

Turismo, Cultura e Regeneração Urbana.

O renascimento das pequenas e médias cidades

ANA MARIA FERREIRA * [amferrei1951@gmail.com]

Resumo | Pearce no seu artigo de 2001 afirmava que uma das linhas de investigação mais bem-sucedida na área do turismo urbano se relacionava o papel do turismo e da cultura na regeneração das cidades. Recentemente, Ashworth e Page (2011), no seguimento da análise desta temática, davam grande relevo ao “crescimento dos bairros culturais” (p.3). Dado que os bairros culturais são instrumentos de política urbana para o incremento da produção cultural e criativa e para o desenvolvimento do turismo e que se mantêm um tema de grande interesse a nível académico, decidiu-se enfocar este artigo no seu surgimento, desenvolvimento e evolução atual. Demonstra-se, através dos estudos de caso mencionados, que o sucesso destas políticas urbanas não é privilégio das cidades mundo, como defendem alguns investigadores. O que acontece é que a investigação teórica, incluindo a realizada na área do turismo urbano, tem sido dominada pelos estudos dedicados às grandes cidades e às cidades globais, esquecendo as pequenas e médias.

Palavras-chave | Turismo, Cultura, Regeneração urbana, Bairros culturais, Pequenas e médias cidades.

Abstract | Pearce, in his article produced in 2001, claimed that a significant part of the research undertaken on urban tourism was related to the contribution of tourism and culture to the regeneration of cities. Recently, Ashworth and Page (2011) reinforced Pearce’s argument mentioning the importance of cultural quarters for tourism. Cultural quarters are key instruments for the urban regeneration, the increment of cultural production and the development of tourism and are a significant object of academic investigation. Having in view the mentioned reasons this articles focused in the emergence, development and current developments on cultural quarters. The success of the cultural quarters is not a privilege of world cities, as some researchers claim, but also a characteristic of a considerable number of small and medium cities. Yet, theoretical investigation on urban studies, including urban tourism, is dominated by big cities and especially by global cities leaving behind the vast majority of small and medium size cities.

Keywords | Tourism, Culture, Urban regeneration, Cultural quarters, Small and medium size cities.

* Professora Associada da Universidade de Évora.

1. Evolução da relação entre Turismo, Cultura e Regeneração Urbana

O turismo e a cultura têm vindo a desempenhar um papel de grande relevo na regeneração urbana. Na Grã-Bretanha, em 1988, num estudo de avaliação de impactes produzidos pelos programas para o turismo, realizados no âmbito da regeneração dos centros das cidades, concluiu-se que o balanço era muito positivo porque o turismo tinha criado emprego, facilitado a introdução de melhorias ambientais, contribuído para o aumento do número de equipamentos e ajudado a melhorar a imagem das áreas (DE, 1990). Por esse motivo o *English Tourist Board*, no relatório intitulado *Tourism in the Inner City* passou a incentivar a prática do turismo e o incremento das indústrias ACE, (arte, cultura e entretenimento) (ETB, 1980, citado por Law, 1990, p. 12).

Embora se tivesse generalizado a ideia de que o turismo constituía um suporte muito considerável para a regeneração dos centros históricos, os estudos desenvolvidos não manifestavam uma visão integrada dos temas em análise. Enquanto os académicos que se dedicavam à pesquisa na área do turismo negligenciavam o contexto urbano em que ocorre a experiência turística, os especialistas em estudos urbanos e os técnicos, pouca atenção davam à função turística, devido ao seu carácter invisível, ubiquidade, e integração no cenário urbano (Ashworth, 1992; Law, 1992; Mullins, 1991; Pearce & Buttler, 1992). Por esse motivo era imprescindível o desenvolvimento de uma abordagem holística em que os aspetos distintos do turismo fossem integrados numa visão global da cidade. Alguns autores, como Pearce (2001), propuseram modelos de investigação de planeamento e gestão integrada do turismo, para futuras investigações. Esta necessidade volta a ser detetada por Ashworth e Page em artigo recente (2011) o que demonstra que, passados 20 anos, esta situação continua por resolver.

Law foi o primeiro académico a estabelecer a ligação entre regeneração dos centros históricos e turismo. Primeiro num texto de 1986 (Law & Tuppen)

seguido de um artigo de 1992 em que o investigador apontava duas razões que conduziram à valorização desta relação. O primeiro motivo apontado derivava das dificuldades sentidas por muitas cidades dos países mais desenvolvidos, geradas pela desindustrialização, com consequente perda de empregos e abandono de instalações fabris, situação que exigia dos autarcas respostas rápidas para criar postos de trabalho, noutros sectores, e reutilizar as áreas e edifícios vagos. A segunda razão advinha do facto de o turismo ser visto, a nível mundial, como uma das poucas atividades em crescimento (UNWTO, 2001).

