fazem com a comunidade artística um trabalho também social?

SR – Eh pá, se eles nos ouvissem a dizer isso... Não iam gostar... Mas se calhar sim, é.. Mas acho que não podemos...

AR - Ok. Continuando, desculpa.

SR - A questão é que gostávamos de comunicar mais com eles, mas ainda não encontramos a forma. Aquela coisa do trabalho social só por si, de sermos mais uns a dizer "epá, estes bairros são problemáticos, vamos arranjar uma solução!" não nos apetece. Apetecia-nos que fosse algo natural e descontraído e por isso ainda não avançamos muito por que ainda não descobrimos bem a forma. Mas está cá para ser pensado, e acho que o bairro deveria ser envolvido porque recebeu-nos muito bem ao contrário do que poderia ser de esperar. Recebemos, por exemplo, pessoas que se percebem que são do bairro e vêm com os seus ares sou do bairro e ao fim do meia hora estão lá em cima cheios etiqueta são, portanto, absorvidos pelo ar, e gostaríamos de expandir isso com outra naturalidade com os nossos vizinhos que soa simpáticos.

AR - A Câmara está, de certa maneira a apoiar-vos, mas achas que costumam apoiar o suficiente estas iniciativas? Achas que o município deve ter algum papel interveniente neste tipo de projetos da sociedade civil?

SR - Vou ser muito sincera, eu acho que não, não apoia mesmo. Apoiam sempre os mesmos e finge que apoiam os outros. Há um investimento muito fora... Por exemplo, o disparate do Intendente, há milhares de euros investidos, não só no espaço mas como apoios que dão sempre à mesma instituição que se instituiu os senhores do Intendente para programação, mas que depois não funcionar, e não é sequer avaliado que não está a funcionar. Enquanto tudo o resto que está ou pode funcionar à volta, eles esquecem-se. Toma umas coisinhas para que conste que a CM está a apoiar mas o essencial...Eles têm tudo, equipamentos, infra-estruturas, rede de contactos para irem apoiando e nada, não precisa de ser nada fixo! É ir apoiando.

AR - Conheces outros projetos culturais que tenham surgido da vontade de indivíduos sociedade civil, que não tenham surgido pelo município? O Intendente, é um projeto do município, da mouraria, é um do município, conheces algum que não seja?

SR - Sagrada Família, que era a Artimanha quando nasceu, era uma iniciativa privada. Tens a LX que também é privada. A pensão do Amor que acabou por derivar do LX.

AR - Consideras alguma dessas semelhante aqui à Fábrica?

SR - Não acho que sejam nada semelhantes.

AR - Qual é, para ti, a importância destas iniciativas *bottom-up*?

SR - São muito importantes não só para a revitalização constante da cidade, mas para desformatação do indivíduo. Para perceberem que há outras formas de fazer as coisas! Somos todos desde de muito pequeninos formatados, e habituamo-nos a rotinas e a modos de fazer as coisas. Por isso é que queremos investir também neste lado da infância. São muito importantes para que as pessoas percebam que existem outras formas de fazer acontecer, não pensar que só funciona da forma que fomos ensinados, e que nos dizem: "é assim que se faz, vai lá fazer". Não! Há muitas formas de que pode ser feito, tens é que fazer.

AR - As palavras criatividade e inovação são conceitos muito estudados em hoje em dia.

SR - Só que até isso já está a ser formatado, que é uma coisa que me irrita solenemente. Como é que se pode formatar um princípio que é um princípio da criatividade!? Eu própria tive na faculdade uma disciplina que se chamava 'métodos e técnicas de criatividade'. Isto para mim... ou é criatividade, ou não é criatividade. Não

vamos desenhar fórmulas para se ser criativo. Não concordo nada com isso. A criatividade não é isso. A criatividade é estares sujeita ao maior número de estímulos ao longo das tuas existências.

AR - E estas iniciativas têm um lugar importante nesse papel?

SR - É no que eu acredito.

AR - São então estas as palavras-chaves para este tipo de iniciativa?

SR - Sim, acho que são.

