

**Políticas Culturais e Cidades Criativas: conceitos e abordagens.**

**Geise Brizotti Pasquotto**  
Professora Doutora  
geisebp@gmail.com

## RESUMO

Atualmente a economia informacional tornou-se uma economia cultural, que fez da cultura uma mola propulsora às novas exigências do mercado. Uma variedade de projetos, planos e políticas urbanas que empregam a cultura como tema principal vem se disseminando nas três últimas décadas. A utilização de aspectos culturais possuem diversas dimensões e devem ser utilizados como elemento de enriquecimento e não como mercadoria onde o resultado visado é apenas o lucro.

O artigo busca apresentar conceitos introdutórios sobre a cultura, a culturalização das cidades, as políticas culturais e as cidades criativas, no intuito de discutir, de forma breve, esse campo tão complexo de atuação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Política Cultural. Cidades Criativas. Cultura.

## INTRODUÇÃO

A origem etimológica da palavra cultura remonta ao final do século XVIII e princípio do seguinte, do termo germânico *Kultur*, utilizado para simbolizar todos os aspectos espirituais de uma comunidade. "Cultura" é um conceito de várias acepções, sendo a mais corrente a definição genérica formulada em 1871 por Edward Tylor que a define como um conjunto complexo que abarca o conhecimento, a arte, as crenças, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e aptidões adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade (TYLOR, 1924).

Definições de cultura foram realizadas por diversos autores. Linton (1971) relata que, de maneira geral, a cultura é a herança social e total da humanidade. Complementa dizendo que, de maneira específica, a cultura significa determinada variante da herança social. Portanto, a cultura como um todo é formada de diversas culturas (cada uma das quais refletindo característica de um certo grupo de indivíduos). Segundo Laraia (2001), a construção simbólica do homem, ao interpretar e modificar o mundo, recebe o nome de cultura.

Em um estudo aprofundado, Kroeber e Kluckhohn (1952) encontraram pelo menos 167 definições diferentes para o termo cultura. Jacques Barzun denuncia a saturação conceitual do uso da palavra cultura dizendo: "Cultura – que palavra! Até alguns anos atrás, significava duas ou três coisas aparentadas, fáceis de apreender e manter separadas. Hoje, é uma peça do jargão para todos os fins, cobrindo uma mistura heteróclita de coisas que se sobrepõem" (BARZUN, 2002, p.14).

Por ter sido fortemente associada ao conceito de civilização no século XVIII, a cultura geralmente se confunde com noções de educação, bons costumes, desenvolvimento, etiqueta e comportamentos de elite. Este fato ocorreu principalmente na França e na Inglaterra dos séculos XVIII e XIX, onde cultura se referia a um ideal de elite (ELIAS, 2000). Desta forma, surge a dicotomia entre "cultura erudita" e "cultura popular", melhor representada nos textos de Matthew Arnold (1994 - original 1869), ainda fortemente presente no imaginário das sociedades ocidentais. Chauí (2000) associa esta divisão de cultura, especificamente a cultura de elite e a cultura popular, aos conceitos de comunidade e de sociedade. Uma comunidade é uma coletividade onde as pessoas se conhecem, compartilham os mesmos sentimentos e ideias e possuem um destino comum. Já a sociedade, é uma coletividade internamente dividida em grupos e classes sociais (que se relacionam pela mediação de instituições como a família, a escola, a empresa, o comércio, os partidos políticos, o Estado, entre outros), antagônicas entre si, e na qual há indivíduos isolados uns dos outros.

## **1 CULTURALIZAÇÃO**

A incorporação da cultura ao planejamento e ao urbanismo, segundo Vaz (2004), pode ser dividido em dois períodos: quando a cultura passa a fazer parte dos recursos da prática urbanística, e num extremo, quando esta cultura se constitui em mercadoria. O primeiro, na década de 60-70, remete à revitalização associada à memória, ao patrimônio, e às demandas locais no qual se destacam valores artísticos e antropológicos. O segundo, na década de 80-90, remete à mercantilização, à globalização e à espetacularização da cidade e da cultura, no qual o valor maior é econômico.

Uma variedade de projetos, planos e políticas urbanas que empregam a cultura como tema principal vem se disseminando nas três últimas décadas. Como demonstra Peter Hall (2001), a economia informacional torna-se uma economia cultural, que faz da cultura “uma mola propulsora” (ARANTES, 1998) às novas exigências do mercado.