2. Os bairros culturais como instrumentos de Regeneração Urbana através da Cultura e do Turismo - Impactes positivos e negativos

Na Grã-Bretanha, nas décadas de 80 e de 90, foram criados programas de incentivo, com o objetivo de desenvolver o turismo nas cidades em processo de regeneração, denominados *Tourist Development Action Programs*, num total de 20 áreas, de modo a apoiar a criação de bairros artísticos e culturais. A ação piloto teve início em Bristol, em 1984, seguida de outras em diversas cidades britânicas, como Londres, Manchester, Birmingham, Leeds e Leicester (Long, 1997). Os bairros culturais podem ser definidos como a área geográfica que contém a maior concentração de equipamentos culturais e de entretenimento, constituído por teatros, cinemas, estúdios, galerias de arte, salas de concertos, livrarias, cafés, restaurantes, indústrias culturais e criativas (Wynne, 1992) e que cujos princípios e práticas de desenvolvimento são tratados com grande detalhe por Roodhouse (2006, 2010) no seu livro intitulado *Cultural Quarters. Principles and Practices*.

Os primeiros três estudos que salientaram essa relação, publicados ainda nos anos 80 do século passado, versavam sobre a relação entre a economia das artes e o turismo e eram da responsabilidade

do NEPA (*New England Foundation for the Arts*), do PANYC, (*Port Authority of NY e NJ and the Cultural Assistance Center Inc*), e de Myerscough, no livro intitulado *Economy of the Arts* (NEPA, 1982, PANYL, 1983, citados por Cohen, 1997; Myerscough, 1988). Os argumentos utilizados em favor da produção cultural passaram a incluir os benefícios económicos gerados pelas artes devido à atração que exercem sobre os turistas (Gratton & Richards, 1996). O livro editado por Bianchini e Parkinson (1993) denominado *Cultural Policy and urban regeneration. The West European experience* foi também um marco muito importante para a avaliação do peso da cultura na definição de políticas de regeneração urbana. De grande relevo para a persecução dos objetivos de desenvolvimento do turismo urbano, com base na cultura, nas atividades criativas e no património, foi a obra publicada em 2005 da autoria conjunta da *World Tourism Organization* e da *European Travel Commission* intitulada *City Tourism & Culture - The European Experience* (WTO & ETC, 2005). Uma referência deve ser feita também à publicação da OCDE (2009) intitulada *The Impact of Culture on Tourism*, em que é inventariado um conjunto de estudos de caso relativos ao papel do turismo no aumento da fruição cultural e da regeneração urbana. A ligação turismo, cultura e regeneração urbana foi explorada ainda por outros autores (Smith, 2007, 2010; Richards & Palmer, 2010). Estes últimos relacionaram a regeneração urbana com os eventos, salientando o contributo do turismo. Outros, como Sepe e Di Trapani (2010), têm vindo a salientar o relevo da afinidade entre *clusters* culturais e *clusters* de eventos fruídos pelos turistas e regeneração urbana.

Chatterton (2000) e Roodhouse (2006) revelaram preocupação com o sucesso destes projetos, salientando o peso do investimento necessário e os impactes sociais de algumas atividades, principalmente as que se associavam à designada economia da noite. Em algumas cidades do Reino Unido, como Swansea, Cardiff e Huddersfield, a vida noturna atraiu ao centro da cidade grupos de jovens que ocuparam o enclave do entretenimento, numa espécie de monocultura

exclusiva, caracterizada por muito álcool, drogas e violência (Bromley & Bromley, 2000; Bromley & Thomas, 2000; Roberts, 2006). No entanto, certas cidades têm conseguido desenvolver a sua economia da noite, com base em programas que evitam os impactes negativos mencionados, nos quais se incluem eventos como a Noite Branca ou as noites no museu que se associam a outros programas de índole cultural que decorrem durante a noite (Evans, 2011).