AR - Como tem sido a adesão da população a este tipo de iniciativas civis? Encontram-se mobilizadas e envolvidas?

SR - Acho que sim. Sempre que aparece um projeto como a Fábrica na cidade dá-se um BOOM, toda a gente vai, toda a gente fala. Às vezes vêm aqui nos dizer que vai abrir outro espaço e a Fábrica vai sofrer. Não vai nada! Eu não acredito nisso, há lugar para toda a gente. Quem me dera que comesçassem a aparecer aqui ao lado para a Fábrica deixasse de ser a ilha que as pessoas dizem que é longe. Sabemos que quando aparece algo novo com uma oferta diferente as pessoas vão desaparecer por algum tempo. Querem ver, querem conhecer. Acho que sim, as pessoas aderem e quem quer começar com novos projetos, acho que deve fazê-lo porque tem público para isso. Força mesmo.

AR - Achas que tem surgindo uma tendência no surgimento de iniciativas culturais civis?

SR - O que eu acho é que as pessoas acham que agora há uma fórmula mágica qualquer, não interessa o que abrem, desde que tenha um visual tosco é sucesso garantido. Isso é que acho que está a acontecer e não acho que deva ser assim. Ou as casas têm uma personalidade própria, que é aquilo que mantém as pessoas ligadas aos espaços, ou aquilo não vai funcionar. Tem que se saber o que é que se vai abrir.

Inquérito

O presente inquérito foi elaborado por um grupo de alunos do Mestrado de Gestão Cultural do ISCTE-IUL no âmbito de um trabalho a realizar para cadeira de Marketing Cultural. Os seus objectivos são definir perfis-base dos clientes da Fábrica do Braço de Prata e entender as suas percepções, hábitos e expectativas.

O Inquérito é anónimo e os dados serão recolhidos e tratados ao abrigo da legislação vigente, nomeadamente a lei n.º 67/98.

1. Através de que meio conheceu a Fábrica do Braço de Prata?

Amigo(s) ☐

Facebook ☐

Site ☐

Agendas/revistas culturais ☐

Televisão/Artigos jornal ☐

Outro: Qual?

2. Com que regularidade visitou a Fábrica do Braço de Prata este ano?

É a primeira vez que visito ☐

1 a 5 vezes ☐

6 a 10 vezes ☐

Mais de 10 vezes ☐

3. Qual ou quais são os serviços/atividades que associava à FBP antes de a visitar pela primeira vez?

Concertos	☐
Exposições	☐
Tertúlias	☐
Feiras	☐
Workshops	☐
Bar/restaurante	☐
Colóquios/conferências	☐
Livraria	☐
Lojas	☐

3.1 Se visita pela primeira vez o que o/a trouxe à FBP?

Concertos	☐
Exposições	☐
Tertúlias	☐
Feiras	☐
Workshops	☐
Bar/restaurante	☐
Colóquios/conferências	☐
Livraria	☐
Lojas	☐

3.2. Se não é a sua primeira vez qual ou quais frequenta?

Concertos	☐
Exposições	☐
Tertúlias	☐
Feiras	☐
Workshops	☐
Bar/restaurante	☐
Colóquios/conferências	☐
Livraria	☐
Lojas	☐

4. Considera justo o preço de entrada?

Sim ☐
Não ☐
NS/NR ☐

4.1. E os preçários do bar/restaurante?

Sim ☐
Não ☐
NS/NR ☐

5. Como avalia a qualidade dos principais eventos (sendo 1 muito mau e 5 muito bom)?

1 ☐
2 ☐
3 ☐
4 ☐
5 ☐

6. O que o faria visitar mais vezes a Fábrica do Braço de Prata?

Diminuição de preços ☐
Maior facilidade com os transportes ☐
Maior oferta de serviços ☐
Criação do cartão de associado (pagamento único anual com direito a entradas gratuitas) ☐
Outros: qual?

Sim ☐
Não ☐

Se sim: qual ou quais?