Seja tratando de preservação de sítios históricos, de ocupação de áreas degradadas ou vazios urbanos, de revitalização de áreas centrais ou periféricas, ou mesmo da expansão urbana, a tônica das intervenções recai na reabilitação ou na recriação de ambientes históricos, na construção de equipamentos culturais marcantes, no cuidadoso desenho dos espaços públicos, no uso da arte pública e da animação cultural, entre outros recursos. Os resultados deste processo vêm sendo criticados e discutidos nos campos da arquitetura e do urbanismo, do planejamento e das ciências sociais. Criticam-se os conhecidos processos de gentrificação, mas também novos processos para os quais vem se cunhando novos termos.

O termo “culturalização” vem sendo difundido, referindo-se tanto aos espaços revitalizados, quanto à prática do planejamento e do urbanismo que os engendra. Relativos a ele, segundo Vaz (2004), novos termos passam a ser utilizados, como: estetização, patrimonialização, museificação, midiaticização e espetacularização. No campo do planejamento urbano e do urbanismo outras expressões e terminologias também foram utilizadas, como: “distritos culturais”, “lugares”, “pólos”, “engenharia cultural” (HAUMONT, 1996), “cultural planning” (EVANS, 2001), “planificación cultural” (WERVIJNEN, 2000), “regeneração cultural” (WANSBOROUGH & MAGEEAN, 2000), “culturalização da cidade” (MEYER, 1999 e HAUSSERMAN, 2000), entre outros.

Dentre as múltiplas abordagens que tratam a relação entre Urbanismo e a Cultura, destacam-se pesquisadores como Harvey (1992), Arantes (1998 e 2007), Meyer (1999) e Vaz (2004).

## **2 POLÍTICA CULTURAL**

Para Souza (2006), não existe uma única, nem melhor, definição sobre o que seja política pública, porém, diversos autores tentam defini-la. Em uma definição simplificada, Dye (1984) descreve que política pública é o que o governo escolhe fazer ou não fazer. Para Lynn (1980) é um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. Peters (1986) complementa argumentando que é a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou por meio de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos. Por meio deste pensamento,

Laswell (1936) identifica que decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz.

Já as políticas culturais podem ser definidas, segundo Canclini (2001, p.65), como um conjunto de intervenções realizadas por diversos agentes, como o Estado, instituições civis e grupos comunitários organizados “a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer às necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou de transformação social”. Teixeira Coelho Neto (1997, p. 292) complementa tal definição afirmando que as iniciativas desses agentes visam “promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável”. O autor considera também a política cultural como uma “ciência da organização das estruturas culturais” que tem como objetivo o estudo dos diversos modos de proposição e agenciamento dessas iniciativas, bem como a compreensão de suas significações nos mais diferentes contextos sociais (TEIXEIRA COELHO NETO, 1997).

Segundo Botelho (2001), a cultura pode ser dividida em duas dimensões do ponto de vista de uma política pública: a antropológica e a sociológica. Na antropológica, “a cultura se produz através da interação social dos indivíduos, que elaboram seu modo de pensar e sentir, constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas” (BOTELHO, 2001, p. 21). Assim os indivíduos constroem um pequeno mundo de sentido em sua volta que lhes fornece, como indica Certeau (2014, p.39-44) “equilíbrios simbólicos, contratos de compatibilidade e compromissos mais ou menos temporários”. Esses fatores de construção do universo são amparados pelas origens regionais de cada indivíduo, em função de diversos interesses; profissionais, culturais, econômicos, esportivos, de sexo, de origem étnicas, de geração, etc. Desta forma, a sociabilização é a chave fundamental desta dimensão. Para que tal cultura seja inserida nas políticas públicas é necessário uma “reorganização das estruturas sociais e uma distribuição de recursos econômicos” (BOTELHO, 2001, p.74), o que resulta em um grande desafio para o alcance dos gestores da cultura. A dimensão sociológica da cultura é um conjunto diversificado de demandas profissionais, institucionais, políticas e econômicas, que possui visibilidade em si própria. Ela compõe um universo que gera, ou intervém, em um circuito organizacional, cuja complexidade faz dela, geralmente, o foco de atenção das políticas culturais, deixando o plano antropológico renegado simplesmente ao discurso (BOTELHO, 2001).

