

Centros e margens: produção e práticas culturais na Área Metropolitana de Lisboa**

1. INTRODUÇÃO

A forma como a produção e os consumos culturais se relacionam com o território tem vindo a ser crescentemente analisada e discutida no seio das várias ciências sociais, particularmente no âmbito dos debates acerca da cidade pós-industrial, pós-fordista ou pós-moderna (v., por exemplo, O'Connor e Wynne, 1996, Wynne, 1992, Scott, 1996, Fortuna, 1997, e Zukin, 1992). Sendo as actividades culturais, na sua vastidão e diversidade, algumas daquelas que maior importância têm vindo a assumir nas sociedades contemporâneas (como o mostram contributos tão diversos como Lash e Urry, 1994, Benhamou, 1996, ou CCE, 1998), afigura-se-nos simultaneamente pertinente e estimulante averiguar a sua relação com o território e com a organização do espaço.

Pretende-se, assim, com este texto, reflectir em torno da crescente centralidade das actividades culturais (e especificamente, de entre estas, daquelas mais marginais, criativas e inovadoras) no campo económico e social, nomeadamente através da análise da sua base territorial, tendo em particular atenção a organização do espaço urbano-metropolitano. Procura-se articular uma visão espacializada das práticas e da produção cultural (concretamente, daquilo que mais condiciona o aparecimento da procura e da oferta das actividades culturais) com o surgimento de formas específicas fortemente

* Universidade Atlântica.

** Agradecem-se aqui todos os comentários, críticas e sugestões feitos pelos diversos intervenientes aquando da apresentação desta comunicação no seminário «Lisboa, cidade de margens», em particular à comentadora convidada, Prof.^a Doutora Maria de Lourdes Lima dos Santos.

territorializadas, espaços de afirmação da diferença, propícios à inovação e à transgressão criativa, elementos essenciais ao desenvolvimento (de pelo menos algumas) das actividades culturais. Particularmente interessante neste contexto é a identificação de alguns destes territórios como zonas de liminaridade, onde se jogam as relações entre centralidade e marginalidade das práticas e da criação cultural e se definem espaços (sociais, culturais, físicos) hegemónicos, legitimados através do(s) poder(es) simbólico(s) e espaços de exclusão, marginais em relação a centralidades (re)construídas e constantemente em risco de serem destronadas (Pina Cabral, 1996).

Como ponto de partida para esta nossa reflexão, a análise de O'Connor e Wynne (1996), representativa do esforço empírico e analítico desenvolvido pelos investigadores do Institute for Popular Culture sobre a cidade de Manchester ao longo da última década (v. também Wynne, 1992, Lovatt e O'Connor, 1995, ou Lovatt, 1998, por exemplo), parece-nos adequada. Estes autores defendem a existência de um triplo movimento de (re)centralização, das «margens» para o «centro», associado às dinâmicas de produção e de consumo cultural naquela cidade: um processo de reestruturação económica, através do qual actividades anteriormente periféricas da cidade «produtiva», «fordista», se movem para o seu palco central (preocupações com a cultura, o consumo, a imagem...); um processo de *gentrificação*, através do qual o movimento de determinados segmentos populacionais resulta numa nobilitação e recentralização de áreas marginalizadas e excluídas do centro da cidade; finalmente, um processo pelo qual grupos e actividades «marginais» se tornam centrais para a cidade e tornam o seu centro central para elas próprias e para os usos (residenciais, vivenciais, representacionais...) que dele fazem (O'Connor e Wynne, 1996).

Neste contexto, parece-nos importante distinguir dois níveis diferentes, mas complementares, no debate acerca das actividades culturais e da sua importância: por um lado, o do aumento da centralidade de actividades económica e socialmente marginais, como as culturais, nas sociedades contemporâneas; por outro, simultaneamente, o do aumento da centralidade de determinadas práticas e da marginalização de outras dentro da própria fileira das actividades da cultura. Neste segundo caso, parecem-nos particularmente relevantes não só os movimentos de «dessacralização» da cultura, com o desenvolvimento e legitimação simbólica das mais diversas formas de cultura popular, como igualmente a crescente diversidade de subculturas, associada à multiplicidade e fragmentação das identidades e à desierarquização das práticas (cf., por exemplo, O'Connor e Wynne, 1996, Storey, 1997, e Skelton e Valentine, 1998).

Não cabe aqui a discussão acerca da natureza destas actividades culturais e de como podemos definir com precisão as suas difusas fronteiras. Noutros momentos a análise dessa questão foi e continuará a ser efectuada (v., a este

propósito, Costa, 1998, e Teixeira Lopes, 1998)¹. Como base de trabalho, e tendo em conta os crescentes cruzamentos entre as diferentes formas da actividade cultural, partimos de uma noção ampla de actividades culturais, incluindo todas as formas relacionadas com aquilo que é tradicionalmente associado à arte e à cultura popular, tentando evitar distinções dicotómicas e simplificadoras, como aquelas que tradicionalmente distinguem entre «alta cultura» e cultura «de massas», entre arte e indústria, entre actividades performativas ou de apresentação única e produtos reproduzíveis, entre mercantilização ou não da sua produção e consumo, entre provisão pública ou pelo mercado, etc. (Wynne, 1992). Das «indústrias da cultura» (livro, disco...) aos *media*, ao cinema, às artes plásticas, às artes performativas, à preservação do património ou ao artesanato, por exemplo, estas actividades, em toda a sua diversidade, em relação a um sem-número de aspectos, são, essencialmente, actividades que utilizam *inputs* criativos e artísticos, com o objectivo primacial de exprimir informação e criar significados (Montgomery, 1994), seja no seio de sectores ou subfileiras relativamente autónomos e internamente coerentes (como as indústrias discográfica e livreira ou o audiovisual, por exemplo), seja alimentando toda uma ampla gama de outros sectores económicos (como a publicidade, o *design*, a moda ou arquitectura, por exemplo).

Independentemente da multiplicidade dos bens e serviços resultantes destas actividades (caracterizados, todos eles, pelo seu elevado nível de atributos estéticos ou semióticos, como notam, por exemplo, Lash e Urry, 1994, e Scott, 1996) e do facto de estes *produtos culturais*, como os designa Scott, consequentemente, assumirem formas muito heterogéneas², a nossa análise apenas se restringe à parcela (mais «central») afecta a tudo aquilo que está mais associado ao que tradicionalmente se aponta como criação artística e a algumas formas de cultura popular.

Optamos (cf. Costa, 1998) pela noção de «constelação» das actividades culturais, agregando a multiplicidade de actividades e práticas acima referida neste conceito (o que não obsta a que se efectuem desagregações para fins analíticos específicos), utilizando uma lógica de fileira económica na sua análise, na qual poderão ser distinguidas três fases principais distintas, relativamente transversais a todas estas actividades, que apresentam especifi-

¹ Note-se que a reflexão aqui desenvolvida se enquadra no âmbito de um projecto de investigação mais amplo que tem por linha condutora a elaboração de uma dissertação de doutoramento em Planeamento Regional e Urbano centrada no estudo do papel das actividades culturais na competitividade territorial, nomeadamente em contextos metropolitanos (realizada com o apoio do programa PRAXIS XXI).

² Desde os mais ligados às manufacturas tradicionais (o vestuário ou a joalheria, por exemplo), a serviços, mais ou menos avançados, centrados na produção e transmissão de informação (turísticos, teatro, publicidade...) ou a formas mais híbridas (como a edição discográfica ou literária ou a produção audiovisual, por exemplo).

idades importantes no que toca à sua organização económica e espacial (Costa, 1998): uma primeira fase, associada sobretudo à criação artística e à produção dos bens culturais (geração das ideias e criação dos bens artísticos/culturais propriamente ditos); uma segunda fase, ligada à difusão e à transmissão destes bens ao público; uma terceira e última fase, mais associada ao seu consumo, isto é, às práticas culturais receptivas.

A importância da análise de cada uma destas fases é variável, conforme o subsector em causa, mas é relativamente generalizável a sua relação com a organização do espaço. Determinado tipo de actividades, sobretudo ao nível da primeira fase (quando são necessárias relações, contactos, meios e recursos fortemente especializados para o processo de criação artística ou para a transformação das ideias num bem...) ou da terceira fase (nomeadamente no caso das práticas receptivas mais distintivas/exigentes, com limiares de mercado menores...), exige uma forte proximidade e uma grande aglomeração. Outro tipo de actividades (sobretudo no caso da distribuição e difusão dos produtos, mas igualmente no caso de alguma criação e do consumo de bens culturais mais generalistas e massificados) exige cada vez menos uma ligação territorializada tão forte face aos avanços tecnológicos e à crescente mediatização do consumo de muitos destes bens. É, no entanto, patente que as práticas culturais mais específicas, distintivas, cultivadas (apesar de nem sempre as três coisas simultaneamente), associadas a uma procura ou a condições (culturais, sociais, económicas...) para existir oferta mais restrita, implicam uma maior importância da base territorial e, concretamente, um maior peso da necessidade de aglomeração (Costa, 1998, 1999).

Como podemos então articular as actividades culturais com o espaço urbano? Duas dimensões nos parecem de crucial importância neste sentido. Por um lado, a escalas diversas (nacional, regional, global), importa reflectir acerca da distribuição das actividades culturais pelo território, concretamente acerca da constatação empírica da sua forte concentração em espaços urbanos e, sobretudo, metropolitanos (v., por exemplo, para o caso português, Costa, 1999). Por outro lado, a outro nível, coloca-se a questão da localização intra-urbana destas actividades, nomeadamente a discussão em torno das motivações de localização de práticas culturais mais específicas ou especializadas. É esta segunda vertente a que mais nos interessa no quadro da reflexão efectuada neste texto. Façamos, no entanto, previamente, um breve enquadramento da primeira questão, procurando equacionar as motivações para a concentração destas actividades nos espaços urbanos.