7. Frequenta um espaço de configuração semelhante em Lisboa?

Sexo:

Feminino ☐ Masculino ☐

Idade:

Até aos 25 anos ☐

25-45 anos ☐

Mais de 45 anos ☐

Localidade:

Escolaridade:

Básico ☐

Secundário ☐

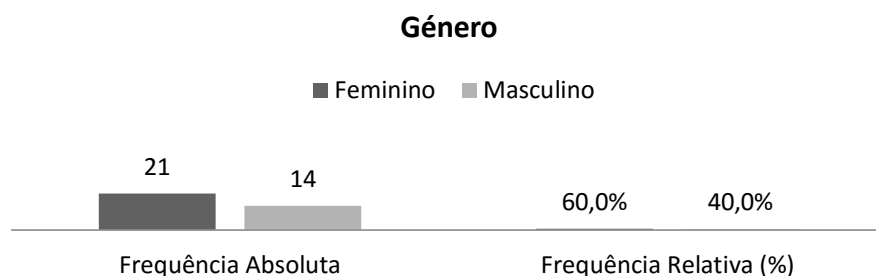
Ensino Superior ☐

Análise e Comentário aos Dados ao Inquérito

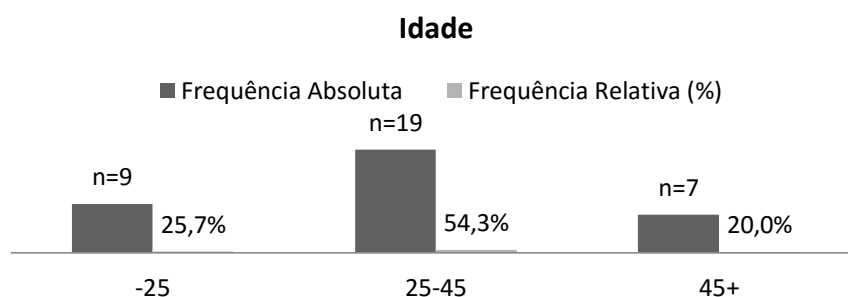
A metodologia adotada para a recolha de informação, acerca da Fábrica do Braço de Prata do ângulo do visitante, foi a de inquérito escrito de administração direta aos seus frequentadores. O tratamento estatístico foi efetuado no Microsoft Office Excel™.

Amostra: Obteve-se uma taxa de resposta de cerca de 87,5%, relativa a um total de 35 questionários válidos respondidos dos 40 entregues.

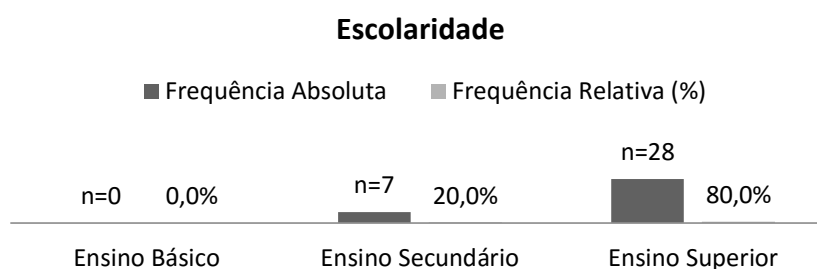
Os aspetos sócio-demográficos possuem um papel importante para o entendimento do mercado potencial da Fábrica e da sua segmentação. Não foram pedidas as identificações dos questionados, mas a sua caracterização em relação ao género, faixa etária, nível de escolaridade e a localidade da sua morada, com o intuito de um melhor entendimento do público que a Fábrica atrai.



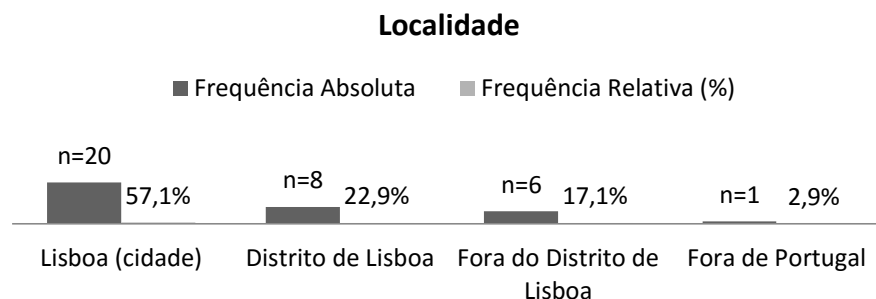
A representatividade do sexo feminino (60%) ultrapassa largamente a do sexo masculino (40%) entre os visitantes que responderam ao inquérito, o que corresponde ao mais usual em maioria dos sectores culturais onde as mulheres são a clientela predominante.



