

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

“Lojas com História”: uma perspetiva para o futuro

Tatiana Bina Ayres de Abreu

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Empreendedorismo e Estudos da Cultura – ramo Património e Projetos Culturais

Orientador:
Doutor José Soares Neves, Professor Auxiliar Convidado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro de 2018

Dedicatória

Aos meus pais, por absolutamente tudo!

Ao meu marido, Edward Ayres de Abreu, pelo amor, a paciência e a parceria.

Essa pesquisa não existiria se não fosse seu incentivo e apoio.

Agradecimentos

Ao Professor Doutor José Soares Neves, pelo seu trabalho exemplar enquanto professor e orientador, mas também pelo incentivo e por acreditar no projeto.

À professora e coordenadora do curso, Maria João Vaz, pelo acolhimento, pelas conversas no seu gabinete e pela elucidação das possibilidades da pesquisa.

Aos professores do curso de Empreendedorismo e Estudos da Cultura, do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. Ao longo de dois anos foi facultada a presença e o ministério de um corpo docente diversificado, empenhado no seu ofício e sempre disponível. Em especial, à professora Sofia Costa Macedo, que conseguiu transmitir aos alunos a paixão pela salvaguarda do património e, assim, confirmou a importância da escolha desta área de especialização. À Professora Doutora Nélia Susana Dias, em cujas aulas foi possível discutir as novas abordagens da museologia e a mercantilização de coleções, gestão e projetos expositivos. À Professora Doutora Joana Azevedo, pelo incentivo ao rigor na disciplina de preparação do projeto e pela apresentação de metodologias sociológicas. Ao professor Frederic Jean Marc Vidal: muitas das reflexões sobre turismo aqui presentes são fruto de leituras indicadas na sua disciplina. À Professora Doutora Luísa Tiago de Oliveira, por apresentar outras possibilidades e metodologias históricas para compreender Portugal pós-1974.

Durante o percurso deste mestrado foi disponibilizada a possibilidade de realizar um estágio no Museu Nacional de Arqueologia, no acompanhamento da montagem da exposição *Loulé, Territórios, Memórias e Identidades*. À equipa do museu manifesta-se aqui um enorme agradecimento pela generosa receção, pela atenção e pela capacidade de integração e ensino dos seus ofícios. Em especial ao Prof. Adolfo Silveira, que não poderia ter sido um tutor melhor. A experiência foi fundamental para muitas reflexões a respeito da gestão cultural, suas múltiplas questões e áreas de atuação. Um agradecimento especial deve ser também feito ao diretor da instituição, António Carvalho, que propiciou a existência desta experiência, e à arquiteta Maria Manuela Fernandes, que propiciou um acompanhamento pormenorizado do projeto expográfico e da montagem da exposição.

À Câmara Municipal de Lisboa, que me recebeu, através de seus funcionários, para uma reunião onde foi possível perceber melhor a estrutura de funcionamento do projeto aqui em estudo. É com certeza motivo de orgulho para todos presenciar os esforços em produzir melhorias em prol da cidade.

Aos colegas do curso, em especial à Joana Camacho, um muito obrigada pela gentileza, pelo compartilhamento de informações e pela ajuda em vários momentos. Ao Diego, ao Alex, à Inês e ao Duarte: ficarão na memória os momentos partilhados.

Resumo

No começo da década de 10 do século XXI, Lisboa torna-se um centro importante do turismo mundial. Esta nova situação que, por um lado, traz dividendos, também implica uma mudança socioeconómica do que até então existia. Esse turismo, que também na cidade de Lisboa está muito associado ao seu centro histórico, colocou contra a parede uma série de estabelecimentos comerciais históricos que não tinham (ou não têm) recursos financeiros — mas também administrativos — para lidar com a “turistificação” — sobretudo porque a este fenómeno se soma a mudança da lei de rendas, que desaloja lojistas que não podem pagar o mesmo que grandes cadeias para estar em espaço central. Para fazer frente a esta situação, a Câmara Municipal de Lisboa lançou o projeto “Lojas com História”, procurando criar uma rede de estabelecimentos distinguidos, protegidos, publicitados e apoiados em caso de necessidade. A iniciativa foi de encontro ao desejo dos comerciantes e a uma preocupação popular que via nessa perda patrimonial um atentado à identidade da cidade, paralelamente a um desalojamento dos habitantes locais à mercê de especuladores imobiliários internacionais. A presente dissertação tem assim por objetivo fazer uma avaliação deste projeto, questionando os seus aspetos mais fortes e mais fracos e procurando verificar se, na criação do “modelo” — comparável a outros como o de Barcelona —, pode surgir inspiração para a resolução de um problema que se alastra pelo país e internacionalmente.

Palavras-chave

Património, salvaguarda patrimonial, avaliação de projeto, comércio histórico, centro histórico de Lisboa.

Abstract

At the beginning of the decade of the XXI century, Lisbon becomes an important center of world tourism. If this new situation brings dividends, it also implies a change of social and economic partners as they existed until then. This tourism, which in the city of Lisbon is closely associated with its historical center, has placed against the wall a series of historical commercial establishments that did not have — or do not have — the financial resources — but also administrative resources — to deal with “turistification”. Above all, this phenomenon is compounded by the change of the rent law that evicts tenants who can not afford the same as large shops to be in central space. To cope with this situation, the Lisbon City Council created the project “Lojas con Historia”, seeking to create a network of establishments to be distinguished, protected, publicized and helped in case of need. The initiative was desired by the merchants and was a popular concern: the citizens saw in this patrimonial loss an attack on the identity of the city and a displacement of the local inhabitants against international real estate speculators. This dissertation aims to evaluate the project, questioning its victories and defeats, and trying to verify if in the creation of this “model” — comparable to others like Barcelona’s one — one can find inspiration for a problem that spreads across the country and internationally.

Keywords

heritage, heritage protection, project evaluation, historic trade, historical center of Lisbon.

Índice

Introdução	9
Objetivos da pesquisa	11
Estrutura da dissertação	13
1. Revisão da literatura	16
1.1 Lisboa: entre a globalização e a nostalgia	18
1.2 Consumo e turismo	21
1.3 Património e identidade	24
1.4 O projeto “Lojas com História” e seu contexto na cidade de Lisboa	28
1.4.1 O centro histórico de Lisboa	30
1.4.2 Análise da proteção patrimonial do projeto “Lojas com História”	32
2. Análise do projeto	35
2.1 Cronologia	36
2.2 A questão financeira	39
2.3 Grupo de Trabalho	41
2.4 Normas principais	42
2.4.1 Como se faz a pontuação?	43
3. Como medir o sucesso da empreitada?	45
3.1 Gestão do programa	45
3.2 Promoção	47
3.2.1 Livro	47
3.2.2 Site do plano	48
3.2.3 Exposição	48
3.2.4 Redes sociais	49
3.2.5 Divulgação de notícias na imprensa	53
Quantas publicações de cada meio?	53

Quais as questões preponderantes?	53
Qual o maior período de publicação?	55
Considerações sobre a publicação dos artigos	56
3.3 Outras propostas “com história”	62
3.3.1 O que se pode aprender com Barcelona?	73
3.4 Avaliação técnica	74
3.4.1 Avaliação	75
3.5 Encaminhamentos para o futuro	78
Conclusão	80
Legislação	84
Bibliografia	85
Webgrafia	89
Dossiê de Imprensa	95

Índice de figuras

Tabela 2.1 Cronologia do projecto “Lojas com História”	37
Tabela 3.1 Metas e indicadores de aferição	46
Tabela 3.2 Análise comparativa da interação entre público e projetos de salvaguarda de lojas históricas no Facebook	50
Tabela 3.3 Análise comparativa da interação entre público e projetos de salvaguarda de lojas históricas no Instagram	52
Gráfico 3.1 Percentagem de artigos por tipologia estudada	54
Gráfico 3.2 Número de publicações por mês e por ano	56

Introdução

A investigação que aqui se apresenta sob o título *Lojas com História: uma perspetiva para o futuro* corresponde a uma dissertação de mestrado elaborada no âmbito do curso de Empreendedorismo e Estudos da Cultura, no ramo de Património e Projetos Culturais, e tem o objetivo de desenvolver um trabalho de avaliação de um projeto atualmente em curso, bastante inovador e com implicações diretas no turismo local, na identidade lisboeta e na valorização do património português, merecendo por isso estudos que se debrucem sobre ele.

A pesquisa tem como objetivo principal realizar uma avaliação do projeto “Lojas com História” da Câmara Municipal de Lisboa¹, uma proposta que teve como mote primeiro o inventário das lojas — realizado por uma equipa da Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa² — de modo a sustentar o desenvolvimento de um programa de ajuda financeira, de até 25 mil euros, com vista à manutenção dos comércios tradicionais nos locais atuais de instalação. Às lojas é oferecida a creditação como distinção e a possibilidade de serem eleitas para obtenção de recursos financeiros. O programa pretende solucionar um problema: o encerramento das lojas tradicionais de Lisboa.

O primeiro levantamento feito pela referida equipa foi realizado em 2015³, mas para estarem aptas a participar do projeto as lojas deviam posteriormente submeter uma candidatura. Para a seleção da Faculdade de Belas Artes foram tomados como critérios o “interesse cumulativo da atividade” que desenvolvem, bem como a “existência e preservação de elementos patrimoniais materiais, culturais e históricos”. Em um primeiro momento foram inventariadas 63 lojas, um número posteriormente suplantado, mesmo com encerramentos. Uma boa parte são cafés e restaurantes, mas também há tabacarias, lojas de vestuário e decoração, entre outras categorias.

O programa surgiu primeiramente como resposta a uma situação de gentrificação da cidade de Lisboa, já que muitos comércios estão sendo expulsos do seu local de atuação — por conta da especulação imobiliária e do aumento dos custos de arrendamento. De forma correlata, manifestam-se as dificuldades financeiras que essas lojas já sentiam por via das mudanças dos padrões de

¹ Câmara Municipal de Lisboa (2018), *Lojas com História*. Disponível em www.lojascomhistoria.pt (último acesso em 16/10/18).

² A escolha da Faculdade de Belas Artes evoca o esforço empreendido já em 1836 por uma comissão para selecionar, classificar e recolher as obras de arte nas Academias de Belas Artes de Lisboa e Porto, que ficavam com a incumbência de reserva dos materiais até entrarem nas instituições devidas (gabinetes de raridades); em 1880, a Academia de Belas Artes de Lisboa cria uma comissão para realizar o inventário do património artístico português, encontrando-se hoje este legado na Sociedade Nacional de Belas Artes.

³ Câmara Municipal de Lisboa (2018), *Lojas com História*. Disponível em www.belasartes.ulisboa.pt/lojas-com-historia (último acesso em 16/10/18).

consumo, visíveis na substituição de lojas tradicionais por lojas de grandes redes e concentradas nos modelos de gestão e vendas conhecidos como *fasts*.

A esta questão soma-se o incremento exponencial do turismo nos últimos anos que, se por um lado foi um propulsor para o aumento das rendas, por outro criou um novo despertar para algo que pode ser específico de Lisboa: lojas que vendem não os *souvenirs made in China*, mas objetos verdadeiramente típicos ou já descontinuados no resto da Europa, com um tipo de atendimento diferenciado, com uma maneira de se vender que praticamente desapareceu, como é exemplo a Luvária Ulisses, uma das poucas luvárias ainda existentes no mundo, hoje constantemente com filas, onde os clientes têm suas mãos calçadas sobre almofadas em ambiente minúsculo mas requintado.

É interessante também ter em conta que o projeto “Lojas com História” está inserido entre os objetivos culturais e artísticos almejados para Portugal e para Lisboa no futuro, como nos dão conta vários documentos de planeamento estratégico para Lisboa — por exemplo o documento Plano de Ação Regional de Lisboa 2014-2020⁴, que tem como estratégias a “Proteção e promoção do património cultural”. Seus objetivos específicos são: 1) promover a proteção e valorização do património cultural distintivo da identidade e singularidade regional; 2) promover a ampliação e diversificação de atrativos culturais regionais valorizando a atratividade turística internacional da Região. Se destacando:

Acentuar a força patrimonial e cultural da Região de Lisboa passa por promover uma oferta mais atrativa, robusta e apelativa em torno dos seus “patrimónios clássicos” e por promover a estruturação de “novos patrimónios e experiências culturais” até agora insuficientemente explorados e que respondam às tendências do perfil dos turistas potencialmente atraídos para visitar Lisboa, enquanto cidade capital europeia e enquanto região turística mais alargada⁵.

E, o que é mais relevante para este caso, as lojas também fazem parte desta carta de mapeamento e intenções para o património e desenvolvimento lisboetas:

Conservação, recuperação, reabilitação e valorização de edifícios classificados, contempladas em projetos integrados, onde se demonstre a sua relevância estratégica enquanto recursos turístico/culturais (e.g., reabilitação e restauro de monumentos e imóveis classificados; requalificação de infraestruturas; requalificação de espaços públicos envolventes; requalificação de circuitos de visita, espaços de receção de turistas, lojas e sinalética). (POR LISBOA: 8)

⁴ Área Metropolitana de Lisboa com o apoio em consultoria e assistência técnica da Sociedade de Consultores Augusto Mateus & Associados (2015), *Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Área Metropolitana de Lisboa*. Disponível em <http://www.am-lisboa.pt/documentos/1518970305A2fN17cy4Ku53CX9.pdf> (último acesso em 28/10/18).

⁵ *Ibidem*.

A proposta de melhoria da cidade e seus estabelecimentos também faz parte do Plano Estratégico para o Turismo na Região de Lisboa 2015-2019⁶, sobretudo no que diz respeito a marcas que carregam forte relação com a imagem da cidade.

Objetivos da pesquisa

O principal objetivo desta pesquisa é avaliar a viabilidade do projeto, seu conceito e propostas. A avaliação de políticas, programas e projetos é um campo da gestão e mesmo da elaboração de projetos culturais que procura estabelecer elementos para analisar, aprovar decisões, ações e seus resultados, e com isso desenvolver e melhorar estratégias de intervenção na realidade, tendo como fim o “empoderamento” das iniciativas, ou seja, promoção social e desenvolvimento institucional.

Os objetivos secundários passam por analisar o desenvolvimento real das noções de património e discutir o seu papel nas mudanças urbanas e sociais em Lisboa. Em termos de preservação de um património como este, a “noção presentista do passado” de Carlos Fortuna (2016) deve ser considerada. Segundo este autor, o excesso de preservação seria a combinação de dois fatores, a recessão económica e o medo de futuro, que forçariam uma tentativa de continuidade do passado. A questão aqui não é criticar a preservação de património — absolutamente necessária — mas discutir o que se preserva e para que se preserva. Neste caso específico, trata-se tanto de uma conservação para o futuro com vista a manter características fundamentais da identidade lisboeta⁷ como, inevitavelmente, da integração do turismo urbano na lógica hiperconsumista, assim atraindo os turistas “hipermodernos”, usando os termos de Lipovetsky (2007). Em outras palavras, será válido pensar o património para fins comerciais? Um bom exemplo dos perigos em adotar tal atitude é o recente escândalo sobre a fogueira solicitada por um cineasta no Convento de Cristo⁸ — um assunto que deverá permear as futuras discussões sobre os usos do património em Portugal ao alimentar a ameaça de possíveis danos ao monumento e questionando seus usos.

Desta maneira, a pesquisa pretende primeiramente avaliar o sucesso da iniciativa “Lojas com História” através da permanência dos estabelecimentos e do reconhecimento dessas lojas como sendo

⁶ Turismo de Lisboa Visitors & Convention Bureau [2015], *Plano estratégico Para o Turismo da Região de Lisboa 2015-2019*. Disponível em <https://bit.ly/2PsyLux> (último acesso em 16/10/18).

⁷ O conceito de identidade é bastante complexo e foi objeto de diversos trabalhos acadêmicos; em termos práticos tende a se organizar em torno de uma narrativa elaborada com base nas histórias, tradições e memórias de um grupo populacional. No caso aqui presente se, como se fara perceptível ao longo do texto, as lojas são suporte de memória afetiva ligada a tradições de consumo familiar; mas também compõem o cenário de uma Lisboa associada a uma classe intelectual e artística do séc. XIX-XX. A Casa Havaneza, por exemplo, foi citada por Eça de Queirós.

⁸ RTP (2017), “Convento de Tomar parcialmente destruído durante gravação de um filme”, RTP. Disponível em <https://bit.ly/2Of0Vd3> (último acesso em 16/10/18).

de uma categoria especial. Também se almeja discutir uma questão que se observa pouco explorada no que tange às discussões sobre património: como salvaguardar instituições que têm como fim primário o lucro? Em outras palavras uma empresa comercial deveria ser apoiada pelas instituições governamentais ligadas ao património, ou não deveria ter prioridade? As indagações correlatas a este tópico são várias e de ordens diversas. A primeira é: o que está sendo essencialmente salvaguardado em um comércio? Os espaços físicos, o tipo de produto vendido ou uma maneira específica de se vender (entendida como património imaterial)? A segunda é: qual a importância de destacar uma parte do orçamento público para lojas ao invés de o direcionar para outras necessidades urgentes? Este programa insere-se em uma política de desenvolvimento turístico ou de conservação da memória lisboeta e, neste caso, perguntamos aqui como essa memória está sendo produzida no presente. A terceira trata de discutir se existe um programa amplo para essas lojas — com a sua inserção em percursos turísticos, com a correta sinalização e valorização da sua história, ou seja, ações que vão para além da disponibilidade de ajuda financeira direta. Por fim, existem tópicos relativos ao próprio momento histórico em que se vive, no qual a gentrificação e o empobrecimento de uma ampla classe social em detrimento da concentração financeira nas mãos de um pequeno grupo de investidores se associa a um sentimento de nostalgia. Igualmente, é uma altura em que têm surgido os movimentos *slow* e a ênfase nas pequenas produções mais transparentes e regulamentadas, seja no mundo dos orgânicos ou no da produção têxtil. Trata-se de uma nova situação — associada às crises de representatividade — em que as práticas de consumo são vistas como um poder que, em última análise, chega mesmo a ser político.

Portanto, mais do que um estudo sobre os aspectos técnicos do plano, propõe-se aqui um estudo da viabilidade das iniciativas e da relação da proposta com o momento vivido por Lisboa no que diz respeito aos turistas, ao processo de gentrificação do centro da cidade, à globalização e à preservação de património nesse contexto — preservação aqui entendida em seu sentido mais abrangente, referindo-se à salvaguarda arquitetónica, às práticas sociais, às identidades e — aspeto bastante correlato — ao sentimento de nostalgia.

A relação teórica entre património, turismo e sua rentabilização é bastante controversa. A necessidade de preservar implica recursos para a manutenção do que se está preservando; não só a quantidade de locais preservados é grande, como o custo de funcionamento e conservação também o são. Como as políticas públicas raramente contemplam integralmente esse montante, o dinheiro privado é em muitos casos fundamental para a própria existência daquilo que se considerou importante proteger para o futuro. As complicações dão-se com o reverso da moeda: o que é privado precisa de ter viabilidade comercial, o que pode levar a usos indevidos e à descaracterização de prédios e monumentos públicos. Quando se pensa em um caso como o que aqui se propõe estudar, a

agravante é que o fim primeiro desses edifícios é o comércio. Não se trata de conceber museus ou casas-museus, mas sim de repensar um tipo de estabelecimento funcional que está efetivamente em uso para o seu fim primário e precisa de ser modificado conforme as necessidades comerciais que vão surgindo.

Estrutura da dissertação

A dissertação está estruturada em torno de três núcleos principais. O primeiro procura fazer uma revisão da literatura e dar conta do contexto histórico que propiciou o surgimento do problema analisado, bem como as tensões sociais e económicas dele decorrentes. Em seguida é observada a estruturação e a regulamentação do projeto. Trata-se de, realmente, conhecer o modo como o projeto funciona legalmente. A terceira parte pretende realizar a avaliação de acompanhamento, referente à implementação da ideia, para tanto se utilizando documentos legais, artigos de imprensa e bibliografia especializada.

A revisão da literatura é feita a partir de eixos temáticos que norteiam as principais discussões da dissertação. O paradoxo da globalização *versus* nostalgia é apresentado logo após uma pequena introdução ao capítulo e tem como subtítulo *Lisboa: entre a globalização e a nostalgia*. A relação intrínseca entre *consumo* e *turismo* é abordada na segunda parte deste capítulo e procura mostrar como os dois fenómenos mais do que inter-relacionados são gémeos siameses com poucas hipóteses de sobrevivência se tomados separadamente. A terceira parte trata do binómio *património* e *identidade*, tomados por vezes como diretamente correlacionados, procurando-se indicar o quanto a identidade e a seleção da salvaguarda são escolhas em que um aspeto interfere no outro. Estes debates servem de suporte para o tema da quarta parte, intitulado *O programa “Lojas com História” e o seu contexto na cidade de Lisboa*, que tem como meta aprofundar as questões elencadas naquele contexto específico. Primeiramente propõe-se uma tipologia que serve para a reflexão do tipo de proteção patrimonial necessária, mas igualmente para que o leitor conheça efetivamente os tipos de lojas protegidas, a isto se seguindo uma pequena discussão sobre o centro histórico de Lisboa, o contexto do projeto e a sua proteção patrimonial. Em termos bibliográficos, o projeto “Lojas com História” é muito recente, de maneira que ainda não há produção específica sobre o tema da pesquisa, embora haja uma quantidade significativa de obras⁹ e artigos que tratam das lojas em conjunto — Alves (2010), Alves & Flores (1986), Associação Comercial de Lisboa. Câmara do Comércio (1937), Costa & Guimarães (1987), Dias (2002), Janeiro, Abreu, Medeiros & Vasconcelos (1994), Medeiros (1994), Saraiva (2001), ou de maneira específica Boléo (2004) —, podendo estas serem classificadas como

⁹ Como resultado do projeto destaca-se um livro intitulado *Lojas com História: Lisboa*, publicado pela Tinta da China em 2017, cujo objetivo é apresentar as lojas por meio de texto e imagem, servindo sobretudo como ferramenta de *marketing* para os estabelecimentos e o projeto camarário.

literatura, estudos de caso ou peças de divulgação por parte da Câmara Municipal de Lisboa ou dos próprios estabelecimentos comerciais; também, como se verá ao longo do corpo do texto, na medida em que o plano tem sido acompanhado pela imprensa há uma grande quantidade de artigos jornalísticos publicados que são um dos principais instrumentos para verificar a receção e observar as controvérsias políticas envolvidas. Todos estes materiais são fundamentais para o levantamento de dados quantitativos e qualitativos, para um trabalho de construção histórica do projeto e para considerações sobre os discursos narrativos propostos pelos lojistas e pelos médias; contudo, nenhum dos materiais se enquadra em um estudo sistemático sobre o qual se possa contrapor ou justapor informação aprofundada.

A segunda parte da dissertação procura explicitar melhor o projeto através de uma análise dos documentos oficiais, buscando compreender: a) como o projeto se insere no tempo: quando foi criado, como e em que ritmo foi o seu desenvolvimento e quais são seus marcos mais importantes; b) como funciona a distribuição de recursos financeiros; o projeto também foi criado tendo como pano de fundo a mudança da lei das rendas e por essa razão foi elaborado um Fundo Municipal para auxiliar esses estabelecimentos comerciais a sobreviverem, aqui interessando compreender como funciona e está regulamentado tal recurso; c) quem compõe o grupo de trabalho — responsável por concordar com a inserção de uma loja e acompanhar seu percurso — enquanto esfera fundamental na criação e administração do projecto; logo, importando saber quem são e como se organizam os seus componentes; d) explicar as normas principais; para a correta perceção do projeto é necessário saber quais são os passos necessários para participar, quais as normas e regras de funcionamento e como se faz a pontuação de uma loja para que ela possa ou não ser integrada.

A avaliação do projeto é realizada no terceiro capítulo. Procura-se verificar como funciona o projeto enquanto ideal que tem vários planos e mecanismos para seu funcionamento. Existe em primeiro lugar uma grande preocupação com a divulgação; mais do que uma propaganda para dar a conhecê-lo, a promoção das lojas é um dos seus anseios principais.

Do ponto de vista metodológico, para a realização destes dois capítulos analisaram-se os meios e produtos para alcançar este fim: o livro, o *site* do projeto, a exposição e as redes sociais. Um outro tópico fundamental para a análise aqui realizada foi a criação de um dossiê de imprensa e sua leitura crítica. As notícias são um meio importante de divulgação do projeto, que funciona de maneira mista: a própria Câmara de Lisboa facultou o acompanhamento e a divulgação das novidades, ao mesmo tempo em que alguns jornais não foram meros replicadores de notícias, criando seu próprio conteúdo mais ou menos lisonjeiro. Um outro momento muito importante é a comparação deste projeto com outros que existem dentro e fora de Portugal: o Círculo das Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa, o Programa “Porto de Tradição”, a Associação Europeia dos Cafés Históricos (EHI-CA), a Associazione Botteghe Storiche di Roma e a Ruta dels emblemàtics de Barcelona. Esta última é a

mais comparável com o caso de Lisboa. Em ambas o contexto foi basicamente o mesmo: uma “turistificação” que expulsou os antigos locatários de estabelecimentos comerciais e uma legislação de arrendamento que não acompanhava a situação real. O projeto de Barcelona também deve ser aqui comparado não em um espírito competitivo mas, ao contrário, tendo já cerca de vinte anos, como oportunidade de perceber erros e acertos e implementar o que se revelou mais adequado para aquela situação. Por fim, é realizada uma avaliação final mais pragmática do projeto, tendo como norte Roselló-Cerezuela (2007) e usando para tanto as informações recolhidas ao longo de toda a pesquisa. Como elemento de avaliação, também se incluíram sugestões para encaminhamentos futuros — ou seja, propõem-se melhorias ao projeto com base nos principais problemas identificados.

1. Revisão da literatura

Como muitos dos centros históricos das grandes cidades do mundo, o de Lisboa foi desprestigiado e desinvestido do seu valor imobiliário e patrimonial nas décadas de 70 e 80. Tratou-se de um período de massificação do uso do automóvel, de crescimento dos subúrbios e de florescimento de centros comerciais mais próximos desses novos prédios e auto-estradas. O regresso ao centro vivido nos últimos anos está ligado ao turismo urbano que, sobretudo na Europa, ganhou força com as companhias aéreas *low cost*, mas também com questões mais intangíveis como a valorização patrimonial, uma vida com menos tempo perdido nos engarrafamentos, o uso dos transportes públicos, uma vida mais pedonal, a habitação em superfícies menores — é difícil precisar se este particular é causa ou consequência desse movimento —, o menor desperdício e o reaproveitamento. Com turistas e outras figuras influentes reocupando o centro, este passou a ser “requalificado”, “restaurado”¹⁰, “reconstituído”. Em suma, os sinais de abandono e decadência não combinam mais com esse *habitat*. Esse engajamento patrimonial contemporâneo tens relações estreitas ao *Zeitgeist* atual. É precisamente esse elemento paradigmático que explica muitas das tensões encontradas nas situações de reocupação dos centros:

Com a revalorização económica, a área passa a atrair novos investimentos, sendo que o valor do metro quadrado na área se eleva, e muitos dos antigos moradores se mudam do local e uma nova forma social aí se estabelece. O que se institui é o moderno, que utiliza a forma arquitetónica antiga que se valoriza enquanto objeto de consumo cultural, mas descarta o antigo modo de viver, introduzindo novos agentes no lugar, empresários e comerciantes que fazem o local ser produtivo e integrado com a economia. (ALVES 2008: 4)

O processo de encarecimento das superfícies e expulsão dos antigos moradores dos centros urbanos acaba criando uma espécie de eugenia. O património material é valorizado, mas não o imaterial. Os antigos moradores, seus saberes, seus modos de vida — que muitas vezes foram responsáveis pelo património e que o explicam — são desarticulados: o material e o imaterial se divorciam em prol da criação de um novo modo de vida:

I think that it is really a broad process of re-urbanization, with changes that loosen the grip of old industries and their ways of life and expand the space taken up by white-collar men and women and their preoccupation with shopping and other kinds of consumption; bringing new residents, their tastes, and their concerns into the city's

¹⁰ O restauro tem como objetivo dar novo uso ou recolocar em circulação espaços e objetos cuja memória e identidade tinham sido abandonados.

mix; and creating not just an economic division but a cultural barrier between rich and poor, young and old. This is what happens when a city loses its soul. (ZUKIN, 2009: 9)

Por trás dessa expulsão há um mito: o de que o empobrecimento levou à decadência e, portanto, à perda do passado glorioso desses locais — mas a verdade é que a requalificação ou até o restauro não trazem de volta o que se foi, nem o passado foi tão belo e coerente. O tempo é outro, o contexto é outro, as calçadas, postes de luz e até a própria iluminação é outra. Um monumento, um prédio ou uma loja restaurados só podem dar uma ideia do passado com os elementos em uso do presente. Isso não significa que se deva abandonar qualquer tentativa de preservação, já que a autenticidade total é um objetivo impossível de se alcançar, mas é preciso ter estas particularidades em conta sob o risco de tentar transformar a cidade em um cenário de ficção, ao contrário, uma das maiores especialistas no tema, Choay (2011), defende que preservar é dar novo uso ao património.

Mas existe um outro ponto essencial: o consumo, nas últimas décadas, ganhou um papel preponderante na vida em sociedade — há mesmo quem defenda que estamos vivendo uma fase do capitalismo cujo principal objetivo é o consumo. Existem novos padrões de aquisição de bens e produtos e uma nova geografia: Zukin (2009: 18) defende que — ao menos para Nova Iorque — esse padrão está destruindo a cidade: “Yet the means of consumption on which the new urban middle class depends are destroying the city of the working class.” Efetivamente, houve uma mudança do uso da cidade que, no período atual, muitas vezes chamado de pós-industrial (LEES, SLATER & WYLY 2007: 91-93), não é mais um espaço produtivo mas sim comercial, espaço de venda de serviços e de representações empresariais, aí entendidos os escritórios das grandes empresas que não produzem produtos físicos mas, para estabelecerem contatos comerciais, precisam de estar perto dos centros de publicações de notícias e de outras representações.

Em associação houve também uma mudança de sociabilidade e mentalidade: com os laços familiares mais frágeis e maleáveis, adultos precisam agora de ter redes de relações sociais que substituam as antigas redes familiares e, considerando que muitos trabalhadores em altos postos — e salários compatíveis — precisam de mudar frequentemente, essa rede precisa de ser sempre reestabelecida. Com relações mais “líquidas”, o encontro de parceiros amorosos e sexuais também requer um esforço constante. Um outro elemento importante para compreender a gentrificação como fenómeno social é a presença maior da mulher no mercado de trabalho, a possibilidade de algumas terem cargos mais bem pagos, morarem sozinhas e não se verem mais como pertencentes à lógica social familiar do subúrbio. Outro elemento igualmente importante são as comunidades homossexuais, como em São Francisco.

Lees, Slater & Wyly (2007: 94-98) considera que estas mudanças — ao menos nos Estados Unidos e Canadá — surgiram como consequência dos *yuppies* (jovens urbanos, qualificados, em altos postos das empresas, com grande poder de compra, que se tornaram figuras comuns na década de 80). A juventude associada ao poder de consumo criou o cenário para a gentrificação. Esses jovens tinham ao mesmo tempo a energia e o desejo de estar em locais com grande diversidade, efervescência cultural e ampla oferta de consumo de produtos e de restauração. Aliada a essa vontade, eles tinham dinheiro para investigar e aproveitar esses locais. É assim que regiões periféricas das cidades norte-americanas teriam começado a viver o processo de gentrificação. A instalação de artistas e ateliês em bairros mais pobres tornou-se um indicador da possibilidade de implementação deste processo.

Embora vivenciando agora um processo de gentrificação, a situação não é a mesma para Lisboa e é mais preocupante porque é causada pelo turismo. Os salários não aumentaram, nem surgiu uma classe jovem endinheirada que justifique o processo. O que torna a situação digna de inquietação é que a gentrificação — cujo termo mais adequado nesta situação é turistificação — surgiu por especulação imobiliária estrangeira. Um recurso financeiro que não é produzido no país e pode deixá-lo — após incontáveis mudanças arquitetónicas e sociais — em busca da próxima meca turística, desertificando a cidade. O geógrafo Luís Mendes avalia a situação da seguinte maneira:

O turismo urbano nas suas diversas modalidades tem conhecido grande expansão no início do século XXI, mas o excesso turístico enquanto fenómeno massificador nas grandes cidades portuguesas de Lisboa e Porto é um fenómeno recente. O *boom* turístico que dá vida nova e cria novos negócios em Lisboa, também está a aumentar as tensões latentes e gerar novos problemas e desafios urbanos e fiscais. Em nome do turismo, realiza-se a reabilitação de prédios desocupados, mas as rendas aumentam exponencialmente, multiplicando as expulsões de moradores vulneráveis e encerramentos de lojas históricas, isto é, desalojamentos residenciais e comerciais. Por outro lado, graças ao turismo, muitos portugueses são lançados no negócio de arrendamento de quartos, muitos jovens desempregados dão os primeiros passos no mercado de trabalho, mas isso nem sempre significa empregos com direitos e rendimentos acima da média, ainda que as receitas do turismo tenham contribuído para a recuperação económica do país e da cidade, durante e após a crise capitalista. O turismo urbano pode também ser um motor de regeneração urbana para a preservação do património arquitectónico, a reabilitação de edifícios em estado avançado de degradação e contribuir para a criação de emprego. Mas a ausência aparente de qualquer estratégia de planeamento e avaliação do seu impacto, juntamente com o quase inexistente processo de regulação, tem consequências nefastas.¹¹

1.1 Lisboa: entre a globalização e a nostalgia

Ainda que os termos globalização e nostalgia pareçam contrastantes, eles fazem parte do mesmo fenómeno no período pós-moderno. Embora não faça sentido realizar aqui uma extensa historiografia dos termos, nem uma revisão dos conceitos, dada a especificidade do tema aqui tratado e dada a existência de inúmeras obras com tal intuito, é de salientar o consenso em torno da

¹¹ MENDES (2018), “Gentrificação e turistificação da cidade ou... É a financeirização da habitação, estúpido!”, *O Jornal Económico*. Disponível em <https://bit.ly/2PZzISK> (último acesso em 16/10/18).

globalização enquanto fenómeno supostamente iniciado no período dos “grandes impérios”, dependendo dos autores recuado até o domínio europeu de territórios além-mar, que, efetivamente, tornou-se nítido no século XX, sobretudo graças a inovações tecnológicas como o avião, a rádio, a televisão e, sobretudo, a *internet*. De maneira simplista, é possível afirmar que a globalização seria o fenómeno de desterritorialização e desinstitucionalização, em prol de um mundo sem fronteiras. Neste mundo, as principais diferenças e semelhanças seriam vincadas no campo da cultura. Este processo teria vantagens e desvantagens, como descreve Michel Agier (2001: 7):

Por um lado, a mundialização coloca em questão, pelo acesso maciço aos transportes e às comunicações, as fronteiras territoriais locais e a relação entre lugares e identidades. Por outro, a circulação rápida das informações, das ideologias e das imagens acarreta dissociações entre lugares e culturas. Nesse quadro, os sentimentos de perda de identidade são compensados pela procura ou criação de novos contextos e retóricas identitárias. Híbrida ou mestiça, como se diz agora, a cultura encontra-se assim mais dominada do que nunca pela problemática da identidade, que se enuncia cada vez mais como uma “identidade cultural”.

Os efeitos da globalização nas lojas de rua já eram descritos em 2013. Um estudo mostra a tendência do desaparecimento do comércio tradicional e da homogeneização do espaço em Lisboa:

A Lisbonne comme ailleurs, le centre ancien est la cible des grandes enseignes mondiales (FNAC, H&M, Zara...). L'apparition d'établissements de restauration rapide de type américain ou de cuisine de la multiculturalité (asiatique, kebab...) est encore une illustration de cette tendance à la standardisation de l'espace ancien. Il faut ajouter l'installation de sculptures contemporaines au milieu de l'ancien (Fig. 3) ou le développement d'une "world culture" à travers des animations de l'espace public (théâtre, danse, installations éphémères, expositions, concerts, photographies, "marché fusion"...). L'uniformisation se rencontre également dans l'usage du vocabulaire anglais par le secteur commercial (shop, coffee, breakfast...) et dans le métro. (GALHARDO 2013: 33)

Um pouco depois, o problema do desaparecimento das lojas é mencionado na dissertação de José António Rousseau (2014), *Resiliência do retalho independente — centenário de Lisboa*; contudo, neste caso, o autor estava mais preocupado com as dificuldades de adequação dos modelos de negócios antigos frente aos novos e as soluções ou características que permitiam que alguns estabelecimentos tradicionais mantivessem seus negócios. Segundo suas pesquisas, feitas a partir de entrevistas com os comerciantes, o que explica a longevidade das lojas são três características: 1) a localização geográfica; 2) a natureza ultra-especializada; 3) a qualidade do serviço e do atendimento.

Ainda está por se provar — e este pode ser um bom início de percurso —, mas, aparentemente, em Portugal, o interesse local pelas lojas históricas parece ter surgido na medida em que estas foram sendo substituídas pelas grandes cadeias de lojas, sobretudo as de *fast fashion*, ou as grandes redes de cafés e restaurantes, como a Starbucks. Um pouco como se, contraposta a diferença, se tivesse tornado mais tangível a necessidade de salvaguarda. Um outro elemento desta equação, como não poderia deixar de ser, é o interesse turístico pelo que é típico, “autêntico”, que se reflete também na busca por espaços “intocados” (Damasceno, Silva, Fazzioni, Aderaldo & Frúgoli Jr. 2010: 833).

A ideia dessa associação não é nova e tem talvez em Eric Hobsbawm um dos seus maiores difusores, particularmente graças a uma obra de grande impacto, *The invention of Tradition*, de 1983. Na introdução da obra, de autoria coletiva, o autor explica o contexto do que irá chamar de “invenção da tradição”:

Em poucas palavras, elas são reações a situações novas que assumem a forma de referência a situações anteriores, ou que estabelecem seu próprio passado através da repetição quase que obrigatória. É o contraste entre as constantes mudanças e inovações do mundo moderno e a tentativa de estruturar de maneira imutável e invariável ao menos alguns aspectos da vida social que torna a “invenção da tradição” um assunto tão interessante para os estudiosos de história contemporânea. (HOBSBAWM 2008:10)

As “lojas com história” carregam em si essa condição: embora boa parte não tenha sido esquecida, e provavelmente muitas ainda fossem rentáveis, elas claramente não eram ou não são — em sua maioria — suficientemente rentáveis e famosas a ponto de prescindirem da ajuda da Câmara Municipal. Conceptualmente, Hobsbawm faz uma distinção entre tradição e costume; o costume teria uma efetiva continuidade histórica e seria flexível; a tradição tiraria elementos do passado para legitimar a tentativa de fixação de uma situação de ameaça ou de uma situação em vias de desaparecimento.

Com efeito, a ideia de ruptura como resultado do processo de modernidade é também encontrada em um dos principais teóricos da globalização: Arjun Appadurai. *Modernity at Large — Cultural Dimensions of Globalization* (2005), obra de 1996, tem um capítulo muito interessante, intitulado “Consumption, Duration and History”, com aportes significativos sobre a teoria de Theodor Veblen a respeito do “consumo conspícuo” e com uma abordagem antropológica sobre consumo e marcação de tempo. Aqui interessa sobretudo o subcapítulo intitulado “Fashion and Nostalgia”, onde o autor assinala um ponto muito importante: o do consumo de antiguidades ou da disposição de objetos de outros tempos — os “objetos com patina” — como demarcadores sociais. Seguindo ainda a teoria de Veblen, é interessante pensar que, enquanto objeto de consumo, os produtos vendidos em “lojas com história” assinalam, seja por nacionais quanto estrangeiros, uma compra mais consciente, por vezes planeada, e que se destacará dos *souvenirs* habituais e massificados *made in China*.

Tal é precisamente o tema da dissertação de mestrado de Maria Gabriela Araújo Oliver Cruz (2015), intitulada *Consumo e Nação: uma investigação sobre a compra de produtos portugueses, em uma vertente de antropologia do consumo*. A pesquisa é, efetivamente, a primeira a mencionar o projeto “Lojas com História”. Cruz trabalha com o tema da nostalgia e de identidade no consumo de produtos, tomando como exemplo a loja *A vida portuguesa*, cujo enfoque é a venda de artigos com a “marca” Portugal, sobretudo para turistas estrangeiros. Sendo a primeira a tratar do assunto em

trabalho académico, relaciona-o precisamente com o seu tema de estudo, precisando que o surgimento de tal afã se deve a um desejo de consumir aquilo que está ancorado à identidade nacional portuguesa:

Se em um mundo globalizado as respostas locais e nacionais são essenciais para que as identidades sejam preservadas, é justificada a mobilização para a proteção da cultura e da tradição do país, a tentativa de preservar e revitalizar o comércio centenário através da classificação de "Lojas com História" pela Câmara Municipal de Lisboa, a tendência de produtos apropriarem-se do "nacional", de marcas aproximarem-se do que é ser português e de venderem-se como portuguesas, e compreende-se também quando compradores mantêm o discurso de que compram e consomem o que é criado e produzido em Portugal. (CRUZ 2015: 50).

1.2 Consumo e turismo

Se o projeto "Lojas com História" tem uma causa primeira, sem sombra de dúvida pode ela ser situada na transformação de Lisboa em uma das cidades turísticas mais relevantes da Europa neste momento. Seus números não podem, claro, comparar-se aos destinos turísticos de grande projeção como Roma e Paris, mas é inegável que, seja por conta dos ataques terroristas que se tornaram uma ameaça frequente em cidades como Paris, Bruxelas ou Londres, seja por conta da "Primavera Árabe" e da instabilidade no norte da África — até recentemente destinos turísticos de veraneio graças à combinação de uma clima ameno, praias, *resorts* e hotéis —, ou finalmente por conta da crise de 2008 e da necessidade de recuperação económica portuguesa, que fez apostar sua estratégia no turismo, visando investimento e melhorias de suas instalações, certo é que o turismo já representa 7% do PIB português e tornou-se uma das mais importantes alavancas de recuperação económica do país.

Contudo, este turismo não se desenvolveu de maneira equilibrada por todo o país. O Algarve já era um destino de veraneio reconhecido, ou local de residência de alemães e ingleses procurando um clima melhor e um país mais barato para passar seus anos de aposentadoria. Logo, os maiores alvos desta nova onda turística foram as cidades do Porto e, de maneira mais acentuada, por se tratar da capital, de Lisboa — também obviamente porque existe um tipo específico de turismo que se tem desenvolvido há algumas décadas na Europa: o urbano. Trata-se de uma junção: por um lado o fenómeno é explicado pelo desenvolvimento tecnológico das últimas décadas e pela propagação, difusão e barateamento das viagens de avião pelo mundo, que permitiram o aumento do número de turistas circulando e, graças à operação desses voos em capitais importantes por preços razoáveis, o aumento do turismo de curta duração nessas cidades; por outro, pela centralidade que o espaço urbano tem vindo a ocupar como movimento social e económico no mundo. Nunca a proporção de moradores

urbanos foi tão grande se comparada à proporção de moradores rurais¹². As causas encontram-se na automatização do agronegócio e no baixo salário pago nos campos por comparação aos salários urbanos. Também parece estar em curso um deslocamento ocupacional. Se, a princípio, as máquinas substituíram a força humana, agora a inteligência artificial e os algoritmos ameaçam os trabalhos técnicos e médios; sobram as profissões chamadas “criativas” como esperança para o futuro — profissões essas que requerem para o seu desenvolvimento um espaço criativo, conectado e pungente: uma situação que melhor se tem traduzido em ambiente urbano.

Lisboa, uma cidade cujo centro urbano estava relegado a segundo plano há menos de uma década, foi assim transportada para uma nova realidade. Com a invasão turística se adentrou em uma “segunda revolução urbana do turismo”:

La seconde hypothèse que nous proposons est la suivante : le tourisme serait à l’origine d’une seconde révolution urbaine en étant un ressort majeur de la « modalité IV » de l’urbanisation, c’est-à-dire de l’augmentation et de la complexification de l’urbanité des villes. En effet, le système touristique ne fait pas seulement émerger des lieux nouveaux de type station, mais investit et transforme également les lieux urbains déjà constitués que sont les villes. L’urbanisation des villes par le tourisme est donc ici envisagée. (STOCK & LUCAS 2012:25)

Esta proposta teórica tem um especial interesse no caso de Lisboa, na medida em que o turismo trouxe um novo olhar para o centro da cidade, levando a um aumento das rendas e uma nova configuração do espaço. Autores como Stock (2007 *apud* STOCK & LUCAS, 2012: 25) têm mesmo defendido um “recreational turn”, ou seja, a cidade configura-se para ou em oposição aos turistas e seus desejos e necessidades. A reconfiguração deste espaço urbano em um local aprazível para os turistas — com os equipamentos e estabelecimentos necessários ao seu prazer e conforto —, somada à valorização dos elementos identitários típicos, acaba por ter como consequência o surgimento de uma nova atratividade para os moradores locais; só que, neste caso, justamente os que têm uma renda que permita pagar os valores cobrados e aqueles que estão imersos neste tipo de sociabilidade, onde o turismo é objeto de consumo regular. Se, historicamente, na década de 50 e 60, os turistas tinham preferência pelo campo para fugir do espaço urbano, desde a década de 80 a cidade, graças à indústria cultural pungente, tornou-se o lugar onde todos querem ou precisam de estar (HENRIQUES 2003: 26-7). Logo, somada a reatividade turística e este renovamento do interesse local, os centros urbanos tornam-se ainda mais locais de prestígio, afastando os residentes mais pobres — trata-se do fenómeno conhecido como gentrificação —; o problema paradoxal que se coloca é que, por outro lado, sem os turistas, os centros ficam abandonados.

¹² Um relatório da ONU (2017) mostra a população mundial cada vez mais urbanizada: mais de metade vive em zonas urbanizadas, ao que se podem juntar 2,5 mil milhões em 2050. Disponível em <https://bit.ly/1Ec2X0C> (último acesso em 16/10/18).

O que não significa que, por essa razão, se possa abandonar a “indústria do turismo” à sua própria sorte, já que as modas turísticas passam e o turismo consome recursos e altera o funcionamento da cidade. Em poucas palavras: o consumo dos recursos “turísticos” não pode ser predatório. Doug Lanky (FRANÇA 2017) ainda ressalta outro aspeto fundamental: o turismo não traz necessariamente aumento de rendimentos para todos os habitantes, ou de maneira igual, a um lugar: quando uma cidade entra na moda, em pouco tempo chegam também as grandes redes de consumo, desde redes de hotéis, restaurantes e cafés internacionais até retalhistas de vestuário. Quando a moda passa, estes saem da cidade sem maiores consequências. Além disso, a razão pela qual se faz turismo é a vontade de conhecer o diferente, o que é local. Na hora em que tudo for igual não há mais este interesse.

O comércio na sociedade pós-contemporânea tem um papel fundamental: nas sociedades pós-industriais o consumo assume um papel motor, substituindo a produção (BAUDRILLARD 1975 *apud* APPADURAI 2005: 81). Dando um passo adiante, Appadurai chega mesmo a afirmar que o consumo se tornou o principal trabalho da sociedade pós-industrial (APPADURAI 2005: 82). Partindo do pressuposto de que a nossa sociedade é uma sociedade de consumo, Bauman (1999: 86) estabelece uma relação que, aqui extrapolada, explica muitas das razões por que o público do projeto pode ser tanto o dos turistas quanto o dos locais “conectados”. A sociedade globalizada teria anulado o “local” e viveria em busca da desmaterialização das distâncias. Efetivamente, sendo o público autóctone também turista — em outros espaços e talvez até em sua própria cidade — não há efetiva distinção sobre seu desejo e capacidade de consumo. Neste mundo que também está estratificado e globalizado, os de classe alta são aqueles que teriam as opções de onde estar na cidade e no mundo. De tal maneira que, mesmo havendo globalização, poucos poderiam efetivamente estar, vivenciar e consumir o que de melhor se realiza. Conhecidos são casos de grupos marginalizados não conhecerem os centros das suas cidades;

E outra diferença: os que vivem no “alto” estão satisfeitos de viajar pela vida segundo os desejos do seu coração, podendo escolher os seus destinos de acordo com as alegrias que oferecem. Os de “baixo” volta e meia são expulsos do lugar em que gostariam de ficar. (Em 1975 havia 2 milhões de emigrantes sob os cuidados do Alto Comissariado da ONU para refugiados. Em 1995 esse total tinha subido para 27 milhões.). (BAUMAN 1999: 94)

Uma opção não realista é pedir refúgio num porto seguro: podemos apostar que o que parece hoje um porto seguro logo será modernizado e no lugar dos serenos abrigos de barcos surgirá um parque temático, um calçadão de lazer ou uma marina superlotada. (BAUMAN 1999: 92)

A ideia de que há uma indistinção entre turistas e consumidores pode ser encontrada em outros trabalhos sobre o turismo: Jon Goss, em um capítulo intitulado “The Souvenir: Conceptualizing the Object(s) of Tourist Consumption” (2004: 328), descreve o quanto a linguagem semiótica do turismo e do consumo são semelhantes, mas também o quanto a atividade turística e do consumo carregam

suas proximidades, sobretudo em um contexto globalizado onde ambos buscam a autenticidade, em lugares e temporalidades distantes, exóticas e com objetos e monumentos oriundos de outros tempos e culturas; isto além do próprio consumo turístico de *souvenirs* e experiências — que de fato são serviços —, e isto para além da questão óbvia de que todo turismo implica compra pelo menos de transporte, de hotel e de alimentação — sendo ainda importante considerar que existe o “turismo de compras”.

A ideia de *souvenir* tem aqui uma importância fundamental, já que muitas lojas vendem objetos que pela sua “desaqualificação” ao quotidiano pós-moderno adquirem sobretudo esse carácter para os turistas; trata-se de objetos que evocam recordações de lugares, mas também de tempos. Para que fique claro, *souvenirs* não são apenas “objetos *made in China*” com o nome da cidade turística em questão ser repetido à exaustão. Tim Coles (2004: 365) agrupa-os em cinco categorias principais: a) produtos naturais; b) artesanato; c) produtos feitos artesanalmente (como comidas); d) manufaturas locais (bebidas, vestimenta, etc.); e) objetos produzidos em outros lugares, como cartões postais, guias de viagem, camisetas e outros itens classicamente considerados na mesma categoria. Embora seja um esforço válido, a classificação de Coles efetivamente poderia ser simplificada em dois grupos: produção local (de pequena, média, ou grande escala) e produção estrangeira (geralmente produtos feitos de maneira massificada, pelo menos no seu protótipo). A compra de *souvenirs*, como seria de esperar, não é apenas uma questão do que é ofertado, mas também exprime a cultura dos compradores; as decisões e quantidades mudam dependendo da origem e da intenção — presentear, lembrar e (ou) ostentar.

Neste sentido, é interessante lembrar a relação que se estabelece entre património — em primeiro momento sobre a alcunha de monumento — e memória. Para Riegl (1984), “no senso mais antigo e verdadeiramente original do termo”, monumento é uma obra criada pela mão do homem com o intuito preciso de conservar para sempre presente e viva na consciência das gerações futuras a lembrança de uma ação ou destino. Nesse sentido, o monumento, em seu sentido original, relaciona-se com a manutenção da memória coletiva de um povo, sociedade ou grupo.

