

## VERSÃO PROVISÓRIA

# **Turismo Étnico, Cidades e Identidades: Espaços multiculturais na Cidade de Lisboa.\***

**Francisco Lima Costa**

### **1. Introdução**

Desde sempre que o Homem se desloca pelo espaço geográfico do planeta. Mudanças na evolução da humanidade implicaram alterações na relação com o território: os direitos de posse estabeleceram limitações à deslocação das pessoas, e na esfera política novas realidades emergiram com o surgimento dos Estados-Nação e o estabelecimento de fronteiras.

Na esfera económica a revolução industrial marca o descolar de novas dinâmicas sociais com impactos diferenciados em vários sectores da vida humana. Focalizarei o trabalho em duas delas: o turismo e a imigração. Nos anos mais recentes, estas duas dinâmicas têm vindo a surgir associadas no que já se convencionou chamar de turismo étnico, em que a atracção turística é o “outro” e a sua cultura. Trata-se de um mercado em que à oferta de exotismo étnico corresponde uma procura do diferente na “cultura”

visitada - nas palavras de Van Den Berghe, o nativo torna-se no objecto de curiosidade, o “touree”<sup>1</sup> (Berghe, 1994:8-9).

Interessa-nos, neste artigo, destacar o fenómeno social turismo enquanto reflexo do desenvolvimento das sociedades modernas e, em particular, no contexto urbano da post-modernidade<sup>2</sup>.

Tratar, num mesmo estudo, dois fenómenos que aparentemente são antagónicos pode causar alguma estranheza. Na realidade, fui constatando que turismo e imigração, embora parecendo não ter nada em comum, porque turismo pressupõe principalmente lazer, e imigração o oposto, partilham, de facto, vários aspectos.

Se não vejamos: ambas decorrem de uma deslocação<sup>3</sup>, isto é, implicam uma viagem de um local para outro; ambas assentam em formas específicas de construção e apreensão da diferença (que em ambos os casos categorizam – em detrimento das semelhanças), em ambas pressupõem relações inter-étnicas que decorrem do confronto, no mesmo espaço geográfico, dessas diferenças, contribuindo para a construção e estabelecimento de identidades étnicas<sup>4</sup>.

Em contrapartida, enquanto, na maior parte das vezes, a diferença é apreendida, na imigração, como um problema<sup>5</sup>; no turismo, ela é vista como uma mais-valia, um produto mercantil que é objecto de exploração profissional gerando um dos sectores de actividade mais significativo das sociedades actuais<sup>6</sup>.

Não obstante a ausência de dados comparáveis para a imigração, a informação parcelar disponível [ver, p.ex., estudo dos efeitos nas contas públicas, do Observatório da Imigração], a diversidade de actividades económicas envolvidas (as agências de viagens e outros operadores turísticos, a hotelaria, as transportadoras, etc.) e, não menos importante, o interesse manifestado pelos empregadores na ‘abertura de portas’ à imigração, permitem admitir que a imigração deverá ser, também, um dos principais

---

\*Projecto financiado pela FCT (POCTI/SOC//200247152)

<sup>1</sup> A tradução poderia ser o “turistado” no sentido de objecto de atracção turística.

<sup>2</sup> Para um aprofundamento da discussão do conceito aplicado à análise urbana ver Hannigan (1995)

<sup>3</sup> A OMT projectou que o “turismo mundial [chegadas internacionais] crescerá para mais de mil milhões em 2010” (OMT- Turismo Internacional. Uma perspectiva Global, 2003 [1197], p. 30).

<sup>4</sup> Ver Berghe, 1994, Wood, 1998, Rojek and Urry, 1997, Jamal, 2002, Arnaud and Pinson, 2002.

<sup>5</sup> Conforme pode ser percebido pelos múltiplos estudos relativos à opinião pública e às políticas de imigração.

<sup>6</sup> Em 1995, as receitas geradas pelo turismo internacional (excluindo transportes) excederam 399 mil milhões US\$. (OMT- Turismo Internacional. Uma perspectiva Global, 2003, p.26). Não temos o mesmo tipo de estatísticas para a imigração, mas basta pensar na importância anual das remessas (OIM, 2003) para ver que a imigração deverá ser uma das actividades económicas transnacionais mais rentáveis. Ver <http://www.visaonews.com/v/MUNDO/2004/07/WORLD009.aspx>

dinamizadores da actividade económica mundial. Castles e Miller (2003) falam mesmo de uma ‘indústria das migrações’<sup>7</sup>.

