

«SE VOGLIAMO CHE TUTTO RIMANGA COME È, BISOGNA CHE TUTTO CAMBI»*? INSTITUIÇÕES, INOVAÇÃO E PLASTICIDADE DOS LUGARES

Eduardo Brito Henriques (eduardo.b.h@fl.ul.pt)**

Isabel André (isabel.andre@netcabo.pt)**

Mário Vale (mario.vale@netcabo.pt)**

Introdução

É difícil pensar hoje em estratégias de competitividade dos lugares sem considerar a inovação como um factor crítico e crucial desses processos. Depois de alguma reflexão sobre o significado e as tipologias da inovação, interessa-nos sobretudo discutir neste ensaio como é que os lugares promovem ou dificultam a inovação. Para avançar nesta discussão introduzimos o conceito de plasticidade do meio - um atributo que conjuga a flexibilidade necessária à mudança/transformação com a organização indispensável à manutenção da coerência. Defendemos que para haver inovação e difusão é preciso haver plasticidade, ou seja, tratar-se de um lugar (um bairro, uma cidade, uma região, ...) suficientemente flexível (e permissivo) para promover a mudança e suficientemente organizado para manter a sua coerência e identidade. Como é que se produzem níveis de plasticidade ideais, ou pelo menos suficientes, para fazer de um lugar um meio inovador/criativo?

De um modo geral, pode admitir-se que a mudança se confronta sempre com a ordem estabelecida. No caso da criação artística e da inovação cultural esta situação é particularmente nítida, a afirmação da resistência face à hegemonia. Mas a resistência e a hegemonia parecem, de algum modo, entrecruzar-se também nos outros tipos de inovação.

1. O estudo da inovação em Geografia: dos tecnopólos às cidades criativas

Os primeiros estudos sobre a inovação em Geografia foram realizados pelo geógrafo sueco Torsten Hägerstrand e os seus colegas na Universidade de Lund nos anos 50¹. Procurava-se então explicar como é que uma determinada inovação se difundia no espaço e de que forma as estruturas geográficas influenciavam o processo de difusão ao longo do tempo. Em sintonia com a revolução quantitativa em Geografia, muitos destes trabalhos precursores sobre a inovação tinham como objectivo a aplicação de métodos estatísticos e matemáticos

* - “Se queremos que tudo fique como está, é preciso que tudo mude”, diz Tancredi a Dom Fabrizio, príncipe de Salina, a propósito da situação histórica e política da Sicília em 1869. O Leopardo, Giuseppe Tomasi de Lampedusa, 1957. Adaptado ao cinema por Luchino Visconti, 1963.

** - Projecto Links (apoiado por FCT-POCTI), Centro de estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.

1 Na verdade, a tese de doutoramento de Hägerstrand realizada em 1953 seria traduzida para inglês em 1967, por A. Pred, data a partir da qual o seu trabalho se divulga de forma mais ampla, sobretudo nos Estados Unidos da América, onde as suas ideias foram aplicadas em inúmeros estudos.

ao estudo do impacto da distância, incluindo a construção de modelos de previsão da difusão espacial através da chamada “simulação de Monte Carlo”² (Holt-Jensen, 1988).

É num quadro radicalmente diferente – o da geografia económica - que emerge, nos anos 80, uma nova linha de investigação sobre a inovação em Geografia. As preocupações são sobretudo com a inovação tecnológica, as empresas inovadoras e os territórios da inovação. Surgem, assim, alguns estudos que se debruçam sobre os espaços de inovação planeados, que podemos encontrar hoje em diversas periferias das metrópoles mais dinâmicas no mundo. São espaços bem demarcados na paisagem urbana, que se caracterizam por “...a series of low, discreet buildings, usually displaying a certain air of quiet good taste, and a set amidst impeccable landscaping in that standard real-estate cliché, a campus-like atmosphere” (Castells & Hall, 1994: 1) e sugestivamente partilham determinadas designações, invariavelmente “tecnologia”, “ciência”, “parque”, “polis”, “euro”,... Na língua francesa, optou-se por designar estes espaços como “tecnopólos”, podendo defini-los como espaços planeados para a instalação de actividades inovadoras, não passando a maioria de operações imobiliárias, ainda que alguns se destaquem como infra-estruturas urbanas para a transferência de tecnologia:

“...under this name we include various deliberate attempts to plan and promote, within one concentrated area, technologically innovative, industrial-related production: technology parks, science cities, technopolises and the like.” (Castells & Hall, 1994: 8).

O estudo dos tecnopólos cedo se revelou muito limitado devido a duas razões principais. Em primeiro lugar, o papel do tecnopólo para a inovação na cidade tem sido exagerado pelos consultores e pelos políticos, parecendo confundir-se a realidade com o voluntarismo. Em segundo, a inovação na cidade não se confina absolutamente aos espaços dos tecnopólos — vejam-se os casos de Silicon Valley, Tóquio, Baviera,... (Castells & Hall, 1994).