1.3 Património e identidade

É significativo — no campo do património — que o projeto comece com um inventário das lojas que podem ser consideradas parte integrante da memória e da identidade da cidade de Lisboa e que o processo culmine em uma creditação. O inventário tem como função determinar e quantificar o património existente; já a classificação é um processo que determina o ato final de procedimento administrativo, que visa uma posterior política de proteção. Trata-se, portanto, de um procedimento recorrente e com consequências frequentemente legislativas. Juntamente com a inventariação, a classificação é uma das formas de proteção dos bens culturais, estando regulada pela Lei 107/2001

(art.º 16º) e pelo Decreto-Lei 309/2009 de 23 de Outubro. Porém, há uma diferença significativa consoante o carácter do objeto de proteção. Quando se trata de bens materiais, é necessária a realização de inventariamento e classificação; quando se trata de bens imateriais está excluída a classificação, devendo, contudo, ser o bem inventariado.

A simples abertura do procedimento de classificação de bens imóveis desencadeia uma série de efeitos como a suspensão das licenças e autorizações relativas a operações urbanísticas e dos procedimentos para a sua concessão, bem como a obrigatoriedade de qualquer intervenção ser alvo de parecer prévio das entidades da tutela — Direção-Geral do Património Cultural (DGPC) e Direção Regional de Cultura de Lisboa e Vale do Tejo (DRCLVT), integrada hoje aos serviços da DGPC. Contudo, as lojas — apesar do processo semelhante — não foram classificadas como de interesse nacional — revestido de forma de decreto do Governo —; ou de interesse público — incumbido aos competentes órgãos e serviços do Estado (membro do Governo responsável pela área da cultura) ou das Regiões Autónomas, quando o bem ali se localizar, revestindo a forma de portaria; ou mesmo de interesse municipal — incumbido aos municípios, embora careça de prévio parecer favorável da DGPC.

A noção de património surge “quando um indivíduo ou um grupo de indivíduos identifica como seus um objeto ou um conjunto de objetos” (BALLART, 1997: 17). Nem todos os vestígios do passado serão considerados património. O património não é só o conjunto que é herdado, mas o conjunto que, através de uma seleção consciente, um grupo significativo da população deseja legar ao futuro. Trata-se de um processo simbólico de legitimação social e cultural de determinados objetos, que conferem a um grupo um sentimento coletivo de identidade. Neste sentido, toda a construção patrimonial é uma representação simbólica de uma dada versão da identidade, de uma identidade “manufaturada” pelo presente que a idealiza. Portanto, o património é estabelecido na relação entre uma esfera material ou um saber e quem decide conservá-lo, e precisa ser estabelecido entre o bem patrimonial e o visitante.

O chamado “turismo cultural” — termo repudiado por alguns por se tratar de uma redundância — ou “consumo cultural” turístico, que floresce em meio urbano, tem no património um importante chamariz económico. “Na sua tentativa de se especializarem turisticamente, muitas cidades enfatizam os seus recursos patrimoniais e culturais com a intenção de aumentar o seu perfil competitivo. A conservação do património apresenta a imagem da cultura urbana e de sofisticação” (HENRIQUES 2003: 33), a tal ponto que 59% do Património Classificado está nos centros urbanos — os centros históricos; neste contexto, a cidade aparece como palco privilegiado para as discussões identitárias, na medida em que, para Agier (2001: 9), seguindo os estudos de Fredrik Barth, a identidade seria sempre relacional, sendo portanto sempre individual e coletiva, e ao mesmo tempo instável e variável.

Este interesse pode ter um efeito benéfico ou destrutivo sobre o património. Por um lado, cria interesse social e económico pelo bem a ser preservado, implicando sua manutenção e proteção; por outro, se não for bem administrado, tem um potencial negativo. Claro que não é tudo o que será preservado: o património guarda uma intrínseca relação com a identidade dos que a preservam, o que consideram relevante, o que é simbólico para a sua comunidade. Um exemplo claro da situação estratégica do património pode ser visto no *Mapeamento do Património Cultural — POR LISBOA 2014 – 2020*:

A Região de Lisboa possui um património histórico, cultural e arquitetónico de inegável valor e projeção nacional e internacional. A preocupação com a valorização e salvaguarda deste rico e diversificado património tem vindo a assumir uma relevância crescente no âmbito das políticas públicas ao nível central e local. Nos últimos anos, o prestígio conferido ao património classificado existente na Região de Lisboa constituiu um estímulo para a preservação dos valores patrimoniais e uma excelente oportunidade para o desenvolvimento social, cultural e económico da Região (as intervenções e investimentos no património histórico e cultural têm vindo a assumir um papel cada vez mais determinante neste processo). O aumento da visibilidade, da notoriedade e da atratividade da Região e dos sítios onde os Monumentos/Imóveis classificados se localizam e a crescente preocupação em transformar os valores patrimoniais em fatores de competitividade e desenvolvimento têm motivado, nos últimos anos, a elaboração de estratégias e de ações nas mais diferentes escalas, embora, as ações centradas na salvaguarda e valorização do património cultural continuem a ser ainda demasiado circunscritas à conservação do monumento isolado ou em conjunto singulares. (POR LISBOA 2014 – 2020:3)

Mermet (2013) mostra como até como a patrimonialização dos centros urbanos pode "agregar valor" para seus comerciantes, que podem beneficiar de um espaço de consumo original. Claro que sua perspectiva de análise comparativa são o Vieux Lille e o Marais, um bairro em Paris, ambos em um país com uma longa história de valorização de património. Tanto no Vieux Lille como no Marais há um centro patrimonial do séc. XVIII, salvaguardado na década de 60 e com uma forte experiência de gentrificação. Entre os pontos mais importantes da sua análise se destaca os seguintes: 1) as grandes lojas de moda *prêt-à-porter* privilegiam os centros das cidades ou os centros históricos para se instalarem como estratégia de vendas. A razão é que estar em um local reconhecido como de comércio insere simbolicamente a nova loja dentro de uma tradição; 2) o mobiliário é um recurso estético para os comerciantes; 3) lojas históricas ou elementos patrimoniais dão um carácter único e exclusivo aos estabelecimentos; muitas vezes, as lojas que se instalam são de produtos de luxo ou de semi-luxo; 4) cria-se a percepção de que os produtos são de qualidade e têm uma longa trajetória; 5) os comerciantes que “se utilizam do património” como estratégia de *marketing* estão também em busca de uma “intimidade” com os antigos clientes e transeuntes dos centros; 6) o património já é atrativo por si só; ao se falar do património protegido também se fala da marca instaurada naquele local; 7) a loja “ganha” automaticamente uma *storytelling* e se inscreve em uma história que vai além da simples função mercantil.

A autora demonstra assim as inúmeras vantagens de *marketing* para a instalação de novas lojas — sejam elas de grandes cadeias ou não — em antigas lojas, sobretudo se tiverem um mobiliário

também antigo. Essa análise funciona bem no caso francês; para o contexto português é preciso que se realizem mais estudos, mas a receção positiva do restauro que a loja Tous realizou na antiga ourivesaria Aliança deixa entrever que a situação pode não ser muito diferente. Além deste caso, a H&M da Baixa colocou um chão que permite que se veja as ruínas arqueológicas que estão em baixo da loja, impulsionando a entrada de turistas. Da mesma maneira, o hotel de cinco estrelas Eurostars Museum — que colocou *museu* no seu nome — conservou as ruínas arqueológicas que estão em baixo do novo edifício e propicia visitas regulares a esse espaço. Se, por um lado, essas iniciativas podem ser aplaudidas como a criação de uma convivência entre capitalismo e património, por outro é de se perguntar se a especulação imobiliária não está expulsando os empreendimentos originais em prol de um novo antigo centro. É precisamente esse o tema de Zukin (2009), em *Naked city: the death and life of authentic urban places*. Ao descrever Nova Iorque antes da crise, o autor pinta o seguinte retrato:

Just before the crisis broke, New Yorkers were complaining about their disenchantment with the city. Too many favorite landmarks had disappeared, replaced by faceless towers. One neighborhood after another had lost its small scale and local identity. People who had been in place for what seemed like forever—tenement dwellers, mom and pop store owners, whole populations of artists and workers and people of color—were suddenly gone. In their place we found gentrifiers, cocktail bars, Starbucks, and H&M. Though realists dismissed these complaints as blatant nostalgia and pointed out that cities are constantly changing, cynics, who are often the most idealistic city lovers, insisted that New York was no longer “authentic.” The city, they said, had lost its soul. Zukin (2009: x)

Mas o património é antes de tudo um suporte de memórias que podem, segundo Tinoco, Filipe e Hipólito (2014: 22), tornar-se produtos turísticos associados ao património. Para tanto, é preciso ter em conta que é a memória e o valor atribuído socialmente que dão sentido ao património selecionado.

1.4 O projeto “Lojas com História” e seu contexto na cidade de Lisboa

Tipificação

Como foi dito, as primeiras “lojas com história” foram levantadas por um grupo de trabalho associado a uma equipa da Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa. Os critérios de seleção foram compartimentados em três grandes vertentes: património material, cultural e atividade, como se verá adiante. Quanto ao património material, os estados de conservação variam. Se existem lojas quase perfeitamente preservadas, outras foram completamente remodeladas. Em quase sua maioria, elas estão concentradas entre o Chiado e a Baixa Pombalina e, embora haja exemplos de várias épocas, a maior parte é da primeira metade do séc. XX¹³.

As “lojas com história” podem ser categorizadas como fazendo parte dos setores abaixo discriminados, a partir do tipo de produção e do tipo de produto. Não se seguiu a tipologia do *site*, já que ela é muito extensa e com várias subcategorias. A razão para tanto foi tentar diferenciar e esclarecer qual é realmente o principal “produto” que se “vende” nesses estabelecimentos comerciais. Em alguns casos são produtos manufaturados únicos, produzidos em uma oficina própria — e que até por essa razão precisam de uma proteção patrimonial mais ampla —, mas em outros é o que hoje se chama de “curadoria”¹⁴ da seleção dos produtos vendidos no estabelecimento — é a certeza de ir a um empório e encontrar apenas produtos bons ou nacionais —; em outros é o serviço: o

¹³ **Séc. XVIII:** Restaurante Tavares: 1784, Caza do Loreto: 1789.

Séc. XIX: Café Restaurante Martinho da Arcada: 1829, Confeitaria Nacional: 1829, Hospital das Bonecas: 1830? (já existia uma consertadora), Pastéis de Belém: 1837, Farmácia Andrade: 1837? (móveis mais recentes?), Livraria Ferin: 1840, A Ginjinha: 1840, Francisco Soares da Silva: 1844, Casa Buttuller: 1847, Restaurante Estrela da Sé: 1857, Manuel Tavares: 1860, Restaurante Faz Frio: 1863, Casa Havaneza: 1864, Ourivesaria Sarmiento: 1870, Tabacaria Mónaco: 1875, Farmácia Barreto: 1876, Leão d’Ouro: 1885 (+ ou -), Primeira Casa das Bandeiras: 1885, Chapelaria Azevedo Rua: 1886, Barbearia Campos: 1886, Pastelaria Benard: 1886, Camisaria Pitta: 1887, Paris em Lisboa: 1888, André Ópticas (Óptica do Chiado): 1888, Leitão e Irmão: 1889?, Restaurante João do Grão: ?.

Séc. XX: Pavilhão Chinês: 1901/1986, Panificação Mecânica: 1902, Espingardaria Central A. Montez: 1902, Sapataria do Carmo: 1904, Casa Achilles: 1905, Farmácia Normal: 1905, A Brasileira: 1905, A Ginjinha Sem Rival: 1908 (de antes...), Farmácia Morão: 1896, Leitaria "A Camponeza": 1907 (Arte Nova), Au Petit Peintre: 1909, Livraria Aillaud e Lellos: 1912, Casa Macário: 1913, Retrosaria Bijou: 1915, Tabacaria Martins: 1916, Londres Salão: 1918, British Bar: 1919, Bar Americano: 1920, Ourivesaria Barreto e Gonçalves: 1920, Florista Pequeno Jardim: 1922, Pastelaria Versailles: 1922, Ferragens Guedes: 1922, Pérola do Rossio: 1923, Joalheria do Carmo: 1924, Luvária Ulisses: 1925, Joalheria Ferreira Marques: 1926, A Minhota: 1927, Aníbal Gravador: 1929, Café Nicola: 1929, Casa Pereira: 1930, Conserveira de Lisboa: 1930, Manteigaria Silva: 1930, Pérola de São Mamede: 1930, Drogaria de São Domingos: 1930 (década), Ginjinha Rubi: 1931, Casa Frazão: 1933, Quiosque Tivoli: 1935, Arqui Chique: 1935, Soares & Rebelo: 1935, A Carioca: 1936, A Veneziana: 1936, Pérola do Chaimite: 1938, Sapataria Lord: 1941, Franco Gravador: 1944, Casa Forra: 1947, Óptica Jomil: 1950, Fotografia Triunfo: 1952, Casa Xangai: 1953, Príncipe Real Enxovais: 1960, Galeto: 1966, Pastelaria Mexicana: 1962, Casanostra: 1986.

¹⁴ O termo “curadoria” para algumas lojas tornou-se recorrente com o surgimento de lojas como a Colette em Paris, aberta em 1997, que propagou a ideia de “loja-conceito”. A essa se seguiram muitas outras. Embora o uso do termo possa parecer anacrónico ao ser aplicado aqui, já que as “lojas com história” são anteriores, a seleção dos melhores produtos possíveis para um determinado perfil de clientes não é novidade e é importante salientar que requer experimentação, conhecimento e tempo para seleção, aspetos determinantes que devem ser valorizados.

atendimento, o correto manuseio dos instrumentos, o conhecimento para se saber o que é mais adequado para cada situação. Em termos de proteção é preciso ressaltar que os estabelecimentos com produção própria requerem uma atenção especial, na medida em que sua produção é muitas vezes única e a proteção deve incluir não apenas a loja, mas a oficina que se pode encontrar anexa ou não ao estabelecimento.

- a) Estabelecimento de atendimento alimentício¹⁵ (Cafés / Gelataria / Restaurante / Pastelaria / Padaria / Bar) |** A Brasileira, a Minhota, a Veneziana, Café Nicola e Café Restaurante Martinho da Arcada, Casanosta, Confeitaria Nacional, Galeto, Leão d'Ouro, Leitaria "A Camponesa", Panificação Mecânica, Pastéis de Belém, Pastelaria Bernard, Pastelaria Mexicana, Pastelaria Versailles, Restaurante Estrela da Sé, Restaurante Faz Frio, Restaurante João do Grão, Restaurante Tavares, A Ginginha, A Ginginha Sem Rival, Bar Americano, British Bar, Ginjinha Rubi e Pavilhão Chinês.
- b) Retalho (de vários tipos: inclui farmácia, mercearias e pequenas vendas de produtos alimentícios de forma especializada) |** André Ópticas, Arqui Chique, Au Petit Paintre, Casa Buttuller, Casa Forra, Casa Frazão, Casa Havaneza, Casa Xangai, Drogeria de São Domingos, Espingardaria Central A. Montez, Farmácia Andrade, Farmácia Barreto, Farmácia Morão, Farmácia Normal, Florista Pequeno Jardim, Francisco Soares da Silva, Joalheria do Carmo, Joalheria Ferreira Marques, Livraria Aillaud & Lellos, Livraria Ferin, Londres Salão, Óptica Jomil, Ouriversaria Barreto & Gonçalves, Ourivesaria Sarmento, Paris em Lisboa, Príncipe Real Enxovais, Quiosque Tivoli, Retrosaria Bijou, Sapataria do Carmo, Sapataria Lord, Soares & Rebelo, Tabacaria Martins, Tabacaria Mónaco, A Carioca, Casa Macário, Casa Pereira, Casa Pereira da Conceição, Conserveira de Lisboa, Manteigaria Silva, Manuel Tavares, Pérola de São Mamede, Pérola do Chaimite e Pérola do Rossio.
- c) Manufatura especializada |** Aníbal Gravador, Camisaria Pitta, Casa Achilles, Caza das Vellas Loreto, Chapelaria Azevedo, Ferragens Guedes, Franco Gravador, Leitão & Irmão, Luvaria Ulisses e Primeira Casa das Bandeiras.
- d) Serviços |** Barberia Campos, Fotografia Triunfo e Hospital das Bonecas.

¹⁵ Podem produzir ou não os alimentos no próprio estabelecimento.

1.4.1 O centro histórico de Lisboa

Se, por um lado, parece estranha a ausência de algumas categorias de lojas nessa lista, é preciso observar a história particular desse tipo de venda para descobrir a origem da exceção: tomando as livrarias¹⁶ como exemplo, muitas já tinham fechado, antes do projeto da Câmara, por questões inerentes à queda do comércio livreiro em Portugal¹⁷.

Para além das dificuldades intrínsecas aos modelos de negócios e ao interesse do público pelos produtos e serviços que se vendem, o século XX apresentou grandes desafios para o comércio de rua, primeiramente por conta do surgimento dos centros comerciais, nas periferias das cidades portuguesas na década de 80. A crise de 2008, cujos efeitos se fazem sentir até pelo menos 2012, também é responsável pelo fim de muitos negócios que não conseguiram resistir.

Se para o comércio livreiro a venda nas ruas está em decadência, o mesmo não pode ser dito para outras áreas¹⁸. Um estudo da Cushman & Wakefield (2018), consultora de serviços imobiliários, sobre o retalho em Portugal, o primeiro já feito no país, aponta tendências que mostram uma valorização do espaço de rua. Primeiro, as taxas de crescimento da oferta de centros comerciais abrandaram a partir de 2010 e encontra-se hoje estagnada. Por outro lado, em Lisboa,

o comércio de rua regista desde 2007 um forte dinamismo, com a oferta nas zonas tradicionais da cidade de Lisboa a aumentar 25% em área na última década. Hoje estas zonas contam com uma oferta de 198.000 m² distribuídos por 1.000 lojas. As zonas dos Restauradores & Rossio tiveram o maior crescimento, 50%, seguindo-se a Avenida da Liberdade e a Baixa, com 39% e 20% respetivamente. Paralelamente várias outras zonas da cidade ganharam um imenso destaque, como as Avenidas Novas, Cais do Sodré, Parque das Nações e Príncipe Real, que em total têm hoje uma oferta de 114.000 m² e 1.040 lojas.¹⁹

Conclusão semelhante é a da Jones Lang LaSalle, igualmente consultora de serviços imobiliários²⁰. Estes dados mostram o porquê da “disputa” pelas áreas centrais da cidade de Lisboa, uma tendência que pode ser explicada pela massificação do turismo, sobretudo o de “fim-de-semana”,

¹⁶ É de se notar que há duas “lojas com história” de livros: a livraria Ferin e a Livraria Aillaud & Lellos.

¹⁷ Sobre este universo em particular, cf. Neves, José Soares (coord.), Rui Beja, Jorge Alves dos Santos e Jorge Augusto Santos (2014), *Comércio livreiro em Portugal — Estado da arte no início da segunda década do século XXI*, Lisboa, APEL.

¹⁸ Embora também haja livrarias históricas sendo fechadas em Lisboa, o comércio livreiro é um capítulo à parte já que o seu produto e sua produção têm passado por uma mudança drástica nas últimas décadas, com os livros digitais e seus aparelhos e aplicativos de leitura. Claro que existem outras lojas retalhistas cujos produtos ou modos de consumo mudaram drasticamente, mas o mercado livreiro merece uma discussão à parte já que o seu consumo é incentivado politicamente. O comércio livreiro de rua enfrenta ainda uma concorrência mais direta com redes de supermercado e outras lojas de grande superfície presentes nos centros comerciais, já que mesmo que uma livraria se dedique ao comércio especializado de livros, os *best-sellers* são fundamentais para manterem o funcionamento dos estabelecimentos e as grandes redes conseguem contratos em que pagam menos pelas obras devido à grande quantidade adquirida.

¹⁹ Cushman & Wakefield Portugal (2018), “Cushman & Wakefield apresenta 1º edição do estudo Retalho em Portugal”. Disponível em <https://cisa.co/2SmaCtq> (último acesso em 16/10/18).

²⁰ Jones Lang LaSalle (2015), *Mercado Imobiliário em Portugal: Análise 2015 | Perspetivas 2016 Escritórios | Retalho | Residencial | Investimento*. Disponível em <https://bit.ly/2DawCTI> (último acesso em 28/10/18).

trazido pelos voos *low-cost* que tendem a centrar-se nos centros das cidades por falta de tempo e dinheiro para incursões maiores; mas também pela mudança nos padrões de mobilidade, privilegiando o uso de transportes públicos, um tema comum por toda a Europa. Nessa nova perspectiva, os centros urbanos tornam-se local de consumo, de passagem e de concentração pessoais. A tal ponto que não só a proporção de população humana vivendo em cidades não encontra precedentes na história, como o tema do urbanismo explodiu em praticamente todos os campos científicos.

O comércio entra nessa discussão como fator de atratividade e até como meio de requalificação urbana. Carlos Balsas, em 2003 — portanto, muito antes dos atuais problemas vividos pelo centro de Lisboa —, discutia a necessidade de revitalizar os centros urbanos através do comércio, já que os centros comerciais tinham “roubado” os transeuntes de classes médias e altas graças às comodidades oferecidas nesse tipo de construção, como estacionamento e segurança, deslocando-os para as periferias das cidades. Com efeito, existe uma íntima correlação entre a decadência do consumo nos centros das cidades, o crescimento populacional urbano e a propagação do uso do automóvel em Portugal nas décadas de 80 e 90, quando o consumo nos centros ficou relegado a um público mais idoso e mais pobre que não podia usufruir do transporte individual. Mas Balsas (2003), em uma discussão pertinente à época sobre como revitalizar os centros urbanos, deixa entrever que se os centros comerciais tinham captado o público com mais dinheiro, a razão não estava apenas nos seus confortos e comodidades, mas também na falta de empreendedorismo dos lojistas e das associações comerciais.

Em termos geográficos, o projeto tem uma delimitação muito precisa — ainda que muito se discuta ou questione esta situação. Trata-se de uma área que pode ser considerada como fazendo parte do centro histórico da cidade de Lisboa. Com efeito, em uma cidade como Lisboa, onde muitas temporalidades se sobrepõem, algumas se ressaltando mais em determinada área administrativa ou bairro, é difícil definir um “centro-histórico”; afinal, Alfama e Mouraria não têm traços arquitetónicos e urbanísticos mais antigos do que o Chiado e a Baixa-Pombalina? Contudo, são precisamente a Baixa e o Chiado que carregam mais as características do que se costuma considerar como parâmetros de um centro histórico: trata-se da reunião da associação entre locais de trabalho, comércio, serviços, restauração, entrecruzamento de transportes e elementos identitários. Se Alfama e Mouraria são mais antigas, elas hoje não associam todos esses elementos. Além do mais, é esse centro que no imaginário do português e do turista estrangeiro congregou os artistas e intelectuais — dos últimos dois séculos pelo menos — mais importantes de Portugal (MONTEIRO 2016). De Eça de Queiroz a Saramago, passando por Fernando Pessoa, pelas gerações de *Orpheu* — a revista — e do Gelo — nomeada por

conta do café próximo do Rossio —, foi nas ruas da Baixa e do Chiado que esses personagens caminharam e se inspiraram, e são eles que evocam imagens e sonhos aos transeuntes modernos²¹.

1.4.2 Análise da proteção patrimonial do projeto “Lojas com História”

Na Europa Ocidental, o património está presente nas políticas de estado desde o final do século XVIII, quando veio dar materialidade aos conceitos de nação e nacionalidade trazidos pela Revolução Francesa. As políticas de património antecedem em pelo menos dois séculos a esse debate, ocorrido sobretudo na segunda metade do século XX e tendo a UNESCO do pós-guerra como principal palco de convergências.²²

Não se propõe aqui um histórico das ideias e conceitos sobre património, por não ser esse o objetivo deste texto, mas também porque muitos autores já o fizeram (CHOAY 2011). É interessante ressaltar, todavia, que, apesar de ter como marco inicial a Revolução Francesa, as discussões sobre património são muito recentes e seus pressupostos e bases de atuação ainda estão em discussão, sendo constantemente revisitados e revistos. Para que se tenha uma ideia, a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial é de 2003²³.

Um outro tópico importante para as discussões sobre o património é o seu uso como recurso económico — a Convenção sobre o valor do património para as sociedades é de 2005 e confere uma grande importância ao património sobretudo no que tange ao turismo²⁴. Sua defesa está centrada na ideia de que se trata de um recurso económico limpo e não poluente, gerador de empregos e riqueza e capaz de dinamizar valorização comercial.

Mas, como recurso, o património é tanto económico — e deve ser escolhido, valorizado e bem gerido, já que é finito —, como social e identitário para a coesão e construção sociais. Segundo Tinoco, Filipe e Hipólito (2014: 24), socialmente, o património

²¹ As potencialidades turísticas das lojas são expostas na dissertação de mestrado de Sofia Santos Monteiro, *Criação do Distrito Literário de Lisboa*, de 2016. O objetivo desta autora foi propor a criação de um distrito literário, a partir do levantamento de todos os pontos de interesse em Lisboa, mas principalmente na região central; as lojas do plano da Câmara Municipal são muitas vezes referenciadas quando aparecem na literatura. Contudo, deve-se fazer uma nota: o trabalho desta autora está muito pautado pela literatura com um recorte cronológico limitado: Fernando Pessoa, até pela sua fama internacional, é bastante citado; Eça de Queirós também é um marco indiscutível, assim como Bocage; não obstante, entre autores contemporâneos apenas José Saramago é lembrado.

²² MACHADO, Jurema (2015), *Desafios contemporâneos para a gestão do património*. Disponível em <https://goo.gl/82PoVs> (último acesso em 28/10/18).

²³ Quanto ao património imaterial, esse interesse muito se credita à globalização, ou seja, frente à ameaça da homogeneização cultural, há uma reação pela proteção da diversidade, saberes e características únicas das culturas.

²⁴ DGPC [2018], *Cartas e Convenções Internacionais sobre Património*. Disponível em <https://goo.gl/Bo1oRz> (último acesso em 28/10/18).

- cria valores sociais comuns, na medida em que difunde referências para o conjunto dos membros da comunidade e reforça o sentimento de pertença à colectividade;
- garante os laços de ligação ao passado;
- incentiva a capacidade de criar o futuro;
- reforça os mecanismos de coesão social — integração, reintegração.

Ballart propõe uma abordagem onde define três tipos de uso, que desde que conhecidos podem ser explorados como recursos:

A) Valor de uso: serve para fazer com ele alguma coisa. Dimensão utilitária do objeto; B) Valor formal: atração que despertam nos sentidos. Prazer em razão da forma e outras qualidades sensíveis. Pelo mérito que apresentam; C) Valor simbólico-significativo. Relação entre produtores e receptores. Fazem a ligação entre pessoas separadas no tempo. Melhor usar valor significativo. (BALLART 1997: 65-66)

O dinheiro — ou sistema económico-financeiro — seria um meio de atribuir valor. Claro que a atribuição de valor depende fortemente de quem a faz e para quê, mas existem critérios para tanto:

Los economistas son conscientes de que, a pesar de que una parte de los bienes del patrimonio pudieran ser valorados por el mercado, se trata en conjunto de un tipo de bienes especialista que generalmente comportan una carga de intangibles que los invisten de un valor en sí independiente de lá valoración en dinheiro que en un momento dado pudier adjudicarles el mercado, cosa que hace muy compleja su valoración satisfactoria y estudio económico. Con todo, aparte de los intangibles que un bien patrimonial pueda atesorar, por encima de todo siempre existe un criterio de estimación elemental y básico que lá teoría económico del valor ha destacado: se valora más aquello que más cuesta producir y aquello que es más escaso. (BALLART 1997: 113)

O domínio da análise económica aplicada aos bens culturais é um âmbito de estudos muito recente, mas que terá que ser naturalmente enfrentado na medida em que o dinheiro é necessário à própria salvaguarda, divulgação e facilitação de acesso. Trabalhar em prol do património significa também reconhecer sua inserção social, urbana e económica, e labutar eticamente pela sua valorização.

A discussão sobre o projeto “Lojas com História” traz em seu cerne uma questão teórica importantíssima no âmbito das discussões patrimoniais promovidas pela UNESCO, entre outras entidades: como categorizar a necessidade de proteção dessas lojas — qual o seu interesse, quais as medidas cabíveis e como avaliar seu sucesso.

O plano da Câmara teve início com o objetivo de resolver uma questão, antes de mais nada, de ordem prática, referente à manutenção dessas lojas que foram consideradas um património material e cultural²⁵ da cidade: a questão das rendas que estava obrigando a que muitas lojas fechassem suas

²⁵ Não há no projeto uma menção clara ao património imaterial, mas segundo os critérios para o património cultural, essa vertente parece aí estar incluída.

portas. A questão pode parecer menor para os que não estão familiarizados com os debates sobre património, mas certo é que as lógicas de proteção e conservação são bastante divergentes para cada um dos casos. Primeiramente, porque a salvaguarda do património material está preocupada com os objetos, enquanto a do património imaterial se interessa pelos saberes das pessoas; a proteção do património material busca a sua conservação e manutenção tal como esse objeto ou monumento teria sido fabricado, enquanto que no que tange ao património imaterial é óbvio que se trata de algo vivo e em constante mutação, de tal maneira que aquilo que a UNESCO classifica como património imaterial precisa de ser revisto de tempos em tempos.

2. Análise do projeto

O projeto

O projeto “Lojas com História” — “movido por um sentido de urgência na preservação e dinamização deste património, sabendo que nele reside uma parte relevante da identidade e carácter da cidade e que é, ao mesmo tempo, um importante mecanismo social e económico para o seu desenvolvimento” — foi criado pela Câmara Municipal de Lisboa em fevereiro de 2015 e aprovado através da Deliberação n.º 99/CM/2015 (Proposta n.º 99/2015).

Portugal, que normalmente importa políticas públicas, tem no projeto “Lojas com História” uma inovação positiva, mesmo não sendo a primeira iniciativa do género no mundo. Neste sentido é interessante observar a justificativa dada para o estabelecimento do plano aquando da publicação da criação do 4.º Suplemento ao Boletim Municipal n.º 1097, de 27 de fevereiro de 2015, nas páginas 20 a 21:

Num mundo global e altamente competitivo, cada cidade e cada região tem que se afirmar, necessariamente, pela diferença, pelo que a torna especial. É essa diferença que a torna mais atrativa para quem tem que escolher um destino de férias, de estudo, de trabalho, de investimento ou para qualquer outro objetivo. O comércio de uma cidade pode, e deve, ser um dos elementos distintivos e diferenciadores entre cidades. O comércio teve, sempre, ao longo da História, um papel muito relevante na cidade de Lisboa. E o comércio continua a ter um lugar muito relevante na vida económica, social e cultural da cidade. Posicionar o comércio como marca diferenciadora de cidade e, simultaneamente, atividade económica geradora de emprego, exige a articulação de diferentes e complementares medidas, no âmbito de uma estratégia que ligue três áreas de atividade municipal: planeamento urbano e elementos arquitetónicos, património cultural e atividades económicas.

É, portanto, possível perceber que desde o princípio algumas ideias norteiam a criação e proposição do plano. A primeira é a de que em um mundo global as cidades estão em competição umas com as outras; para que se estabeleça uma diferenciação é necessário apostar no que é único em Lisboa e que as lojas e o comércio trazem esse carácter identitário único à cidade. A questão não colocada, mas que é essencial, é em que âmbito ocorre essa competição “no mundo globalizado”. A resposta está associada a uma indústria cujo nome não irá aparecer em nenhum dos documentos do plano: o turismo: o plano surge concomitante ao aumento exponencial no número de turistas. É claro que, hoje, os países também são representados e imaginados por fotos e vídeos na televisão, Youtube e Instagram, mas há um interesse ativo em criar uma “marca diferenciadora”.

Para além disso, há uma “urgência na preservação” que se explica pela situação precária de muitos edifícios, mas também pelo encarecimento das rendas por via de especulação imobiliária criada como aumento do fluxo de turistas para os centros e de estabelecimentos voltados para eles; tudo isto somado ao aumento de interesse pelas marcas globais nos pontos centrais da cidade e ao

novo interesse que a própria população local manifesta pelo centro abandonado, por conta dessa efervescência.

Todas essas questões serão tratadas de maneira pormenorizada na terceira parte do trabalho, mas pareceu interessante enunciar aqui os tópicos principais que envolvem o plano e a pesquisa decorrentes.

Método

Para a pesquisa foram realizadas leituras de documentos oficiais, artigos sobre o projeto “Lojas com História” e publicação em sites e redes sociais, de modo a se estabelecer as bases para a execução e andamento do plano, dos programas e projeto²⁶ e possíveis quadros teóricos de análise dos dados recolhidos. Aqui, o intuito é verificar como se organizou o plano, seu percurso histórico, se o plano tem sido cumprido e quais os seus resultados, igualmente quais as reações na imprensa e nas redes sociais. Ou seja, trata-se essencialmente da análise de um plano de grande envergadura e com muitos programas e projetos e trabalhos associados. Foi essencial reconstituir sua história, através do estabelecimento de uma cronologia, dar a conhecer seus atores, observar de maneira comparativa o desempenho nas redes sociais do projeto e ler todos os artigos publicados sobre o assunto.

2.1 Cronologia

Para uma correta apreciação do planeamento e desenvolvimento do plano é interessante que se tenha em conta como ele se desenvolveu. Apesar de se tratar de um período relativamente curto, os três anos que medeiam o desenvolvimento do projeto e a instauração do programa foram bastante intensos, com um risco acentuado para os comerciantes que viveram e vivem um *boom* especulativo sem precedentes:

O atraso na criação do regulamento municipal do programa – apresentado a 16 de outubro de 2015, depois da aprovação de uma deliberação em 19 de fevereiro desse ano – voltou a ganhar relevo na semana passada, quando O Corvo noticiou o que, na quarta-feira (5 de janeiro), parecia ser o encerramento certo da Tabacaria Martins, a funcionar no Largo do Calhariz, desde 1872. Ana Martins, gerente e neta do fundador, queixava-se da falta de vontade em renovar o contrato de arrendamento por parte do novo senhorio, um fundo imobiliário inglês que adquirira o imóvel onde o estabelecimento está instalado, em julho de 2016. O programa “Lojas com História”, queixava-se Ana, não passava de uma “bandeira sem conteúdo”. Dois dias depois, e após uma onda de indignação

²⁶ Trabalha-se aqui com a distinção sugerida por Roselló-Cerezuela (2007: 7) entre plano, programa e projeto, que, embora não tenha sido adotado na execução do plano pela Câmara Municipal de Lisboa, ajuda a distinguir os diferentes níveis e subordinações de propostas dentro do plano geral.

crescente, soube-se que, afinal, a tabacaria poderia ficar de portas abertas, no sítio de sempre. O proprietário do prédio mudara de ideias.²⁷

É, portanto, essencial compreender a instauração temporal do projeto. A seguir apresentamos uma cronologia sucinta (e em anexo uma versão mais completa) dos principais desenvolvimentos.

Tabela 2.1 | Cronologia do projeto “Lojas com História”

Data	Descrição
2015/02/27	Aprovação na Câmara Municipal de Lisboa do projeto “Lojas Com História”.
	Aprovação da constituição do Grupo de Trabalho.
2016/02/25	A CML aprovou os critérios de atribuição da distinção “Lojas com História”.
2016/07/20	A CML aprovou submeter a consulta pública o projeto de Regulamento Municipal de Atribuição da Distinção “Lojas com História”.
2016/07/2	A autarquia aprovou a atribuição da distinção “Lojas com História” a um conjunto de 63 estabelecimentos comerciais.
	O projeto de Regulamento foi submetido, nos termos do artigo 101.º do Código do Procedimento Administrativo, a consulta pública, por um período de 30 dias.
2016/07/28	A CML criou o fundo municipal “Lojas com História”.
2016/11/30	A CML deliberou submeter à Assembleia Municipal o projeto de Regulamento Municipal de Atribuição da Distinção “Lojas com História”.
2017/02/14	O Regulamento foi aprovado pela Assembleia Municipal de Lisboa.
2017/04/03	Publicação no Diário da República do Regulamento Municipal de Atribuição da Distinção “Lojas com História”.

Fonte: Tabela elaborada com base na legislação que criou e regulamentou o projeto²⁸

É interessante notar que, mais do que estabelecer as datas, que servem inclusive como baliza para este trabalho, o objetivo do cronograma também é o de saber mais sobre os atores e procedimentos no estabelecimento do projeto. É de se ter em conta que o projeto começou com um levantamento realizado pelo Grupo de Trabalho para estabelecer as possíveis lojas a serem destacadas, com anuência de seus proprietários. O Grupo de Trabalho teve a particularidade de ser composto por elementos dos Serviços Municipais (economia, cultura e urbanismo) e elementos externos da equipa da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa. Para a definição dos critérios norteadores do projeto foi também criado um Conselho Consultivo das “Lojas com História”

²⁷ ALEMÃO [2017], “[Demora a aprovar programa leva alguns lojistas a desistirem do Lojas com História]”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/vBJQJ2> (último acesso em 19/08/18).

²⁸ Ver legislação na página 89.

constituído por associações representativas e personalidades com forte ligação à cidade, à sua história e ao seu comércio.

O projeto envolveu, para a execução deste cronograma, uma série de agentes; entre os mais importantes está a Direção Municipal de Economia e Inovação, pois o Grupo de Trabalho funcionava na dependência direta da Vereadora do Pelouro da Economia e Inovação e em articulação com os Vereadores da Cultura e do Urbanismo. Entre os pelouros envolvidos no projeto — mas que não necessariamente participaram de todos os passos — estão o da Economia e Inovação, Urbanismo e Cultura, mas também se contou com a Direção Municipal de Planeamento, Reabilitação e Gestão Urbanística e com a Direção Municipal de Cultura. Neste cenário, alguns nomes se destacaram, o principal sendo talvez o de Graça Fonseca, uma das vereadoras que subscreveu a Proposta n.º 99/2015, juntamente com os Vereadores Manuel Salgado e Catarina Vaz Pinto, a tal ponto que sua ausência chegou a “travar” o programa:

A saída da vereadora Graça Fonseca do pelouro da Economia e Inovação, quando era responsável por este programa municipal, para a Assembleia da República e, logo depois, para o Governo — onde foi ocupar a pasta de Secretária de Estado Adjunta e da Modernização Administrativa —, terá mergulhado “*Lojas com História*” numa aparente indefinição. Catarina Portas, membro do Conselho Consultivo do programa, referiu o facto num texto que assinou, em Janeiro, no Diário de Notícias: “Infelizmente, o programa está parado há três meses”. O gabinete de comunicação da autarquia informa que o projeto estará agora a cargo do vice-presidente Duarte Cordeiro, que ficou com os pelouros em causa.²⁹

Numa primeira fase foram traçados três objetivos: a) caracterizar, mapear e definir critérios para a creditação; b) levantar todas as “lojas com história” existentes em Lisboa; c) desenhar e aplicar uma marca ativa e identitárias de comércio da cidade de Lisboa. A princípio — em 28 de julho — foram distinguidas 20 lojas. Em seguida o programa foi aberto para que outras lojas se pudessem candidatar.

É importante ressaltar o papel dos *stakeholders* no encaminhamento do projeto. Entre os mais destacados está o Fórum Cidadania Lx, com blogue³⁰ e grupo fechado no Facebook³¹, que estiveram ativados durante todo o processo. Segundo *O Corvo*, em novembro de 2015 o Fórum Cidadania Lx foi autor da petição “Por uma nova alteração à lei do arrendamento, pela salvaguarda das lojas históricas”³².

²⁹ COSTA, Rita Neves [2016], “Comércio tradicional de Lisboa à espera do OK do programa ‘Lojas com História’”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/ZmV5XA> (último acesso em 19/08/18).

³⁰ Movimento Fórum Cidadania Lisboa [2018], *Cidadania LX*. Disponível em <http://cidadanialx.blogspot.com> (último acesso em 28/10/18).

³¹ Movimento Fórum Cidadania Lisboa [2018], *Grupo fechado Fórum Cidadania LX*. Disponível em <https://www.facebook.com/groups/forumcidadanialx/> (último acesso em 28/10/18).

³² COSTA, Rita Neves [2016], “Comércio tradicional de Lisboa à espera do OK do programa ‘Lojas com História’”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/ZmV5XA> (último acesso em 19/08/18).

2.2 A questão financeira

Uma das questões para o surgimento do projeto é a dificuldade de muitas lojas pagarem o arrendamento, cujos valores têm sofrido evidente escalada. Antes do projeto, as lojas não haviam recebido nenhum tipo de atenção especial, ainda que muitas estivessem fechando. O Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU), aprovado pela Lei n.º 6/2006, de 27 de fevereiro, na sua redação inicial, bem como nas alterações subsequentemente introduzidas no que se refere aos contratos de arrendamento para fim não habitacional, não contemplam qualquer norma que vise especificamente a proteção do comércio local e tradicional. Do mesmo modo, a legislação aprovada como complemento ao NRAU, nomeadamente o Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 157/2006, de 8 de agosto, bem como as alterações subsequentemente introduzidas, não se mostra capaz de assegurar a manutenção do comércio local e tradicional nos espaços que são objeto de demolição, remodelação ou restauro.

Por esta razão foi criado um fundo para apoiar a manutenção, restauro e reforma destas lojas, mas apenas das lojas reconhecidas. Efetivamente, são passíveis de constituir despesas para efeitos da participação os serviços prestados por terceiros nas áreas de Arquitetura e Restauro, Cultura e Economia e Comércio³³. Se a primeira área gera menos dúvidas, é preciso registar que por Cultura se entende a produção de iniciativas culturais ou de material promocional que vise divulgar as lojas, ou seja, são mais ações que se utilizam da história da loja para realizar o seu *marketing* — o que fica mais nítido na chamada “área da economia”, já que um dos pontos é o de “estudos e consultoria no domínio do *marketing*, modelo de negócio ou assessoria jurídica para desenvolvimento de modelos de negócio”³⁴.

O Regulamento do Fundo Municipal foi publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 67, 4 de abril de 2017, e pode aqui ser aqui apresentado em linhas gerais. Em primeiro lugar quem se pode candidatar? Essencialmente duas figuras: o proprietário do estabelecimento comercial (ou titular de outro direito que lhe confira a sua exploração) e o proprietário de direito real sobre o imóvel ou fração autónoma onde se localiza o estabelecimento comercial. Existe um porém: quando o proprietário de direito real propuser uma candidatura ela deve ter anexado um documento comprovativo da anuência do “explorador” do espaço.

³³ Os pontos desta área são as seguintes: a) conservação de fachadas e elementos decorativos arquitetónicos; b) obras de alteração necessárias à melhoria do desempenho ou à requalificação do estabelecimento; c) recuperação ou restauro de equipamentos ou objetos decorativos identitários da loja.

³⁴ O outro ponto é a modernização, mudança de uso ou outras despesas, consideradas elegíveis pelo Grupo de Trabalho.

A avaliação da proposta — que deve desde o início incluir o projeto no caso de mudança arquitectónica ou decorativa — é realizado pelo grupo de trabalho duas vezes por ano, embora cada estabelecimento só se possa candidatar uma vez por ano. O Grupo de Trabalho deve considerar o volume de negócios dos candidatos no ano anterior, privilegiando os que não tenham excedido os 500 mil euros para a área da restauração e os 150 mil euros para as restantes; ou privilegiando aqueles em estado de falência iminente da entidade comercial.

O fundo não é a única ajuda; com efeito, estar inserida no programa já garante um reconhecimento e visibilidade especial quanto aos seus valores patrimoniais. A Câmara encarregou-se de fazer uma campanha de *marketing* e criar um valor de “marca” para as lojas do plano, a isso acrescendo a realização de eventos especiais e ações de divulgação diversas nos meios de comunicação. Contudo, efetivamente, a ajuda financeira é primordial. O financiamento não é direto: ele é garantido como uma restituição mediante a apresentação de notas de parte — e em casos excepcionais da totalidade — dos gastos realizados com o intuito de melhorias no património físico ou ações de *marketing* para promover as lojas, e só é atribuível às lojas que já tenham tido o seu reconhecimento como “lojas históricas” — ou seja, são dois processos diferentes, mas interdependentes. O montante de apoio financeiro a cada estabelecimento pode atingir 80% das despesas elegíveis, até ao montante limite de 25 mil euros, mas em casos especiais — definidos pelo Grupo de Trabalho — pode chegar a 100% ou ultrapassar o limite financeiro de 25 mil euros.

Para além da documentação que mostra a atividade e contribuições regulares, as lojas também precisam de entregar, quando fazem sua candidatura ao fundo, um comprovativo fiscal do volume de negócios do ano anterior e uma calendarização da intervenção. O volume de negócios é um dos critérios fundamentais a serem considerados na avaliação do Grupo de Trabalho — a quem compete a decisão —, o qual elabora proposta de atribuição do apoio, posteriormente submetida a uma autorização do Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, vereador com competência delegada na área da economia ou comércio, ou dirigente em quem estes deleguem.

2.3 Grupo de Trabalho

Um dos aspetos essenciais para o estabelecimento do plano foi a criação de um grupo de trabalho cuja composição pode ser acessada *online*³⁵; essencialmente, ele foi criado para fazer o levantamento do primeiro grupo de lojas a serem classificadas; para participar das decisões e elaboração do plano; para servir como consultor; e para servir como avaliador das futuras lojas a participar do plano. Ou seja, mesmo não sendo remunerados para realizar a tarefa, seus componentes têm uma enorme importância e influência — sobretudo porque seu papel não é só o de dar pareceres.

O Conselho Consultivo, neste caso, tem um papel bastante ativo, podendo propor a implementação de novas medidas de divulgação e promoção das lojas, desenvolvimento de uma marca ativa e identitária de comércio da cidade, promovendo uma rede de parcerias que visem apoiar a continuidade das atividades, propondo a celebração de protocolos de colaboração com associações e entidades, e inclusive gerindo a comunicação com as lojas, incluindo o endereço de *e-mail* e o *site*.

Um dos pontos que mereceria ser discutido é que esta composição é em alguma medida pouco democrática; os membros do Conselho Consultivo são convidados pelos vereadores com os pelouros da Economia e Inovação, Urbanismo e Cultura — o que significa que um cidadão interessado e com tempo disponível para um trabalho voluntário não se pode candidatar para pertencer a este conselho. É preciso todavia ressaltar que muitas das etapas são disponibilizadas para consulta pública. A este respeito, uma crítica do historiador da arquitectura António Sérgio Rosa de Carvalho foi publicada no *Público* em 3 de Março de 2016:

Vem agora a CML declarar oficialmente a intenção de implementar o seu programa de Lojas com História acrescentando ao seu conselho consultivo, um grupo de trabalho a fim de analisar, com rigor, caso a caso, os processos. Ora atenção a esta formulação: O grupo de trabalho será chamado a emitir um “parecer prévio não vinculativo” quando estiverem previstas “operações urbanísticas que tenham impacto directo sobre as lojas distinguidas”. Um parecer, portanto, Não Vinculativo. Isto mereceu comentários e moções na Assembleia Municipal, assim como as perguntas das Juntas de Freguesia sobre o efeito da Turistificação e Gentrificação para as populações locais, e as perguntas do Público ao Vereador Manuel Salgado sobre o prometido relatório sobre os efeitos dos excessos de Turismo sobre a cidade, ficaram sem resposta. Aguarda-se e espera-se agora do Conselho Consultivo e do Grupo de Trabalho do programa Lojas com História (ou é isto a mesma coisa?) um rigor e uma exigência confrontadora, uma consciência portanto, do perigo de neutralização por integração que a sua missão implica. Estes grupos de notáveis e conhecedores têm portanto uma grande responsabilidade.³⁶

Participam do Conselho Consultivo alguns representantes de grupos interessados no plano, os *stakeholders*, professores e pesquisadores. É importante salientar a participação de um membro do Círculo das Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa, entidade a que adiante se fará referência.

³⁵ Câmara Municipal de Lisboa (2018), *Lojas com História*. Disponível em www.lojascomhistoria.pt/sobre (último acesso em 16/10/18).

³⁶ CARVALHO, António Sérgio Rosa de (2016), A Manhattan flutuante, *Público*, Disponível em <https://goo.gl/8TzoNx> (último acesso em 28/10/18).

Estruturalmente tem-se a seguinte composição³⁷: a) um coordenador — designado pelo vereador com o pelouro da Economia e Inovação; b) representantes da Direção Municipal de Economia e Inovação e (ou) das respetivas unidades orgânicas — designado pelo vereador com o pelouro da Economia e Inovação; c) representantes da Direção Municipal de Urbanismo e (ou) das respetivas unidades orgânicas — designado pelo vereador com o pelouro do Urbanismo; d) representantes da Direção Municipal de Cultura e (ou) das respetivas unidades orgânicas — designado pelo vereador com o pelouro da Cultura; e) outros membros cujo contributo seja considerado necessário, a mobilizar para o efeito.

2.4 Normas principais

É após a consulta pública de novembro de 2016 — e da aprovação de 83 lojas — que as normas do plano são efetivamente anunciadas para o efeito de potenciais candidaturas futuras de outras lojas. Aqui expomos as normas principais:

1) O que se entende por “Lojas com História”? São lojas com características arquitetónicas e decorativas especiais — para as quais se considera necessário tomar medidas de conservação —, ou que são únicas ou pioneiras nas suas atividades, ou que sejam as últimas do seu ramo e (ou) mantenham oficinas de manufaturas dos seus produtos.

2) Quais são as lojas elegíveis? As lojas que possam ser categorizadas “com história” (como descrito acima) mas que também exerçam suas atividades na rua, sendo reconhecidas como “comércios de rua”.

3) Quando e quem faz a candidatura? O processo de candidaturas à distinção “Lojas com História” está sempre aberto e pode ser proposto por qualquer pessoa singular ou coletiva, de direito público ou privado (desde que comunicado ao responsável pela exploração do estabelecimento e ao titular de direito real e ao arrendatário do imóvel ou da fração autónoma onde se situa o estabelecimento comercial).

4) Quais os documentos que justificam a candidatura ao projeto? Além dos formulários, a inscrição é justificada por uma breve memória descritiva e justificativa da apresentação da

³⁷ Inicialmente o grupo era composto pelas seguintes pessoas: Armando Caeiro — Presidente do Grupo Amigos de Lisboa; Ana Tostões — Arquitecta Professora Catedrática do Técnico, Universidade de Lisboa / DoCoMoMo; André Teixeira — Professor Auxiliar do Departamento de História da FCSH-UNL; Carla Salsinha — União das Associações do Comércio e Serviços; Paulo Ferrero — Fórum Cidadania Lx /Circulo das Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa; Raquel Henriques da Silva — Historiadora de Arte Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa; Rosa Pomar — Empresária e Investigadora; Teresa Barata Salgueiro — Geógrafa, Professora Catedrática da Universidade de Lisboa (IGOT); Appio Sottomayor — Olisipógrafo; Catarina Portas — Empresária; Giacomo Scalisi — director artístico Teatro das Compras; José Sarmiento de Matos — Historiador; Marina Tavares Dias — Historiadora; Rita Murias, designers (arquivo de letreiros comerciais); Representante da AHRESP (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal); Barbara Coutinho — Directora do MUDE (Museu do Design e da Moda).

candidatura, abordando os seguintes itens: caracterização da atividade comercial; descrição do património material, cultural e histórico; história da loja e seu significado para a vida económica, social, e cultural da cidade de Lisboa; e fotografias antigas e atuais dos estabelecimentos.