Quanto às relações inter-étnicas elas são o sustentáculo de toda a actividade turística, como refere Van Den Berghe (1994:8). A procura da diferença é a sua mola impulsadora. Mas, o que diferencia o turismo étnico dos restantes tipos de turismo não é pois tanto o facto de ser um sistema de relações inter-étnicas, mas sim a “natureza da atracção turística: o turismo étnico existe onde o turista activamente procura o exotismo étnico” (Berghe, 1994:8), transformando o objecto da visita, o “autóctone”, numa atracção.

A emergência de novas expressões culturais resultantes dos fenómenos migratórios cria assim as condições para “explorar” a diferença em contextos onde esta se possa manifestar, nomeadamente em contexto urbano<sup>8</sup>.

As cidades são espaços privilegiados da interacção humana e da actividade económica. A diversidade de manifestações sociais e culturais é, em contexto urbano acarinhada e estimulada (Simmel, 2004). O turismo, o lazer e o entretenimento são cruciais para a economia urbana, constituindo importantes actividades de serviços prestados à população em geral (Hall e Page, 1999, 139).

Consideramos que as actividades de lazer e recreação em contexto urbano alimentam-se de e estimulam as formas de expressão cultural numa “economia simbólica” (Zukin, 1998) efervescente. As expressões naturais que decorrem da presença de populações imigrantes não ficam de fora.

Serão estas actividades de lazer e recreativas desenvolvidas em contexto migratório o principal material empírico do nosso trabalho. Focalizaremos a reflexão sobretudo no estudo da produção simbólica e cultural de populações imigrantes, nomeadamente no que concerne às actividades de lazer e recreação desenvolvidas em espaços onde exista evidência de concentração destas populações. Neste trabalho estudaremos o caso do turismo étnico no bairro do Alto da Cova da Moura no Concelho da Amadora, Freguesia da Buraca.

---

<sup>7</sup> Ver, também, Pearce, Moscardo and Ross, 1996.

<sup>8</sup> Na realidade o mercado do turismo étnico é já um sector em franca expansão e com impactos importantes na estrutura económica de certas cidades – como Haia, Londres, Berlim ou Nova York. Portugal, cuja particular aposta no sector turístico é já visível também na diferenciação interna da oferta, não deverá fugir àquilo que já é um mercado em franca expansão noutros países. Este assunto será alvo de um maior desenvolvimento em momento próprio. Ver, também, Marques, 2003, Pang and Rath, 2003, Gotham, 2003, Fremeaux, 2002, Zukin, 1998, e Arnaud and Pinson, 2002, entre outros.

Consideramos que estudar o turismo étnico em contexto migratório e urbano, e não conforme ele é normalmente referido, i.e., em locais mais remotos e “intocados”<sup>9</sup>, permite fazer emergir quadros cognitivos diferenciados – em contexto de relações sociais marcadas pelo “estigma” ou pela valorização.

Ao longo deste trabalho trataremos a emergência de um mercado de referências étnicas em contexto migratório, focalizando concretamente as iniciativas protagonizadas pelos imigrantes e os seus descendentes na Cova da Moura, recorrendo ao quadro de análise de Marques (2003), incorporando no mesmo a dimensão de análise cognitiva. A relação entre estes espaços e a emergência de um novo segmento de turismo, que já entrou no discurso político<sup>10</sup>, obriga a olhar mais atentamente estes novos “espaços de expressão multicultural”.

Assim, o presente trabalho incidirá sobre a construção de um mercado (do turismo étnico) em contexto urbano e as implicações do mesmo sobre as estruturas económicas, o tecido urbano e as relações inter-étnicas. Pretende-se estudar o sector do turismo étnico enquanto oportunidade de inclusão económica, mas também social e cultural dos imigrantes. Tendo a preocupação de discutir os processos de (re)definição das identidades resultantes da adopção de estratégias com vista à oferta étnica. Proceder-se-á à análise dos impactos da procura de turismo étnico nos processos de oferta étnica e na conseqüente remodelação de fronteiras inter-identitárias.

Para o efeito, procedemos à recolha de informação *in loco*, desenvolvemos levantamentos que incluíram recolha de material iconográfico (através de recolha de imagens de vídeo, fotografias e panfletos promocionais relacionados com o “Projecto Sabura”, a decorrer no Alto da Cova da Moura) e entrevistas semi-directivas a agentes da construção da oferta turística, incluindo os seus principais protagonistas: empresários locais envolvidos no projecto (cabeleireiros, donos de restaurantes e outras infra-estruturas de apoio ao turismo), responsáveis pelo projecto, e outros recursos humanos envolvidos, nomeadamente guias locais.