Não se pode negar, porém, que as estratégias que valorizaram o turismo, em detrimento do desenvolvimento cultural da população local, conduziram à mercantilização da cultura, ao enobrecimento das zonas históricas e à *McDonaldização* da sociedade, temas que têm vindo a ser objeto de reflexão por um conjunto de autores dos quais se salienta Hannigan (1998), Judd (2003), Judd e Fainstein (1999), McNeill (1999), Ritzer (1996), Zukin (1989, 1991, 1996, 1998). Esta linha de investigação mantém-se muito ativa, como o demonstra o artigo de Zukin e Braslow (2011) sobre os distritos criativos de Nova Iorque, caso em que se atribuem as consequências negativas à falta de planeamento, ou o de Kim (2011) que evidencia a necessidade de estabelecer equilíbrio entre a cultura e o comércio nos bairros culturais de Seul com recurso a uma governança participativa.

O surgimento do turismo criativo, o qual valoriza a aprendizagem e a cocriação com a população local da experiência turística (Richards & Smith, 2007) constitui um importante contributo para evitar a tematização das cidades, a mercantilização dos recursos patrimoniais e culturais e a *McGuggenheimisation* da experiência turística. Alguns textos como o artigo de Greame Evans (2007) sobre o bairro do Bronx em Nova Iorque, o de Esther Binkhorst (2007) a propósito da pequena localidade de Sitges, próximo de Barcelona, e o de António Russo e Alberto Sanz (2007) sobre o papel dos estudantes na oferta de turismo criativo de Veneza, descrevem ofertas turísticas em meios urbanos de pequena e média dimensão muito bem-sucedidas, com base em recursos culturais muito diversificados que obstaculizam aos efeitos negativos apontados.

3. Bairros culturais, *clusters* criativos e política económica urbana. Das cidades mundo às cidades pequenas cidades periféricas

Ashworth e Page (2011), no seu artigo em que fazem um balanço da investigação em turismo urbano, reafirmam a importância do papel do património, da cultura e das indústrias criativas para o incremento do turismo urbano, embora assegurem que apenas as grandes cidades mundo estão preparadas para disporem de bairros culturais e para se impor como destinos turísticos culturais de relevo, na medida em que são as que melhor se enquadram no processo de globalização, opinião que é partilhada por Spirou (2011). Em ambos os casos, as políticas e as estratégias que suportam a oferta das cidades globais incluem intervenções urbanas em larga escala na área da habitação dos equipamentos urbanos (centros de conferências, museus, galerias de arte, bibliotecas, salas de concerto, teatros de ópera) e a reorganização dos transportes, intervenções que são caras e que absorvem grande parte do orçamento do município, pelo que apenas as cidades mundo dispõem de fundos para os implementar. Confirmando as afirmações de Ashworth e Page (2011), a maior parte das cidades globais como Londres (Soho), Lower East Side (Nova Iorque), a *Rive Gauche* em Paris (Montgomery, 1998) e Barcelona (Benach, 1994), criaram os seus bairros culturais.

No entanto, nem todas as cidades globais desenvolveram uma ação consistente. Nova Iorque conta com vários distritos culturais (como os denominam os americanos), embora se ressintam pelo facto de não terem sido planeados convenientemente (Zukin & Braslow, 2011). No entanto Manchester, que não é uma cidade global, conta com os quatro bairros culturais, bem planeados, facto que é largamente atribuído ao *Manchester's Creative Industries Development Service* (CIDS), por ter inserido as políticas para as indústrias criativas na política económica urbana dos últimos 10 anos (O'Connor & Gu, 2010), políticas essas que contribuíram para o incremento

do turismo e para a regeneração de zonas degradadas da cidade. Quer no caso americano, quer no inglês, como já se referiu, as parcerias público privadas tiveram um peso decisivo na implementação das políticas urbanas. No entanto, em algumas cidades, como aconteceu no caso de Viena de Áustria, em que os museus dominam o bairro cultural, todo o investimento realizado era de origem estatal (Roodhouse, 2006). Já no caso de Filadélfia, nos Estados Unidos, os projetos financiados com base em ações filantrópicas, tiveram um papel preponderante na criação do bairro cultural (Bounds, 2007).

Ao longo dos anos 90 do século passado e na primeira década do século XXI foram publicados um conjunto de trabalhos em que se salienta o impacto positivo que o turismo e a cultura podem exercer na regeneração de cidades de média ou pequena dimensão, como são os casos de Roterdão (Bianchini, 1995), de Singapura (Chang & Yeoh, 1999; Chang 2000a,b, 2006), de Bolton (Fleming, 1999), de Amesterdão (Martinez, 2007), de Dublin (Montgomery, 1995; Rains, 2004), de Dordrecht (Wynne, 1992) de Liverpool (Gilmore, 2004). Dublin conseguiu afirmar-se como um destino turístico internacional no contexto europeu (Evans, 2001; Lenon & Seaton, 1998), o mesmo tendo acontecido a Singapura que, numa fase inicial ganhou dimensão continental, para se transformar num destino turismo global.

