

Da cultura como locomotiva da cidade-empresa a um conceito alternativo de democracia cultural

Por João Teixeira Lopes (Professor do Departamento de Sociologia e investigador do Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Áreas de pesquisa: Sociologia da Cultura, da Cidade, da Juventude e da Educação. Contacto: jmteixeiralopes@gmail.com)

Resumo: Reflexão sobre os usos da cultura enquanto «isca» para o planeamento estratégico e a criação/encenação de consensos visando a atracção de vantagens comparativas na competição global entre cidades. Proposta de um modelo alternativo de usos da cultura, assente em cinco dimensões de um conceito alternativo de democracia cultural.

Palavras-chave: cultura; cidade; urbanismo; democracia.

Considerações iniciais

Num dos muitos blogues sobre o Porto pode ler-se o seguinte post de Pedro Bismarck: “Um espaço infinitamente desdobrável de ideias, de pessoas, de manifestações artísticas e poéticas, de layers variadas que se sobrepõem e cruzam. Uma cartografia infinita e surpreendente de possibilidades, é isso a cidade, é isso o Porto”.

Impossível não fazer uma imediata associação a um texto célebre de Jonathan Raban, *Soft City* (Raban, 1974). Nele, o autor defende, precisamente, essa infinita gama de opções que se colocam ao urbanita contemporâneo, a um ponto tal que cidade e indivíduo se transformam em espelho mútuo: “Decida quem é e a cidade assumirá mais uma vez uma forma fixa em seu redor. Decida o que ela é e a sua própria identidade será revelada, como um mapa estabelecido por triangulação. As cidades, ao contrário das aldeias e das pequenas cidades, são plásticas por natureza. Moldamo-las à nossa imagem: elas, por sua vez, moldam-nos” (idem, pp. 9-10). Plasticidade ou plasticina: tudo é moldável, espécie de artesanato das identidades e cartografias. Por antítese, os constrangimentos não existem ou não se revelam e a sociedade, como num sonho de um demiurgo narcísico, adquire a sua forma e imagem.

Esta narrativa suave, de contornos pós-modernos, arrisca-se, com matizes várias, a estabelecer-se como o discurso hegemónico dos actuais processos de transformação das grandes cidades (cidades *globais* ou cidades *região*, em qualquer caso com projecção *estratégica*). Em certa medida, trata-se da última *nova velha* versão da pressão que o capitalismo de acumulação flexível exerce para a polarização e reinvenção permanente de hierarquias, fronteiras e distinções no sistema urbano globalizado.

Nada de novo. E no entanto...

O poder propriamente mágico das palavras e do discurso consiste, em boa parte, na sua capacidade *performativa* de resolver os problemas, isto é, de criar os quadros de inteligibilidade dentro dos quais as respostas ganham sentido e são *reconhecidas* como tal. Na sombra, ou na mais pura inexistência, fenecem as realidades que a perspectiva da enunciação não permite alcançar. Na actualidade, vários são os nomes por que se designam os processos de transformação das cidades no âmbito da globalização de soma-zero (o que umas ganham, outras perdem): regeneração, reconstrução,

revitalização ou até renascença. Certos termos, no entanto, cada vez mais são evitados: higienização ou gentrificação. Nada de novo, por conseguinte, tampouco na excitação agora patente na versão *criativa* da competição pelo lugar das cidades na divisão espacial do consumo (e apenas complementarmente na divisão espacial do trabalho, dada a centralidade de uma economia cultural dos bens simbólicos assente na capacidade *criativa/destrutiva* do volátil capitalismo tardio). Falamos, então, na consolidada vulgata urbanística, em *cidades criativas*; *bairros criativos*, *economias criativas*; *indústrias criativas* e, naturalmente, em *classes criativas*, numa certa redundância semiótica que banaliza/naturaliza a circulação destes conceitos na esfera pública.