5) Quem analisa a candidatura? O Grupo de Trabalho analisa a candidatura, mas a proposta de decisão sobre a atribuição da distinção “Lojas com História” compete ao Presidente da Câmara Municipal de Lisboa ou ao vereador com competência delegada na área do comércio ou economia, depois de consultado o Conselho Consultivo e de realizada a audiência aos interessados.

6) Qual a contrapartida para a loja? Uma placa indicativa dessa atribuição, a divulgação da loja pela Câmara Municipal de Lisboa através do seu *site*, bem como do *site* “Lojas com História”, e divulgação turística.

7) Por quanto tempo? No mínimo quatro anos, sendo renovada automaticamente em alguns casos.

8) As lojas podem perder a distinção? Sim, se sofrerem alterações do seu património material.

2.4.1 Como se faz a pontuação?

Para ser considerada uma “loja com história” a loja tem de satisfazer duas regras:

1 — Cumprir obrigatoriamente um critério em cada núcleo;

2 — Cumprir mais de 50 % dos critérios, no total dos três núcleos (11 no mínimo para retalho e 10 no mínimo para restauração e bebidas).

A pontuação é feita a partir da atribuição de valores que posteriormente serão somados. Cada critério vale um ponto (à exceção do critério 1.1, onde se valoriza 1 ponto por cada 25 anos de atividade, até um máximo de três pontos).

Os critérios são definidos a partir de três categorias principais ou "núcleos": a) atividade, b) património material, e c) património cultural e histórico. Este aspeto do projeto talvez seja um dos mais interessantes, pois trata de perceber como temas de debate em instâncias como a UNESCO se traduzem no quotidiano dos projetos patrimoniais.

a) Quando se pontua atividade, considera-se: a longevidade [aplicável a lojas com mais de 25 anos de atividade], significado para a história comercial da cidade, existência de oficinas e (ou) produção própria, se a produção é nacional, se o produto tem uma identidade ou marca própria;

b) No que concerne ao património material, tem-se o seguinte: articulação entre o projeto (arquitetónico, interiores e *design*) com o modelo de negócio e os serviços prestados, conservação organizada de artefatos e documentos relacionados com o estabelecimento e sua atividade, salvaguarda do acervo e espólio e sua utilização na divulgação do estabelecimento;

c) Medindo o património cultural, considera-se o seguinte: se é uma loja de referência na memória coletiva dos cidadãos, se se salvaguarda e divulga os conteúdos intangíveis que possam contribuir para a valorização do estabelecimento e marca.

3. Como medir o sucesso da empreitada?

Amplamente acompanhado pela imprensa, o plano é inovador e ainda está em curso; efetivamente, não só está sendo ampliado como começa a apresentar os primeiros resultados, mas também as primeiras questões. É por essa razão que se considera essencial uma avaliação para a compreensão de seus conceitos, construção teórica e prerrogativas, e para a verificação da possibilidade de se estabelecer um modelo transportável para outras situações. Tal análise busca responder, principalmente, a quatro questões principais em vertentes conceituais e práticas:

- a) Realizar uma avaliação global do plano, ou seja, fazer uma análise dos documentos administrativos;
- b) Averiguar o sucesso dos programas e planos subordinados ao plano;
- c) Perceber se o plano estabelece um modelo viável para outras situações;
- d) Discutir as questões relativas à identidade, ao património e à sua relação com o consumo.

O primeiro resultado expectável do plano é que ele assegurasse a existência dessas lojas e, de maneira correlata, o interesse turístico, e tivesse sua importância reconhecida no que tange à identidade local. Um aspeto análogo é o quanto esse plano se inspira em (e inspira) outros.

3.1 Gestão do programa

Primordialmente, a análise depende dos objetivos do próprio programa. A gestão do plano é aqui feita a partir do monitoramento da sua execução³⁸. Para cada meta e ação escolheu-se um indicador (detalhe informação / resultado) para servir como fonte de aferição que deve ser medido.

³⁸ Brasil — Ministério da Cultura, Joana Lira (ilust.) (2013). *Como fazer um plano de cultura. / Brasil*, São Paulo e Brasília, Instituto Via Pública e Ministério da Cultura, pp. 68-71.

As informações a respeito destes indicadores foram recolhidas através das atualizações no *site* próprio do plano³⁹ e através do acompanhamento das notícias veiculadas pela imprensa.

A gestão é o processo de coordenação das atividades de trabalho de forma a serem cumpridas com eficiência (“doing things right”) — no que tange aos recursos — e eficácia (“doing the right things”) — no que tange aos objetivos —. Em qualquer “projeto”, o objetivo é obter o máximo de *output* com o mínimo de *input* (“produtividade”).

O programa é essencialmente aquilo que depois de um levantamento e prospeção se decidiu fazer. Mas o plano ainda contém o como e o para quê de decidir-se traçar aqueles objetivos: como o plano vai se organizar, quais serão os recursos e como serão utilizados — ou seja, trata-se de uma proposta para o futuro com o objetivo de melhorar alguma situação já existente.

Através da análise da documentação colocada à disposição no próprio *site* do plano — a respeito da proposição e aprovação legal — é possível perceber as seguintes metas, às quais se afigure os seguintes indicadores da tabela que aqui elaboramos.

Tabela 3.1 | Metas e indicadores de aferição

	<i>Meta</i>	<i>Prazo</i>	<i>Indicador</i>	<i>“Fonte de aferição”</i>
<i>Plano</i>	Sobrevivência das lojas	Indefinido. O projeto não tem data para terminar.	Manutenção das lojas em funcionamento	Jornais, revistas e outros meios de divulgação sobre o encerramento ou não das lojas.
<i>Programa</i>	Ajudar as lojas financeiramente	Indefinido	As lojas conseguem restaurar seu mobiliário e adequem-se melhor ao comércio atual.	Jornais, revistas e outros meios de divulgação

Fonte: Tabela elaborada a partir da legislação.

Para além dos resultados práticos deste plano também existem os resultados correlatos, que podem aumentar em muito o seu interesse e as benesses de sua instauração. Por exemplo, o aumento

³⁹ Câmara Municipal de Lisboa (2018), *Lojas com História*. Disponível em www.lojascomhistoria.pt (último acesso em 16/10/18).

do número de turistas, ou o aumento do reconhecimento do centro como marco identitário lisboeta, entre outros. Esses objetivos podem não ser primários ao plano em si, mas não são menos relevantes para sua implantação. Um outro ponto interessante é como o plano se articula com outros projetos e situações socioeconômicas que agora ocorrem em Lisboa, como a requalificação urbana e o regresso do interesse pelo centro das cidades — sobretudo turísticas.

3.2 Promoção

O projeto contou com ampla promoção em diversos meios de comunicação e de diversas formas. Segue-se uma breve descrição de algumas delas.

3.2.1 Livro

O livro *Lojas com História: Lisboa* foi publicado pela editora Tinta da China em novembro de 2017, em edição bilingue português-inglês. O livro é apresentado da seguinte maneira pela editora:

CONHEÇA LISBOA PELO SEU COMÉRCIO TRADICIONAL E HISTÓRICO

Álbum ilustrado, com centenas de fotografias.

Agora em livro, um dos mais importantes projectos de preservação da identidade de Lisboa: um itinerário alternativo aos clichês turísticos da capital, num objecto que vem fixar um património iconográfico, histórico, social, cultural e, naturalmente, comercial.

«As cidades são sempre caracterizadas pelo seu comércio. Não exclusivamente dentro do binómio compra e venda, mas naquilo que se vê, que se ouve, que se cheira, que se partilha. Uma loja, mesmo sem se alterar significativamente, contribui para a identidade da cidade em épocas diferentes. *Lojas com História* decorre da observação e do reconhecimento do universo comercial de Lisboa, tendo sido identificados três grandes eixos em torno dos quais se situam os factores que caracterizam estes estabelecimentos: a actividade, o património material e o património cultural e histórico. Esta visão global, onde a experiência e o saber-fazer acumulados ao longo de anos se unem na construção de um negócio, acaba por ser o conceito mais valorizado no processo — e que se pretende que seja cada vez mais valorizado pelos próprios lojistas e pelos consumidores.»⁴⁰

[Livro feito em parceria com a Câmara Municipal de Lisboa no âmbito do projeto “Lojas com História.”]

Com trezentas e quatro páginas, a obra traz uma grande quantidade de ilustrações e histórias sobre as lojas, e inclui também uma cronologia; contudo, o seu volume não é de elevada mobilidade — nem a intenção parece ser a de um guia turístico. A qualidade do papel é boa, mas não o suficiente para seja um título de “coffee table book”. O formato reduzido também não o tornaria palpável para este fim. Embora o conteúdo seja simpático para um turista, o *site* é muito mais interessante e

⁴⁰Tinta da China [2018], *Lojas com História*. Disponível em <https://goo.gl/itrjND> (último acesso em 28/10/18).

interativo. Mas o maior problema da obra é o preço: neste momento o livro é vendido a trinta e dois euros e noventa cêntimos na FNAC.

3.2.2 *Site* do plano

O *site* do plano é provavelmente um dos melhores e mais interessantes materiais de divulgação. O *site* é bilingue e tem documentários sobre as lojas, um mapa onde se pode encontrar as respetivas localizações e ter informações várias sobre elas — a partir das seguintes rubricas: contatos, a loja, produtos e serviços, espaço e lojas relacionadas. É possível também obter informações sobre o projeto e sobre as candidaturas. O *site* ganhou o Prémio Sapo de Media Digital em 2017⁴¹. Tem o mérito de ser muito claro e fácil de navegar. Com um fundo predominantemente branco, o destaque está nas lojas: é muito ilustrado pelas fotos, traz documentários temáticos e procura ser claro com seu utilizador, na medida em que fornece os documentos que regulamentam o projeto. Há também seleções temáticas de lojas para os que queiram fazer percursos, além de ter um acesso fácil aos média sociais, onde a interlocução com o público é mais ampla.

O projeto conta ainda com uma página de Facebook, um perfil no Instagram e uma página na plataforma Vimeo, abriga e possibilita a reprodução dos vídeos disponíveis no próprio *site*. São quatro os vídeos até ao presente: um de apresentação do projeto, com 1m37', intitulado *Lojas com História*, um segundo sobre os ofícios, com 17m23', um terceiro sobre os tecidos, com 13m7', e um quarto intitulado *Sabores*, com 12m42'. É importante destacar a qualidade da fotografia dos vídeos, o uso de cores saturadas e a edição acurada, o que os tornam muito palatáveis. A plataforma Vimeo tem assim mais a função de alojamento do que de comunicação.

3.2.3 Exposição⁴²

Não se fará aqui uma discussão ou crítica sobre conceitos teóricos que nortearam a expografia da exposição, já que tal debate não contribuiria diretamente para o tema aqui escolhido, mas cumpre apresentar-se uma breve explanação da exposição enquanto divulgação do programa. O objetivo foi dar a conhecer algumas das lojas com história, através de objetos, fotos e documentos que rememoram seu passado e são evocativos da memória dos visitantes. A exposição, situada no

⁴¹ Sapo (2017), “Conhecidos os vencedores dos Prémios SAPO 2017”, *Sapo*. Disponível em <https://goo.gl/QH2FPa>, (último acesso em 28/10/18).

⁴² As fotografias tiradas durante a visita à exposição encontram-se em anexo.

número 134 da Rua da Conceição e aberta ao público inicialmente entre os dias 7 de setembro até 21 de outubro de 2017, foi organizada com uma recepção e contextualização histórica e geográfica e alguns núcleos temáticos, como Lisboa Vaidosa, Lisboa à Mesa, Tudo é Remédio, Sopa de Letras, os Vícios de Lisboa, De Tudo um Pouco e Lisboa dos Ofícios, cada um deles reunindo um conjunto de lojas similares.

A localização, neste caso, é um aspeto importantíssimo, já que estava próxima de lojas distinguidas, emulando área central, e próxima dos turistas. Contudo, o horário restrito revelou-se fator negativo: só era possível visitar a exposição de terça a sábado, entre as 12h e as 18h30. Apesar da localização ser interessante, assim como os objetos apresentados, enquanto proposta museológica não se pode distinguir nenhum tratamento diferenciado: o tema parece ter bastado por si só e a exposição estava centrada mais na história e nostalgia das lojas do que no projeto ou em novas propostas museológicas.

3.2.4 Redes sociais

Elaboramos aqui um quadro com dados sobre o plano dos dois média mais importantes. Para efeitos comparativos, estabelecemos uma correlação com outros projetos aqui mencionados. É inegável que a publicidade virtual se tornou importante para os eventos e projetos culturais e tem a seu favor o baixo valor orçamentário. É preciso ressaltar que os números baixos de "seguidores" ou poucos "gostos" em uma determinada plataforma não significam a baixa adesão a um projeto; ao contrário, faz parte de uma boa estratégia de *marketing* saber onde estarão os *stakeholders*, que podem ser poucos, mas muito engajados, e onde a publicitação é mais eficaz.

Para efeitos de comparação averiguaram-se os números deste e de projetos semelhantes que serão apresentados adiante. Segundo é possível observar na plataforma Facebook, os projetos “Porto de Tradição”, e “Associação Europeia dos Cafés Históricos” (EHI-CA) não são mencionados porque não têm páginas próprias — os projetos portugueses têm um maior envolvimento do público, tanto na constituição de páginas quanto de “gostos” ou “seguimentos”. Entre esses, o “Lojas com História” é o plano com maior número de “gostos”, maior periodicidade de publicações e maior quantidade de críticas.

Tabela 3.2 | Análise comparativa da interação entre público e projetos de salvaguarda de lojas históricas no Facebook

	Lojas com história	Círculo das lojas de carácter e tradição de lisboa	Ruta dels emblemàtics	Associazione botteghe storiche di roma	Rota dos cafés com história
Página	https://www.facebook.com/lojascomhistoria/	https://www.facebook.com/circulolajas/	https://www.facebook.com/rutadelsemblematics/	https://www.facebook.com/Associazione-Botteghe-Storiche-Roma-313789035297930/	https://www.facebook.com/rotadoscafescomhistoria/
“Gostos” da página	8784 pessoas	3199 pessoas	426 pessoas	630 pessoas	2395 pessoas
Quantos a seguem	8903 pessoas	3172 pessoas	431 pessoas	621 pessoas	2380 pessoas
Publicações (em média)	1 a cada 2 dias: — Fotos; — Divulgação de eventos relacionados com o tema na agenda.	2-3 por dia com intervalos de alguns dias (2-6) entre elas: — Fotos.	1 a cada 5-10 dias: — Promoção de artigos; — Permite a leitura <i>online</i> da última edição da revista do projeto.	1 a cada 2-20 dias: — Fotos; — Artigos.	Não há periodicidade regular: — Fotos; — Eventos.
Críticas	27 críticas positivas (26 com 5 estrelas e 1 com 4 estrelas).	1 negativa a uma loja.	Não há.	5 críticas de 5 estrelas.	Não há.

Fonte: Produção própria, realizada no dia 04 de Junho de 2018.

Instagram

Quanto ao Instagram existem duas vertentes de análise: uma é o perfil colocado *online* pelo próprio projeto e a *hashtag* — que pode ser proposta pelo perfil ou não. O perfil é um emissário de imagens que podem ser das próprias lojas, de eventos de pessoas participantes do projeto, entre outros. Já as *hashtags* podem ser utilizadas pelos promotores dos perfis, mas também podem ser utilizadas por qualquer outro utilizador do Instagram. Por isso, podem servir para dar uma ideia do envolvimento do público com o projeto, a sua opinião e quais os detalhes ou ações que pareceram mais interessantes. As *hashtags* são importantes como instrumento de medida.

De todos os projetos mencionados apenas três têm perfil no Instagram, mas praticamente todos têm uma *hashtag*. O caso mais latente é o da “Rota dos Cafés com História”, cuja *hashtag* tem cento e trinta e quatro usos, sem que haja um perfil. Porém, é inegável que o trabalho de divulgação também gera um número muito maior de envolvimento. As “Lojas com História” têm 2 227 seguidores e 244 publicações, com uma periodicidade regular e constante, e como resultado 901 fotos com a *hashtag* *#lojascomhistoria*. Trata-se de um bom exemplo dentro do plano, mas que ainda pode crescer, talvez expondo um aviso sobre este recurso nas próprias lojas.

Tabela 3.3 | Análise comparativa da interação entre público e projetos de salvaguarda de lojas históricas no Instagram

	Lojas com história	Círculo das lojas de carácter e tradição de lisboa	Ruta dels emblemàtics	Rota dos cafés com história	Porto de tradição
Endereço	lojascomhistoria_lisboa	circulolojas Seguir	rutadelsemblematics		
Publicações	244	27	2		
Seguidores	2 227 seguidores	62 seguidores	48 seguidores		
Periodicidade	1 a cada 1-2 dias.	1-2 por mês (em dias próximos).	Não há.		
Primeira publicação	10 de maio de 2017	5 de julho 2016	29 de janeiro (s.d.)		
Hashtag	#lojascomhistoria	#circulolojas	#rutadelsemblematics	#rotadoscafesco mhistoriadeportugal	#portodetradição
Número de publicações da hashtag	901	3	157	134	1

Fonte: Produção própria, realizada no dia 04 de Junho de 2018.

Para além destas duas plataformas, os projetos têm perfis em outras, mais difíceis de serem comparadas. O “Lojas com História” tem quatro vídeos no Vimeo, a “Ruta dels emblemàtics” tem cinco vídeos com poucas ou nenhuma visualização no Youtube, a “Associazione Botteghe Storiche di Roma” tem um perfil no Twitter com vinte e oito *tweets*, vinte e cinco seguidores e dezoito “gostos”.

Essa análise permitiu perceber que os média sociais têm sido subaproveitados nos projetos mencionados; neste sentido, o projeto “Lojas com História” tem mostrado mais atenção a este tipo de publicitação. Aqui tratou-se particularmente dos projetos, mas não pode deixar de ser mencionado que, no que tange aos turistas, aplicativos como o Tripadvisor e semelhantes são fundamentais para

que se dê conhecimento dos estabelecimentos. Por exemplo, a Luvaria Ulisses tem nesta plataforma duzentas e trinta e seis avaliações, com uma média de cinco estrelas.

3.2.5 Divulgação de notícias na imprensa

Acompanhámos as publicações de artigos em jornais, revistas e telejornais durante esta pesquisa. Os artigos servem de referência bibliográfica a muitos dos temas aqui tratados, sendo mencionados ao longo deste volume. Um dossiê de publicações pode ser consultado em anexo. De maneira geral, o tom é bastante elogioso, dando conta das novidades do projeto — graças ao contato direto entre a Câmara Municipal de Lisboa e os jornais; também os estabelecimentos históricos fechados são alvo de interesse da imprensa. A seguir apresentamos os dados mais relevantes retirados deste dossiê anexo, para por fim serem traçadas algumas conclusões.

Quantas publicações de cada periódico?

Como se pode destacar, o tema das “lojas com história” repercutiu em praticamente todos os média portugueses, bem como até em alguns internacionais. Assim como era expectável, as publicações maiores têm um número proporcionalmente maior de publicações: o *Público* fez vinte e um artigos com este tema; o *Observador* dezanove; o *Diário de Notícias* catorze. Em número menor, mas ainda digno de nota, foram as publicações do *Expresso*: cinco; e a *TVIPlayer*, igualmente com cinco emissões. Os demais média contam com um número entre uma e duas publicações⁴³.

Este levantamento não levou em conta blogs e *sites* de publicações exclusivas para a *internet*, à exceção dos *sites* *NIT* e *O Corvo*, respetivamente com cinco e onze publicações. A razão para esta intenção está na importância e seriedade destes endereços virtuais e, sobretudo, no facto de que *O Corvo* fez um bom acompanhamento crítico do projeto.

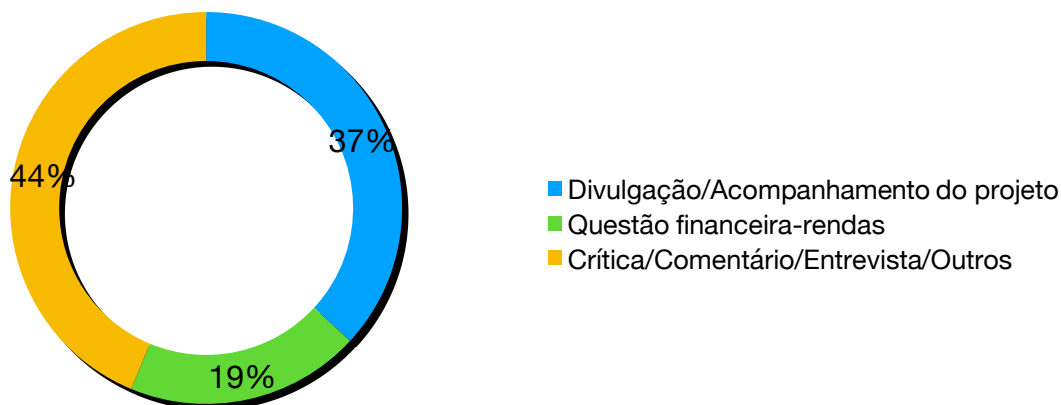
Quais as questões preponderantes?⁴⁴

⁴³ Em números absolutos, tem-se o seguinte: *Jornal de Negócios*: 5, *Time Out*: 9, *O Corvo*: 12, *Idealista*: 2, *Observador*: 18, *Magg*: 1, *NIT*: 5, *Expresso*: 5, *Diário de Notícias*: 14, *Sol-SAPO*: 4, *Público*: 21, *Sábado*: 2, *Hard Music*: 1, *Skift*: 1, *Sapo*: 2, *Dinheiro Vivo*: 2, *TVIPlayer*: 5, *ECO*: 2, *Shifter*: 1, *CMJornal*: 1, *The Spaces*: 1, *SAPO*: 2, *Rádio Comercial*: 1, *TSF*: 3, *PressTur*: 1, *Publituris*: 1, *Evasões*: 1, *Visão-SAPO*: 4, *Folha*: 1, *FashionNetwork*: 2, *Notícias Ao Minuto*: 1, *EsquerdaNet*: 1, *Zeit*: 1, *BoasNotícias*: 1, *Globo*: 1, *Sic Notícias*: 2

⁴⁴ “Divulgação / Acompanhamento do projeto”: 59 casos; “Questão financeira / rendas”: 31 casos; “Crítica / Comentário / Entrevista / Outros”: 69 casos.

Para compreender de maneira ampla qual era o principal conteúdo da emissão dos artigos criaram-se três categorias principais: 1) “Divulgação / Acompanhamento do projeto”, 2) “Questão financeira / rendas”, 3) “Crítica / Comentário / Entrevista / Outros”. Esta divisão justifica-se pela necessidade de compreender se o artigo em questão era um meio de divulgar o projeto ou de discutir a questão das rendas — um tópico mencionado também em artigos e periódicos específicos sobre negócios e taxaço de impostos —, e, por último, de delimitar os artigos mais relevantes para a pesquisa: aqueles que permitem conhecer opiniões e manifestações de figuras públicas, entidades e moradores.

Gráfico 3.1 | Percentagem de artigos por tipologia estudada



Fonte: Produção própria a partir do levantamento do Dossiê de Imprensa⁴⁵.

Entre os média mais conhecidos, o *Público*, que fez vinte e um artigos sobre o tema, lançou dezassete textos do tipo “Crítica / Comentário / Entrevista / Outros”, publicou nove artigos de “Divulgação / Acompanhamento do projeto” e seis sobre a “Questão financeira / rendas”. Quanto ao *Observador*, a maior parte das publicações também se encontra na terceira categoria: quatorze, contra quatro para “Divulgação / Acompanhamento do projeto” e três para a “Questão financeira / rendas”. Já o *Diário de Notícias* preocupou-se mais com a divulgação do projeto, com dez publicações sobre o tema, e igualmente cinco sobre a “Questão financeira / rendas” e com “Crítica / Comentário / Entrevista / Outros”. Em resumo, é possível dizer que os grandes média não só tiveram uma importância fundamental na promoção do projeto — já que qualquer tipo de texto permite no fundo reafirmar sua importância — como também foram os maiores responsáveis pela divulgação de críticas e outro tipo de textos passíveis de proporcionar debates.

⁴⁵ O Dossiê de Imprensa encontra-se em anexo.

Em suma, eis o maior porcentual: o dos textos de tipo “Crítica / Comentário / Entrevista / Outros” — o que se justifica pela amplitude desse critério (e como este ponto é exatamente o mais relevante ele será tratado pormenorizadamente a seguir). Em segundo lugar, em “Divulgação / Acompanhamento do projeto” cabem artigos de caráter diverso, indo desde anúncios à aprovação do projeto e seus trâmites jurídicos ou à inclusão de novas lojas, até artigos dando a conhecer as lojas e os produtos que elas vendem — sobretudo quando próximos de datas de apelo comercial.

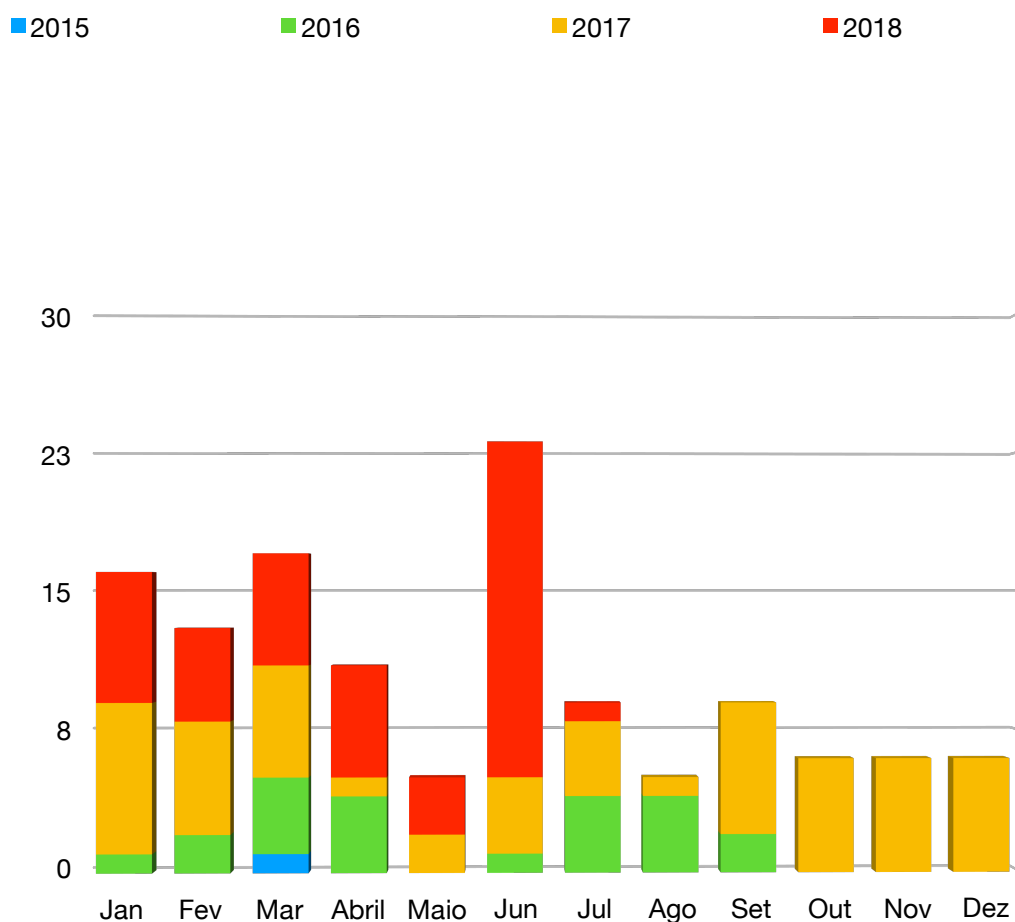
É fundamental salientar dois aspetos fundamentais: 1) considerou-se que cada artigo podia inserir-se nos três critérios principais de maneira concomitante, o que de facto se mostrou recorrente; 2) ainda que seja o menor porcentual — já que o critério foi tema principal —, o tema financeiro ou das rendas dificilmente não era mencionado nas publicações.

Qual o maior período de publicação?⁴⁶

Como o gráfico seguinte indica, o projeto “Lojas com História” começa a ser mencionado em março de 2015, mas tem uma progressão inconstante até setembro de 2015. No ano seguinte o projeto é mencionado de maneira constante, à exceção de maio e novembro. No ano seguinte, houve um aumento de publicações com relação ao ano anterior, com exceção de abril até agosto. Em 2018, as publicações caíram um pouco com relação ao ano anterior, com exceção de junho, havendo um pico por conta do fecho da pastelaria Suíça.

⁴⁶ Julho 2018: 1, junho 2018: 18, maio 2018: 3, abril 2018: 6, março 2018: 6, fevereiro 2018: 5, janeiro 2018: 7, dezembro 2017: 6, novembro 2017: 6, outubro 2017: 6, setembro 2017: 7, agosto 2017: 1, julho 2017: 4, junho 2017: 4, maio 2017: 2, abril 2017: 1, março 2017: 6, fevereiro 2017: 6, janeiro 2017: 8, dezembro 2016: 1, outubro 2016: 2, setembro 2016: 2, agosto 2016: 4, julho 2016: 4, junho 2016: 1, abril 2016: 4, março 2016: 4, fevereiro 2016: 2, janeiro 2016: 1, dezembro 2015: 2, novembro 2015: 2, outubro 2015: 1, setembro 2015: 1, junho 2015: 2, abril 2015: 1, março 2015: 1.

Gráfico 3.2 | Número de publicações por mês e por ano



Fonte: Produção própria a partir do levantamento do Dossiê de Imprensa

Considerações sobre a publicação dos artigos

O dossiê de imprensa foi elaborado na perspectiva de compreender melhor a opinião pública e tentar perceber o quanto ela teria potencial para influenciar o conhecimento e aprovação do projeto por parte da sociedade portuguesa, além do espaço que é dado ao assunto nos veículos de comunicação. A ideia do dossiê e da própria grelha devem, em boa parte, ser creditados ao trabalho de Henrique José Lopes Pereira, “O Público e o Privado na Gestão do Património Cultural: sobre o Programa Revive” (PEREIRA, 2017). Os comentários aos artigos não foram levados em consideração, já que este não era exatamente o objetivo desta pesquisa, e para este tipo de análise é requerida uma metodologia específica, na medida em que se trata de um recorte e abordagem particulares.

Para a rápida visualização do conteúdo dos artigos criaram-se três categorias — 1) “Divulgação / Acompanhamento do projeto” 2) “Questão financeira / rendas”; 3) “Crítica / Comentário / Entrevista / Outras” —, o que se explica sobretudo pelo interesse em esmiuçar os conteúdos dos pontos 2 e 3, tendo em consideração que a divulgação de dados no projeto — ou seja o ponto 1 — obedece a decisões tomadas pelo grupo de trabalho e pelas esferas políticas e jurídicas, sendo essas decisões e votações publicadas.

Contudo, a categorização aqui proposta mostrou-se ligeiramente falaciosa na medida em que o assunto das rendas, mesmo que não fosse o tema principal do artigo, esteve quase sempre presente. Com efeito, a questão das rendas revelou-se problema fundamental do projeto e é mesmo possível indagar se ele existiria se a situação especulativa da cidade de Lisboa fosse diferente — o que leva a considerar o quanto o projeto aparece pela necessidade de uma “salvação patrimonial”, mas sua própria constituição jurídica não podendo ser utilizada para este fim: o projeto serve para promover as lojas, mas a loja não pode pedir sua inserção no projeto se já estiver na iminência de sair do seu espaço físico por conta de decisões tomadas em favor do proprietário. Ou seja, ela protege aquelas lojas que já sobrevivem sem o projeto. Segundo se percebeu no dossiê de imprensa, esta é a maior crítica às “Lojas com História”.

Como se pode perceber, o congelamento das rendas⁴⁷ criou uma situação de “bolha”⁴⁸. O lado reverso, nunca citado, é de que congelou a economia. O valor das rendas não subia, mas — possivelmente — a capacidade de compra também não. E, assim, muitas lojas permaneceram inalteradas, também porque os proprietários não tinham como investir. Quando o projeto foi iniciado, muitas lojas e estabelecimentos comerciais já estavam em decadência há décadas⁴⁹. Essa situação tornou-se difícil de gerir, já que aquilo que preservou as lojas também deve ter sido o que fez com que uma boa parte delas parasse seus negócios no tempo ou se acostumassem a uma situação que hoje passa por rápidas transformações. Segundo a nova lei dos arrendamentos, em caso de necessidade de

⁴⁷ A subida dos preços dos arrendamentos é discutida em ALEMÃO, Samuel [2016], “Tem de haver um limite ao aumento das rendas para salvar comércio tradicional”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/L2sxHV> (último acesso em 19/08/18).

⁴⁸ Rousseau considera que a geografia e suas características sociais tem impacto importante neste processo. Como o recorte não está aqui limitado a lojas centenárias mas a comércios com vários recortes temporais, esta conclusão não serve de explicação por si só: “Quando em 2014, José António Rousseau foi surpreendido por algumas conclusões da sua tese de mestrado que estudava a *Resiliência do retalho independente centenário de Lisboa*: os 47 negócios — que tinham ultrapassado a barreira dos 100 anos — localizavam-se todos nas zonas da Baixa e do Chiado. “Se estas lojas estivessem localizadas fora da baixa, provavelmente já não existiam”, nota o autor deste estudo que o aprofundou agora na tese de doutoramento e a passou para o livro *Resiliência do Comércio — As lojas centenárias de Lisboa*.” MOREIRA, Cristiana Faria (2017), “Numa Lisboa com cada vez mais novas centralidades, as lojas centenárias resistem na Baixa e no Chiado”, *Público* (06/11). Disponível em <https://goo.gl/pnsza5> (último acesso em 23/06/18).

⁴⁹ CARDOSO, Margarida David (2016), “Vá-vá é mais um histórico de Lisboa ‘à espera que alguém lhe pegue’”, *Público* (04/12). Disponível em <https://goo.gl/FpzV14> (último acesso em 18/08/18).

reformas urgentes no edifício, o ocupante tem seis meses para o fazer; mas, como bem observado⁵⁰, nada garante a reforma imediata após a desocupação. São situações como esta que dão margem para a sensação de que a lei — “a lei da doutora Cristas”⁵¹ — pode estar sendo utilizada para um desalojamento compulsório de estabelecimentos que poderiam ser protegidos pelo projeto “Lojas com História”⁵², mas acabam por não o ser por conta do impedimento de participar do programa se o proprietário já tiver entrado com uma ação legal contra o ocupante.

Também não pode ser deixado de lado o facto de que os apoiantes do projeto não necessariamente são ávidos consumidores dos produtos das lojas. Uma crónica muito interessante no *Observador* exemplifica as razões que fizeram os moradores de Lisboa deixar de consumir nestas lojas⁵³.

Trata-se sobretudo de uma luta pela memória e por uma “identidade lisboeta” que os inqueridos pelos jornais e sites sentem estar perdendo, especialmente porque não se conhecem os compradores dos estabelecimentos comerciais ou mesmo dos prédios. Em vários artigos, esse sujeito jurídico oculto é mencionado. As negociações são feitas com fundos de investimento maioritariamente estrangeiros: um capital financeiro contra o qual lojistas pobres da terceira idade não conseguem lutar. Configura-se uma autêntica batalha entre David e Golias. E o pior: esses fundos estrangeiros sem cara também não têm coração: em artigos⁵⁴ é mencionado o receio de que quando a onda de turistas desaparecer esses prédios sejam abandonados ou fiquem vazios e esse pequeno momento de lucro só sirva para alimentar os cofres de estrangeiros.

⁵⁰RICO, Carolina (2017), “Prédio novo por cima, loja centenária no rés-do-chão. Um acordo possível?”, *Notícias ao minuto* (12/02). Disponível em <https://goo.gl/P4vaPF> (último acesso em 18/08/18); ALEMÃO, Samuel [2016], “Tem de haver um limite ao aumento das rendas para salvar comércio tradicional”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/L2sxHV> (último acesso em 19/08/18).

⁵¹MADREMEDIA / LUSA (2018), “No Dia Mundial do Livro Marcelo foi ao Chiado visitar um alfarrabista prestes a fechar portas”, *Sapo24* (23/04). Disponível em <https://goo.gl/RV4zed> (último acesso em 18/08/18) e ALEMÃO, Samuel [2017], “[Câmara de Lisboa responsabiliza Assunção Cristas por fecho de muitas lojas históricas]”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/6NjLEf> (último acesso em 19/08/18).

⁵²PINCHA, João Pedro (2015), “Goodbye Casa Alves? Mais uma loja tradicional de Lisboa em risco de fechar”, *Observador* (26/11). Disponível em <https://goo.gl/WPIWqx> (último acesso em 18/08/18).

⁵³PEREIRA, Ricardo Martins (2018), “Crónica. Fecharam a Pastelaria Suíça? E agora onde é que bebo um café e uma água por 4 euros e tal?”, *MAGG* (28/06). Disponível em <https://goo.gl/e2d2Ao> (último acesso em 16/08/18).

⁵⁴MARQUES, Catarina Vaz (2016), “Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer”, *Público* (27/03). Disponível em <https://goo.gl/UE3ARH> (último acesso em 16/08/18), SEM AUTOR (2017), “Casas em Lisboa são quase três vezes mais caras do que nos arredores”, *esquerda.net* (26/01). Disponível em <https://goo.gl/zXhHoF> (último acesso em 16/08/18), PEREIRA, Catarina Gonçalves (2018), “‘Querido Rafael Nadal, não mate as nossas memórias.’ Lisboaetas pedem que salve a Pastelaria Suíça”, *Observador* (29/06). Disponível em <https://goo.gl/VzCBkG> (último acesso em 16/08/18), LOPES, Diogo (2018), “A célebre pastelaria Suíça, em Lisboa, vai fechar”, *Observador* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/Cpf8wN> (último acesso em 13/09/18), PEREIRA, Catarina Gonçalves (2019), “A pastelaria Suíça chegou a ter 200 empregados. Agora ‘os turistas são muitos, mas consomem pouco’”, *Observador* (28/06). Disponível em <https://goo.gl/8yRnZe> (último acesso em 16/08/18), BAUMGARTNER, Barbara (2017), “Das Geschäft ihres Lebens”, *Zeit* (18/01). Disponível em <https://goo.gl/XsEqR8> (último acesso em 16/08/18).

Uma figura ganhou destaque nesta batalha: Catarina Portas. Citada em vários artigos⁵⁵, é justamente a criadora d'A Vida Portuguesa, uma loja voltada para turistas com produtos nostálgicos portugueses, e é quem mais se manifesta e tece críticas ao projeto aqui em discussão. Um ponto fundamental que a empresária levanta é a atratividade turística destas lojas, que para ela são fundamentais até para as “Zaras” e “H&Ms”, já que atraem turistas para as suas redondezas. O argumento é pautado na ideia de que lojas históricas e lojas de rede não se canibalizam, antes potenciam atratividade mutuamente. E, afinal, o centro só se definiu como “centro comercial” por conta das lojas históricas.

Essas são as razões pelas quais o fecho das lojas gera tanta repercussão na comunicação social. O caso mais emblemático do conjunto é o da Pastelaria Suíça, cujo encerramento foi anunciado em junho de 2018. A notícia gerou catorze artigos. Entretanto, nenhum deles negava o facto de a clientela ter desaparecido nas últimas décadas, de os preços terem ficado impossíveis de acompanhar pelos consumidores, da ausência de facilidades modernas (como o WiFi) ou o facto de que o prédio precisar de reformas, mas boa parte dos artigos lamentava o encerramento da pastelaria que era “cartão postal” da cidade, onde tantos personagens históricos passaram, e que figurava entre os locais a que um turista deveria ir estando em Lisboa. Com efeito, os guias de Lisboa já consideram essas lojas como atrações turísticas da cidade. É certo que não se trata de monumentos, mas os cafés e a sua culinária também são patrimónios europeus.

A Suíça não foi a primeira grande baixa no projeto, contudo; o pior são os estabelecimentos comerciais que, mesmo inseridos no projeto, não estão salvaguardados deste fim, como a Livraria Aillaud & Lellos⁵⁶, a Casa Senna⁵⁷ e a Camisaria Pitta⁵⁸. A Tabacaria Martins, por exemplo, quase fechou, mesmo inscrita na lista:

A centenária Tabacaria Martins, fundada no século XIX, pelo avô da actual proprietária, no Largo do Calhariz, em Lisboa, vai fechar portas no final de Janeiro. Mesmo a classificação pela Câmara de Lisboa de “Loja com História” não foi suficiente para impedir o encerramento.

⁵⁵ Como em MARQUES, Catarina Vaz (2016), “Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer”, *Público* (27/03). Disponível em <https://goo.gl/UE3ARH> (último acesso em 16/08/18); COELHO, Alexandra Prado (2016), “Catarina Portas faz parceria para tentar salvar Casa Alves”, *Público* (11/03). Disponível em <https://goo.gl/2usr2q> (último acesso em 14/09/18); FERREIRA, Rita (2016), “A resposta de Catarina Portas ao novo McDonald’s: ‘Não quero o turismo a qualquer preço’”, *Observador* (11/03). Disponível em <https://goo.gl/nGMRXD> (último acesso em 14/09/18); GUIMARÃES, Joana e Cláudia Carvalho Silva (2016), “Que futuro para as lojas do passado?”, *Público* (03/01). Disponível em <https://goo.gl/RHD2QZ> (último acesso em 18/08/18).

⁵⁶ ALEMÃO, Samuel (2018), “A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na baixa turística, fechou de vez as suas portas”, *Shifter* (19/01). Disponível em <https://goo.gl/MJC92F> (último acesso em 27/06/2018); ALEMÃO, Samuel (2018), “A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na Rua do Carmo, fechou de vez as suas portas”, *O Corvo* (09/01). Disponível em <https://goo.gl/FGcJVg> (último acesso em 18/08/18).

⁵⁷ CRISTINO, Sofia (2018), “Há 184 anos de portas abertas na Baixa de Lisboa, Casa Senna pode encerrar este mês” (10/05). Disponível em <https://goo.gl/Q3MQgB> (último acesso em 18/08/18).

⁵⁸ FARINHA, Ricardo (2018), “Vai fechar a histórica Camisaria Pitta, aberta desde o século XIX”, *NIT* (09/03). Disponível em <https://goo.gl/s8omE6> (último acesso em 18/08/18).

O prédio onde a loja se situa foi vendido antes da obtenção da classificação, de que Ana Martins, a gerente, se tentou fazer valer para negociar o prolongamento do contrato com o novo senhorio, mas nada feito. De acordo com o site de notícias da capital “O Corvo”, o prédio vai ser remodelado para habitação de luxo. A gerente e os três funcionários da tabacaria vão ficar desempregados.

Existem actualmente 63 “Lojas com História” na lista da CML, mas actualmente, são isso mesmo: nomes numa lista. Embora esteja previsto um fundo municipal para apoiar os custos de conservação destes estabelecimentos, não está em vigor qualquer enquadramento legal de protecção para estes casos em que o proprietário decide simplesmente vender o imóvel.

“Percebe-se que tais instrumentos são apenas bandeiras, sem aplicação prática e que pouco ou nada significam. Nada na lei nos defende de uma situação destas”, disse Ana Martins ao “Corvo”.

Foi aprovado em Abril do ano passado um projecto de lei socialista para garantir “uma protecção contra o aumento expressivo das rendas” nas lojas históricas, mas a medida apenas se aplica ao arrendamento.⁵⁹

No caso da Tabacaria Martins, o estabelecimento pôde manter-se porque os novos proprietários decidiram pela manutenção. Em 2017, “A União das Associações de Comércio e Serviços (UACS) divulgou [...] que das 300 lojas que compunham o programa ‘Lojas com História’, da Câmara de Lisboa, [...] cerca de 120 fecharam”⁶⁰. Na iminência de um possível encerramento, a proprietária da Paris em Lisboa resumiu assim a situação: “Com a classificação dada pela autarquia, protegemos o património e o mobiliário, mas o proprietário continua a ter mais força”, equacionando a hipótese de “existir uma mega-loja do chinês onde hoje existe o Paris em Lisboa”⁶¹.

⁵⁹ SEM AUTOR (2017), “Com 145 anos de história, a lisboeta Tabacaria Martins vai fechar”, *Rádio Renascença* (05/01). Disponível em <https://goo.gl/FuVeL9> (último acesso em 18/08/18).

⁶⁰ LUSA (2017), “Cerca de 120 lojas históricas encerraram desde 2015. Paris em Lisboa está em risco”, *Observador* (25/01). Disponível em <https://goo.gl/Poyac2> (último acesso em 18/08/18).

⁶¹ *Ibidem*.

Como se pode perceber, há um conflito entre o projeto e a Lei do Arrendamento⁶², que pode ser alterada⁶³ (cf. o Projeto de Lei 155/XIII)⁶⁴ caso se pretenda uma efetiva proteção das lojas⁶⁵. Estão previstas alterações para 2019⁶⁶:

Em abril de 2016, o PS apresentou na Assembleia da República um projeto de lei para “definir um regime de classificação e de proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural”, através de alterações ao Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU) e ao Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados.

O documento está agora a ser apreciado na especialidade, para depois ser submetido a plenário. Além do projeto de lei do PS, existem outros semelhantes do PCP e do BE. Segundo o presidente do município, Fernando Medina, estas leis são “as duas maiores ameaças” aos estabelecimentos históricos.⁶⁷

Para muitos dos actores, a defesa do património comercial da cidade é fundamental até para cativar os turistas:

A porta-voz dos comerciantes lembra que este é o caminho certo se o objetivo é desertificar a Baixa. “Nada temos contra o alojamento local ou os hotéis, mas é preciso não esquecer que o pulmão das cidades é o comércio de proximidade. Vemos que existe uma visão estratégica para o turismo, mas não há uma visão estratégica para

⁶² “Duarte Cordeiro considerou que é a atual Lei do Arrendamento, da responsabilidade do antigo executivo, que tem causado o desaparecimento de muitos estabelecimentos. “Essa lei tem autores e nós queremos, efetivamente, corrigi-la. Os despejos não se devem ao município, mas aos autores da lei”, frisou.” CIPRIANO, Rita (2017), “Assembleia Municipal de Lisboa aprova fundo municipal ‘Lojas com História’”, *Observador* (31/01). Disponível em <https://goo.gl/P2vgVX> (último acesso em 25/06/18).

⁶³ “Em abril de 2016, o PS apresentou na Assembleia da República um projeto de lei para definir o “regime de classificação” e de “proteção das lojas e entidades com interesse público e cultural”, que se encontra atualmente em fase de apreciação na especialidade, através da alteração da Lei n.º 6/2006, de 27 de fevereiro, que aprovou o Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU), e do Decreto-Lei n.º 157/2006, de 8 de agosto, que aprovou ao Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados.” *Ibidem*.

⁶⁴ “Com o Projeto de Lei 155/XIII, o PS pretende que o prolongamento do período transitório do NRAU seja aumentado para cinco a dez anos, no caso das lojas históricas, e que seja assegurada a permanência dos estabelecimentos, mesmo que isso implique realojamentos temporários. A recomendação, apresentada pela relatora e deputada Simonetta Luz Afonso, da 7ª Comissão, sugere ainda a criação de um gabinete na Câmara de Lisboa, em articulação com a Associação de Turismo de Lisboa e a União de Associações de Comércio e Serviços, que faculte aos candidatos ao programa apoio jurídico e aconselhamento na “recuperação, restauro, remodelação e revitalização das lojas. A recomendação fala também na criação de um *site* com conteúdos relacionados com as “Lojas com História” que inclua propostas de “roteiros pelas várias áreas de atividade destas lojas, promoção de artigos e/ou atividades de âmbito cultural para animação”. Foi também sugerida “a formação de proprietários, lojistas e funcionários nas áreas de *merchandising*, vitrinismo, publicidade exterior, técnicas de aconselhamento e atendimento a clientes estrangeiros.” *Ibidem*.

⁶⁵ “Os centristas propõem também alterar a lei que regula a realização de obras em prédios arrendados, estabelecendo que, no caso de um proprietário pretender avançar com a denúncia do contrato de arrendamento para demolição, então isso não será possível no caso de um estabelecimento ou de uma entidade de interesse histórico e cultural local. A proposta do CDS é mais restritiva do que a do PS, noticiada esta segunda-feira pelo *Negócios*, na medida em que, por exemplo, estatui que as entidades alvo de reconhecimento terão de “manter a actividade por que são reconhecidas há mais de 50 anos”. De resto, os critérios são idênticos e passam, num e noutra caso, pela actividade desenvolvida (incluindo o significado para a história comercial da cidade e objecto identitário); pelo património material (arquitectura, mobiliário, obras de arte); e pelo património imaterial (ser uma referência local, pertencer ao mapa mental dos cidadãos, por exemplo). Para ser reconhecido, um estabelecimento terá de cumprir um critério de cada um destes três núcleos e cumprir mais de 50% dos critérios no total dos três núcleos, prevê ainda o projecto de lei do CDS-PP a que o *Negócios* teve acesso.” LANÇA, Filomena (2017), “Cristas apoia protecção nas rendas antigas a lojas históricas”, *Jornal de Negócios* (06/02). Disponível em <https://goo.gl/LYdFw2> (último acesso em 25/06/18).

⁶⁶ MELO, Catarina (2018), “Ninguém sabe quantos despejos estão congelados”, *Eco* (21/07). Disponível em <https://goo.gl/AFCFnz> (último acesso em 16/10/2018).

⁶⁷ LUSA (2017), “Cerca de 120 lojas históricas encerraram desde 2015. Paris em Lisboa está em risco”, *Observador* (25/01). Disponível em <https://goo.gl/Poyac2> (último acesso em 18/08/18).

o comércio de proximidade. E cidades sem comércio tradicional são cidades mortas”, reforça ainda Carla Salsinha.⁶⁸

Por fim, há o feliz caso das lojas que continuaram a manter-se relevantes e têm no projeto um importante ponto de apoio para o futuro⁶⁹. É o caso d’A Brasileira, da André Ópticas, d’A Ginginha, da Pastelaria Versailles, da Bijou⁷⁰ ou da Londres Salão, cuja distinção efetivamente impediu seu encerramento⁷¹. São estabelecimentos que, realmente, mantêm-se financeiramente, mas cuja inserção no projeto garante divulgação e prestígio para seus empreendimentos, sobretudo junto dos turistas. Claro que nem sempre o encerramento se dá por razões económicas: o envelhecimento do proprietário e a falta de quem continue à frente dos negócios é também um dos motivos possíveis⁷².