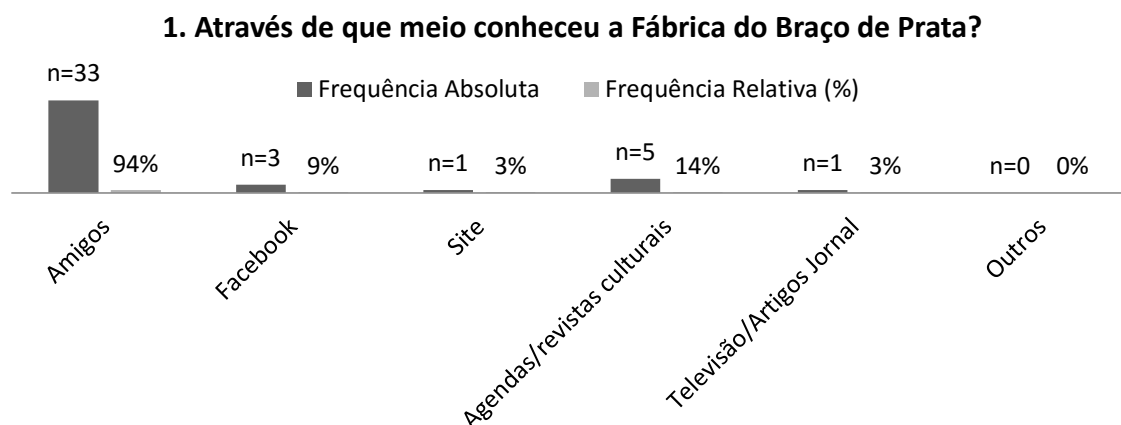
Relativamente à idade, os adultos (25-45anos) representam a grande maioria do público que visita a Fábrica constituindo praticamente 55% deste. A outra metade encontra-se aproximadamente dividida em duas partes iguais, com 26% de público com menos de 25 anos de idade, e 20% para o público com mais de 45 anos. Este é um fator importante acerca do mercado potencial da Fábrica, pois apesar da sua grande maioria de visitantes se concentrar na faixa etária dos 25-45 anos, não é de desprezar as percentagens de 20% e 26% das outras duas faixas etárias definidas, conseguindo a Fábrica atrair e agradar a um mercado muito variado relativamente a idade.



Educação é um fator importante a ter em conta ao segmentar o mercado. Relativamente aos resultados obtidos através do inquérito, observa-se que uma esmagadora maioria (80%) dos visitantes da Fábrica possuem uma educação avançada de Ensino Superior. Os restantes visitantes que responderam aos inquéritos frequentaram o Ensino Secundário (20%), não tendo um único visitante respondido que apenas frequentou o Ensino Básico.



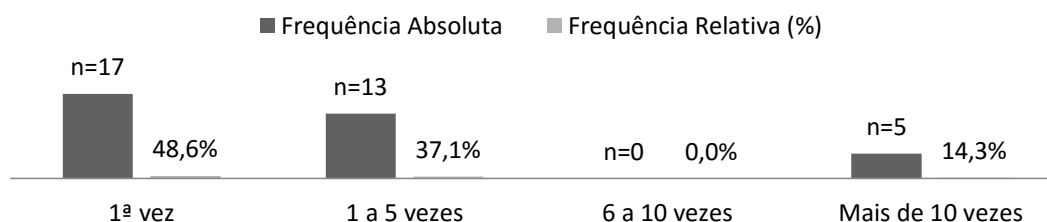
Relativamente ao 'de onde' é o público frequentador da Fábrica, nota-se uma maioria de 57% é da cidade de Lisboa, 23% do Distrito de Lisboa, 17% de fora do Distrito, e 3% de fora de Portugal.