Neil Smith (2002), em particular, salienta a centralidade deste discurso como gramática de uma prática urbanista (o “novo urbanismo” enquanto “novo globalismo”) que encara as cidades como os grandes laboratórios do capitalismo contemporâneo. A própria noção de *imagem de cidade* liberta-se do quadro de enunciação em que Kevin Lynch a criou para significar a intensa imbricação e mútua conversão entre capital simbólico e capital económico, funcionando, de facto, como um produto sofisticado de *marketing* territorial.

Mas até aqui, como dizíamos, aparentemente nada de novo. Aparentemente, apenas, pois na verdade nunca como hoje as cidades funcionaram enquanto máquinas velozes de crescimento locomovidas pela esfera cultural, num processo que modifica os próprios conceitos de cultura e de cidade, unindo, desse modo, como até então não acontecera, a economia política da cultura e a economia política do lugar.

De facto, seguindo Otilia Arantes (2007), a cultura surge como uma espécie de «isca» capaz de atrair o investimento privado, subordinando, mesmo, o interesse público e promovendo a especulação, nomeadamente a imobiliária. Trata-se, segundo a autora, de um “culturalismo de mercado”, em que a centralidade da cultura é cada vez mais comandada pela consolidação da “cidade-empresa-cultural”. Radicalizando a crítica, Arantes chega mesmo a considerar a animação cultural como um dispositivo de “convergência entre governantes, burocratas e urbanistas em torno de uma espécie de teorema padrão: que as cidades só se tornarão protagonistas privilegiadas, como a Idade da Informação lhes promete, se e somente se, forem devidamente dotadas de um Plano Estratégico capaz de gerar respostas competitivas aos desafios da globalização (sempre na língua geral dos prospectos), e isto a cada oportunidade (ainda na língua dos negócios) de renovação urbana que porventura se apresente na forma de uma possível

vantagem comparativa a ser criada” (Arantes, 2007: 13). Ora, Arantes encontra vários paradoxos neste processo. Antes de mais, a reciclagem, pelo capitalismo tardio, da «ideologia do plano»; por outro lado, a íntima associação ao *cultural turn* que, surgido como movimento anti *establishment* nos *campus* universitários americanos (dando origem, em boa medida, ao que Daniel Bell apelidou de “contradições culturais do capitalismo”, que perdia a sua legitimidade pela emergente hegemonia da nova esquerda e da cultura das ruas), cedo deu lugar a um *passe-partout cultural* (“everything Cézanne”) o qual, na verdade, constituiria uma segunda fase desse *cultural turn*. A fase, enfim, em que «tudo é cultura» e onde o estético invade o quotidiano e a cidade, de forma a impor o *image making*: a cultura como imagem e representação, na senda de um capital volátil e intangível. Como resultado, o lugar exprime uma outra contradição “entre o valor de uso que (...) representa para os seus habitantes e o valor de troca com que ele se apresenta para aqueles interessados em extrair um benefício económico” (Idem: 26).

Dos modernos à «terceira geração» do Planeamento Estratégico

As reformas «clássicas» urbanísticas, ditas frequentemente «modernas» encaravam a cidade como *tabula rasa* e, nas suas diferentes versões (funcionalistas, modernistas em sentido estrito, racionalistas), progressistas ou conservadoras, encarnavam *na e pela* cidade um ideal de Homem Novo. O seu início pode encontrar-se no afã de higienização e embelezamento da cidade industrial do século XIX. O Barão de Haussmann transformou Paris, sob a égide do Estado Imperial, numa urbe de ruas abertas e largas (“longas e alinhadas fileiras de ruas”, no dizer de Benjamin) e de prédios altos e imponentes, destruindo massivamente a habitação popular e mesmo parte considerável do que hoje seria indubitavelmente classificado como património. A produção da cidade nova, dos *boulevards* e arcadas, implicava tanto de criação como de destruição (o próprio Barão, lembra Benjamin, classificava-se de «artista da demolição»). Simplificar, medir, organizar cientificamente, prever – eis as palavras de ordem.