São muito mais estimulantes e válidos os estudos sobre os espaços inovadores de génese espontânea ao nível regional/local ou eventualmente em áreas urbanas. Partindo da evidência de que a geografia da inovação é bastante selectiva – ilhas de inovação – duas formas de proximidade espacial têm sido consideradas centrais para compreender o desenvolvimento destes territórios inovadores (Amin & Cohendet, 2004). A primeira, apoiada nos estudos de economia industrial/geografia económica sobre sistemas locais de inovação, relaciona-se com a aglomeração industrial e a proximidade espacial entre empresas; a segunda, assentando na influência crescente das abordagens *schumpeteriana*, institucional e evolucionária na economia, é a da imbricação das empresas nos sistemas nacionais de inovação. Em seguida, expomos resumidamente os contributos fundamentais das diferentes

² A “simulação de Monte Carlo” baseia-se no uso de amostras aleatórias de uma distribuição de probabilidades de forma a construir um modelo *estocástico* do processo de difusão. (cf. Abler, Adams e Gould, 1972).

perspectivas, partindo de um trabalho realizado anteriormente (Vale, 1999), que agora se actualiza e discute na óptica do estudo da inovação em geografia.

Os principais modelos territoriais que se filiam nos estudos teóricos sobre a aglomeração industrial e a proximidade entre empresas são os seguintes: «distrito industrial», «novos espaços industriais», «meio inovador» e *clusters*. As quatro perspectivas sobre a aglomeração industrial não discutem directamente as questões da inovação, à excepção da perspectiva dos «meios inovadores», desenvolvida pelo GREMI (*Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs*). Todavia, apresentam como aspecto comum a relevância do contexto para explicar o desenvolvimento económico, introduzindo na equação outras variáveis de cariz social, cultural e institucional.

Os contributos teóricos dos «novos espaços industriais» e dos *clusters* ganharam grande relevância no estudo da inovação pela facilidade de aplicação dos conceitos a diferentes contextos territoriais. A aglomeração de empresas permite não só reduzir os custos de transporte (perspectiva económica) mas também os custos de transacção (perspectiva sócio-económica). Estas são, segundo a Escola Californiana de Geografia Económica, cuja obra principal se deve a Storper (1988), as principais vantagens dos «novos espaços industriais», ou seja, espaços industriais de actividades intensivas em tecnologia. Exemplos de «novos espaços industriais» referem-se a regiões de forte crescimento económico e dinamismo de actividades inovadoras, como Silicon Valley nos EUA, Baden-Württemberg na Alemanha ou Cambridge no Reino Unido, assim como ao CBD e extensões suburbanas em cidades como Los Angeles (Peck, 2003).

Os autores desta “escola” associam a dinâmica inovadora à flexibilidade do sistema de produção, que por sua vez assenta na proximidade espacial. O argumento principal começa por salientar a tendência para a desintegração vertical da produção e conseqüente formação de redes de empresas em contextos de proximidade espacial para evitar um aumento dos custos de transporte. À medida que o sistema industrial se desenvolve, verifica-se a tendência para um aumento do número de empresas inovadoras especializadas em fases do processo produtivo, situação que decorre em paralelo com um aprofundamento da divisão social do trabalho e um aumento das formas de interdependência no sistema industrial. As relações inter-empresas envolvem custos para as organizações (custo de transacção), que as organizações procuram reduzir através da formação de redes onde predominam formas de colaboração e de cooperação, incluindo formas de interdependência não mercantil (Storper, 1997). De igual modo, a regulação das aglomerações industriais também depende da organização do mercado de trabalho e das dinâmicas de reprodução social na comunidade (Storper & Scott, 1988).

A inovação não decorre exclusivamente dos limites da empresa na perspectiva teórica dos *clusters*. De certa forma, a análise de *clusters à la Porter* (1995) apresenta semelhanças

com a perspectiva anterior, designadamente por destacar o papel das relações inter-empresas na criação de conhecimento e na aprendizagem colectiva indispensável à inovação no *cluster*. O trabalho recente sobre *clusters* inovadores nas cidades – especialmente nas áreas centrais – é um exemplo concreto da relevância da interacção entre redes de empresas, universidades, laboratórios, organizações culturais...

O trabalho pioneiro de Alfred Marshall (1920) relativo ao «distrito industrial» tem sido retomado para explicar o sucesso de aglomerações industriais de PME inovadoras no Nordeste e Centro de Itália, conhecida como «Terceira Itália» (Bagnasco, 1977). Trata-se, com efeito, de um sistema produtivo local caracterizado por uma forte divisão local do trabalho entre empresas especializadas em diferentes fases do ciclo produtivo. A forte especialização num determinado sector industrial permitiu a consolidação das dinâmicas de desenvolvimento económico local. O predomínio de formas de conhecimento tácito constitui um importante atributo da competitividade territorial do «distrito industrial», podendo entender-se como a experiência e competências disponíveis na envolvente externa às empresas e que podem ser detidos e utilizados independentemente por cada uma delas (Antonelli, 1999 e 2001). Se o conhecimento codificado é acessível em diferentes partes do mundo, através da standardização do conhecimento e da sua transmissão global por via das TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação), o conhecimento tácito é específico a cada território e, neste sentido, a cada comunidade. As relações de confiança e de reciprocidade entre empresas e o envolvimento da comunidade local consideram-se indispensáveis para o seu sucesso (Becattini, 1987). Com efeito, a dimensão social importa para a geração de dinâmicas inovadoras:

“The important conceptual step here is that tacit learning is a form of social learning, which, in turn, is dependent upon particular relational conditions, such as networking and interaction, face-to-face contact, ties of trust and reciprocity, and cultural proximity in localized business networks” (Amin & Cohendet, 2004: 89).