Questões como a delimitação e definição das “culturas étnicas” e da adequação reflexiva dos estereótipos relativamente ao que é étnico e ao que não é, quer pelo lado

---

<sup>9</sup> Ver por exemplo Van Den Berghe, “The quest for the other. Ethnic tourism in San Cristobal, México. 1994.

<sup>10</sup> Atentemos por exemplo ao seguinte excerto do discurso que o ministro da economia proferiu na abertura da Bolsa de Turismo de Lisboa, em 22 de Janeiro de 2003: “O turismo é, cada vez mais, uma prioridade para o país. Há, todavia, produtos emergentes de grande significado que vão ter o nosso apoio: refiro-me ao turismo de natureza, cinegético, equestre, desportivo, e ainda ao sénior ou de repouso e ao étnico”.

<http://www.portugal.gov.pt/pt/Conselho+de+Ministros/Documentos/20030122MEcBTL.html>

intra-étnico (como se vêem a si próprios), quer pelo lado inter-étnico (como são vistos pelos “outros”), são problemáticas que serão tidas em consideração no sentido de perceber os processos de primordialização - construção essencializada das referências identitárias - e a forma como estas enformam, a posteriori, as referências identitárias das “comunidades étnicas” e, também, se transformam em alvo de utilização estratégica<sup>11</sup>.

Por outro lado, exploraremos, através de uma abordagem cognitiva<sup>12</sup>, o processo através do qual são produzidos estereótipos – positivos no caso do turismo e negativos no caso da imigração - , e esquemas de enquadramento determinados ( e eventuais retroacções...).

As representações sociais, a categorização, os esquemas mentais de referência, os estereótipos e os enquadramentos contextuais são elementos de base, comuns à produção da diferença, por essa razão e focalizando neles pensamos que será possível analisar como o resultado do processo cognitivo se altera quando mudamos os quadros de referência, gerando, nuns casos valorização e noutros fenómenos de “guetização”.

Socorrer-nos-emos, pois, da análise de enquadramentos sociais distintos: contexto imigratório, por um lado, e prática de turismo, por outro – o gosto pelo exótico (o conceito de xenofilia<sup>13</sup>) – é uma evidência que teremos em consideração, particularmente porque pretendemos saber o que acontece quando ambos os contextos se confundem, ou quando o turismo e imigração se condensam numa mesma relação, gerando eventuais fenómenos de retroacção, como é o caso do turismo étnico.

O mesmo tipo de relação em que se alteram os enquadramentos gerando diferentes dinâmicas de diferenciação, foi observada por Sekulic, Hodson and Massey, (2002) a propósito do desmembramento da Jugoslávia.<sup>14</sup> O autor mostra como a alteração do enquadramento, situação de guerra ou de paz, modifica as percepções sobre os outros, alterando o modo de relacionamento inter-étnico.

Assim, e em primeiro lugar, abordaremos a génese do conceito de turismo étnico, o que é, como surgiu e que caminhos problemáticos têm vindo a ser explorados actualmente.

Em segundo lugar, trataremos o turismo étnico na sua relação com a globalização e, muito particularmente, os fenómenos migratórios.

---

<sup>11</sup> A propósito do carácter estratégico e de construção da etnicidade, ver Costa, (no prelo).

<sup>12</sup> Ver Brubaker, 2002-2004 e DiMaggio, 1997.

<sup>13</sup> Ver Rosa Cabecinhas, 2002.

<sup>14</sup> A discussão centra-se em torno do debate entre primordialistas e instrumentalistas e na determinação de qual a abordagem teórica que melhor dá conta do caso Jugoslavo.

De seguida, avaliaremos, no caso concreto de Lisboa, as relações resultantes dos movimentos de populações (a imigração e o turismo) em termos de impacto nas relações inter-étnicas, discutindo os processos e quadros de produção da diferença e das dinâmicas identitárias, e a forma como (mesmo gerando eventuais retroacções...), umas geram etnopaisagens (Appadurai, 1996 e Anderson, 2001) e, outras geram fenómenos de guetização.

