

# O VIAJANTE ENCLAUSURADO: ESBOÇO DA NOVA FIGURA METROPOLITANA\*

por

Paulo Castro Seixas\*\*

**Resumo:** Apresenta-se o *burguês-profissional* como nova figura metropolitana, assim como as suas lógicas de reacção à diversidade por evasão e castelização numa nova metrópole heterotópica.

**Palavras-chave:** Antropologia Urbana; Burguês-profissional; metrópole heterotópica.

**Abstract:** The *professional-bourgeois* and his ways of reaction to diversity by urban escapism and walling in a new heterotopic metropolis are presented.

**Key-words:** Urban Anthropology; *professional-bourgeois*; heterotopic metropolis.

## O VIAJANTE ENCLAUSURADO

Entre a imitação do turista/executivo e a aversão do suburbano/terceiro-mundista<sup>1</sup>, a nova burguesia profissional vive uma permanente tensão que adopta a forma de

---

\* Este breve ensaio tem como base a tese de Doutoramento do autor, *Paradigmas Socio-espaciais e Políticas da diferença. Ilhas e novos condomínios: uma interpretação dialógica da cidade do Porto*, Univ. de Santiago de Compostela, 1999 (policopiado). Sendo uma das hipóteses de investigação que de tal tese derivou, abdiquei aqui de apontar a bibliografia de suporte (algo extensa) desta mesma hipótese, ainda que se tenham avançado algumas referências nas notas finais. Refira-se, ainda, que uma primeira versão deste texto foi publicada em galego na revista *Tempos Novos*, nº 35, Santiago de Compostela, Abril de 2000.

\*\* Univ. Fernando Pessoa. pseixas@ufp.pt

<sup>1</sup> Ulf Hannerz, no seu livro *Transnational Connections*. 1996, New York: Routledge, especificamente no texto "The Cultural Role of World Cities" apresenta o paradoxo metropolitano que activa a "reacção à diversidade": Here is one of the paradoxes of world city cultural process: while those of us who are at the periphery or semi-periphery always sense the cultural influence of the center, that is the center-to-periphery flow, at the center itself, whatever passes for a native culture frequently seems to view itself as beleaguered or invaded by the local representation of the periphery" (1996: 134). Em relação à noção "reaction to diversity", Hannerz refere: "The reaction to diversity on the part of these inhabitants of the world city may be to shield themselves from it as much as they can, by living in their very own neighborhoods, or if affluent enough, in a house with a doorman, and traveling by taxi than subway. These are the people from the center wanting the periphery to go away from their doorstep, or at least to show up there only discreetly, to perform essential services" (id: 134).

viagem enclausurada. O padrão quotidiano de vida do novo estrato social cada vez mais se reduz a uma triangulação em que as auto-estradas, vias rápidas e circulares internas e externas das cidades são os eixos de intermediação entre o novo condomínio – privado, fechado ou exclusivo –, o centro comercial e a empresa, cada vez mais multinacional. No seu carro ou dentro de cada um destes pólos glociais<sup>2</sup>, a nova burguesia incorpora a figura do viajante enclausurado, armadilhado numa cada vez mais redundante nostalgia futurista em que uma cidade perdida se procura reconstruir ou/ /e inventar entre um estilo de vida desejado e o desejo da ausência dos indesejáveis.

A burguesia profissional<sup>3</sup> é uma figura social em ascensão e que se apresenta como tendencialmente hegemónica, característica de uma sociedade pós-industrial e pós-moderna. A noção de burguês profissional é, em si mesma, paradoxal denotando a cada vez maior incorporação em cada pessoa da contradição entre poder económico e realização social e cultural que o próprio capitalismo criou<sup>4</sup>. O burguês profissional é o profissional a quem é incutido o desejo e a capacidade de aquisição de mais-valias, ao mesmo tempo que lhe é exigida a produção das mesmas, aliás automaticamente traduzíveis em consumo (fringe benefits: gabinete, carro, gasolina, cartões de crédito, viagens, livros, apartamento, etc.) como condição *sine qua non* de manutenção da sua profissão. Nesta nova figura, economia e cultura, produção e consumo, autonomia profissional e dependência operária mesclam-se subordinando-se mutuamente e a nova estrutura metropolitana é bem a evidência dessa permanente dissonância cultural, desse duplo vínculo<sup>5</sup> que transforma a nossa vida numa viagem enclausurada.