Segundo esta perspectiva, as vantagens competitivas das áreas de forte especialização industrial – como os «distritos industriais» da «Terceira Itália» – ou as regiões *high-tech* – como Silicon Valley – são competitivas devido ao predomínio de formas de conhecimento tácito na criação de novos produtos e serviços, que implicam proximidade espacial entre agentes económicos, mas que em última instância reflectem características sociais específicas destes territórios.

A perspectiva do «meio inovador» apresenta muitas semelhanças com a do «distrito industrial» no que concerne às dinâmicas territoriais da inovação. Também não se considera a empresa como um agente isolado. Na verdade, identificam-se três espaços funcionais para a empresa: produção, mercado e «espaço de suporte». É precisamente a noção de «espaço de suporte» que remete para as redes de organização dos factores, das relações

estratégicas entre empresas, fornecedores e clientes e entre as empresas e outros agentes do meio inovador. Destaca-se o potencial das instituições locais na criação e apoio às empresas inovadoras (Aydalot, 1986). A aprendizagem colectiva permite às empresas sustentar dinâmicas de inovação e adaptar/ corrigir as suas estratégias competitivas. É o «meio» que induz comportamentos inovadores das empresas, reflectindo, deste modo, a importância das dimensões não estritamente económicas na criação de dinâmicas locais de inovação (Camagni, 1991).

As perspectivas recentes do «sistema regional de inovação» (Cooke, 1992; Cooke & Morgan, 1998) e das *learning regions* (Florida, 1995; Morgan, 1997) filiam-se na segunda forma de interpretar os espaços de inovação, que tem origem nos trabalhos sobre a imbricação das empresas no sistema nacional de inovação, refutando a lógica sequencial da inovação patente no modelo linear de inovação. Com efeito, Lundvall (1988) avançou com o conceito de sistema nacional de inovação. As dinâmicas de inovação das empresas são fortemente condicionadas pela "...quality of 'home-base' institutions that act as a collective resource for both technological and non-technological innovation and learning." (Amin & Cohendet, 2004: 87). Um conjunto diversificado de instituições tem sido considerado como indispensável para a constituição de um sistema nacional de inovação: entidades de ciência e tecnologia, educação e formação profissional, associações empresariais, instituições financeiras (capital de risco), instituições (públicas e privadas) de apoio e assistência às empresas e à inovação,.... Naturalmente que se consideram de extrema relevância as orientações de política destas instituições para a indústria, tecnologia, internacionalização, redes empresariais,.... A transposição deste conceito ao nível regional fez-se através do «sistema regional de inovação» e das *learning regions*:

"Other models of territorial innovation lie in the tradition of the systems of innovation: a translation to the regional level of the institutional coordination principles found in sectoral and innovation systems [...] or an evolutionist interpretation of the regional learning economy..." (Moulaert & Nussbaumer, 2005: 46).

Os contributos desta perspectiva têm vindo a ser considerados no desenho da política de inovação em organizações internacionais, tais como a OCDE e a Comissão Europeia. Entre muitos exemplos de sucesso na Europa (Braczyk, Cooke & Heidenreich, 1998), deve sublinhar-se o caso paradigmático do País de Gales. O sucesso do País de Gales na reconversão da sua base económica mereceu a atenção da Comissão Europeia, que apoiou claramente este processo através da RITTS (*Regional Innovation and Technology Transfer Strategy for South Wales*) e do RTP (*Regional Technology Plan*) (Morgan 1997).

Mais recentemente, ganha relevo a ideia de que a cultura ou as actividades criativas podem desempenhar um papel importante na regeneração económica das cidades, permitindo o

desenvolvimento de actividades inovadoras. Estas actividades são indispensáveis à criação de uma nova imagem urbana, que por sua vez é essencial para atrair o capital e os quadros profissionais mais qualificados para o desenvolvimento das actividades da economia do conhecimento (Hall, 2000). A cultura e a criatividade tornam-se instrumentais para a competitividade urbana:

“...a clear competitiveness strategy is required. If someone is free to choose, in the end it is the most attractive city that will win. [...] Cities can hope to distinguish themselves from others only by finding creative solutions and in this way hope to beat their rivals. In other words, today’s fierce inter-city competition for knowledge and innovation requires from those involved that they become ‘creative cities’...” (Hospers, 2003, p. 146).

Esta perspectiva das «cidades criativas» influencia a política de desenvolvimento económico das principais metrópoles europeias e norte-americanas, constituindo bons exemplos os casos de política de criatividade urbana de Austin (USA’s Live-Music Capital) e de Barcelona (City of Knowledge) (Hospers, 2003, p. 146).

Esta síntese sobre a evolução do estudo da inovação em Geografia merece-nos um comentário final acerca da relevância da inovação para o desenvolvimento e bem-estar da população. Sem dúvida que estes modelos apresentados são mais adequados do que a visão económica neoclássica da inovação e crescimento, por reconhecerem o papel das instituições e dos processos de aprendizagem colectiva (social) nas dinâmicas da inovação e do desenvolvimento territorial. Todavia, é pertinente a crítica de Moulaert e Nussbaumer (2005: 47) quando afirmam que estes modelos “...reflect a certain view of economic development: innovation and learning will improve the market-economic performance of a region or a locality, and therefore will contribute to the achievement of other goals of development” [nosso sublinhado]. Na verdade, os autores salientam que as instituições são consideradas cruciais para a inovação e para o desenvolvimento territorial nestes modelos, mas nunca se faz referência à necessidade de melhorar as dimensões não mercantis das economias territoriais, excepto se contribuírem directamente para a competitividade territorial. O que está em causa não será apenas mudar para que tudo (a ordem social, os sistemas culturais, ...) fique como está? A ideia de que a cultura é também um factor crítico do desenvolvimento talvez não permita que tudo fique como está.