Alguns investigadores, na sequência de estudos realizados na década de 90, têm vindo a comprovar que as cidades de pequena e média dimensão também podem ser bem-sucedidas na criação de uma oferta cultural sem que essa sua opção seja feita à custa da mobilização de recursos financeiros apreciáveis, optando por valorizar o seu património material (monumentos, museus) e imaterial (história, tradições), espetáculos ao ar livre, pequenos *clusters* culturais e criativos, estruturas temporárias e edifícios multifunções (Bianchini, 1995; Bradley & Hall, 2006; Breitbart & Stanton, 2007; Foord, 2006; Miles, 2006). As pequenas cidades, tal como as grandes e as médias, também têm vindo a apostar na criação de bairros culturais. Dundee, na Escócia (Lloyd,

McCarthy & Pell, 2007), e Wollong, na Austrália (Waitt, 2006), são exemplos de políticas urbanas bem-sucedidas. Acresce ainda as ações desenvolvidas ao abrigo dos programas URBAN (I e II) e URBACT que incluíram intervenções, não só em grandes cidades, mas também em pequenas e médias, com o objetivo de as regenerar com base nas artes, na cultura e no turismo. Ao abrigo do URBACT, foi desenvolvido um programa denominado *Clusters Criativos em Áreas Urbanas de Baixa Densidade*, concluído em 2011, que apostava na criação de espaços criativos em pequenas e médias cidades da Europa. Uma síntese das melhorias introduzidas em algumas das cidades e vilas participantes (Óbidos (Portugal), Barnsley (Reino Unido), Jyväskylä (Finlândia)) está contida no texto de Selada, Cunha e Tomaz (2011).

Os processos de regeneração urbana através da criação de bairros ou de *clusters* culturais e do turismo, nas cidades de pequena e média dimensão, não têm merecido destaque na literatura científica, para além da elaboração de investigações de índole descritiva, com base em estudos de caso (alguns mencionados neste artigo). Esta situação deve-se à ausência de novos corpos teóricos focados quer na geografia da economia espacial, especialmente no que concerne à geografia da economia urbana das cidades de pequena e de média dimensão (Bell & Jayne, 2006, 2009; Jayne, Gibson, Wait & Bell, 2010), quando comparado com as cidades globais (Hall, 1996, 2004; Sassen, 1991, 1994, 1996; Scott, 2001; Storper, 1997), sobretudo no que concerne a sua economia cultural (Scott, 1997, 2000) e o turismo (Spirou, 2011). A investigação urbana tem sido dominada pelos estudos de grandes cidades, de cidades globais, “por regra selecionadas no Norte Global” com o “intuito de realizar representações de urbanidade generalizáveis” esquecendo que, a grande maioria das cidades se caracteriza pela sua heterogeneidade. (Bell & Jayne, 2009, p. 683).

Lorenzen, Scott e Vang (2008) consideram que a economia cultural das pequenas e médias cidades se suporta numa procura de nichos de mercado fascinados com a sua exclusividade, devido ao património

construído, ao seu regionalismo e localismo. Na verdade muita da análise económica relativa às cidades pequenas está imbuída de um preconceito que as caracteriza como “retrogradas e fechadas sobre si próprias” (Jayne et al., 2010, p. 1409). As cidades de pequena e média dimensão são ignoradas porque não é expectável que assegurem as pré-condições e o ambiente atrativo para serem “criativas” (idem, p. 1411).

Logo em 1999, a Comissão Europeia reconhecia a importância da realização de investigação qualitativa e quantitativa sobre as cidades de pequena (10.000 a 50.000 habitantes) e média dimensão (50.000 a 250.000 habitantes) por nelas residirem 40% da população europeia (EU, 1999, citado por Selada, Cunha & Tomaz, 2011, p. 80). Alguns investigadores, nomeadamente os que se dedicam à geografia económica de pequenas e médias cidades aceitaram o desafio, como é o caso de Garrett-Petts (2005), Bell e Jayne (2006), Ofori-Amoah (2007), Lorentzen (2009), autores que evocam o contributo da cultura e do turismo, para a sua regeneração (Jayne et al., 2010).