2. A CIDADE COMO CENTRO PRIVILEGIADO DA PRODUÇÃO E DAS PRÁTICAS CULTURAIS

A forte correlação entre aquilo que podemos designar por actividades culturais e o espaço urbano é uma constante ao longo da história, particu-

larmente no que toca a práticas mais restritas ou distintivas, pelos mais variados motivos, desde sempre associadas a espaços com maiores densidades de relações sociais e económicas. A cidade, aliás, sempre se afirmou não só como espaço de criatividade e inovação (características fundamentais para a competitividade nas sociedades cognitivas da actualidade, como nota Ferrão, 1997), mas igualmente como centro económico das actividades mais «marginais», no sentido de dirigidas a parcelas mais restritas da população^{3 4}.

As actividades culturais desde sempre foram (e, incompreensivelmente, muitas vezes ainda hoje são, mesmo na análise científica...) tidas como marginais na actividade económica, numa concepção que as enclausurou «mais na esfera do *ócio* do que do (*neg*)*ócio*»⁵. A natureza específica (de alguns) dos bens e serviços culturais muito tem ajudado a perpetuar esta ideia, muitas vezes através da forma de dicotomias simplistas e injustificadas (do tipo arte/indústria, público/privado...) (cf. Benhamou, 1996, Vogel, 1997, e Creton, 1994, por exemplo).

Nada mais errado, porém. Cada vez mais estas actividades assumem um papel central em quadros societais onde os valores estéticos e simbólicos e os atributos culturais e semióticos dos bens e serviços consumidos têm uma relevância crescente (Lash e Urry, 1994; Scott, 1996). As actividades ligadas à cultura, na sua diversidade, têm vindo a adquirir uma importância crescente, gerando trocas, riqueza, emprego, ocupação lúdica, qualidade de vida e bem-estar. Tornaram-se, portanto, «indústrias» decisivas para o desenvolvimento e competitividade de qualquer economia. São actividades que passam progressivamente das «margens» para o «centro» da actividade económica e, em particular, para o «centro» da produção e do consumo nos espaços urbanos.

Mas a que se deve esta relação privilegiada, desde sempre existente, entre as actividades culturais e o espaço urbano? Vários motivos poderão ser apontados. Poderemos sintetizá-los em torno de três conjuntos de argumentos de base distintos (Costa, 1998):

- Em primeiro lugar, pela possibilidade de existência de um «mercado» (isto é, num sentido amplo, de um «público», podendo as relações

³ O que não obstou a que depois estas actividades e práticas não se tornassem muitas vezes centrais, ou seja, que a cidade funcionasse como espaço liminar na passagem dessas actividades para o centro das relações sociais.

⁴ Note-se a relatividade dos conceitos de centralidade e de marginalidade usados ao longo deste texto (sejam estas geográficas, nas relações económicas, nas práticas sociais...), os quais devem ser entendidos de forma a ultrapassar a visão dicotómica redutora que lhes está subjacente. Por exemplo, uma prática cultural marginal (porque minoritária, porque inovadora...) pode assumir um papel central para a vida económica de um determinado espaço ou para as práticas e representações de um grupo social específico.

⁵ Concepção enraizada desde há muito no pensamento económico, particularmente junto dos autores clássicos, como é patente logo pela distinção entre trabalho produtivo e improdutivo feita pelo «pai» da ciência económica, Adam Smith...

existentes não envolver uma «mercantilização» dos bens em causa), com limiares de procura ou de oferta que justifiquem a provisão do bem cultural em causa⁶. Mesmo num quadro de crescente flexibilização das redes urbanas (cf., por exemplo, Ferrão, 1997) continua ainda a ser imprescindível a obtenção de áreas de influência suficientes para o aparecimento de determinadas práticas e criações. Determinado tipo de actividades e práticas (particularmente as mais específicas, distintivas, inovadoras ou exigentes em meios e recursos, isto é, as mais «marginais», para a generalidade da população) só surgirá em centros com capacidade para fornecerem uma massa crítica mínima para permitir a sua produção e difusão⁷;

- Em segundo lugar, pela possibilidade de potenciação de economias externas conjuntas (economias de escala, de gama, redução dos custos de transacção, efeitos de aprendizagem colectiva...) resultante da aglomeração, a qual favorece a concentração das actividades, particularmente daquelas mais exigentes em meios, mais inovadoras ou com mercados mais específicos. Embora as tendências actuais, associadas à especialização flexível pós-fordista, favoreçam paralelamente a descentralização das actividades mais rotineiras e com possibilidade de funcionarem através da interacção à distância, grande parte das actividades culturais (particularmente as mais ligadas à criação artística e à produção dos bens e serviços) exigem a proximidade e a formação de massas críticas mínimas de recursos e práticas relativamente grandes, pelo que se destacam movimentos centrípetos. Isto não obsta a que a concentração (económica e espacial) das formas de distribuição e a massificação de determinados mercados, facilitadas pelos desenvolvimentos das tecnologias de informação e telecomunicação e pelo processo de globalização, não contrariem esta tendência geral nalgumas subfileiras (discográfica, audiovisual, edição livreira, por exemplo);
- Em terceiro lugar, pelas especificidades dos modos e estilos de vida em ambiente urbano-metropolitano e pelas mutações nos valores e nas

⁶ Note-se que, mesmo no caso da criação mais «marginal», do artista no seu ideal-típico «estado puro», sem ter de se preocupar com a procura para os seus bens, é necessário que sejam criadas condições para a existência dessa oferta, seja ao nível das condições materiais, seja do surgimento da sua própria «criatividade», ou seja, é necessário um «limiar de oferta», para que a criação possa surgir.

⁷ Note-se que, paradoxalmente (ou não, se assumirmos que as práticas mais «marginais» são «centrais» para aqueles que as praticam...), aquilo que os modelos clássicos de hierarquização urbana (tipo Christaller ou Lösch) assumem como lugares mais centrais (isto é, aqueles que desempenham mais «funções centrais») são aqueles onde se constroem os espaços de «marginalidade», no sentido em que só nesses pontos se criam e desenvolvem determinadas práticas mais especializadas. Os lugares mais centrais são, assim, espaços de liminaridade, lugares de construção de novas centralidades.

práticas sociais. Com efeito, as cada vez maiores e mais diversificadas exigências ao nível dos modos e estilos de vida e dos padrões de consumo, implicando a formação de limiares críticos mínimos de procura, aos mais variados níveis e nos mais diversos campos, que permitam responder a aspirações, expectativas, práticas e representações crescentemente diversificadas, no sentido de uma afirmação identitária cada vez mais difusa e diversificada, apontam no sentido de uma necessidade de aglomeração para um conjunto significativo de agentes e actividades (Costa, 1996). O meio urbano-metropolitano, potenciando a dimensão, densidade e heterogeneidade de actores, relações e práticas [relembrem-se as ideias de Simmel e Wirth (cf. Fortuna, 1997)], pelas diversas mobilidades que proporciona (Remy e Voyé, 1992), pela diversidade e complexidade das relações geradas e pela fragmentação identitária daí resultante, continua a fomentar a concentração das práticas e a criatividade, permitindo a difusão de processos de procura de *individuação* (Rémy e Voyé, 1992) face aos movimentos uniformizadores e massificadores e a busca da *distinção* nas práticas sociais, para além de ser um elemento essencial à constituição de massas críticas mínimas para promoção dos diversos interesses individuais.

A estes argumentos, associados ao espaço urbano em geral, podemos juntar outros para determinados territórios com características específicas. A forte territorialidade de determinadas práticas económicas e sociais pode ser determinante na sua localização, como é o caso das actividades culturais (cf., por exemplo, Scott, 1996, Matteacioli e Tabariés, 1995, e Camagni, Galbiati e Pompili, 1995), particularmente através do efeito do «meio» (Costa, 1999). Se pensarmos no desenvolvimento da moda em Paris, do cinema em Hollywood, do *multimedia* na Califórnia, para além dos diversos «bairros culturais» dentro das diversas cidades, facilmente chegaremos a esta conclusão. Retomaremos esta ideia mais tarde. Observemos, entretanto, muito brevemente como se distribui o conjunto destas actividades pelo espaço nacional.

Em termos genéricos, podemos considerar que a distribuição da produção e do consumo culturais no nosso país apresenta um padrão que confirma as linhas anteriores⁸. Nota-se uma concentração clara das actividades nos espaços urbanos e, particularmente, nos metropolitanos. Esta forte concentração atinge valores extremamente elevados em actividades mais restritas em ter-

⁸ Um tratamento empírico desta questão (tal como de outras abordadas neste texto) está a ser efectuado, paralelamente, no seio das investigações em curso acima referidas. Uma breve análise da distribuição territorial de algumas actividades culturais a nível nacional pode ser encontrada em Costa (1999); uma sistematização de vários inquéritos e informação específica em relação às práticas culturais pode ser consultada em Conde (1997); uma análise pormenorizada das políticas culturais e dos seus impactos no nosso país pode ser encontrada em Santos (1998).

mos de mercado ou práticas mais «eruditas» e uma distribuição mais homogénea nas actividades mais «massificadas». A posse e utilização dos suportes e equipamentos mais «raros», as «saídas culturais» e, sobretudo, dentro destas, as mais «cultivadas» (ópera, música clássica, teatro, dança...), os principais pólos institucionais a nível nacional, concentram-se quase sempre nos dois principais aglomerados populacionais, sobretudo na região de Lisboa.