Com o intuito de entender como funciona a comunicação entre a FBP e os seus visitantes, uma das perguntas colocadas foi 'como conheceu a fábrica', ao qual 94% dos inqueridos respondeu através de amigos! Um dos objetivos da fábrica é preencher um papel de local cultural alternativo aos comerciais, e este meio de comunicação reflete a imagem que a FBP pretende transmitir de um local mais pessoal que os outros. No entanto, os restantes meios de comunicação, também bastante importantes para a comunicação da Fábrica, não apresentaram resultados tão agradáveis. É de notar que houve respostas múltiplas a esta pergunta: 14% ouviu falar da FBP através de Agendas e revistas Culturais; 9% através do Facebook; 3% através do site e da televisão/artigos de jornal. É de apontar que as páginas pessoais da fábrica atingem apenas uma minoria do público real.

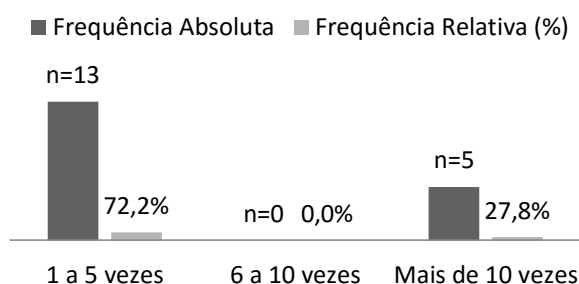
Acerca da regularidade com que os visitantes frequentam a Fábrica durante 1 ano foram obtidas as seguintes respostas:

2. Com que regularidade visitou a Fábrica do Braço de Prata este ano?



Analisando o gráfico conclui-se que ao fim de 6 anos desde a sua abertura, a Fábrica continua a atrair muito público novo (48,6% responderam ser a 1ª vez que visitavam a FBP), mas uma certa dificuldade em regularizar o público. Para uma melhor avaliação, um novo gráfico foi elaborado descriminando os 17 inqueridos que visitavam a fábrica pela 1ª vez, usando o restante 18 como amostra total.

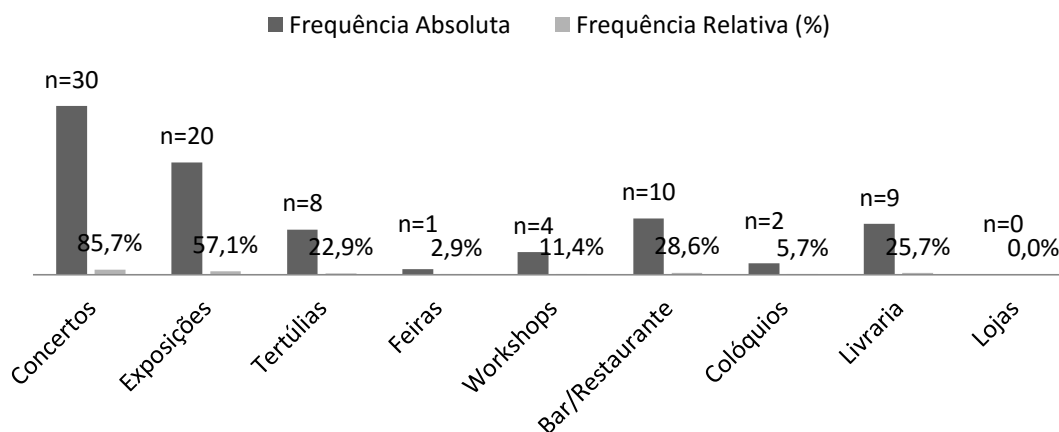
Apesar de amostra se tornar muito reduzida, fica a ideia clara que apenas 27,5% dos 18 visita a FBP mais que 10 vezes por ano, resultando na maioria, de 72,2%, visita a fábrica apenas 1 a 5 vezes por ano.