2. Em busca da essência do lugar criativo: o conceito de plasticidade do lugar

Se atendermos ao que na literatura tem sido apontado como factor crítico para que um dado território se possa afirmar com sucesso na nova ‘sociedade do conhecimento’, verificamos que a tendência é considerar três grandes conjuntos de variáveis:

- i) os recursos humanos, em particular a existência de mão-de-obra altamente instruída/qualificada ou detentora de elevados níveis de capital social e cultural;
- ii) aspectos que têm a ver com as características físicas dos territórios, onde avultam o grau e o tipo de dotação em infra-estruturas e equipamentos, mas onde também muitas vezes se consideram as 'amenidades ambientais';
- iii) e, finalmente, alusões às características da 'cultura' local e às formas de governança que se encontram nesses territórios.

Percebe-se a atenção que é dada aos recursos humanos. A capacidade de um dado território se impor num quadro altamente competitivo como o actual, onde a importância do conhecimento e a necessidade de inovar são talvez mais prementes que nunca, depende do capital humano. Cientistas e engenheiros são fundamentais, mas não são os únicos que contam. A passagem de uma perspectiva do desenvolvimento centrada só ou quase só na inovação tecnológica para uma outra, mais aberta e integradora, que inclui e reconhece a importância da inovação social e artística, levou a que também o trabalho criativo passasse a ser tido como um elemento pertinente. Os estudos de S. Zukin (1995) e A. Scott (1996, 1997) sobre a cultura na economia urbana tiveram a grande virtude de mostrar como o emprego nas ditas 'indústrias culturais' é importante para as cidades (ou, pelo menos, para algumas cidades...), e como em torno destas actividades se podem estruturar novas especializações económicas competitivas e de sucesso. Já mais recentemente, outros trabalhos vieram mostrar que há afinal muito mais interações do que à primeira vista se julgaria entre o emprego criativo, a inovação tecnológica e o crescimento económico. O trabalho já famoso de R. Florida (2002) sobre a 'classe criativa' e o seu papel na fase actual do capitalismo representa um marco neste percurso teórico. A gentrificação de certas áreas urbanas marginais, nomeadamente nas grandes metrópoles, é um fenómeno que, de resto, à sua maneira, revela bem como a gente que hoje joga o papel decisivo na economia — os engenheiros, gestores e outros profissionais detentores de elevados níveis de capital cultural e económico — procura 'respirar o ar' dos artistas, perseguindo-os nas suas estratégias residenciais (Ley, 2003). Outros autores, considerando que a criatividade é um processo social ou colectivo, que depende não apenas das qualidades pessoais dos indivíduos mas também das relações que estes estabelecem entre si (trocas de experiências, informação, etc.) e dos estímulos que uns exercem sobre outros, sublinham as vantagens dessa mistura de gente com formações e sensibilidades variadas e predisposições para diferentes formas de inovação, defendendo que com isso se geram externalidades tecnológicas que contribuem para o sucesso das empresas, e nomeadamente das que operam na 'nova economia' (v., p.ex., Hutton, 2004); é aliás a isso ainda que se refere P. Hall (2000: 647) quando fala das vantagens do 'casamento entre a arte e a tecnologia'.

As diferenças no tipo e grau de dotação em infra-estruturas e equipamentos explicam em parte porque nem todos os locais possuem capital humano na mesma quantidade e com a mesma qualidade, nem igual capacidade para atrair investimento. Por isso estes factores são frequentemente invocados entre as razões do sucesso dos territórios. Haver universidades, laboratórios e centros de investigação, assim como modernas redes de transporte e de comunicação (nomeadamente, digital), dentro da região e desta para o exterior, conta-se entre as condições apontadas como cruciais para a afirmação dos territórios nesta nova fase do ‘capitalismo intensivo em conhecimento’ (Florida, 1995). Mas também uma oferta de equipamentos culturais e de uma vida artística intensa e variada são — como já dissemos — cada vez mais considerados como variáveis pertinentes, nomeadamente devido ao seu efeito de atracção sobre os segmentos muito qualificados do emprego — aqueles que negociam com o empregador o seu salário e para quem o espectáculo de Pina Baush, a exposição de Mondrian ou a estreia de Kusturica são bens essenciais:

“If the quality of the cultural life in a region contributes to promote the name or to improve the image of the urban area in the outside world so that the attention of potential investors is attracted. Related to this consideration is the established fact that the level, quality and diversity of artistic and other cultural activities prevalent in a region have become an important factor in the locational decision making of enterprises that depend on the availability of high-quality labor. The reason is, of course, that qualified personnel, when choosing their residential location, expect a sufficient supply of interesting educational, cultural, and recreational opportunities for themselves and their families” (Dziembowska-Kowalska & Funck, 2000: 5).