Consideramos que os referidos processos, embora não sendo distintos, podem, no primeiro caso, consubstanciar-se em processos cognitivos de abertura gerando estereótipos positivos e, no segundo, num processo inverso de fechamento. Salvaguardando evidentemente os processos de retroacção que resultam de ambas as situações, uma vez que é precisamente o “fechamento em África” que se constitui como produto turístico...

Finalmente, terminaremos com uma discussão sobre o impacto que a emergência do turismo étnico pode ter enquanto oportunidade económica. Paralelamente, focalizaremos a análise deste processo enquanto elemento de dinamização e/ou cristalização das identidades, sejam elas culturais, étnicas, locais, globais, nacionais, ou outras formas de identidade social.

## **2. Turismo e étnico a emergência de um novo segmento turístico.**

### **2.1 O turismo**

O que é turismo? Existem várias definições do que é turismo. De facto o que poderia ter uma resposta simples, pois trata-se de uma actividade facilmente definível em termos intuitivos ou empíricos, é alvo de grande controvérsia quando se pretende adoptar uma definição científica (Cláudia Henriques, 2003). Na verdade, vários têm sido os autores que procuraram responder a esta questão, no campo da disciplina de turismo referem-se três tipos de abordagens: económicas, técnicas e holísticas ou globais (OMT, 2003, [1997]).

Não nos vamos deter, no contexto deste artigo, na discussão desta temática. Importa contudo referir que adoptaremos o que é definido como visão holística ou global, i.e., privilegiaremos a análise do turismo como um fenómeno social moderno, uma prática social, que assenta, em grande parte, na procura da diferença.

O turista desloca-se na expectativa de encontrar “outra realidade”, diferente da que experimenta em situações “normais”. É um momento de ruptura com as práticas do dia-a-dia determinando uma outra forma de “olhar as coisas”<sup>15</sup>. Esta “curiosidade turística”, este “olhar turístico” não é único e “varia de acordo com as sociedades, os grupos sociais e o período histórico” (Urry, 2002:1,[1990]) e resulta, em grande parte, da relação entre pessoas e cultura.

De acordo com Chris Rojek e John Urry que recorrem à noção de “culturas itinerárias” de Said (1983) e Clifford (1992)<sup>16</sup>, “pessoas, culturas e objectos migram”, colocando em evidência os efeitos de globalização e da “expansão do interesse das ciências sociais” nesta mobilidade (Rojek e Urry, 1997:1).

Na realidade, o “olhar turístico” é determinado, em grande parte, pela forma como se constroem as representações sociais sobre o outro, seja no que se refere à forma como é olhada a “cultura visitada” ou o próprio “toureer”, como são enquadrados e construídos os estereótipos e esquemas mentais de interpretação sobre a identidade do “outro”. A construção da “imagem étnica” do outro – também do “eu étnico” - é, igualmente, determinada pela relação turística. Em grande parte as relações inter-étnicas são determinadas pelo efeito de mobilidade, seja com base em fluxos de emigração/imigração, seja com base em outro tipo de fluxos populacionais, como sejam o turismo<sup>17</sup>.

## 2.2 O turismo étnico

Pierre L. Van den Berghe foi autor pioneiro no estudo e na definição de turismo étnico. O autor define o conceito diferenciando-o do turismo cultural e relacionando-o com uma certa forma de “fazer turismo, i.e., um turismo orientado para as pessoas e suas expressões etnográficas”.

*“Ethnic tourism can be defined as that form of tourism in which the natives themselves are the primary, or at least a significant, attraction. In ethnic tourism,*

---

<sup>15</sup> Ver Van Den Berghe, 1994.

<sup>16</sup> In *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory*, 1997:1.

<sup>17</sup> A construção de uma tipologia das determinantes das relações inter-étnicas deverá, por isso, incluir a emigração/imigração, o turismo, as guerras e as deslocamentos desencadeadas por factores de comércio. De qualquer das formas e relativamente ao último tipo, é de considerar que na tipologia do turismo está incluída a deslocação de negócios como sendo turismo de negócios. Desta forma a inclusão deste último tipo pode ser alvo de discussão. Essa discussão não caberá no contexto do presente artigo, mas será alvo de atenção em estudos posteriores.