---

<sup>2</sup> O termo glocal provém do Marketing e parece ter sido cunhado por japoneses, do *dochakuka* que significa “localização global”, surgindo já em 1991 no *Oxford Dictionary of New Words* como uma das principais palavras-chave do Marketing dos anos 90. Roland Robertson, no seu livro *Globalization – Social Theory and Global Culture*, 1992, Londres: Sage Publications, apresenta este conceito como pertinente para compreender os nexos local-global que cada vez mais se evidenciam. Aqui uso o termo glocal também com evidentes ressonâncias do conceito de “autres espaces” de Henry Lefebvre e “heterotopia” de Foucault.

<sup>3</sup> Se a burguesia comercial, industrial e financeira se constrói em função do poder concedido pelo capital monetário, circulante ou fixo, enquanto factor de produção; a burguesia profissional apresenta-se como que sustentando-se no novo factor de produção, o *conhecimento*, evidenciando-se pelo poder simbólico do currículo social e cultural.

<sup>4</sup> O paradoxo existente no burguês profissional pode ser caracterizado, ainda que de uma forma que não é a que toma a personagem actualmente, pela descrição que Wrigth Mills faz do colarinho branco da classe média em *A Nova Classe Média*, Zahar Ed.: Rio de Janeiro, 1969: os white collars “são mais lastimáveis do que trágicos, lutando contra uma inflação anónima, sustentando até mesmo na miséria a esperança de uma rápida ascensão à americana. São impelidos por forças que não podem controlar, arrastados para movimentos que não compreendem; metem-se em situações nas quais a sua posição é a mais desamparada. O homem de colarinho branco é o herói-vítima...”. Gilberto Velho, no seu livro *A Utopia Urbana. Um estudo de antropologia social*, Jorge Zahar ed.: Rio de Janeiro, 1978, caracterizou exactamente a relação entre esta classe, o seu lugar social e o seu lugar ideal e real na cidade.

<sup>5</sup> Usamos aqui a noção de paradoxo comunicacional de Paul Watzlawick ou de Double Bind de Gregory Bateson para explicitar o seguinte paradoxo: 1. A aquisição de mais valias líquidas sem possuir um poder simbólico concebido como correspondente traz insatisfação; 2. A aquisição de poder simbólico reduz as oportu-

## AS LÓGICAS DA EVASÃO-CASTELIZAÇÃO

Os espaços metropolitanos em que, cada vez mais, se vive são o espelho deste paradoxo de autonomia dependente que caracteriza o burguês profissional e que tende a impor-se como modelo hegemónico de vida a todo e qualquer indivíduo. A multinacional obscureceu a relação de exploração do capital sobre o trabalho<sup>6</sup>; o centro comercial obscureceu a relação imperialista do mercado sobre a cultura<sup>7</sup> e o novo condomínio obscureceu a relação de alienação das massas sobre o indivíduo e a família<sup>8</sup>. Desejo e temor juntam-se entre o benefício burguês e a proletarização, entre a criatividade do ego e a sua prostituição, entre a livre comunhão e a imposta massificação. O desejo de individualidade pelo poder, pela criatividade e pela liberdade é inculcado ao mesmo tempo que os espaços de realização de tal desejo implicam, como resgate de tal realização, um quinhão idêntico de dependência, imitação e igualitarismo.