É na mesma linha de raciocínio que surgem depois as referências a outras variáveis que classificámos como ‘amenidades ambientais’, e entre as quais se contam as condições climáticas (os tão falados *sunbelts*), a qualidade da paisagem, a segurança, facilidades ao nível do entretenimento, restaurantes e lojas de cadeias internacionais, monumentos, etc., etc.. O argumento é o de que também isto contribui favoravelmente para a fixação dos segmentos altamente qualificados do emprego e das funções de maior prestígio. Por esse motivo, ou nessa convicção, multiplicam-se à volta do mundo os grandes projectos de regeneração urbana destinados a aumentar a competitividade das cidades (ainda que às vezes com pesados custos sociais) e a difundir uma imagem de vibrante criatividade. O Guggenheim de Bilbao aparece num contexto como este.

Tudo quanto se referiu é, porém, pouco ou insuficiente para explicar a natureza dos lugares criativos. Considerar que “an attractive, culturally diverse environment, advanced R&D and educational facilities, a flexible and creative workforce, improving accessibility to the outside world, and a dynamic vision of the future” resumem a “unique combination of characteristics” das “creative urban agglomerations [...] around the world” (Batten, 1995: 324) não basta.

Quantos lugares não possuem vários destes atributos e nem por isso constituem locais especialmente criativos, isto é, onde a criatividade tende a ser estimulada e as inovações rapidamente difundidas. Haverá, portanto, como se depreende, algo de mais etéreo, e ao mesmo tempo mais profundo, a fazer a diferença. Será talvez aquilo a que A. Scott (1999) se refere quando, embora sem explicar bem como actua ou sequer o que é, fala do papel catalizador do lugar sobre a criatividade...

Na caracterização dessa 'natureza' particular que parece tornar certos lugares mais criativos que outros, a heterogeneidade ou diversidade, traduzida numa grande mistura social e de actividades económicas, é um aspecto frequentemente referido (v., p. ex., Hutton, 2004; Yusuf & Nabeshima, 2005). Contrariamente ao 'distrito industrial', que tinha na aglomeração de empresas e trabalhadores com perfis de especialização e competências semelhantes a sua grande vantagem, o lugar criativo parece depender mais das trocas de experiência e dos estímulos cruzados ou reacções que se geram entre gente e empresas possuidoras de conhecimentos e competências diferentes, e que não raro protagonizam também interesses e pontos de vista contrários. Elevados níveis de abertura ao exterior parecem ser para isso fundamentais. P. Hall (2000), procurando na história as grandes regularidades que fizeram as cidades criativas do passado (Atenas, Veneza, Viena, etc.), vai ao encontro desta ideia, sublinhando como condições sempre presentes o cosmopolitismo e a tensão entre gente diferente:

"The creative cities were nearly all cosmopolitan; they drew talent from the far-corners of the empires they controlled, often far-flung. Probably, no city has ever been creative without this kind of continued renewal of the creative bloodstream"; ao mesmo tempo, porém, "A creative city will [...] be a place where outsiders can enter and feel a certain state of ambiguity: they must neither be excluded from opportunity, nor must they be so warmly embraced that the creative drive is lost. They must then communicate — to at least part of the class that patronises them — their uncertainties, their sense that there is another way of perceiving the reality of the world" (Hall, 2000: 646).

No presente, o Raval em Barcelona ilustra bem esta diversidade. Deve salientar-se contudo que não é só uma diversidade que se foi construindo com as ondas de imigração, é também uma diversidade intencional que as autoridades locais acarinharam, "polindo" as suas adversidades.

A abertura a ideias novas e diferentes e a prevalência de uma 'cultura' de tolerância é outra condição que por vezes se cita como necessária para que um lugar estimule a criatividade. É aliás um dos três T que R. Florida (2002) considera como necessários para o crescimento económico na 'era da criatividade': Tecnologia, Talento e Tolerância. Mas tolerância, porém, relativa. "Highly conservative, very stable societies will not be creative places; but neither will societies in which all sense of order has disappeared", adverte P. Hall (2000: 646). Na

verdade, algum tradicionalismo é também necessário para que os locais mantenham uma certa identidade, e para que essa identidade possa ela mesma funcionar como referência cultural, como factor estimulador da criatividade: “[...] reputation and tradition can be a catalyst for creativity. Interview data suggests that this form of inspiration may be of greater importance to [...] who perceive themselves to be continuing a long tradition of design or manufacturing”, concluiu G. Drake (2003: 523) num interessante estudo onde procurou avançar além de A. Scott e analisar como se processa no concreto a tal função catalisadora dos locais na criatividade humana.

Finalmente, reconhece-se que, para haver inovação e para que um dado local se afirme pela sua criatividade, alguma instabilidade e um contexto que até certo ponto se possa considerar adverso é necessário. Não sendo preciso mudar, não se muda! Em períodos de instabilidade estrutural, ou de grande incerteza, a probabilidade de ocorrerem inovações e de elas serem aceites aumenta. “Then, just because everything is uncertain, a small group of creative people can intervene and take the region into a new stable phase. These are what Joseph Schumpeter memorably called ‘new men’”, diz ainda P. Hall (2000: 645). O desafio, resultante da competição e/ou da ambição, é outro factor que pode desencadear a inovação em condições não necessariamente adversos..