Naturalmente, práticas mais distintivas, consumos de bens, serviços, equipamentos mais especializados e produção mais exigente em recursos e meios só se encontram em centros de maior dimensão, na generalidade dos casos. Com a excepção de alguns casos pontuais de iniciativas específicas de âmbito nacional/internacional em algumas localidades de menor dimensão (festivais de cinema de Vila do Conde, Tróia ou Figueira da Foz, encontros de fotografia de Coimbra e da imagem de Braga, festivais de música *pop/rock* no Sudoeste alentejano e no Alto Minho, por exemplo)⁹, a concentração de eventos, sobretudo de maior dimensão ou virados para práticas mais restritas, é bem superior nos grandes centros urbanos (áreas de Lisboa e do Porto), particular e esmagadoramente na AML [esta última com níveis de mais de 60% do total nacional em mais de metade dos indicadores possíveis com os dados disponibilizados pelo INE e pelo Departamento de Estatística do Ministério do Emprego (cf. Costa, 1999)].

É clara, assim, por um lado, a centralização (e centralidade) das práticas culturais nos espaços urbano-metropolitanos e, paralelamente, por outro, a concentração das práticas mais especializadas (as «margens» das primeiras) nos espaços mais «centrais», dados que, aliás, conferem com os de outros países europeus (cf. Clancy, 1997, e CCE, 1998).

Analiseemos então mais em pormenor a distribuição destas actividades por espaços do tipo metropolitano, mais concretamente no caso da área de Lisboa.

3. A DISTRIBUIÇÃO INTRAMETROPOLITANA DAS ACTIVIDADES CULTURAIS

A distribuição das actividades culturais, nas suas diversas fases ou níveis, pelo espaço metropolitano poderá ser avaliada mais facilmente se distinguirmos aquelas actividades associadas a uma prática *indoors* (ou seja, que não exigem uma «saída» para o usufruto do bem em causa — ler um livro, ouvir música gravada, ver um vídeo, ver TV ou ouvir rádio, etc.) daquelas cujo «consumo» passa por uma deslocação *outdoors* (ir ao cinema, a um espectá-

⁹ E note-se que em grande parte destas situações a iniciativa (e o público...) é claramente exógena, com uma área de influência nacional, ou quase...

culo, a uma exposição...). Também ao nível desta distinção entre práticas culturais endo ou exodomiciliares a questão da «centralidade» e da «marginalidade» volta a colocar-se. Com efeito, as primeiras têm tido tendência a assumir-se cada vez mais como centrais, massificadas, generalizadas à maioria da população, enquanto as segundas (embora a escalas muito variáveis, conforme a prática específica que estejamos a analisar) têm sido, geralmente, relegadas para um papel residual, marginal, fora de determinados segmentos específicos da sociedade, onde estas práticas se concentram (isto é, em geral, junto de camadas etariamente mais jovens, mais disponíveis, com maior capital cultural e possibilidades financeiras...) (Conde, 1997; Clancy, 1997; Pronovost, 1996; CCE, 1998); O peso esmagador (e crescente, pelo menos em determinados estratos) das actividades associadas aos *mass media*, ao vídeo, ao consumo de música pré-gravada, ao *multimedia*, etc., em detrimento das «saídas» (assistência a espectáculos ao vivo, ida a exposições, conhecimento do património...), auxiliadas pelos desenvolvimentos tecnológicos e pela crescente mediatização das práticas, é disto um claro exemplo [vejam-se os resultados dos inquéritos mais recentes às práticas culturais dos Lisboetas, ou a sua posse e uso de suportes e equipamentos (Pais, 1994; Conde, 1997)]. Esta realidade na segmentação do acesso a determinados bens culturais (que, aliás, é a tradução da já existente, a outro nível, mesmo no que toca a actividades mais massificadas) é particularmente notória quando pensamos no acesso a estes bens por parte de indivíduos mais avançados no seu ciclo de vida (mais idosos, conjugalizados, com filhos...), com menores recursos económicos, habilitações ou capital cultural, ou, para além disso, nos mais distantes, em termos físicos da provisão da oferta exodomiciliar (Pronovost, 1996; Clancy, 1997; Conde, 1997). Para além disso, determinado tipo de práticas é, por diversos factores, ainda mais agravado geracionalmente (por exemplo, todas as que tenham a ver com a forte utilização das novas tecnologias de informação, ou as mais associadas às formas de cultura «popular» ligadas às sociabilidades urbanas).

Falamos de bens com um poder simbólico e distintivo muito forte, cujo consumo e produção não poderão ser analisados de forma desligada da especificidade dos públicos aos quais se dirigem. Estes não podem ser vistos como entidades abstractas, sendo muito variáveis e cada vez mais diversificados, não só ao nível das práticas mais «cultivadas» (no sentido em que apenas uma fracção «marginal» das pessoas é mercado para estas actividades), como igualmente ao nível do tipo de produtos consumidos no que toca às práticas mais «massificadas», com a crescente fragmentação de identidades e multiplicidade de subculturas, sobretudo a nível juvenil (pense-se no caso da diversificação de subgéneros musicais «alternativos» ou em tipos de literatura, cinema ou música com públicos muito específicos).

Neste quadro, ao analisarmos a lógica da distribuição espacial da oferta e da procura das actividades culturais, devemos ter sempre presente o cruzamento entre duas dimensões distintas: por um lado, a ideia de que as diferentes fases e subsectores da fileira da cultura correspondem a níveis de territorialidade diversos (ou seja, diferentes motivações e necessidades locais nas fases de criação/produção, de difusão dos bens e do seu consumo¹⁰); por outro, a importância da diversidade e da «qualificação» ou «nível de distinção» das práticas, isto é, da dimensão do mercado, tanto no que toca ao consumo dos bens culturais como no que concerne à criação de oportunidades para o surgimento da criação artística e da sua transformação num produto cultural.

A localização de cada actividade específica (ou de cada parcela do processo produtivo que permite a ocorrência de uma actividade cultural) dependerá, portanto, do cruzamento destas duas dimensões. Por um lado, face às mutações sócio-económicas e tecnológicas em curso, é permitida, em termos genéricos, a descentralização e massificação de determinadas actividades, em particular daquelas que estão associadas aos mecanismos de distribuição e divulgação dos bens e serviços culturais, sobretudo dos mais mediatizados. A redução da fricção da distância facilita esta vertente, com uma progressiva possibilidade de aproximação espacial (em termos físicos e topológicos) aos públicos, dispensando a necessidade de concentração no centro dos espaços metropolitanos ou a sua agregação. Isto não inviabiliza, no entanto, que não subsista uma concentração económica (ou mesmo, nalguns casos, espacial) dos mecanismos e organizações que controlam esta distribuição (pense-se no caso da distribuição e exibição cinematográficas, com o desenvolvimento de complexos de salas fora das áreas centrais das cidades, bem como na venda de livros, discos, vídeos, nas grandes superfícies comerciais, por exemplo).

Por outro lado, determinados tipos de actividades, mais especializadas, mais exigentes em recursos e meios ou mais limitadas face à dimensão dos seus mercados, tendem para uma forte concentração face à extrema importância que desempenham para a sua provisão e usufruto o efeito do meio ambiente envolvente e as economias de aglomeração (Costa, 1998). Destacam-se aqui sobretudo as actividades ligadas à criação artística, à geração de iniciativas e à sua produção, tanto ao nível das microiniciativas (pequenas lojas muito especializadas, pequenos eventos culturais *underground*...) como mesmo de outros segmentos das fileiras (sedes, estúdios, serviços de apoio especializados...) englobados em «indústrias» bem estruturadas. Paralelamente, avultam igualmente aquelas práticas (em geral, mais «cultivadas») cujos mercados são mais restritos e, portanto, a ligação ao centro é fulcral,

¹⁰ As quais se articulam, elas próprias, com as estruturas de mercado, muito diversificadas entre si (cf., por exemplo, Shapiro *et al.*, 1992, Benhamou, 1996, Vogel, 1997, e Creton, 1994).

estando concentrados os pontos de oferta e exigindo limiares críticos de procura fortemente polarizados, com maior alcance, pois estamos perante funções centrais de nível hierárquico superior. Mesmo dentro de (sub)fileiras mais generalistas e cujas práticas sejam mais massificadas, esta distinção faz sentido (lembre-se o caso da venda de livros ou discos muito especializados ou o da exibição de cinema de autor, por exemplo...).

Estas tendências associam-se fortemente aos mecanismos da especialização flexível na fileira da cultura. Com efeito, esta fileira, fortemente marcada, na actualidade, por movimentos de reestruturação, convergência tecnológica e concentração económica e por uma grande fragmentação dos mercados (gostos, estilos de vida, nichos específicos, subculturas...), é particularmente atreita às mudanças associadas à especialização flexível pós-fordista (Shapiro *et al.*, 1992)¹¹. Desenvolve-se o trabalho em rede, apostando no *downsizing* e num elevado recurso à subcontratação, o que tem permitido o crescimento do emprego, mas numa base de precarização, através de uma grande flexibilização da força de trabalho (contratação a prazo, picos de actividade, auto-emprego, *part time*, etc.), tanto nos trabalhos mais banais como nos mais qualificados (cf., por exemplo, Castells, 1996, Scott, 1996, e Montgomery, 1994). Esta flexibilização faz-se sentir particularmente nas actividades da primeira fase, no que toca à criação e aos meios técnicos utilizados na produção, com a progressiva externalização de funções (Shapiro *et al.*, 1992). As actividades que se mantêm como núcleo duro das tradicionais indústrias culturais fordistas (massificadas e economicamente concentradas) são cada vez mais as ligadas à distribuição e difusão dos bens, sobretudo em determinadas subfileiras mais estruturadas (*media*, edição discográfica e livreira, audiovisual e *multimedia*...). Mesmo nestas fileiras, a externalização de actividades da primeira fase, como as acima referidas, potencia o seu forte enraizamento territorial, o que fomenta a sua concentração (Costa, 1999).