Lorentzen (2009), por seu turno, explica como podem essas cidades progredir, apoiando-se no conceito de economia da experiência, criado por Pine e Gilmore (1999). A investigadora considera que este tipo de economia não se baseia apenas na cultura, no entretenimento ou no turismo ou, ainda, nas indústrias culturais e criativas, mas também em serviços (restaurantes, serviços na área do bem estar, etc.) e locais. Para que “haja desenvolvimento territorial é necessário que esta experiência de consumo esteja colocalizada com a produção” na medida em que convida as pessoas a fruir e a gastar o seu dinheiro, “quer na condição de residentes quer na de visitantes e turistas” (Lorentzen, 2009, p. 835).

O conceito de colocalização está diretamente relacionado com o de cocriação que a economia da experiência, sobretudo o turismo de experiências, partilha com o turismo criativo. No caso de Sitges (Barcelona), já referido, a autora, Esther Binkhorst, em artigo de 2008, defende a cocriação da experiência turística não apenas entre a empresa que a

prepara e os turistas, mas também entre os residentes e turistas. Durante a interação proporcionada pela experiência contextualizada cuja construção e realização envolveu empresas, residentes e turistas todos são parceiros e todos são cúmplices. Estas experiências, pela sua própria natureza, originam destinos turísticos únicos. A investigadora volta a abordar esta questão num artigo realizado em parceria com Dekker (2009), alertando para o facto de algumas experiências realizadas na década de 90 serem consideradas muito artificiais e, por esse motivo, pouco adequadas aos consumidores atuais, porquanto não se inserem no âmbito da cocriação. Os autores consideram que, a melhor forma de proceder para oferecer experiências turísticas do nosso tempo, é transformar todo o sistema turístico numa rede cocriativa de experiências. Adicionando o pensamento de Lorentzen (2009), esta rede cocriativa estaria em condições de oferecer experiências colocadas, o que permite transformar pequenos espaços locais, em destinos turísticos globais. Falta, contudo, encontrar as políticas urbanas para o desenvolvimento da economia cultural e para o turismo, mais adequadas ao surgimento de uma oferta de experiências turísticas memoráveis ajustadas aos contextos específicos das pequenas e das médias cidades.

Nas conclusões do artigo, em favor da economia cultural das pequenas e médias cidades, Jayne et al. (2010) afirmam que os investigadores que mais se distinguiram na definição de cidade criativa (Landry, 2001) e de classe criativa (Florida, 2002, 2005) não conseguiram apreender toda a complexidade e diversidade da produção cultural dos meios urbanos mais pequenos. Estes locais, alegam Jayne et al. (2010), devem ser objecto de estudo conducente à elaboração de um quadro teórico consistente, suportado por uma investigação persistente, de modo a encontrar as políticas que mais se adequam ao seu desenvolvimento. Os autores do artigo indicam que fatores como a dimensão, a proximidade e a localização, colocam dificuldades e criam oportunidades específicas às pequenas cidades que devem ser tomadas em consideração na investigação a realizar.

A construção de modelos teóricos, que permitam entender a economia criativa das pequenas cidades e o seu contributo para o incremento do turismo e para a regeneração urbana, é fundamental para se entender os casos descritos na literatura e para facilitar o desenvolvimento de políticas integradas que valorizem as cidades pequenas e médias. No caso português permitiria, por certo, proporcionar que, para além das cidades de Lisboa e do Porto, se pudesse consolidar melhor alguns processos locais, como o de Óbidos ou Guimarães, e se desenvolvessem os de Évora, Montemor-o-Novo ou Serpa, para mencionar apenas alguns.

4. Conclusão

A importância do turismo e da cultura para a regeneração urbana tem vindo a desempenhar um papel muito importante na definição das políticas para as cidades desde os anos 80 do século passado, as quais tiveram como consequência o surgimento dos denominados bairros culturais ou distritos culturais, muitas vezes designados também por *clusters* criativos devido ao facto de serem economias localizadas. Durante muito tempo acreditou-se que este tipo de políticas apenas se adequavam às grandes cidades, porque muitos dos modelos teóricos existentes sobre economia urbana e, sobretudo, sobre economia da cultura e do turismo, se centravam nas grandes cidades ou nas cidades mundo. No entanto, a investigação ao nível do estudo de caso tem vindo a comprovar que as cidades pequenas e médias, socorrendo-se de estratégias adequadas às suas realidades específicas e às características únicas de cada uma delas, têm conseguido atingir objetivos assinaláveis. Os investigadores que mais se têm vindo a destacar, a nível mundial, nesta temática particular defendem que muito há a fazer, no domínio da construção teórica para facilitar o desenvolvimento de políticas integradas que valorizem as cidades pequenas e médias.

