

A Cidade Hospitaleira by Charles Leadbeater

Guimarães, Open City Project

Mai 2012

Estamos no nosso melhor e talvez no nosso pior nas cidades.

As cidades são onde a criatividade e a cultura florescem. Elas são o lar de muitas das nossas orgulhosas realizações – grandiosas bibliotecas e hospitais, escolas e parques, arte e cultura. As cidades são sinónimo de civilização, governança cívica e progresso. A diversidade, a azáfama e o comércio da vida cívica fazem as cidades dinâmicas, surpreendentes e emocionantes.

Mas as cidades são, discutivelmente, onde estamos também no nosso pior. É nas cidades que enfrentamos os nossos maiores desafios - desigualdade, pobreza, crime, violência, degradação ambiental, exploração, corrupção. Todos estes prosperam nas cidades, tanto quanto o ensino e a cultura. Em muitas cidades modernas, o bom e o mau vivem lado a lado, como vizinhos. As cidades incentivam a inovação em massa à medida que as pessoas aprendem novos hábitos umas com as outras, observando o que seus concidadãos estão a fazer. Tudo se propaga mais rápido nas cidades: moda, ideias, doenças.

Em parte como resultado as cidades estão delicadamente em equilíbrio.

Uma cidade que seja genuinamente viva nunca está estática, deverá estar sempre a planear escapar aos planeadores. A maioria das cidades está equilibrada entre um rápido crescimento que alarga o tecido social, aumenta os preços dos imóveis e ameaçam oprimir velhas infraestruturas para o transporte e negócio – e um ciclo de declínio em que pessoas, empresas e empregos retiram-se, desencadeando uma espiral de declínio de desinvestimento económico e social que é difícil deter. Manter uma cidade em balanço é virtualmente impossível sem que ambos os ciclos de crescimento e declínio funcionem em simultâneo. As cidades precisam de criatividade tanto quando estão “a crescer” para conduzir e lidar com o crescimento, e quando estão a decair, para deter e inverter o declínio. As cidades podem exercer ambos, como New York demonstrou ao longo das últimas três décadas. Mas isso requer determinação, inventividade e resiliência para uma

cidade navegar a sua saída da espiral de declínio. Acima de tudo, talvez, é necessário que a cidade seja aberta da maneira certa para atrair ideias do exterior e extrair de dentro de si novas fontes de energia. Dito de outra forma: um dos motivos pelo declínio das cidades é que os seus líderes - cívico, empresarial, social, artístico - tornam-se fechados e introspetivos. Quanto menos eles se interessarem pelo mundo exterior, menos interessante a cidade será. Quanto menos eles têm para oferecer a visitantes como locais de interesse, menos investimentos novos e visitas atraem.

O desafio para uma cidade como Guimarães, que procura uma resposta criativa para o declínio das indústrias tradicionais, e o desafio para a sua identidade que provem disso, é navegar através destes dilemas. Guimarães não está sozinho. Uma série de cidades pelo mundo estão a lutar para chegar a termos com a perda das suas identidades industriais: para um exemplo extremo olhemos para o colapso de Detroit a partir de dentro. Muitas destas antigas cidades industriais – um bom exemplo é a Providence Rhode Island – são como Guimarães: de tamanho modesto. Não estão desconectados dos fluxos internacionais de comércio e ideias, mas não são centrais para os mesmos. Eles têm orgulhosos legados e bens históricos, que são pontos fortes. Mas também se debatem para encontrar uma maneira de trazer a cidade inteira para o futuro.

No âmago desse desafio está como a cidade irá ligar duas abordagens diferentes de criatividade na vida cidadina. Guimarães deverá estar aberto em relação ao que o futuro poderá ser e assim a que tipo de criatividade necessita.

A primeira abordagem é que a criatividade está envolvida com a cultura e as artes, conhecimento e aprendizagem. As cidades sempre foram centros de aprendizagem, o primeiro lar para bibliotecas e universidades, museus e galerias, arte e escultura, música e escrita. As cidades fornecem alguns dos ingredientes essenciais para a criatividade cultural: diversidade, densidade e proximidade. Cidades grandes têm economias de escala – o público - para apoiar teatros, salas de concertos, galerias.