O reconhecimento de que este equilíbrio entre dinâmica e estabilidade, ou esta tensão entre estímulos à mudança e forças que obrigam a uma certa permanência, constitui um aspecto crucial nos lugares criativos levou-nos a desenvolver o conceito de ‘plasticidade do lugar’ (Brito Henriques, André e Malheiros, 2005). A ideia foi tomada e adaptada de D. Lambert & R. Rezsöházy (2004)³, respectivamente um filósofo e um biólogo molecular que em obra conjunta defenderam a sugestiva tese de que plasticidade — entendida como a capacidade que certos corpos têm de se ‘in-formarem’ (receberem uma forma) e de se deformarem, sem perderem a sua unidade e coerência — constitui característica fundamental e transversal a todas as formas de vida e o fundamento da sua evolução.

A abertura a ideias novas e diferentes e a prevalência de uma ‘cultura’ de tolerância é outra condição que por vezes se cita como necessária para que um lugar estimule a criatividade

A plasticidade, transposta para a geografia, tem a ver também com essa capacidade, que uns territórios possuem mais que outros, de mudarem, inovando, sem todavia perderem a sua coerência e identidade. Como nos seres vivos, percebe-se ser uma qualidade fundamental para que os territórios se adaptem com sucesso aos novos desafios que o tempo lhes vai colocando.

³ D. Lambert & R. Rezsöházy - *Comment les pattes viennent au serpent. Essai sur l'étonnante plasticité du vivant*, Editions FLAMMARION, Paris, 2004.

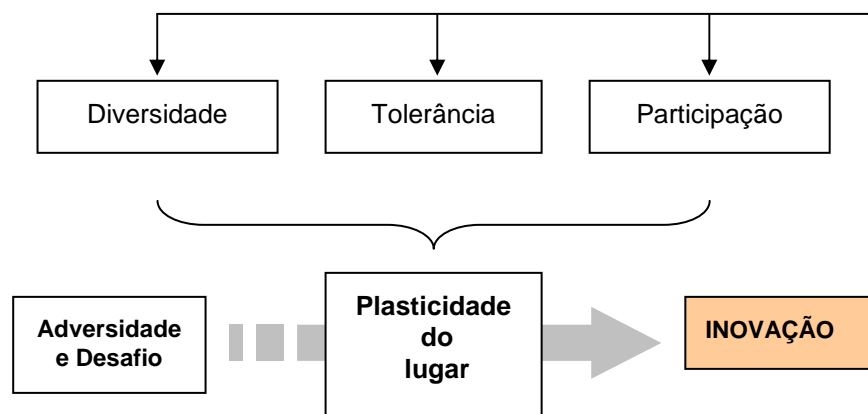


Fig. 1 — A plasticidade como elemento essencial dos lugares criativos

As já referidas diversidade e tolerância, e uma terceira característica que gostaríamos de juntar — a participação —, são então os elementos constitutivos da plasticidade dos lugares. A possibilidade dos lugares receberem novas formas e de se deformarem, resultam em muito dessa diversidade a que já aludimos, assim como da tolerância. A tolerância a que nos referimos não é apenas a de permitir que novas ideias e soluções possam aparecer e vingar. É uma tolerância que envolve também uma atitude positiva face ao risco, premiando mais a coragem de arriscar novas soluções do que punindo o seu eventual insucesso. Dessa atitude resulta um forte estímulo a que se inove. É ainda da tolerância que em parte decorre a capacidade dos territórios acolherem as inovações que surgem, sem riscos de rupturas ou de perda da coerência interna.

Finalmente, ao falarmos de participação referimo-nos às interações que se estabelecem no seio dos lugares criativos. A diversidade de gente e funções e a sua coexistência par a par não basta. É também necessário que o lugar possua as propriedades de um meio condutor, favorecendo a que uns agentes estimulem outros e a que múltiplas interações e reacções possam entre eles ocorrer. A participação refere-se ainda também, por último, à capacidade de se gerirem os conflitos e antinomias que qualquer lugar criativo, pela sua diversidade interna, necessariamente tem.

Veremos de seguida que papel cabe às instituições na inovação e na plasticidade dos lugares.

3. Hegemonia e resistência: o papel das instituições na inovação

É relativamente unânime que as políticas e as intervenções públicas podem incentivar a inovação, tecnológica, organizacional, mas também social ou cultural. Contudo, a

plasticidade dos lugares está associada à governança, processo que associa as dinâmicas de base e os ventos de mudança geradores de inovação à capacidade organizadora das instituições que garantem a coerência e a identidade dos lugares, não permitindo que eles se esmigalhem.

Mas, será esta ideia assim tão linear e consensual? Quando falamos de coerência, de identidade ou de esmigalhar estamos a falar à luz de uma determinada ordem social no seu sentido mais amplo – um sistema de organização da sociedade.