---

nidades de possuir mais valias líquidas concebidas como correspondentes e traz insatisfação. As mais valias são, na maior parte dos casos, indirectamente proporcionais ao poder simbólico e, no entanto, o modelo seguido como ideal é o de uma correspondência que os coloca como directamente proporcionais. Dá-se então aqui um double bind criado por um ideal que é negado na realidade mas que não se deixa de procurar atingir, sendo qualquer um dos caminhos seguidos, um caminho que frustra o objectivo. David Lodge, no seu romance. *Um Almoço Paga-se Sempre*, apresenta uma alegoria deste paradoxo.

<sup>6</sup> Seria aqui necessário fazer uma história desconstruída da ciência da Administração como ciência ideológica. A história da incorporação progressiva das necessidades psicológicas, sociais e culturais dos trabalhadores é também a história da progressiva subtilidade profunda de domínio desse mesmo trabalhador na construção do modelo do escravo-alegre de um Admirável Mundo Novo. A ascensão dos executivos enquanto figura-tampão entre o proletário e o burguês foi o processo seguido pelo capitalismo de socio-psicologizar as suas contradições num grupo social, impossibilitando que tais contradições gerassem a revolução que era previsível.

<sup>7</sup> Aqui seria necessário toda uma história do planeamento urbanístico enquanto continuação da história da *disciplina mecanismo ou disciplina generalizada* que Foucault refere em *Vigier et Punir* para compreender como uma construção que se apresenta como uma heterotopia de ilusão propiciando a ideia de que nada está propriamente à venda quando de facto se trata de uma heterotopia de compensação, ou seja um urbanismo de laboratório que se produz como uma autêntica máquina urbana do mercado, em que tudo está lá para ser vendido, até o espaço. A célebre diferenciação entre ver e ser visto atinge neste mecanismo um ponto áureo pela diferenciação heterotopia de ilusão/heterotopia de compensação (veja-se "Of Other Spaces" de Foucault em *Diacritics*, 1967) em que as opções culturais experienciadas são, de facto, imposições do mercado geridas: a agência tem uma experiência cultural num contexto produzido como estrutura de imposição do e para o mercado. Veja-se a este propósito os trabalhos de Mark Gottdiener, especificamente "Recapturing the center: A socio-semiotic analysis of shopping malls" in *Postmodern Semiotics. Material Culture and the Forms of Postmodern Life*, Cambridge, Massachusetts: Blackwell Pub., 1995 e em *The Theming of America. Dreams, Visions and Comercial Spaces*, Boulder, Colorado: Westview Press, 1997.

<sup>8</sup> Às alienações pela padronização e formalização do capital sobre o trabalho e pela standardização e sincronização do tempo livre e aos seus correlativos mecanismos compensatórios da multinacional culturalmente integradora e do centro comercial, corresponde uma alienação pelo resgate e padronização da organização urbana da vida familiar num mecanismo compensatório que é o condomínio fechado, reservado ou exclusivo. Veja-se, sobre esta temática, os textos de Peter Marcuse e a minha tese de doutoramento. Para uma abordagem simples deste resgate e desta padronização, um bom exemplo é o texto de Cristina Patriota Moura "Vivendo entre muros: o sonho da aldeia" in Gilberto Velho e Karina Kuschnir (orgs.) *Pesquisas Urbanas. Desafios do Trabalho Antropológico*. 2003. Jorge Zahar Ed.: Rio De Janeiro.

O urbanita metropolitano ocidental da transição do milénio é, assim, um eterno viajante movido pelo desejo e enclausurado nos próprios lugares onde sente esse seu desejo realizar-se.