Esta história da cidade como um lugar de cultura e aprendizagem assumiu uma nova vida na última década com o relato de Richard Florida's¹ sobre o papel da "classe criativa" na renovação da cidade. O argumento de Florida era que a presença de uma próspera "classe criativa" – artistas, designers, imprensa popular - era o melhor sinal para outros profissionais do conhecimento que a cidade era vibrante, aberta e tolerante. Uma cidade com um próspero setor criativo e cultural, iria então, atrair outros empregos intelectuais de alta qualidade e desencadear uma espiral de crescimento económico e social. O caminho para a salvação económica de uma cidade estende-se através dos arredores culturais de galerias, clubes, restaurantes e estúdios. As cidades estão cada vez mais a gerir como as pessoas se sentem. Gerar um "buzz" sobre uma cidade é um dos principais objetivos dos seus líderes.

Este é um poderoso mas reduzido relato do que significa para uma cidade ser criativa: a criatividade é limitada a um grupo restrito, que trabalha em áreas específicas da cidade, e a sua criatividade é aplicada principalmente a uma reduzida extensão cultural e áreas de negócios intensivos em conhecimento. No entanto, esta classe criativa central pode ter um enorme efeito multiplicador no ambiente e deste modo na economia da cidade. A cultura projeta a reputação de uma cidade internacionalmente. Ela ajuda a trazer ideias e talentos externos para adicionar à mistura já disponível na cidade. Através do seu papel como Capital Europeia da Cultura em 2012 Guimarães² tem uma excelente oportunidade para levar adiante tal abordagem.

A receita de abordagem "reduzida" para a cidade criativa é bem conhecida: investimento em instituições culturais; renovação do centro histórico da cidade; Bairros boémios culturais, como base para a maior recuperação económica de uma cidade que trará investimento em novas lojas e espaços de lazer, apartamentos e empregos na área do conhecimento, restaurantes e clubes. A cidade moderna é onde vamos ter experiências não para produzir bens.

Guimarães já tem uma impressionante crescente coleção de novas instituições culturais: o centro Cultural Vila Flor, o Centro para os Assuntos da Arte e Arquitectura (CAAA), o

¹ Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, updated and revised edition, Basic Books, 2012.

² <http://www.guimaraes2012.pt/>

Instituto de Design. Os muitos e grandes antigos edifícios industriais no núcleo da cidade oferecem enormes oportunidades para novas atividades culturais, de lazer e de retalho, numa cidade que se sente íntima e sincera. No entanto, cidades que procuram esta estratégia enfrentam enormes desafios, particularmente em ligar os subúrbios ao centro da cidade e em coligar pessoas exteriores à "classe criativa" para os empregos que estes ajudam a criar na economia de serviços.

É por isso que cidades que aspiram verdadeiramente ser criativas, precisam de combinar a criatividade cultural com uma agenda mais ampla para a criatividade social. Cidades verdadeiramente criativas são tão criativas sobre o transporte, habitação, energia, resíduos como são sobre a cultura e as artes.

A densidade e escala das cidades representam desafios significativos de inovação, para criar habitações, transportes, saúde, serviços públicos, saneamento básico, educação em quantidades massiva. É por isso que as cidades criaram instituições comuns - bibliotecas, serviços de incêndio, mapas, parques, sistemas postais. As cidades requerem criatividade social e política contínua para abordar os problemas que surgem à medida que crescem, se modificam e declinam.

Esses desafios irão apenas tornar se mais intensos com a migração para as cidades em crescimento e longe daquelas em declínio; as exigências muito diferentes de uma população em envelhecimento e dos jovens solteiros na mesma cidade; mudança nos padrões de emprego e vida familiar; a necessidade de mudar para mais formas ambientalmente sustentáveis de energia e transportes; os extremos em desigualdade que são cada vez mais uma parte da vida citadina no mundo desenvolvido e em desenvolvimento.