Bianchini e Parkinson (1993), demonstra as mudanças ocorridas pelas políticas culturais, o que reforça a reflexão do aumento da utilização de políticas culturais nas últimas décadas. Na década de 50-60, o tema era neutro, sem importância, não-politizado, porém, após 68, quando houve uma associação da ação cultural com a ação política, ocorreram transformações. As políticas culturais dos anos 70, foram marcadas pela ênfase no desenvolvimento comunitário, na participação, na democratização do espaço público, na revitalização da vida social por meio da animação cultural e do redesenho urbano. Nos anos 80, este tema mais voltado para o social foi deixado de lado para enfocar o desenvolvimento econômico, influenciados pelo clima de neoconservadorismo e neoliberalismo. Porém, não foi apenas instrumento diversificar a base econômica local ou para alcançar coesão social, e sim, os subsídios deram lugar a incentivos e isenções para investimentos, os movimentos sociais a parcerias, o planejamento ao projeto urbano, a revitalização à requalificação urbana. E esta, para maximizar as potencialidades econômicas locais, deu ênfase à imagem urbana e a projetos

culturais emblemáticos (festivais, exposições, promoção anual das cidades capital europeia da cultura, edificações culturais marcantes, etc.).

### **3 CIDADES CRIATIVAS**

O conceito de cidades criativas está se difundindo nos últimos vinte anos devido a uma convergência de diversos fatores, como a procura por um paradigma socioeconômico adequado ao contexto pós-industrial; a intensa globalização e a valorização das identidades e culturas locais; a disseminação das tecnologias de informação e comunicações; as estatísticas urbanas reveladoras e a preocupação crescente com a sustentabilidade urbana (REIS, 2009).

Este tema foi abordado devido ao papel fundamental que a cultura exerce nas ações relativas às indústrias criativas.

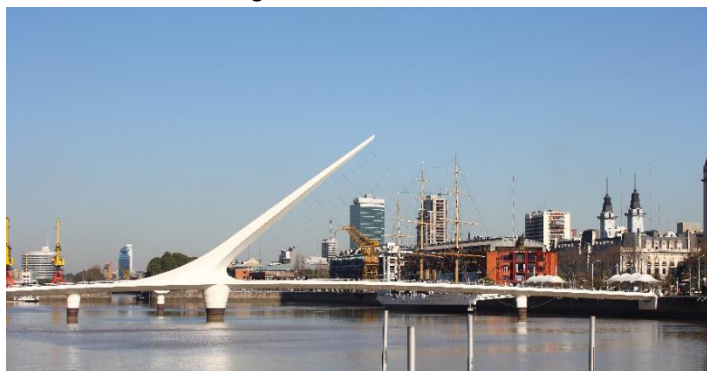
Para além das associações simbólicas evidentes, também pelos benefícios econômicos e sociais que concretiza: como apanhado de setores econômicos, como dinamizadora de setores tradicionais, como fonte de inspiração para a sociedade como um todo e pela formação indispensável de um sentimento de pertencimento à comunidade (REIS, 2009, s.p).

Enquanto a maioria dos autores que se dedicam ao tema não apresentam uma definição clara de cidade criativa, destaca-se a definição cunhada pela Canadian Policy Research Networks (2004):

Cidades criativas são locais de experimentação e inovação, onde novas ideias florescem e pessoas de todas as áreas se unem para fazer de suas comunidades lugares melhores para viver, trabalhar e se divertir. Baseiam-se em tipos diferentes de conhecimento, pensam holisticamente e agem sabendo da interdependência econômica, social, ambiental e cultural; usam a participação pública para lidar com temas complexos, [...] e problemas urbanos perenes de habitação, inclusão, preservação e desenvolvimento.

O objetivo de políticas de revitalização urbana, econômica e social tem sido fortemente embasados em cultura e criatividade. São os exemplos dados pela Austrália (Sydney, Melbourne), Espanha (Barcelona, Valencia, Bilbao), Inglaterra (Londres, Birmingham) e Buenos Aires, que investiu na recuperação da região de Puerto Madero (Figura 01), implementou o Observatório das Indústrias Culturais e se candidatou ao título de Cidade de Design, concedido-lhe pela Unesco em 2005.

Figura 01: Puerto Madero



Fonte: Acervo Pessoal, 2010.