No caso concreto da AML, e começando pelas práticas exodomiciliares, parece-nos imprescindível uma primeira constatação: a concentração, quantitativa, mas particularmente qualitativa-distintiva (ou seja, sobretudo das práticas mais restritas/cultivadas), no centro da zona em estudo e mesmo em locais específicos dentro da própria cidade. A concentração no concelho de Lisboa é clara não só ao nível da localização dos grandes agentes «institucionais» (públicos e não só, como CCB, Culturgest, Gulbenkian, S. Carlos...), como da polarização da oferta de espectáculos (teatro, dança, cinema, música de todos os géneros...), de espaços de exposição temporários e permanentes (galerias, museus...) ou de instituições vocacionadas para a

¹¹ Embora com limites, sobretudo no que toca à distribuição e difusão (cf. Lash e Urry, 1994).

preservação e arquivo do património, por exemplo. Esta concentração quantitativa é acentuada, como referimos, em termos qualitativos: os espaços para espectáculos massificados de grande dimensão ou para espectáculos mais restritos (de qualquer dimensão), as salas de cinema e teatro mais especializadas, os espaços expositivos mais especializados, etc., estão concentrados no centro da metrópole.

Isto não obsta a que haja uma oferta, aliás crescente, na envolvente da cidade, a um nível diversificado (grupos de teatro, espaços para concertos, espaços para exposições, museus, bibliotecas...). Na generalidade, correspondem a práticas mais generalistas e resultam em grande parte da iniciativa pública local ou da mobilização de pequena iniciativa de base localizada (v. Santos, 1998), embora se notem algumas excepções a este nível: políticas de descentralização ou de aposta na especificidade em relação a serviços públicos ou fases específicas dos processos de produção (arquivos, escolas artísticas...).

Um caso paradigmático desta realidade é o do cinema, prática mais generalizada de entre as exodomiciliares. Olhemos para ela mais pormenorizadamente. Por um lado, dá-se a transferência progressiva do grosso dos consumos mais massificados para espaços no exterior do centro da Grande Lisboa, particularmente ao nível dos *multiplexes* das grandes superfícies comerciais¹² (cerca de 50 salas — aproximadamente metade das existentes na AML — estão localizadas em grandes superfícies comerciais onde, simultaneamente, existe um hipermercado!), espaços esses que se afirmam como os novos pólos de centralidade das cidades actuais, mais perto das pessoas e permitindo as vantagens da aglomeração num espaço único (desempenhando, portanto, o papel tradicional dos «centros» das cidades — são as novas «baixas»...). Note-se que a rentabilização da actividade nestes espaços passa, para além disso, por uma crescente diversificação do produto oferecido: cada vez mais, muito para além do filme, estão a vender-se outros bens (as «pipocas» e as bebidas, o *merchandising*, as hipóteses diversas de consumo e recreio num centro comercial...) ¹³. Por outro lado, nota-se uma forte centralização na cidade (e, dentro desta, em zonas bastante específicas) dos espaços de exibição (praticamente ao longo de um eixo entre o Marquês de Pombal e as Avenidas Novas, incluindo a Cinemateca e a generalidade das salas que mais apostam num cinema para públicos mais especializados/

¹² O que confere com a realidade de outros países europeus (cf. Pardo, 1997).

¹³ Estamos aqui perante uma das fronteiras indefinidas das actividades culturais: quando o filme (o produto «cultural», que, aliás, em geral, de artístico pode já não ter muito...) é oferecido como «complemento» (pelo menos em termos de rentabilidade económica, como já se passa em algumas salas) à venda de serviços de restauração, podemos estar perante um serviço «cultural», em sentido lato, já que será uma prática cultural «ir ao cinema», mas não mais perante o Cinema (com C maiúsculo...)...

restritos — algumas delas, aliás, também inseridas em complexos comerciais...—, numa distribuição não totalmente alheia aos espaços residenciais e de trabalho/estudo dos seus frequentadores preferenciais). Neste caso, a aposta numa localização central e de maior «prestígio» alia-se à possibilidade de formação de limiares de mercado para o produto cinema enquanto «cinema», para uma relativamente escassa (mas crescente, como se nota pela evolução da procura destes espaços na última década...) fatia de público, com uma área de influência claramente superior (toda a AML), apostando numa maior mobilidade de um público com características particulares (padrão tipo 18-25 anos; frequência universitária; solteiros ou, pelo menos, sem filhos; com algum poder de compra...) e com uma procura do bem menos elástica aos custos (económicos e não só) do seu usufruto.

As tendências acima apontadas referem-se basicamente aos espaços públicos de usufruto das práticas culturais (bem como, associadamente, à génese da sua oferta). Em termos genéricos, conferem com as conclusões (nem sempre «especializadas») dos inquéritos realizados nos últimos anos às práticas culturais dos Lisboetas (cf. Pais, 1994, Conde, 1997, e Santos, 1998). No entanto, como antes foi referido, a própria distribuição e usufruto destes bens (particularmente daqueles que são providos em subfileiras mais estruturadas, como a do audiovisual, da música ou do livro) tendem a ser cada vez mais desterritorializados, bem como alguns aspectos da sua produção, face à redução das distâncias (físicas, sociais, culturais...) possibilitada pelas novas tecnologias. Nota-se uma certa descentralização de algumas actividades (sobretudo de difusão/distribuição, mas igualmente de produção) não só relacionada com o aumento dos consumos *indoors*, por exemplo, via *media*, mas ao nível de aspectos específicos dentro das diversas subfileiras. Vejam-se os exemplos da localização das estações de TV privadas, da generalidade dos estúdios de gravação áudio e vídeo, de produtoras em diversas áreas, etc.), localizados em zonas de grande acessibilidade na envolvente da cidade (não exigindo economias de aglomeração tão fortes, valorizando preços fundiários menores...).

Ao nível da criação, a situação é também diversificada. Por um lado, há determinado tipo de práticas que exigem uma forte territorialização, mas, por outro, existem outras que podem dispersar-se facilmente pelo território. Podemos sempre argumentar que o melhor espaço para pintar um quadro ou escrever um livro é no isolamento do cimo das montanhas, por exemplo. Para determinadas actividades, o espaço pode não ser assim tão importante. A profusão de actividades associativas e de práticas culturais amadoras em expansão na envolvente da AML é um claro exemplo desta possibilidade de dispersão, mas apenas em determinados casos. É patente, por outro lado, a necessidade de contacto directo, de interacção social, particularmente ao nível de determinadas áreas de criação artística e de produção dos bens e serviços culturais (utilização de suportes, serviços de apoio especializados,

etc.), nomeadamente ao nível de actividades mais específicas e/ou especializadas, onde as economias de aglomeração sejam muito relevantes, ou seja, onde existam limiares críticos mínimos elevados para o surgimento da oferta de determinados bens/práticas.

Particular relevância assumem neste contexto os chamados «bairros culturais», onde a lógica da forte territorialização é marcante (v., por exemplo, Scott, 1996, Bianchini e Parkinson, 1993, Fortuna, 1997, O'Connor e Wynne, 1996, Short, 1996, e Costa, 1999). Sendo bairros que, na maior parte dos casos, desde há muito concentram actividades e práticas intimamente ligadas a estas actividades, são o palco principal de sociabilidades e da criação de uma atmosfera propícia ao desenvolvimento de formas de produção dinâmicas e inovadoras fortemente territorializadas. Desde há muito que a criação e a produção, bem como o exercício de práticas concretas de consumo cultural, se centram tradicionalmente em determinados espaços internos às cidades, onde se desenvolvem pequenos *clusters* específicos associados a indústrias culturais concretas, por vezes até juntando simultaneamente diversas subfileiras. Em particular, assumem um papel central nestes espaços novas formas de consumo e de produção ligadas à cultura popular, remetendo para estilos de vida, formas de sociabilidade e práticas próprias, associadas à proliferação e fragmentação dos padrões de produção e consumo culturais e a uma maior fluidez das identidades (O'Connor e Wynne, 1996). Em geral, conjugam-se fortemente com uma apropriação do espaço mais ou menos inserida em esquemas de regeneração urbana, bem como a proliferação de espaços de lazer (particularmente de animação nocturna), potenciando uma atmosfera favorável ao desenvolvimento das referidas actividades (cf., por exemplo, Bianchini e Parkinson, 1993, Zukin, 1992, e O'Connor e Wynne, 1996). O caso do Bairro Alto, em Lisboa, é paradigmático destas realidades (Costa, 1998). Analisá-lo-emos mais pormenorizadamente adiante.

Note-se, aliás, que a distribuição dos espaços de diversão nocturna [assumindo o «sair à noite» como uma prática cultural cada vez mais generalizada junto de uma parcela significativa da população (Pais, 1994, por exemplo)] reflecte ainda o mesmo tipo de padrão locacional. Para além de espaços de diversão mais massificados (e menos especializados) generalizados em toda a AML, verifica-se uma concentração das práticas em pólos fortemente territorializados (como o referido Bairro Alto, as Docas, a 24 de Julho...), relativamente segmentados e com dinâmicas e géneses distintas (como veremos adiante)¹⁴...

Conclusões relativamente semelhantes às acima apontadas podem inferir-se da análise das práticas endodomiciliares. Pela sua própria natureza, a prática cultural propriamente dita encontra-se espacialmente associada à residência e, portanto, o seu padrão locacional reflectirá a distribuição espacial dos

¹⁴ Note-se, no entanto, a existência de algumas excepções, particularmente associadas a movimentos culturais específicos, como é o caso das *raves*...

seus consumidores, mediatizada, obviamente, pelas principais linhas de segmentação (geração/posição no ciclo de vida; padrão sócio-económico; nível de habilitações; acessibilidade à oferta). Será interessante, no entanto, meditar um pouco na evolução sentida no que toca à distribuição e venda destes produtos. Cada vez mais, como foi referido anteriormente para os mecanismos de distribuição destes produtos (agora vistos na vertente do consumo *indoors*), temos a progressiva massificação e difusão espacial da oferta destes bens (vídeo, livro, disco, instrumentos musicais, suportes, etc., tanto no domínio da venda como do aluguer ou da consulta) ao nível dos produtos mais massificados (sobretudo pelos novos centros de consumo, jogando na proximidade a consumidores menos «exigentes») e uma manutenção da concentração (espacial) da oferta de bens mais especializados. Esta concentração não obsta, no entanto, a uma crescente diversificação da oferta, com uma forte segmentação dos mercados, traduzida na proliferação, por um lado, de *megastores* (espelhando o interesse de ramos económicos dominantes em franjas de mercado específicas) e, por outro, de lojas muito especializadas (ou de bens em segunda mão, para públicos específicos, por exemplo), muito centralizadas.