Estes desafios sociais têm sido tradicionalmente tarefas para especialistas - planeadores urbanos, arquitetos e engenheiros - para re-imaginar a cidade de cima. Famosamente isto deu origem à visão moderna da cidade como uma máquina, uma gelosia de estradas, fábricas e blocos de apartamentos altos. O fracasso de muitos destes esquemas, para planeamento de resolução de problema, nas cidades significa que há uma ênfase crescente em muitas cidades em mais soluções de baixo para cima, que requerem mais distribuição da

criatividade social, que frequentemente envolve uma combinação de investimento de cima para baixo em novas infraestruturas - por exemplo, para o transporte, energia, ou resíduos - juntamente com mudanças de comportamento de massa - usando a eletricidade, transporte em massa, a reciclagem doméstica. As cidades criativas são demasiado grandes, abertas e rebeldes para serem reguladas em detalhe, de cima a baixo por um estado ou peritos. Eles têm que incentivar o autocontrolo coletivo e voluntário. Uma cidade que pudesse ser planeada a partir do centro estaria também ela morta. Existem abundantes exemplos de cidades no mundo que são movimentadas e ricas em infraestruturas e ainda assim mortas, social e criativamente, precisamente porque elas concedem pouco ou nenhum espaço para que as pessoas se reúnam de forma não programada. Cidades bem-sucedidas permitem muito espaço para mutação adaptativa, incentivando os seus cidadãos a investir as suas ideias nos espaços em que habitam. Um bom exemplo é a forma como a cidade de Portland, Oregon, permitiu que os bairros criassem o seu próprio mobiliário urbano nos cruzamentos, um projeto que começou uma tradição de inovação local no espaço público. Portland acabou de publicar um novo plano da cidade, desenvolvido através da consulta de uma vasta extensão de cidadãos locais. As receitas para gerar essa criatividade social "alargada" nas cidades são muito menos claras do que a procura da renovação urbana através do investimento cultural. Eles não ganham prémios e atraem grandes arquitetos. No entanto, a longo prazo, eles poderão ser tão importante para o que faz uma cidade criativa e habitável.

Embora essas abordagens para fazer uma cidade criativa sejam diferentes, estas devem ser complementares e sobrepostas. Ambas abordagens dependem da abertura da cidade para atrair pessoas, para desafiar o convencional, trazer novas ideias e investir nova energia.

Uma constante na magistral pesquisa das *Cities and Civilisation*³ de Peter Hall é o papel crucial que as pessoas externas tiveram muitas vezes imigrantes – desafiando a ortodoxia, trazendo novas ideias, fazendo novas ligações e proporcionando novas receitas para comida, resolvendo problemas sociais e culturais em cidades. Cidades de sucesso têm de estar ligadas aos fluxos internacionais de pessoas, recursos e ideias. Artes e cultura são uma forma de atrair essas pessoas para uma cidade. O desafio é, então, se a cidade é realmente aberta

³ Peter Hall, *Cities in Civilisation*, Pantheon Books, 1998

à integração de novas pessoas e ideias, levando-as a sério. Isso significa mais do que ter boas ligações de transportes. Isso significa tornar a cidade acolhedora.

Como John McKnight e Peter Brock colocam no *The Abundant Community*⁴, no seu argumento sobre a base para o desenvolvimento da comunidade em cidades, comunidades bem-sucedidas devem aproveitar os seus próprios recursos, em vez de se concentrarem nas lacunas; elas devem ser associativas possibilitando que as pessoas se reúnam de muitas maneiras; mais importante neste contexto, as cidades devem ser hospitaleiras, elas devem realmente acolher os visitantes. Se a hospitalidade fosse a qualidade principal de Guimarães, isso significaria um povo acolhedor, fazendo com que se sintam em casa, num espaço onde possam ser eles mesmos. A hospitalidade é esmagadora quando isso significa forçar oportunidades a pessoas que não os querem. A hospitalidade é edificante quando é atenta, cortês e dá às pessoas espaço para serem elas próprias com as outras pessoas, fazendo-as libertarem-se. Um bom anfitrião permite que o seu convidado faça uma contribuição, para que este se sinta em casa.

Os edifícios são quase inteiramente irrelevantes para este processo. O que realmente importa é o conteúdo das redes sociais de uma cidade e quão elas são abertas a novas pessoas e ideias. Uma cidade pode ser aberta no sentido de que é fácil de alcançar, tem lugares atraentes para ficar e comer, exposições interessantes e entretenimentos para ver, e ainda assim permanecer fechada e separada culturalmente e socialmente.

As histórias divergentes de Allentown, Pennsylvania and Youngstown⁵, Ohio, ambas as cidades de aço que entraram em rápido declínio na década de oitenta revelam que a estrutura social das cidades, como o poder é compartilhado e conectado, importa massivamente para como as cidades reagem a choques e desafios. Ou dito de outra forma as suas histórias revelam como a hospitalidade é importante para cidades de sucesso.