As alterações que este modelo acarretou para a vida quotidiana estão bem presente nos textos de Simmel (1997) sobre a atitude *blasé* enquanto defesa face à intensidade e heterogeneidade de estímulos que a metrópole provoca, assim como na postura do *flanêur* de Baudelaire, analisada com deliciosa ambivalência por Walter

Benjamin (1997), enquanto alguém que, em atitude de rebeldia e boémia, procura refúgio na multidão, desligando-se da acção política e tornando-se uma criatura a-social. Não por acaso, refere Benjamin, a “única comunhão sexual que [Baudelaire] concretizou na sua vida foi com uma prostituta” (Idem: 74). Na verdade, esta é a cidade em que ricos e pobres não de respirar o mesmo ar... Nas arcadas, privilegiados e destituídos apropriam-se diferentemente de um mesmo espaço, gerando leituras e práticas justapostas, mas incompatíveis (heterotopias?). A cidade metamorfoseia-se em mercadoria que entorpece as massas que miram as ornamentações do edificado e o apelo das vitrinas. Em Benjamin, agudiza-se o *pathos* da percepção da crise dos ideais emancipatórios.

Este modelo de pendor racionalista gerou uma ambivalência sobre a imagem da cidade e do espaço público. De um lado, como refere Teresa Caldeira (2003: 303), “o perigo das multidões, anomia, individualismo excessivo, congestionamento” e “ocasionais apropriações violentas”; de outro, a abertura, a acessibilidade, a demarcação entre o público e o privado, o jogo entre desvendar-se e ocultar-se, a relativa abertura à “alteridade não assimilada” (Young in Caldeira, 2003: 304).

No entanto, existe uma ficção de contrato social próprio de uma comunidade aberta que nunca existiu. Os modernistas, como Le Corbusier e Niemeyer, declaram «morte às ruas», retirando os transeuntes do que julgavam ser o anonimato das artérias e praças, colocando a ênfase num plano integrado controlado pelas autoridades públicas, capaz de seccionar a cidade em áreas funcionais diferenciadas mas interligadas num grande todo que funcionaria, ele sim, como um imenso espaço público moderno, racionalista, universal e homogéneo onde se esbateriam as diferenças sociais visíveis à escala da rua. Todavia, como refere Caldeira, “ao destruir a rua como espaço para a vida pública, o planeamento modernista também minou a diversidade urbana e a possibilidade de coexistência de diferenças. O tipo de espaço que ele cria promove não a igualdade (...) mas apenas uma desigualdade mais explícita (Idem: 311).

Entretanto, o fim do modernismo anuncia-se por um lado, com o contextualismo (anos 60 e 70) e a sua ênfase no *sentido do lugar*, na preservação da memória e na revitalização como reabilitação, intervindo “em migalhas” e reanimando a vida dos bairros, sem violentar os moradores (Arantes, 2007: 44), e, por outro, com o pós-modernismo do urbanismo *high tech*, da arquitectura de ficção, do pastiche e do palimpsesto. O libertário cultural, como refere Otília Arantes, ansiava por se desembaraçar das amarras racionalistas e da “monotonia funcional do Modernismo”,

começando por exercer uma crítica cerrada ao economicismo, resgatando a importância dos bens simbólicos *na e da* cidade para, num segundo momento, se erigir como membro da “classe criativa”, resvalando para uma certa indeterminação de posicionamento social e de intervenção política que Benjamin já assinalara na boémia parisiense da viragem do século XIX para o século XX. A *cidade suave* encontra, pois, alicerces, numa espécie de 3ª via em que políticos e académicos de esquerda reinventam o jogo político libertando-o da grelha classista e apostando, doravante, em dimensões transversais e pós-materialistas como a qualidade de vida, a estética e o ambiente, terrenos férteis para a fabricação e difusão simbólica e para a generalização da cultura como o ar que se respira nas cidades competitivas e modernas.