De facto, para debater os argumentos de Tancredi quando pretende convencer Dom Fabrizio a introduzir algumas inovações na Sicília do séc. XIX é bom convocar outro italiano, António Gramsci, que reflectiu profundamente sobre a mudança através da discussão dos conceitos de hegemonia e contra-hegemonia ou resistência. “Lo que con mayor énfasis quiere destacar Gramsci es que la clase dominante ejerce su poder no sólo por medio de la coacción, sino además porque logra imponer su visión del mundo, una filosofía, una moral, costumbres, un "sentido común" que favorecen el reconocimiento de su dominación por las clases dominadas” (Mabel Thwaites Rey, 1994). “El hecho de la hegemonía presupone indudablemente que se tienen en cuenta los intereses y las tendencias de los grupos sobre los cuales se ejerce la hegemonía, que se forma un cierto equilibrio de compromiso, es decir que el grupo dirigente haga sacrificios, pero es también indudable que tales sacrificios y tal compromiso no pueden concernir a lo esencial” (A. Gramsci, citado por Mabel Thwaites Rey, 1994).

Relembrar Gramsci (num contexto em que apesar das enormes transformações da organização social, económica e política descrita pelas primeiras gerações de marxistas permanecem alguns traços do que constitui o essencial da ordem sócio-cultural) pode ajudar-nos a compreender o papel das instituições na promoção da inovação. Arriscamos simplificar o raciocínio e considerar apenas dois níveis de inovação:

- um em que claramente se muda alguma coisa para que a ordem sócio-cultural se mantenha e se reforce – a inovação para o reforço da hegemonia;
- outro em que as mudanças de ordem cultural (valores, convicções, atitudes, ...) afectam, de algum modo, a ordem social.

No primeiro tipo de inovação está em causa a competitividade das empresas, o aumento e a diversificação da produção, a conquista de novos mercados, novas formas de regulação. Tal como foi referido nas primeiras páginas deste texto, as instituições e as políticas públicas assumem um papel relevante na promoção deste tipo de inovação, estimulando as mudanças organizacionais e tecnológicas, qualificando os recursos humanos, regulando os mercados e as condições de produção, dotando os territórios de recursos que favoreçam a inovação.

No segundo tipo de inovação, o papel das instituições já não é eventualmente tão central e emerge o protagonismo das organizações (associações, movimentos sociais, ...). Para esclarecer esta diferenciação, podemos aceitar como definição que as instituições garantem a aplicação da ordem estabelecida (da ordem hegemónica) e as organizações correspondem à consolidação de um movimento social que visa uma mudança, constituindo-se num processo *bottom-up*. De facto, foram organizações que promoveram inovações sociais tão relevantes como a greve, a democracia ou a liberdade de expressão – trata-se de inovações da resistência ou inovações combatentes.

Porém, ao longo do tempo, muitas organizações institucionalizam-se o que na linguagem de Gramsci poderia ser entendido como uma assimilação da resistência por parte da hegemonia, ou, pelo menos, como uma apropriação de alguns desígnios da contra-hegemonia no sentido de enfraquecer a sua expressão.

A discussão que propomos sobre lugares criativos associados à ideia de plasticidade inclui inevitavelmente este balanço entre hegemonia e resistência. A cultura e a arte, em particular, têm sido um instrumento privilegiado de resistência, de mudança, de contestação. São numerosos os exemplos de atitudes subversivas, vanguardistas ou mesmo revolucionárias nas diversas formas de arte. Contudo, nas últimas décadas, os poderes públicos parecem ter sido capazes de desenvolver estratégias em que uma parte crescente da produção cultural e artística assume enorme centralidade, não só no sentido de integrar os mais resistentes (p.e. o reconhecimento público de *grafittis* ou de tatuagens como formas artísticas) tornando-os “inofensivos” enquanto resistência, mas também na óptica de fazer das culturas “alternativas” e das produções artísticas mais provocatórias condições de desenvolvimento importantes, capazes de atrair, directa ou indirectamente, investimentos de vulto e pessoas ultra-qualificadas.

Lugares criativos sim, mas sem pôr em causa o essencial?

Não resistindo a um exercício de alguma desconstrução de que anteriormente afirmámos, as características que atribuímos à plasticidade dos lugares, deveriam eventualmente ser re-enunciadas como: diversidade controlada, tolerância relativa e participação “civilizada”.

Não queremos, contudo, acabar este texto com uma mensagem negativa e, de facto, estamos convencidos que a inovação social e cultural pode reforçar a competitividade dos lugares, pode atrair investimentos estratégicos, pode captar os gestores mais qualificados, mas, ao mesmo tempo, pensamos que este tipo de inovação não deixa os lugares e as suas comunidades na mesma – nem *tutto rimanga come è*. Se calhar, é um risco que os poderes hegemónicos (cada vez mais negociantes ao abrigo de um desígnio colectivo chamado democracia) têm de correr!