Em termos panorâmicos, podemos, por conseguinte, afirmar que em qualquer das duas vertentes de práticas consideradas — *outdoors* e *indoors* — (alg)umas actividades («as mais marginais») exigem uma forte concentração espacial para a sua criação e «consumo», enquanto outras, mais «centrais»/«massificadas», permitem limiares de mercado que potenciam uma difusão espacial mais generalizada. Perante públicos diferentes (os do primeiro tipo com procuras mais «rígidas», portanto mais dispostos a «sacrificarem-se» para usufruírem dos bens em causa), as segundas respondem com a sua dispersão ao menor alcance da procura face à dimensão do mercado, enquanto as primeiras, com limiares de mercado menores, têm áreas de influência espacialmente muito superiores.

Tendo presente este quadro de referência, será importante aprofundarmos um pouco mais a análise daquelas actividades anteriormente referidas cuja forte territorialização permite a dinamização de espaços específicos (os «bairros culturais»), com a particularidade de desempenharem funções mais «marginais» da fileira no «centro» da cidade (que, eventualmente, serão no entanto «centrais» para as vivências das pessoas que as praticam...). É o que faremos no ponto seguinte, centrando-nos particularmente na zona do Bairro Alto-Chiado.

4. OS «BAIRROS CULTURAIS», ESPAÇOS DE INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE, ESPAÇOS DE LIMINARIDADE: O CASO DA ZONA BAIRRO ALTO-CHIADO

Já tivemos anteriormente a oportunidade de defendermos a aplicabilidade de uma análise baseada na abordagem dos *meios inovadores* aos bairros

culturais, em particular, no caso de Lisboa, ao Bairro Alto (Costa, 1998, 1999). Retomamos agora esse argumento, embora para uma zona um pouco mais alargada, compreendendo espaços contíguos, tradicionalmente muito dinâmicos em termos culturais (apesar de não necessariamente nos mesmos sub-setores...) ¹⁵. Esta zona do Bairro Alto-Chiado é caracterizada desde há muito pelo seu dinamismo cultural. Não só funciona tradicionalmente como pólo de aglomeração de instituições e espaços fundamentais na actividade cultural da cidade (S. Carlos, Companhia Nacional de Bailado, Centro Nacional de Cultura, teatros, museus, galerias de arte...), como se afirmou como centro territorial de parcelas significativas desta fileira durante muito tempo (como a imprensa escrita ou as escolas de formação artística, por exemplo ¹⁶), ou como é ainda hoje identificado como espaço privilegiado de tertúlias e de debate e discussão cultural... Assume-se ainda, mais modernamente, como espaço fundamental tanto no campo da animação nocturna como em outras áreas culturais diversas, como a criação de moda, a oferta de espaço para exposições e para *performances* e actuações «alternativas» ou a venda de bens culturais especializados ou de produtos com elevados conteúdos estético-simbólicos e distintivos...

Esta tradicional concentração de actividades gera um dinamismo próprio, que, para além da própria representação simbólica associada, reforça a forte territorialização da implantação destas actividades. Ao efeito das economias de aglomeração tradicionalmente apontadas junta-se um conjunto de características associadas à atmosfera gerada pela interacção entre os diferentes agentes que nos permitem começar a assimilar esta zona com (pelo menos algumas das características dos meios inovadores: sistemas produtivos fortemente territorializados, com uma «atmosfera» propícia à inovação, onde avultam mecanismos de aprendizagem colectiva, historicamente construídos, formas de auto-regulação próprias, baseadas em redes formais e informais, uma forte criatividade, uma grande partilha da informação e do *know-how*, bem como a existência de representações colectivas, internas e externas, comuns.

¹⁵ Não obstante existirem claras distinções entre as realidades destes dois subespaços (a dinâmica do Bairro Alto assenta sobretudo em pequenas organizações, com fins lucrativos ou não, fortemente propensas à diferenciação e nas diversas inter-relações geradas entre si e a do Chiado numa oferta cultural mais institucional e comercial), optámos nesta fase pela sua análise conjunta, realçando aspectos comuns aos dois subespaços, como a centralidade das actividades culturais e a sua forte territorialidade e, sobretudo, as sinergias e efeitos de proximidade de que os dois espaços mutuamente beneficiam.

¹⁶ Apesar de em qualquer destes ramos se notar uma progressiva deslocalização (vejam-se, por exemplo, os abandonos, totais ou parciais, nos últimos anos, da Faculdade de Arquitectura de Lisboa, do IADE, da Escola de Teatro e Cinema...).

O estudo do papel do meio no desenvolvimento territorial tem sido uma das vertentes fundamentais das análises sobre o território efectuadas ao longo dos últimos anos. A partir da noção de meio inovador desenvolvida por Philippe Aydalot (1986), em particular no seio das investigações do GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs), diversos autores têm enfatizado o papel de características como as acima referidas para evidenciar a forte territorialidade e o paradigma da aglomeração (e desierarquização) das actividades, característicos das formas espaciais mais dinâmicas da contemporaneidade (para uma breve localização neste debate, v., por exemplo, Bramanti, 1998).

As actividades culturais, pelas suas próprias características, são muito sensíveis à aglomeração, como vimos, particularmente à concentração em espaços urbanos e sobretudo metropolitanos. A metrópole é igualmente, como nota Pierre Veltz, o quadro espacial fundamental (ainda que não exclusivo) das dinâmicas actuais da inovação, conciliando as externalidades de aglomeração com externalidades específicas decorrentes da urbanização (particularmente da diversidade de mercados e práticas existente em meio urbano)¹⁷ (Veltz, 1988). É natural, assim, o surgimento de pólos de actividades culturais no espaço urbano, seja ao nível das grandes actividades emblemáticas de determinadas cidades (o cinema em Hollywood, a moda ou a pintura em Paris, por exemplo), seja igualmente no desenvolvimento de bairros culturais nos centros das grandes cidades.

Como nota Camagni, em determinadas condições é legítima a comparação entre os conceitos de meio inovador e de cidade, que, não obstante a maior complexidade do segundo, partilham algumas características comuns (vantagens aglomerativas de diversos tipos). A ideia de meio inovador tanto pode ser associada à cidade como um todo (a cidade em si comportando-se como meio inovador) como a espaços concretos dentro da própria cidade (meios inovadores localizados na cidade e explorando a atmosfera urbana) (Camagni, 1998).

Os processos de inovação, de integração cultural e de reprodução, características base específicas destes meios inovadores, dependem da sua capacidade de gerarem actividades de incubação, captação e disseminação (Maillat, 1998) que suportem o seu dinamismo. Num meio urbano já de si favorável à concentração de actividades deste tipo, outras externalidades urbanas são geradas pela interacção das suas especificidades ao nível do

¹⁷ V., a propósito, a reflexão de Scott acerca da indústria *multimedia* californiana, onde, apesar da relação de colaboração/complementaridade existente entre as empresas de Silicon Valley e de Los Angeles/Hollywood, estas mantêm as suas características, mais «técnicas», no primeiro caso, mais «culturais», no segundo; paralelamente, desenvolve-se extraordinariamente um pólo nova-iorquino na mesma indústria (Scott, 1997).

sistema técnico-organizativo da produção (conhecimentos adquiridos, lógicas de aprendizagem e de inovação geradas...), do sistema de governância (formas de regulação, de orientação, de concertação, de legitimação...) e do sistema de representações colectivas (sistema de valores comum, identidade colectiva...).

Como antes defendemos, ao nível de determinadas actividades dentro da fileira (criação artística e passagem à prática do projecto), estes efeitos do meio podem fazer-se com mais intensidade. Para além de o próprio carácter artístico e criativo das actividades fomentar (e se confundir com) a busca da inovação (Shapiro *et al.*, 1992), característica essencial destes espaços, é aqui que se desenvolvem, através de sistemas produtivos fortemente territorializados e espacialmente concentrados, relações específicas entre os actores que se traduzem num ambiente propício ao surgimento da inovação (cooperação e exploração de sinergias entre empresas, presença de actores colectivos, representações colectivas, internas e externas, comuns, cooperação em rede face ao exterior, mecanismos de aprendizagem colectiva, espaços de sociabilidade comuns...) (Costa, 1999)¹⁸.

No caso das práticas receptivas mais especializadas ou distintivas, que, para além de naturalmente tenderem para a concentração pela exiguidade dos mercados, se articulam fortemente com as dinâmicas geradas no que toca à inovação e ao fomento da criatividade, bem como a formas de governância e sistemas de representações colectivas específicas, estas características são igualmente partilhadas.