Bibliografía

- Ashworth, G. (1989). Urban Tourism: An imbalance in attention. In C. Cooper (Ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (pp. 33-53). London: Belhaven Press.
- Ashworth, G. (1992). Tourism Policy and planning for quality urban environment. The case of heritage. In H. Briassoulis & J. van der Straaten (Eds.), *Tourism and the Environment. Regional, Economic and Policy Issues* (pp. 99-115). Dordrecht: Kluwer.
- Ashworth, G. (1995). Marketing The Historic City For Tourism. In B. Goodal & G. Ashworth (Eds.), *Marketing in the Tourism Industry. The promotion of destination regions* (pp. 162-174). London: Routledge.
- Ashworth, G., & Page, S. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32, 1-15.
- Bell, D., & Jayne, M. (2004). *City of Quarters Urban Villages in Contemporary City*. Aldershot: Ashgate.
- Bell, D., & Jayne, M. (2009). Small Cities? Towards a Research Agenda. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 683-99.
- Bell, D., & Jayne, M. (Eds.). (2006). *Small cities: urban experience beyond the metropolis*. London; Routledge.
- Benach, N. (1994). La promoción de nueva actividad terciaria en la ciudad de Barcelona. *Finistera*, XXIX(57), 43-60.
- Bianchini, F., & Parkinson, M. (1993). *Cultural Policies and Urban Regeneration. The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- Bianchini, S. (1995). *Culture and neighborhoods*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Binkhorst, E. (2007). Creativity in tourism experiences: The case of Sitges. In G. Richard & J. Smith (Eds.), *Tourism, Creativity and Development* (pp. 125-144). London: Routledge.
- Binkhorst, E. (2008). Turismo de cocreación, valor añadido en escenarios turísticos. *Journal of Tourism Research/Revista de Investigación en Turismo*, 1(1), 40-48.
- Binkhorst, E., & Den Dekker, T. (2009). Agenda for Co-Creation Tourism Experience Research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, (18), 311-327.
- Bounds, A. (2007). Philadelphia's Avenue of the Arts: The Challenges of a Cultural district Initiative. In M. Smith (Ed.), *Tourism, Culture and Regeneration* (pp. 132-142). Oxfordshire: CABI Publishing.
- Bradley, T., & Hall, T. (2006). The festival phenomenon: festivals, events and the promotion of small urban areas. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *Small cities: urban life beyond the metropolis* (pp. 77-90). Routledge: London.
- Breibart, M., & Stanton, C. (2007). Touring Templates: Cultural Workers and Regeneration in Small New England Cities. In M. Smith (Ed.), *Tourism, Culture and Regeneration* (pp. 111-122). Oxfordshire: CABI Publishing.
- Bromley, R., Thomas, C., & Mille, A. (2000). Exploring safety concerns in the night time city. *Town Planning Review*, 71(1), 71-96.
- Bromley, T., & Bromley, R. (2000). City-centre revitalization: Problems of fragmentation and fear in the evening and night time city. *Urban Studies*, 37(8), 1403-1429.
- Chang, T. (2000a). Singapore's Little India: A Tourist Attraction as a Contested Landscape". *Urban Studies*, 37(2), 343-366.
- Chang, T. (2000b). Renaissance Revisited: Singapore as a Global City for the Arts". *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(4), 818-831.
- Chang, T. (2006). Tourism in a reluctantly city-island-nation: insights from Singapore. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *Small cities. Urban experience beyond the Metropolis* (pp. 59-74). London: Routledge.
- Chang, T., & Yeoh, T. (1999). New Asia-Singapore: Communicating Local Cultures through Global Tourism. *Geoforum*, 30, 101-116.
- Chatterton, P. (2000). Will the real Creative City please stand up?. *City*, 4(3), 390-397.
- Cohen, S. (1997). More than the Beatles: Popular Music, Tourism and Urban Regeneration. In S. Abram, J. Waldren & D. MacLeod (Eds.), *Tourists and Tourism Identifying with People and Places* (pp. 71-91). Oxford: Berg.
- DE - Department of Environment (1990). *Inner City Programme Tourism and the inner city An Evaluation of Impact Grant Assisted Tourism Projects*, HMSO, London. *Development Tourist Act*. (1969). Acedido em 12 de abril de 2002, em http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1969/51/pdfs/ukpga_19690051_en.pdf
- Evans, G. (2001). *Cultural planning an urban renaissance?*. London: Routledge.
- Evans, G. (2007). Creative spaces, tourism and the city. In G. Richards & J. Smith (Eds.), *Tourism, Creativity and Development* (pp. 57-72). London: Routledge.
- Evans, G. (2011). Hold back the night: Nuit Blanche and all-night events in capital cities. *Current Issues in Tourism*, 15(1-2), 35-49.
- Evans, G., & Foord, J. (2006). Small Cities for a Small Country: Sustaining the Cultural Renaissance?. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *Small cities: urban experience beyond the metropolis* (pp. 151-168). London: Routledge.
- Fleming, T. (1999). *ICISS report – local cultural industries support services in the UK: towards a model of best practice*. Manchester: Institute of Popular Culture.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
- Garrett-Petts, W. (Ed.). (2005). *The small cities book: on the cultural future of small cities*. Vancouver: New Star Books.
- Gilmore, A. (2004). Popular Music, Urban Regeneration and Cultural Quarters. The case of the Rope Walls, Liverpool. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *City of Quarters Urban Villages in Contemporary City* (pp. 109-130). Aldershot: Ashgate.
- Gratton, C., & Richards, G. (1996). The Economic Context of Cultural Tourism. In G. Richards (Ed.), *Cultural Tourism in Europe* (pp. 71-87). Oxon: Cab International.
- Hall, P. (1966). *The world cities*. New York: McGraw Hill.
- Hall, P. (2004). European cities in a global world. In F. Eckhardt & D. Hassenpflug (Eds.), *Urbanism and globalization*. Peter Lang: Frankfurt.
- Hannigan, J. (1998). *Fantasy city*. London: Routledge.
- Jayne, M., Gibson, C., Waitt, G., & Bell, D. (2010). The Cultural Economy of Small Cities. *Geography Compass*, (4/9), 1408-1417.
- Judd, D. (2003). *The infrastructure of play: building the tourist city*. New York: Shape.