*the native is not simply “there” to provide services; he is an integral part of the exotic spectacle, an actor whose “quaint” behavior, dress and artifacts are themselves significant attractant. Clearly, ethnic tourism presents the most interesting and complex form of inter-ethnic relations. To the extent that the native are aware of being an attraction (...), he inevitable modifies his behavior and artifacts, sometimes to avoid attracting attention, often to enhance his attraction and benefit materially from it.” (1980:377-378)*

Refere, ainda, o autor que a forma mais pura de turismo étnico poderá ser a do “turismo etnográfico” (Berghe, 1980:378), uma espécie de processo de extensão do campo científico tradicionalmente da etnografia e da antropologia à restante população, uma espécie de “etnografia de massas”. O autor diferencia o turismo étnico do turismo cultural cujo enfoque, considera, se concentra mais sobre os artefactos (ruínas, construções, pinturas, têxteis, etc) do que sobre os nativos eles próprios (Berghe 1980:378). Por esta razão, considera que o turismo étnico é mais abrangente que o turismo cultural, pelo facto de também se interessar pela “vida dos nativos”, acrescentando que este se constitui como uma sub-forma de turismo étnico, (Berghe 1980:378).

De qualquer das formas avançar com uma definição de turismo cultural encerra várias dificuldades que têm a ver com a “proliferação de definições de cultura, de turismo e da articulação entre elas” (Henriques, 2003).

O mesmo tipo de dificuldade pode ser sentida no que concerne à definição de turismo étnico, normalmente associado a uma relação assimétrica entre um povo relativamente próspero do “Primeiro-Mundo” e um povo relativamente empobrecido do “Quarto-Mundo” ( Mellinger, 1994:759).

No entanto o fenómeno da globalização dos fluxos migratórios e o desenvolvimento do turismo urbano colocou em evidência uma outra forma de turismo; o turismo étnico em contexto imigratório. Um vez que as cidades são o principal foco de atracção para os imigrantes, é também em contexto urbano que assistimos ao desenvolvimento desta nova forma de oferta turística<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Entre outros trabalhos ver: Marques, 2003, Pang e Rath, 2003, Gotham, 2003, Jules,-Rossete, (1994), Halter, 2000, , Bartling, 2003, Halter, 2003, Fremeaux, 2002, Zukin and Bakerville et all, 98, Arnaud and Pinson, 2002, Jamal, 2003, Wood, 1998.



Em regra e se olharmos para o turismo na óptica dos estudos neste sector é comum considerar o turismo étnico no âmbito do turismo cultural.

Claúdia Henriques reflecte sobre esta temática, avançando os trabalhos do *International Council on Monumentes and Sites* (ICOMOS), da Organização Mundial do Turismo (OMT), bem como de outros autores, nomeadamente de Richards (1996) que considera que o turismo étnico está incluído no turismo cultural<sup>19</sup>.

Por outro lado, associado à importância da “turistificação da cidade” (Judd and Fainstein, 1999, Henriques, 2003:43-45), surgem acções de revitalização e reconversão urbana onde a “recuperação” de elementos “culturais” assume importante relevo como é o caso de Lisboa aquando da Exposição Mundial de 1998<sup>20</sup>. Nestes processos assume particular importância o papel desempenhado pelos intermediários<sup>21</sup>.

Regressando a Van Den Berghe e à sua definição de turismo étnico é de referir que o autor destaca a presença de três actores fundamentais que o turismo étnico coloca em evidência: O turista, o “touree” (ou seja o indivíduo que é objecto da atenção do turista) e o intermediário, que o autor define da seguinte forma:

*“The third cluster of roles in the tourist complex is that of middleman. This category covers a wide range of occupations, the common denominator of which is bringing tourist and touree together and mediating, interpreting and stage-managing their interaction. Under this label we have travel agents airline employees, taxi drivers, hotels and restaurant managers, guides, curio shop vendors, and so on. Most middlemen of tourism come from the same ethny as the touree, but they quickly emerge from the mass of tourees as a petty bourgeoisie, as entrepreneurs in exoticism, using their special skills, such as bilingualism, to skim off most profits from the tourist trade. They exploit the exoticism of the tourees and their knowledge of touree culture, but they themselves often shed the quaintness attractive to tourists and often seek to emulate the culture of the tourists. Most of all, they seek to preserve a monopoly of interposing themselves*

---

<sup>19</sup> In Claúdia Henriques, 2003:50.

<sup>20</sup>Ver Santos e Costa e al, 1999. Este trabalho reflecte sobre os impactos da Expo 98 sobre o plano cultural. Ver, também, para apreciar o efeito de “reanimação” de factores “culturais” e de identidade nacional.

<sup>21</sup> Ver para o caso português e relativamente aos eventos relacionados com as Capitais Europeias da Cultura, a Expo 98, Ferreira, 2002. Ver também, a propósito do efeito de “recriação urbana”, Fortuna e Peixoto, 2002.