Aliás, como notam O'Connor e Wynne, algumas novas formas de produção e consumo cultural em meio urbano (concretamente em espaços do tipo do que agora estudamos), articuladas com a construção de estilos de vida específicos, são caracterizadas pela diluição das diferenças entre produção e consumo (Wynne, 1992; O'Connor e Wynne, 1996). As novas formas de consumo cultural, muito centradas no valor simbólico dos bens, na desestabilização das hierarquias simbólicas pela articulação de gostos e estilos alternativos e no desenvolvimento das culturas populares e comerciais como alternativas em relação à «alta cultura» estabelecida, confundem-se cada vez mais com as formas de produção, já que estas novas e crescentes formas de consumo, envolvidas em mecanismos complexos de rentabilização e distinção, rapidamente evoluem para a produção cultural para abastecerem estes novos mercados. Um forte espírito empreendedor, baseado na automotivação, na confiança e num forte envolvimento pessoal e emocional, tornando difusas as fronteiras entre trabalho e lazer e trabalho e cultura, caracteriza as

¹⁸ Note-se que, mesmo no caso de «indústrias» mais massificadas e concentradas economicamente (música, livro, cinema), a inovação e a criatividade vêm essencialmente de pequenas empresas independentes (muitas vezes a funcionar à base destes meios específicos) e só depois são incorporadas pelas grandes empresas.

iniciativas geradas nestes ambientes, onde o peso das redes informais para a difusão da informação e das ideias é extremamente elevado (O'Connor e Wynne, 1996).

Criam-se novos espaços urbanos (de diversão e, simultaneamente, de trabalho), palcos para novas formas de sociabilidade, que levam a novas formas de representação e a uma maior diversidade e «mistura» social, que traduzem uma maior preocupação com a estetização e «estilização da vida» em oposição a estilos de vida mais convencionais e actividades orientadas mais racionalmente para objectivos (O'Connor e Wynne, 1996). Emerge assim um estilo de vida próprio (sobretudo dentro do segmento etário de 18-35 anos, que é o maior frequentador das actividades culturais e de lazer neste espaço), baseado em valores «anti-racionalistas» (intuição, auto-expressão, criatividade, exploração da subjectividade e do corpo, prazer e hedonismo) e estritamente ligado ao valor posicional e distintivo de bens e serviços simbólicos.

Estes «novos» estilos de vida, estreitamente associados às actividades da fileira da cultura, têm, assim, um impacto significativo na economia e na organização destes espaços urbanos, em particular através do crescente envolvimento da cultura popular e, sobretudo, das «indústrias culturais de juventude» (O'Connor e Wynne, 1996) na criação de novos locais urbanos de consumo. Das práticas culturais mais «cultivadas» e marginais ao desenvolvimento de espaços associados à música *pop*, à moda, à diversão nocturna (cf. Lovatt e O'Connor, 1995), geram-se, através da multiplicação e diversificação de práticas, segmentos de mercado muito diferenciados e distintivos, fortemente concentrados no espaço. Seja através do surgimento de iniciativas em qualquer destes campos (estilistas de maior ou menor dimensão, pequenos espaços para espectáculos e exposições, bares com música ao vivo, lojas de discos, livros ou roupa em segunda mão, pequenas editoras independentes...) muito especializados, com uma componente distintiva extremamente elevada, seja pelo efeito de *meio* generalizado que provocam e através do qual cumulativamente atraem novas actividades, criadores e consumidores, seja pelos mecanismos específicos de interacção e de sociabilidade que proporcionam pela densidade de relações e heterogeneidade dos actores, estas actividades ilustram bem a (re)vitalização de uma zona como a do Bairro Alto-Chiado.

Este aspecto permite distinguir uma zona deste tipo de outros espaços em que as actividades culturais estão («apenas») muito fortemente associadas aos mecanismos de regeneração urbana. A centralidade das actividades da cultura nos esquemas e políticas de regeneração urbana está, aliás, bem documentada (v., por exemplo, Bianchini e Parkinson, 1993, Wynne, 1992, e Shurmer-Smith e Burtenshaw, 1990). Seja pelo lado da renovação física e

criação e recuperação de equipamentos e infra-estruturas, seja pela dinamização e animação cultural, seja pelas oportunidades e espaços de sociabilidade criados, as actividades da fileira da cultura, nas suas múltiplas dimensões, assumem um papel crucial (Costa, 1998).

Parecem-nos aqui, no entanto, fundamentais os mecanismos de *governância* característicos de um meio inovador. Num contexto do tipo do analisado geram-se formas de auto-regulação diversas (sejam elas o mercado ou outras relações, mais ou menos hierarquizadas ou formalizadas, desde vínculos contratuais a relações de associação e cooperação, redes promocionais, redes de criação, de fiscalização e vigilância, de acesso e difusão da informação...), que possibilitam este dinamismo económico e cultural, apoiado na inovação e criação. Este é consubstanciado numa lógica de interacção própria (sustentada na criação de redes de inovação e na construção de um espaço de trabalho colectivo) e numa dinâmica de aprendizagem colectiva, caracterizada pela capacidade dos diferentes actores de adaptarem ao longo do tempo os comportamentos às transformações verificadas no ambiente envolvente (Costa, 1996).

Desta forma, dificilmente se comparará o dinamismo do Bairro Alto com outras zonas da cidade objecto de programas de recuperação urbana de génese mais «administrativa»-«institucional». Os casos das zonas da 24 de Julho e das Docas e, mais recentemente, da zona de intervenção da Expo 98 serão um bom exemplo do que referimos. Independentemente do dinamismo, sobretudo existente ao nível dos serviços de restauração e da animação nocturna em qualquer destes espaços e da densidade de formas de sociabilidade criadas, não estamos perante o mesmo conjunto de características que se mostra existente na zona do Bairro Alto-Chiado, no que toca à quantidade e diversidade das actividades geradas e, em particular, aos mecanismos de *governância* internamente formados e assumidos. Os mecanismos de inter-relação gerados e os estilos de vida e práticas dos agentes efectivamente envolvidos, pelas suas vivências e representações, neste espaço da cidade são os próprios eixos condutores dos mecanismos de regeneração urbana, e não as políticas (urbanísticas, culturais...) que «administrativamente» teriam por objectivo transformar este espaço — como acontece nos casos anteriores (independentemente de, conforme os casos, esse impulso externo ter maior ou menor origem nas instituições públicas ou nos empresários dos grandes espaços de animação nocturna...). Tal como noutros casos (v. O'Connor e Wynne, 1996, para o caso de determinadas zonas de Manchester, ou Lovatt, 1998, para Liverpool), é o facto de as pessoas (residentes, trabalhadores, utentes diversos destes espaços de lazer, diversão e trabalho) tornarem esta zona da cidade central para elas próprias, para as suas vivências, que provoca o surgimento dos efeitos de dinamismo (cultural, económico, social) aí verificado, ou seja, o efeito da atmosfera criativa, «inovadora», para um conjunto

de práticas (independentemente da sua marginalidade para a generalidade da população), isto é, o efeito do «meio» indispensável à forte territorialização destas actividades.

Na prática, não estamos, nesta zona, apenas perante um espaço «típico», bem conservado, de mera «paisagem», como Zukin (v., por exemplo, Zukin, 1992, e O'Connor e Wynne, 1996), defende ter acontecido no SoHo, em Nova Iorque, após o afluxo de segmentos sociais mais abastados ter «subvertido» a apropriação dos quarteirões culturais pela vida dos «artistas», mas perante um espaço efectivamente «vernáculo», com características genuínas das próprias vivências dos diferentes segmentos populacionais que se entrecruzam e interagem nestes espaços (como O'Connor e Wynne defendem acontecer em Manchester, por exemplo...)¹⁹.

Parece-nos, neste ponto, igualmente interessante e importante o cruzamento com o conceito de liminaridade, anteriormente focado noutros contextos. Um espaço deste tipo não pode deixar, neste quadro, de se assumir como um território de liminaridade onde, através da interacção das práticas e das representações dos agentes, se jogam as relações entre centralidade e marginalidade dos consumos e da criação cultural. A negociação permanente de espaços hegemónicos, legitimados através do poder simbólico, implica a formação de «espaços» «centrais» e de «espaços» de «exclusão» para os diversos agentes e para as suas práticas (cf. Pina Cabral, 1996).

Neste sentido, as actividades culturais podem ser vistas, elas próprias, como eminentemente liminares, em particular aquelas mais distintivas (ou seja, como vimos, simultaneamente, grande parte das que tendem para uma forte territorialização e concentração). O «meio inovador» característico deste espaço²⁰, assumido como algo que permite a geração de criatividade e a afirmação de «alternativas» e de vanguardas culturais e artísticas, ou seja, que fomenta a ocorrência de formas de produção e consumo mais distintivas, é um veículo muito propício à afirmação destes espaços de liminaridade (entendido não só em termos físicos, mas igualmente sociais e económicos).

Pense-se, aliás, que a cidade em si é já um espaço de liminaridade. Desde sempre o espaço urbano assumiu-se como espaço privilegiado de afirmação da diferença, da liberdade, face a um menor controle social, como o território

¹⁹ Note-se como será interessante aprofundar empiricamente esta questão do «espaço vernáculo», tendo particularmente em conta não só as vivências dos novos utilizadores e dinamizadores destes espaços, como igualmente dos residentes «tradicionais», avaliando as diferentes formas de exclusão, segregação ou integração verificadas.

²⁰ Que se refere, neste sentido, não só à inovação e criatividade fundamentais, às actividades de *ruptura* (em termos abstractos), mas também a outras inovações genéricas (nas actividades e nas práticas, nos processos organizativos, nas soluções institucionais), as quais devem ser vistas sempre de forma relativa ao meio em questão.

da transposição [podendo nós mesmos assumir, aliás, que, como defendem Remy e Voyé, (um)a característica distintiva do espaço urbano é exactamente o leque das diversas mobilidades que proporciona... (Remy e Voyé, 1992)].

Como nota Arantes, «os habitantes da cidade deslocam-se e situam-se no espaço urbano. Nesse espaço comum, quotidianamente trilhado, vão sendo construídas colectivamente as fronteiras simbólicas que separam, aproximam, nivelam, hierarquizam ou, numa palavra, ordenam as categorias e os grupos sociais nas suas mútuas relações. Por esse processo, ruas, praças e monumentos transformam-se em suportes físicos de significações compartilhadas [...] os lugares sociais assim construídos não estão simplesmente justapostos uns aos outros como se formassem um grande mosaico [...] sobrepõem-se e, entrecruzando-se de um modo complexo, formam zonas simbólicas de transição, onde os sujeitos e os cenários da sua interacção desenvolvem atributos iguais aos que Victor Turner conceituou como liminares [...] Mais do que territórios bem delimitados, estes 'contextos' ou 'ambientes' podem ser entendidos como zonas de contacto, onde se entrecruzam moralidades contraditórias» (Arantes, *in* Fortuna, 1997, pp. 259-260).