Enclausurado entre o desejo da evasão turística e a necessidade de castelização pelo medo do intruso, o burguês pós-moderno sobrevive no paradoxo existencial de permanente liberdade condicionada de crescente ansiedade. Esta ansiedade de viajante que caracteriza a nova burguesia profissional compreende-se local e globalmente, psicológica, social e antropológicamente em função de uma certa *reação à diversidade*. O burguês profissional, o executivo urbanita e cosmopolita do mundo pós-industrial e pós-moderno, interiorizou psicologicamente o proletário, habita lado a lado com o suburbano e cruza-se diariamente com populações do terceiro-mundo. Psicologicamente qualquer burguês profissional vive constantemente, qual funâmbulo, entre o desejo de se transformar num capitalista financeiro e o temor da sua própria proletarianização profissional. O novo condomínio em que habita, o centro comercial onde consome e a empresa onde trabalha, assim como até o carro que conduz são, eles próprios, símbolos sociais que reproduzem e exponenciam esse instável equilíbrio psicológico. A ansiedade paradoxal feita de desejo e medo faz com que a vida no centro da cidade se anuncie pela fuga à mesma, enquanto que a vida suburbana se apresente como central. Este paradoxo revê-se nos próprios carros, passando o *todo-o-terreno* a ser um normal carro de cidade, ao mesmo tempo que um qualquer *utilitário* citadino se anuncia como possibilitador de uma viagem de fuga da cidade. Finalmente, as próprias cidades em que habitam reflectem, na sua estrutura fragmentada e esquizofrénica, a viagem enclausurada. Nas cidades centrais é o temor da invasão da periferia que mais se sente, enquanto nas cidades periféricas é mais o desejo da proximidade do centro. Mas nas cidades da semi-periferia, onde mais se nota a ascensão da burguesia profissional como nova classe hegemónica, os sentimentos cruzam-se e junta-se o temor e o desejo do centro, o desejo e o temor da periferia.

Estes dois mecanismos de reação à diversidade, por imitação e por aversão, encontram-se, de uma forma cada vez mais evidente, nas propostas imobiliárias de tipo habitacional que vão surgindo no mercado. As glocalidades habitacionais de reação à diversidade terão em alguns contextos uma maior ênfase no código de imitação turístico-executiva de tipo central, enquanto noutros uma maior ênfase, pelo contrário, numa aversão proletário-suburbano-terceiro mundista. Elas são, no entanto, o produto dos diversos choques socio-culturais em que vivemos.

OS NOVOS CONDOMÍNIOS DA REGIÃO METROPOLITANA DO PORTO<sup>9</sup>

Os novos condomínios são então, em particular, um dos pólos glociais que evidenciam, pelo publicitarismo que os idealiza e o imobiliário que os concretiza, a emergência desta nova figura social metropolitana que metaforiza a tensão em que vive a burguesia profissional. No novo condomínio vive-se o paradoxo de uma vida em liberdade, de lazer e de férias permanentes, fechado e em segurança numa arquitectura-fortaleza. No novo condomínio entra-se e sai-se de carro e, se possível, num carro suficientemente blindado para que a atmosfera protegida e condicionada do condomínio possa na viatura encontrar uma continuidade. E este carácter de liberdade pelo refúgio e/ou de enclausuramento pela fuga revê-se quer no publicitarismo que os anuncia, quer no interior dos próprios condomínios. De facto, os novos condomínios evocam a viagem como lugar de liberdade e bem-estar em função de elementos publicitados e construídos que simbolizam a ideia de comunidade, de férias ou mesmo de paraíso; enfim na possibilidade dos seus habitantes se tornarem turistas em casa. Mas, ao mesmo tempo, os novos condomínios evocam a viagem como lugar de enclausuramento e mal-estar em função da arquitectura fortaleza e da ênfase na segurança, reveladoras da ameaça constante da possibilidade intrusiva no horizonte; enfim evocam a figura do intruso como uma espécie de co-habitante. É assim o paradoxo do viajante enclausurado que, cada vez mais configura a nova burguesia profissional em ascensão.