*between tourist and touree, by facilitating the viewing while minimizing risks (real or imagined) to the tourist.”(Berghe 1980:381).*

A análise do turismo étnico permite, pois, observar as dinâmicas de alteridade inter-étnicas, uma vez que por seu intermédio é possível observar, em condições particulares, as relações que se estabelecem entre o *turista* e o *outro*, o “*touree*”, e, intra-étnicas, as que se estabelecem entre os *touree* e o intermediários dessa relação, que são, regra geral, “co-étnicos”.

### **3. Turismo étnico em Lisboa: O projecto Sabura na Cova da Moura.**

As situações de confronto inter-étnico são favoráveis ao desenvolvimento de formas identitárias de síntese que correspondem a estratégias adoptadas pelas populações no sentido de se posicionarem num espaço de relações humanas complexo. Consideramos que as actividades de lazer e recreação em contexto urbano, remetem para formas de expressão cultural, nacional ou étnica, nomeadamente e aquelas que têm a ver com populações imigrantes. É o caso do desenvolvimento de formas de expressão culturais híbridas, como, por exemplo o Hip-Hop ou o Rap ou, ainda, de grupos de dança que emergem em contextos migratórios<sup>22</sup>.

Trata-se de formas identitárias que resultam do estabelecimento de novas categorias de identificação que emergem da experiência migratória. As dinâmicas migratórias geram, entre outros fenómenos, configurações identitárias que resultam da produção de novos elementos de referência cultural e identitária, como é o caso por exemplo da macro categoria africanos.

#### **3.1 O Projecto Sabura**

Em finais de 2003 arrancou, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, o projecto “Turismo Étnico: Um “new deal” para as cidades ou uma

---

<sup>22</sup> Como é o caso do grupo de danças africanas Batoto Yetu. Ou, na Cova da Moura, os vários grupos de expressão cultural, designadamente o grupo “Finka Pé”, o grupo “Kola San Jon”, o grupo de dança e música “Ta Kai Ta Rabida”.

oportunidade para os imigrantes?”<sup>23</sup>. Pouco mais tarde iniciávamos as entrevistas exploratórias. Tratava-se de detectar a existência de um novo produto turístico, o turismo étnico em contexto de imigração.

Se fizermos uma pesquisa na internet sobre turismo étnico são diversas as entradas que encontramos. Um pouco por toda a Europa encontramos referência ao desenvolvimento deste segmento turístico.

No que respeita a Portugal, no entanto, são escassas as referências. Para além de uns tantos artigos jornalísticos focando a “oferta multicultural”, em particular referentes ao Martin Moniz e ao carácter “multicultural” da cidade de Lisboa que, no âmbito da EXPO 98, procurou projectar a ideia de uma cidade cosmopolita, pouco mais existia.

De facto, na sequência de trabalhos já desenvolvidos, particularmente sobre as elites imigrantes<sup>24</sup>, considerávamos que o efeito de “exotização” de culturas não autóctones, à semelhança de outros países em que a imigração é mais antiga, corria o seu caminho.

Mas existindo o recurso, como se transformará em produto turístico? Como se construirá um mercado turístico com referências étnicas? Tínhamos a noção de que o recurso turístico existia, desde feiras étnicas até à festa da diversidade, e às festas de passagem de ano chinesas, são diversas as manifestações culturais e é evidente a crescente procura que suscita.

Através de pessoas da comunidade residente em Portugal obtivemos a informação de que existia na Cova da Moura uma intensa procura dos cabeleireiros africanos locais por parte de pessoas vindas de todos os pontos do país e do estrangeiro, o que nos levou a visitar o local. Nessa primeira deslocação ao local tivemos conhecimento de que de facto existia o dito mercado, essencialmente de co-étnicos, e que o mesmo tinha sido incluído no âmbito de um projecto mais vasto: O “projecto Sabura”<sup>25</sup>.

Conforme podemos apreciar nos folhetos promocionais do Projecto Sabura, são quatro os objectivos que estão subjacentes a esta acção, designadamente:

---

<sup>23</sup> POCTI/SOC//200247152 da responsabilidade científica de Maria Margarida Marques, desenvolvido no âmbito do SociNova/Migrações e integrado na rede *Ethnicities*, liderado por J.Rath do Institute for Migration and Ethnic Studies, University of Amsterdam.

<sup>24</sup> Ver Marques, 2001-2002-2003, Oliveira, 2003.