Do outro lado do planeta, a Universidade de Queensland, na Austrália, criou o primeiro curso de graduação em Indústrias Criativas. Já a Universidade de Osaka, no Japão, implementou em 2003 um curso de Pós-Graduação em Cidades Criativas, tendo por objetivo “desenvolver líderes responsáveis pelo desenvolvimento econômico e social das áreas metropolitanas” (OSAKA CITY UNIVERSITY, 2009).

Diversos pesquisadores se embrenham neste despertar sobre cidade e cultura. Pode-se citar Charles Landry com sua emblemática publicação *"The Creative City"* em 2000 e a primeira tese de doutorado sobre o tema no Brasil de Ana Carla Fonseca Reis em 2011 intitulada “Cidades Criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo”.

### 3.1 A EXPANSÃO DAS CIDADES CRIATIVAS

O conceito de cidades criativas surge impulsionado pelas discussões acerca de uma nova economia: a economia criativa. Esta, por um lado, bebe nas fontes da economia do conhecimento, caracterizada pela centralidade do conhecimento na geração de competitividade regional; na atuação global de setores econômicos, mercados e finanças, possibilitada pelas novas tecnologias; na organização em redes (CASTELLS, 2000).

No início da década de 90, a Austrália propõe o conceito de indústrias criativas e passa a influenciar outros países, principalmente os de língua inglesa, pelo seu potencial socioeconômico. Desta forma, o Reino Unido passa a ser o maior defensor da aplicação do conceito.

Na Inglaterra, em 1997, com a ascensão do New Labor, o recém-eleito Tony Blair determinou que as indústrias criativas constituiriam um pilar de crescimento econômico, tendo em vista a decadência da competitividade mundial do setor manufatureiro britânico. Para isso o governo trabalhista instituiu a *"Creative Industries Taskforce"*, que em 2001 cunhou a definição que cidades criativas são aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para a criação de renda e empregos por meio da geração e exploração da propriedade intelectual. Isso inclui propaganda, arquitetura, mercados de arte e antiguidades, artesanato, design, moda, filme e vídeo, software de lazer, artes performáticas, edição, jogos de computador, televisão e rádio (BRITISH COUNCIL, 2009).

O êxito do programa foi celebrado em termos econômicos (o setor criativo representa 8% do PIB britânico e responde por cerca de 2 milhões de postos de trabalho, tendo 95% das empresas até cinco funcionários) e sociais (aumento da tolerância, incremento da diversidade, florescimento de projetos inovadores em âmbito social). Tais resultados deram ao governo a ambição de transformar o país no mais importante centro criativo do mundo (DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT, 2009).

No Brasil, o conceito de indústrias criativas ainda está em discussão. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) questiona a ênfase em propriedade intelectual adotada pelo governo britânico e propõe um debate acerca de uma versão mais adequada aos países em desenvolvimento, incluindo folclore, turismo cultural, patrimônio e capacitação (UNDP, 2006). Em ambos os contextos, de países desenvolvidos e em desenvolvimento, promove-se a discussão acerca do potencial da economia criativa para fomentar o desenvolvimento social e econômico de regiões urbanas, favorecendo assim o surgimento de “cidades criativas”.

Uma iniciativa pioneira relacionada às cidades surge na cidade escocesa de Glasgow, em 1994, quando se organizou o “*Creative City Workshop*”. Tratava-se do primeiro passo do que viria a ser um projeto de longo prazo para mapear e incentivar pesquisas e iniciativas práticas para explorar o potencial criativo das cidades no mundo (BIANCHINI e LANDRY, 1995).

O desenrolar dos debates concluiu pela necessidade de criação de infraestruturas *hard* (rede de instituições criativas e seus espaços físicos) e *soft* (redes sociais, interações humanas e fluxo de ideias) de um ambiente criativo (*creative milieu*). De fato, o reconhecimento da importância da troca de experiências, informações e processos entre cidades criativas levou à formação da Rede de Cidades Criativas do Canadá, integrada por funcionários das prefeituras do país. Segundo a rede, os benefícios do investimento no setor criativo permeiam a esfera econômica, mas se expandem em prol da construção da autoestima e da identidade comunitárias, aprimorando a qualidade de vida e favorecendo o desenvolvimento pessoal e social (CREATIVE CITY NETWORK OF CANADA, 2009).

Outra rede foi criada pela UNESCO. Aglutinada em sete polos criativos (literatura, música, cinema, folclore, design, mídia e gastronomia), a Rede de Cidades Criativas motivou a participação de cidades em países tão diversos como Colômbia, Egito, Escócia, Argentina, Alemanha e Estados Unidos.