A terceira geração urbanística corresponde, grosso modo, à era do planeamento estratégico e do renascimento urbano assente na regeneração cultural gerida pelos novos “empreendedores”. Estes renunciam à ambição de totalidade do urbanismo anterior e definem, por assim dizer, uma zona de visibilidade que demarca o que tem interesse (e merece investimento), do inexistente em termos de vantagens comparativas. Trata-se, na verdade, de uma abordagem de concentração selectiva de recursos que gerará, concomitantemente, níveis desiguais de produção do espaço no interior de cada cidade, doravante esartejada. É o caso de Londres e das Docklands, de Paris e das «Grandes Obras» do consulado Mitérrand/Lang, de Barcelona e Berlim como montras experimentais da arquitectura contemporânea, do Fisherman’s Wharf de São Francisco, do Inner Harbor de Baltimore, do Quincy Market e da Waterfront de Boston, de Lisboa e da Expo98, das empresas de reabilitação urbana ligadas a eventos desportivos ou às Capitais Europeias da Cultura... Castells define, da seguinte forma, o planeamento estratégico:

“A flexibilidade, globalização e complexidade da nova economia do mundo exigem o desenvolvimento do planeamento estratégico, apto a introduzir uma metodologia coerente e adaptativa face à multiplicidade de sentidos e sinais da nova estrutura de produção e administração” (Castells cit. in Vainer, 2007:76).

Em suma, esta modalidade de intervenção urbanística visa reduzir a complexidade trazida pela globalização, orientando a competição entre territórios urbanos através da designação do que possui *relevância estratégica*. E quem define os subjacentes critérios de relevância? Os especialistas, como Castells ou Jorba, no sub-modelo catalão, em aliança com os detentores de capital, os políticos e os novos intermediários culturais – os mágicos contemporâneos, operadores da transmutação da

cidade em mercadoria pela política cultural; os vendedores da cidade (*urban imagineers*), através da mercadotecnia urbana (Borja e Forn, 1996) em que os eventos culturais se assemelham, crescentemente, a «produtos» e «resultados» de vastas operações «criativas», através do pressuposto, raramente explicitado, de que vender a imagem de cidade equivale a vender a própria cidade.

Do «patriotismo de cidade» à cultura como consenso

Assim, nas novas valências da cultura, eis que emerge como uma espécie de guião ou fio condutor do planeamento estratégico, desdobrando-se, não apenas enquanto *marcador* do que tem ou não interesse do ponto de vista da imagem de cidade e da atracção de investimento, mas, igualmente, enquanto *revelador* da orientação dos fluxos e da estrutura reticular do território (impondo, por exemplo, novas hierarquias nos factores locativos e na relação entre usos do espaço e classes sociais). Mais ainda, a cultura tece as mediações e os nós que entrelaçam o campo artístico, o campo cultural, o campo político e o campo económico, produzindo intersecções e consensos.

No modelo catalão de planeamento estratégico esta função surge com particular incidência. À cidade-mercadoria e à cidade-empresa junta-se a cidade como pátria, tapando as brechas abertas pelas resistências populares e novos movimentos sociais. Este «patriotismo cívico» ou «patriotismo de cidade», defendido por Borja, Castells e Forn, entre outros, visa alimentar a produção de identidades em torno de «obras e serviços visíveis, tanto os que têm um carácter monumental e simbólico, como os dirigidos a melhorar a qualidade dos espaços públicos e o bem-estar da população» (Castells e Borja cit. in Vainer, 2007: 94). Ou, como Forn e Foxà referem, de modo bem explícito, trata-se de produzir um cimento simbólico-ideológico assente na “consciência ou patriotismo de cidade – eis o elemento-chave para o estabelecimento, em bases permanentes, da cooperação público-privada e para a posterior difusão do pensamento estratégico entre os agentes económicos e sociais da cidade” (Borja e Foxà, cit. in Vainer, 2007: 95). A produção de processos e dispositivos de identificação e projecção identitária é, não raras vezes, feita em nome do cosmopolitismo, embora siga, na verdade, os velhos preceitos do nacionalismo mais blindado. Mesmo uma difundida e vaga apologia dos espaços públicos, geralmente povoados por grandes emblemas arquitectónicos, monumentais e artísticos, assenta na recuperação da velha concepção