<sup>25</sup> Nas palavras da dirigente associativa do Moinho da Juventude Sabura traduz-se por “Está-se bem... é uma coisa boa... tem a ver com o ambiente, uma coisa boa, gostosa...” Entrevista de 06/03/04.

1. *promover na opinião pública uma ideia positiva do bairro e seus moradores;*
2. *proporcionar oportunidades de descobrir as potencialidades do bairro, e suas mais-valias;*
3. *realçar a cultura da Cova da Moura (Batuque, Kola Son Jon, comida africana, cabeleireiros, música e dança...);*
4. *valorizar e estimular o comércio/actividades económicas do bairro.*

Projecto Sabura é uma acção relativamente recente que nasce no âmbito das actividades desenvolvidas ou estimuladas pela Associação Moinho da Juventude. Quando olhamos para o relatório de actividades do ano 2004 não detectamos a existência, nesse plano, do “Projecto Sabura”. Em contrapartida era feita referência a um conjunto de manifestações culturais ( os grupos “Finka Pé”, “ Kola San Jon”, e “Ta Kai Ta Rabida”, etc). A partir do momento em que o projecto adquire uma maior expressão e difusão, em particular nos media, todas estas expressões são então constituídas como oferta turística à qual são adicionados novos recursos da “africanidade” local - gastronomia, cabeleireiros africanos, música e dança.

Vejamos como, na seguinte passagem, surgem esteticamente definidos os referenciais culturais dos cabeleireiros africanos como ”guardiões da cultura africana”.

*No centro da cidade as grandes galerias*

*Seus cabeleireiros e lojas de disco.*

*Mantêm nossa tradição sempre viva*

*Mudaram as músicas, mudaram as roupas*

*Mas a juventude Afro continua muito louca*

*Falei do passado e é como se não fosse,*

*O que vejo é a mesma determinação no Hip-Hop*

*Black Power de hoje.*<sup>26</sup>

Mas apesar de só no ano de 2004 encontrarmos expressão desta forma de turismo, já existia, de uma forma mais simples, a propensão para chamar pessoas de

---

<sup>26</sup> Trecho da música: **Sr. Tempo Bom** da autoria de Thaide & Dj. Hum.  
In [http://www.chitaejane.blogspot.com/archives/2002\\_07\\_01\\_chitaejane\\_archive.html](http://www.chitaejane.blogspot.com/archives/2002_07_01_chitaejane_archive.html)

fora, trazendo-os a visitar o “bairro”, conforme refere a responsável do Moinho da Juventude:

*“(...) o projecto Sabura... que nós lançámos, que é uma coisa que já vem de algum tempo, nos anos 92, 93, fizemos assim aqui visitas turísticas ao bairro, para pessoas de fora do bairro... e depois fizemos durante algum tempo, aos domingos, foi engraçado...”*

Entrevista a dirigente do Moinho da Juventude - 06/03/04.

Este processo de construção das referências africanas tem uma dupla proveniência. Resulta da existência, no local, de um conjunto de “ofertas étnicas” que, gradualmente extravasavam os limites confinados da procura local passando, também, a atrair visitantes – familiares, amigos, ex-residentes que entretanto “sairam” do bairro - que, principalmente no fim-de-semana, a Cova da Moura recebe. Apontaram-nos valores para cima dos três mil visitantes durante o fim-de-semana. Outro factor que atraiu muitos visitantes ao cabeleireiros locais decorreu do efeito mediático que a participação de um jovem local num programa de TV, de grande audiência, causou, levando a um aumento da procura dos cabeleireiros locais.

Mas se o desenvolvimento desta oferta turística resulta da acção dos dirigentes do Moinho da Juventude inspirados no que souberam, através de um artigo jornalístico<sup>27</sup>, que se estava a passar na Holanda, ela também surgiu na sequência de uma procura crescente de manifestações “culturais africanas”, designadamente de populações de origem africana começando, igualmente a existir uma procura protagonizada essencialmente por estudantes (nacionais e estrangeiros) e pessoas de instituições diversas ligadas à cultura.

*“(...) Depois foi agora no ano passado, que foi a Galeria Quadro, de Lisboa, que fez o pedido para fazer um passeio filosófico aqui no bairro... organizaram isto em Outubro, Novembro do ano passado, e depois pediram a colaboração do Moinho... e então, o que eles queriam ver, era a arte dos cabeleireiros, de convidaram lá o pessoal que está ligado à Galeria do Quadro depois vieram com o grupo de mais ou menos quinze pessoas, visitar o bairro, e depois foi um jovem aqui do bairro, que conhece os cabeleireiros, que fez o trajecto antes e depois foi com o grupo ver os cabeleireiros...”*

---

<sup>27</sup> Diário de Notícias, 26/08/03.