3.3 Outras propostas “com história”

Os comércios não precisam necessariamente de estar inseridos em projetos especiais para serem protegidos. O fato de se criar um projeto especial para os comércios, na verdade, deixa dúvida a situação patrimonial na qual se encontram, nos contextos atrás destacados. É de se ressaltar que, em França, os comércios foram inseridos na lista de monumentos nacionais, mas trata-se de uma proteção ao património material⁷³. Essas lojas são consultáveis a partir da base de dados Mérimée⁷⁴, que tem entradas para edifícios de todos os tipos, desde destruídos até em funcionamento. Em Paris, muitas das lojas parecem já ter desaparecido na década de oitenta:

Aujourd’hui, un peu moins de 200 commerces sont protégés par la Drac à Paris. Le processus a commencé au début des années 1980, quand les boutiques anciennes disparaissaient au profit des grandes surfaces. « L’inscription aux monuments historiques ne pérennise pas un commerce : les crémeries, par exemple, n’existent plus. Mais elle préserve un patrimoine, une architecture, une décoration », ajoute Agnès Chauvin.⁷⁵

⁶⁸ ANTUNES, Marisa e Jorge A. Ferreira, “Todos os meses fecham cinco lojas históricas em Lisboa”, *Expresso* (11/02). Disponível em <https://goo.gl/k6Ymwe> (último acesso em 18/08/18).

⁶⁹ PINHAL, Filipe (2018), “Esta Lisboa que eu amo”, *Sol* (13/02). Disponível em <https://goo.gl/NFqtXe> (último acesso em 16/08/18).

⁷⁰ SERAFIM, Teresa Sofia (2016), “Histórias de morte e sucesso no corte e costura da Baixa lisboeta”, *Público* (05/10). Disponível em <https://goo.gl/FkqnQg> (último acesso em 16/08/18).

⁷¹ REIS, Marta (2018), “Já fecharam 120 lojas históricas de Lisboa”, *Sol* (23/04). Disponível em <https://goo.gl/xGQb1g> (último acesso em 18/08/18).

⁷² DN / LUSA (2018), “História pastelaria Suíça vai encerrar brevemente” (27/06). Disponível em <https://goo.gl/56umeV> (último acesso em 15/08/18).

⁷³ A questão é discutida no seguinte artigo publicado na página da École Normal Supérieure, disponível em <https://goo.gl/HYHEuE> (último acesso em 25/08/18).

⁷⁴ Ministère de la Culture [2018], *Présentation des bases Architecture et Patrimoine*, Disponível em <http://www2.culture.gouv.fr/culture/inventai/patrimoine/> (último acesso em 28/10/18).

⁷⁵ HAMMADI, Anissa (2018), “Paris: la façade d’une boutique inscrite “monument historique”, *Parisien*. Disponível em <https://bit.ly/2zhfF5A> (último acesso em 28/10/18).

Nas situações que serão adiante descritas criaram-se planos especiais em prol da salvaguarda das lojas históricas. O plano “Lojas com História” é fruto do seu contexto histórico, de tal forma que inúmeras iniciativas de género muito próximo puderam ser verificadas concomitantemente a esta análise. Alguns foram claramente influenciados ou constituíram-se a partir de evidente diálogo com o plano da Câmara de Lisboa, outros são frutos de preocupações semelhantes. Em Portugal, o projeto parece disseminar-se em ritmo crescente em uma série de projetos de menor envergadura, como o “Lojas com História — Região Oeste de Portugal” — uma iniciativa para obter um selo que servirá para certificação das “lojas com história” em toda a região Oeste do país⁷⁶.

Abaixo são elencadas algumas iniciativas importantes para conhecer e compreender melhor as propostas semelhantes organizadas pelo mundo:

1) **Círculo das Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa**⁷⁷. Este círculo de candidatura espontânea foi fundado por iniciativa do Fórum Cidadania LX — movimento de cidadãos para salvaguarda do património de Lisboa⁷⁸ — em 23 de Fevereiro de 2015, através da associação de oito lojas, embora hoje conte com bem maior número de estabelecimentos, praticamente todos pertencentes às “Lojas com História”, com o objetivo de divulgar o comércio de carácter e tradição em Portugal e fora do país. Esta associação já conta com duas geminações: a Associazione Botteghe Storiche di Roma e a Ruta dels emblemàtics de Barcelona⁷⁹.

Com efeito, os objetivos não diferem muito dos de “Lojas com História”, nem tampouco as propostas. Por exemplo: o projeto pretende que as lojas estejam nas rotas turísticas nacionais e estrangeiras, através da integração dos estabelecimentos nos mapas da cidade, pela Associação de Turismo de Lisboa; o programa também procura ter uma insígnia própria para distinguir as lojas tradicionais. Contudo, o carácter, as consequências e a viabilidade económica não pareciam claras — pelo menos em 2015 —⁸⁰: “O proprietário da papelaria ‘Au Petit Peintre’, José Dominguez, fundada a 1909, na Baixa de Lisboa, e que antes era uma vacaria, defendeu que o projeto será ‘um museu vivo do comércio tradicional de Lisboa’”. As atividades que efetivamente fazem o Círculo destoar é a publicação de material impreso, como postais e um livro de ilustrações a ser publicado no futuro⁸¹.

⁷⁶ NARCISO, Natacha (2018), “Concurso quer eleger o melhor selo para as Lojas com História”, *Gazeta das Caldas*. Disponível em <https://gazetacaldas.com/sociedade/concurso-quer-eleger-melhor-selo-as-lojas-historia/> (último acesso em 28/10/18).

⁷⁷ Fórum Cidadania Lx [2018], *Círculo das lojas de carácter e tradição de Lisboa*. Disponível em <http://circulolojas.org> (último acesso em 28/10/18) e Fórum Cidadania Lx [2018], *Círculo das lojas de carácter e tradição de Lisboa*. Disponível em <https://www.facebook.com/ciculolojas/> (último acesso em 28/10/18).

⁷⁸ LUSA (2015). “Lojas tradicionais de Lisboa querem integrar os mapas turísticos da cidade”, *RTP Notícias* (12/03). Disponível em <https://bit.ly/2Q1uccW> (último acesso em 23/03/2017).

⁷⁹ Associación d’Establiments Emblemàtics [2018], *Establiments Emblemàtics*. Disponível em <http://estemblematics.blogspot.com> (último acesso em 28/10/18) e Associazione Botteghe Storiche (2011), *Botteghe Storiche*. Disponível em <http://www.botteghistoricheroma.com/elenco-botteghe-associate> (último acesso em 28/10/18).

⁸⁰ LUSA (2015), “Lojas tradicionais de Lisboa querem integrar os mapas turísticos da cidade”, *RTP Notícias*. Disponível em <https://bit.ly/2Q1uccW> (último acesso em 28/10/18).

⁸¹ Fórum Cidadania Lx [2018], “USKP”. Disponível em <http://circulolojas.org/uskp> (último acesso em 28/10/18).

Hoje, o Círculo conta com setenta lojas e os critérios de elegibilidade são os seguintes:

1. Ser uma referência histórica e/ou artística e/ou vernacular e/ou espaço c/ particularidades arquitectónicas e/ou decorativas relevantes.
2. Vender/produzir artigos e serviços de excelência, não obrigatoriamente de luxo.
3. Manter a mesma actividade desde há pelo menos 50 anos, c/ou s/ o mesmo proprietário/ gerência, mas mantendo a mesma marca ou firma.
4. Centrar a sua actividade na cidade de Lisboa.
5. Assumir um compromisso ético e/ou ambiental

OU

Ser uma “loja única”:

Em cuja actividade é a única de porta aberta;

Loja indissociável do próprio local (ex. retrosarias da Rua da Conceição)

Loja onde tenham ocorrido factos históricos, documentados/*vox populi*.

2) Programa “**Porto de Tradição**”: tendo que responder a um problema semelhante ao de Lisboa — o aumento das rendas no centro histórico —, o Porto constituiu um grupo de trabalho em julho de 2016 com entidades educacionais (Faculdade de Arquitetura, Letras e Belas Artes da Universidade do Porto), membros da Associação dos Comerciantes do Porto, da Associação Nacional de Proprietários, do Departamento Municipal de Comércio e Turismo da Câmara Municipal do Porto, bem como representantes dos Pelouros do Comércio, Turismo e Fiscalização, da Cultura, do Urbanismo e da Habitação e Ação Social. Em 2017 foi também constituído um Grupo de Terreno, composto por representantes das Faculdades de Letras e de Belas Artes da Universidade do Porto, do Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo e da Divisão Municipal do Comércio e da Câmara Municipal do Porto, que tinha como missão testar, *in loco*, os critérios definidos para o reconhecimento.

De maneira geral, o programa encontra muitas semelhanças com o de Lisboa, mas com uma preocupação suplementar: “A Câmara do Porto está, entretanto, a estudar benefícios, nomeadamente fiscais, também para os proprietários dos imóveis com lojas históricas distinguidas”, frisou a autarquia⁸² — segundo critério “baseado em três vertentes — atividade comercial, património material e património imaterial”⁸³. De uma lista de oitenta lojas, foram selecionadas inicialmente trinta e sete e, assim como em Lisboa, abarcando todos os ramos de atividade, com a possibilidade de aumento da lista inicial, o que ocorreu em fevereiro de 2018⁸⁴, totalizando, entretanto, quarenta e nove estabelecimentos.

⁸² Jornal de Notícias (2017), Câmara do Porto identificou as primeiras 37 lojas históricas protegidas, *Jornal de Notícias*, Disponível em <https://www.jn.pt/local/noticias/porto/porto/interior/camara-do-porto-identificou-as-primeiras-37-lojas-historicas-protegidas-8583737.html> (último acesso em 28/10/18).

⁸³ Porto. (2017), “Porto de Tradição’ foi explicado aos comerciantes”, *Porto*. Disponível em <https://bit.ly/2AzOkgZ> (último acesso em 28/10/18).

⁸⁴ Porto. (2018), “Porto de Tradição aumenta lista de espaços históricos protegidos e abre consulta pública para mais nove lojas”, *Porto*. Disponível em <http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-engrossa-lista-de-espacos-historicos-protegidos-e-abre-consulta-publica-para-mais-nove-lojas> (último acesso em 28/10/18).

Assim se resume o principal benefício deste projeto:

Estas lojas passam a estar protegidas pelo programa “Porto de Tradição”, que prevê a criação de uma nova lei que permita conceder benefícios no âmbito da Lei das Rendas, evitando que os proprietários dos imóveis possam despejar negócios com história facilidade. Para não penalizar os senhorios, o edil está a “estudar benefícios, nomeadamente fiscais, também para os proprietários dos imóveis com lojas históricas distinguidas”, pode ler-se na página da Câmara. Falta saber que benefícios são esses e qual o alcance do apoio dado aos lojistas.⁸⁵

A legislação em questão rege-se pela Lei n.º 42/2017. A proteção fica válida por quatro anos, podendo ser renovada. Assim como para Lisboa, além dos incentivos fiscais a Câmara propõe uma série de medidas que ajudam à existência das lojas, como consultoria, mecanismos de visibilidade, conceção de roteiros temáticos e isenção de taxas de publicidade. Os critérios são os seguintes: 1) Atividade — a) longevidade reconhecida (quanto mais antigo mais pontos); b) continuidade na família / empregados; c) produção; d) marca e produto identitários; e) viabilidade económico-financeira da atividade comercial (a rentabilidade dos últimos cinco anos é medida); 2) Património Material — a) arquitetura e imagem interior; b) arquitetura e imagem exterior; c) espólio; 3) Património imaterial — a) representação social (reconhecimento, notoriedade e significado da empresa / estabelecimento para a história, arte e cultura da cidade.

O edital do projeto — disponibilizado no próprio *site* da Câmara Municipal do Porto — mostra-se mais bem estruturado que o de Lisboa, mas não se pode deixar de notar que o critério do património imaterial está assente sobre a importância cultural e social da loja mas não sobre um *savoir-faire* específico, ou uma maneira específica de se relacionar com os clientes. Para que fique claro: a Luvaria Ulisses, em Lisboa, não só vende um produto distinto, que não é mais produzido da mesma maneira, mas também tem uma maneira especial de vender as luvas: os clientes apoiam os cotovelos em uma almofada e ela é devidamente “calçada” pelos vendedores da loja. Tanto o *savoir-faire* da produção quanto o da venda são passíveis de se considerarem património imaterial.

É interessante salientar que mesmo que o projeto do Porto tenha sido regularizado depois do de Lisboa — e muito inspirado nesta iniciativa —, o interesse pela temática parece anterior. É de 2010 o livro em dois volumes de Luís Aguiar Branco, *Lojas do Porto*⁸⁶, cuja relevância não está propriamente na necessidade de uma proteção do tipo aqui trabalhado, mas sim em fazer uma recolha das lojas com interesse histórico e arquitetónico da cidade.

⁸⁵ COELHO, Sara Otto (2017), “Câmara do Porto quer proteger, pelo menos, 37 lojas históricas”, *Observador*, Disponível em <https://observador.pt/2017/06/22/camara-do-porto-quer-protoger-pelo-menos-37-lojas-historicas/> (último acesso em 28/10/18).

⁸⁶ BRANCO, Luis Aguiar. *Lojas do Porto*. Edições Afrontamento, 2010.

3) **Associação Europeia dos Cafés Históricos (EHI-CA)**⁸⁷, fundada em 2014 por Vassilis Stathakis, dono do café Kipos, na ilha de Creta, fundado em 1870. A associação é composta por cafés de nove países; alguns cafés mundialmente famosos compõem esta lista⁸⁸, como o Les Deux Magots, mas é de se ressaltar que Portugal está entre os países mais representados. Dos vinte e dois estabelecimentos, cinco são portugueses, cinco espanhóis e seis italianos.

Os critérios para ser membro associado são: a) ser uma entidade legal; b) ter operado com o mesmo nome e como um café em todos os seus anos de atividade; c) ter operado de forma contínua; d) ter os seus produtos “de assinatura” que promovam a cultura do café e a tradição local; e) ter pelo menos cem anos de atividade e não ter mudado o seu “caráter histórico” e natureza ao longo do tempo; f) ter uma importância social e na cena cultural.

A participação nesta iniciativa parece ter criado o ambiente propício à criação da Associação dos Cafés com História de Portugal (ACH), liderada pelo proprietário do Café Santa Cruz, de Coimbra, — incluindo os acima citados e outros, totalizando vinte e três cafés oriundos de doze cidades portuguesas —, que teve como principais produtos a criação de uma rota dos “Cafés de Portugal com História”⁸⁹, em abril de 2014 e, em seguida, em 2016 um livro sobre esta iniciativa⁹⁰ e, no mesmo ano, um conjunto de selos lançado pela CTT⁹¹.

Segundo Vítor Marques, gerente do Café Santa Cruz, a propósito da rota:

O objetivo é que o turista, quando visita a cidade de um desses cafés, possa conhecer não apenas o património edificado mas também o património imaterial guardado naqueles espaços. Vítor Marques quer que os cafés mexam com a cidade, em especial com aquelas zonas que estão a perder visitantes.⁹²

É interessante que a ideia de património imaterial e material esteja presente na argumentação, mas não parece haver esforço ou interesse em algum tipo de classificação. Também é de se notar que

⁸⁷ European Historic Cafes Association [2018], *European Historic Cafes Association*. Disponível em <http://www.ehica.eu/home-2/> (último acesso em 30/04/18).

⁸⁸ São eles: Les Deux Magots, Café New York, Café Central, Café Central, Café Stefanka, Café de L’Opera, Café la Calcina, Grancaffè Quadri, Café Santa Cruz, Caffè dell’Ussero, Café Central, Caffè Torinese, S.Gonçalo, Pastelaria Gomes, Pastelaria Versailles, Antiga Confeitaria de Belém, Iruna Cafe, Café Zurich, Caffè Cordina, Café Vlissinghe, Caffè al Bicerin, Antico Caffè San Marco, Café Casino.

⁸⁹ DANTAS, Miguel (2018), “Cafés históricos da Europa pedem uma rota europeia que passe pelas suas mesas”, *Público*, Disponível em <https://www.publico.pt/2018/04/17/local/noticia/responsaveis-de-cafes-historicos-europeus-reunemse-em-portugal-1810577> (último acesso em 28/10/18).

⁹⁰ MARQUES, Vítor (2016), *Rota dos Cafés com História de Portugal*, Caleidoscópio.

SIMÕES, Jorge (2016), “O roteiro nostálgico dos cafés com história de Portugal”, *Renascença*. Disponível em https://rr.sapo.pt/especial/68550/o_roteiro_nostalgico_dos_cafes_historicos_de_portugal (último acesso em 28/10/18).

⁹¹ CTT (2016), *CTT relembram Cafés Históricos de Portugal em Emissão Filatélica*. Disponível em <https://bit.ly/2AyTZnz> (último acesso em 28/10/18).

⁹² RAMOS, Lino (2016), “Rota dos Cafés com História de Portugal”, *Descla*. Disponível em <https://descla.pt/2016/03/02/rota-dos-cafes-historia-portugal/> (último acesso em 28/10/18).

não há um *site* da Associação ou da Rota, sendo possível verificar apenas a existência de uma página no Facebook⁹³, o que revela os limites ou interesses restritos da associação no que tange ao *marketing*.

4) **Associazione Botteghe Storiche di Roma**⁹⁴: iniciada em 2011 (embora a página do Facebook exista desde 2009), é geminada ao Círculo de Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa. É, todavia, apenas uma entre muitas associações formais ou informais deste tipo na Itália. Entre as que têm *site* próprio na *internet* há a Botteghe storiche di Milano⁹⁵; Botteghe storiche di Genova⁹⁶, um programa da Câmara de Génova de abril de 2017 (embora a sua página do Facebook já tivesse atividade desde 2015); Le Botteghe Storiche di Vicenza⁹⁷, cujo *site* informa que o projeto está em fase de preparação (mas cuja página no Facebook data de 2015); e a Botteghe Storiche di Lombardia⁹⁸, constituída em abril de 2018. Todas elas se parecem muito no seu percurso histórico: surgem como uma associação comerciante que pode se associar ou não a instituições políticas oficiais. E apesar da quantidade e mesmo de a associação de Roma ser mais antiga que o “Lojas com História”, elas tendem a ter menos atividade no Facebook e muitas nem sequer têm Instagram, sendo a de Génova a exceção mais evidente.

A Associazione Botteghe Storiche di Roma, por exemplo, que conta com estatuto e uma estrutura maior organizada, tem como principal objetivo defender os interesses do grupo, fornecer auxílio administrativo e realizar ações de *marketing* e publicidade, mas também há um interesse arquitetónico e urbanístico. A associação não tem fins lucrativos e seus interesses financeiros resumem-se à sobrevivência da associação em si; assim, os associados pagam uma quota para entrar e uma quota anual, e podem pedir ajuda financeira do Estado. Os objetivos são:

⁹³ Rota dos Cafés com História de Portugal [2018], *Rota dos Cafés com História*. Disponível em <https://bit.ly/2SqTyO> (último acesso em 28/10/18).

⁹⁴ Associazione Botteghe Storiche (2011), *Botteghe Storiche*. Disponível em <https://bit.ly/2Jsyx6A> (último acesso em 28/10/18); Associazione Botteghe Storiche Roma (2018), *Associazione Botteghe Storiche Roma*, Disponível em <https://bit.ly/2qjcoyS> (último acesso em 28/10/18).

⁹⁵ Milano da Vedere [2018], *Botteghe storiche di Milano*. Disponível em <https://www.bottegestorichedimilano.it> (último acesso em 28/10/18); Milano da Vedere [2018], *Botteghe storiche di Milano*. Disponível em <https://www.facebook.com/Bottegestorichedimilano/> (último acesso em 28/10/18); cf. ainda Instagram: https://www.instagram.com/bottegestoriche_milano/ (último acesso em 29/05/18).

⁹⁶ Botteghe Storiche di Genova (2018), *Botteghe Storiche di Genova*. Disponível em <https://www.bottegestorichegenova.it/en/home-en/#/ms/1> (último acesso em 28/10/18); Botteghe Storiche di Genova (2018), *Botteghe Storiche di Genova*. Disponível em <https://www.facebook.com/BottegestoricheGenova> (último acesso em 28/10/18); cf. ainda Instagram: <https://www.instagram.com/explore/tags/vegiebottegestorichezena/> último acesso em 29/05/18.

⁹⁷ L'Associazione "Le Botteghe Storiche di Vicenza" [2018], *Le Botteghe Storiche di Vicenza*. Disponível em <http://www.bottegestoriche.vicenza.it> (último acesso em 28/10/18); L'Associazione "Le Botteghe Storiche di Vicenza" [2018], *Le Botteghe Storiche di Vicenza*. Disponível em <https://www.facebook.com/LeBottegestoricheDiVicenza> (último acesso em 28/10/18).

⁹⁸ Confesercenti Regionale Lombardia (2018), *Botteghe Storiche di Lombardia: nasce l'Associazione che aiuta le storiche attività lombarde a fare squadra, Confesercenti Regionale Lombardia*. Disponível em <https://bit.ly/2Oc2mZK> (último acesso em 28/10/18); Botteghe Storiche di Lombardia (2018), *Botteghe Storiche di Lombardia*. Disponível em <https://www.facebook.com/BottegestorichediLombardia/> (último acesso em 28/10/18).

1. Riunire nell'Associazione i titolari di attività commerciali, di pubblici esercizi, gli artigiani e professionisti, appartenenti al Municipio II° di Roma, con la possibilità di poter accogliere come propri associati anche analoghi soggetti che operano in altri Municipi di Roma e provincia, ma che non hanno una propria identica associazione, nonché terzi.
2. Curare l'immagine architettonica della Bottega storica come elemento distintivo, a tutela del patrimonio culturale e storico della zona.
3. Mantenere e migliorare l'immagine commerciale della zona, salvaguardando l'esistenza della Bottega storica.
4. Organizzare iniziative commerciali, pubblicitarie, di marketing, sociali, culturali e sportive atte ad incrementare lo sviluppo economico.
5. Promuovere e favorire la vita associata tramite incontri per lo scambio di idee e conoscenze volte allo studio dei problemi del commercio, per una ottimizzazione dell'attività stessa.
6. Offrire agli associati assistenza e consulenza nel campo amministrativo, fiscale, sindacale, contabile, legale, economico, assicurativo ed in ogni altro campo connesso all'attività commerciale da esse svolta.⁹⁹

5) **Ruta dels emblemàtics**, de Barcelona¹⁰⁰. É talvez a proposta¹⁰¹ com mais semelhanças no que tange aos motivos que levaram à criação do plano “Lojas com História”. Em Barcelona, 40% dos estabelecimentos “emblemàtics” tem no comerciante o próprio dono do estabelecimento comercial, mas nos demais casos não é assim. O problema é que, destes 60%, muitos têm um acordo de aluguer “antigo”. Lá, as rendas foram alteradas em 1994 (Lei 29/1994) e 31% dos estabelecimentos (dos 272) seria afetado aquando da caducidade do contrato¹⁰². Trocando por miúdos, os estabelecimentos com contratos de arrendamento datados de antes de 9 de maio de 1985 são regidos pelo Decreto 4104/1964 de 24 de dezembro, que aprova o texto revisto dos *Tenancies lei* (TRLAU 1964), estando sujeitos, com caráter imperativo, a um regime de prorrogação “forçosa”. A lei 29/1994, de 24 de novembro de locação urbana (LAU 1994), que entra em vigor em 1 de janeiro de 1995, elimina qualquer necessidade de duração obrigatória ou renovação de arrendamento, e deixa à vontade dos contratantes a fixação de sua duração, além de incorporar um sistema de extinção desses contratos existentes à data da sua entrada em vigor e assinados antes de 1994¹⁰³.

Por essa razão, este é o programa com o início mais precoce de todos, sendo promovido pelo *Ajuntament de Barcelona* com a colaboração das entidades comerciantes¹⁰⁴. Em 1994, a Câmara Municipal de Barcelona, através do Instituto Municipal de Paisagem Urbana e Qualidade de Vida,

⁹⁹ Associazione Botteghe Storiche Roma (2018), *Associazione Botteghe Storiche Roma*. Disponível em <http://www.bottegestoricheroma.com/download-botteghe-storiche-roma> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰⁰ Fons d'Imatges del comerç de Catalunya (2018), *Ruta dels emblemàtics*. Disponível em: <http://rutadelsemblematics.cat> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰¹ A análise subsequente é sobretudo baseada no projeto que o próprio *Ajuntament de Barcelona* disponibilizou online *Ajuntament de Barcelona* (2014), *Mesura de Govern: Pla Específic de Protecció i Suport als Establiments Emblemàtics*, Disponível em <https://bit.ly/2DbSQ7R> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰² *Ajuntament de Barcelona* (2016), “Barcelona protegeix els establiments emblemàtics de la ciutat”, *Comerç*. Disponível em <https://www.barcelona.cat/ca/> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰³ A revisão dessa lei, em documento de 2010, teve por objetivo assegurar a existência de estabelecimentos importantes culturalmente para Barcelona: “Una de les directrius que estableix el text refós de la llei d'urbanisme per al planejament urbanístic és que aquest ha de preservar, entre altres, el patrimoni cultural i la identitat dels municipis.” *Ajuntament de Barcelona* (2016), *Barcelona protegeix els establiments emblemàtics de la ciutat*, *Comerç*. Disponível em <https://www.barcelona.cat/ca/> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰⁴ Segundo o próprio projeto, em sessões posteriores da Comissão, grupos d'Unitat per Barcelona, Socialista i d'Iniciativa-Verds, também têm apresentado vários pedidos e propostas a favor da proteção do comércio ou marco histórico.

lançou a campanha “Guapos per sempre”, com o objetivo de distinguir com uma placa os estabelecimentos comerciais históricos, as chamadas “lojas emblemáticas”. Hoje, existem vários tipos de placas e distinções diferentes à frente dos estabelecimentos, o que permite a promoção de uma série de rotas distintas. Como parte deste projeto publicaram-se os livros *Guapos per sempre*, em 2003, sobre as lojas centenárias da cidade, e um segundo volume em 2007 com mais cinquenta estabelecimentos, ainda que entre essas datas fechassem 11 estabelecimentos dos 63 apresentados na primeira edição, e entre 2007 e 2012 — quando foi realizado um estudo mais extenso — fechassem outros 17 estabelecimentos. Mais recentemente, o projeto abarcou medidas de proteção legal, exposição — inclusive virtual no *site* de *internet* — e livro (FERNANDEZ & IBAÑEZ 2016), entre outros.

A estruturação do projeto é muito semelhante ao de Lisboa, sendo difícil não imaginar que o de Barcelona tenha influenciado o de Lisboa. Foi também criada uma “Comissão Técnica para o Comércio Emblemático”. Esta comissão tem as seguintes funções:

- a) Determinar o que é considerado emblemático e definir os diferentes níveis de proteção que correspondem a cada um desses níveis;
- b) Analisar e propor a proteção de vários estabelecimentos, dependendo do grau de proteção auferida;
- c) Informar o Plano de Proteção Especial para Comércio Emblemático;
- d) Informar o licenciamento de trabalho, modificação ou extensão de atividade dos estabelecimentos.

A comissão foi composta por membros das seguintes associações e institutos: Gerència Adjunta d’Urbanisme, Instituto Municipal de Paisagem Urbana, Direcció de Comércio e Consumo, Distrito da Cidade Velha, Distrito do Eixample, Barcelona Activa, Associação de Estabelecimentos Emblemáticos, Fundação Barcelona Comercio, Fundació Barcelona Comerç, Consell de Gremis, Pimec-Comerç.

Assim como em Lisboa, um dos grandes problemas enfrentados é o fecho das lojas, que, segundo se constatou, resulta também de problemas com o preço das rendas, mas também com a falta de sucessão, concorrência, ou problemas inerentes ao próprio negócio. Em Barcelona, assim como em Lisboa, a maioria deste comércio está em uma região central; no caso de Barcelona, 77% dos “estabelecimentos emblemáticos” estão nos bairros de Ciutat Vella e Eixample. A abrangência de tipos de atividade comercial também é bastante próxima, incluindo o *catering*, farmácias, livrarias, papelarias, setor de moda, padarias, pastelaria e outros produtos alimentícios. A resposta à situação do fecho dos estabelecimentos comerciais passa, sem dúvida e primariamente, por uma revisão da legislação sobre o valor das rendas nestes casos específicos. Barcelona diferenciou dois tipos de locatários: as pessoas físicas e jurídicas, criando regras específicas para ambos. No caso de pessoa

física existe a prerrogativa do cônjuge continuar a ter privilégio na renovação do aluguer. Mas, no geral, o que foi feito é o prolongamento dos contratos sob o qual os inquilinos antigos têm privilégio. O prolongamento também foi feito de acordo com o montante do pagamento: quanto maior o montante, menor o tempo.

O programa delimitou quatro eixos que definem esse tipo de comércio, mas que também precisam de ser levados em conta para sua subsequente atuação. São eles: o proprietário do estabelecimento, o valor patrimonial-arquitetônico do estabelecimento para a cidade, a atividade econômica desenvolvida e o negócio. O patrimônio “emocional” também goza aqui de uma importância para a própria organização da cidade. Uma das diretrizes estabelecidas no texto revisto da lei de planeamento urbano é que ele deve preservar, entre outros, o patrimônio cultural e a identidade dos municípios.

Os estabelecimentos, desde que catalogados, passam a ser protegidos pela Lei 9/1993 de 30 de setembro, sobre Patrimônio Cultural da Catalunha (LPCC). A lei baseia-se num conceito muito amplo de patrimônio cultural, que engloba o patrimônio móvel, imóveis e ativos intangíveis. Existem três categorias de proteção, comuns à propriedade pessoal, imobiliário e imaterial: bens culturais de interesse nacional, propriedade listada e outros bens pertencentes ao amplo conceito de patrimônio cultural.

Os estabelecimentos emblemáticos podem ser protegidos de três perspectivas diferentes: a) proteção da propriedade; b) proteção do patrimônio móvel (através dos Planos de Catálogo Especial e Proteção do Patrimônio Histórico Artístico); c) proteção do patrimônio cultural intangível (os estabelecimentos emblemáticos e singulares acrescentam caráter e identidade ao entorno e configuram o modelo de negócios do bairro de Barcelona que o coloca como referência mundial).

Em termos de organização estrutural, o projeto contou, como já referido, com uma comissão sobre “comércio emblemático” e um trabalho de classificação dos imóveis. Além disso, há uma vertente clara patrimonialista, em favor dos aspetos tangíveis das lojas sob o abrigo do artigo 67.1.b e do artigo 71.1 da “Llei d’Urbanisme”. Foi para tanto efetivada uma classificação e constituído o *Catàleg de Protecció del Patrimoni Arquitectònic, Històric-Artístic i Paisatgístic dels Establiments Emblemàtics de la Ciutat de Barcelona*. A partir deste, determinou-se a importância e necessidade de preservação das lojas; segundo o documento de 12 de março, distribuído à imprensa¹⁰⁵, é possível verificar a seguinte distribuição:

— Proteção Tipo E1: Estabelecimento de grande interesse. Conservação integral (trinta e dois estabelecimentos);

¹⁰⁵ Ajuntament de Barcelona (2016), “Barcelona protegeix els establiments emblemàtics de la ciutat”, *Comerç*. Disponível em <https://www.barcelona.cat/ca/> (último acesso em 28/10/18).

— Proteção Tipo E2: Estabelecimento de interesse. Conservação parcial (cento e cinquenta e dois estabelecimentos);

— Proteção Tipo E3: Elementos de interesse paisagístico. Proteção ambiental (quarenta e dois estabelecimentos).

Separados por importância, o auxílio também difere. As medidas para os estabelecimentos emblemáticos são as seguintes:

1. Mesures d'urgència
 - Elaboració de la relació d'establiments
 - Suspensió de llicències d'obres i activitats
2. Mesures estructurals
 - Creació Comissió tècnica d'establiments emblemàtics i singulars
 - Anàlisi de situació per a establiment de prioritats
 - Mesures urbanístiques i patrimonials
3. Mesures de suport empresarial
 - Servei d'atenció integral
4. Mesures de promoció

De facto, o patrimônio imaterial também tem sua importância para o projeto, concernido, sobretudo, nos planos de negócios dos estabelecimentos. Afora a questão da renda, da sinalização e da promoção, é no campo da gestão das lojas que o projeto tem sua maior particularidade. Aos donos dos negócios é oferecida uma série de cursos e consultorias para que possam eles mesmos adequar seus estabelecimentos às novas realidades. Para tanto eles podem dispor dos seguintes serviços: *Servei de finançament empresarial, Servei de transmissió d'empreses, Reempresa, Programas de tutoria Barcelona Mentoring Program, Voluntaris d'Assessorament Empresarial (VAE), Programa Obert al futur* e a plataforma *Ubica't* — caso não seja possível continuar no mesmo local.

A Câmara também fornece incentivos para a preservação da implementação dos estabelecimentos comunitários, com a oferta de assessoria técnica e subsídios extraordinários para o restauro e conservação dos estabelecimentos emblemáticos que o solicitem, além de ajuda financeira para a renovação e melhoria da imagem externa, para a conservação e melhoria de elementos de interesse histórico, cultural ou patrimonial, e auxílio para a renovação de persianas. No que tange aos impostos sobre edifícios, instalações e obras (ICIO), há a possibilidade de requerer uma ajuda econômica equivalente a 75% da quota líquida dos montantes devidos; é, portanto, uma medida que contribui para reduzir, de forma imediata e eficaz, os custos relacionados com a melhoria e manutenção do patrimônio móvel e patrimonial destes estabelecimentos. Este auxílio financeiro poderia ser concedido, sob concorrência pública não competitiva, aos contribuintes. Igualmente, os estabelecimentos têm acesso a uma assistência na criação de atividades de valor turístico (oficinas, rotas, entre outros).

Entre as justificativas do programa estão a promoção do comércio e da profissão do comerciante, fazendo promoção externa da realidade comercial de Barcelona e de seu comércio como

um “comércio de qualidade”, a fim de consolidá-la como uma cidade comercial internacional com suas próprias marcas de identidade. Para ajudar nestas situações foi criado um *Servei d’Atenció Integral*; além disso, os estabelecimentos tiveram acesso aos serviços do *Barcelona Activa*, que incluem serviço de diagnóstico e aconselhamento empresarial, serviço de financiamento de negócios, programas de *mentoring* e medidas promocionais, programas turísticos e uma rota.

Para realizar todas essas atividades, os meios ou recursos estimados são alocados a cada uma das áreas que os promoverão. Em grande medida serão recursos próprios, mas investimentos adicionais foram contemplados, por exemplo em trabalhos de estudo, desenvolvimento de materiais, projetos de comunicação e subsídios para a reabilitação, entre outros.

Para observar o andamento do projeto é previsto um monitoramento, realizado a partir das equipas técnicas correspondentes a cada uma das ações, prevendo-se reuniões de coordenação periódicas sob a coordenação da Direção do Comércio e Defesa do Consumidor e a partir de um determinado cronograma.

O projeto de Barcelona é o de maior envergadura entre os aqui apresentados, mas sua densidade pode ser justificada pelo tempo de acompanhamento e de execução das pesquisas e trabalhos. Também é preciso salientar a quantidade de estabelecimentos comerciais: 228 lojas pertencem ao programa. Observar e comparar o andamento desse projeto pode ser um benefício para Lisboa, dada a semelhança de contextos, embora ele também esteja sujeito a perdas; por exemplo, desde a primeira versão do livro *Guapos per Sempre*, de 2003 até à edição subsequente, em 2007, fecharam 11 dos 63 estabelecimentos, e entre 2007 ao estudo mais extenso, realizado em 2012, fecharam ou mudaram de ramo de atividade cerca de 17, sendo que, em alguns desses fechos sucessivos, o património, pelo menos arquitetónico, não foi mantido intacto. Foram identificadas algumas razões para isso:

- Atividade dos negócios (hábitos de consumo, concorrência mais atraente ou eficiente);
- Imóveis, o que em alguns casos significa que o proprietário tem um alto custo de oportunidade.

3.3.1 O que se pode aprender com Barcelona?

Na medida em que Barcelona enfrentou uma situação com semelhanças notórias com Lisboa, o seu estudo de caso¹⁰⁶ tem sido alvo de sistemático interesse para os governantes e *stakeholders* das mudanças urbanas e populacionais de Lisboa¹⁰⁷.

Com efeito, Barcelona tem sido referência nas tentativas de controlar o turismo para que este não destrua a cidade; por exemplo, em janeiro de 2017, a cidade aprovou um novo regulamento visando tornar o turismo mais sustentável. O plano limita a criação de novos hotéis e alojamentos no centro da cidade, em prol de sua periferia¹⁰⁸.

Neste sentido, o *Observador* publicou um artigo de Hugo Tavares da Silva, em 24 de abril de 2016, intitulado “Muito turismo em Lisboa? O que podemos aprender com o que foi feito lá fora”:

“Espero que ela tenha em conta que muitos dos negócios aqui, incluindo as lojas centenárias e os pequenos restaurantes, apenas sobreviveram à recessão graças ao dólar turista. [...] O que está realmente a prejudicar a economia e as pessoas, contudo, é o subarrendamento dos apartamentos a turistas, o que está a expulsar os locais do mercado da habitação. [...] Antes, em março do ano passado, também tinham sido tomadas medidas em defesa do comércio tradicional. A autarquia de Barcelona definiu uma lista com 32 nomes de lojas e estabelecimentos intocáveis. Lá está, lutava-se já contra a perda de identidade, a favor do que é da cidade, do que é rotineiro e do quotidiano, do que é das pessoas.¹⁰⁹”

O objetivo, de todas as maneiras, é impedir que aconteça nessas cidades o que aconteceu em Veneza — o pior caso para este tipo de situação —, onde a população da cidade foi praticamente toda expulsa, bem como as lojas históricas, sendo que o mesmo também aconteceu em Amsterdão.

Segundo o plano diretor, as lojas históricas em Barcelona são entendidas como trazendo personalidade ao bairro e ao entorno, dando vida ao comércio de proximidade, e como enriquecedoras da convivência pública no espaço público.

De maneira sintática é possível ressaltar algumas ideias que podem ser importantes para Lisboa:

1) Não proteger todas as lojas. Embora esta seja uma afirmação polémica, a verdade é que é impossível proteger absolutamente tudo; por isso, é fundamental que se façam escolhas bem

¹⁰⁶ Neste sentido, uma série de eventos foi organizada em torno desta temática, como por exemplo a conferência “Lisboa, que futuro?”, nos dias 17 e 18 de abril de 2017, no ISCTE — Instituto Universitário de Lisboa.

¹⁰⁷ SILVA, Hugo Tavares da (2016), “Turismo. ‘Urge estancar a sangria’, exige grupo de lisboetas”, *Observador* (07/06). Disponível em <https://goo.gl/VqDZes> (último acesso em 27/06/18); RELVAS, Rafaela Burd, Ana Raquel Damas & Lídia Leão (2018), “Lisboa ainda não é Barcelona? Não está assim tão longe”, *ECO* (18/03). Disponível em <https://bit.ly/2EOxZZW> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰⁸ Idealista (2017), “Barcelona com nova lei do alojamento para travar turismo”, *Idealista*. Disponível em <https://bit.ly/2AyoWZ0> (último acesso em 28/10/18).

¹⁰⁹ SILVA, Hugo Tavares da (2016), “Muito turismo em Lisboa? O que podemos aprender com o que foi feito lá fora”, *Observador* (24/04). Disponível em <https://goo.gl/oxoCf5> (último acesso em 14/09/18).

fundamentadas. Barcelona tinha, em 2012, na sua lista, 272¹¹⁰ estabelecimentos — “118 establiments els que es poden considerar “emblemàtics” i un total de 154 poden anomenar-se “destacats” —, mas poderia ter mais de 454 comércios. Trata-se de um número que impossibilita uma atenção adequada. O tipo de proteção dispensado a diferentes lojas também pode variar. Para algumas, a proteção do património material pode ser suficiente.

2) Diferenciar o nível de proteção. Para Barcelona foram criados três níveis: de grande interesse, de interesse e de interesse paisagístico — e de promoção: as lojas não necessariamente fazem parte da mesma rota ou têm as mesmas distinções; por exemplo, existem atualmente doze estabelecimentos comerciais emblemáticos premiados com a placa “Arrelats a la ciutat”, uma distinção para os estabelecimentos que contribuíram para a estrutura comercial e social do bairro.

3) A diversidade de soluções para os vários possíveis problemas e questões. Sem dúvida, trata-se de um desenvolvimento por conta do tempo de existência do projeto; mas, efetivamente, existe uma série de serviços e tipos de ajuda financeira diversificados para as lojas.

4) Divisão de “quem faz o quê”: o projeto tem vários agentes, não há uma concentração nas mãos de apenas um grupo específico. Os recursos também são compartilhados. A divisão de forças serve para reduzir a carga de trabalho para uma esfera específica, mas também para que os vários grupos caminhem juntos e se verifiquem uns aos outros.

5) Monitoramento. O acompanhamento do desenvolvimento da medida do governo é realizado a partir das equipas técnicas correspondentes a cada uma das ações, prevendo-se reuniões de coordenação periódicas, e será coordenado pela *Direcció de Comerç i Consum*.

3.4 Avaliação técnica

A avaliação que aqui se realiza tem um caráter académico cujo objetivo é aprender com o projeto e imaginar possibilidades de melhoria, enquanto exercício para uma situação que deve tornar-se cada vez mais recorrente já que há uma nova discussão em pauta sobre o futuro dos centros comerciais no mundo, sobretudo nos Estados Unidos da América — especialmente os das décadas de 70 e 80 —, e isso porque muitos desses centros comerciais foram feitos segundo padrões de consumo e de *marketing* próprios dos anos em que foram construídos e que hoje parecem inadequados

¹¹⁰ O número de estabelecimentos comerciais protegidos da cidade de Barcelona varia ao longo da documentação e dos artigos. Em 2016 elas totalizavam 211, sendo que 17 tinham sido excluídos por questões técnicas. Ajuntament de Barcelona (2016), “Barcelona protegeix els establiments emblemàtics de la ciutat”, *Comerç*. Disponível em <https://ajuntament.barcelona.cat/comerc/emblematics> (último acesso em 28/10/18).

e difíceis de serem mantidos. Igualmente, as modas do turismo mudam de tempos em tempos e outras cidades e locais do mundo enfrentam e deverão enfrentar situações semelhantes no futuro.

Em termos de recorte temporal, a análise aqui apresentada é de um projeto ainda incipiente, já que tem apenas três anos, contra os quase vinte de Barcelona; mas é essencial fazê-la ainda nesta fase não só como procedimento desejável de aplicação do projeto mas também porque o tempo urge: as mudanças em Lisboa têm ocorrido em um ritmo muito acelerado e precisam de ser acompanhadas com muita atenção sob pena de verem seu objetivo primário, a salvaguarda, falhar.

Qual o problema principal do plano?

O plano visa auxiliar as lojas a manter-se financeiramente; para tanto existem dois tipos de ação principais: 1) as ações financeiras, ou seja, o auxílio financeiro propriamente dito, e as discussões sobre os alugueres e a lei das rendas; 2) a promoção das lojas como património cultural, através de uma série de medidas e produtos.

Qual o tipo de avaliação aqui realizada?

Optou-se por uma avaliação cultural e patrimonial. Aqui interessa sobretudo entender como as lojas — compreendidas como marco identitário da cidade — se tornam um tipo de património a ser defendido — um tipo especial, já que se trata de um estabelecimento comercial que não é musealizado. Com efeito, espera-se que ele consiga continuar sobrevivendo através do comércio. Trata-se de uma junção muito interessante e que está ocorrendo simultaneamente em várias partes do mundo, sobretudo em cidades que ganham um maior apelo turístico. É relevante compreender o plano, o *marketing* e a relação com os habitantes e residentes da cidade.

3.4.1 Avaliação

O plano continua em andamento, logo a avaliação possível neste momento é uma avaliação do projeto e do seu desenvolvimento, a chamada avaliação do “momento presente”. Um ponto relevante é que o sucesso financeiro das lojas não está em pauta, apenas a sua manutenção; por esta razão, não será realizada uma análise financeira. É sobretudo relevante verificar se as lojas puderam manter-se abertas e se houve crescimento na procura ou reconhecimento de suas marcas. O que se quer saber é como as ações estão sendo feitas: o que importa é o “modo”, a execução, saber se tudo está decorrendo segundo o plano previsto.

Segundo Roselló-Cerezuela (2007), deve-se fazer perguntas para a proposta de análise como maneira de verificar se ela atinge seu objetivo. Seguiremos aqui sua proposta:

— **Permitir tomada de decisões**

O projeto procurou fazer um levantamento das lojas e encontra um grupo de trabalho ouvindo membros da associação comercial, professores e outros pesquisadores da cidade de Lisboa.

— **Ter uma perspectiva global**

O projeto focou em um problema principal: a necessidade de salvaguarda das lojas que estavam desaparecendo — porém sem atacar o que levava a essa situação: uma nova lei de arrendamento que alterava radicalmente a situação e as contas do comércio tradicional. Como se viu, esta questão teve que ser levantada politicamente logo depois, sem que tenha sido exposta publicamente uma solução para as lojas.

— **Ser coerente nas suas fases**

As fases e planos foram realizados com o máximo empenho, mas é preciso ter em conta que, sendo um projeto público, ele obedece a um desenvolvimento temporal condizente com a esfera pública. Também, como foi dito, o projeto pareceu ser altamente dependente de algumas figuras políticas que, estando mais interessadas, deram-lhe mais prioridade, ou, na sua ausência, fizeram com que o projeto ficasse parado. É fundamental para o sucesso de qualquer projeto um comprometimento total da equipa e de seus produtores.

— **Chegar ao máximo de resultados com o mínimo de custos**

Efetivamente, o projeto não é custoso, mas a promoção — pelo menos enquanto produção de material de divulgação — parece ter tido como alvo justamente os que já acreditavam e se interessavam por ele. É indispensável para a resposta a este tópico que sejam posteriormente feitos estudos de público para verificar a eficácia desse tipo de propaganda.

— **Ser fruto de um processo anterior e origem de um posterior**

O projeto tem uma origem no clamor público e certamente em manifestações da própria associação comercial. Mas o projeto não tem um fim previsto, o que não parece exatamente um problema neste momento inicial, já que essas lojas possivelmente precisam de ser acompanhadas por um período longo de tempo. O que seria necessário é que fossem previstas e realizadas análises periódicas de avaliação para correções e adequações necessárias.

— **Ser realista e consequente com o contexto**

O projeto tem uma função mais atrelada à promoção e aferência de um “selo de autenticidade” das lojas do que à proposta de soluções para problemas enfrentados por lojistas, indo além da salvaguarda material da loja. Por exemplo, o projeto peca por não ter programado cursos de gestão para os lojistas — como em Barcelona —, por não proposto a criação de uma loja *online* para os

comerciantes, entre outras ideias possíveis. Em suma, algumas pequenas ações poderiam ajudar a garantir a sobrevivência dos estabelecimentos comerciais — já que ajudar as lojas financeiramente é meio e não fim!

— **Ter uma forte componente de originalidade e renovação**

Como foi demonstrado, o projeto é bastante original e só encontra paralelos evidentes com o de Barcelona. Exatamente por isso, é preciso estabelecer um diálogo com os catalães envolvidos no projeto para aprender com os acertos e erros, mas também para pensar no projeto a partir do seu contexto e temporalidade únicos.

— **Estar aberto à participação de outros agentes**

É fundamental que numa etapa mais adiantada outros agentes e participantes possam ser integrados no projeto. As inovações tecnológicas já demonstraram sua utilidade e poderiam, por exemplo, ser bem integradas. As iniciativas que tragam um público mais jovem também devem ser bem-vindas. É o caso do Aplicativo da AppyFans, que fez uma parceria com cerca de vinte “Lojas com História”: o aplicativo notifica o utilizador acerca de descontos e promoções sempre que ele se aproxima de algumas lojas com as quais haja parceria firmada¹¹¹.

— **Conhecer os pressupostos ideológicos que o guiam**

O projeto parece interessar, de maneiras diferentes, à direita e à esquerda do espectro político, alternando algumas das soluções propostas. Por exemplo, o Partido Socialista propôs uma revisão na lei das rendas.

— **Estabelecer uma temporização do projeto**

Como foi dito, é difícil e talvez desnecessário neste momento marcar o fim do projeto, já que algumas lojas importantes encerraram suas portas, outras tantas ainda enfrentam esse risco e outras sequer estão consideradas para participar. Efetivamente, esta deveria ser uma experiência piloto e o projeto deveria ser expandido para outros bairros que, até agora, têm tido menos atenção. A livraria Ulmeiro, em Benfica, por exemplo, tinha pouca certeza da possibilidade de sucesso da sua candidatura.¹¹² É contudo fundamental que sejam feitas avaliações periódicas.

¹¹¹ NETO, Rita (2018), “Esta startup notifica-o de descontos sempre que se aproxima de uma loja”, *Eco*. Disponível em <https://eco.pt/2018/01/21/esta-startup-notifica-o-de-descontos-sempre-que-se-aproxima-de-uma-loja/> (último acesso em 28/10/18).

¹¹² PEREIRA, Mariana (2017), “Já de portas fechadas, a Ulmeiro candidata-se a loja com história”, *Diário de Notícias*. Disponível em <https://www.dn.pt/artes/interior/ja-de-portas-fechadas-a-ulmeiro-candidata-se-a-loja-com-historia-5588596.html> (último acesso em 28/10/18).

3.5 Encaminhamentos para o futuro

Um exemplo dado como de sucesso é o caso da joalheria Tous na Rua Garrett. Esta loja ocupou o espaço da antiga joalheria tradicional “Aliança”. Manteve inalterado o magnífico interior rococó, “mas é claro que não é mais o mesmo negócio”¹¹³. Esta é uma saída possível para quando não há maneira de continuar o negócio e, de qualquer maneira, ao menos o património material fica salvaguardado. Abaixo indicam-se outras possibilidades para sanar alguns dos problemas aqui apresentados:

1) A exemplo de Barcelona, é fundamental oferecer educação para os comerciantes. Uma parte dos proprietários dos negócios precisa de aprender novas estratégias para manter as lojas vivas. A ajuda da Câmara e a publicidade coletiva são excelentes, mas é preciso discutir os modelos de negócios e a viabilidade de outras soluções que tornem os estabelecimentos rentáveis, como as vendas *online*.

2) Não seria possível vender o negócio completo e oferecer treinamento para os compradores? Como se viu na tese de Rousseau¹¹⁴, a *Resiliência do Retalho*, a maior parte do comércio não está com seus fundadores originais e, com efeito, manter uma tradição lisboeta transcende questões familiares.

3) O “grande” problema económico: como lembrou Catarina Portas, algumas lojas são tão importantes e tão pouco rentáveis que, a exemplo de Paris, talvez fosse o caso de a Câmara comprar os espaços. Ainda mais quando se pensa na interdependência que existe entre o comércio tradicional — noticiado nas publicações de viagens — e o grande comércio:

O contraponto à multinacional de pronto-a-vestir é a charmosa e minúscula Luvaria Ulisses. “É preciso ver que é a Ulisses e não a H&M que está nos guias dos turistas. Os turistas vêm à Ulisses, fotografam a Ulisses, e depois vêem ali a H&M e vão lá fazer compras. Portanto, a H&M precisa tanto da Ulisses como a Ulisses precisa da H&M.”

A riqueza de uma cidade faz-se de uma mistura equilibrada e é isso que Catarina Portas defende apaixonadamente. “Se houver só lojas de cadeias estrangeiras – com este retalho obsessivo que anda pelo mundo –, às tantas já não há diferença, nem carácter, nem personalidade.”¹¹⁵

¹¹³ BAUMGARTNER, Barbara (2017), “Das Geschäft ihres Lebens”, *Zeit*, Disponível em <https://bit.ly/2qgpSuX> (último acesso em 28/10/18).