Identifica-se um imaginário de autonomia residencial na cidade evocado, por vezes, mais na ideia de zona habitacional (*Urbanização, Parque Residencial*), outras vezes mais na ideia paradoxal da aldeia na cidade (*Quinta, Jardim*) e outras vezes ainda na ideia de enclave de elite ou de clube habitacional, ainda que o não seja, na cidade (*Condomínio Fechado, Privado, Reservado ou Exclusivo*). Esta autonomia residencial remete para fechamento e segurança, aliás enfatizados por outras referências: slogans como “Um jardim privado para si” ou “Sossego dentro do Porto” ou “Naturalmente tranquilo” ou frases usadas ao longo dos textos publicitários como “onde o sossego e a intimidade estão salvaguardados da agitação citadina” ou “onde todos os dias são dias de tranquilidade” ou ainda “para aqueles que gostam de viver perto de

---

<sup>9</sup> O exemplo mais prático apresentado nesta parte do texto, como espécie de argumento etnográfico do que está a ser defendido, é um resumo de um capítulo da minha tese, pelo que me abstenho, aqui, de mencionar algumas das referências bibliográficas de suporte. No entanto, são de referir a obra de Gottdiener já mencionada, *The Theming of America. Dreams, Visions and Comercial Spaces* e a obra de Blakely, Edward J. e Snyder, M. Gail, *Fortress America: Gated Communities in the United States*, 1997, Washington DC: Brookings Institution Press. É nesta última que se padronizam as principais motivações castelizadoras destes novos condomínios, o status, a segurança e o estilo de vida.

tudo, menos do ruído e do stress citadino”. Estas referências apelam a uma ideologia ecológica que surge quer nos nomes dos empreendimentos (*Garden Village; Edifício Encosta das Oliveiras; Jardins do Poente*), quer nos textos publicitários, “os prazeres do campo de janelas abertas para a cidade”, quer nas próprias propostas imobiliárias em que o jardim toma um lugar importante. Também a subcultura do lazer encontra nos Condomínios um lugar de destaque. Não há um único elemento que se repita constantemente, no entanto, fica-se com a sensação de que o parque infantil, por um lado, e os *court* de ténis ou/e a piscina, por outro, são os emblemas do lazer que mais se repetem nestes novos tipos de habitação. Finalmente a família, e em particular as crianças, é também um elemento que os novos condomínios têm em conta: “É o local ideal para viver com a família” (*Jardins Arca d’Água*) ou a referência às “amplas zonas verdes... onde encontrará a tranquilidade e segurança para si e para os seus filhos” (*Jardins D’Fanzeres*) surgem várias vezes. Muitas vezes refere-se a existência de “parque infantil” (*Edifício Alameda do Infante, Edifício Plátano, Jardins Arca D’Água, etc.*) e, por vezes, “até com infantário” (*Quinta das Luzes*) ou pelo menos “jardim de infância em frente ao empreendimento” (*Quatro Estações*).

Centrando-se na ideia de resgate face ao mundo envolvente, os novos condomínios da região metropolitana do Porto propõem uma evasão familiar-comunitária numa zona central e de qualidade, com uma protecção ecológica ou de segurança e exclusividade burgueso-aristocrática face ao Outro e que possibilite o desenvolvimento de uma cultura do lazer e do sucesso. É esta, essencialmente, a agenda político-ideológica com base no tríptico status/segurança/estilo de vida que actua na nova reestruturação socio-espacial e não é tanto uma classe ou um grupo social que se pode apontar como gestor deste publicitarismo, mas antes o próprio mecanismo imobiliário-publicitário na relação em reflexividade constante entre a sociedade, o cliente e o empresário, aberta globalmente numa constante gestão da informação circulante centro-periferia-centro.