É nossa convicção que determinados espaços, dentro deste espaço urbano, como é o caso da referida zona, são espaços privilegiados desta liminaridade, nomeadamente no que concerne ao seu dinamismo cultural. Sendo as próprias actividades da cultura já de si baseadas em grande parte na inovação e na criação, tendem naturalmente a ser (pelo menos, para determinadas «margens» sociais/culturais/artísticas), também elas, um espaço de transposição e transgressão.

Como referem Wynne e O'Connor, «as cidades são lugares liminares, estruturados por macroforças em complexa interacção com os espaços locais. Em si próprios, estes espaços devem ser considerados liminares, não no sentido do movimento da produção para o consumo, nem da lógica conjugada do macro e do micro, mas numa complexa interacção de campos e sentidos na qual intervêm actores locais e não locais. A paisagem cultural está recheada de sentidos contestados, de turbilhões feitos de memória e de desejo, de bem-estar e desespero: ela constitui o lugar no seio do qual se localizam os fluxos globais e nisto reside a possibilidade do seu significado e sentido» (O'Connor e Wynne, *in* Fortuna, 1997, pp. 200-201). No seio de um espaço urbano que é não só o espaço privilegiado da actividade cultural, como da afirmação de estilos de vida e práticas mais «transgressoras», o surgimento de espaços no seio dos quais é possível a emergência da contestação e da exploração cultural (associada, neste caso concreto, sobretudo a formas culturais específicas das culturas populares «de juventude») representa uma complexidade de «conjunções de produção e de consumo cultural, de local e de global, de mercado e de lugar. Estes podem ser os espaços do

hedonismo e da urbanidade, da civilidade e do *frisson* do anonimato; podem ser a imagem do social e do anti-social, do nómada e do habitante suburbano» (O'Connor e Wynne, *in* Fortuna, 1997, p. 201).

A paisagem do Bairro Alto-Chiado (e de cada uma das subzonas, separadamente) altera-se ao longo do dia: as pessoas, as práticas, os significados, não são os mesmos de manhã, à tarde, à noite. Cruzam-se constantemente e coexistem (com maior ou menor atrito) actores com as proveniências (geográficas, sócio-económicas, educacionais, culturais...) mais diversas, que usufruem do espaço para os mais variados objectivos. A população idosa economicamente desfavorecida, há muito moradora no Bairro Alto, os jovens que invadem o «Bairro» à noite em busca da diversão nocturna, as crianças que facilmente se apropriam do espaço público, os artistas e os intelectuais, com os seus espaços fortemente codificados, os trabalhadores dos serviços, que ocupam as ruas do Chiado durante o dia, os turistas que buscam a «paisagem» e o «vernáculo» de um dos principais centros lisboetas, entre muitos outros, todos eles se cruzam no mesmo espaço físico, marcado pela crescente diversificação cultural e fragmentação identitária.

Tudo isto se passa num espaço onde «nada é fixo, nem mesmo os marcos edificadas têm vida perene. Transita-se constantemente, dificilmente se está» (Arantes, *in* Fortuna, 1997, p. 266). A transgressão das fronteiras da convencionalidade é uma constante, mesmo quando o risco é elevado, em universos onde há entre diversas alternativas a escolher, pois muitas vezes «aprimoram menos do que aqueles de que se foge»... Num cenário «pós-modernista», marcado pela diversidade e fragmentação, este é um espaço privilegiado, por todas as razões acima apontadas, para a afirmação de todas as marginalidades no campo cultural, sobretudo nas áreas mais populares e dessacralizadas, no campo das diversas subculturas juvenis e ainda nas margens da cultura mais «cultivada», isto é, nas áreas de eleição para o segmento etária e socialmente muito definido (mas internamente muito diversificado), para quem este território se assume como centro das suas vivências e das suas estratégias de «transgressão». Em suma, como constata O'Connor e Wynne, «uma das atracções da centralidade pode ser a sua liminaridade, no sentido da flexibilização dos papéis instituídos. A recriação da paisagem do centro da cidade, a própria promoção do seu estatuto, permitem que este centro aja como marginal, como 'liminóide', no sentido que lhe atribui Turner» (O'Connor e Wynne, *in* Fortuna, 1997, p. 201).

As margens (tanto nas actividades da cultura como noutros campos) assumem-se no centro e assumem o centro da cidade como central para elas próprias. Na prática, será a sua afirmação a partir destes pólos de «inovação» e «criatividade» que lhes permitirá passarem mais tarde a novos «centros», a práticas e representações mais generalizadas, à espera de serem questiona-

dos e substituídos por novos movimentos vindos de novas «margens» (eventual e provavelmente, partindo do mesmo espaço físico...).

5. NOTA CONCLUSIVA

Procurou-se ao longo deste texto reflectir acerca da base territorial da oferta e do consumo das actividades culturais, com particular destaque para o espaço urbano-metropolitano. A centralidade espacial das práticas culturais mais marginais, patente ao longo da reflexão efectuada, não é novidade nem provoca grande surpresa. Reflecte apenas as vantagens aglomerativas que se destacam, pelos mais diversos motivos, na localização das práticas culturais (económicas, sociais) mais restritas.

Para além do triplo movimento de recentralização (de actividades, de espaços e de grupos de pessoas específicos) equacionado no início do texto, a cidade (particularmente, dentro desta, os bairros culturais) parece afirmar-se como espaço privilegiado de liminaridade, em relação às actividades culturais (e a outras...), ainda a outros níveis. Sendo um território propício à inovação e à criatividade, uma zona de transgressão por excelência, surgem determinados espaços onde as lógicas liminares permitem a assunção das mais diversas «diferenças» e da sua coexistência com elementos mais tradicionais.

Dois novos «movimentos» das «margens» para o «centro» nos parecem, neste contexto, de destacar. Um tem a ver com os próprios tipos de actividades culturais. Estas passam cada vez mais pela centralidade crescente das práticas associadas à cultura popular e pela crescente afirmação da diversidade e da fragmentação das práticas, sobretudo quando pensamos nas gerações mais novas. O outro associa-se claramente a este. As políticas culturais «convencionais» continuam a não se aproximar desta realidade, sobretudo no que toca aos níveis mais centralizados de poder (v. Santos, 1998), pelo que outras formas de regulação (o mercado, ou formas de governância específicas, como as geradas pela inter-relação dos agentes em espaços como a zona estudada do Bairro Alto-Chiado) terão cada vez mais de se assumir como centrais na provisão destes bens culturais.

Importa agora prosseguir a reflexão em torno de todas estas vertentes, tendo em conta que, cada vez mais, as complexas dinâmicas sócio-culturais apenas podem ser detectadas através da investigação empírica sobre processos sociais localizados, pois é essa, afinal, a «diferença que o espaço faz» (Teixeira Lopes, 1994). Um estudo empírico mais aprofundado sobre as dinâmicas específicas geradas neste «meio inovador» «liminar» que é a zona do Bairro Alto-Chiado para a fileira da cultura na cidade de Lisboa parece-nos, portanto, imprescindível, tendo sempre presente que estas são actividades cada vez mais

fundamentais (isto é, «centrais») para a competitividade externa dos espaços urbanos, nomeadamente para a sua inserção nos mecanismos crescentemente mundializados do desenvolvimento territorial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AYDALOT, Ph. (ed.) (1986), *Milieux innovateurs en Europe*, Paris, GREMI.
- BENHAMOU, F. (1996), *L'économie de la culture*, Paris, Éditions La Découverte.
- BENKO, G., e A. Lipietz (orgs.) (1992), *As Regiões Ganhadoras — Distritos e Redes: os Novos Paradigmas da Geografia Económica*, Oeiras, Celta Editora, 1994.
- BIANCHINI, F., e M. Parkinson (eds.) (1993), *Cultural Policy and Urban Regeneration*, Manchester, Manchester University Press.
- BIRD, J., B. Curtis, T. Putnam, G. Robertson e L. Tickner (eds.) (1993), *Mapping the Futures — Local Cultures, Global Change*, Londres/Nova Iorque, Routledge.
- BOURDIEU, P. (1994), *The Field of Cultural Production*, Cambridge, Polity.
- BRAMANTI, A. (1998), «From space to territory: the emerging paradigm of relational development and territorial competitiveness; the GREMI approach within the contemporary debate», comunicação apresentada ao congresso do GREMI «Le paradigme de milieu innovateur dans l'économie spatiale contemporaine», Paris, 29-30 de Junho de 1998.
- CIMA (1997), *Relatório da Comissão Interministerial para o Audiovisual*, Comissão Interministerial para o Audiovisual (<http://www.min-cultura.pt/CIMA/hdr.html>).
- CAMAGNI, R., M. Galbiati e T. Pompili (1995), «Urban structural dynamics and innovative environments: the communication and the fashion production systems in the Metropolitan Area of Milan», comunicação apresentada ao colóquio GREMI V, Évora, 24-26 de Novembro de 1995.
- CAMAGNI, R. (1998), «The city as a milieu: applying the GREMI approach to urban evolution», comunicação apresentada ao congresso do GREMI «Le paradigme de milieu innovateur dans l'économie spatiale contemporaine», Paris, 29-30 de Junho de 1998.
- CASTELLS, M. (1996), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. 1, *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell.
- CCE (1998), *Culture, the Cultural Industries and Employment*, Commission staff working paper, DG V/DG X (http://europa.eu.int/en/comm/dg10/culture/emploi-culture-intro_en.html).
- Clancy, P. (1997), «Arts policies, structures and participation», in Marian Fitzgibbon e Anne Kelly, *From Maestro to Manager: Critical Issues in Arts and Culture Management*, Dublin, Oak Tree Press, pp. 223-244.
- CONDE, I. (1991), «Percepção estética e públicos da cultura: perplexidade redundância», in I. Conde (coord.), *Percepção Estética e Públicos da Cultura*, compilação das comunicações apresentadas no colóquio realizado em 11 e 12 de Outubro de 1991, Lisboa, CIES-ISCTE, pp. 143-167.
- CONDE, I. (1997), «Cenários de práticas culturais em Portugal (1979-1995)», in *Sociologia — Problemas e Práticas*, n.º 23, 1997, pp. 117-188.
- CONDE, I. (1998), «Contextos, culturas, identidades», in A. F. Costa e J. M. Viegas, *Portugal, Que Modernidade?*, Oeiras, Celta Editora.
- COROLLEUR, F., L. Boulianne, O. Crevoisier e S. Decoutère (1995), «Ancrage urbain des innovations industrielles et servicielles: les cas de trois villes de Suisse occidentale», comunicação apresentada ao colóquio GREMI V, Évora, 24-26 de Novembro de 1995.
- COSTA, P. (1996), *Reestruturação Económica, Estilos de Vida e Novas Formas de Organização do Espaço em Portugal: Uma Visão Estratégico-Prospectiva*, dissertação apresentada à UTL para obtenção do grau de mestre em Planeamento Regional e Urbano.