de cidade como centro e representação do poder. Em relação àquilo que é considerado cidade, tudo o resto se define como «periferia», «subúrbio», territórios residuais e desinteressantes. Ora, o espaço público é originalmente pensado como arena agonística, terreno de confronto e interpelação, *locus* de formação dialógica da opinião pública. O patriotismo de cidade usa, pois, a cultura como máquina efabulatória de um encontro imaginário de todos perante algo que os transcende e hipnotiza, anulando a política da diferença: grandes eventos, «bairros culturais», «cidades da arte», megaequipamentos, complexos museológicos, etc.

Efeitos não pretendidos do planeamento estratégico

Muitos dos balanços entretanto elaborados a propósito do impacto do planeamento estratégico na revitalização de cidades e regiões sugere um possível esgotamento do modelo, apesar de inegáveis efeitos directos (no emprego e nas receitas), indirectos (turismo, transportes, restauração, edição, informação, etc.) e ainda induzidos (competências, redes, imagem - Costa, 2007). Na verdade, a armadilha existia, desde o início, como paradoxo: se tudo é passível de encantamento nada se diferencia; se tudo é cultura, nada é cultura; se tudo é Cézanne, nada é Cézanne. A enorme sede de protagonismo urbano na competição entre cidades levou, de facto, a uma cartilha de intervenções, legitimada por uma “retórica do criativo” ou da *pancriatividade*. A animação, a patrimonialização, a espectacularização, a ludificação, a esteticização ou a gentrificação geraram-se através de simulacros de simulacros, originando, no final, uma constrangedora homogeneidade e um quase receituário com fraco enraizamento e especificidade territorial, revelando uma propensão para a queda no *mainstream* e no *franchising* cultural (tipo Guggenheim). O investimento no simbólico, por outro lado, descurou as dimensões materiais. Ao invés da coesão e integração sociais, a descontinuidade sócio-espacial aumentou nas grandes urbes, provocando ambientes de desconfiança, hostilidade e mesmo agressividade entre distintos grupos e classes sociais. Cresce, aliás, a tendência para a construção do que Caldeira (2003) apelida de espaços públicos não modernos e não democráticos: enclaves, casas, ruas e praças muradas, condomínios fechados, etc. No dizer de Carlos Vainer, as esferas políticas locais atrofiaram-se e a *city* procurou substituir a *polis*. A *World-class-city*, acrescentaria, substituiu a diversidade e a interculturalidade (que nada devem à lógica descendente e paternalista da «tolerância» snob das “classes criativas”).

Por outro lado, ao fazer-se uma economia da diversidade de situações de partida e da diversidade de metodologias institucionais e organizacionais (Costa, 2007), o *pensamento criativo* revela-se enquanto *pensamento pobre*, guiado, na verdade, por um *pensamento único* sobre a viabilidade das cidades.

Mesmo ao nível do sector cultural, avanços significativos na esfera da oferta (equipamentos e infraestruturas, competências dos recursos humanos, alguns desenhos organizacionais e institucionais inovadores, certas dinâmicas sustentadas e sistemáticas de políticas públicas) não encontram eco do lado da procura, mantendo-se, no essencial, a mesma composição dos públicos assíduos e fidelizados.