⁴ John McKnight and Peter Brock, *The Abundant Community:Awakening the Power of Families and Neighborhoods*, Berrett-Koehler, 2012

⁵ Sean Safford, *Why the Garden Club couldn't save Youngstown. Civic infrastructure and mobilization in economic crises*, March 2004

A introspeção de Youngstown, a restrita e conservadora rede social converge em torno do velho estabelecimento comercial que reúne no seu clube tradicional, o Garden Club. Youngstown era forte no tipo errado de capital social: todos os que eram alguém conheciam-se uns aos outros. Quando a recessão atingiu a velha guarda reuniam-se em torno uns dos outros, protegendo a sua posição, mas falhando em não oferecer uma liderança para a cidade como um todo. Como resultado Youngstown encontrou dificuldades para mobilizar novas ideias e recursos para responder à selvagem contração no fabrico tradicional. O Garden Club com todo o seu prestígio não podia salvar Youngstown. O Garden Club era inóspito.

Em contraste Allenstown tem redes sociais e empresariais muito mais diversas. Eles foram flexíveis e uniram-se em torno de uma agenda cívica comum para a renovação. A instituição social mais importante em Allenstown foram os escuteiros, que são uma amostra representativa de toda a cidade, tanto geograficamente como em termos de classe. Os pais que se conheciam porque os filhos estavam nos escuteiros eram mais propensos a colaborar quando havia discórdias em reuniões. Apenas a elite podia entrar no clube Garden. Os escuteiros estavam abertos a todos os pais, de todas as origens. Os escuteiros eram hospitaleiros e toda a Allenstown também.

As redes sociais de Allenstown eram mais ligadas para o exterior e acolhedoras para pessoas externas do que aquelas em Youngstown. Como resultado Allenstown atraiu novos negócios e talentos, que trouxe consigo novas ideias, ligações e capital. Novas empresas chegaram a Youngstown também, mas foram mantidas à distância, separadas das redes comerciais locais. Em Allenstown pelo contrário novas empresas foram bem recebidas e rapidamente integradas em redes de negócios existentes: Allenstown não era apenas formalmente aberta, era hospitaleira.

As instituições tiveram um papel importante na renovação de Allenstown, particularmente a universidade local, Lee High, que orquestrou a parceria Lee High Valley para articular e compartilhar uma agenda clara para a renovação económica na qual organizações locais - o concelho, empresas, sindicatos, igrejas, grupos cívicos, participavam. Allenstown estava

aberta a todos os setores da cidade que desempenhavam um papel importante na renovação e essa filosofia foi exportada para o mundo exterior.

Duas décadas mais tarde Allenstown ainda está em crescimento. Em Youngstown os líderes locais da cidade tornaram-se introspetivos e sectarianos. Eles começaram a lutar entre si. Eles estavam fechados para novas pessoas e ideias. Como resultado Youngstown sucumbiu numa espiral de declínio de que ainda luta para escapar.

As diferenças em experiências das duas cidades não proveio dos edifícios que tinham, mas no caráter das suas redes sociais de negócios e líderes cívicos e crucialmente, como atraíram pessoas externas com ideias e capital. Youngstown tem uma rede densamente conectada de líderes empresariais e cívicos que estavam fechados para visões de fora e de dentro. Este grupo, eventualmente, caiu e colapsou sobre si mesmo. As partes mais pobres da cidade tornaram-se num paraíso para o crime organizado.

Os dirigentes cívicos de Allenstown eram um grupo muito mais diversificado desde o início, que se estende através de classe social, política e religiosa. Este grupo diverso conseguiu criar uma agenda comum de crescimento. Crucialmente, acolhiam os recém-chegados, particularmente pessoas empreendedoras, que foram rapidamente integradas em redes já estabelecidas.

Allenstown era hospitaleira; Youngstown era hostil. Allenstown foi bem-sucedida; Youngstown desabou.