- COSTA, P. (1998), «A fileira das actividades culturais e a economia urbana», comunicação apresentada ao 1.º Congresso Português de Sociologia Económica, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 4, 5 e 6 de Março de 1998.
- COSTA, P. (1999), «Efeito do 'meio' e desenvolvimento urbano: o caso da fileira da cultura», in *Sociologia — Problemas e Práticas*, n.º 29, 1999, pp. 127-149.
- CRETÓN, L. (1994), *Économie du cinéma: perspectives stratégiques*, Paris, Nathan.
- DUNCAN, J., e D. Ley (eds.) (1993), *Place/Culture/Representation*, Londres/Nova Iorque, Routledge.
- FEATHERSTONE, M. (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage.
- FEATHERSTONE, M., S. Lash e R. Robertson (eds.) (1995), *Global Modernities*, Londres, Sage.
- FERRÃO, J. (1997), «Rede urbana, instrumento de equidade, coesão e desenvolvimento?», in Conselho Económico e Social, *Colóquio: A Política das Cidades*, Lisboa, Conselho Económico e Social, pp. 21-48.
- FERRÃO, J. (coord.) (1997a), *Políticas de Inovação e Desenvolvimento Regional e Local — Actas do Encontro Realizado em Évora — 23 de Novembro de 1995*, Lisboa, ICS-UL.
- FORTUNA, C. (org.) (1997), *Cidade, Cultura e Globalização — Ensaio de Sociologia*, Oeiras, Celta Editora.
- Harvey, D. (1989), *The Condition of Postmodernity*, Oxford, Blackwell.
- KEITH, M., e S. Pile (eds.) (1993), *Place and the Politics of Identity*, Londres/Nova Iorque, Routledge.
- LASH, S., e J. Friedman (eds.) (1992), *Modernity and Identity*, Oxford, Blackwell.
- LASH, S., e J. Urry (1994), *Economies of Signs and Spaces*, Londres, Sage.
- LOVATT, A. (1998), *Liverpool Ropeworks Regeneration: the Creative Quarter and the Integrated Action Plan* (<http://www.mmu.ac.uk/h-ss/mipc/BOP.htm>).
- LOVATT, A., e J. O'Connor (1995), «Cities and the night time economy», in *Planning Practice and Research*, vol. 10, n.º 2-95 (<http://darion.mmu.ac.uk/h&ss/mipc/cities.htm>).
- MAILLAT, D. (1998), «Interactions between urban systems and localized productive systems: an approach to endogenous regional development in terms of innovative milieu», in *European Planning Studies*, vol. 6, n.º 2, 1998, pp. 117-129.
- MAILLAT, D., e L. Kébir (1998), «'Learning region'», milieu innovateur et apprentissages collectifs», comunicação apresentada ao congresso do GREMI «Le paradigme de milieu innovateur dans l'économie spatiale contemporaine», Paris, 29-30 de Junho de 1998.
- MATTEACCIOLI, A., e M. Tabariés (1995), «Dynamiques urbaines et milieux innovateurs dans la métropole parisienne: les milieux de la finance et de la haute couture», comunicação apresentada ao colóquio GREMI V, Évora, 24-26 de Novembro de 1995.
- MONTGOMERY, J. (1994), *The Knowledge Economy and the Cultural Industries: Employment Trends and Prospects for Economic Development*, Dublin, 1-3 de Dezembro de 1994.
- O'CONNOR, J., e D. Wynne (ed.) (1996), *From the Margins to the Centre: Cultural production and Consumption in the Post-Industrial City*, Aldershot, Arena.
- PAIS, J. Machado (coord.) (1994), *Práticas Culturais dos Lisboaetas: Resultados do Inquérito Realizado em 1994 aos Habitantes da Grande Lisboa*, Lisboa, ICS-UL.
- PAIS, J. Machado (1996), *Culturas Juvenis*, Lisboa, ICS-INCM.
- PARDO, C. (1997), «Multiplexes, opération danger», in *Cahiers du cinéma*, n.º 514 (Junho), pp. 60-69, e n.º 515 (Julho-Agosto), pp. 58-66.
- PEQUEUR, B. (1995), «Sur les déterminants territoriaux de la compétitivité des entreprises», comunicação apresentada no III Encontro Nacional da APDR, FEP, Porto, 27-29 de Abril de 1995.
- PINA CABRAL, J. (1996), A difusão do limiar: margens, hegemonias e contradições na antropologia contemporânea, in *Mana — Estudos de Antropologia Social*, vol. 2, n.º 1.
- PRONOVOST, G. (1996), *Médias et pratiques culturelles*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- RÉMY, Jean, e Liliane Voyé (1992), *A Cidade: Rumo a Uma Nova Definição?*, Porto, Ed. Afrontamento, 1994.

- SANTOS, Maria L. Lima dos (coord.) (1995), *Cultura e Economia — Actas do Colóquio Realizado em Lisboa — 9 de Abril de 1994*, Lisboa, ICS-UL.
- SANTOS, Maria L. Lima dos (coord.) (1998), *As Políticas Culturais em Portugal*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- SCOTT, A. J. (1996), *The Cultural Economy of Cities*, Working Papers on Producer Services, n.º 35, University of Bristol and Service Sector Research Unit, The University of Birmingham, Agosto de 1996.
- SCOTT, A. J. (1997), «De la Silicon Valley à Hollywood: croissance et développement de l'industrie multimédia en Californie», in *Espace et sociétés*, n.ºs 88/89, L'Harmattan.
- SHAPIRO, D., N. Abercrombie, S. Lash e C. Lury (1992), «Flexible specialization in the culture industries», in H. Ernste e V. Meier (eds.), *Regional Development and Contemporary Industrial Response: Extending Flexible Specialization*, Londres/Nova Iorque, Belhaven, pp. 179-194.
- SHORT, J. R. (1996), *The Urban Order: An Introduction to Cities, Culture and Power*, Oxford, Blackwell.
- SHURMER-SMITH, L., e D. Burtenshaw (1990), «Degradação e rejuvenescimento urbanos», in D. Pinder (org.), *Europa Ocidental — Desafios e Mudanças*, Oeiras, Celta Editora, pp. 163-184.
- SILVA, A. S. (1997), «Cultura: das obrigações do Estado à participação civil», in *Sociologia — Problemas e Práticas*, n.º 23, 1997, pp. 37-48.
- SKELTON, T., e G. Valentine (eds.) (1998), *Cool Places: Geographies of Youth Cultures*, Londres/Nova Iorque, Routledge.
- STOREY, J. (1997), *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*, 2.ª ed., Londres, Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf.
- TEIXEIRA LOPES, J. M. (1994), «Estruturas espaciais e práticas sociais: a inexistente opção entre o local e o global», in *Sociologia*, FLUP, n.º 4, pp. 219-229.
- TEIXEIRA LOPES, J. M. (1998), «As estatísticas na área da cultura: breve reflexão», in *Sociologia — Problemas e Práticas*, n.º 26, Julho de 1998, pp. 121-129.
- URRY, J. (1995), *Consuming Places*, Londres/Nova Iorque, Routledge.
- VELTZ, P. (1998), «Territoires innovateurs: de quelle innovation parle-t-on?», comunicação apresentada ao congresso do GREMI «Le paradigme de milieu innovateur dans l'économie spatiale contemporaine», Paris, 29-30 de Junho de 1998.
- VOGEL, H. L. (1997), *Entertainment Industry Economics: a Guide for Financial Analysis*, 4.ª ed., Cambridge, Cambridge University Press.
- VVAA (1994), *New Routes for Leisure — Actas do Congresso Mundial do Lazer/World Leisure Congress — Lisboa, 3-5 de Junho de 1992*, Lisboa, ICS-UL.
- VVAA (1997-8), *OBS, Boletim do Observatório das Actividades Culturais*, n.º 1 (Maio de 1997), n.º 2 (Outubro de 1997), n.º 3 (Março de 1998) e n.º 4 (Outubro de 1998).
- WYNNE, D. (ed.) (1992), *The Culture Industry*, Swindon, Avebury.
- ZUKIN, S. (1992), *Landscapes of Power: From Detroit to Disneyworld*, Berkeley, University of California Press.
- ZUKIN, S. (1995), *The Cultures of Cities*, Cambridge/Oxford, Blackwell.

Comentado por Maria de Lourdes Lima dos Santos