Setores como as indústrias culturais (audiovisuais, música, fotografia, livros e periódicos etc.), além de moda, design, arquitetura, software e propaganda transmitem valores e ideias, ao mesmo tempo em que geram um impacto econômico significativo. Assim, produtos e serviços criativos (compreendendo educação e treinamento, infraestrutura de comunicação digital, entre outros; necessários à manutenção da economia criativa) são hoje definidos por vários países e cidades como foco de seu investimento. Tal é o caso da Prefeitura de Viena ou ainda do governo de Cingapura, que declararam ter na economia criativa uma de suas três prioridades (MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY, GOVERNMENT OF SINGAPORE, 2009).

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme estudo desenvolvido pelo Banco Mundial, regiões que aspiram a se tornar criativas devem atentar a quatro aspectos: infraestrutura de comunicações e serviços sociais; áreas de convívio social e cultural, a exemplo de parques, restaurantes e centros comerciais; tolerância pela diversidade, resultando em liberdade de pensamento e expressão e estabilidade macroeconômica (WORLD BANK, 2003).

Essas ações, em conjunto, deveriam favorecer a criação de um ambiente atraente para empresas e empreendedores criativos, sejam eles a) artistas, intelectuais, arquitetos, cientistas e demais profissionais que têm na criatividade sua matéria-prima básica, b) empresas que transformam essa criatividade em produtos e serviços (como indústrias culturais, moda, design, propaganda, software, arquitetura) ou ainda c) empresas e instituições que alimentam a cadeia da criatividade (e.g. instituições de ensino, centros de pesquisa, locais de convívio social, equipamentos culturais), favorecendo o surgimento de inovações. Segundo a estratégia 2030 da cidade de Melbourne, os maiores fatores de atratividade das pessoas criativas são ambiente limpo, sociedade tolerante, riqueza cultural e alto nível de educação ou formação (AUSTRALIAN FABIAN SOCIETY, 2004).

O reconhecimento do potencial de inclusão socioeconômica (por meio da geração de novos negócios e modelos alternativos de organização) da criatividade humana, aliado à sua onipresença na sociedade, oferece ampla gama de oportunidades para o desenvolvimento urbano. Entretanto, o mapeamento dos empecilhos e oportunidades oferecidos pela criatividade e a promoção de uma política de desenvolvimento urbano que promova de fato regiões criativas representam um enorme desafio. Isso se dá por três fatores: a) a intangibilidade da criatividade, em um contexto de avaliação econômica baseado em índices já consolidados e alheios à criatividade; b) a novidade do tema, em especial nos países em desenvolvimento; c) a dificuldade de isolamento de variáveis tão complexas como qualidade de vida, atratividade regional e nível de inovação, o que requer uma visão transversal das políticas urbanas, contemplando aspectos econômicos, sociais e culturais.

O desafio proposto é, porém, proporcional ao potencial de aumento de competitividade regional que apresenta. Em um contexto global no qual a competitividade não mais se dá por meros aspectos de custos e as vantagens proporcionadas pelas novas tecnologias reduzem sobremaneira as barreiras de entrada e os ciclos de inovação, o grande diferencial se dá de fato por atividades capazes de gerar maior valor agregado.

#### 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

ARANTES, Otília. **O Urbanismo em Fim de Linha**. São Paulo: Edusp, 1998.

ARANTES, Otília. **Uma estratégia fatal**. A cultura nas novas gestões urbanas. In ARANTES, O. VAINER, C. e MARICATO, E. A Cidade do Pensamento Único: desmanchando consensos. Petrópolis: Editora Vozes, 4ª edição, 2007.

ARNOLD, Matthew **Culture and Anarchy**: an Essay in Political and Social Criticism Yale London: University Press New Haven & London, 1994 [orig. 1869].

BARZUN, Jacques. **Da Alvorada à Decadência**: a história da cultura ocidental de 1500 aos nossos dias. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BIANCHINI, Franco e LANDRY, Charles **The Creative City** London: Demos-Comedia, 1995.



BIANCHINI, Franco e PARKINSON, M. **Cultural policy and urban regeneration** – the West European experience. Manchester, Manchester University Press, 1993.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 2, 2001.

BRITISH COUNCIL Disponível em: [www.britishcouncil.org](http://www.britishcouncil.org) Acesso em: 07 Mar 2022.