As cidades criativas precisam de proporcionar muitos lugares onde as pessoas possam participar nessas conversas criativas - em anfiteatros de debate do concelho, seminários universitários, cafés, grupos comunitários e praças. Cidades de sucesso - Portland Oregon, Curitiba, no Brasil, Barcelona, na Catalunha - tem muitos espaços distribuídos, para a criatividade cívica. A criatividade cívica é estimulada por um sentimento de orgulho, pertença e apego a uma cidade. Eles são lugares hospitaleiros, onde a associação é fácil. Pessoas externas não podem simplesmente chegar com soluções prontas. Eles têm de ser sensíveis ao contexto, as suas ideias serem puxadas e adaptadas por pessoas internas. Isso

requer maneiras inteligentes de combinar, ligar e misturar ideias, de fora e de dentro. Pessoas externas inteligentes e atenciosas têm que conceder as suas ideias da forma mais útil para a cidade. A maioria da criatividade é altamente dialógica, envolve debater ideias para trás e para frente. Não podem ser entregues da forma que a DHL entrega um pacote. Ser hospitaleira não significa permitir que peritos entrem na cidade com soluções já prontas. Uma cidade bem-sucedida deve ser aberta, curiosa, interessada em aprender, mas com um senso de confiança na sua própria identidade, história e propósito. Ser aberto não fará uma cidade criativa, se isso só significar escolher e misturar as ideias e políticas de outras cidades. As pessoas que são hospitaleiras são orgulhosas da sua cidade, querem acolher pessoas nela.

Se ser aberta e hospitaleira forem os valores orientadores para uma cidade abordar o seu futuro, há quatro perguntas que ela necessita de fazer a si própria.

Primeiro, **a quem** e com quem é a cidade aberta e hospitaleira? É a cidade seletivamente aberta ou aberta a todos?

Segundo, **como** é feita a hospitalidade aparente e real? É apenas uma questão das pessoas serem capazes de a visitar, atraídos pela cultura em oferta? Estar aberto é uma forma de atrair novas colaborações, mas depois o que importa é como as pessoas colaboram, uma vez que entram em contacto. Há uma diferença entre ser aberto e ser acolhedor. O último é o verdadeiro desafio.

Em terceiro lugar, o que é que a cidade quer abrir: espaço público; o conhecimento; a forma como o concelho local funciona; o uso futuro dos edifícios?

Em quarto lugar, porque é que ser aberta e acolhedora fazem da cidade atraente para pessoas com talento e energia que a irão impulsionar para a frente? Quais as oportunidades que as pessoas irão ver na cidade que não veriam em outro lugar? É um equilíbrio delicado. Uma cidade bem-sucedida necessita de se sentir confiante de si mesmo: de onde vem e quais são seus valores. Ainda assim precisa estar aberta à ideia - a necessidade - de que a sua história está inacabada, que as pessoas podem tomar novas e imprevistas direções. A

verdadeira hospitalidade não é apenas acolher as pessoas na primeira noite, mas gostar que elas voltem e fiquem, integrando-se na cidade, dando o seu próprio contributo e tornando o local um pouco mais seu.

As cidades são berços para a inovação, porque são onde a cultura, conhecimento e auto governo se reúnem. É assim que os estreitos e largos circuitos da criatividade se ligam para que a criatividade na cultura possa alimentar a inovação social e pública. As cidades são experiências de como conviver criativamente. Para ser bem-sucedidas as cidades precisam de demonstrar que estão abertas a essa pergunta - Como devemos viver juntos, uns com os outros - e para pessoas que querem inventar novas respostas para isso. Muitas cidades em todo o mundo querem ser espertas, criativas, e estar ligadas.

A oportunidade de Guimarães tem é ser diferente: ser não apenas a cidade aberta, mas a cidade hospitaleira.

Charles Leadbeater é um escritor em inovação e criatividade. O seu livro: Inovação em massa não produção em massa, é publicado pela Profile. (Veja www.charlesleadbeater.net)

Este artigo (A cidade hospitaleira por Charles Leadbeater) foi encomendado pela Watershed como parte da Cidade Aberta, um projeto integrado no Programa Cidade (City) para Guimarães, Portugal Capital Europeia da Cultura em 2012.

Como parte da vertente Cidade Aberta, Watershed tem a curadoria de [artistic interventions](#) uma série de intervenções artísticas bem como [think pieces](#) que irão explorar o conceito de abertura em relação ao desenvolvimento da cidade. Cidade Aberta oferece a Guimarães a oportunidade de estabelecer um papel de liderança para o desenvolvimento da cidade aberta. É um programa de intercâmbio de conhecimento que vai ajudar a redesenhar abordagens para a construção da cidade e mudar métodos de planeamento, prestação de serviços e envolver as comunidades.

www.watershed.co.uk/opencity