¹¹⁴ “Ao contrário do que se poderia imaginar, a grande maioria destas lojas não se manteve na mesma família. Só um quarto da amostra foi passando de pais para filho. O resto foi mudando de titulares ao longo dos anos.” MOREIRA, Cristiana Faria (2017), Numa Lisboa com cada vez mais novas centralidades, as lojas centenárias resistem na Baixa e no Chiado, *Público*, Disponível em <https://www.publico.pt/2017/11/06/local/noticia/numa-lisboa-com-cada-vez-mais-novas-centralidades-as-lojas-centenarias-resistem-na-baixa-e-no-chiado-1791350> (último acesso em 28/10/18).

¹¹⁵ MARQUES, Carlos Vaz & CATARINO, João (2016), “Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer”, *Público*, Disponível em <https://www.publico.pt/2016/03/27/portugal/noticia/nos-proximos-dois-anos-mais-de-metade-do-comercio-da-baixa-vai-desaparecer-1727027> (último acesso em 28/10/18).

A declaração dada por Fernando Medina ao *Diário de Notícias* em 2 de abril de 2016 traz uma temática interessante no que tange ao comércio em questão: qual a linha que separa a propriedade privada de património?

Ora, o que nós propusemos a este governo é que é preciso encontrar uma forma de garantir que nas lojas que os municípios classifiquem como históricos não haja lugar à resolução do contrato. Isto permitirá salvaguardar aquilo que o município venha a definir como o património da cidade, que transcende, de certa forma, o mero âmbito da propriedade privada e que merece ser protegido.¹¹⁶

Essas afirmações parecem dar margem à possibilidade de o estado realizar um financiamento indireto e efetivamente tornar-se parte integrante da questão, ao comprar algumas lojas históricas.

4) A valorização do património imaterial. É fundamental ter em conta que a grande riqueza dessas lojas está no património intangível, nas pessoas que trabalham nelas, nas histórias colecionadas, no *savoir-faire*, no atendimento. Não basta proteger a mobília e colocá-la em museus. As lojas continuam vivas e funcionais, mesmo com seus problemas. A temática do património imaterial parece ter sido levada em conta apenas em um segundo momento, embora já em 2015 o possível fecho da Fábrica de Sant'Anna¹¹⁷ levantasse a questão da perda não só do espaço físico da loja, mas também do conhecimento de gerações na fábrica de peças manufaturadas especializadas, usando técnicas do século XVIII.

¹¹⁶ MACEDO, André & BANHA, Inês (2016), Fernando Medina: "Seria descabido impedir um estrangeiro de comprar casa no bairro de Alfama", *Diário de Notícias*, <https://www.dn.pt/portugal/entrevista/interior/fernando-medina-seria-descabido-impedir-um-estrangeiro-de-comprar-casa-no-bairro-de-alfama-5106027.html> (último acesso em 28/10/18).

¹¹⁷ ALEMÃO, Samuel [2015], A aparentemente inabalável vaga turística faz mais uma vítima no epicentro da capital portuguesa. [...], *O Corvo*, Disponível em <https://ocorvo.pt/loja-de-ceramica-da-centenaria-fabrica-de-santanna-vai-fechar-para-dar-lugar-a-hotel-2/> (último acesso em 28/10/18).

Conclusão

A pesquisa que foi aqui apresentada procurou elucidar o projeto “Lojas com História”, ainda em andamento, promovido pela Câmara Municipal de Lisboa. Espera-se que tenha sido possível alargar a compreensão dos propósitos, mecanismos e conceitos por trás da operação. A pesquisa forneceu novas perspetivas sobre a questão, sobretudo na análise do dossiê de imprensa e na comparação com outros projetos similares. O dossiê de imprensa indicou um cenário menos cor-de-rosa que se imaginaria pelo material de divulgação do projeto. A quantidade de lojas encerradas, as lojas não incluídas ou não incluídas a tempo, e que são reais perdas para a cidade, testemunham sua falha mais pungente. Um outro problema grave, mas que provavelmente seria e será solucionado nos anos vindouros, é a restrição geográfica à Baixa Pombalina e ao Chiado, quando outros bairros históricos não são contemplados, nem tão pouco lojas solitárias, mais igualmente históricas e ameaçadas, em locais afastados. Uma outra questão a ser discutida é a da compra dos produtos dessas lojas; algumas lojas continuam encerrando suas portas porque o produto não parece apelativo. Mesmo que a loja se mantenha no seu local, é fundamental auxiliar o encontro dos compradores com esses produtos e, neste sentido, seria interessante que se incentivasse a criação de lojas *on-line* dos comércios existentes, seja a título individual ou coletivo.

A comparação com outros projetos é outro dos pontos que se ressalta aqui, sendo ele lisonjeiro para a Câmara, já que mesmo fora de Portugal é difícil encontrar propostas da mesma envergadura. Ao mesmo tempo, indica-se a necessidade primária de trabalhar à luz do projeto de Barcelona. O desaparecimento das lojas é iminente e está acontecendo em ritmo muito rápido. Verifica-se uma situação em que toda a ajuda e todo o esforço são bem-vindos.

A análise dos meios de comunicação sociais e da receção do público por meio dos artigos também é bastante positiva, mostrando uma população altamente favorável à iniciativa e clamorosa da manutenção desses estabelecimentos, mas com uma ressalva: o desejo de manutenção desses espaços nem sempre se reflete no consumo dos produtos. Para além dos preços — que são obviamente mais elevados — é preciso averiguar mais profundamente o que motiva este comportamento e como se pode reverter esta situação.

Não se pretendeu aqui fazer uma avaliação final — até mesmo porque o plano não tem como objetivo ter uma data final e também não tem um tempo máximo —; o que se pode analisar é o sucesso do processo até ao momento. Esta etapa também é importante porque pode oferecer conclusões relevantes sobre a viabilidade deste tipo de ação e, caso sejam encontrados desvios,

explorar quais as soluções para resolver estas situações. E, mais ainda, no caso da implementação em outro contexto, pode-se oferecer indícios de quais etapas ou processos podem ser dispensados ou modificados.

O grande desafio que se impõe no tocante à avaliação do “Lojas com História” — mas que resulta da sua atratividade — é que se trata de um plano em andamento, cujos rumos ainda podem ser mudados. A segunda dificuldade é a articulação de todas as áreas envolvidas — o que pode também demonstrar sua adequação a este programa — que esse plano envolve: gestão, sociologia, património, *marketing*, políticas públicas e turismo. Procurou-se descrever e mostrar o contexto dinâmico que levou lojas históricas a fechar, assim como quais são os atores envolvidos no processo de tomada de decisões e do acompanhamento do projeto, e quais os principais envolvidos na situação real: os lojistas, bem como os turistas e cidadãos portugueses que se sentem prejudicados na sua memória da cidade e os portugueses que consideram essas mudanças como parte de um processo natural de início e fim dos comércios. O pressuposto de entender não só o texto do projeto em si mas os fatores e consequências que levam a eles para que, no futuro, possa haver um monitoramento de resultados, revela-se ferramenta avaliativa necessária para saber em que medida foram alcançados determinados resultados. E também quais foram os impactos causados por esses resultados. Interessa, em suma, saber qual foi o alcance dos resultados e se os impactos foram os esperados.

Uma análise de resultados também teria muito a ganhar se fosse feita uma pesquisa junto do público para verificar se as lojas se tornaram mais conhecidas, se a marca “Lojas com História” foi percebida enquanto tal, se foi ou não bem recebida. Nesse ínterim seria importante contrastar o público nacional e o estrangeiro. As questões seriam próximas, mas não exatamente iguais. É importante perceber se o público português sente sua identidade melhor contemplada, se vê ainda o centro histórico de Lisboa como local de memória sua e de suas famílias e amigos, se deixou de transitar no centro ou não. Quanto aos turistas, uma avaliação de eficácia permitiria perceber se a marca tornou a cidade mais ou menos interessante, o quanto a visita foi impactada por lojas históricas, se tendo essa opção se prefere a compra dos objetos ofertados nas lojas ou não como *souvenirs* e o quanto ter lojas históricas torna mais próxima e clara a história e identidade da cidade.

Ainda assim, existe um aspeto vital para a compreensão da importância do plano. Trata-se de uma avaliação financeira que muito provavelmente só a Câmara poderia fazer e não necessariamente poderia disponibilizar. É importante saber se efetivamente se está conseguindo salvar essas lojas, se as contas dos proprietários têm saldo positivo, se os problemas são decorrentes dos aqui mencionados e que, *grosso modo*, não foram provocados pelos comerciantes, como aqueles que revelam má gestão ou problemas sucessórios. Neste caso também, a Câmara precisa de intervir, fazendo como em Barcelona: ofertando formação especializada e, talvez de maneira inédita, dando um contributo

importante a esse tipo de situação, criando um mecanismo outro de sucessão para estabelecimentos que, sendo históricos e considerados património, precisam de ser salvaguardados.

De maneira correlata, anuncia-se aqui que a revisão da literatura — condizente com o espaço inerente a esse formato académico — prenuncia a importância de tecer considerações teóricas sobre o projeto e a situação específica lisboeta, que poderia servir de ganho para os debates filosóficos sobre a moderna sociedade de consumo, a “turistificação” e as relações entre património e comércio; mas também serviria de inspiração e elemento de comparação para situações correlatas. O fato de este não ser um fenómeno isolado mostra que a necessidade de lugares de sociabilidade que suscitem sentimentos nostálgicos e de perecimento é uma tendência e pode ampliar-se em uma sociedade cada vez mais automatizada e refém dos média sociais.

Em termos de resultados, o projeto será efetivamente bem-sucedido se conseguir oferecer soluções viáveis economicamente e socialmente e se tiver impacto positivo no turismo e na memória dos habitantes locais — e, principalmente, se conseguir levar um pouco adiante a discussão sobre a relação entre património e economia.

Perspetivas patrimoniais

A proteção de património vive um desafio: a salvaguarda requer investimento para a abertura ao público e manutenção dos bens. É neste sentido que Choay (2011) considera que a melhor maneira de manter um património é oferecendo-lhe uma nova ocupação. O projeto “Lojas com História” quase faz o reverso: é a sua atividade primária, o comércio, que dá o sentido primeiro à existência deste património.

Uma bandeira que aqui se estende é que mesmo com a mudança de donos e do novo uso que se dê ao edifício, as lojas permaneçam nos seus locais originais, até como um fator de diferenciação positiva, como foi o caso da Tabacaria Martins e d’A Ginginha Sem Rival¹¹⁸. E que haja um esforço da Câmara Municipal de Lisboa em garantir a manutenção dos negócios existentes, seja ajudando com formação seja com a transição de gestão.

¹¹⁸ RICO, Carolina (2017), “Prédio novo por cima, loja centenária no rés-do-chão. Um acordo possível?”, *Notícias ao Minuto*. Disponível em <https://www.noticiasao minuto.com/pais/738697/predio-novo-por-cima-loja-centenaria-no-res-do-chao-um-acordo-possivel> (último acesso em 28/10/18).

Embora isto não seja muito claro para alguns políticos, proprietários e lojistas, este tipo de comércio tem muito potencial. Primeiro, por conta da onda “vintage”¹¹⁹, mas também pela qualidade e exclusividade¹²⁰, temas caros ao comércio de luxo. É uma questão de *marketing* e de encontrar o público certo para estes produtos. Como fenómeno correlato é interessante observar que, em várias partes do mundo ocidental, diversas marcas estão recuperando sua história ou criando um passado que nunca existiu, mas que lhe dão legitimidade. Famoso ficou o caso dos pastéis de bacalhau com queijo da serra da Estrela na Baixa Pombalina, que se dizem um produto tradicional nacional, mas não o são. E notáveis são os casos de marcas históricas portuguesas¹²¹ criando lojas que recuperam sua história, mobília e embalagens de outras épocas, sobretudo através do estabelecimento de um tipo de loja com um pequeno museu associado — são exemplo a loja da Claus-Porto, no Porto¹²², ou as lojas de sardinhas que começam a abundar em Lisboa.

É bastante significativo que, neste momento de mudanças rápidas e profundas, o que se escolhe preservar são lojas. Poder-se-ia argumentar que também se preservam, neste exato momento, palácios, igrejas e monumentos nacionais, entre outros; mas é possível responder que se tratam de projetos pertencentes a outros tempos, correlacionados com projetos e interesses comuns europeus e mundiais — com toda a influência e importância de órgãos como a UNESCO e o ICOM. É precisamente isto o que faz do projeto de salvaguarda de lojas algo tão único: a necessidade de salvaguardar um tipo de consumo e de produto em vias de extinção. Ou seja, o reconhecimento de uma sociedade como entidade consumista. O plano, por esse viés, não poderia ser mais atual.

¹¹⁹ O interesse pelo *vintage*, no que tange as Lojas históricas de Lisboa, está materializado por exemplo no site PEREIRA, Maria Miguel [2018], *Arqueolajista*. Disponível em <http://www.arqueolajista.pt> (último acesso em 28/10/18) e PEREIRA, Maria Miguel [2018], *A Arqueolajista*. Disponível em <https://bit.ly/2Jnyrgt> (último acesso em 28/10/18). Trata-se de um projeto de “arqueolajismo”.

¹²⁰ SILVA, Claudia Carvalho (2016), “Que futuro para as lojas do passado?”, *Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/2016/01/03/local/noticia/que-futuro-para-as-lojas-do-passado-1718844> (último acesso em 28/10/18).

¹²¹ RODRIGUES, Daniel (2018), “In Lisbon, Shopping in the Shadow of History and Rebirth”, *The New York Times*. Disponível em <https://nyti.ms/2qhKVxx> (último acesso em 28/10/18).

¹²² COELHO, Sara Otto (2017), “130 anos depois, a Claus Porto abre loja-museu na cidade que lhe dá o nome”, *Observador* (08/06). Disponível em <https://observador.pt/2017/06/08/130-anos-depois-a-claus-porto-abre-loja-museu-na-cidade-que-lhe-da-o-nome/> (último acesso em 30/04/17).

Legislação

Criação do projeto “Lojas com História”: aprovado através da Deliberação n.º 99/CM/2015 (Proposta n.º 99/2015) | 4.º Suplemento ao Boletim Municipal n.º 1097, de 27 de fevereiro de 2015. Disponível em <https://goo.gl/gLt4tV> (último acesso em 08/10/2018).

Aprovação dos critérios de atribuição da distinção “Lojas com História” | Competências do grupo de trabalho e do conselho consultivo: Deliberação n.º 66/CM/2016 (Proposta n.º 66/2016) | , de 25 de fevereiro de 2016. Disponível em <https://goo.gl/A2Tnbg> (último acesso em 08/10/18).

Aprovação da atribuição da distinção “Lojas com História” pela Autarquia: Boletins Municipais n.º 1171-2º suplemento | 1204-4º suplemento. Disponível em <https://goo.gl/bXZgsk> (último acesso em 08/10/18) e <https://goo.gl/YgfqV1> (último acesso em 08/10/18).

Regulamento do projeto, publicado no Diário da República, 2.ª série — N.º 66 — 3 de abril de 2017. Disponível em <https://goo.gl/RhLMuz> (último acesso em 08/10/18).

Fundo municipal “Lojas com História”, publicado no Diário da República, 2.ª série — N.º 67 — 4 de abril de 2017. Disponível em <https://goo.gl/u7kF7K> (último acesso em 08/10/18).

Bibliografia

AGIER, Michel (2001), “Distúrbios identitários em tempos de Globalização”, *MANA*, 7 (2), pp. 7-33.

ALBUQUERQUE, J. B & SILVA, A. C. (2010), “Avaliação de projetos culturais”, *Revista Meta: Avaliação*, v. 2 (6).

ALVES, Daniel Ribeiro (2010), “Lisboa em 1908: um mundo de pequenas lojas”, em Câmara Municipal, Direcção Municipal de Cultura e Grupo de Trabalho para as Comemorações Municipais do Centenário da República (orgs.), *Lisboa e a República : centenário da vereação republicana em Lisboa, 1908-2008 : actas do Colóquio Nacional Lisboa e a República*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa, pp. 183-205.

ALVES, Glória da Anunciação (2008), “O Papel do Patrimônio nas políticas de revalorização do espaço urbano”, em *Diez aos de cambios en el mundo, en el mundo, en la geografia y en las Ciencias Sociales, 1999-2008 – X Coloquio Internacional de Geocrítica, Barcelona, 26–30 de mayo de 2008*, Barcelona, Universidad de Barcelona. Disponível em <http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/226.htm> (último acesso em 09/09/2018).

ALVES, Jorge Manuel Ribeiro dos Santos e, Jorge Manuel FLORES (1986), “Deambulações pela Lisboa setecentista: o comércio e o artesanato: ao reencontro de uma vivência quotidiana”, *Lisboa: Revista Municipal*, 2 (17), pp. 31-44.

APPADURAI, Arjun (2005 [1996]), *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

Associação Comercial de Lisboa – Câmara do Comércio (1937). *Relação das casas comerciais de Lisboa, com mais de cem anos, homenageadas pelas associação comercial de Lisboa*, Câmara de Comércio, e 15 de maio de 1997. [S.l.], [s. n.].

Associação Comercial de Braga (1997). *O comércio e a vila: projecto especial de revitalização do centro de Vieira do Minho*, Vieira do Minho, Câmara Municipal de Vieira do Minho.

BALLART, Josep (1997), *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*, Barcelona, Ariel.

BALSAS, Carlos José Lopes (1999), *Urbanismo comercial em Portugal: e a revitalização do centro das cidades*, Lisboa, GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia.

BALSAS, Carlos José Lopes (2003), “Urbanismo comercial: mitos e boas práticas na revitalização de centros urbanos”, *Sociedade e Território – Revista de Estudos Urbanos e Regionais*, vol. 36, pp. 116-130.

BAUMAN, Zygmunt (1999 [1998]), *Globalização: As conseqüências humanas*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed.

BOLEÓ, Luísa Paiva (2004). *Casa Havaneza: 140 anos à esquina do Chiado*, Lisboa, Dom Quixote.

BRANCO, Luís Aguiar (2009), *Lojas do Porto*, Porto, Afrontamento.

Brasil — Ministério da Cultura, Joana Lira (ilust.) (2013). *Como fazer um plano de cultura. / Brasil*, São Paulo e Brasília, Instituto Via Pública e Ministério da Cultura.

Câmara Municipal – Pelouro do Comércio e Abastecimentos (1999). *Guia da Baixa-Chiado*, Lisboa, Câmara Municipal – Pelouro do Comércio e Abastecimentos.

CHOAY, Françoise (2011), *A alegoria do patrimônio*, Assis, UNESP.

COLES, Tim (2004), “Tourism, Shopping, and Retailing: An Axiomatic Relationship?”, em Alan A. Lew, C. Michael Hall e Allan M. Williams (eds.), *A Companion to Tourism*, Malden, Oxford, Carlton, Blackwell Publishing Ltd., p. 360-373.

COSTA, Mário e, Luís de Oliveira GUIMARÃES (1987), *O Chiado pitoresco e elegante: história* (2.^a ed.), *figuras, usos e costumes*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa.

CRUZ, Maria Gabriela Araújo Oliver (2015), *Consumo e Nação: uma investigação sobre a compra de produtos portugueses* (Dissertação de Mestrado em Antropologia), Lisboa, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.

DAMASCENO, Janaína, Isabela Oliveira Pereira da SILVA, Natália Helou FAZZIONI, Guilherme André ADERALDO, Heitor FRÚGOLI Jr. (2010), “As cidades da antropologia: Entrevista com Michel Agier”, *Revista de Antropologia*, vol. 53 (2), São Paulo, USP,.

DIAS, Margarida [2002], *Objectos: Lojas 2001-2002*, Lisboa, IPPAR.

FERNANDEZ, Gumersindo, Enrique IBAÑEZ (2016), *Comercios Historicos de Barcelona*, Editorial Samaruc.

FORTUNA, Carlos (2012), “Património, turismo e emoção”, *Revista crítica de Ciências Sociais* (97), pp. 23-40. Disponível em <https://rccs.revues.org/4898> (último acesso em 10/06/2017).

FORTUNA, Carlos (2016), “Património com futuro... Ou sobre a resiliência das cidades”, em *Revista do Património* (4), pp. 6-13.

GALHARDO, Jacques (2013), “Ville et mondialisation : le centre ancien de Lisbonne”, *nLe Globe – Revue genevoise de géographie*, vol. 153, pp. 23-38.

GOSS, Jon (2004), “The Souvenir: Conceptualizing the Object(s) of Tourist Consumption”, em Alan A. Lew, C. Michael Hall, Allan M. Williams (eds.), *A Companion to Tourism*, Malden, Oxford, Carlton, Blackwell Publishing Ltd., pp. 327-336.

HENRIQUES, Cláudia (2003), *Turismo, Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável*, Lisboa, Edições Sílabo.

HOBBSAWM, Eric J. (2008), *A invenção da Tradição*, São Paulo, Paz e Terra.

JANEIRO, Maria João e Rogério de Medeiros ABREU (1994). *Lojas Antigas de Lisboa*, Lisboa, PAOT.

JANEIRO, Maria João, Rogério de ABREUS, Carlos Laranjo MEDEIROS e, Luís Manuel VASCONCELOS (1994), *Lojas antigas de Lisboa*, Lisboa, Ministério da Educação.

LEES, Loretta, Tom SLATER e Elvin WYLY (2007), *Gentrification*, Londres e Nova Iorque, Routledge.

LIPOVETSKY, Gilles (2007), *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*, São Paulo, Companhia das Letras.

Câmara Municipal de Lisboa, Unidade de Projecto da Baixa Chiado (2009), *Baixa-Chiado: esta é a história do nosso bairro!*, Lisboa, Câmara Municipal de Lisboa.

MARQUES, Vítor (2016), *Rota dos Cafés com História de Portugal*, Caleidoscópio.

MEDEIROS, Carlos Laranjo (1994), *Lojas de tradição: roteiro*, Lisboa, Programa das Artes e Ofícios Tradicionais – Ministério da Educação – Projecto Artes e Ofícios Tradicionais.

MERMET, Anne-Cécile (2013), “Le patrimoine au service du commerce? Une lecture sémiologique des rues commerçantes du Marais et du Vieux Lille”, *Revue Géographique de l'Est*, vol. 53 (3-4), <http://rge.revues.org/5087> (último acesso : 01/10/2016).

MONTEIRO, Sofia Santos (2016), *Criação do Distrito Literário de Lisboa* (Dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura), Lisboa, ISCTE.

NEVES, José Soares (coord.), Rui Beja, Jorge Alves dos SANTOS e, Jorge Augusto SANTOS (2014), *Comércio livreiro em Portugal - Estado da arte no início da segunda década do século XXI*, Lisboa, APEL.

PEREIRA, Henrique José Lopes (2017), “O Público e o Privado na Gestão do Património Cultural: sobre o Programa Revive”. Lisboa, Dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão da Cultura, ISCTE.

RIEGL, Alois (1984), *Le culte moderne des monuments: son essence et sa genèse*, Paris, Seuil.

ROSELLÓ-CEREZUELA, David (2007[2004]), *Diseño y Evaluación de Proyectos Culturales*, Barcelona, Ariel.

ROUSSEAU, José António (2014), *Resiliência do retalho independente, centenário de Lisboa* (Dissertação de Mestrado), Lisboa, Escola Superior de Lisboa.

SALGUEIRO, Teresa Barata (2004), “Da baixa aos centros comerciais: a recoposição do centro de Lisboa”, *Monumentos* (21), pp. 214-223.

SARAIVA, José António (2001), *50 lojas com história*, Lisboa, Expresso.

STOCK, Mathis e Léopold LUCAS (2012), “La double révolution urbaine du tourisme”, *Espaces et sociétés* (151), pp. 15-30. Disponível em <https://www.cairn.info/revue-espaces-et-societes-2012-3-page-15.htm> (último acesso em 22/09/2017).

TINOCO, Alfredo, Carlos Filipe e Ricardo Hipólito (2012), Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz (Projecto). “Alfredo Tinoco: artigos e comunicações”, *Cadernos de Sociomuseologia: Textos de Alfredo Tinoco* (42), pp. 51-59.

TINOCO, Alfredo, Carlos Filipe e Ricardo Hipólito (2014), *A Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz*, Lisboa, CEHC-IUL.

ZUKIN S. (2009), *Naked city: the death and life of authentic urban places*, Oxford, Nova Iorque, Auckland, Oxford University Press.

Webgrafia

Ajuntament de Barcelona (2014), *Mesura de Govern: Pla Específic de Protecció i Suport als Establiments Emblemàtics*. Disponible em <https://bit.ly/2DbSQ7R> (último acesso em 28/10/18).

Ajuntament de Barcelona (2016), *Barcelona protegeix els establiments emblemàtics de la ciutat, Comerç*. Disponible em (último acesso em 28/10/18).

ALEMÃO, Samuel [2015], “A aparentemente inabalável vaga turística faz mais uma vítima no epicentro da capital portuguesa”, *O Corvo*. Disponible em <https://ocorvo.pt/loja-de-ceramica-da-centenaria-fabrica-de-santanna-vai-fechar-para-dar-lugar-a-hotel-2/> (último acesso em 28/10/18).

Área Metropolitana de Lisboa com o apoio em consultoria e assistência técnica da Sociedade de Consultores Augusto Mateus & Associados (2015), *Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Área Metropolitana de Lisboa*. Disponible em <http://www.am-lisboa.pt/documentos/1518970305A2fNI7cy4Ku53CX9.pdf> (último acesso em 28/10/18).

Associación d'Establiments Emblemàtics [2018], *Establiments Emblemàtics*. Disponible em <http://estemblematics.blogspot.com> (último acesso em 28/10/18).

Associazione Botteghe Storiche (2011), *Botteghe Storiche*. Disponible em <http://www.botteghistoricheroma.com/elenco-botteghe-associate> (último acesso em 28/10/18).

L'Associazione “Le Botteghe Storiche di Vicenza” [2018], *Le Botteghe Storiche di Vicenza*. Disponible em <http://www.botteghistoriche.vicenza.it> (último acesso em 28/10/18).

L'Associazione "Le Botteghe Storiche di Vicenza" [2018], *Le Botteghe Storiche di Vicenza*. Disponible em <https://www.facebook.com/LeBottegheStoricheDiVicenza> (último acesso em 28/10/18).

Associazione Botteghe Storiche Roma (2018), *Associazione Botteghe Storiche Roma*. Disponible em <https://www.facebook.com/Associazione-Botteghe-Storiche-Roma-313789035297930/> (último acesso em 28/10/18).

Associazione Botteghe Storiche Roma (2018), *Associazione Botteghe Storiche Roma*. Disponible em <http://www.botteghistoricheroma.com/download-botteghe-storiche-roma> (último acesso em 28/10/18).

BAUMGARTNER, Barbara (2017), “Das Geschäft ihres Lebens”, *Zeit*. Disponível em <https://www.zeit.de/entdecken/reisen/merian/lissabon-traditionslaeden-betriebe-ueberleben> (último acesso em 28/10/18).

Botteghe Storiche di Genova (2018), *Botteghe Storiche di Genova*. Disponível em <https://www.bottegestorichegenova.it/en/home-en/#/ms/1> (último acesso em 28/10/18).

Botteghe Storiche di Genova (2018), *Botteghe Storiche di Genova*. Disponível em <https://www.facebook.com/BottegestoricheGenova> (último acesso em 28/10/18).

Botteghe Storiche di Lombardia (2018), *Botteghe Storiche di Lombardia*. Disponível em <https://www.facebook.com/BottegestorichediLombardia/> (último acesso em 28/10/18).

Câmara Municipal de Lisboa (2018), *Lojas com História*. Disponível em www.lojascomhistoria.pt (último acesso em 16/10/18).

Câmara Municipal de Lisboa (2018), *Lojas com História*. Disponível em www.belasartes.ulisboa.pt/lojas-com-historia (último acesso em 16/10/18).

CARVALHO, António Sérgio Rosa de (2016), “A Manhattan flutuante”, *Público*. Disponível em <https://goo.gl/8TzoNx> (último acesso em 28/10/18).

COELHO, Sara Otto (2017), “Câmara do Porto quer proteger, pelo menos, 37 lojas históricas”, *Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2017/06/22/camara-do-porto-quer-protoger-pelo-menos-37-lojas-historicas/> (último acesso em 28/10/18).

Confesercenti Regionale Lombardia (2018), *Botteghe Storiche di Lombardia: nasce l'Associazione che aiuta le storiche attività lombarde a fare squadra*, Confesercenti Regionale Lombardia. Disponível em <https://bit.ly/2Oc2mZK> (último acesso em 28/10/18).

CTT (2016), *CTT relembram Cafés Históricos de Portugal em Emissão Filatélica*. Disponível em <https://www.ctt.pt/ctt-e-investidores/comunicacao-e-patrocinios/media/noticias/ctt-relembram-cafes-historicos-de-portugal-em-emissao-filatelica> (último acesso em 28/10/18).

COELHO, Sara Otto (2017), “130 anos depois, a Claus Porto abre loja-museu na cidade que lhe dá o nome”, *Observador*. Disponível em <https://observador.pt/2017/06/08/130-anos-depois-a-claus-porto-abre-loja-museu-na-cidade-que-lhe-da-o-nome/> (último acesso em 28/10/18).

Cushman & Wakefield Portugal (2018), *Cushman & Wakefield apresenta 1º edição do estudo Retalho em Portugal*. Disponível em <https://cism.co/2SmaCtq> (último acesso em 16/10/18).

DANTAS, Miguel (2018), “Cafés históricos da Europa pedem uma rota europeia que passe pelas suas mesas”, *Público*, Disponível em <https://www.publico.pt/2018/04/17/local/noticia/responsaveis-de-cafes-historicos-europeus-reunemse-em-portugal-1810577> (último acesso em 28/10/18).

DGPC [2018], *Cartas e Convenções Internacionais sobre Património*. Disponível em <https://goo.gl/Bo1oRz> (último acesso em 28/10/18).

European Historic Cafes Association [2018], *European Historic Cafes Association*. Disponível em <http://www.ehica.eu/home-2/> (último acesso em 30/04/18).

Fons d'Imatges del comerç de Catalunya (2018), *Ruta dels emblemàtics*. Disponível em <http://rutadelsemblematics.cat> (último acesso em 28/10/18).

Fórum Cidadania Lx [2018], *Círculo das lojas de carácter e tradição de Lisboa*. Disponível em <http://circulolojas.org> (último acesso em 28/10/18).

Fórum Cidadania Lx [2018], *USKP*, Disponível em <http://circulolojas.org/uskp> (último acesso em 28/10/18).

Fórum Cidadania Lx [2018], *Círculo das lojas de carácter e tradição de Lisboa*, Disponível em <https://www.facebook.com/ciculolojas/> (último acesso em 28/10/18).

HAMMADI, Anissa (2018), Paris: la façade d'une boutique inscrite “monument historique”, *Parisien*, Disponível em: <http://www.leparisien.fr/paris-75/paris-la-facade-d-une-boutique-inscrite-monument-historique-07-05-2018-7703520.php> (último acesso em 28/10/18).

HENRIQUES, Eduardo Brito (coord.) (2014), *Plano de Ação Regional de Lisboa 2014-2020*, Disponível em: <https://bit.ly/2zgmFzY> (último acesso em 28/10/18).

Idealista (2017), “Barcelona com nova lei do alojamento para travar turismo”, *Idealista*. Disponível em <https://bit.ly/2AyoWZ0> (último acesso em 28/10/18).

Jones Lang LaSalle (2015), *Mercado Imobiliário em Portugal: Análise 2015 | Perspetivas 2016 Escritórios | Retalho | Residencial | Investimento*. Disponível em <https://bit.ly/2DawCTI> (último acesso em 28/10/18).

Jornal de Notícias (2017), “Câmara do Porto identificou as primeiras 37 lojas históricas protegidas”, *Jornal de Notícias*. Disponível em <https://bit.ly/2OUHM5n> (último acesso em 28/10/18).

LUSA (2015), “Lojas tradicionais de Lisboa querem integrar os mapas turísticos da cidade”, *RTP Notícias* (12/03). Disponível em <https://bit.ly/2QIuccW> (último acesso em 23/03/2017).

LUSA (2015), “Lojas tradicionais de Lisboa querem integrar os mapas turísticos da cidade”, *RTP Notícias*. Disponível em https://www.rtp.pt/noticias/pais/lojas-tradicionais-de-lisboa-querem-integrar-os-mapas-turisticos-da-cidade_n811445 (último acesso em 28/10/18).

MACEDO, André & BANHA, Inês (2016), “Fernando Medina: Seria descabido impedir um estrangeiro de comprar casa no bairro de Alfama”, *Diário de Notícias*. Disponível em <https://www.dn.pt/portugal/entrevista/interior/fernando-medina-seria-descabido-impedir-um-estrangeiro-de-comprar-casa-no-bairro-de-alfama-5106027.html> (último acesso em 28/10/18).

MACHADO, Jurema (2015), *Desafios contemporâneos para a gestão do patrimônio*. Disponível em <https://goo.gl/82PoVs> (último acesso em 28/10/18).

MARQUES, Carlos Vaz & CATARINO, João (2016), “Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer”, *Público*. Disponível em <https://bit.ly/2Oe0VtW> (último acesso em 28/10/18).

MENDES, Luís (2018), “Gentrificação e turistificação da cidade ou... É a financeirização da habitação, estúpido!”, *O Jornal Económico*. Disponível em <https://bit.ly/2PZzLSK> (último acesso em 16/10/18).

Milano da Vedere [2018], *Botteghe storiche di Milano*. Disponível em <https://www.botteghistorichedimilano.it> (último acesso em 28/10/18).

Milano da Vedere [2018], *Botteghe storiche di Milano*. Disponível em <https://www.facebook.com/Botteghistorichedimilano/> (último acesso em 28/10/18).

Ministère de la Culture [2018], *Présentation des bases Architecture et Patrimoine*. Disponível em <http://www2.culture.gouv.fr/culture/inventai/patrimoine/> (último acesso em 28/10/18).

MOREIRA, Cristiana Faria (2017), “Numa Lisboa com cada vez mais novas centralidades, as lojas centenárias resistem na Baixa e no Chiado”, *Público*. Disponível em <https://bit.ly/2zfnmcq> (último acesso em 28/10/18).

Movimento Fórum Cidadania Lisboa [2018], *Cidadania LX*. Disponível em <http://cidadaniafx.blogspot.com> (último acesso em 28/10/18).

Movimento Fórum Cidadania Lisboa [2018], *Grupo fechado Fórum Cidadania LX*. Disponível em <https://www.facebook.com/groups/forumcidadaniafx/> (último acesso em 28/10/18).

NARCISO, Natacha (2018), “Concurso quer eleger o melhor selo para as Lojas com História”, *Gazeta das Caldas*. Disponível em <https://gazetacaldas.com/sociedade/concurso-quer-eleger-melhor-selo-as-lojas-historia/> (último acesso em 28/10/18).

NETO, Rita (2018), “Esta startup notifica-o de descontos sempre que se aproxima de uma loja”, *Eco*. Disponível em <https://eco.pt/2018/01/21/esta-startup-notifica-o-de-descontos-sempre-que-se-aproxima-de-uma-loja/> (último acesso em 28/10/18).

PEREIRA, Maria Miguel [2018], *Arqueojista*. Disponível em <http://www.arqueojista.pt> (último acesso em 28/10/18).

PEREIRA, Maria Miguel [2018], *A Arqueojista*. Disponível em <https://bit.ly/2Pw7RHw> (último acesso em 28/10/18).

PEREIRA, Mariana (2017), “Já de portas fechadas, a Ulmeiro candidata-se a loja com história”, *Diário de Notícias*. Disponível em <https://www.dn.pt/artes/interior/ja-de-portas-fechadas-a-ulmeiro-candidata-se-a-loja-com-historia-5588596.html> (último acesso em 28/10/18).

Porto. (2017), “Porto de Tradição' foi explicado aos comerciantes”, *Porto*. Disponível em <http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-foi-explicado-aos-comerciantes> (último acesso em 28/10/18).

Porto. (2018), “Porto de Tradição aumenta lista de espaços históricos protegidos e abre consulta pública para mais nove lojas”, *Porto*. Disponível em <http://www.porto.pt/noticias/porto-de-tradicao-engrossa-lista-de-espacos-historicos-prottegidos-e-abre-consulta-publica-para-mais-nove-lojas> (último acesso em 28/10/18).

RAMOS, Lino (2016), “Rota dos Cafés com História de Portugal”, *Descla*. Disponível em <https://descla.pt/2016/03/02/rota-dos-cafes-historia-portugal/> (último acesso em 28/10/18).

RICO, Carolina (2017), “Prédio novo por cima, loja centenária no rés-do-chão. Um acordo possível?”, *Notícias ao Minuto*. Disponível em <https://bit.ly/2OWrkS5> (último acesso em 28/10/18).

RODRIGUES, Daniel (2018), “In Lisbon, Shopping in the Shadow of History and Rebirth”, *The New York Times*, Disponível em <https://nyti.ms/2qhKVxx> (último acesso em 28/10/18).

Rota dos Cafés com História de Portugal [2018], *Rota dos Cafés com História*. Disponível em https://www.facebook.com/pg/rotadoscafescomhistoria/about/?ref=page_internal (último acesso em 28/10/18).

RTP (2017), “Convento de Tomar parcialmente destruído durante gravação de um filme”, *RTP*. Disponível em <https://bit.ly/2Of0Vd3> (último acesso em 16/10/18).

Sapo (2017), “Conhecidos os vencedores dos Prémios SAPO 2017”, *Sapo*, Disponível em <https://goo.gl/QH2FPa> (último acesso em 28/10/18).

SILVA, Claudia Carvalho (2016), “Que futuro para as lojas do passado?”, *Público*, Disponível em <https://www.publico.pt/2016/01/03/local/noticia/que-futuro-para-as-lojas-do-passado-1718844> (último acesso em 28/10/18).

SIMÕES, Jorge (2016), “O roteiro nostálgico dos cafés com história de Portugal”, *Renascença*, Disponível em <https://bit.ly/2OZC7ea> (último acesso em 28/10/18).

Tinta da China [2018], *Lojas com História*. Disponível em <https://goo.gl/itrjND> (último acesso em 28/10/18).

Turismo de Lisboa Visitors & Convention Bureau [2015], *Plano estratégico Para o Turismo da Região de Lisboa 2015-2019*. Disponível em www.visitlisboa.com/sites/default/files/2016-10/2015_19_Plano%20Estrat%C3%A9gico_0.pdf (último acesso em 16/10/18).

ONU (2017), *Relatório da ONU mostra população mundial cada vez mais urbanizada, mais de metade vive em zonas urbanizadas ao que se podem juntar 2,5 mil milhões em 2050*. Disponível em www.unric.org/pt/actualidade/31537-relatorio-da-onu-mostra-populacao-mundial-cada-vez-mais-urbanizada-mais-de-metade-vive-em-zonas-urbanizadas-ao-que-se-podem-juntar-25-mil-milhoes-em-2050, (último acesso em 16/10/18).

Dossiê de Imprensa

ALEMÃO, Samuel [2015], “Câmara de Lisboa vai conceder incentivos fiscais às lojas mais tradicionais da cidade”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/VPBSgc> (último acesso em 14/09/18).

ALEMÃO, Samuel [2015], “Loja de cerâmica da centenária Fábrica de Santanna vai fechar para dar lugar a hotel”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/72FUjc> (último acesso em 18/08/18).

ALEMÃO, Samuel [2016], “Tem de haver um limite ao aumento das rendas para salvar comércio tradicional”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/L2sxHV> (último acesso em 19/08/18).

ALEMÃO, Samuel (2017), “As Lojas Com História numa exposição para celebrar as sobreviventes”, *O Corvo* (07/09). Disponível em <https://goo.gl/wxvhvi> (último acesso em 14/09/18).

ALEMÃO, Samuel [2017], “[Câmara de Lisboa responsabiliza Assunção Cristas por fecho de muitas lojas históricas]”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/6NjLEf> (último acesso em 19/08/18).

ALEMÃO, Samuel [2017], “[Demora a aprovar programa leva alguns lojistas a desistirem do Lojas com História]”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/vBJQJ2> (último acesso em 19/08/18).

ALEMÃO, Samuel (2017), “Fecha no fim do mês a Tabacaria Martins, aberta desde 1872 no Largo do Calhariz”, *O Corvo* (05/01). Disponível em <https://goo.gl/TVYUub> (último acesso em 14/09/18).

ALEMÃO, Samuel (2018), “A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na baixa turística, fechou de vez as suas portas”, *Shifter* (19/01). Disponível em <https://goo.gl/MJC92F> (último acesso em 27/06/2018).

ALEMÃO, Samuel (2018), “A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na Rua do Carmo, fechou de vez as suas portas”, *O Corvo* (09/01). Disponível em <https://goo.gl/FGcJVg> (último acesso em 18/08/18).

ALEMÃO, Samuel (2018), “Grupo de cidadãos pede ajuda a Rafael Nadal para salvar quarteirão da Suíça”, *O Corvo* (29/06). Disponível em <https://goo.gl/XdwPgJ> (último acesso em 13/09/18).

ANTUNES, Marisa e Jorge A. Ferreira, “Todos os meses fecham cinco lojas históricas em Lisboa”, *Expresso* (11/02). Disponível em <https://goo.gl/k6Ymwe> (último acesso em 18/08/18).

BANHA, Inês e André Macedo (2016), “Fernando Medina: ‘Seria descabido impedir um estrangeiro de comprar casa no bairro de Alfama’”, *Diário de Notícias* (02/04). Disponível em <https://goo.gl/1JRpkB> (último acesso em 25/09/18).

BARRETO, Diogo (2018), “Pastelaria Suíça, no Rossio, vai encerrar portas”, *Sábado* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/ay9PbL> (último acesso em 28/06/18).

BAUMGARTNER, Barbara (2017), “Das Geschäft ihres Lebens”, *Zeit* (18/01). Disponível em <https://goo.gl/XsEqR8> (último acesso em 16/08/18).

BOAVENTURA, Inês (2016), “Elevador da ponte e museu dedicado aos Descobrimentos entre os beneficiários de taxa turística”, *Público* (29/09). Disponível em <https://goo.gl/uQxM4D> (último acesso em 14/09/18).

BRAGA, Zita Ferreira (2018), “Lojas com História já assinaladas em Lisboa”, *Hardmusica* (15/01). Disponível em <https://goo.gl/dUvWiu> (último acesso em 25/06/18).

BRITO, Catarina de Almeida (2017), “How Lisbon is protecting its historic shops”, *The Spaces* (05/12). Disponível em <https://goo.gl/XdWdzK> (último acesso em 27/06/18).

CARDOSO, Margarida David (2016), “Vá-vá é mais um histórico de Lisboa ‘à espera que alguém lhe pegue’”, *Público* (04/12). Disponível em <https://goo.gl/FpzV14> (último acesso em 18/08/18).

CARVALHO, António Sérgio Rosa de (2016), “A Manhattan flutuante”, *Público* (03/03). Disponível em <https://goo.gl/rsb7RM> (último acesso em 18/08/18).

CARVALHO, Cláudia Lima (2018), “Pastelaria Suíça no Rossio vai fechar”, *TimeOut Lisboa* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/q1SbzG> (último acesso em 28/06/18).

CARVALHO, Cláudia S. e André Rosa (2017), “Passear por Lisboa a ver montras e balcões com história”, *Evasões* (16/09). Disponível em <https://goo.gl/qpCghX> (último acesso em 14/09/18).

CIPRIANO, Rita (2017), “A livraria Ulmeiro não morreu, vai estender-se fora de portas”, *Observador* (19/03). Disponível em <https://goo.gl/gL3zYs> (último acesso em 27/06/18).

CIPRIANO, Rita (2017), “Assembleia Municipal de Lisboa aprova fundo municipal ‘Lojas com História’”, *Observador* (31/01). Disponível em <https://goo.gl/P2vgVX> (último acesso em 25/06/18).

COELHO, Alexandra Prado (2016), “Catarina Portas faz parceria para tentar salvar Casa Alves”, *Público* (11/03). Disponível em <https://goo.gl/2usr2q> (último acesso em 14/09/18).

COELHO, Alexandra Prado (2016), “PS altera lei das rendas para proteger lojas históricas”, *Público* (02/04). Disponível em <https://goo.gl/fMpYyt> (último acesso em 25/09/18).

COSTA, Filipe Santos (2017), “Taxa turística rendeu €13,5 milhões a Lisboa”, *Expresso* (13/02). Disponível em <https://goo.gl/hfaYrM> (último acesso em 27/06/18).

COSTA, Rita Neves [2016], “Comércio tradicional de Lisboa à espera do OK do programa ‘Lojas com História’”, *O Corvo*. Disponível em <https://goo.gl/ZmV5XA> (último acesso em 19/08/18).

CRESPO, Júlia (2018), “Lojas com história”, *Jornal de Negócios* (14/07). Disponível em <https://goo.gl/sEQHpU> (último acesso em 13/09/18).

CRISTINO, Sofia (2018), “Há 184 anos de portas abertas na Baixa de Lisboa, Casa Senna pode encerrar este mês” (10/05). Disponível em <https://goo.gl/Q3MQgB> (último acesso em 18/08/18).

DINHEIRO VIVO / LUSA (2018), “Lojas com História reclamam travão ao aumento das rendas”, *Dinheiro Vivo* (14/04). Disponível em <https://goo.gl/SjkD92> (último acesso em 25/06/18).

DN / LUSA (2017), “Lisboa vai ter parada de Natal”, *Diário de Notícias* (22/11). Disponível em <https://goo.gl/apkpGd> (último acesso em 14/09/18).

DN / LUSA (2018), “História pastelaria Suíça vai encerrar brevemente” (27/06). Disponível em <https://goo.gl/56umeV> (último acesso em 15/08/18).

ESTEVES, Tânia (2016), “Lisboa lança programa para preservar suas ‘lojas com história’”, *GI* (07/08). Disponível em <https://goo.gl/yihkrB> (último acesso em 26/06/18).

FARINHA, Ricardo (2017), “As lojas históricas de Lisboa estão reunidas em livro”, *NiT* (19/11). Disponível em <https://goo.gl/6DUjKG> (último acesso em 25/06/18).

FARINHA, Ricardo (2017), “Restaurante La Gôndola vai ser demolido para construir edifício de banco”, *NiT* (27/07). Disponível em <https://goo.gl/Q4VJf8> (último acesso em 26/06/18).

FARINHA, Ricardo (2017), “Uma exposição para conhecer as lojas históricas de Lisboa”, *NiT* (10/09). Disponível em <https://goo.gl/fXrXXP> (último acesso em 14/09/18).

FARINHA, Ricardo (2018), “Vai fechar a histórica Camisaria Pitta, aberta desde o século XIX”, *NIT* (09/03). Disponível em <https://goo.gl/s8omE6> (último acesso em 18/08/18).

FARINHA, Ricardo (2019), “A famosa Pastelaria Suíça vai fechar – e não é a única”, *NIT* (28/06). Disponível em <https://goo.gl/S14Lgi> (último acesso em 28/06/18).

FERREIRA, Rita (2016), “A resposta de Catarina Portas ao novo McDonald’s: ‘Não quero o turismo a qualquer preço’”, *Observador* (11/03). Disponível em <https://goo.gl/nGMRXD> (último acesso em 14/09/18).

FIGUEIREDO, Maria Vitorino [2016], “É preciso ter lata!”, *Boas notícias*. Disponível em <https://goo.gl/xTUACY> (último acesso em 26/06/18).

FRANÇA, Ana (2017), “O Faz Frio vai fechar? Ainda não é certo”, *Observador* (21/03). Disponível em <https://goo.gl/t7Shwg> (último acesso em 27/06/18).

FRANCISCO, Susete (2016), “Entre bonecas, botões e conservas. Lojas com passado à procura do futuro”, *Diário de Notícias* (23/07). Disponível em <https://goo.gl/5JDgmZ> (último acesso em 14/09/18).

FRANCISCO, Susete (2017), “La Gondola fecha para dar lugar à sede do Montepio”, *Diário de Notícias* (29/07). Disponível em <https://goo.gl/hGsGHm> (último acesso em 26/06/18).

FRANCISCO, Susete (2017), “Medina admite subir taxa turística em Lisboa”, *Diário de Notícias* (06/11). Disponível em <https://goo.gl/fBukFD> (último acesso em 26/06/18).

GONÇALVES, Mauro (2017), “E se comprasse todos os presentes de Natal em lojas histórias?”, *Observador* (10/12). Disponível em <https://goo.gl/5QzkXx> (último acesso em 26/06/18).

GUIMARÃES, Joana e Cláudia Carvalho Silva (2016), “Que futuro para as lojas do passado?”, *Público* (03/01). Disponível em <https://goo.gl/RHD2QZ> (último acesso em 18/08/18).

HORTA, Bruno (2018), “Ainda se lembra destas lojas do Rossio?”, *Observador* (28/06). Disponível em <https://goo.gl/V5nzKR> (último acesso em 29/06/18).

LANÇA, Filomena (2017), “Cristas apoia protecção nas rendas antigas a lojas históricas”, *Jornal de Negócios* (06/02). Disponível em <https://goo.gl/LYdFw2> (último acesso em 25/06/18).

LANÇA, Filomena (2017), “Lojas históricas: Contratos que já foram actualizados também vão ter protecção”, *Negócios* (10/04). Disponível em <https://goo.gl/2aZpsn> (último acesso em 14/07/18).

LANÇA, Filomena (2017), “Lojas tradicionais com mais de 25 anos vão ter protecção nas rendas”, *Jornal de Negócios* (06/02). Disponível em <https://goo.gl/hRfvqd> (último acesso em 14/09/18).

LOBO, Renata Lima (2018), “As histórias que as lojas históricas guardam deram um livro”, *TimeOut Lisboa* (02/06). Disponível em <https://goo.gl/ahqrnM> (último acesso em 24/06/18).

LOBO, Renata Lima (2018), “Há 44 novas Lojas com História em Lisboa”, *TimeOut Lisboa* (29/06). Disponível em <https://goo.gl/tcbEQz> (último acesso em 13/09/18).

LOBO, Renata Lima (2018), “Livraria Aillaud & Lellos fechada: uma baixa para o programa Lojas com História”, *TimeOut* (09/01). Disponível em <https://goo.gl/Ee5We1> (último acesso em 18/08/18).

LOBO, Renata Lima (2018), “Livro mostra as lojas históricas através de ilustrações”, *TimeOut Lisboa* (21/06). Disponível em <https://goo.gl/2jxVB5> (último acesso em 24/06/18).

LOBO, Renata Lima (2018), “Lojas com História: fique atento a esta placa”, *TimeOut* (11/01). Disponível em <https://goo.gl/Gwpg3e> (último acesso em 18/08/18).

LOBO, Renata Lima (2018), “Lojas com História: mais históricas para contar em Lisboa”, *TimeOut Lisboa* (04/04). Disponível em <https://goo.gl/2jxVB5> (último acesso em 21/06/18).

LOBO, Renata Lima e Mauro Gonçalves (2017), “Lojas históricas em Lisboa: velhas, mas boas”, *TimeOut* (15/12). Disponível em <https://goo.gl/xoWiDx> (último acesso em 14/09/18).