- Judd, D., & Fainstein, S. (Eds.). (1999). *The Tourist City*. New Haven CT: Yale University Press.
- Kim, W. (2011). The viability of cultural districts in Seoul. *City, Culture and Society*, 2, 141-150.
- Landry, C. (2001). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan Publications.
- Law, C. (1990). Tourism. A focus for urban regeneration. In S. Hardy, T. Hart & T. Shaw (Eds.), *The role of Tourism in urban and regional economy* (pp. 11-18). Newcastle upon Tyne: Regional Studies Association. South Shields Tyne and Wear.
- Law, C. (1992). Urban Tourism and its Contribution to economic Regeneration. *Urban Studies*, 27(3/4), 599-618.
- Law, C., & Tupen, J. (1986). *Urban Tourism Project: Final Report*. Manchester, Department of Geography. University of Salford/ Greater Manchester Council.
- Lennon, J., & Seaton, A. (1998). Pathways to success: Contrasting roles in public sector business development for the tourism industries – a comparison of Glasgow and Dublin. *International Journal of Public Sector Management*, 11(2/3), 139-153.
- Lloyd, G., McCarthy, J., & Peel, D. (2006). The re-construction of a small Scottish city: re-discovering Dundee. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *Small cities: urban experience beyond the metropolis* (pp. 105-121). London: Routledge.
- Long, P. (1997). Researching Partnership Organizations: From practice to theory to Methodology. In P. Murphy (Ed.), *Quality Management in Urban Tourism* (pp. 235-250). Chichester: Wiley.
- Lorentzen, A. (2009). Cities in the Experience Economy. *European Planning Studies*, 17(6), 829-845.
- Lorenzen, M., Scott, A. J., & Vang, J. (2008). Editorial: geography and the cultural economy. *Journal of Economic Geography*, 8(8), 589-592.
- Martinez, J. (2007). Selling Avant-garde: How Antwerp Became a Fashion Capital (1990-2002). *Urban Studies*, 44(12), 2449-2464.
- McNeill, D. (1999). Globalization and the European city. *Cities*, 16, 143-147.
- Miles, S. (2006). Small city-big ideas: cultural led regeneration and the consumption of place. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *Small cities: urban experience beyond the metropolis* (pp. 233-244). London: Routledge.
- Montgomery, J. (1995). The Story of Temple Bar: creating Dublin's cultural quarter. *Planning, Practice and Research*, 10(2), 135-173.
- Montgomery, J. (1998). Making a city: urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design*, 3(1), 93-116.
- Mullins, P. (1991). Tourism urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 15(3), 326-42.
- Myerscough, J. (1988). *The economic importance of the arts in Britain*. London: Policy Studies Institute.
- O'Connor, J., & Gu, X. (2010). Developing a Creative Cluster in a Post industrial City: CIDS & Manchester. *The Information Society: An International Journal*, 26(2), 124-136.
- OECD (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. Acedido em 23 janeiro de 2010, em www.oecd.org/publishing/corrige
- Ofori-Amoah, B. (2007). *Beyond the metropolis: urban geography as if small cities mattered*. Lanham, MD: University Press of America.
- Pearce, D. (2001). An Integrative Framework for Urban Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926-946.
- Pearce, D., & Butter, R. (1992). *Tourism research: Critiques and Challenges*. London: Routledge.
- Pine, B., & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business Is a Stage*. Boston: HBS Press.