Relativamente a imagem que a Fábrica

transmite ao público potencial, foram inqueridos da seguinte forma:

3. Qual ou quais são os serviços/atividades que associava à FBP antes de a visitar pela 1ª vez?

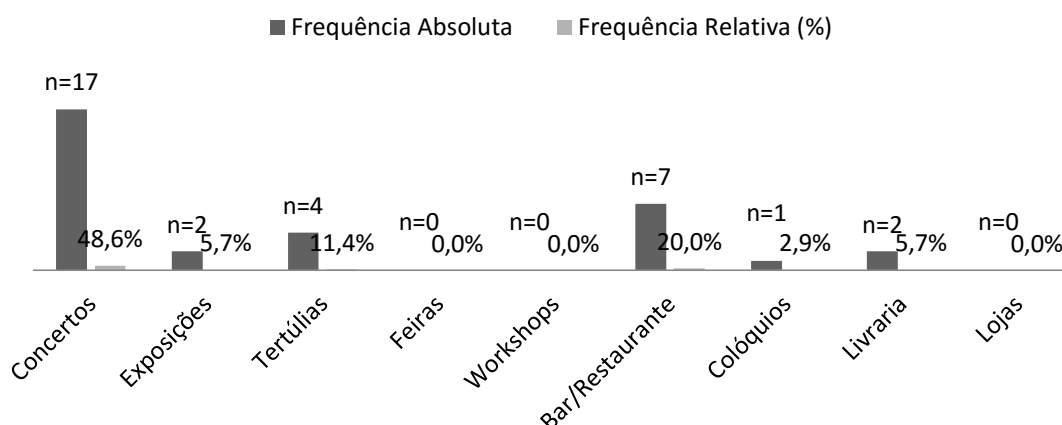


Apesar de ser uma casa cultural com imensa oferta de serviços, aparentemente essa imagem não é bem explícita para o mercado potencial. Mais uma vez, houve respostas múltiplas a esta questão, onde o serviço que muito se destaca é o de Concertos, com uma taxa de 85,7%. Numerando os restantes que também recebem alguma visualização encontram-se as Exposições (57,1%), o Bar/Restaurante (28,6%), a Livraria (25,7%) e Tertúlias (22,9%).

Para entender quais são os serviços mais procurados pelo público, realizou-se duas questões acerca do que levou o questionado que visita pela 1ª vez à FBP, e aos restantes quais os serviços que mais tira proveito.

Em relação à primeira:

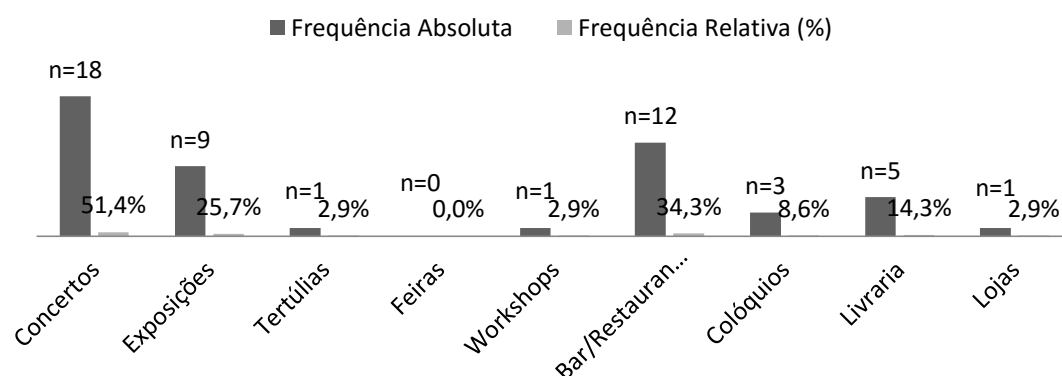
3.1 Se visita pela primeira vez o que o/a trouxe à FBP?



Maioria das respostas incidiram, mais uma vez nos Concertos (48,6%) e Bar/Restaurante (20%), vendo-se uma grande diminuição no que se refere às Exposições (5,7%).