LOPES, Diogo (2018), “A célebre pastelaria Suíça, em Lisboa, vai fechar”, *Observador* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/Cpf8wN> (último acesso em 13/09/18).

LOURENÇO, Artur (2017), “As lojas tradicionais que (ainda) existem em Lisboa reunidas em colecção de postais”, *O Corvo* (13/07). Disponível em <https://goo.gl/ib6mTx> (último acesso em 14/09/18).

LÚCIO, Susana (2018), “Lisboa vai proteger lojas e oficinas históricas”, *Sábado* (01/03). Disponível em <https://goo.gl/f8aQNC> (último acesso em 25/06/18).

LUÍS, Sara Belo (2017), “Vão começar as Festas de Lisboa – e estes são os momentos a não perder”, *Visão* (01/06). Disponível em <https://goo.gl/RzW3g8> (último acesso em 27/06/18).

LUSA (2015), “Câmara de Lisboa quer pôr mais de 300 lojas históricas da cidade ‘a render’”, *Público* (19/09). Disponível em <https://goo.gl/2pqbd5> (último acesso em 14/09/18).

LUSA (2016), “Há 63 ‘Lojas com história’ em Lisboa. Sabe quais são?”, *Diário de Notícias* (16/07). Disponível em <https://goo.gl/HGsgB6> (último acesso em 14/09/18).

LUSA (2016), “Orçamento da Câmara de Lisboa para 2017 já conta com taxa turística”, *Público* (12/10). Disponível em <https://goo.gl/xKTbGJ> (último acesso em 14/09/18).

LUSA / VM (2016), “Lisboa vai distinguir lojas históricas”, *Visão* (21/07). Disponível em <https://goo.gl/1dqy14> (último acesso em 14/09/18).

LUSA (2017), “Aumenta a lista das lojas históricas de Lisboa”, *TSF* (03/03). Disponível em <https://goo.gl/bewtKK> (último acesso em 14/09/18).

LUSA (2017), “Câmara de Lisboa distingue mais 20 lojas históricas da cidade”, *Fashion Network* (06/03). Disponível em <https://goo.gl/djAajm> (último acesso em 26/06/18).

LUSA (2017), “Cerca de 120 lojas históricas encerraram desde 2015. Paris em Lisboa está em risco”, *Observador* (25/01). Disponível em <https://goo.gl/Poyac2> (último acesso em 18/08/18).

LUSA (2017), “Já está em vigor o regime que protege as lojas históricas”, *Eco* (26/07). Disponível em <https://goo.gl/YTQVVG> (último acesso em 25/06/18).

LUSA (2017), “Lisboa confirma distinção de 82 lojas históricas após alteração na lei”, *Diário de Notícias* (30/06). Disponível em <https://goo.gl/JzCKvg> (último acesso em 14/09/18).

LUSA (2017), “Loja de confeções Paris em Lisboa evita encerramento com acordo”, *Fashion Network* (08/03). Disponível em <https://goo.gl/3oTzdK> (último acesso em 18/08/18).

LUSA (2017), “Objectos e memórias de lojas históricas de Lisboa em exposição na baixa”, *Público* (31/08). Disponível em <https://goo.gl/cRwS7P> (último acesso em 25/06/18).

LUSA (2017), “OE2018: Lojas com história deverão ficar isentas de IMI e com benefício para conservação”, *Diário de Notícias* (12/10). Disponível em <https://goo.gl/67JQDL> (último acesso em 25/06/18).

LUSA (2017), “PONTOS ESSENCIAIS OE2018: Principais medidas da proposta orçamental”, *Diário de Notícias* (14/10). Disponível em <https://goo.gl/Qa5YDV> (último acesso em 14/09/18).

LUSA (2018), “Câmara de Lisboa quer uniformizar acesso à habitação a preços controlados”, *Diário de Notícias* (16/02). Disponível em <https://goo.gl/y439iY> (último acesso em 26/06/18).

LUSA (2018), “Câmara de Lisboa quer distinguir mais 48 estabelecimentos enquanto ‘Lojas com História’”, *Diário de Notícias* (15/02). Disponível em <https://goo.gl/kHchQy> (último acesso em 26/09/18).

LUSA (2018), “Fachada, estantes e interior da Livraria Aillaud & Lellos têm de ser mantidos – Vereadora”, *Diário de Notícias* (15/01). Disponível em <https://goo.gl/wsFpuL> (último acesso em 13/09/18).

LUSA (2018), “Pastelaria Suíça, em Lisboa, vai encerrar”, *Expresso* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/2m9b5Q> (último acesso em 28/06/18).

MADREMEDIA / LUSA (2018), “No Dia Mundial do Livro Marcelo foi ao Chiado visitar um alfarrabista prestes a fechar portas”, *Sapo24* (23/04). Disponível em <https://goo.gl/RV4zed> (último acesso em 18/08/18).

MARCELA, Ana (2017), “Lojas centenárias. Velhinhas, mas com genica”, *Dinheiro Vivo* (23/12). Disponível em <https://goo.gl/R2FBUH> (último acesso em 26/06/18).

MARTINS, Alda (2018), “IRC e IMI: há mais benefícios e isenções em 2018”, *tvi24* (18/01). Disponível em <https://goo.gl/En4ye6> (último acesso em 27/06/2018).

MARQUES, Catarina (2015), “Lojas com História”, *Sic Notícias* (12/11). Disponível em <https://goo.gl/vdKZn7> (último acesso em 14/09/18).

MARQUES, Catarina Vaz (2016), “Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer”, *Público* (27/03). Disponível em <https://goo.gl/Ue3ARH> (último acesso em 16/08/18).

MELO, Catarina (2018), “Ninguém sabe quantos despejos estão congelados”, *Eco* (21/07). Disponível em <https://goo.gl/AFCFnz> (último acesso em 16/10/2018).

MILHEIRO, José (2017), “Dez milhões de euros para aproximar residentes e turistas”, *TSF* (27/09). Disponível em <https://goo.gl/4qM8vJ> (último acesso em 14/09/18).

MIRANDA, Pedro Henrique (2017), “Lisboa em Festa”, *Jornal de Letras* (09/06). Disponível em <https://goo.gl/jfsB7Y> (último acesso em 17/09/18).

MONTEIRO, Catarina (2017), “Há 10M€ para promover sustentabilidade no turismo”, *Publituris* (27/09). Disponível em <https://goo.gl/vUNZyc> (último acesso em 26/06/18).

MORAIS, Sofia (2015), “Lojas com História”, *TSF* (02/12). Disponível em <https://goo.gl/8v1M4d> (último acesso em 26/06/18).

MOREIRA, Cristiana Faria (2017), “Academia de Comércio. Há uma nova aceleradora em Lisboa para comerciantes”, *Observador* (16/05). Disponível em <https://goo.gl/yhF5Rt> (último acesso em 27/06/18).

MOREIRA, Cristiana Faria (2017), “Numa Lisboa com cada vez mais novas centralidades, as lojas centenárias resistem na Baixa e no Chiado”, *Público* (06/11). Disponível em <https://goo.gl/pnsza5> (último acesso em 23/06/18).

MOREIRA, Cristiana Faria (2018), “Livros e antiguidades estão a ser expulsos da rua do Alecrim”, *Público* (21/03). Disponível em <https://goo.gl/wv17HL> (último acesso em 13/09/18).

NETO, Maria Fernanda [2018], “As Lojas com História de Lisboa”, *TVI*. Disponível em <https://goo.gl/7nXn3n> (último acesso em 13/09/18).

NETO, Maria Fernanda (2018), “Lojas com História: já lá vai o tempo disto?”, *tvi24* (07/01). Disponível em <https://goo.gl/eLAI7F> (último acesso em 27/06/18).

NETO, Maria Fernanda (2017), “Manteigaria Silva: uma loja com memórias desde 1890”, *tvi24* (27/12). Disponível em <https://goo.gl/UZdyqQ> (último acesso em 26/06/18).

NETO, Rita (2018), “Esta startup notifica-o de descontos sempre que se aproxima de uma loja”, *ECO* (21/01). Disponível em <https://goo.gl/nWEh6V> (último acesso em 27/06/18).

OBSERVADOR (2017), “Impostos. Conheça todas as alterações para 2018”, *Observador* (14/10). Disponível em <https://goo.gl/RQ4rqC> (último acesso em 14/09/18).

OBSERVADOR (2017), “Saiba tudo o que vai mudar no IMI em 2018”, *Observador* (30/12). Disponível em <https://goo.gl/SYyGm6> (último acesso em 26/06/18).

PALMINHA, Joana (2015), “Desenhar uma estratégia para lá do turismo de sempre”, *Observador* (11/10). Disponível em <https://goo.gl/cEnRwL> (último acesso em 27/06/18).

PEREIRA, Catarina Gonçalves (2019), “A pastelaria Suíça chegou a ter 200 empregados. Agora ‘os turistas são muitos, mas consomem pouco’”, *Observador* (28/06). Disponível em <https://goo.gl/8yRnZe> (último acesso em 16/08/18).

PEREIRA, Catarina Gonçalves (2018), “‘Querido Rafael Nadal, não mate as nossas memórias.’ Lisboa pedem que salve a Pastelaria Suíça”, *Observador* (29/06). Disponível em <https://goo.gl/VzCBkG> (último acesso em 16/08/18).

PEREIRA, Mariana (2017), “Já de portas fechadas, a Ulmeiro candidata-se a loja com história”, *Diário de Notícias* (06/01). Disponível em <https://goo.gl/qbQtuV> (último acesso em 18/08/18).

PEREIRA, Ricardo Martins (2018), “Crónica. Fecharam a Pastelaria Suíça? E agora onde é que bebo um café e uma água por 4 euros e tal?”, *MAGG* (28/06). Disponível em <https://goo.gl/e2d2Ao> (último acesso em 16/08/18).

PINCHA, João Pedro (2015), “Goodbye Casa Alves? Mais uma loja tradicional de Lisboa em risco de fechar”, *Observador* (26/11). Disponível em <https://goo.gl/WPIWqx> (último acesso em 18/08/18).

PINCHA, João Pedro (2017), “O La Gondola, restaurante ‘irrepetível’ de Lisboa, fecha esta semana”, *Público* (31/07). Disponível em <https://goo.gl/KzwKHm> (último acesso em 27/06/18).

PINCHA, João Pedro (2017), “São lojas históricas, mas não são museus”, *Público* (28/05). Disponível em <https://goo.gl/uqE2vZ> (último acesso em 14/09/18).

PINCHA, João Pedro (2018), “O tempo perguntou às lojas quantas histórias o tempo tem” (20/05). Disponível em <https://goo.gl/cBZ7fZ> (último acesso em 13/09/18).

PINCHA, João Pedro (2018), “Pastelaria Suíça, um símbolo do Rossio e de Lisboa, vai fechar”, *Público* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/cSqSy2> (último acesso em 28/06/18).

PINHAL, Filipe (2018), “Esta Lisboa que eu amo”, *Sol* (13/02). Disponível em <https://goo.gl/NFqtXe> (último acesso em 16/08/18).

PINTO, Sandra (2017), “‘Lojas com História’: A alma de uma cidade”, *Visão* (07/09). Disponível em <https://goo.gl/1QtUqr> (último acesso em 23/06/18).

PÚBLICO e LUSA (2018), “Após o fecho da Casa Frazão, pede-se um limite para as rendas dos espaços históricos”, *Público* (16/04). Disponível em <https://goo.gl/w1r1MG> (último acesso em 26/09/18).

REBELO, Rita (2015), “União de Associações do Comércio e Serviços preocupada com o fecho de lojas em Lisboa”, *Público* (16/06). Disponível em <https://goo.gl/IP4o5a> (último acesso em 14/09/18).

REIS, Marta (2018), “Já fecharam 120 lojas históricas de Lisboa”, *Sol* (23/04). Disponível em <https://goo.gl/xGQb1g> (último acesso em 18/08/18).

RELVAS, Rafaela Burd, Ana Raquel Damas & Lídia Leão (2018), “Lisboa ainda não é Barcelona? Não está assim tão longe”, *ECO* (18/03). Disponível em <https://bit.ly/2EOxZZW> (último acesso em 28/10/18).

RICO, Carolina (2017), “Prédio novo por cima, loja centenária no rés-do-chão. Um acordo possível?”, *Notícias ao minuto* (12/02). Disponível em <https://goo.gl/P4vaPF> (último acesso em 18/08/18).

SALSINHA, Carla (2016), “Qual é afinal a estratégia para o comércio das cidades?”, *Público* (03/08). Disponível em <https://goo.gl/5phtjY> (último acesso em 27/06/18).

SANTOS, Lina (2018), “Alfarrabistas da Rua do Alecrim recebem ordem para sair”, *Diário de Notícias* (28/03). Disponível em <https://goo.gl/vbjgck> (último acesso em 26/06/18).

SANTOS, Pedro Rodrigues (2018), “Livraria histórica Aillaud & Lellos fechou em Lisboa”, *Correio da Manhã* (11/01). Disponível em <https://goo.gl/RTB6xf> (último acesso em 18/08/18).

SEM AUTOR (2016), “Em Lisboa há ‘lojas com história’”, *Sic Notícias* (01/08). Disponível em <https://goo.gl/PkTwDs> (último acesso em 26/06/18).

SEM AUTOR (2016), “Lisboa quer excepção à lei das rendas para lojas antigas”, *Jornal de Negócios* (24/02). Disponível em <https://goo.gl/yfwLo9> (último acesso em 27/06/18).

SEM AUTOR (2016), “Lisboa vai proteger lojas com história”, *tvi24* (31/07). Disponível em <https://goo.gl/WSUJS9> (último acesso em 26/06/18).

SEM AUTOR (2017), “Casas em Lisboa são quase três vezes mais caras do que nos arredores”, *esquerda.net* (26/01). Disponível em <https://goo.gl/zXhHoF> (último acesso em 16/08/18).

SEM AUTOR (2017), “Com 145 anos de história, a lisboeta Tabacaria Martins vai fechar”, *Rádio Renascença* (05/01). Disponível em <https://goo.gl/FuVeL9> (último acesso em 18/08/18).

SEM AUTOR (2017), “Conhecidos os vencedores dos Prémios SAPO 2017”, *Sol* (13/10). Disponível em <https://goo.gl/fM4oan> (último acesso em 18/08/18).

SEM AUTOR (2017), “‘Lojas com História’. Este livro quer dar alternativas aos ‘clichés turísticos’ da capital”, *Rádio Renascença* (18/11). Disponível em <https://goo.gl/rssPr7> (último acesso em 14/09/18).

SEM AUTOR (2017), “OE 2018. Lojas com história isentas de IMI e com outras ajudas”, *Rádio Renascença* (14/10). Disponível em <https://goo.gl/sjoXeq> (último acesso em 14/09/18).

SEM AUTOR (2017), “Orçamento do Estado 2018: o que pode mudar a partir de janeiro?”, *Rádio Comercial* (13/10). Disponível em <https://goo.gl/BDSQHt> (último acesso em 27/06/18).

SEM AUTOR (2017), “SET anuncia linha de apoio financeiro a projectos de sustentabilidade no turismo”, *PressTur* (27/09). Disponível em <https://goo.gl/uin91U> (último acesso em 26/06/18).

SEM AUTOR (2018), “Mítica pastelaria Suíça fecha em agosto – no quarteirão do Rossio comprado por Nadal”, *idealista/news* (29/06). Disponível em <https://goo.gl/oxj9SH> (último acesso em 13/09/18).

SEM AUTOR (2018), “Pastelaria Suíça vai fechar portas”, *Sol* (27/06). Disponível em <https://goo.gl/WsYrZd> (último acesso em 13/09/18).

SEM AUTOR (2018), “Quem pode ficar isento do pagamento do IMI?”, *idealista/news* (03/04). Disponível em <https://goo.gl/XDCLJL> (último acesso em 27/06/18).

SERAFIM, Teresa Sofia (2016), “Histórias de morte e sucesso no corte e costura da Baixa lisboeta”, *Público* (05/10). Disponível em <https://goo.gl/FkqnQg> (último acesso em 16/08/18).

SILVA, Hugo Tavares da (2016), “Muito turismo em Lisboa? O que podemos aprender com o que foi feito lá fora”, *Observador* (24/04). Disponível em <https://goo.gl/oxoCf5> (último acesso em 14/09/18).

SILVA, Hugo Tavares da (2016), “Turismo. ‘Urge estancar a sangria’, exige grupo de lisboetas”, *Observador* (07/06). Disponível em <https://goo.gl/VqDZes> (último acesso em 27/06/18).

SILVA, Maria Ramos (2017), “Lojas com História, as que ‘viram mais Lisboas’, reunidas em livro”, *TimeOut* (14/11). Disponível em <https://goo.gl/MasJpL> (último acesso em 23/06/18).

SOARES, Marisa (2015), “Grupo de cidadãos quer ajudar a salvar as lojas históricas de Lisboa”, *Público* (11/03). Disponível em <https://goo.gl/Fp16WA> (último acesso em 27/06/18).

SOROMENHO, Ana (2015), “Artesãos e laranjeiras. Passos em redor da Sé e São Cristóvão”, *Expresso* (04/12). Disponível em <https://goo.gl/jgP1dX> (último acesso em 27/06/18).

STONE, Rebecca (2018), “Lisbon’s Overtourism Lesson: Living Like a Local Is Not Enough”, *Skift* (31/05). Disponível em <https://goo.gl/HeBN4S> (último acesso em 27/06/18).

TOSETTO, Guilherme (2017), “Mesmo em alta, Lisboa mantém baixo custo e atrai turistas do mundo todo”, *Folha de S. Paulo* (23/03). Disponível em <https://goo.gl/3WPfqF> (último acesso em 28/06/18).

VIEIRA, Pedro (2018), “Livrarias independentes, uma espécie em extinção: e você, onde é que vai comprar o próximo livro?”, *Observador* (03/03). Disponível em <https://goo.gl/rkCz4m> (último acesso em 25/06/18).

Anexo

Fotografias da exposição





Dossiê de imprensa

Nota — salientam-se dois pontos principais para a melhor compreensão da tabela que se verá a seguir: o dossiê de imprensa está organizado cronologicamente do mais recente para o mais antigo, já que se adicionaram artigos até ao fim de junho de 2018; para rápida visualização do conteúdo dos artigos criaram-se três categorias: 1) Divulgação; 2) Questão financeira e 3) Crítica / Comentário / Entrevista.

Endereço electrónico	Data	1	2	3	Tema	Destaque
CRESPO, Júlia (2018), "Lojas com história", <i>Jornal de Negócios</i> (14/07). Disponível em https://goo.gl/sEQHpU (último acesso em 13/09/18).	14.07.18	x			Lojas com história "O livro "Lojas Históricas em Lisboa" é um pequeno álbum ilustrado pelos observadores da Urban Sketchers Portugal, que foram desafiados pelo Círculo de Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa."	"Ao todo, o livro apresenta 40 lojas históricas, partilhando curiosidades sobre cada uma delas. "Modernizadas, modificadas muitas delas nos usos e nos produtos, as lojas continuam, indubitavelmente, a fazer parte integrante de uma cidade e do seu património."

<p>LOBO, Renata Lima (2018), “Há 44 novas Lojas com História em Lisboa”, <i>TimeOut Lisboa</i> (29/06). Disponível em https://goo.gl/tcbEQz (último acesso em 13/09/18).</p>	<p>29.06.18</p>	<p>x</p>		<p>Há 44 novas Lojas com História em Lisboa "Aprovado por unanimidade. A última Reunião de Câmara engordou o programa municipal Lojas com História com mais 44 estabelecimentos comerciais. Entre eles está o Gambrinus, o restaurante Vá Vá ou o Palácio do Correio Velho."</p>	<p>"A pior forma de nós desvalorizarmos o programa das Lojas com História é querermos que ele faça coisas que não pode verdadeiramente fazer em nenhuma circunstância. Que é interromper a dinâmica comercial normal e a vontade de proprietários ou inquilinos das lojas quando pretendem encerrar ou pretendem mudar de ramo", defendeu o presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Fernando Medina, durante a sessão da reunião. Com a classificação destas 44 novas lojas, o programa fica com um total de 126 históricas para contar."</p>
<p>ALEMÃO, Samuel (2018), “Grupo de cidadãos pede ajuda a Rafael Nadal para salvar quarteirão da Suíça”, <i>O Corvo</i> (29/06). Disponível em https://goo.gl/XdwPgJ (último acesso em 13/09/18).</p>	<p>29.06.18</p>		<p>x</p>	<p>Grupo de cidadãos pede ajuda a Rafael Nadal para salvar quarteirão da Suíça "Depois do choque, o apelo à benemerência económica e à sensibilidade patrimonial. O grupo cívico Fórum Cidadania LX escreveu uma carta aberta dirigida a Rafael Nadal, apelando à boa consciência do tenista espanhol, enquanto novo proprietário do quarteirão onde se encontra localizada a Pastelaria Suíça, para ajudar a manter intacta a memória do local. No documento, divulgado na tarde desta quinta-feira (28 de Junho), e ainda sob o efeito surpresa da notícia do encerramento a breve prazo do icónico estabelecimento comercial, divulgado na véspera, chama-se a atenção do desportista para a importância simbólica e patrimonial para a cidade de Lisboa daquele quarteirão, adquirido em Março passado, por 62 milhões de euros, pela Mabel Capital, na qual o desportista é um dos investidores. “Estimado Rafael Nadal, não mate as nossas memórias!”, apelam.”</p>	<p>"O texto apela ainda a Rafael Nadal para que “recupere os edifícios, preserve as mansardas do tempo do Marquês de Pombal e devolva a patina a este conjunto monumental”. Mas também lhe pede que rapidamente, mande retirar das fachadas dos edifícios “os azulejos horríveis que lhes foram colocados e lhes devolva as paredes pintadas, como sempre foram e assim era apanágio desde o pós-Terramoto de 1755”."</p>

<p>SEM AUTOR (2018), “Mítica pasteleria Suíça fecha em agosto – no quarteirão do Rossio comprado por Nadal”, <i>idealista/news</i> (29/06). Disponível em https://goo.gl/oxj9SH (último acesso em 13/09/18).</p>	<p>29.06.18</p>		<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Mítica pasteleria Suíça fecha em agosto - no quarteirão do Rossio comprado por Nadal “A funcionar desde 1922 - somando vários prémios pela qualidade dos seus bolos e servindo de palco a encontros políticos, intelectuais e da rotina social dos lisboetas e turistas ao longo de quase um século -, a emblemática pasteleria Suíça, em Lisboa, vai fechar as portas em agosto. A gerência decidiu renunciar ao espaço arrendado no Rossio, no quarteirão recentemente comprado, por 62 milhões de euros, pela Mabel Capital, (empresa espanhola em que Rafael Nadal participa como investidor), e para onde está projetado um hotel.”</p>	<p>"A notícia do fim da histórica pasteleria, que se confirmou nos últimos dias, tem vindo a gerar uma crescente onda de indignação na sociedade civil e levou o Fórum Cidadania Lx a escrever uma carta ao tenista espanhol, em jeito de sensibilização para a importância que a Suíça (e não só) tem na história da cidade.” "A pasteleria tem nove frações arrendadas, pelas quais paga cerca de 5.000 euros mensais, no âmbito de um contrato que vence no dia 31 de outubro de 2018.” "O Fórum Cidadania pede ainda que se recuperem os edifícios e se preservem as mansardas pombalinas. No final, deixam ainda uma crítica à intervenção feita na fachada do edifício que está voltada para a Praça da Figueira: “Aproveitamos também para lhe pedir que mande retirar, rapidamente, das fachadas dos edifícios os azulejos horríveis que foram colocados e lhes sejam devolvidas as paredes pintadas como sempre foram e assim era apanágio do pós-terramoto de 1755”. “</p>
<p>LOPES, Diogo (2018), “A célebre pasteleria Suíça, em Lisboa, vai fechar”, <i>Observador</i> (27/06). Disponível em https://goo.gl/Cpf8wN (último acesso em 13/09/18).</p>	<p>29.06.18</p>		<p>x</p>		<p>A célebre pasteleria Suíça, em Lisboa, vai fechar “Fausto Roxo, o proprietário do espaço, informou a Câmara Municipal de Lisboa da decisão através de uma carta. A Joalheria Correia e a loja de decoração Ana Salgueiro também vão fechar portas”</p>	<p>“Na missiva enviada à autarquia, Fausto Roxo informa que desistiu do processo de classificação de Loja com História a que se tinha candidatado há cerca de um ano [...]” “A decisão de não considerar estes três espaços como Lojas com História foi defendida por Duarte Cordeiro com o argumento de que neste tipo de processo de classificação, espaços que já estejam a negociar a sua venda/encerramento são automaticamente excluídos, isto para evitar que essa denominação possa ser “usada para especular” ou que sirva “de arma de negociação”.”</p>

PEREIRA, Catarina Gonçalves (2018), “Querido Rafael Nadal, não mate as nossas memórias.’ Lisboetas pedem que salve a Pastelaria Suíça”, <i>Observador</i> (29/06). Disponível em https://goo.gl/VzCBkG (último acesso em 16/08/18).	29.06.18		x	<p>“Querido Rafael Nadal, não mate as nossas memórias.” Lisboetas pedem que salve a Pastelaria Suíça</p> <p>“O Fórum Cidadania Lx enviou uma carta a Rafael Nadal a pedir que o tenista salve a Pastelaria Suíça. A histórica casa de bolos do Rossio vai fechar portas a 31 de agosto.”</p>	<p>“Há dois anos, os proprietários do estabelecimento foram informados de que o contrato de arrendamento não seria renovado. Na altura, candidataram-se à classificação de Lojas com História, mas depois perceberam que não seria viável continuarem com o negócio — nomeadamente devido às obras nas fachadas do edifício, mas também devido à feroz concorrência que se faz sentir por esta altura, tal como explicou o proprietário Fausto Roxo ao Observador.”</p>
HORTA, Bruno (2018), “Ainda se lembra destas lojas do Rossio?”, <i>Observador</i> (28/06). Disponível em https://goo.gl/V5nzKR (último acesso em 29/06/18).	28.06.18		x	<p>Ainda se lembra destas lojas do Rossio?</p> <p>“O fim anunciado da Pastelaria Suíça traz à memória cafés e lojas com história na praça do Rossio, em Lisboa. O Observador recorda locais míticos que fecharam. E outros que mantêm porta aberta.”</p>	

<p>PEREIRA, Catarina Gonçalves (2019), “A pastelaria Suíça chegou a ter 200 empregados. Agora ‘os turistas são muitos, mas consomem pouco’”, <i>Observador</i> (28/06). Disponível em https://goo.gl/8yRnZe (último acesso em 16/08/18).</p>	<p>28.06.18</p>		<p>x</p>	<p>A pastelaria Suíça chegou a ter 200 empregados. Agora “os turistas são muitos, mas consomem pouco” “As "economias de uma vida inteira" num só espaço, que, em tempos foi o mais cobiçado. Os clientes mudaram e não há quem leve a casa para a frente. A Suíça, em Lisboa, vai fechar portas a 31 de agosto.”</p>	<p>"E porque é que aquele espaço vai fechar portas? Uma das razões que leva ao seu encerramento é “a falta de alguém com dinamismo para continuar a levar o espaço para a frente”, pois Fausto Roxo tem já 91 anos e “o pessoal que poderia continuar a dirigir a casa já está reformado também”. Por outro lado, “a clientela que suportava a casa foi desaparecendo”.” “Há cerca de dois anos que os proprietários sabem que a renovação do contrato de arrendamento com o fundo proprietário do espaço não é possível, pelo que a única solução para ali continuarem — pelo menos por mais cinco anos — seria a candidatura à classificação de Loja com História. E foi isso mesmo que fizeram, porém na altura em que concorreram, não tinham ainda feito “contas dos encargos” que isso representava para a empresa. Depois de fazerem um estudo económico, perceberam que, pela perda de rendimentos que têm tido desde há ano e meio — “altura em que foram colocados os tapumes [num dos lados do edifício]” –, não seria viável continuarem com o negócio.”</p>
<p>PEREIRA, Ricardo Martins (2018), “Crónica. Fecharam a Pastelaria Suíça? E agora onde é que bebo um café e uma água por 4 euros e tal?”, <i>MAGG</i> (28/06). Disponível em https://goo.gl/e2d2Ao (último acesso em 16/08/18).</p>	<p>28.06.18</p>		<p>x</p>	<p>Crónica. Fecharam a Pastelaria Suíça? E agora onde é que bebo um café e uma água por 4 euros e tal? “As despesas dos locais históricos não se pagam sozinhas. Mas muitos donos esquecem-se de algo essencial ao negócio: cuidar dos clientes.”</p>	<p>“É sempre isto quando fecha um sítio com História no centro de Lisboa. É a cidade que está à venda, são os bandidos dos turistas que estão a estragar isto tudo, são os desgraçados dos pequenos comerciantes que são expulsos das suas casas carismáticas, esmagados pelos terríveis capitalistas do imobiliário e do turismo. É a ladainha das redes sociais, semana sim, semana sim. Esta cantiga é entoada quase sempre por quem que não levanta o rabo do sofá de casa para ir a uma destas casas históricas vai para 20 anos.”</p>

FARINHA, Ricardo (2019), “A famosa Pastelaria Suíça vai fechar – e não é a única”, <i>NIT</i> (28/06). Disponível em https://goo.gl/S14Lgi (último acesso em 28/06/18).	28.06.18	x	x	x	A famosa Pastelaria Suíça vai fechar — e não é a única “A Câmara Municipal de Lisboa fez o anúncio e explicou por que é que estes espaços não estão inseridos no programa de proteção Lojas com História.”	“Mais uma quebra na Baixa lisboeta. A histórica Pastelaria Suíça, no Rossio, fundada em 1922, vai fechar brevemente — e não é a única. A autarquia confirma que a Joalheria Correia, na Rua do Ouro, e a loja de decoração Ana Salgueiro, na Rua do Alecrim, também vão encerrar” “Segundo o “Expresso”, que divulgou a notícia na altura, ainda não se sabe o destino que os prédios poderão ter. A Seoane, a empresa de detinha os edifícios, queria ter feito ali um hotel de cinco estrelas com 106 quartos. O projeto tinha sido aprovado em 2009, numa altura em que António Costa era presidente da Câmara, mas acabou por não avançar depois da contestação do movimento Cidadãos Por Lisboa.”
CARVALHO, Cláudia Lima (2018), “Pastelaria Suíça no Rossio vai fechar”, <i>TimeOut Lisboa</i> (27/06). Disponível em https://goo.gl/q1SbzG (último acesso em 28/06/18).	27.06.18			x	Pastelaria Suíça no Rossio vai fechar “É mais um espaço emblemático e histórico da cidade de Lisboa a fechar portas. A Pastelaria Suíça, no Rossio, vai fechar em breve, depois de ter desistido de receber a classificação de Loja com História, que lhe congruaria um estatuto especial, notícia a Lusa.”	“Vale a pena lembrar que a Pastelaria Suíça, fundada em 18 de Março de 1922, foi um dos primeiros cafés a ter esplanada em Lisboa. Foi, muitas vezes, uma imagem de promoção da capital, mas está hoje longe desses tempos de glória. A esplanada, que noutras décadas se enchia, é agora mais procurada por turistas e raramente se esgota.”
LUSA (2018), “Pastelaria Suíça, em Lisboa, vai encerrar”, <i>Expresso</i> (27/06). Disponível em https://goo.gl/2m9b5Q (último acesso em 28/06/18).	27.06.18	x			Pastelaria Suíça, em Lisboa, vai encerrar “Estabelecimento localizado no Rossio candidatou-se ao programa municipal “Lojas com História, mas acabou por desistir de receber tal classificação.”	“A Câmara de Lisboa aprovou hoje, por unanimidade, a classificação de mais 44 estabelecimentos como “Lojas com História”. Durante a reunião, o vereador Duarte Cordeiro explicou que 47 estabelecimentos foram indicados para classificação antes da consulta pública, mas perante a desistência destes três, serão agora classificadas 44 lojas.”
DN / LUSA (2018), “História pastelaria Suíça vai encerrar brevemente” (27/06). Disponível em https://goo.gl/56umeV (último acesso em 15/08/18).	27.06.18			x	Histórica pastelaria Suíça vai encerrar brevemente “Localizada na baixa de Lisboa, o espaço histórico vai fechar portas “num futuro próximo, pelo menos no espaço que agora ocupa”	Para João Ferreira, do PCP, situações como esta mostram “as limitações do programa”. Algumas lojas “vão chegar ao fim do processo tendo passado à história”, considerou, acrescentando ser “preciso ir mais longe”. Por seu turno, a vereadora centrista Assunção Cristas apontou que o fim de alguns estabelecimentos é ditado por “dinâmicas

					familiares", com gerações que não estão disponíveis para continuar o negócio.”	
SEM AUTOR (2018), “Pastelaria Suíça vai fechar portas”, <i>Sol</i> (27/06). Disponível em https://goo.gl/WsYrZd (último acesso em 13/09/18).	27.06.18			x	Pastelaria Suíça vai fechar portas “A pastelaria história enviou uma carta à Câmara Municipal de Lisboa a informar da decisão”	"O anúncio feito esta quarta-feira pelo vice-presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Duarte Cordeiro, e avançado pela agência Lusa, dá conta de que a pastelaria, que se havia candidatado ao programa municipal ‘Lojas com História’, desistiu da candidatura uma vez que iniciou negociações com um novo senhorio e irá encerrar “num futuro próximo”."
PINCHA, João Pedro (2018), “Pastelaria Suíça, um símbolo do Rossio e de Lisboa, vai fechar”, <i>Público</i> (27/06). Disponível em https://goo.gl/cSqSy2 (último acesso em 28/06/18).	27.06.18			x	Pastelaria Suíça, um símbolo do Rossio e de Lisboa, vai fechar “Perto de completar 100 anos, a histórica pastelaria da baixa vai fechar as portas. A ela, juntam-se a Joalharia Correia e a loja de decoração Ana Salgueiro, anunciou a autarquia esta quarta- feira.”	"A informação sobre o encerramento da pastelaria, aberta em 1922, foi dada pelo vice-presidente da autarquia, Duarte Cordeiro, durante a reunião pública que se realizou esta quarta-feira. Discutia-se a inclusão de mais 44 espaços comerciais no programa municipal Lojas com História e o vereador, com o pelouro da Economia, disse logo a princípio que três lojas não podiam ser incluídas porque iniciaram negociações “no sentido de chegar a acordo para cessar actividade”.
BARRETO, Diogo (2018), “Pastelaria Suíça, no Rossio, vai encerrar portas”, <i>Sábado</i> (27/06). Disponível em https://goo.gl/ay9PbL (último acesso em 28/06/18).	27.06.18			x	Pastelaria Suíça, no Rossio, vai encerrar portas “A Pastelaria Suíça, no Rossio, deve encerrar "num futuro próximo", informou o estabelecimento histórico, a semana passada, à Câmara Municipal de Lisboa.”	""Agura-se necessário, num futuro próximo, o encerramento da Pastelaria Suíça, pelo menos no espaço que agora ocupa", lê-se na carta enviada pelo dono do estabelecimento, Fausto Roxo, à autarquia.”

BRAGA, Zita Ferreira (2018), “Lojas com História já assinaladas em Lisboa”, <i>Hardmusica</i> (15/01). Disponível em https://goo.gl/dUvWiu (último acesso em 25/06/18).	25.06.18	x			Lojas com História já assinaladas em Lisboa “Quatro estabelecimentos referenciados da cidade de Lisboa, da zona da Avenida da República, receberam as primeiras placas identificativas de Lojas com História.”	“A placa em metal escovado recupera o logotipo da iniciativa Lojas com História, desenvolvido pela equipa do Departamento de Design da Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, e fica afixado em bandeira nas fachadas dos estabelecimentos que fazem parte desta rede, facilitando o reconhecimento por quem se desloca a pé na cidade.”
LOBO, Renata Lima (2018), “Livro mostra as lojas históricas através de ilustrações”, <i>TimeOut Lisboa</i> (21/06). Disponível em https://goo.gl/2jxVB5 (último acesso em 24/06/18).	21.06.18	x		x	Livro mostra as lojas históricas de Lisboa através de ilustrações “Depois do livro Lisboa por Urban Sketchers, a Zest Books volta a juntar-se à comunidade de ilustradores, mas agora para desenhar dezenas de lojas históricas de Lisboa.”	"A ideia começou a ser desenhada na plataforma de crowdfunding PPL e foi um sucesso. O livro, com a chancela da editora Zest, é lançado esta quinta-feira às 18.00 no Museu de Lisboa – Palácio Pimenta (Campo Grande). E nele vai encontrar cerca de 40 lojas históricas, com contactos, coordenadas GPS, horários, curiosidades e segredos sobre cada uma delas. A edição estará disponível em três idiomas (português, inglês e francês) e inclui um mapa da cidade com a localização das lojas.”
LOBO, Renata Lima (2018), “As histórias que as lojas históricas guardam deram um livro”, <i>TimeOut Lisboa</i> (02/06). Disponível em https://goo.gl/ahqrnM (último acesso em 24/06/18).	20.06.18	x			As histórias que as lojas históricas guardam deram um livro “As coisas que as coisas contam. Assim se chama o projecto lançado pela agência de publicidade Leo Burnett em parceria com o Círculo das Lojas de Carácter e Tradição de Lisboa , do Fórum Cidadania Lx, que saiu em defesa do comércio mais emblemático da cidade muito antes do programa municipal Lojas com História. Uma ideia que quer contar histórias através de uma tríade imbatível: uma pessoa, um objecto, uma loja.”	
STONE, Rebecca (2018), “Lisbon’s Overtourism Lesson: Living Like a Local Is Not Enough”, <i>Skift</i> (31/05). Disponível em https://goo.gl/HeBN4S (último acesso em 27/06/18).	31.05.18			x	Lisbon’s Overtourism Lesson: Living Like a Local Is Not Enough “Lisbon’s post-crisis evolution and corresponding tourism boom show the dramatic impact and lasting ramifications of overtourism. Efforts have centered on sustainable tourism and limiting tourism’s potential negative impacts, but, in our view, the focus has been all wrong. Sustainable tourism should be about sustainable cultures, and we all have a role to play.”	"In response to numerous closings of special stores and local businesses, Lisbon launched a program called Lojas Com História, or “Shops with a History,”.

<p>PINCHA, João Pedro (2018), “O tempo perguntou às lojas quantas histórias o tempo tem” (20/05). Disponível em https://goo.gl/cBZ7fZ (último acesso em 13/09/18).</p>	<p>20.05.18</p>	<p>x</p>			<p>O tempo perguntou às lojas quantas histórias o tempo tem “Se lhes chamamos lojas históricas é porque têm histórias para contar. Há um livro aberto à espera das memórias lisboetas do seu comércio mais emblemático. Um livro de saudades, sim, mas que se quer capaz de contar sempre novas histórias.”</p>	<p>“É um livro a todos os títulos diferente, inovador e uma ‘pedrada no charco’, que pode ser um veículo de promoção extraordinário para as lojas-membros do Círculo”, considera Paulo Ferrero, um dos responsáveis desta iniciativa (que surgiu ainda antes do programa Lojas com História da câmara municipal).”</p>
<p>CRISTINO, Sofia (2018), “Há 184 anos de portas abertas na Baixa de Lisboa, Casa Senna pode encerrar este mês” (10/05). Disponível em https://goo.gl/Q3MQgB (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>10.05.18</p>		<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Há 184 anos de portas abertas na Baixa de Lisboa, Casa Senna pode encerrar este mês “ No verão passado, a Casa Senna recebeu uma carta de não renovação de contrato. Com o encerramento da loja principal, a casa de desporto tem os seus dias contados, uma vez que as suas restantes liais já fecharam – uma delas, para dar lugar a um hostel. “Não é só enviar uma cartinha e está tudo resolvido. A Casa Senna morre para sempre, sem qualquer respeito pela sua história”, critica um dos sócios do estabelecimento comercial aberto desde 1834. A Câmara Municipal de Lisboa (CML) terá chegado a incluir a Casa Senna num conjunto de 62 estabelecimentos a ser distinguidos como “Lojas com História”, mas acabaria por retirá-la desta lista. Entretanto, o senhorio interpôs uma providência cautelar para que o espaço comercial não receba essa distinção. “Se não tivermos história, que loja terá?”, questiona o inquilino. A CML garante que tem tido feito tudo o que está dentro das suas competências para proteger a loja, mas que não se pode substituir nos “deveres de relações laborais”. ”</p>	<p>“No início do ano passado, a CML promoveu 62 estabelecimentos a “Lojas com História”, no âmbito de um programa criado para proteger os estabelecimentos comerciais mais antigos – entre outros requisitos, deveriam ter contratos de arrendamento anteriores a 1995. Segundo informações a que O Corvo teve acesso, numa fase inicial, a autarquia teria incluído a Casa Senna neste conjunto de lojas. Uns meses depois, a CML informou a loja de desporto que, afinal, não a iria distinguir como “Loja com História”, tendo a candidatura sido feita posteriormente pela própria loja e estado em consulta pública até ao dia 9 de Abril. Durante este período de consulta, o senhorio da Casa Senna interpôs uma providência cautelar contra a CML, com o intuito de suspender a distinção da lista de “Lojas com História” propostas pela autarquia. Decisão que deixou os comerciantes intrigados.”</p> <p>“O município diz ter apresentado uma “oposição” à providência cautelar, assim como uma resolução fundamentada, de modo a cessar o respectivo efeito suspensivo. A Casa Senna espera agora um desfecho desta situação, que poderá culminar numa acção de despejo.[...]</p> <p>Mas, nem o facto deste caso estar a aguardar por uma resposta judicial impediu a Associação de Proprietários Lisbonenses de o contactar Mendes Pinto, no mesmo dia em que O Corvo esteve na loja. A APL queria saber qual o motivo de a centenária empresa ainda não ter abandonado o edifício. Já contactada por O Corvo, mais do que</p>

						<p>uma vez, a APL não se disponibilizou a prestar declarações sobre este assunto.”</p>
--	--	--	--	--	--	--

<p>REIS, Marta (2018), “Já fecharam 120 lojas históricas de Lisboa”, <i>Sol</i> (23/04). Disponível em https://goo.gl/xGQb1g (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>23.04.18</p>		<p>x</p>	<p>Já fecharam 120 lojas históricas de Lisboa “Nos próximos dois meses, a Rua Augusta, no coração da Baixa lisboeta, vai perder duas das suas lojas de referência: a Casa Frazão, de tecidos, e a Camisaria Pitta. Lojistas mais antigos admitem preocupação com o futuro, numa altura em que várias vezes começam a pedir mais proteção. Nos últimos tempos terão encerrado 120 lojas com algum interesse histórico. Segundo um levantamento da União de Associações do Comércio, as lojas de souvenirs baratos aumentaram 6,5 vezes. Hotéis e alojamento local multiplicam-se.”</p>	<p>“Cristina Figueiredo, coordenadora do gabinete jurídico da União de Associações do Comércio e Serviços (UACS), lembra que de acordo com um recente voto de protesto aprovado por maioria na Assembleia Municipal de Lisboa, em fevereiro, estima-se que já tenham fechado mais de 120 lojas do núcleo de 300 pré- selecionadas pela autarquia para o programa “Lojas com História”, que resulta de uma ponderação de diferentes critérios que incluem espaços com mais de 25 anos ou que preservem ofícios antigos.” “O que substitui o comércio tradicional? De acordo com o levantamento da UACS no verão de 2016, as lojas de recordações/souvenirs de baixo preço tinham passado de 14 em 2012 para cerca de 90 – um aumento de 6,5 vezes em quatro anos. O artesanato português – típico ou de autor – tinha reduzido de 24 estabelecimentos para 17.” ““Estamos convictos de que se não existisse este programa das Lojas com História, a situação ainda seria pior.”” “Quanto ao programa da Câmara Municipal de Lisboa, “começou tarde”, quando já se via o que aí vinha – as primeiras lojas foram reconhecidas em 2017.”</p>
<p>MADREMEDIA / LUSA (2018), “No Dia Mundial do Livro Marcelo foi ao Chiado visitar um alfarrabista prestes a fechar portas”, <i>Sapo24</i> (23/04). Disponível em https://goo.gl/RV4zed (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>23.04.18</p>		<p>x</p>	<p>No Dia Mundial do Livro Marcelo foi ao Chiado visitar um alfarrabista prestes a fechar portas “O Presidente da República visitou hoje, no Dia Mundial do Livro, várias livrarias, na zona do Chiado, em Lisboa, incluindo um alfarrabista prestes a fechar, onde ouviu queixas sobre “a lei da doutora Cristas”.”</p>	<p>"Questionado se considera um erro o regime do arrendamento aprovado pelo anterior Governo PSD/CDS-PP, da responsabilidade da então ministra Assunção Cristas, atual presidente do CDS-PP, o Presidente respondeu: "Eu estou a verificar, até um pouco surpreso, que há consequências que não tinha tão presentes assim deste tipo de solução legal"."</p>

PÚBLICO e LUSA (2018), “Após o fecho da Casa Frazão, pede-se um limite para as rendas dos espaços históricos”, <i>Público</i> (16/04). Disponível em https://goo.gl/w1r1MG (último acesso em 26/09/18).	16.04.18	x	x	x	Após o fecho da Casa Frazão, pede-se um limite para as rendas dos espaços históricos “Depois do fecho anunciado da histórica Casa Frazão, a responsável pelo programa "Lojas com História, da câmara de Lisboa, defende agora que seja estabelecido um tecto às rendas destas casas históricas da cidade.”	"As candidaturas são analisadas "por ordem de entrada", sublinha Sofia Pereira, que reconhece que o processo é longo, porque é minucioso e passa por muitas etapas. "Após a candidatura, analisamos, se tiver o parecer favorável do grupo de trabalho, é levado a conselho consultivo externo ao programa. Após essa validação, por força da lei, há um período de audição às juntas de freguesia de dez dias úteis. Após esse período, têm de submeter a reunião de câmara, a consulta pública por 20 dias, relatório de consulta pública e decisão final", explicou."
DINHEIRO VIVO / LUSA (2018), “Lojas com História reclamam travão ao aumento das rendas”, <i>Dinheiro Vivo</i> (14/04). Disponível em https://goo.gl/SjKD92 (último acesso em 25/06/18).	14.04.18			x	Lojas com História reclamam travão ao aumento das rendas “Regime de proteção deu "uma ajuda", mas pode só ter adiado problemas. É preciso um regime mais favorável, diz responsável”	“A lei 42 é uma ajuda, mas é uma lei que vem proteger estas lojas por mais cinco ou por mais 10 anos. Ao fim de cinco ou 10, ninguém sabe o que vai acontecer.”
LOBO, Renata Lima (2018), “Lojas com História: mais históricas para contar em Lisboa”, <i>TimeOut Lisboa</i> (04/04). Disponível em https://goo.gl/2jxVB5 (último acesso em 21/06/18).	04.04.18	x			Lojas com História: mais históricas para contar em Lisboa "Com duas baixas na lista de Lojas com História desde que o programa municipal foi lançado, há agora mais 48 estabelecimentos a aguardar a distinção. Espreitámos a lista.”	"Por esta altura, a grande maioria dos lisboetas já deve estar a par do programa Lojas com História [...]" "Começou com 63 lojas, depois passou para 82 (as que estão no livro). Recentemente o número regrediu para 80, com o encerramento das históricas Livraria Aillaud & Lellos e Aníbal Gravador.”
SEM AUTOR (2018), “Quem pode ficar isento do pagamento do IMI?”, <i>idealista/news</i> (03/04). Disponível em https://goo.gl/XDCLJL (último acesso em 27/06/18).	03.04.18			x	Quem pode ficar isento do pagamento do IMI? “O mês de abril chegou e trouxe com ele o Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) . A nota de cobrança do imposto já deve ter chegado, por esta altura, à casa de muitos portugueses. Mas a verdade é que há mais famílias a beneficiar da isenção do IMI. Como? Explicamos-te tudo.”	“Os prédios ou parte de prédios afetos a lojas com história, reconhecidos pelo município como estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local e que integrem o inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, de acordo com o EBF.”

SANTOS, Lina (2018), “Alfarrabistas da Rua do Alecrim recebem ordem para sair”, <i>Diário de Notícias</i> (28/03). Disponível em https://goo.gl/vbjgck (último acesso em 26/06/18).	28.03.18		x	x	Alfarrabistas da Rua do Alecrim recebem ordem para sair “Alfarrabistas e antiquário da Rua do Alecrim receberam notificação do senhorio dizendo que os contratos não serão renovados. O Trindade Alfarrabista vai procurar nova casa”	“O alfarrabista nunca submeteu a loja a uma candidatura de Lojas com História. “Fui incauto”, reconhece agora”
NETO, Maria Fernanda [2018], “As Lojas com História de Lisboa”, <i>TVI</i> . Disponível em https://goo.gl/7nXn3n (último acesso em 13/09/18).	22.03.18	x			Loja com memórias As Lojas com História de Lisboa	
MOREIRA, Cristiana Faria (2018), “Livros e antiguidades estão a ser expulsos da rua do Alecrim”, <i>Público</i> (21/03). Disponível em https://goo.gl/wv17HL (último acesso em 13/09/18).	21.03.18			x	Livros e antiguidades estão a ser expulsos da rua do Alecrim “São mais duas lojas históricas a desocupar os espaços onde estão há décadas porque o senhorio não lhes quer renovar o contrato de arrendamento. Aos poucos e poucos, estes “negócios da paciência” estão a desaparecer da baixa da cidade.”	“No final de Setembro, a rua do Alecrim já não terá os livros da Livraria Trindade e do Centro Antiquário do Alecrim.”“Ambas as lojas dizem ter reunido com a câmara e tentado concorrer ao programa Lojas com História, mas admitem já não haver tempo para travar o processo.”
FARINHA, Ricardo (2018), “Vai fechar a histórica Camisaria Pitta, aberta desde o século XIX”, <i>NIT</i> (09/03). Disponível em https://goo.gl/s8omE6 (último acesso em 18/08/18).	09.03.18		x	x	Vai fechar a histórica Camisaria Pitta, aberta desde o século XIX “Há mais uma loja centenária a encerrar em Lisboa. O espaço era o mais antigo do género na Península Ibérica.”	“O espaço estava inserido no programa da Câmara Municipal de Lisboa Lojas com História. Uma funcionária disse à NiT que o encerramento está relacionado com as rendas altas da cidade, mas que os donos “também não quiseram insistir com o negócio, já que o ramo não está bom”.”