- Rains, S. (2004). Quarterizing the city: The spatial Politics of Joyce Industry in Dublin. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *City of Quarters. Urban Villages in Contemporary City* (pp. 109-130). Aldershot: Ashgate.
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban revitalization*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Richards, G., & Smith, J. (Eds.). (2007). *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge.
- Ritzer, D. (1996). *The McDonaldisation of society. An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Roberts, M. (2006). From 'creative city' to 'no-go areas' – The expansion of the night-time economy in British town and city centres. *Cities*, 23(5), 331-338.
- Roodhouse, S. (2006). *Cultural Quarters. Principles and Practices*. Bristol: Intellect Books.
- Roodhouse, S. (2010). *Cultural Quarters. Principles and Practices*. Bristol: Intellect Books.
- Russo, A., & Sanz, A. (2007). Student communities as creative landscapes: evidence from Venice. In G. Richard & J. Smith (Eds.), *Tourism, Creativity and Development* (pp. 161-177). London: Routledge.
- Sassen, S. (1991). *The global city. New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.
- Sassen, S. (1994). *Cities in a World Economy*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Sassen, S. (1996). *Losing control: sovereignty in an age of globalization*. York, US: Columbia New University Press.
- Scott, A. (1997). The cultural economy of cities. *The International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323-339.
- Scott, A. (2000). *The cultural economy of cities: essays on the geography of image-producing*. London: Sage.
- Scott, A. (Ed.). (2001). *Global city-regions: trends, theory, policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Selada, C., Cunha, I., & Tomaz, E. (2011). Creative-based strategies in small cities: A case-study approach. *REDIGE*, 2(2), 79-111.
- Sepe, M., & Di Trapani, G. (2010). Cultural tourism and creative regeneration: two case studies. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 214-227.
- Smith, M. (2007). *Tourism, Culture and Regeneration*. Oxfordshire: CABI Publishing.
- Smith, M. (2010). *Cultural Planning for Urban Regeneration: A third space approach*. Saarbrücken: Lambert.
- Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change. Cities in a Global Economy*. London: Routledge.
- Storper, M. (1997). *The regional world*. New York: Guilford.
- Waitt, G. (2006). Creative small cities: cityscapes, power and the arts. In D. Bell & M. Jayne (Eds.), *Small cities: urban experience beyond the metropolis* (pp. 168-183). London: Routledge.
- WTO & ETC (2005). *City Tourism & Culture: The European Experience*. Acedido em abril de 2005, em <http://www.etc-corporate.org/reports-and-studies>
- WTO (2001). *Tourism 2020 Vision, Global Forecasts and Profiles of Market Segments*, vol. 7. Madrid: WTO.

- Wynne, D. (Ed.). (1992). *The Culture Industry*. Avebury: Aldershot.
- Zukin, S. (1989). *Loft Living. Culture and Capital in urban Change*. New Jersey: Rutgers University.
- Zukin, S. (1991). *Landscapes of power: from Detroit to the Disney World*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Zukin, S. (1996). Space and Symbols in an Age of Decline. In A. King (Ed.), *Re-Presenting the City, Ethnicity, Capital and Culture in the 21st Century Metropolis*. London: MacMillan.
- Zukin, S. (1998). *The Culture of the Cities*. Oxford: Blackwell.
- Zukin, S., & Braslow, L. (2011). The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones. *City, Culture and Society*, (2), 131-140.