A *reação à diversidade*, no discurso imobiliário-publicitário na região metropolitana do Porto, dá-se mais pelo código de imitação do padrão turístico-executivo-central do que pela aversão terceiro mundista-suburbana, o que significa que a viagem enclausurada é mais de liberdade e bem-estar do que de refúgio e mal-estar mas, ainda assim os novos condomínios têm inscrita de forma estrutural a tensão entre liberdade e enclausuramento, fuga e refúgio. O certo é que a tematização do prestígio e do status, a tematização de um determinado estilo de vida associado a um elitismo enquadrado por uma tranquilidade ecológica aberta ao lazer e desporto e, finalmente, a tematização da segurança na exclusividade exclusora configuram os grandes temas que compreendem os novos desenvolvimentos imobiliários na área metropolitana do Porto, e mesmo provavelmente em Portugal a nível nacional, revendo-se nas mensagens publicitárias que deles se fazem. Status, Segurança e Estilo de Vida, constituem o tríptico de neces-

sidades que o sistema imobiliário-publicitário desenvolveu e à volta do qual gera os seus produtos, sendo os princípios ordenadores de uma nova ideologia em acção capaz de efectuar a reestruturação da forma socio-espacial urbana a que actualmente assistimos.

### **DO CATÁLOGO DE PARADOXOS E AMBIGUIDADES À LÓGICA ESPECULAR**

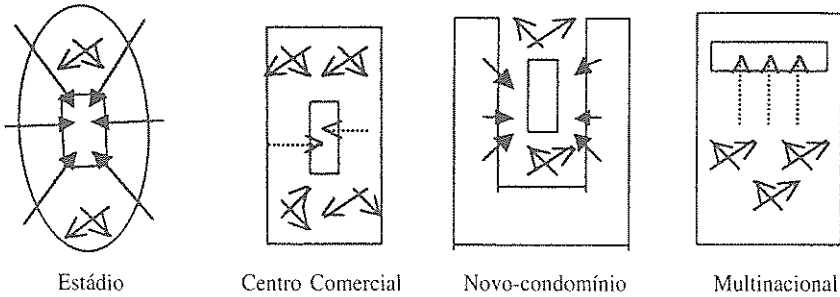
Como vimos esta nova figura metropolitana é assim, de certo modo, um catálogo de paradoxos. O burguês profissional pós-industrial e pós-moderno constrói a sua identidade-em-viagem num jogo, por vezes dissonante, de sobreposição e montagem de figuras da vida moderna, entre o adulto-em-controlo-da-situação e o jovem-aprendiz, entre a feminilidade-expressiva e a masculinidade-instrumental, entre operário-explorado e patrão-explorador, entre o indivíduo-narcísico e a multidão-anónima, entre o realizador-do-espectáculo e o actor-espectacular, entre o local o cosmopolitismo, entre o aqui-e-o-agora e a virtualização. Essa identidade-em-viagem faz-se de pais-aprendizes e mães-executivas, de homens-bonitos e mulheres-assertivas, de operários-liberais e padrões-beneméritos, de famosos-displícites e heróis-anónimos... da vida simples sem mais e de todos os nomes... da casa-castelo com a janela aberta à evasão na rede da virtualização. Em alguns casos um é o outro, noutras casos, cada um é todos os outros.

Toda a arquitectura e todo o urbanismo adequado a esta ideologia de identidade-em-viagem da nova figura metropolitana é especular, lugar de espelhos, de duplos vários, lugar dessa montagem e sobreposição, da sua produção e consumo, fundamento da própria identidade-em-viagem. O projecto heterotópico da cidade contemporânea<sup>10</sup> estabelece nos principais equipamentos urbanos (novo condomínio; centro comercial; multinacional) uma lógica dúplice em que um espaço arquitectónico fechado, completamente estuturado e planeado ao pormenor e em que tudo tem um lugar e uma função resultante de um olhar-pensado-e-distanciado possibilita, ao mesmo tempo, ao seu utilizador a experiência de um sentir-e-imaginar-próximo, activador de uma sensação de liberdade e da desordem pessoal de cada um de forma a criar a sua própria ilusão, ainda que na expectativa da segurança propiciada por aquele fechamento. Assim, uma “heterotopia de compensação” conjuga-se com uma “heterotopia de ilusão” como cenário de práticas espaciais apropriado às contradições e ambiguidades da figura do