Em relação à segunda:

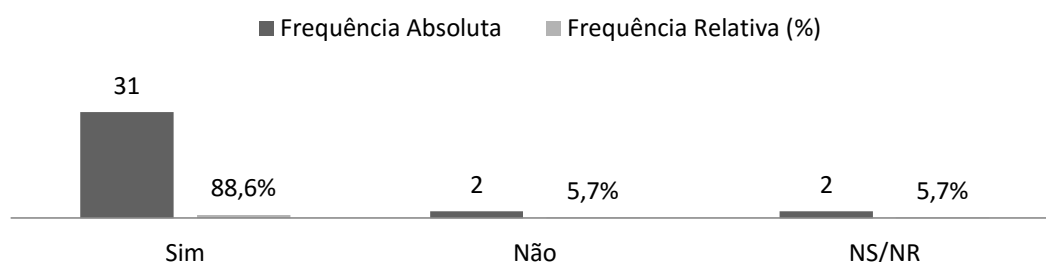
3.2. Se não é a sua primeira vez qual ou quais frequenta?



O paradigma mantém-se semelhante, no entanto muito mais equilibrado: 51,4% frequenta Concertos; o Bar/Restaurante subiu para 34,3% de frequência; bem como as Exposições que subiram para 25,7%; e a Livraria para 25,7%. Regra geral, todos os serviços aparentam subir de frequência por parte dos visitantes após a 1ª visita.

Um outro objetivo da realização do inquérito é avaliar o preço mais justo que o consumidor se encontra preparado para pagar. O preço de um produto não é só atribuível ao valor económico do seu consumo, mas também outras variáveis como transporte, o tempo consumido para o ato e o risco. Sabe-se que uma das grandes dificuldades do visitante à FBP é o transporte, por isso neste inquérito decidiu-se abordar diretamente apenas do custo de entrando e dos produtos disponíveis no Bar/Restaurante.

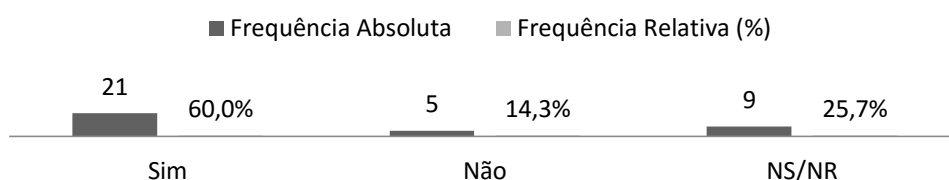
4. Considera justo o preço de entrada?



Relativamente à entrada, aparentemente o cliente considera o preço justo (88,6%) enquanto (5,7%) respondeu que não, tendo outros 5,7% abstendo-se de responder.

Relativamente ao preço do Bar/Restaurante,

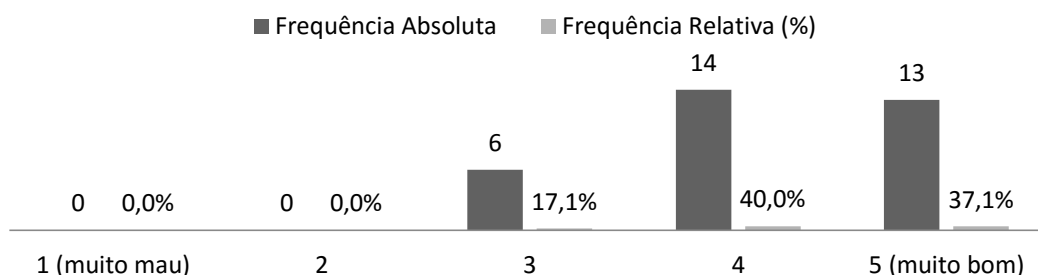
4.1. E os preços do bar/restaurante?



maioria dos inqueridos continua a achar o custo justo, mas numa percentagem um pouco mais baixa (60%), enquanto 14,3% respondeu que não, e os restantes 25,7% não respondeu. Em dois dos inquéritos foram descritos que o motivo pelo qual responderam não devia-se ao facto de haver custo de entrada.

Tentou-se ainda entender se a qualidade dos serviços e eventos disponibilizados pela FBP agradam ao público.