Referências bibliográficas

- Abler, P., Adams, J. S. & Gould, P. (1972) — *Spatial Organization. The Geographer's View of the World*. Londres, Prentice-Hall.
- Amin, A. & Cohendet, P. (2004) — *Architectures of Knowledge. Firms, Capabilities, and Communities*. Oxford, Oxford University Press.
- Antonelli, C. (1999) — *The Microdynamics of Technological Change*. Londres, Routledge.
- Antonelli, C. (2001) — “Conhecimento colectivo: comunicação e inovação”, in C. Antonelli & J. Ferrão (eds) — *Comunicação, Conhecimento Colectivo e Inovação. As Vantagens da Aglomeração Geográfica*. Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais: 29-41.
- Aydalot, P. (1986) — *Milieus Innovateurs en Europe*. Paris, GREMI.
- Bagnasco, A. (1977) — *Tre Italie. La Problematica Territoriale dello Sviluppo Italiano*. Bolonha, Il Mulino.
- Batten, D. (1995) — “Network cities: creative urban agglomerations for the 21st Century”, *Urban Studies*, 32 (2): 313-327.
- Becattini, G. (1987) — *Mercato e Forze Locali: il Distretto Industriale*. Bolonha, Il Mulino.
- Braczyk, H.-J.; Cooke, P. & Heidenreich, M. (1998) (eds) — *Regional Innovation Systems. The Role of Governances in a Globalized World*. Londres, UCL.
- Brito Henriques, E., I. André e J. Malheiros (2005) — “Social innovation and creative millieux”. Comunicação ao *Workshop on Social Innovation*, IFRESI, Lille, 1-2 de Março.
- Camagni, R. (1991) (ed.) — *Innovation Networks. Spatial Perspectives*. Londres, GREMI-Belhaven Press.
- Castells, M.; Hall, P. (1994) — *Technopoles of the World. The Making of 21st Century Industrial Complexes*. Londres, Routledge.
- Cooke, P. (1992) — “Regional innovation systems - competitive regulation in the New Europe”, *Geoforum*, 23 (3): 365-382.
- Cooke, P. & Morgan, K. (1998) — *The Associational Economy. Firms, Regions, and Innovation*. Oxford, Oxford University Press.
- Dziembowska-Kowalska, J. & R. H. Funck (2000) — “Cultural activities as a location factor in European competition between regions: concepts and some evidence”, *The Annals of Regional Science*, 34: 1-12.
- Florida, R. (1995) — “Towards the learning region”, *Futures*, 7 (5): 527-536.
- Florida, R. (2002) — *The Rise of the Creative Class*. Nova Iorque, Basic Books.
- Hägerstrand, T. (1968) — *Innovation Diffusion as a Spatial Process*. Chicago, University of Chicago Press.
- Hall, P. (2000) — “Creative cities and economic development”, *Urban Studies*, 37 (4): 639-649.
- Holt-Jensen, A. (1992) — *Geografía. Historia y Conceptos*. Barcelona, Vicens Vives [tradução do original *Geography, History and Concepts*, publicado em 1988].
- Hospers, G.-J. (2003) — “Creative cities: breeding places in the knowledge economy”. *Knowledge, Technology & Policy*, 16 (3): 143-162.
- Hutton, T. A. (2004) — “The New Economy of the inner city”, *Cities*, 21 (2): 89-108.
- Lambert, D. & R. Rezsöhazy (2004) — *Comment les pattes viennent au serpent. Essai sur l'étonnante plasticité du vivant*. Paris, Editions Flammarion.
- Ley, D. (2003) — “Artists, aestheticisation and the field of gentrification”, *Urban Studies*, 40 (12): 2527-2544.

- Lundvall, A.-B. (1988) — "Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the national system of innovation", in G. Dosi, C. Freeman & R. Nelson (eds) — *Technical Change and Economic Theory*. Londres, Pinter: 349-369.
- Marshall, A. (1920) — *Industry and Trade*. Londres, Macmillan.
- Morgan, K. (1997) — "The learning region: institutions, innovation and regional renewal". *Regional Studies*, 31 (5): 491-503.
- Moulaert, F. & Nussbaumer, J. (2005) — "The social region: beyond the territorial dynamics of the learning economy", *European Urban and Regional Studies*, 12 (1): 45-64.
- Peck, J. (2003) — "Places of work", in E. Sheppard & T. Barnes (eds) — *A Companion to Economic Geography*. Oxford, Blackwell: 133-148.
- Porter, M. (1998) — "Clusters and the new economics of competition", *Harvard Business Review*, Nov.-Dec.: 77-90.
- Scott, A. J. (1988) — *New Industrial Spaces*. Londres, Pion.
- Scott, A. J. (1996) — "The craft, fashion, and cultural-products industries of Los Angeles: competition dynamics and policy dilemmas in a multisectoral image-producing complex", *Annals of the Association of American Geographers*, 86 (2): 306-323.
- Scott, A. J. (1997) — "The cultural economy of cities", *International Journal of Urban and Regional Research*, 21 (2): 323-340.
- Scott, A. J. (1999) — "The cultural economy: geography and the creative field", *Media, Culture and Society*, 21: 807-817.
- Storper, M. & Scott, A. J. (1988) — "The geographical foundations and social regulation of flexible production complexes", in J. Wolch and M. Dear (eds) — *The Power of Geography. How Territory Shapes Social Life*. Londres, Allen and Unwin: 21-40.
- Storper, M. (1997) — *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*. Nova Iorque, Guilford Press.
- Thwaites Rey, Mabel et al. (1994) — *Gramsci Mirando al Sur. sobre la Hegemonia en los 90*. K&ai Editor, Colección Teoría Crítica, Buenos Aires, 1994.
- Vale, M. (1999) — *Geografia da Indústria Automóvel num Contexto de Globalização. Imbricação Espacial do Sistema Autoeuropa*. Dissertação de Doutoramento em Geografia Humana, Universidade de Lisboa, Lisboa (polic.).
- Yusuf, S. & K. Nabeshima (2005) — "Creative industries in East Asia", *Cities*, 22 (2): 109-122.
- Zukin, S. (1995) — *The Cultures of Cities*. Oxford, Blackwell.