Ainda a animação cultural

Apesar de, no essencial, me identificar com as análises de Harvey, Arantes, Vainer e Caldeira, creio que importa superar algum reducionismo de cariz ideológico, patente, em particular, em Arantes. A crítica radical que desenvolve contra a animação cultural deveria, na verdade, dirigir-se às suas modalidades colonizadas e domesticadas. Jaume Trilla (2004), por exemplo, realça a intensa conflitualidade teórica que *anima* a animação...Paradigmas tecnocratas conflituam com paradigmas interpretativos e fenomenológicos e com modelos sócio-críticos. Estes últimos, assentes em pedagogias dialógicas, reflexivas e críticas recusam a instrumentalização da cultura para usos de legitimação dos poderes instituídos (usos que Arantes denuncia, ao considerar que a cultura acaba por ser um mecanismo de encenação da própria ideologia que *anima* os políticos que a produzem). Por outro lado, existe um vasto manancial, já avaliado e validado, de experiências emancipadoras levadas a cabo dentro do paradigma da democracia cultural (ou de que apelidei de *políticas culturais de terceira geração* – Lopes, 2003 e 2007), entendida como:

- i) *Em primeiro lugar*, uma clara negação de qualquer conceito de cultura como “ornamento de espírito, sinal de distinção social, modo de supremacia dos iniciados sobre os demais, dotado de linguagens reservadas e de ritos particulares que excluem aqueles que os ignoram” (Crevoisier, 1979: 12); negação peremptória, enfim, dos usos hierarquizados e hierarquizantes, classificatórios e

- estigmatizantes da cultura como violência simbólica ou forma de infligir sofrimento, infelicidade e humilhação a outros sujeitos sociais;
- ii) *Em segundo lugar*, uma opção: a democracia cultural entronca num direito à cultura, simultaneamente individual e colectivo, devedor de uma concepção de *serviço público* centrado na própria ideia de liberdade: só há democracia cultural na dignificação social, política e ontológica de todas as linguagens e formas de expressão cultural e na abertura de repertórios e de campos de possíveis, condição *sine qua non* para a expressão e escolha livres. Tal não significa abdicar de critérios de qualidade, mas sim ter como subjacente o questionamento do carácter universal desses critérios, bem como a explicitação da sua construção intersubjectiva, provisória e, necessariamente, conflitual.
- iii) *Em terceiro lugar*, a democracia cultural aponta para uma incidência transversal: na criação de bens e obras culturais, na sua distribuição e recepção. Uma concepção de democracia cultural assente apenas na familiarização, pela via da recepção, a todos os códigos e modos de expressão (numa aceção ideal-típica), seria uma versão diminuída e ineficaz. José Madureira Pinto (1994), num artigo tornado clássico, afirma claramente intenções de democratização do campo da produção cultural: “propiciar a segmentos populacionais vastos, sobretudo das camadas populares, o contacto com as formas culturais mais exigentes em termos dos instrumentos estético-cognitivos necessários à sua descodificação e fruição (*alargamento de públicos*), procurando, de forma tão sistemática quanto possível, que a recepção da obra se prolongue em aproximação empática ao acto criador (*participação*) e que esta última promova a prazo uma intervenção autónoma e auto-enriquecedora ao nível da criação (democratização da esfera da *produção cultural*)
- iv) *Em quarto lugar*, importa colocar a *formação de públicos* no centro da democracia cultural. Este conceito implica a destruição sistemática do conceito mítico de *público*, no singular, espécie de comunidade imaginada ao serviço de uma colectividade de práticas rituais, nomeadamente alicerçada na integração e coesão sociais sob o manto diáfano da ideologia dominante. De igual modo, esta proposta de

democracia cultural é incompatível com a noção de *utente*, *consumidor* ou *visitante*. Impõe-se, por isso, uma *sociologia dos usos e dos modos de relação com a cultura*, para desocultar a diversidade na mirífica ficção de igualdade patente na concepção singularizada e homogénea de *público* – uma espécie de suspensão mágica das desigualdades sociais.