VIEIRA, Pedro (2018), “Livrarias independentes, uma espécie em extinção: e você, onde é que vai comprar o próximo livro?”, <i>Observador</i> (03/03). Disponível em https://goo.gl/rkCz4m (último acesso em 25/06/18).Dossie-imprensa	03.03.18		x	Livrarias independentes, uma espécie em extinção: e você, onde é que vai comprar o próximo livro? “Esta semana foi a Pó dos Livros a anunciar o fecho. Pedro Vieira tomou Lisboa como exemplo para apanhar o pulso à saga das livrarias independentes que ainda resistem aos grandes grupos. Como e porquê?”	“Num curto espaço de tempo, fecharam a Book House do Saldanha e a sua associada na Calçada do Combro, arruamento que está a sofrer um processo acelerado de gentrificação. Fechou a mítica Lello da Rua do Carmo, [...]. Foi declarada a insolvência da Bulhosa Livreiros [...]. E, cereja amarga no topo do bolo, chegou a notícia do encerramento da Pó dos Livros, espaço que tem um papel preponderante neste artigo”.
LÚCIO, Susana (2018), “Lisboa vai proteger lojas e oficinas históricas”, <i>Sábado</i> (01/03). Disponível em https://goo.gl/f8aQNC (último acesso em 25/06/18).	01.03.18	x		Lisboa vai proteger lojas e oficinas históricas “A Câmara Municipal de Lisboa (CML) quer reconhecer e proteger 21 oficinas e unidades de produção própria que estejam ligadas a estabelecimentos históricos na cidade, e que vão contar com os apoios dados às "Lojas com História”.”	"Segundo o vice-presidente da CML, Duarte Cordeiro, o objectivo passa por "identificar quais as lojas que têm produção própria associada, e proteger esse fabrico". Sendo que a produção pode, ou não, estar localizada na mesma morada da loja, o município quer salvaguardar que "se acontecer alguma coisa à loja, que não aconteça à oficina", ou vice-versa. “
NETO, Rita (2018), “Esta startup notifica-o de descontos sempre que se aproxima de uma loja”, <i>ECO</i> (21/01). Disponível em https://goo.gl/nWEh6V (último acesso em 27/06/18).	21.02.18		x	Esta startup notifica-o de descontos sempre que se aproxima de uma loja “A portuguesa AppyFans cria parcerias com as marcas e notifica-o de descontos e promoções sempre que se aproximar das suas lojas favoritas. Esqueça os folhetos e as espreitadelas nos sites das suas lojas de eleição. A AppyFans, uma startup portuguesa, leva os descontos e promoções diretamente até ao seu telemóvel, através de notificações. E não vai ter trabalho nenhum... basta aproximar-se do espaço físico de cada loja para ser notificado.”	"Atualmente, a AppyFans tem parceria com cerca de vinte lojas, entre elas “algumas ‘lojas com história’”, inseridas no projeto da Câmara Municipal de Lisboa (CML) e do <i>Smart Open Lisboa</i> , um programa de startups. O conceito “lojas com história” foi criado pela CML para, “basicamente, proteger as lojas mais icónicas da cidade, que têm características únicas“, diz Filipe.”
LUSA (2018), “Câmara de Lisboa quer uniformizar acesso à habitação a preços controlados”, <i>Diário de Notícias</i> (16/02). Disponível em https://goo.gl/y439iY (último acesso em 26/06/18).	16.02.18	x		Câmara de Lisboa quer uniformizar acesso à habitação a preços controlados “A vereadora da Habitação da Câmara Municipal de Lisboa, Paula Marques, disse hoje que o município vai uniformizar os vários programas de acesso à habitação a preços controlados na capital.”	“No encontro, os vereadores aprovaram também, por unanimidade, a submissão a consulta pública a proposta de distinção de 48 estabelecimentos com o selo "Lojas com História”.”

LUSA (2018), “Câmara de Lisboa quer distinguir mais 48 estabelecimentos enquanto ‘Lojas com História’”, <i>Diário de Notícias</i> (15/02). Disponível em https://goo.gl/kHchQy (último acesso em 26/09/18).	15.02.18	x			Câmara de Lisboa quer distinguir mais 48 estabelecimentos enquanto "Lojas com História" “A Câmara Municipal de Lisboa vai apreciar na sexta-feira, em reunião privada do executivo, submeter a consulta pública por um período de 20 dias a proposta de distinção de 48 estabelecimentos com o selo "Lojas com História”.”	“O documento -- assinado pelo vice-presidente, Duarte Cordeiro, e pelos vereadores do Urbanismo (Manuel Salgado) e da Cultura (Catarina Vaz Pinto) - observa também que foram ouvidas as Juntas de Freguesia onde estão localizados os estabelecimentos, e que "recolhidas as participações não se registam pronúncias desfavoráveis ou quaisquer condicionantes ao reconhecimento”.
LUSA (2018), “Fachada, estantes e interior da Livraria Aillaud & Lellos têm de ser mantidos – Vereadora”, <i>Diário de Notícias</i> (15/01). Disponível em https://goo.gl/wsFpuL (último acesso em 13/09/18).	15.02.18	x			Fachada, estantes e interior da Livraria Aillaud & Lellos têm de ser mantidos - Vereadora “Todo o património da Livraria Aillaud & Lellos, em Lisboa, que fechou a 29 de dezembro de 2017, vai ter de ser mantido no edifício, garantiu hoje à agência Lusa a vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Lisboa.”	“Catarina Vaz Pinto explicou que o facto de a livraria ter sido classificada como loja histórica obriga a que todo o património construído e o mobiliário da livraria, da fachada ao interior, tenha de se manter no edifício, independentemente do fim para que venha a ser utilizado.”
PINHAL, Filipe (2018), “Esta Lisboa que eu amo”, <i>Sol</i> (13/02). Disponível em https://goo.gl/NFqtXe (último acesso em 16/08/18).	13.02.18			x	Esta Lisboa que eu amo “Fui buscar o título a uma revista representada no velhinho Monumental, em 1966, com Simone de Oliveira a interpretar a canção com o mesmo nome, num apoteótico grand nale. Vale uma pesquisa no Google.”	“Para compensar, são muitas as Lojas com História – em boa hora divulgadas pela CML – que se reinventaram e estão a faturar como nunca.”
ALEMÃO, Samuel (2018), “A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na baixa turística, fechou de vez as suas portas”, <i>Shifter</i> (19/01). Disponível em https://goo.gl/MJC92F (último acesso em 27/06/2018).	19.01.18			x	A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na baixa turística, fechou de vez as suas portas “Nem o programa Lojas Com História da Câmara Municipal de Lisboa salvou esta livraria.”	“Apesar de ter sido incluída, no ano passado, na recém-formada rede do programa “Lojas com História”, promovido pela Câmara Municipal de Lisboa (CML), a livraria terá encerrado as suas portas definitivamente. [...]. O desacordo entre o senhorio e a empresa proprietária da loja quanto ao valor da renda terá sido a causa de tal desfecho.”

MARTINS, Alda (2018), “IRC e IMI: há mais benefícios e isenções em 2018”, tvi24 (18/01). Disponível em https://goo.gl/En4ye6 (último acesso em 27/06/2018).	18.01.18		x	IRC e IMI: há mais benefícios e isenções em 2018 “Num país em que o tecido empresarial é constituído por muitas micro, pequenas e médias empresas, vale a pena ver onde pode contornar”	“Em matéria de Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) há o tema das lojas com história. Com a isenção, por exemplo, para muitas das lojas que vemos nas baixas de Lisboa e do Porto? Ficam isentos de IMI os prédios ou parte de prédios afetos a lojas com história, reconhecidos pelo município como estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local e que integrem o inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local. Esta isenção inicia-se no ano em que se verique o reconhecimento pelo município e a integração neste inventário.”
LOBO, Renata Lima (2018), “Lojas com História: fique atento a esta placa”, <i>TimeOut</i> (11/01). Disponível em https://goo.gl/Gwpg3e (último acesso em 18/08/18).	11.01.18		x	Lojas com História: fique atento a esta placa “Lisboa sabe bem o que é o charme da terceira idade e foram agora colocadas as primeiras insígnias em lojas distinguidas pelo programa municipal Lojas com História, após a distinção de mais 80 lojas históricas.”	"Pastelaria Versailles, a Casa Xangai, o Galeto e a Pérola do Chaimite, todas na zona da Avenida da República e apenas quatro das 82 lojas distinguidas com este selo, receberam esta quarta-feira as primeiras placas que passam a estar afixadas em bandeira nas fachadas dos estabelecimentos.”
SANTOS, Pedro Rodrigues (2018), “Livraria histórica Aillaud & Lellos fechou em Lisboa”, <i>Correio da Manhã</i> (11/01). Disponível em https://goo.gl/RTB6xf (último acesso em 18/08/18).	11.01.18		x	Livraria histórica Aillaud & Lellos fechou em Lisboa. “Aumento incomportável da renda terá sido principal motivo”	Fechamento de livraria que fazia parte do projeto “Lojas com História”
LOBO, Renata Lima (2018), “Livraria Aillaud & Lellos fechada: uma baixa para o programa Lojas com História”, <i>TimeOut</i> (09/01). Disponível em https://goo.gl/Ee5We1 (último acesso em 18/08/18).	09.01.18		x	Livraria Aillaud & Lellos fechada: uma baixa para o programa Lojas com História “Distinguida em Março pelo programa municipal Lojas com História, a livraria fundada em 1931 na Rua do Carmo fechou portas no virar do ano.”	"O braço de ferro entre a pressão imobiliária e negócios históricos continua. E tem tendência para cair para o lado do mais forte. Para já são estas as regras do jogo e na montra em vez de livros encontra uma nota a dizer “encerrado”. Segundo a página Círculo das Lojas – um projecto pioneiro do Fórum Cidadania Lx que saiu em defesa das lojas históricas de Lisboa bem antes da Câmara Municipal – a Aillaud & Lellos pertence à família Lello [...].”

<p>ALEMÃO, Samuel (2018), “A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na Rua do Carmo, fechou de vez as suas portas”, <i>O Corvo</i> (09/01). Disponível em https://goo.gl/FGcJVg (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>09.01.18</p>		<p>x</p>	<p>A histórica Livraria Aillaud & Lellos, na Rua do Carmo, fechou de vez as suas portas "A competência e a simpatia sem adornos de Teresa e de Isabel já não estão disponíveis para quem as conhecia, há décadas, atrás do velho balcão de madeira, sempre deferentes para quem ali rumava em busca daquele livro. As duas funcionárias da Livraria Aillaud & Lellos, na Rua do Carmo, deixaram de poder atender os clientes no último dia útil do ano passado, a 29 de dezembro, pondo assim um ponto final a uma estória iniciada em 1931. Apesar de ter sido incluída, no ano passado, na recém-formada rede do programa “Lojas com História”, promovido pela Câmara Municipal de Lisboa (CML), a livraria terá encerrado as suas portas definitivamente. A confirmá-lo, desde este fim-de-semana, apresenta as montras cobertas por folhas de papel brancas e o dizer “Encerrado” na porta, por detrás do vidro com o autocolante ostentando o logótipo do “Lojas com História”. O desacordo entre o senhorio e a empresa proprietária da loja quanto ao valor da renda terá sido a causa de tal desfecho.”</p>	<p>"Daqui a uns anos, o que vamos ter aqui serão lojas de bugigangas e de marcas internacionais, sem nada que as distinga. As coisas vão-se perdendo. O que prevalece é a lei do cifrão, cada vez mais”, diz, antes de, a passo lento, continuar a descer a Rua do Carmo.”</p>
<p>NETO, Maria Fernanda (2018), “Lojas com História’: já lá vai o tempo disto?”, <i>tvi24</i> (07/01). Disponível em https://goo.gl/eLai7F (último acesso em 27/06/18).</p>	<p>07.01.18</p>	<p>x</p>		<p>Lojas com História”: já lá vai o tempo disto? “Mais de 80 estabelecimentos têm o selo "Lojas com História" da câmara de Lisboa. Exposição mostra memórias vivas que contam a história da história da capital, desde a monarquia até ao Estado Novo. Reportagem de Maria Fernanda Neto”</p>	

OBSERVADOR (2017), “Saiba tudo o que vai mudar no IMI em 2018”, <i>Observador</i> (30/12). Disponível em https://goo.gl/SYyGm6 (último acesso em 26/06/18).	30.12.1 7		x		Saiba tudo o que vai mudar no IMI em 2018 “Os prédios urbanos que sejam objeto de obras de reabilitação vão ser abrangidos por benefícios fiscais nos impostos sobre o imobiliário. No IMI, há mudanças no pagamento do adicional.”	Isenção de IMI para os prédios ou parte de prédios afetos a lojas com história Passam a estar isentos de IMI os prédios ou parte de prédios afetos a lojas com história, reconhecidos pelo município como estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local e que integrem o inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local. Esta isenção de carácter automático inicia-se no ano em que se verifique o reconhecimento pelo município e a integração no inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, cessando em caso de desclassificação dos prédios ou quando estes sejam considerados devolutos nos termos do Código do IMI. Adicionalmente, os encargos relativos a obras de conservação e manutenção destes prédios são dedutíveis à coleta de IRC ou de IRS em 110% do respetivo montante quando sejam suportadas por sujeitos passivos de IRC ou de IRS no âmbito de atividade empresarial ou profissional não abrangida pelo regime simplificado de determinação do rendimento coletável.”
NETO, Maria Fernanda (2017), “Manteigaria Silva: uma loja com memórias desde 1890”, <i>tvi24</i> (27/12). Disponível em https://goo.gl/UZdyqQ (último acesso em 26/06/18).	27.12.1 7		x		Manteigaria Silva: uma loja com memórias desde 1890 “Aqui, o bacalhau sempre foi o rei de vendas, mas também se podem comprar produtos como o queijo, os presuntos, os enchidos e os vinhos. É uma das 82 "lojas com história" de Lisboa. Reportagem de Maria Fernanda Neto.”	
MARCELA, Ana (2017), “Lojas centenárias. Velhinhas, mas com genica”, <i>Dinheiro Vivo</i> (23/12). Disponível em https://goo.gl/R2FBUH	23.12.1 7		x	x	Lojas centenárias. Velhinhas, mas com genica “De portas abertas há pelo menos 100 anos, continuam a dar provas de resiliência. Qual o seu segredo, é o que revela José António Rosseau, do IPAM”	“[...] Qual o segredo da Caza das Vellas do Loreto? Vende... velas desde 1789. Das 47 lojas centenárias de Lisboa estudadas por José António Rousseau foi a única que o professor do IPAM considera cumprir todos os requisitos de resiliência que garantem a sobrevivência de uma empresa de comércio tradicional.”

(último acesso em 26/06/18).						
LOBO, Renata Lima e Mauro Gonçalves (2017), “Lojas históricas em Lisboa: velhas, mas boas”, <i>TimeOut</i> (15/12). Disponível em https://goo.gl/xoWiDx (último acesso em 14/09/18).	15.12.1 7	x			Lojas históricas em Lisboa: velhas, mas boas “Lisboa sabe o que é o charme da terceira idade. Por isso mesmo fomos bater à porta de algumas das casas mais antigas da cidade. São as lojas históricas em Lisboa”	"São espaços centenários, com histórias para contar e muitos tesouros para descobrir. Conhecer a cidade é também conhecer as lojas históricas em Lisboa."
GONÇALVES, Mauro (2017), “E se comprasse todos os presentes de Natal em lojas históricas?”, <i>Observador</i> (10/12). Disponível em https://goo.gl/5QzkXx (último acesso em 26/06/18).	10.12.1 7			x	E se comprasse todos os presentes de Natal em lojas históricas? “Raramente nos lembramos delas, mas estão de boa saúde e recomendam-se. Ainda mais em época de corrida às compras. Escolhemos 9 lojas históricas de Lisboa e escolhemos os melhores presentes de Natal.”	

BRITO, Catarina de Almeida (2017), "How Lisbon is protecting its historic shops", <i>The Spaces</i> (05/12). Disponível em https://goo.gl/XdWdzK (último acesso em 27/06/18).	05.12.17	x		How Lisbon is protecting its historic shops "Boosting the city's retail heritage"	"Thankfully a new City Council initiative has stepped in to conserve Lisbon's retail heritage. 'Lojas Com História' (or 'Historic Shops') was born in 2015 from the need to protect the types of commerce most characteristic and identifying of city. 'They are the defining feature that makes the city stand out,' says project coordinator Sofia Pereira." "Since the start of the project, we believe that Lisbon's civil society has become more aware of the city's commerce,' Pereira says. 'Lojas Com História' draws on international precedents in Barcelona and Rome but takes things a step further. In the face of technological evolution and changing consumption habits, it looks to the future as well as the past – embracing modernity with a communication strategy to promote the 'Lojas Com História' brand and the series of identities within it. It's all part of the ambitious mission for keeping Lisbon's character alive."
DN / LUSA (2017), "Lisboa vai ter parada de Natal", <i>Diário de Notícias</i> (22/11). Disponível em https://goo.gl/apkpGd (último acesso em 14/09/18).	22.11.17	x		Lisboa vai ter parada de Natal "As ruas lisboetas vão ser iluminadas no dia 1 de dezembro e este ano haverá uma parada com história. Luzes de natal representam investimento de 650 mil euros."	A 2 e 3 de dezembro haverá três paradas diárias, "que percorrerão a baixa de Lisboa, o Chiado ou o Bairro Alto e farão paragens em lojas históricas" o objetivo é cativar as pessoas a acompanhar a parada, levando-as "a conhecer o comércio da cidade, uma vez que existem muitas lojas com história que as pessoas não conhecem", explicou ao DN Carla Salsinha, presidente da União de Associações de Comércio e Serviços (UACS)."
SEM AUTOR (2017), "Lojas com História". Este livro quer dar alternativas aos 'clichés turísticos' da capital", <i>Rádio Renascença</i> (18/11). Disponível em https://goo.gl/rssPr7 (último acesso em 14/09/18).	18.11.17	x		Lojas com História". Este livro quer dar alternativas aos "clichés turísticos" da capital "Livro publicado no âmbito do Projecto "Lojas com História", da Câmara Municipal de Lisboa, chega às livrarias a 24 de Novembro."	"Do projecto criado pela Câmara Municipal de Lisboa (CML) para preservar as lojas tradicionais da cidade nasce agora um livro, editado pela Tinta-da-China. "Lojas com História" lisboetas estão agora reunidas em num álbum ilustrado com centenas de fotografias."

FARINHA, Ricardo (2017), “As lojas históricas de Lisboa estão reunidas em livro”, NiT (19/11). Disponível em https://goo.gl/6DUjKG (último acesso em 25/06/18).	19.11.1 7	x			As lojas históricas de Lisboa estão reunidas em livro “O lançamento vem na sequência do programa da autarquia Lojas com História.”	“A edição da Tinta-da-China, feita em parceria com uma equipa da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, vai ser colocado à venda por 24,32€ a partir de 24 de novembro. Vai haver uma edição portuguesa e outra em inglês.”
SILVA, Maria Ramos (2017), “Lojas com História, as que ‘viram mais Lisboas’, reunidas em livro”, <i>TimeOut</i> (14/11). Disponível em https://goo.gl/MasJpL (último acesso em 23/06/18).	14.11.1 7	x			Lojas com História, as que "viram mais Lisboas", reunidas em livro “O programa lançado pela Câmara Municipal de Lisboa em 2015 resulta agora numa edição para a posteridade. Lojas com História, com o selo da Tinta-da-China, é uma viagem por espaços centenários e bicentenários da cidade.”	“O percurso segue por mestres confeitores e ofícios, por cafés emblemáticos e ópticas, por espingardarias e ferragens, por bares e chapelarias, por tertulianos e conspiradores, que espelham uma Lisboa de contrastes e convidam a reflectir sobre o papel de emancipação da mulher na vida da cidade.”
FRANCISCO, Susete (2017), “Medina admite subir taxa turística em Lisboa”, <i>Diário de Notícias</i> (06/11). Disponível em https://goo.gl/fBukFD (último acesso em 26/06/18).	06.11.1 7	x		x	Medina admite subir taxa turística em Lisboa “Bloco queria duplicar a taxa de um euro por noite. Medina recusou, mas comprometeu-se a reavaliar o valor até ao início de 2019”	“Entre os projetos financiados pelo fundo (em muitos casos com comparticipação de outras entidades) estão a conclusão da requalificação do Palácio Nacional da Ajuda, a construção do Museu Judaico de Lisboa ou o terminal de atividade marítimo-turística na antiga estação fluvial Sul e Sueste, junto ao Terreiro do Paço. Também o programa municipal Lojas com História é financiado por este fundo.”

<p>MOREIRA, Cristiana Faria (2017), “Numa Lisboa com cada vez mais novas centralidades, as lojas centenárias resistem na Baixa e no Chiado”, <i>Público</i> (06/11). Disponível em https://goo.gl/pnsza5 (último acesso em 23/06/18).</p>	<p>06.11.1 7</p>		<p>x</p>	<p>Numa Lisboa com cada vez mais novas centralidades, as lojas centenárias resistem na Baixa e no Chiado “Há negócios que sobreviveram a "crises, guerras, tremores de terra, mudanças tecnológicas, de hábitos". O segredo? Estar na Baixa e no Chiado, dizem os proprietários.”</p>	<p>“Ao contrário do que se poderia imaginar, a grande maioria destas lojas não se manteve na mesma família. Só um quarto da amostra foi passando de pais para filho. O resto foi mudando de titulares ao longo dos anos. A par da localização, é a especialização que mantém estes negócios hoje de pé, acredita José António Rousseau.” “Também o Orçamento de Estado para 2018 contempla duas medidas de apoio: as lojas com história, reconhecidas pelos municípios, ficarão isentas do Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) e poderão beneficiar da dedução das despesas de conservação e manutenção, que passarão a ser consideradas em 110% no lucro tributário apurado.”</p>
<p>OBSERVADOR (2017), “Impostos. Conheça todas as alterações para 2018”, <i>Observador</i> (14/10). Disponível em https://goo.gl/RQ4rqC (último acesso em 14/09/18).</p>	<p>14.10.1 7</p>		<p>x</p>	<p>Impostos. Conheça todas as alterações para 2018 “Desagravamento no IRS, mas penalização dos rendimentos do trabalho independente. Nos impostos especiais sobre o consumo, há novidades. A análise da Conceito.”</p>	<p>“Isenção de IMI para os prédios ou parte de prédios afetos a lojas com história Passam a estar isentos de IMI os prédios ou parte de prédios afetos a lojas com história, reconhecidos pelo município como estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local e que integrem o inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local. Esta isenção de carácter automático inicia-se no ano em que se verifique o reconhecimento pelo município e a integração no inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, cessando em caso de desclassificação dos prédios ou quando estes sejam considerados devolutos nos termos do Código do IMI. Adicionalmente, os encargos relativos a obras de conservação e manutenção destes prédios são dedutíveis à coleta de IRC ou de IRS em 110% do respetivo montante quando sejam suportadas por sujeitos passivos de IRC ou de IRS no âmbito de atividade empresarial ou profissional não abrangida pelo regime simplificado de determinação do rendimento coletável.”</p>

SEM AUTOR (2017), “OE 2018. Lojas com história isentas de IMI e com outras ajudas”, <i>Rádio Renascença</i> (14/10). Disponível em https://goo.gl/sjoXeq (último acesso em 14/09/18).	14.10.1 7		x		OE 2018. Lojas com história isentas de IMI e com outras ajudas “As despesas de conservação e manutenção serão consideradas em 110% no apuramento do lucro tributável.”	"As lojas com história reconhecidas pelos municípios ficarão isentas de IMI e as despesas de conservação e manutenção serão consideradas em 110% no apuramento do lucro tributável, indica a proposta de lei do Orçamento do Estado para 2018. Segundo a proposta de Lei do Orçamento do Estado para 2018 (OE2018) entregue na sexta-feira pelo Governo na Assembleia da República, ficam isentos do pagamento de Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI) "os prédios ou parte de prédios afectos a lojas com história, reconhecidos pelo município como estabelecimentos de interesse histórico e cultural ou social local e que integrem o inventário nacional dos estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local"."
LUSA (2017), “PONTOS ESSENCIAIS OE2018: Principais medidas da proposta orçamental”, <i>Diário de Notícias</i> (14/10). Disponível em https://goo.gl/Qa5YDV (último acesso em 14/09/18).	14.10.1 7	x			Pontos Essenciais OE2018: Principais medidas da proposta orçamental “Principais medidas e dados macroeconómicos da proposta de Orçamento do Estado para 2018 (OE2018), que o Governo entregou na sexta-feira à noite à Assembleia da República.”	“Isenção de IMI e benefício fiscal para a conservação das lojas com história”
SEM AUTOR (2017), “Conhecidos os vencedores dos Prémios SAPO 2017”, <i>Sol</i> (13/10). Disponível em https://goo.gl/fM4oan (último acesso em 18/08/18).	13.10.1 7			x	Conhecidos os vencedores dos Prémios SAPO 2017 “Foram ontem conhecidos os vencedores das 30 categorias dos Prémios SAPO 2017, o principal galardão nacional que premeia a excelência da comunicação online.”	"De realçar ainda o vencedor do prémio de Media Digital, a Câmara Municipal de Lisboa com o Site Lojas com História.”

SEM AUTOR (2017), “Orçamento do Estado 2018: o que pode mudar a partir de janeiro?”, <i>Rádio Comercial</i> (13/10). Disponível em https://goo.gl/BDSQHt (último acesso em 27/06/18).	13.10.17		x	<p>Orçamento do Estado 2018: o que pode mudar a partir de janeiro?</p> <p>“Reunimos algumas das medidas do próximo orçamento, que já começaram a ser divulgadas, e que trazem mudanças para os portugueses em matéria de impostos e rendimentos.”</p>	<p>IMI E IMT: O Governo quer dar isenções de IMI e IMT (impostos sobre imóveis e a sua transmissão onerosa) aos proprietários dos prédios urbanos concluídos há mais de 30 anos ou localizados em áreas de reabilitação urbana que sejam alvo de reabilitações. Também as frações autónomas afetas a lojas com história, reconhecidas como tal pelos municípios, deverão ficar isentas de IMI e as despesas de conservação e manutenção deverão ser consideradas em 110% no apuramento do lucro tributável, segundo a proposta de orçamento.”</p>
SEM AUTOR (2017), “OE 2018. Lojas com história isentas de IMI e com outras ajudas”, <i>Rádio Renascença</i> (14/10). Disponível em https://goo.gl/sjoXeq (último acesso em 14/09/18).	12.10.17		x	<p>OE2018: Lojas com história deverão ficar isentas de IMI e com benefício para conservação.</p> <p>“As frações autónomas afetas a lojas com história, reconhecidas como tal pelos municípios, deverão ficar isentas de IMI e as despesas de conservação e manutenção deverão ser consideradas em 110% no apuramento do lucro tributável, segundo uma proposta orçamental preliminar.”</p>	
MILHEIRO, José (2017), “Dez milhões de euros para aproximar residentes e turistas”, <i>TSF</i> (27/09). Disponível em https://goo.gl/4qM8vJ (último acesso em 14/09/18).	27.09.17		x	<p>Dez milhões de euros para aproximar residentes e turistas</p> <p>“Governo quer que 90 por cento da população esteja satisfeita com o turismo. Para além do Estado, promotores podem ser associações de comércio ou de moradores e empresas.”</p>	<p>“Um exemplo dado por Ana Mendes Godinho é “apoiar a valorização e requalificação das lojas com história ou dos mercados do consumo de produtos locais por parte dos visitantes”.”</p>

SEM AUTOR (2017), “SET anuncia linha de apoio financeiro a projectos de sustentabilidade no turismo”, <i>PressTur</i> (27/09). Disponível em https://goo.gl/uin9IU (último acesso em 26/06/18).	27.09.17	x			Set Anuncia linha de apoio financeiro a projectos de sustentabilidade no turismo “Modelo privilegia entidades públicas relativamente às empresas privadas”	“Relativamente aos projectos cujos promotores poderão recorrer à nova linha de financiamento, a informação da Secretaria de Estado do Turismo especifica:” “b) Iniciativas e projectos que visem a dinamização económica dos espaços urbanos, através do apoio à valorização e requalificação das lojas com história, incluindo a qualificação dos respectivos recursos humanos.” “A informação da SET clarifica ainda que “entende-se por lojas com história as que, como tal, venham a ser classificadas pelas respectivas Câmaras Municipais, de acordo com os respectivos regulamentos editados para o efeito”.”
MONTEIRO, Catarina (2017), “Há 10M€ para promover sustentabilidade no turismo”, <i>Publituris</i> (27/09). Disponível em https://goo.gl/vUNZyc (último acesso em 26/06/18).	27.09.17			x	Há 10M€ para promover a sustentabilidade do turismo “A Secretária de Estado do Turismo, Ana Mendes Godinho, anunciou esta quarta-feira, dia 27 de Setembro, a abertura de uma nova linha de financiamento destinada a apoiar projectos de sustentabilidade no turismo.”	“São elegíveis: b) Iniciativas e projetos que visem a dinamização económica dos espaços urbanos, através do apoio à valorização e requalificação das lojas com história, incluindo a qualificação dos respetivos recursos humanos. 2. Entendese por lojas com história as que, como tal, venham a ser classificadas pelas respetivas Câmaras Municipais, de acordo com os respetivos regulamentos editados para o efeito.”
CARVALHO, Cláudia S. e André Rosa (2017), “Passear por Lisboa a ver montras e balcões com história”, <i>Evasões</i> (16/09). Disponível em https://goo.gl/qpCghX (último acesso em 14/09/18).	16.09.17	x			Passear por Lisboa a ver montras e balcões com história “As lojas, em especial estas, são boas desculpas para um passeio pela cidade, mesmo para quem não quer ir às compras. A exposição Lojas com História, inaugurada a semana passada, mostra alguns dos tesouros escondidos atrás de muitas montras das lojas mais antigas da cidade. Restaurantes, farmácias, barbearias, bares, chapelarias, retrosarias e outros ofícios abrem-se, nas ruas, e agora na exposição, que está aberta ao público, na rua da Conceição até dia 25 de novembro.”	
FARINHA, Ricardo (2017), “Uma exposição para conhecer as lojas históricas de Lisboa”, <i>NiT</i> (10/09). Disponível em https://goo.gl/fXrXXP	10.09.17	x			Uma exposição para conhecer as lojas históricas de Lisboa “Pode ser vista até ao final de novembro na Baixa da cidade.”	“Apesar de representarem as lojas, estes objetos vão revelar mais sobre a vida de Lisboa ao longo dos tempos, com épocas de maior riqueza e outras mais pobres. O objetivo também é explicar a evolução dos hábitos dos moradores, da arquitetura e da

(último acesso em 14/09/18).					decoração ao longo da monarquia, a Primeira República ou o Estado Novo.”
PINTO, Sandra (2017), “Lojas com História’: A alma de uma cidade”, <i>Visão</i> (07/09). Disponível em https://goo.gl/1QtUqr (último acesso em 23/06/18).	07.09.17	x		'Lojas com História': A alma de uma cidade “Inaugura esta quinta-feira, 7, a exposição gratuita <i>Lojas com História</i> , organizada pela autarquia de Lisboa. Até 25 de novembro, podem ver-se fotografias, cartazes e objetos antigos de 81 estabelecimentos emblemáticos da cidade.”	“Esta exposição deve-se em grande parte à colaboração dos lojistas. Sem os seus objetos a mostra caria aquém do desejado”, termina Miguel Marques dos Santos.”
ALEMÃO, Samuel (2017), “As Lojas Com História numa exposição para celebrar as sobreviventes”, <i>O Corvo</i> (07/09). Disponível em https://goo.gl/wxvhvi (último acesso em 14/09/18).	07.09.17	x		As Lojas Com História de Lisboa numa exposição para celebrar as sobreviventes "Para muitos, são um dos elementos essenciais na definição dessa coisa algo incerta mas muito palpável que é a alma da cidade. Outros, porém, olham-nas com uma certa condescendência, sem deixarem de lhes admirar a perenidade. Poucos serão, no entanto, os que afirmariam sem remorso que ficariam indiferentes ao fecho de mais uma loja histórica em Lisboa. As que resistiram ao colapso maciço verificado na última década, incapazes de lidarem com factores tão distintos como as grandes mudanças no mercado imobiliário, as alterações dos padrões de consumo ou a crise económica, podem bem ser vistas como sobreviventes. Reunidas sob a chancela do programa municipal Lojas Com História – criado em 2015, mas cujo regulamento de atribuição da respectiva distinção apenas foi aprovado este ano -, existem, por enquanto, 83 estabelecimentos vistos como únicos e definidores da identidade da capital.”	
LUSA (2017), “Objectos e memórias de lojas históricas de Lisboa em exposição na baixa”, <i>Público</i> (31/08). Disponível em https://goo.gl/cRwS7P (último acesso em 25/06/18).	31.08.17	x		Objectos e memórias de lojas históricas de Lisboa em exposição na baixa “A baixa pombalina recebe na próxima quinta-feira, 7 de Setembro, a iniciativa que pretende dar a conhecer as lojas históricas e descobrir uma Lisboa "colorida, viva, rica e muito particular”.”	"Nesta exposição, "cada uma dessas lojas está representada através de objectos e memórias, evocativos da sua história individual, que não só dá a conhecer, como permite a descoberta de uma Lisboa colorida, viva, rica e muito particular", indica a autarquia.”

PINCHA, João Pedro (2017), “O La Gondola, restaurante ‘irrepetível’ de Lisboa, fecha esta semana”, <i>Público</i> (31/07). Disponível em https://goo.gl/KzwKHm (último acesso em 27/06/18).	31.07.17		x	O La Gondola, restaurante "irrepetível" de Lisboa, fecha esta semana “Há dois anos que este dia está para chegar: o emblemático espaço da Av. Berna despede-se da capital. Montepio, que é o dono do terreno, quer ali construir um edifício de escritórios. Há uma petição para tentar salvar o restaurante.”	"Além disso, argumenta-se, o La Gondola “constitui uma loja com reconhecidas tradições, memória histórica e longevidade, que configura um candidato concreto e assertivo ao programa Lojas com História”. Os peticionários pedem que o restaurante seja incluído nesse programa, que determina a protecção patrimonial de espaços comerciais emblemáticos da cidade.”
FRANCISCO, Susete (2017), “La Gondola fecha para dar lugar à sede do Montepio”, <i>Diário de Notícias</i> (29/07). Disponível em https://goo.gl/hGsGHm (último acesso em 26/06/18).	29.07.17		x	La Gondola fecha para dar lugar à sede do Montepio “Icónico restaurante fecha a 6 de agosto, por força de uma permuta entre a câmara e o Montepio. Petição tenta travar desfecho”	“Além do edifício, a petição defende que o próprio restaurante La Gondola merece ser preservado, propondo o estabelecimento como candidato ao programa "Lojas com História", pela "memória histórica e longevidade”."
FARINHA, Ricardo (2017), “Restaurante La Gôndola vai ser demolido para construir edifício de banco”, <i>NiT</i> (27/07). Disponível em https://goo.gl/Q4VJf8 (último acesso em 26/06/18).	27.07.17		x	Restaurante La Gôndola vai ser demolido para construir edifício de banco “Está a circular uma petição na Internet contra a destruição do espaço lisboeta que existe desde 1943.”	“A petição lançada pelo grupo Vizinhos das Avenidas Novas defende que “em causa está, por um lado, a identidade de Lisboa”, que o edifício “tem hoje um valor adicional de memória urbana” e que o La Gôndola “constitui uma loja com reconhecidas tradições, memória histórica e longevidade, que configura um candidato concreto e assertivo ao ‘Programa Lojas com História’, cuja candidatura estamos também a propor”.”
LOURENÇO, Artur (2017), “As lojas tradicionais que (ainda) existem em Lisboa reunidas em colecção de postais”, <i>O Corvo</i> (13/07). Disponível em https://goo.gl/ib6mTx (último acesso em 14/09/18).	13.07.17	x		As lojas tradicionais que (ainda) existem em Lisboa reunidas em colecção de postais “O crescimento acelerado do turismo e as alterações verificadas, nos últimos anos, no mercado imobiliário e na legislação que sob ele incide têm-se apresentado como desafios enormes para muitos dos mais antigos estabelecimentos comerciais de Lisboa.”	“Surgido no começo de 2015, o Círculo tem feito campanha pela preservação destes estabelecimentos, alertando para a necessidade de serem tomadas medidas de protecção, denunciando os casos de encerramentos e promovendo a imagem das lojas tradicionais. É neste contexto que se insere a nova colecção de postais por si promovida, em conjunto com a editora Althum [...]”

LUSA (2017), “Lisboa confirma distinção de 82 lojas históricas após alteração na lei”, <i>Diário de Notícias</i> (30/06). Disponível em https://goo.gl/JzCKvg (último acesso em 14/09/18).	30.06.17	x		Lisboa confirma distinção de 82 lojas históricas após alteração na lei “A Câmara de Lisboa voltou a classificar 82 lojas históricas da cidade para estarem protegidas ao nível do arrendamento e em caso de obras no prédio, na sequência da entrada em vigor do regime que as reconhece.”	“No passado sábado entrou em vigor o Regime de Reconhecimento e Proteção de Estabelecimentos e Entidades de Interesse Histórico e Cultural ou Social Local, que atribui ao Estado e aos municípios a responsabilidade de apoiar estes estabelecimentos. [...]São as autarquias que têm de reconhecer as lojas históricas para que, a partir desse reconhecimento, possam usufruir de especial proteção no arrendamento urbano e em caso de obras no prédio onde estão localizadas.”
LUSA (2017), “Já está em vigor o regime que protege as lojas históricas”, <i>Eco</i> (26/07). Disponível em https://goo.gl/YTQVBG (último acesso em 25/06/18).	26.06.17	x		Já está em vigor o regime que protege as lojas históricas “A lei que atribui aos municípios a responsabilidade de proteção das lojas históricas, com mais de 25 anos, entrou em vigor no passado sábado.”	
MIRANDA, Pedro Henrique (2017), “Lisboa em Festa”, <i>Jornal de Letras</i> (09/06). Disponível em https://goo.gl/jfsB7Y (último acesso em 17/09/18).	09.06.17		x	Lisboa em Festa "A celebração do Sto. António, em Lisboa, é pretexto para um conjunto de iniciativas de cariz cultural. As Festas de Lisboa, decorrem até 1 de julho, em vários pontos da cidade e incluem concertos, peças de teatro, dança, sessões de poesias, exposições, gastronomia e muito mais. A presidente do conselho de administração da EGEAC, Joana Gomes Cardoso, explica ao JL o que esperar desta edição das festas, que já contam com 25 anos de história “	Finalmente, desafiámos os Lisboetas a fotografar as montras das “lojas com história” da cidade, numa tentativa de promover a memória da cidade através das Festas.
LUÍS, Sara Belo (2017), “Vão começar as Festas de Lisboa – e estes são os momentos a não perder”, <i>Visão</i> (01/06). Disponível em https://goo.gl/RzW3g8 (último acesso em 27/06/18).	01.06.17	x		Vão começar as Festas de Lisboa – e estes são os momentos a não perder “Quais turistas, quais tuk-tuks, quais navios de cruzeiro, quais obras pré-autárquicas, este é o mês em que os lisboetas saem à rua alegremente. Há Santos Populares, sardinha assada, manjericos, bailaricos – e estes sete momentos a não perder nas Festas de Lisboa. A programação é grátis e tem início esta quinta-feira, 1”	"A proposta das Festas de Lisboa é que os lisboetas desatem a fotografar as ditas lojas com história e, usando a hashtag #lojascomhistoria, que divulguem as suas imagens no Instagram. 1-30 jun.”

<p>PINCHA, João Pedro (2017), “São lojas históricas, mas não são museus”, <i>Público</i> (28/05). Disponível em https://goo.gl/uqE2vZ (último acesso em 14/09/18).</p>	<p>28.05.17</p>	<p>x</p>		<p>São lojas históricas, mas não são museus “Lisboa está finalmente a tentar proteger o seu comércio mais emblemático. O desafio, explicam os <i>designers</i> que pensaram o projecto lisboeta, é que as lojas não parem no tempo e sejam relevantes na actualidade.</p>	<p>“Quem disse que só as lojas velhas podem ser consideradas históricas?” “até porque, esclarece Isabel, “não nos interessa nada museificar estas lojas”. O grande objectivo, dizem os membros da equipa, é que todos estes sítios sejam descobertos ou redescobertos não só porque têm um ar <i>very typical</i>, mas sobretudo porque são... lojas. Que vendem... produtos. “Houve uma grande negligência destes negócios”</p>
<p>MOREIRA, Cristiana Faria (2017), “Academia de Comércio. Há uma nova aceleradora em Lisboa para comerciantes”, <i>Observador</i> (16/05). Disponível em https://goo.gl/yhF5Rt (último acesso em 27/06/18).</p>	<p>16.05.17</p>	<p>x</p>		<p>Academia de Comércio. Há uma nova aceleradora em Lisboa para comerciantes “Câmara, SBI Consulting e Startup Lisboa juntam-se para ajudar pessoas que queiram lançar-se num negócio de comércio ou para quem tenha um há menos de um ano. Candidaturas decorrem até 31 de maio.”</p>	<p>“O projeto nasceu pelas mãos de Marta Miraldes, <i>managing partner</i> da SBI Consulting quando, ao caminhar pela baixa lisboeta, observava que os negócios que eram referência na cidade não se conseguiam manter por não conseguirem acompanhar os desafios atuais que o comércio enfrenta.” [...] “Além do programa de aceleração, a Academia de Comércio tem mais dois eixos de intervenção: um programa de apoio a comerciantes já instalados (nomeadamente os do Beato, para prepará-los para o impacto da instalação do novo Hub Criativo) e sessões de apoio ao programa Lojas com História, com o objetivo de otimizar os investimentos no âmbito do fundo municipal que existe para o efeito.”</p>
<p>LANÇA, Filomena (2017), “Lojas históricas: Contratos que já foram actualizados também vão ter protecção”, <i>Negócios</i> (10/04). Disponível em https://goo.gl/2aZpsn (último acesso em 14/07/18).</p>	<p>10.04.17</p>	<p>x</p>		<p>Lojas históricas: Contratos que já foram actualizados também vão ter protecção “As entidades de interesse histórico e cultural ou social local, vão ter cinco anos de protecção mesmo que os contratos já estejam no mercado de arrendamento livre.”</p>	

TOSETTO, Guilherme (2017), “Mesmo em alta, Lisboa mantém baixo custo e atrai turistas do mundo todo”, <i>Folha de S. Paulo</i> (23/03). Disponível em https://goo.gl/3WPfqF (último acesso em 28/06/18).	23.03.17	x			Mesmo em alta, Lisboa mantém baixo custo e atrai turistas do mundo todo “Quem chega a Lisboa e se depara com prédios antigos, cheios de roupas nos varais, não imagina o que está acontecendo além daquelas fachadas coloridas.”	“Preocupada com esse cenário, a Câmara de Lisboa tem feito esforços para evitar que o comércio local perca a identidade. Criou, assim, em meados de 2016, o selo "Lojas com História", que distinguiu inicialmente 63 estabelecimentos pela sua tradição.”
FRANÇA, Ana (2017), “O Faz Frio vai fechar? Ainda não é certo”, <i>Observador</i> (21/03). Disponível em https://goo.gl/t7Shwg (último acesso em 27/06/18).	21.03.17			x	O Faz Frio vai fechar? Ainda não é certo “O prédio onde existe um dos restaurantes mais antigos de Lisboa foi comprado e um dos donos diz que vai sair. Há uma petição a correr para salvar o Faz Frio, que faz parte das Lojas com História.”	“Segundo Mário Gouveia, a gerência do restaurante pediu ajuda ao projeto da Câmara Municipal de Lisboa “Lojas com História” ao abrigo do qual o interior e o património cultural e histórico das lojas mais antigas de Lisboa, sejam cafés, retrosarias ou sapatarias, ficam protegidas de qualquer alteração ao seu interior, mesmo que os donos mudem.”
CIPRIANO, Rita (2017), “A livraria Ulmeiro não morreu, vai estender-se fora de portas”, <i>Observador</i> (19/03). Disponível em https://goo.gl/gL3zYs (último acesso em 27/06/18).	19.03.17			x	A livraria Ulmeiro não morreu, vai estender-se fora de portas “Meses depois da morte anunciada, o Espaço Ulmeiro continua a respirar. O perigo ainda não passou mas José Ribeiro garante que, enquanto for possível, a única livraria de Benfica não irá fechar portas.”	"Além disso, existe ainda o plano de transformar o Espaço Ulmeiro numa associação cultural e de, posteriormente, candidatar o espaço ao programa “Lojas com História”, um projeto da Câmara Municipal de Lisboa que pretende promover e salvaguardar o comércio local e tradicional lisboeta. A candidatura pode ser feita pela própria Ulmeiro ou pela Junta de Freguesia de Benfica , que já se mostrou mais do que uma vez disponível para dar todo o apoio necessário.”
LUSA (2017), “Loja de confeções Paris em Lisboa evita encerramento com acordo”, <i>Fashion Network</i> (08/03). Disponível em https://goo.gl/3oTzdK (último acesso em 18/08/18).	08.03.17			x	Loja de confeções Paris em Lisboa evita encerramento com acordo “A loja de confeções Paris em Lisboa, instalada na capital portuguesa desde 1888, acordou com o senhorio do imóvel a extensão do prazo do contrato de arrendamento, ultrapassando, “a curto prazo”, o risco de encerrar.”	“Em abril de 2016, o PS apresentou na Assembleia da República um projeto de lei para "denir um regime de classificação e de proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural", através de alterações ao Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU) e ao Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados.”

LUSA (2017), “Câmara de Lisboa distingue mais 20 lojas históricas da cidade”, <i>Fashion Network</i> (06/03). Disponível em https://goo.gl/djAajm (último acesso em 26/06/18).	06.03.17	x		Câmara de Lisboa distingue mais 20 lojas históricas da cidade “A Câmara de Lisboa vai debater a atribuição da distinção "Lojas com história" a cerca de 20 estabelecimentos antigos da cidade que mantêm traços culturais e históricos, e que se juntam a uma primeira lista de 63 espaços.”	“Além do projeto de lei do PS, existem outros semelhantes do PCP e do BE.”
LUSA (2017), “Aumenta a lista das lojas históricas de Lisboa”, <i>TSF</i> (03/03). Disponível em https://goo.gl/bewtKK (último acesso em 14/09/18).	03.03.17	x		Aumenta a lista das lojas históricas de Lisboa "A Câmara de Lisboa vai debater a atribuição da distinção "Lojas com história" a cerca de 20 estabelecimentos antigos da cidade que mantêm traços culturais e históricos, e que se juntam a uma primeira lista de 63 espaços. “	“Em abril de 2016, o PS apresentou na Assembleia da República um projeto de lei para "denir um regime de classificação e de proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural", através de alterações ao Novo Regime do Arrendamento Urbano e ao Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados. [...]. O documento está a ser apreciado na especialidade, para depois ser submetido a plenário. Além do projeto de lei do PS, existem outros semelhantes do PCP e do BE. “
COSTA, Filipe Santos (2017), “Taxa turística rendeu €13,5 milhões a Lisboa”, <i>Expresso</i> (13/02). Disponível em https://goo.gl/hfaYrM (último acesso em 27/06/18).	13.02.17		x	Taxa turística rendeu €13,5 milhões a Lisboa “No primeiro ano em que foi cobrada, a taxa sobre as dormidas de turistas incluiu hotelaria tradicional, alojamento local e Airbnb. E já está a pagar novas campanhas de promoção de Lisboa”	“A receita proveniente da taxa tem várias aplicações. Para além de ações de promoção e divulgação da cidade, estão em curso vários projetos nanciados no âmbito do Fundo de Desenvolvimento Turístico de Lisboa, criado com as receitas da taxa turística. entre eles, a nalização do Palácio Nacional da Ajuda (que incluirá a exposição permanente das jóias da Coroa), o Museu Judaico, o Centro Interpretativo da Ponte 25 de Abril, o Terminal de Atividade Marítimo-Turística da Estação Fluvial Sul e Sueste, e ainda e o programa Lojas com História.”