---

<sup>10</sup> Para um aprofundamento deste “projecto heterotópico da cidade contemporânea” ver, especificamente, uma primeira abordagem que fiz no texto “Da máquina panóptica ao teatro heterotópico. A arquitectura, o urbanismo e a convivencialidade”, 2003 in *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, SPAE, Vol. 43, 1/2, pp. 61-74, Porto.

burguês profissional e em que a função *primeira* daqueles equipamentos (consumir, habitar, trabalhar) tende a tornar-se anexa e residual de uma função publicitário-imobiliária planeada ao pormenor que de facto se apresenta como *primordial* (divertir-se, imaginar-se, realizar-se).



Nos diversos equipamentos urbanos que se referiram, o paradoxo do desejo-temor psicológico, económico, social e cultural do burguês profissional é vivido, como vimos, em função da possibilidade de um resgate castelizador ou/e por uma expiação pela evasão, segundo uma lógica em que ilusão e compensação se conjugam. Mas estas lógicas adoptam padrões comunicacionais específicos que poderão, ao menos em parte, ser tipificados. A arquitectura ensimesmada, fechada sobre si própria, parece enfatizar, umas vezes, mais uma lógica especular dupla (um é o outro) enquanto, outras vezes, parece enfatizar mais a lógica especular múltipla (um é todos os outros). Podemos partir do Estádio de Futebol como modelo de referência pois este é, talvez, o equipamento urbano em que ambas as lógicas são mais fortes, ou seja, quer a identificação entre o espectador e o jogador (lógica dupla), quer a identificação entre o espectador e a multidão (lógica múltipla). Já no centro comercial é antes a lógica múltipla que prevalece (ser a multidão), ainda que arquitectonicamente (o sistema de balcão) e socialmente (pela existência de um espectáculo ou na simples focalização de um olhar sobre outrém) não seja de desprezar a lógica dupla. O novo-condomínio e a multinacional, enquanto modelos dos novos lugares de habitar e de trabalhar, dependendo dos modelos arquitectónicos e sociais que adoptam podem jogar com as duas lógicas ou prevalentemente com uma delas, parecendo que em muitos casos o novo condomínio está mais avançado do que a multinacional no jogo que vai possibilitando a existência das duas lógicas.



Enfim, a metrópole do final do século XX e início do século XXI ao implicar uma brutal convivência da Diferença<sup>11</sup>, implica também novos modos de *reação à diversidade*, quer em termos arquitectónicos, quer em termos urbanísticos, e uma nova personagem, o burguês profissional, que é o corporização individual e cosmopolita de tais formas de reacção à diversidade que aqui neste pequeno texto se procurou hipotetizar. Se não compreendermos os desafios que a nova configuração de convivência da Diferença nos coloca nas nossas metrópoles, nos seus novos modos urbanísticos e arquitectónicos e nos seus modos humanos, muito dificilmente vamos conseguir um modelo de governância para as mesmas.

---

<sup>11</sup> Partir da cidade como um “sistema de convivência de culturas” e, portanto, colocar a questão da *Diferença* e da *Reacção à Diversidade* como elemento fulcral da análise urbana antropológica e sociológica é também colocar a questão primordial da governância urbana. Para uma focalização da análise antropológica urbana ver a minha tese de doutoramento e o livro de Mercedes Fernández Martorell, *Antropología de la convivencia. Manifiesto de Antropología Urbana*, 1997, Madrid: Catedra. Para a questão da governância ver o meu texto a sair em 2004 nas Ed. Afrontamento, de Alice Semedo, Álvaro Domingues, Isabel Silva e João Teixeira Lopes (coords.) *A Cultura em Acção. Impactos sociais e território*, “Reestruturação prudente, reflexividade consciente e convivialidade actuante. Notas para um manifesto de governância urbana”.