CANADIAN POLICY RESEARCH NETWORKS (CPRN), **Creative Cities Structured Policy Dialogue Backgrounder**. Org. by Neil Bradford, 2004. Disponível em: [www.cprn.com/doc.cfm?doc=1081&l=en](http://www.cprn.com/doc.cfm?doc=1081&l=en) Acesso em: 09 Fev 2022.

CANCLINI, Nestor García. **Definiciones en transición**. Buenos Aires: CLACSO, 2001.

CASTELLS, Manuel. **La Ciudad de la nueva economía**. La Factoria, Junio-Septiembre 2000, n.12. Disponível em: <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/castells12.htm> Acesso em: 11 Jan 2022.

CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano – 1. Artes de Fazer**. Tradução: Ephraim Ferreira Alves. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

CHAUÍ, Marilena **Convite à Filosofia**. Ed. Ática, São Paulo, 2000.

CREATIVE CITY NETWORK OF CANADA Disponível em: [www.creativecity.ca](http://www.creativecity.ca) Acesso em: 11 Mar 2022.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT Disponível em [http://www.culture.gov.uk/about\\_us/creative\\_industries](http://www.culture.gov.uk/about_us/creative_industries) Acesso em: 12 de Abril 2022.

DYE, Thomas D. **Understanding public policy**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1984.

ELIAS, Norbert **The civilizing process: sociogenetic investigations**. Massachusetts: Blackwell, 2000.

EVANS, G. **Cultural planning, an urban renaissance?** London and New York: Routledge, 2001

HALL, Peter. **Cities in civilization**. New York: Fromm International, 2001.

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

HAUMONT, A. **L'équipement culturel dès Villes**. In Les Annales de La recherche urbaine, n. 70, mars 1996, p 148-153

HÄUSSERMANN, H. **Grosstadt. Soziologische Stichworte**. Opladen, Leske + Budrich, 2000.

KROEBER, Alfred; KLUCKHOHN, Clyde. **Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions**. Cambridge, MA: Peabody Museum, 1952.

LARAIA, Roque de B. **Cultura, um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LINTON, Ralph. **O homem, uma introdução à antropologia**. São Paulo: Martin Fontes, 1971.

LYNN, L. E. **Designing public policy: a casebook on the role of policy analysis**. Santa Monica: Goodyear, 1980.

MEYER, Han **City and Port: urban planning as a cultural venture**. In London, Barcelona, New York and Rotterdam: changing relations between public urban space and large-scale infrastructure. Rotterdam: International Books, 1999.

MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY, GOVERNMENT OF SINGAPORE **Economic Contribution of Singapore Creative Industries**. Disponível em <https://silo.tips/download/economic-contributions-of-singapore-s-creative-industries#:~:text=Creative%20industries%20contribute%201.9%20per,per%20cent%20to%20employment...&text=greater%20capital%20intensity%20in%20manufacturing%20sectors>. Acesso em: 21 de Março de 2022.

OSAKA CITY UNIVERSITY Disponível em [http://www.osaka-cu.ac.jp/e\\_schools/cc.html](http://www.osaka-cu.ac.jp/e_schools/cc.html) Acesso em: 05 de Maio de 2022.

PETERS, B. G. **American public policy**. Chatham: Catham House, 1986.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Relato dos Curadores**. Anais do Seminário Internacional Porto Alegre Cidade Criativa. Porto Alegre, 2009 [CD].

SOUSA, 2006. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 8, n. 16, pág. 20-45, jul/dez 2006.

TEIXEIRA COELHO NETO, José. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997

TYLOR, Edward B. **Primitive Culture**. 2 vols. 7th ed. New York: Brentano's, 1924 [orig.1871].

VAZ, Lilian Fessler **Planos e projetos de regeneração cultural: notas sobre uma tendência urbanística recente**. Anais do VIII Seminário de História da Cidade e do Urbanismo, Niterói (RJ), 9-12 novembro 2004.

WANSBOROUGH, M. & MAGEEAN, A. **The Role of Urban Design in Cultural Regeneration**. In: Journal of Urban Design, vol. 5, n. 2, 2000.

WERWIJNEN, J. **Sobre o Planejamento Cultural e Estratégico**. Fazer cidade: Planos, Estratégias e Desígnios. In: BRANDÃO, PÁG. e REMESAR, A. (coord.), O Espaço Público e a Interdisciplinaridade. Lisboa, Centro Português de Design, 2000.