<p>RICO, Carolina (2017), “Prédio novo por cima, loja centenária no rés-do-chão. Um acordo possível?”, <i>Notícias ao minuto</i> (12/02). Disponível em https://goo.gl/P4vaPF (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>12.02.1 7</p>		<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Prédio novo por cima, loja centenária no rés-do-chão. Um acordo possível? “Na zona histórica de Lisboa há cada vez mais prédios sujeitos a obras de recuperação. Nascem hotéis ou propriedades de luxo, em vários casos ameaçando espaços de comércio tradicional com centenas de anos.”</p>	<p>"Sem querer revelar por quanto tempo se prolongará este novo acordo com o senhorio, Ana Martins lamenta a insegurança inerente à lei das rendas." [...] “É por isso “com satisfação” que a responsável olha para o projeto de lei apresentado esta semana pelo Partido Socialista no sentido de reconhecer lojas com interesse histórico ou cultural com mais de 25 anos.” [...] “A lei foi tão bem feita para os agentes imobiliários que eles podem despejar os inquilinos em seis meses, mas ninguém os obriga a começar as obras de reabilitação em seis meses”, condena. Nos termos atuais da lei do arrendamento urbano, aprovada em 2012, os senhorios dispõem da faculdade de despejar os inquilinos sem necessidade de qualquer ação judicial. Basta que a denúncia do contrato seja comunicada com seis meses de antecedência e tenha por fundamento a “demolição ou realização de obra de remodelação ou restauro profundos que obriguem à desocupação” do espaço arrendado.” “Saliente-se que, segundo a União das Associações de Comércio e Serviços, das 300 lojas que compunham o programa ‘Lojas com História’, da Câmara de Lisboa, cerca de 120 fecharam.”</p>
---	----------------------	--	----------	----------	---	--

<p>ANTUNES, Marisa e Jorge A. Ferreira, “Todos os meses fecham cinco lojas históricas em Lisboa”, <i>Expresso</i> (11/02). Disponível em https://goo.gl/k6Ymwe (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>11.02.1 7</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Todos os meses fecham cinco lojas históricas em Lisboa “Projeto de lei de protecção a estes espaços pronto até abril” “número de lojas com história na Baixa de Lisboa passou de 300 em 2015 para cerca de 180 no espaço de apenas dois anos, uma estimativa da União das Associações de Comércio e Serviços da região de Lisboa (UACS). Esta redução de cerca de 120 estabelecimentos — a um ritmo médio de cinco encerramentos por mês — justifica-se em grande parte pela exibibilidade conferida pela lei do arrendamento (que veio facilitar os despejos) e pela pressão turística que tem definido novas orientações comerciais para as zonas mais procuradas por cidadãos estrangeiros.”</p>	<p>“Uma pressão que parece estar a surtir efeito. Helena Roseta, coordenadora deste grupo de trabalho e profunda conhecedora de todo o processo ainda no tempo em que era vereadora da Habitação na autarquia de Lisboa, garantiu que tudo está a ser feito para antecipar a entrada em vigor da lei já em abril. Recorde-se que um anúncio anterior apontava julho como o mês a partir do qual estes estabelecimentos passavam a estar mais protegidos.” ““Queremos fechar o projeto rapidamente, o mais tardar até ao final do primeiro trimestre”, adiantou Helena Roseta, lembrando que a proposta inicial do PS, datada de março do ano passado, teve de sofrer alterações após a auscultação de elementos de diferentes associações representativas de comerciantes, proprietários e inquilinos.” “Entre as principais novidades deste projeto está a extensão do período transitório para dez anos para os arrendamentos antigos poderem ter as suas rendas atualizadas e mais cinco anos durante os quais as rendas só poderão subir de acordo com a inação.”</p>
<p>LANÇA, Filomena (2017), “Lojas tradicionais com mais de 25 anos vão ter protecção nas rendas”, <i>Jornal de Negócios</i> (06/02). Disponível em https://goo.gl/hRfvqd (último acesso em 14/09/18).</p>	<p>06.02.1 7</p>	<p>x</p>	<p>x</p>		<p>Lojas tradicionais com mais de 25 anos vão ter protecção nas rendas “Além das chamadas lojas históricas, também o comércio tradicional ou as colectividades culturais vão ter protecção no arrendamento, com limites ao aumento das chamadas rendas antigas. Para os proprietários os municípios poderão vir a atribuir reduções nas taxas e no IMI.”</p>	
<p>LANÇA, Filomena (2017), “Cristas apoia protecção nas rendas antigas a lojas históricas”, <i>Jornal de Negócios</i> (06/02). Disponível em https://goo.gl/LYdFw2</p>	<p>06.02.1 7</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Cristas apoia protecção nas rendas antigas a lojas históricas “O CDS-PP apresentou um projecto de lei que acompanha a decisão do PS de dar mais protecção às lojas com história. Os centristas são mais restritivos nos requisitos, mas admitem que a reforma das rendas, que lideraram em 2012, precisa de ser alterada.”</p>	<p>“A proposta do CDS é mais restritiva do que a do PS, noticiada esta segunda-feira pelo Negócios, na medida em que, por exemplo, estatuí que as entidades alvo de reconhecimento terão de "manter a actividade por que são reconhecidas há mais de 50 anos".</p>

(último acesso em 25/06/18).					
ALEMÃO, Samuel [2017], “[Câmara de Lisboa responsabiliza Assunção Cristas por fecho de muitas lojas históricas]”, <i>O Corvo</i> . Disponível em https://goo.gl/6NjLEf (último acesso em 19/08/18).	01.02.1 7		x	<p>Todos à espera da Assembleia da República (AR). A Câmara Municipal de Lisboa (CML) e a Assembleia Municipal de Lisboa (AML) querem que o parlamento acelere a discussão e apreciação dos instrumentos legais que poderão ajudar a travar a actual vaga de encerramentos de estabelecimentos comerciais da capital com importância histórica ou cultural local. As alterações ao Novo Regime do Arrendamento Urbano (NRAU), assim como ao Regime Jurídico das Obras em Prédios Arrendados (RJOPA), estão há quase um ano nas mãos da AR onde aguardam agendamento para discussão e votação.</p>	<p>“O programa Lojas com História é importante para Lisboa, independentemente das alterações legislativas que vierem a ser aprovadas. Mas, não tenhamos ilusões, sem elas, o nível de protecção que temos é bastante insuficiente face ao conjunto de fenómenos ao conjunto de situações a acontecer na cidade, relacionadas com a lei do arrendamento e o quadro legal relativo a obras profundas em prédios arrendados”, destacou.</p> <p>Sobre esta questão, aliás, gerou-se um consenso à esquerda. Tanto o PCP, pela voz do deputado municipal Carlos Santos Silva, como o Bloco de Esquerda, através da eleita Cristina Andrade, apontaram as modificações à lei do arrendamento realizadas por iniciativa de Assunção Cristas como as grandes responsáveis pelo encerramento maciço de lojas consideradas históricas. Apenas diferiram ligeiramente na categorização dos fenómenos que, no seu entender, ajudam a fechar o cerco aos donos das lojas. Se os comunistas denunciaram “o movimento especulativo” sentido na cidade, os bloquistas denunciaram o “processo de gentrificação” em curso. Os deputados dos restantes partidos não se pronunciaram sobre a matéria.”</p>

<p>CIPRIANO, Rita (2017), “Assembleia Municipal de Lisboa aprova fundo municipal ‘Lojas com História’”, <i>Observador</i> (31/01). Disponível em https://goo.gl/P2vgVX (último acesso em 25/06/18).</p>	<p>31.01.1 7</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Assembleia Municipal de Lisboa aprova fundo municipal “Lojas com História” “Dois anos depois, a Assembleia Municipal de Lisboa aprovou o fundo municipal, no valor de 250 mil euros, que pretende por um ponto final no desaparecimento das lojas históricas lisboetas.”</p>	<p>“Na apresentação dos dois projetos de regulamento na AML, o vice-presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Duarte Cordeiro, salientou exatamente isso — a importância da preservação das lojas lisboetas e da criação do programa “Lojas com História” [...]. Tenho a certeza que seremos seguidos por outros municípios”, disse, acrescentado que o “Lojas com História” se trata de “um sinal claro” no que diz respeito à “proteção” das lojas. [...]. Afirmando tratar-se de um projeto que tem “ocupado muito do nosso tempo porque é muito importante para nós”, Duarte Cordeiro considerou que é a atual Lei do Arrendamento, da responsabilidade do antigo executivo, que tem causado o desaparecimento de muitos estabelecimentos. “Essa lei tem autores e nós queremos, efetivamente, corrigi-la. Os despejos não se devem ao município, mas aos autores da lei”, frisou.” [...] “Com o Projeto de Lei 155/XIII, o PS pretende que o prolongamento do período transitório do NRAU seja aumentado para cinco a dez anos, no caso das lojas histórias, e que seja assegurada a permanência dos estabelecimentos, mesmo que isso implique realojamentos temporários.”</p>
<p>SEM AUTOR (2017), “Casas em Lisboa são quase três vezes mais caras do que nos arredores”, <i>esquerda.net</i> (26/01). Disponível em https://goo.gl/zXhHoF (último acesso em 16/08/18).</p>	<p>26.01.1 7</p>	<p></p>	<p>x</p>	<p></p>	<p>Casas em Lisboa são quase três vezes mais caras do que nos arredores “Nos últimos três anos, registou-se um aumento considerável do valor das casas, principalmente no centro da cidade. O preço do metro quadrado subiu, em alguns casos, mais de 37%.”</p>	<p>“A par dos moradores, também os proprietários de lojas históricas em Lisboa têm sentido na pele as consequências desta realidade. Conforme avança a União das Associações de Comércio e Serviços (UACS), das 300 lojas que compunham o programa "Lojas com história", da Câmara de Lisboa, cerca de 120 fecharam, e está mais uma em risco - a loja de confeções Paris, na Rua Garrett.”</p>

<p>LUSA (2017), “Cerca de 120 lojas históricas encerraram desde 2015. Paris em Lisboa está em risco”, <i>Observador</i> (25/01). Disponível em https://goo.gl/Poyac2 (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>25.01.17</p>	<p>x</p>	<p></p>	<p>x</p>	<p>Cerca de 120 lojas históricas encerraram desde 2015. Paris em Lisboa está em risco “A União das Associações de Comércio e Serviços divulgou que das 300 lojas que compunham o programa "Lojas com história", da Câmara de Lisboa, cerca de 120 fecharam, estando mais uma em risco.”</p>	<p>"Eram apresentadas 300 lojas [aquando da aprovação do projeto “Lojas com história”, em fevereiro de 2015], identificadas pelos diversos departamentos da autarquia e diziam que tinham de ser salvas porque são a identidade e o símbolo da cidade. No fim de 2015, já não eram 300 porque cerca de cem teriam fechado”, afirmou a responsável durante a reunião pública da Câmara de Lisboa.” [...]. “Com a classificação dada pela autarquia, “protegemos o património e o mobiliário, mas o proprietário continua a ter mais força”, criticou Ana Gomes, equacionando a hipótese de “existir uma mega loja do chinês onde hoje existe o Paris em Lisboa”.”</p>
---	-----------------	----------	---------	----------	---	--

<p>BAUMGARTNER, Barbara (2017), “Das Geschäft ihres Lebens”, <i>Zeit</i> (18/01). Disponível em https://goo.gl/XsEqR8 (último acesso em 16/08/18).</p>	<p>18.01.1 7</p>			<p>x</p>	<p>O negócio da sua vida Durante séculos, os proprietários de lojas tradicionais no coração de Lisboa venderam pequenos tesouros - o botão correspondente, o café perfeito, a boneca preciosa. Mas o amável negócio ameaça a morte se eles não se reorganizam.</p>	<p>"A joalheria tradicional "Aliança", na Rua Garrett, tornou-se uma loja "Tous" há alguns anos. Porque os magníficos mobiliário rococó permaneceu intocado, a aquisição é considerada um sucesso, mas é claro que não é mais o mesmo negócio. Como deve, afinal, o comércio também é sobre relacionamentos, hábitos, pessoas. Um dos milhões de pequenas coisas que tornam a vida em uma cidade distinta, não é também a maneira pela qual a vender uma velha uma cinta de couro?" "O programa para a proteção do Lojas com historia não é um momento cedo demais. Um está ciente disso na administração da cidade. "Nós perdemos tempo", admitiu o prefeito recentemente. Dezenas de lojas antigas fecharam nos últimos anos. Na loja de tecidos "Tavares" na Rua dos Fanqueiros, inaugurada em 1793, atualmente é venda de liquidação." "Existem três elementos: os fundos de investimento internacional descobriram o seu interesse no imobiliário de Lisboa; o turismo está crescendo e chorando por mais acomodação; e uma reforma da legislação de arrendamento deixa aluguéis congelados por décadas agora no mercado - o que pode significar um aumento de dez vezes. Ou mesmo a ameaça disso, livrar-se de um negócio perturbador de uma maneira simples. No entanto, as rendas do passado, muitas vezes ridiculamente baixas, também foram fatais em alguns aspectos: os proprietários de imóveis têm sido insuficientes para manter adequadamente os prédios e os donos de lojas têm pouco custo para pensar em inovação."</p>
--	----------------------	--	--	----------	---	--

<p>ALEMÃO, Samuel [2017], “[Demora a aprovar programa leva alguns lojistas a desistirem do Lojas com História]”, <i>O Corvo</i>. Disponível em https://goo.gl/vBJQJ2 (último acesso em 19/08/18).</p>	<p>10.01.1 7</p>			<p>x</p>	<p>Passados quase dois anos de uma deliberação da Câmara Municipal de Lisboa, votada por unanimidade do executivo, a apoiar a promoção do comércio local tradicional “como marca diferenciadora da cidade”, sob o lema “preservar inovando”, ainda está por aprovar o projecto de regulamento da distinção “Lojas com História”. Em simultâneo, passará em março próximo um ano desde que a Assembleia da República recebeu uma proposta legislativa do Governo para criar um regime de protecção para estes estabelecimentos, no âmbito de alterações sugeridas à Lei das Rendas. Mas nada ainda transpareceu do Parlamento. Por causa disto, há já donos de algumas das casas comerciais mais icónicas da capital a pensar sair do programa “Lojas com História”.</p>	<p>“Vários lojistas, dada a demora, disseram-nos que já não querem esta chancela. Alguns dizem-nos ‘se calhar, não vale a pena fazer parte do Lojas com História, porque isto não vai servir para nada’”, conta a dirigente.” “O programa “Lojas com História”, queixava-se Ana, não passava de uma “bandeira sem conteúdo”. “Ao mesmo tempo, o facto de a Assembleia da República não se ter ainda pronunciado sobre a iniciativa legislativa governamental de criação de um regime de excepção para este tipo de estabelecimentos – apesar de o mesmo estar a ser discutido em sede de comissão especializada desde março de 2016 – leva a dirigente associativa a temer que “este ano e no próximo possa vir a assistir-se ao encerramento de muitas lojas” consideradas icónicas. Uma consequência do “disparar das rendas” e da “denúncia unilateral do contrato de arrendamento pelo proprietário”, avisa.”</p>
<p>PEREIRA, Mariana (2017), “Já de portas fechadas, a Ulmeiro candidata-se a loja com história”, <i>Diário de Notícias</i> (06/01). Disponível em https://goo.gl/qbQtuV (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>06.01.1 7</p>			<p>x</p>	<p>Já de portas fechadas, a Ulmeiro candidata-se a loja com história “A histórica livraria fechou no último dia de dezembro, depois de 47 anos. Ontem, a Junta de Freguesia de Benfica propôs uma solução para a manter na Avenida do Uruguai”</p>	<p>"O encerramento é apenas deste espaço físico", garante o dono da livraria, explicando que a renda, outrora na casa dos 200 euros - "reconheço que era baixa" - está atualmente próxima dos mil euros.</p>

<p>ALEMÃO, Samuel (2017), “Fecha no fim do mês a Tabacaria Martins, aberta desde 1872 no Largo do Calhariz”, <i>O Corvo</i> (05/01). Disponível em https://goo.gl/TVYUub (último acesso em 14/09/18).</p>	<p>05.01.1 7</p>		<p>x</p>	<p>Fecha no fim do mês a Tabacaria Martins, aberta desde 1872 no Largo do Calhariz “A vontade do senhorio acabou por se revelar mais forte, embora a gerente da loja até admita “algum alívio” pelo fim da incerteza e “sentimentos contraditórios”. A Tabacaria Martins, de porta aberta no número 4 do Largo do Calhariz desde 1872, vai fechar no final do mês de janeiro. “O senhorio não quis renovar o contrato, por isso, não posso fazer nada”, diz ao Corvo Ana Martins, 61 anos, neta de Manoel Francisco Nunes Martins, fundador deste estabelecimento incluído no restrito conjunto de 63 a quem a Câmara Municipal de Lisboa decidiu atribuir a classificação de “Lojas com História”. Distinção insuficiente para garantir a manutenção do negócio centenário, apanhado pela revolução em curso no mercado imobiliário da capital. O prédio será convertido num conjunto habitacional de luxo e a gerente e três funcionários ficam desempregados.”</p>	<p>“Ganhámos a classificação em julho passado e agora acontece isto. Percebe-se que tais instrumentos são apenas bandeiras, sem aplicação prática e que pouco ou nada significam. Nada na lei nos defende de uma situação destas”, critica Ana Martins, que está à frente do negócio familiar desde há 15 anos e vê nesse programa criado pela autarquia pouco mais do que um conjunto de boas intenções. “O poder político não faz muito neste campo. Ou passa a haver em Lisboa, como noutras cidades europeias, instrumentos para proteger as lojas simbólicas contra tais situações, ou isto vai continuar a acontecer, a descaracterização da cidade [...]”</p>
<p>SEM AUTOR (2017), “Com 145 anos de história, a lisboeta Tabacaria Martins vai fechar”, <i>Rádio Renascença</i> (05/01). Disponível em https://goo.gl/FuVeL9 (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>05.01.1 7</p>		<p>x</p>	<p>Com 145 anos de história, a lisboeta Tabacaria Martins vai fechar “Estabelecimento de interesse classificado pela autarquia de Lisboa vai dar lugar a um novo empreendimento imobiliário.”</p>	<p>“Foi aprovado em Abril do ano passado um projecto de lei socialista para garantir “uma protecção contra o aumento expressivo das rendas” nas lojas históricas, mas a medida apenas se aplica ao arrendamento.”</p>
<p>CARDOSO, Margarida David (2016), “Vá-vá é mais um histórico de Lisboa ‘à espera que alguém lhe pegue’”, <i>Público</i> (04/12). Disponível em https://goo.gl/FpzV14 (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>04.12.1 6</p>		<p>x</p>	<p>Vá-vá é mais um histórico de Lisboa “à espera que alguém lhe pegue” “O que é isso de investir no futuro de um restaurante e café histórico? Casa do Cinema Novo Português e um dos locais onde a boémia era parceira da cultura e da oposição ao Estado Novo, o Vá-vá vive tempos incertos.”</p>	<p>“Fernando e João têm a papelada para convencer o governo de que o Vá-vá merece ser classificado como loja histórica. Designação que não lhe foi atribuída pela Câmara de Lisboa no âmbito do programa Lojas com História que visa proteger e apoiar, para já, 63 casas emblemáticas. “O espaço está velho, precisa de um conceito novo”. [...] “O Vá-vá vive hoje com os clientes de sempre: principalmente depois do almoço, vive a meio gás, a meia-idade. A sala grande de jantar não abre há dois meses, a oferta é a mesma há vários anos. “Imaginação” é o que falta, acredita Lauro António. E “malta que não esteja cansada”. Alterações na decoração, mais variedade na cozinha. Trazer gente nova, para entrar num novo</p>

						ciclo: “Malta nova atrai mais malta nova para ver a malta nova que cá está”, como nos anos 60.”
LUSA (2016), “Orçamento da Câmara de Lisboa para 2017 já conta com taxa turística”, <i>Público</i> (12/10). Disponível em https://goo.gl/xKTbGJ (último acesso em 14/09/18).	12.10.16		x		Orçamento da Câmara de Lisboa para 2017 já conta com taxa turística “A autarquia apresenta a proposta de orçamento municipal para o próximo ano. No próximo ano, o orçamento de Lisboa contará com mais 52 milhões de euros.”	“Entre os projectos abrangidos pelo fundo - orçados num total de 33,7 milhões de euros, dos quais 15,5 milhões de euros serão pagos por outras entidades [...] e a concretização do programa municipal Lojas com História.”

SERAFIM, Teresa Sofia (2016), "Histórias de morte e sucesso no corte e costura da Baixa lisboeta", <i>Público</i> (05/10). Disponível em https://goo.gl/FkqnQg (último acesso em 16/08/18).	05.10.16		x	<p>Histórias de morte e sucesso no corte e costura da Baixa lisboeta</p> <p>"As modas e os tempos mudam e, se há lojas que os acompanham, outras fecham portas. Nas retrosarias e lojas de tecidos da Baixa há desistências, mas também renovação. E muitas memórias."</p>	<p>"Mas porque é que não se investiu em algo novo na antiga Tavares-Panos para superar o decréscimo das vendas? Porquê não mudar as características estantes metálicas e introduzir novos produtos? José Filipe é peremptório: "Nunca houve inovação porque isso implicaria investimento que não conseguimos suportar".</p> <p>"Esta é também uma loja para turistas. "Mas não está relacionado com este <i>boom</i> de turismo", sublinha Filipe. Muitos deles conhecem a loja nas redes sociais ou já fizeram encomendas no site, pois cerca de 50% das vendas são para o estrangeiro. "Muitos vêm cá porque estão à procura de fios portugueses", revela Filipe."</p> <p>"Sobre as lojas com história, Carvalho salientou que não deve ser a câmara a garantir economicamente as lojas, mas deve ser criado um conceito de urbanismo comercial para determinar o número limite de ocupações de lojas turísticas e hotéis. "Já fecharam 40% de retrosarias na rua da Conceição e qualquer dia nenhum português não mora na Baixa."</p>
FIGUEIREDO, Maria Vitorino [2016], "É preciso ter lata!", <i>Boas notícias</i> . Disponível em https://goo.gl/xTUACY (último acesso em 26/06/18).	S.d.		x	<p>É preciso ter lata!</p> <p>A indústria conserveira a favor da maré</p> <p>"Foi necessária muita lata e muita inovação. Tudo para que uma indústria de 150 anos desse a volta, se reinventasse e regressasse ao ringue. Que é como quem diz, ao prato de portugueses e estrangeiros. Falamos das conservas portuguesas que, ao longo da história, se mantiveram à tona, enfrentaram crises e são hoje um produto na moda, em qualquer casa ou restaurante gourmet."</p>	<p>"A opção de manter os traços antigos da loja granjeou à Conserveira de Lisboa o prémio Mercúrio, na categoria Lojas com História, atribuído pela Confederação do Comércio e Serviços de Portugal e pela Escola de Comércio de Lisboa. Além disso, o estabelecimento faz parte das 63 primeiras lojas do programa Lojas com História da Câmara Municipal de Lisboa."</p>
BOAVENTURA, Inês (2016), "Elevador da ponte e museu dedicado aos Descobrimientos entre os beneficiários de taxa turística", <i>Público</i> (29/09). Disponível em https://goo.gl/uQxM4D (último acesso em 14/09/18).	29.09.16		x	<p>Elevador da ponte e museu dedicado aos Descobrimientos entre os beneficiários de taxa turística</p> <p>"A lista de projectos inclui também o Museu Judaico de Lisboa, a Estação Sul e Sueste e o programa municipal Lojas com História. Estão em causa investimentos de 33,7 milhões de euros, a concretizar "até ao final de 2018"."</p>	<p>"Já está decidido quais serão os primeiros projectos a beneficiar de verbas da Taxa Municipal Turística de Lisboa."</p>

ESTEVEES, Tânia (2016), "Lisboa lança programa para preservar suas 'lojas com história'", <i>GI</i> (07/08). Disponível em https://goo.gl/yihkrB (último acesso em 26/06/18).	07.08.16	x		Lisboa lança programa para preservar suas 'lojas com história' "Cidade tenta conservar aroma de estabelecimentos tradicionais e únicos. Prefeitura já identificou 63 lojas que preservam elementos patrimoniais."	"As dezenas de estabelecimentos distintos por Lisboa como "Lojas com História" terão a vantagem de ter um espaço nos guias locais e gozarão, além disso, de alguns benefícios no âmbito fiscal."
SALSINHA, Carla (2016), "Qual é afinal a estratégia para o comércio das cidades?", <i>Público</i> (03/08). Disponível em https://goo.gl/5phtjY (último acesso em 27/06/18).	03.08.16		x	Qual é afinal a estratégia para o comércio das cidades? "Não temos memória de um Governo se interessar por uma estratégia para o comércio das cidades."	"Espero que sejam efetivamente os que aos milhares de empresários que diariamente exercem a sua atividade interessem, em particular, as questões do arrendamento e não somente as Lojas com História, as questões laborais e em especial a atratividade de uma classe mais jovem para este setor, as questões fiscais e tributárias, bem como exigências iguais para todos os agentes que exercem a atividade comercial, as questões de mobilidade, as questões da desertificação e da turistificação das cidades."
SEM AUTOR (2016), "Em Lisboa há 'lojas com história'", <i>Sic Notícias</i> (01/08). Disponível em https://goo.gl/PkTwDs (último acesso em 26/06/18).	01.08.16	x		Em Lisboa há "lojas com história" "Em Lisboa há 63 lojas que têm mais do que produtos à venda. A Câmara Municipal distinguiu esses espaços comerciais pela história que guardam e não alteraram. As "lojas com história" vão dispôr de um fundo de 250 mil euros para restauro e atualização. Esta distinção pretende proteger o património dos "despejos forçados"."	
SEM AUTOR (2016), "Lisboa vai proteger lojas com história", <i>tv24</i> (31/07). Disponível em https://goo.gl/WSUJS9 (último acesso em 26/06/18).	31.07.16	x		Lisboa vai proteger lojas com história "Autarquia escolheu 63 lojas com história na Baixa lisboeta. O objetivo é proteger o comércio tradicional que tem desaparecido. Um dos grandes problemas tem sido o encerramento de lojas históricas para dar lugar a hotéis. Algumas estão até em litígio, como acontece com a loja Sant'anna de azulejos e afiança."	

LUSA / VM (2016), “Lisboa vai distinguir lojas históricas”, <i>Visão</i> (21/07). Disponível em https://goo.gl/1dqy14 (último acesso em 14/09/18).	21.07.16	x		<p>Lisboa vai distinguir lojas históricas</p> <p>“A Câmara Municipal de Lisboa vai distribuir o selo Lojas com História por 63 estabelecimentos, mas admite que a medida não chega para salvar o património comercial da cidade”</p>	<p>“Não temos a veleidade de achar que salvaremos as lojas com esta distinção nem que ela resolve, só por si, o problema da sustentabilidade nanceira”, admitiu o vice-presidente da autarquia, Duarte Cordeiro (PS), em declarações à agência Lusa.”</p> <p>“Na reunião camarária privada de ontem, o executivo municipal aprovou - com o voto contra do CDS-PP e os votos favoráveis da maioria socialista (que inclui os Cidadãos por Lisboa), do PSD e do PCP - a submissão a consulta pública, por 30 dias, do regulamento que estipula as regras de acesso ao fundo municipal de apoio às "Lojas com história", em áreas como a arquitetura e restauro, cultura e economia e comércio.”</p>
FRANCISCO, Susete (2016), “Entre bonecas, botões e conservas. Lojas com passado à procura do futuro”, <i>Diário de Notícias</i> (23/07). Disponível em https://goo.gl/5JDgmZ (último acesso em 14/09/18).	23.07.16	x		<p>Entre bonecas, botões e conservas. Lojas com passado à procura do futuro</p> <p>“Programa municipal distinguiu 63 lojas centenárias da cidade. Comerciantes dizem que é positivo, mas não chega.”</p>	<p>“Mas há um ponto, que há de ser repetido noutras lojas: o espaço do Hospital de Bonecas é arrendado e uma mudança relevante na renda seria inoportuna [...]”.</p>
LUSA (2016), “Há 63 ‘Lojas com história’ em Lisboa. Sabe quais são?”, <i>Diário de Notícias</i> (16/07). Disponível em https://goo.gl/HGsgB6 (último acesso em 14/09/18).	16.07.16	x		<p>Há 63 "Lojas com história" em Lisboa. Sabe quais são?</p> <p>“Câmara de Lisboa distingue 63 lojas históricas mas não promete salvá-las</p> <p>A Câmara de Lisboa vai começar por distinguir 63 estabelecimentos da cidade com o selo "Lojas com história" e definir medidas de apoio no âmbito deste programa, mas reconhece que só isso não chega para assegurar a sua sobrevivência.”</p>	<p>“No caso de o montante que temos estimado não ser suficiente, vamos privilegiar negócios de restauração com volume de negócios abaixo dos 500 mil euros e outro tipo de comércio com volumes de faturação abaixo de 150 mil euros”, apontou Duarte Cordeiro.”</p>

<p>SILVA, Hugo Tavares da (2016), “Turismo. ‘Urge estancar a sangria’, exige grupo de lisboetas”, <i>Observador</i> (07/06). Disponível em https://goo.gl/VqDZes (último acesso em 27/06/18).</p>	<p>07.06.1 6</p>		<p>x</p>	<p>Turismo. “Urge estancar a sangria”, exige grupo de lisboetas “Trienal de Arquitectura de Lisboa promoveu debate entre lisboetas. Apresentado documento com exigências. Houve quem falasse em "expropriação e "ocupação". O Observador esteve lá e ouviu tudo.”</p>	<p>“O que pretende o grupo que promoveu esta ação? -Suspender a atribuição de licenças a hotéis e hostels até à elaboração de um estudo sobre os impactos do turismo em Lisboa, à semelhança de outras cidades e em permanente atualização, com o objetivo de definir os impactos do turismo e índices de capacidade de carga turística da cidade. -Realização de uma nova lei restritiva do alojamento local, à semelhança de outras cidades (Ex: Barcelona, Paris, Berlin, Nova Iorque, Londres, São Francisco). -Revogação da lei dos ‘reformados <i>gold</i>’ ou limitação da atribuição de estatuto aos residentes que se fixem em áreas específicas a definir. Ex. zonas despovoadas ou cidades do interior. -Discussão e revisão da Nova Lei das Rendas (de acordo com o previsto no Programa do Governo da Cidade de Lisboa para 20132017). Promover estudos sobre o perfil dos novos habitantes da cidade e respetivas expectativas e motivações. -Sensibilizar as associações de moradores para nas respectivas assembleias de condóminos implicarem formas de compromisso colectivo e consenso democrático que faça depender a criação de apartamentos para acomodação/alojamento turístico, de consenso unânime por parte de todos os moradores do prédio. -Reter na cidade, e sobretudo nas comunidades mais afetadas pela <i>turistificação</i>, uma parte significativa das mais-valias económicas, criando canais de redistribuição dos proveitos/receitas geradas pelo turismo nos bairros, orientando-as, de forma transparente, para benefício das comunidades respetivas.”</p>
---	----------------------	--	----------	---	--

SILVA, Hugo Tavares da (2016), “Muito turismo em Lisboa? O que podemos aprender com o que foi feito lá fora”, <i>Observador</i> (24/04). Disponível em https://goo.gl/oxoCf5 (último acesso em 14/09/18).	24.04.16		x	<p>Muito turismo em Lisboa? O que podemos aprender com o que foi feito lá fora</p> <p>“Veneza, Barcelona, Copenhaga e Paris recebem milhões de turistas por ano. Como reagiram os cidadãos e os políticos ao turismo de massas? O que foi feito? O que pode Lisboa aprender?”</p>	“Antes, em março do ano passado, também tinham sido tomadas medidas em defesa do comércio tradicional. A autarquia de Barcelona definiu uma lista com 32 nomes de lojas e estabelecimentos intocáveis. Lá está, lutava-se já contra a perda de identidade, a favor do que é da cidade, do que é rotineiro e do quotidiano, do que é das pessoas.”
ALEMÃO, Samuel [2016], “Tem de haver um limite ao aumento das rendas para salvar comércio tradicional”, <i>O Corvo</i> . Disponível em https://goo.gl/L2sxHV (último acesso em 19/08/18).	21.04.16		x	<p>“Carla Salsinha, presidente da União de Associações do Comércio e Serviços (UACS), a mais importante entidade representativa dos lojistas de Lisboa, teme que a especulação imobiliária esteja a destruir parte significativa do sector. A Lei das Rendas, associada à vaga turística, estará a tornar inoportável a subsistência de muitos estabelecimentos. Se não forem tomadas medidas, 2017 e 2018 serão anos de avalanche de despejos. Metade das lojas tradicionais da Baixa poderão desaparecer nos próximos dois anos. Mas já há quem peça 7 mil euros de renda para lojas na Avenida Almirante Reis ou 35 mil a uma pastelaria na Avenida da Liberdade. Por isso, em entrevista ao Corvo, a dirigente associativa pede travão às “rendas especulativas”.”</p>	<p>“É possível parar o encerramento massivo do comércio tradicional?</p> <p>Acho que é possível, sem dúvida. Mas têm de se cumprir duas situações. Primeiro, conseguirmos fazer uma pequena alteração à Lei do Arrendamento, a qual já está em discussão na AR – porque fazer uma mudança mais substancial na lei vai demorar. O que pedimos é que, numa primeira fase, sejam limitados os despejos por obras profundas e de restauro dos edifícios, que é isso que está, neste momento, a motivar o encerramento e desaparecimento de muitas lojas.”</p>
COELHO, Alexandra Prado (2016), “PS altera lei das rendas para proteger lojas históricas”, <i>Público</i> (02/04). Disponível em https://goo.gl/fMpYyt (último acesso em 25/09/18).	02.04.16		x	<p>PS altera lei das rendas para proteger lojas históricas</p> <p>“Projecto que será discutido na sexta-feira alarga período transitório para aumento das rendas até 2027. Será suficiente para salvar o património que está a desaparecer “todas as semanas”?”</p>	““É uma ideia que começámos a discutir há um ano no Conselho Consultivo do Lojas com História. Isto prova como este programa está a ser importante, apesar de nem sempre ter sido pacífico dentro da própria Câmara, que o interrompeu recentemente, mantendo-o parado durante quase quatro meses”, afirma.”

BANHA, Inês e André Macedo (2016), “Fernando Medina: ‘Seria descabido impedir um estrangeiro de comprar casa no bairro de Alfama’”, <i>Diário de Notícias</i> (02/04). Disponível em https://goo.gl/1JRpkB (último acesso em 25/09/18).	02.04.16		x	x	Fernando Medina: "Seria descabido impedir um estrangeiro de comprar casa no bairro de Alfama" “Fernando Medina substituiu António Costa na Câmara de Lisboa faz quarta-feira um ano. O que mudou na cidade entretanto e o que mudará até ao fim do mandato, em 2017? Como gerir a tensão provocada pela chegada de turistas e a necessidade de moderar o impacto que, dizem os críticos, ameaça transformar as zonas históricas numa espécie de parque temático, sem vida (como ela é) e cor, com poucos moradores lisboetas, embora ainda com fadistas e miradouros? Ou haverá nestas opiniões algum exagero? E ainda: as obras eternas na cidade, aqui ou ali, a desertificação da Baixa e também a nova vida da Baixa, o estacionamento, as rendas, a especulação imobiliária. Uma entrevista ao presidente da câmara para ler hoje - a segunda parte já amanhã. A cidade voltou a ser assunto para os lisboetas.”	“Mas há outro ponto importante: a classificação dá direito exatamente a quê, a que tipo de salvaguarda? Isso tem de ficar claro. Além disso, é preciso perceber qual tem sido o grande fator de ameaça a estes negócios, para o corrigir. Para mim, não há dúvida: a causa está na lei das rendas.” “Antes disso, deixe-me sublinhar o seguinte: estamos a falar de uma ameaça ao comércio que tem viabilidade económica. São lojas que faturam e funcionam, têm clientes e mercado. Na lei do arrendamento ainda em vigor ficou [definido] que o arrendamento comercial pode ser denunciado no prazo de cinco anos, mediante indemnização, qualquer que seja a situação e a classificação das lojas. Estamos, portanto, a falar da loja mais moderna ou da loja histórica.”
MARQUES, Catarina Vaz (2016), “‘Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer’”, <i>Público</i> (27/03). Disponível em https://goo.gl/Ue3ARH (último acesso em 16/08/18).	27.03.16			x	“Mais de metade do comércio da Baixa vai desaparecer” “Desafiámos Catarina Portas a servir-nos de cicerone pela Lisboa que a apaixonou e a preocupa. Percorremos a Baixa e o Chiado de tuk-tuk. Daqui por uns tempos, se se confirmarem os receios da mulher que se tornou uma espécie de provedora das lojas com história, a paisagem não será a mesma.”	“A situação é o que é, explica, por três razões, que isoladamente até podiam ser positivas. A lei das rendas, que tinha de ser alterada porque era muito injusta para os senhorios. A explosão do turismo, que trouxe uma nova dinâmica económica à cidade numa altura de crise. Os fundos de investimento estrangeiros, que descobriram no imobiliário de Lisboa excelentes oportunidades de negócio. “As três coisas juntas resultam numa situação que neste momento é completamente explosiva.”
COELHO, Alexandra Prado (2016), “Catarina Portas faz parceria para tentar salvar Casa Alves”, <i>Público</i> (11/03). Disponível em https://goo.gl/2usr2q (último acesso em 14/09/18).	11.03.16			x	Catarina Portas faz parceria para tentar salvar Casa Alves “O novo proprietário do edifício da mercearia histórica de Alfama deu à família Alves, naquele espaço há 60 anos, “até meados de Julho” para sair. Empresária tem criticado crescente descaracterização da cidade, de que é exemplo recente o novo McDonald's no Chiado.”	"Para já, passaram-se apenas dez dias, mas, disse ao PÚBLICO, José Luís Alves, o proprietário, já se nota alguma mudança. “As pessoas passam na rua, vêem os produtos e, como são coisas nacionais, como as conservas, puxam mais pelo interesse”, explica, confirmando que tem vendido um pouco mais."

<p>FERREIRA, Rita (2016), "A resposta de Catarina Portas ao novo McDonald's: 'Não quero o turismo a qualquer preço'", <i>Observador</i> (11/03). Disponível em https://goo.gl/nGMRXD (último acesso em 14/09/18).</p>	<p>11.03.16</p>		<p>x</p>	<p>A resposta de Catarina Portas ao novo McDonald's: "Não quero o turismo a qualquer preço" "Catarina Portas acusa a câmara de Lisboa de estar a "matar a galinha dos ovos de ouro" do turismo. A abertura do McDonald's no Chiado e o encerramento do Jamaica motivaram um post irónico no FB."</p>	<p>"A dona da loja A Vida Portuguesa tece duras críticas à autarquia: "A câmara de Lisboa está a prosseguir uma prática que me parece suicida e acho que assim vão matar a galinha dos ovos de ouro (...) Eu percebo que é importante recuperar o edificado, mas isto não pode ser feito comprometendo a identidade da cidade." Catarina Portas não percebe como é que, por um lado, a autarquia retomou o projeto das Lojas com História e, por outro, "está a licenciar todo e qualquer projeto que implique a destruição destas lojas".</p>
<p>CARVALHO, António Sérgio Rosa de (2016), "A Manhattan flutuante", <i>Público</i> (03/03). Disponível em https://goo.gl/rsb7RM (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>03.03.16</p>		<p>x</p>	<p>A Manhattan flutuante "Vamos ter garantida, mesmo em frente a Alfama, a dominadora e esmagadora omnipresença de uma verdadeira Manhattan."</p>	<p>"Enquanto Fernando Medina afirma que o centro histórico está a ser recuperado e Manuel Salgado se declara impotente, depois de ter entregue a cidade aos especuladores, todos os dias recebemos notícias confirmadoras de que o mesmo processo se está a desenrolar em Lisboa. [...]Vem agora a CML declarar oficialmente a intenção de implementar o seu programa de Lojas com História acrescentando ao seu conselho consultivo, um grupo de trabalho a fim de analisar, com rigor, caso a caso, os processos." "Estes grupos de notáveis e conhecedores têm portanto uma grande responsabilidade. Especialmente, na tradição de um País que não ousa exigir ou confrontar, habituado a uma dependência sistemática, e aqui, também "flutuante".</p>

SEM AUTOR (2016), “Lisboa quer exceção à lei das rendas para lojas antigas”, <i>Jornal de Negócios</i> (24/02). Disponível em https://goo.gl/yfwLo9 (último acesso em 27/06/18).	24.02.16		x		<p>Lisboa quer exceção à lei das rendas para lojas antigas</p> <p>“A autarquia discute hoje em reunião de câmara duas propostas de alteração que visam impedir que lojas antigas, desde que cumpram determinados requisitos possam ser despejadas, nomeadamente para realização de obras profundas, noticia o Público.”</p>	<p>“Fernando Medina quer que as lojas antigas possam ser equiparadas a microempresas para efeitos de aplicação da lei das rendas, o que significará que, no caso de contratos antigos, anteriores a 1990, não poderão ser alvo de despejos unilaterais, escreve o Público. Por outro lado, haverá também uma proposta de alteração à lei das obras em prédios arrendados que impedirá que estas lojas sejam despejadas quando o prédio for para obras profundas, como agora acontece. Nestes casos, poderá haver um realojamento temporário, mas depois a loja deverá voltar ao antigo espaço. Isso sem prejudicar a possibilidade de a renda ser aumentada para preços actuais de mercado, no âmbito da lei das rendas.”</p>
COSTA, Rita Neves [2016], “Comércio tradicional de Lisboa à espera do OK do programa ‘Lojas com História’”, <i>O Corvo</i> . Disponível em https://goo.gl/ZmV5XA (último acesso em 19/08/18).	08.02.16	x		x	<p>“A Câmara Municipal de Lisboa apresentou, em Maio do ano passado, o programa “Lojas com História”. Depois da saída para o Governo da ex-vereadora da Economia e Inovação, Graça Fonseca, o projeto municipal que engloba os pelouros da Economia, Cultura e Urbanismo, fica a cargo do vice-presidente Duarte Cordeiro. A autarquia espera, brevemente, abrir o processo dos critérios de seleção das lojas históricas ao Conselho Consultivo do programa.”</p>	<p>“O comércio tradicional de Lisboa continua a dar que falar, sobretudo pela preocupação de inúmeros cidadãos face ao encerramento, nos últimos anos, de várias lojas históricas lisboetas. Tal levou inclusive ao lançamento, pelo Fórum Cidadania Lx, em Novembro passado, da petição “<i>Por uma nova alteração à lei do arrendamento, pela salvaguarda das lojas históricas</i>”. A necessidade de preservar o comércio local motivou, em Maio de 2015, o anúncio e a preparação de um programa da autarquia denominado “<i>Lojas com História</i>”.”</p>

<p>GUIMARÃES, Joana e Cláudia Carvalho Silva (2016), “Que futuro para as lojas do passado?”, <i>Público</i> (03/01). Disponível em https://goo.gl/RHD2QZ (último acesso em 18/08/18).</p>	<p>03.01.1 6</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Que futuro para as lojas do passado? “O antigo está na moda e há quem faça o novo parecer velho. Uma oportunidade para as lojas históricas? Um passeio em Lisboa e no Porto revela sucesso, reinvenção, tristeza. E ameaças.”</p>	<p>“No Porto, o negócio tem crescido, as lojas mais tradicionais mantêm-se e o cenário é favorável para quem ali trabalha. Mas em Lisboa há lojas que bamboeiam na incerteza. Os motivos são vários: há concorrência por parte das grandes superfícies e das feiras de rua, e há falta de clientes. Mas, em grande parte, são as novas alterações à lei do arrendamento que estão a causar insegurança, levando alguns estabelecimentos ao encerramento.” “A atracção que estas lojas exercem é fácil de explicar — lá dentro estão bocadinhos da história das cidades, um local onde muitas vezes o interlocutor é alguém que, também ele, tem muitos saberes para partilhar. “Quando perdemos estas lojas, perdemos também o saber-fazer, porque muitas delas têm associados pequenos ateliers”, diz Catarina Portas, fundadora da cadeia de lojas A Vida Portuguesa.”</p>
<p>SOROMENHO, Ana (2015), “Artesãos e laranjeiras. Passos em redor da Sé e São Cristóvão”, <i>Expresso</i> (04/12). Disponível em https://goo.gl/jgP1dX (último acesso em 27/06/18).</p>	<p>04.12.1 5</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Artesãos e laranjeiras. Passos em redor da Sé e São Cristóvão “Dos licores e das cerâmicas, dos ilustradores, das mercearias antigas à cozinha de autor, propomos um roteiro por uma das zonas mais bonitas de Lisboa, seguindo as dicas de quem mora por lá.”</p>	<p>“[...]Infelizmente, esta semana, Zé Luís Alves teve notícias que em breve poderá sofrer uma ordem de despejo. Entretanto, um grupo de moradores, reivindica o estatuto de "lojas com história" no programa que a CML promoveu e promete não dar tréguas.”</p>
<p>MORAIS, Sofia (2015), “Lojas com História”, <i>TSF</i> (02/12). Disponível em https://goo.gl/8v1M4d (último acesso em 26/06/18).</p>	<p>02.12.1 5</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>Lojas com História “A TSF percorre esta quarta-feira a história de quatro lojas antigas da baixa de Lisboa. Muitas já fecharam portas, outras mantêm a tradição com clientes fiéis e turistas que encontram em Lisboa o que já perderam nos países de origem.”</p>	

PINCHA, João Pedro (2015), “Goodbye Casa Alves? Mais uma loja tradicional de Lisboa em risco de fechar”, <i>Observador</i> (26/11). Disponível em https://goo.gl/WP1Wqx (último acesso em 18/08/18).	26.11.15		x	Goodbye Casa Alves? Mais uma loja tradicional de Lisboa em risco de fechar “Mercearia que existe no bairro da Sé desde tempos longínquos e está nas mãos da mesma família há quase 60 anos recebeu ordem de despejo para os próximos meses.”	“Foi a presidente da UACS que chamou a atenção para o caso da Casa Alves e o de outras lojas históricas em risco na reunião pública da Câmara Municipal de Lisboa esta quarta-feira. Prevendo que o prédio venha a ter um fim turístico, Carla Salsinha apelou à autarquia para que proteja o comércio típico e as lojas com tradição da cidade, refreando “a euforia de hotéis” em Lisboa. A câmara lançou em setembro o programa “Lojas com História”, uma iniciativa da ex- vereadora da Economia, Graça Fonseca (agora secretária de Estado da Modernização Administrativa), que pode ajudar à preservação do património de centenas de espaços comerciais.”
MARQUES, Catarina (2015), “Lojas com História”, <i>Sic Notícias</i> (12/11). Disponível em https://goo.gl/vdKZn7 (último acesso em 14/09/18).	12.11.15		x	Perdidos e Achados "Lojas com História"	“Mas há quem não desista destes estabelecimentos – como se dizia à época – que mantêm viva a história das cidades e servem de encanto aos turistas.
PALMINHA, Joana (2015), “Desenhar uma estratégia para lá do turismo de sempre”, <i>Observador</i> (11/10). Disponível em https://goo.gl/cEnRwL (último acesso em 27/06/18).	11.10.15		x	Desenhar uma estratégia para lá do turismo de sempre “O turismo português atravessa um momento especial. Só nos primeiros sete meses deste ano, rendeu 28 milhões de euros por dia. Mas que estratégias existem para o tornar sustentável?”	O programa “Lojas com História”, aprovado este ano pela Câmara Municipal de Lisboa, tenta fazer essa ponte e, enquanto membro do conselho consultivo do projecto, Catarina exemplifica: “Um turista estrangeiro vai à Luvaria Ulisses no Carmo e tira uma fotografia. Desce a rua e vai às compras a uma H&M ou outra loja desse género. Se a Luvaria Ulisses não existir, para que vai o turista àquela zona? As grandes cadeias internacionais têm de ser sensíveis a estas situações e perceber que o comércio mais antigo é imprescindível para os seus próprios negócios.”
LUSA (2015), “Câmara de Lisboa quer pôr mais de 300 lojas históricas da cidade ‘a render’”, <i>Público</i> (19/09). Disponível em https://goo.gl/2pqbD5	19.09.15	x		Câmara de Lisboa quer pôr mais de 300 lojas históricas da cidade ‘a render’ “Em Outubro, a autarquia vai discutir a definição dos critérios relativos às Lojas com História, assim como “os próximos passos” da iniciativa.”	“Hoje em dia, existem vários instrumentos jurídicos que permitem preservar o património. [...] O mesmo não acontece com a actividade, que não é considerada património, mas se calhar devia ser”, precisou Graça Fonseca, referindo-se ao primeiro nível.”

(último acesso em 14/09/18).					
ALEMÃO, Samuel [2015], “Loja de cerâmica da centenária Fábrica de Santanna vai fechar para dar lugar a hotel”, <i>O Corvo</i> . Disponível em https://goo.gl/72FUjc (último acesso em 18/08/18).	21.06.15		x	A aparentemente inabalável vaga turística faz mais uma vítima no epicentro da capital portuguesa. Desta vez, trata-se da loja de uma das mais emblemáticas unidades de produção de azulejaria e de cerâmica portuguesas a ser obrigada a sair do coração de Lisboa. Isto porque o prédio onde se situa desde 1916 vai acolher um hotel. E não se sabe se o estabelecimento, muito procurado por estrangeiros, vai reabrir noutra local. Está em vias de acontecer uma “perda irreparável”, diz ao Corvo o director comercial da empresa.	“O grupo cívico Fórum Cidadania Lx emitiu, nesta quarta-feira (10 de Junho), um comunicado apelando ao promotor e à Câmara Municipal de Lisboa para que travem esta processo e recordando que o estabelecimento “faz parte integrante do imóvel (palácio) registado no Inventário Municipal do Património anexo ao Plano Director Municipal em vigor”. O referido comunicado salienta que a “CML lançou recentemente o Programa ‘Lojas com História’, no qual, naturalmente, cabe uma loja com o historial da presente”.
REBELO, Rita (2015), “União de Associações do Comércio e Serviços preocupada com o fecho de lojas em Lisboa”, <i>Público</i> (16/06). Disponível em https://goo.gl/IP4o5a (último acesso em 14/09/18).	16.06.15		x	União de Associações do Comércio e Serviços preocupada com o fecho de lojas em Lisboa “Direcção da UACS critica a actuação da Câmara Municipal de Lisboa pelo encerramento de lojas em Lisboa.”	“A União de Associações do Comércio e Serviços (UACS) denunciou esta terça-feira, em comunicado de imprensa, o encerramento “coercivo” de lojas centenárias, em Lisboa, para a “implantação, no seu lugar, de hotéis de charme ou de luxo”.

<p>ALEMÃO, Samuel [2015], “Câmara de Lisboa vai conceder incentivos fiscais às lojas mais tradicionais da cidade”, <i>O Corvo</i>. Disponível em https://goo.gl/VPBSgc (último acesso em 14/09/18).</p>	<p>22.04.15</p>	<p>x</p>		<p>“Numa altura em que algumas das lojas mais antigas de Lisboa, tanto as da Baixa como as dos restantes bairros, fecham portas ou sobrevivem com enormes dificuldades, fala-se cada vez mais em descaracterização do comércio e da cidade. A Câmara Municipal de Lisboa (CML) está, por isso, a preparar um sistema de reconhecimento dos estabelecimentos mais icónicos da capital, que culminará na concessão de apoios fiscais aqueles que vejam a sua singularidade reconhecida. O dado foi avançado por um dirigente municipal, na tarde desta terça-feira (21 de Abril), durante a conferência “<i>Baixa Pombalina a Património Mundial: ainda é possível?</i>”.”</p>	<p>“A autarquia aprovou, em Fevereiro passado, a criação de <i>Programa Lojas com História</i>, através do qual se pretende instituir uma identidade comum a todos os estabelecimentos tradicionais de Lisboa, para assim os poder promover – era a ele que Paulo Pais se referia. O projecto prevê o surgimento de um grupo de trabalho responsável pelo levantamento, mapeamento e caracterização destas lojas consideradas singulares. Para além de possíveis medidas urbanísticas, financeiras e da área cultural relacionadas com este conjunto de espaços comerciais, será ainda elaborado um guia para turistas e residentes.</p> <p>No início de Março, também o grupo cívico Fórum Cidadania LX tornou pública a criação do “círculo das lojas de carácter e tradição de Lisboa”, através do qual se pretende apoiar estabelecimentos comerciais emblemáticos e com actividade há pelo menos 50 anos ou que seja considerada uma “loja única” – isto é, cuja actividade seja a única de porta aberta; seja uma loja indissociável do próprio local ou onde tenham ocorrido “factos históricos”. Deste circuito, com uma estratégia colectiva de valorização, fazem parte uma vintena de estabelecimentos, como a Tabacaria Mónaco, a Casa Achilles, a Sapataria do Carmo, a Pastelaria Versailles ou a Farmácia Morão.”</p>
---	-----------------	----------	--	--	--

<p>SOARES, Marisa (2015), “Grupo de cidadãos quer ajudar a salvar as lojas históricas de Lisboa”, Público (11/03). Disponível em https://goo.gl/Fp16WA (último acesso em 27/06/18).</p>	<p>11.03.1 5</p>	<p>x</p>	<p>Grupo de cidadãos quer ajudar a salvar as lojas históricas de Lisboa “Membros do Fórum Cidadania Lx criaram uma plataforma que junta lojas com mais de meio século em torno de um objectivo: travar a tendência de desaparecimento destes espaços e revitalizar o comércio tradicional.”</p>	<p>"Estava farto de ver lojas a fechar, algumas faziam parte da história da cidade", diz Carlos Leite de Sousa, de quem partiu a ideia de criar o Círculo. Juntaram-se-lhe mais cinco pessoas, que em comum têm o facto de pertencerem ao movimento cívico Fórum Cidadania Lx. Decidiram avançar no final do ano passado, convidaram algumas lojas para se tornarem fundadoras, e vão apresentar a iniciativa ao público nesta quarta-feira, na Livraria Férin, às 18h.”</p> <p>“A adesão das lojas ao Círculo é gratuita, tendo apenas que ser aceite por quatro dos seis elementos do Fórum Cidadania Lx – que são, além de Carlos Leite de Sousa, Paulo Ferrero (membro fundador do movimento), Guilherme Pereira, Inês Beleza Barreiros, Inês Matoso e Mariana Ferreira de Carvalho. A adesão pressupõe a inclusão da loja e da sua história no site do Círculo, que servirá para divulgar as memórias vivas dos actuais donos e as memórias passadas, através de fotografias ou documentos.</p> <p>Segundo Leite de Sousa, cada estabelecimento será estudado individualmente, mas o objectivo do grupo é pôr em prática uma estratégia colectiva para estas lojas tradicionais. Os promotores do Círculo pretendem apostar, por um lado, na divulgação dos espaços juntos dos turistas através de uma parceria com a Associação de Turismo de Lisboa, e por outro lado na formação dos gerentes e funcionários.”</p> <p>“Carlos Leite de Sousa diz que esta iniciativa é autónoma e não tem qualquer relação com a Câmara de Lisboa, que aprovou recentemente a criação de um grupo de trabalho para concretizar o Programa "Lojas Com História". "</p>
---	----------------------	----------	---	---