- v) *Em quinto lugar*, a defesa da socialização institucional na formação de públicos obriga à invenção de uma nova profissionalidade, em particular no que se refere às funções de *interpretação* (nomenclatura anglo-saxónica) ou de *mediação* (classificação francófona). Esta nova profissionalidade, enquanto processo dinâmico de comunicação entre as instituições e os seus públicos, longe de ser meramente um sector pericial, especializado e acantonado nos organigramas das instituições deve fazer valer a sua transversalidade, disseminando-se pelas competências das várias categorias de intermediários culturais (conservadores, gestores, administradores, curadores, comissários, programadores, animadores, mediadores...). Trata-se, afinal, não só de facilitar a familiarização com a obra de arte através de uma nova cultura organizacional, mas de plasmar o respeito pelas apropriações e usos dos espaços e equipamentos culturais, nomeadamente através das múltiplas interpretações e pontos de vista que a relação com as obras suscita e que na base do ofício de público.

Desta forma, é possível, assim o creio, superar o patamar de uma crítica certa e oportuna, mas com laivos de reducionismo e fatalismo, em direcção a uma institucionalização da cultura e dos modos de relação com a cultura relativamente autónoma face a usos instrumentais, subalternos e extrínsecos, recuperando quer o perfil intelectual, reflexivo e crítico dos novos intermediários culturais, quer uma certa dádiva e *gratuidade* na instauração de espaços públicos urbanos modernos e democráticos.

Bibliografia

ARANTES, Otília (2007), “Uma estratégia fatal. A Cultura nas novas gestões urbanas” em AAVV, *A Cidade do Pensamento único. Desmanchando Consensos*. Petrópolis: Vozes.

BENJAMIN, Walter (1997), “Paris, capital do século XIX” em Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta.

BORJA, Jordi e FORN, Manuel de (1996), “Políticas da Europa e dos Estados para as cidades” in *Espaço e Debates*, nº 39.

BOURDIEU, Pierre (1989), *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.

BUCHENHORST, Ralph e VEDDA, Miguel, editores (2008), *Observaciones Urbanas: Walter Benjamin y las Nuevas Ciudades*. Buenos Aires: Gorla.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio (2003), *Cidade de Muros*. São Paulo: Edusp.

COSTA, Pedro (2007), *Da Economia Criativa à Cidade Criativa: alguns contributos para reflectir sobre o caso português*. Lisboa: Fórum Cultura e Criatividade (Working Paper)

CREVOISIER, J. C. (1979), *Des Pratiques Sócio-Culturelles à Une Politique de l'Animation*. Montier : Conseil de l'Europe.

FLORIDA, R. (2002), *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. New York: Basic Books

HARVEY, David (1992), *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola.

LANDRY, Charles (2005), *The Creative City*. London: Earthscan Publications.

LASH, Scott e URRY, John (1994), *Economies of Signs and Space*. London: Sage.

LOPES, João Teixeira (2003), *Escola, Território e Políticas Culturais*. Porto: Campo das Letras.

LOPES, João Teixeira, *Da Democratização à Democracia Cultural. Uma Reflexão sobre Políticas Culturais e Espaço Público*. Porto: Profedições.

OLIVEIRA, Ana e PINTO, Liliana (2008), *Território de Culturas. Desenho de um «cluster cultural emergente» na Baixa do Porto*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

PINTO, José Madureira (1994), “Uma reflexão sobre políticas culturais” em AAVV, *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*. Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia.

QUEIRÓS, João (2007), *O Lugar da Cultura nas Políticas de Reabilitação de Centros Urbanos: apontamentos a partir do caso do Porto*. Porto: Instituto de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

QUEIRÓS, João e RODRIGUES, Vanessa (2005), *Recriar a Cidade. Dinâmicas culturais emergentes e reabilitação urbana da Baixa do Porto*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

RABAN, Jonathan (1974), *Soft City. The Art of Cosmopolitan Living*. London: Dutton.

SIMMEL, Georg (1997), “A Metrópole e a vida do espírito” em Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras: Celta.

SMITH, Neil (2002), “New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy”, in *Antipode*, vol. 34, n.º 3.

TRILLA, Jaume (org.), *Animação Sociocultural*. Lisboa: Piaget.

VAINER, Carlos B. (2007), “Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do planeamento estratégico urbano” em AAVV, *A Cidade do Pensamento Único. Desmanchando Consensos*. Petrópolis: Vozes.