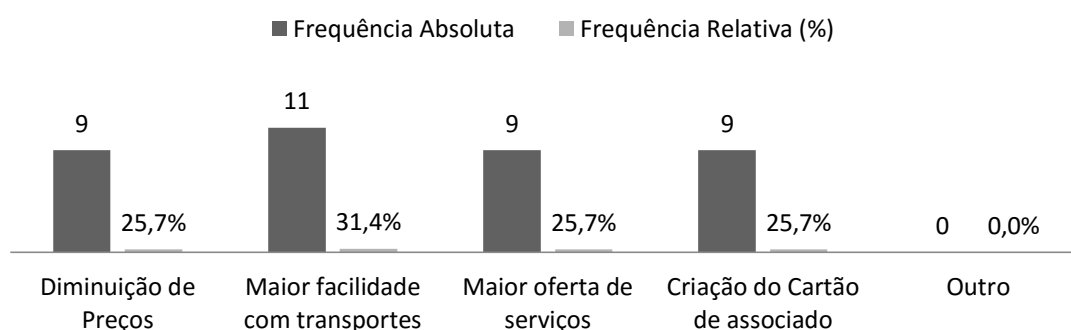
5. Como avalia a qualidade dos principais eventos ?



A análise demonstra que regra geral, o público encontra-se satisfeito com a qualidade, tendo 40% avaliado a qualidade em 4 (numa escala de 1 a 5 onde 1 é muito mau e 5 muito bom), 37,1% respondeu 5, e 17,1% respondeu 3, não tendo um único inquerido avaliado em 1 ou 2.

Com o objetivo de melhorar e entender o que se poderia alterar para uma maior satisfação dos clientes, foi questionado o que faria o cliente visitar mais vezes a FBP.

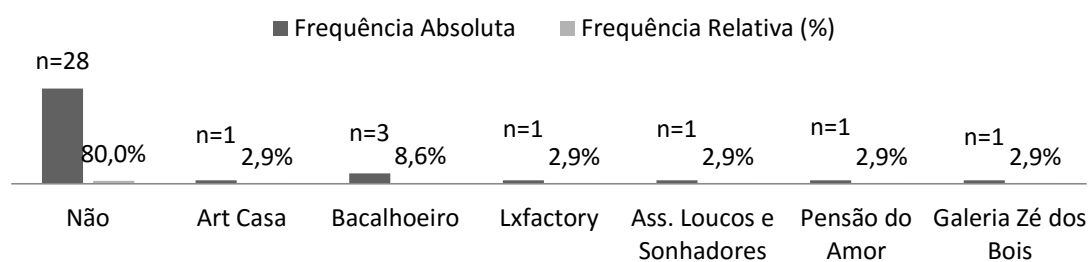
6. O que o faria visitar mais vezes a Fábrica do Braço de Prata?



Os resultados demonstraram-se semelhantes para todas as hipóteses colocadas. Primeiro, 68,6% não escolheu nenhuma das opções apresentadas nem ofereceram uma solução nova. 31,4% respondeu que uma maior facilidade com os transportes seria uma mais valia para os levarem mais vezes à FBP, enquanto 25,7% respondeu diminuição de preços e maior oferta de serviços. O valor relativo a uma maior oferta de serviços foi inesperado, colocando a questão se a comunicação de eventos está a ser efetiva visto que a FBP já oferece uma grandíssima variação de eventos.

Por último, os inqueridos foram interrogados acerca de espaços semelhantes ao da FBP para um melhor entendimento da concorrência no mesmo sector, bem como para a formalização de uma imagem mais nítida acerca de como veem a FBP.

7. Frequenta um espaço de configuração semelhante em Lisboa?



Uma esmagadora maioria de 80% respondeu que não frequenta um espaço de configuração semelhante. Os outros 20% que responderam que sim deram como resposta o Bacalhoeiro (8,6%), a LXfactory (2,9%) a Art Casa (2,9%), a Associação Loucos & Sonhadores (2,9%), a Pensão do Amor (2,9%) e a Galeria Zé dos Bois (2,9%).