*era para ser hora e meia, esta visita, e depois ir embora, bom... chegaram aqui por volta das seis e meia e ficaram aqui até uma da manhã (risos)... porque gostaram imenso, foi giríssimo... Agora estamos com dois jovens aqui do bairro, que estão a elaborar o projecto da Sabura, onde nós podemos dar o folheto, e que é mesmo para fazer turismo aqui na Cova da Moura... e há hoje um artigo no Público sobre isto, sobre este projecto...”.*

Entrevista a dirigente do Moinho da Juventude - 06/03/04.

De facto, no mesmo dia, foi possível ler o artigo que saiu no Público que noticiava o projecto Sabura sob o seguinte título: “Turismo no Gueto Suburbano dos Cabeleireiros "Afro".” Outros artigos se seguiriam em vários media<sup>28</sup>. De facto o efeito proporcionado pelos media começava a surtir os seus efeitos e o “Projecto Sabura” passava a ser de conhecimento público, com sendo um “espaço” de oferta de um pouco de “África na Cova da Moura”. O site do ACIME reflecte esta criação apresentando publicidade ao novo produto, sob o título: Turismo na Cova da Moura. Mais tarde, o mesmo site publicita a Festa do Kola Son Jon<sup>29</sup>, agora inserida no âmbito do “Projecto Sabura”, como oferta de uma manifestação cultural particular da Cova da Moura.

Este evento cultural, como outros, está intrinsecamente ligado à “cultura caboverdeana”; mas aqui é tornada extensível à ideia de cultura africana. No sentido de garantir a abrangência (a ideia de cultura africana), verifica-se um processo de elaboração pensado no sentido de, por um lado se tornar mais abrangente incluindo outras nacionalidades africanas, e por outro, de estabelecer as diferenças e delimitar o espaço de produção cultural.

*“Porque é assim, nós pretendemos focar essencialmente a cultura africana que é a que existe cá no bairro, da minha parte pelo menos, aquilo que eu pretendi mudar, é que existem coisas que também deveriam constar do projecto, porque apesar de ser essencialmente uma cultura caboverdeana também existe cultura Santomense, guineense e angolana no bairro, e eu fiz referência por acaso a cultura guineense, porque existe cá uma loja de produtos naturais da Guiné, e são coisas do género, também por acaso tinha as lojas de música essencialmente africanas, também fiz*

---

<sup>28</sup> Tal&Qual, 27/02/04, Público, 06/03/04, Jornal de Notícias, versão on-line, 26/03/04,

<sup>29</sup> Trata-se de uma festa tradicional de Cabo Verde que já vem a ser realizada há alguns anos na Cova da Moura.

*referência aos livros africanos que se vendem cá na associação, também não constavam do projecto inicial, são coisas do género..”*

Entrevista a responsável pelo Projecto – 1-28/04/04.

Na realidade, se a maioria da população da Cova da Moura é originária de Cabo Verde, existem outras nacionalidades presentes no local. As dinâmicas populacionais são intensas, gerando-se um processo de plataforma giratória onde novos imigrantes “chegam” ao bairro, enquanto outros, que já se inseriram no *mainstream* da sociedade de acolhimento, saem do bairro, muitas vezes deixando as suas casas vazias que vendem ou alugam depois a recém-chegados, mas aqui voltam, mais ou menos regularmente.<sup>30</sup>

O processo de etnicização dá-se, também, numa dinâmica entre a “oferta” de referenciais proporcionada pelas associações, pelos media, e agora pelo turismo étnico, que contribuem para a criação de representações culturais.

[ depois de se ter referido à televisão como fonte de inspiração para a criação dos passos de dança, acrescenta:]

*“Sim, nós fazemos...quer dizer nós vemos vários vídeos, vídeos tem a ver com danças tribais, com funaná, com batuque, como é que se faz, pesquisamos, fazemos pesquisas, em vários sítios, em livros, Internet, em várias coisas, depois nós tentamos programar secções, dentro daquelas secções tentamos passar essas informações às crianças, tentando através de vídeo, dançando, mostrar os passos, e através de quê? Através de escrito, através de um jogo tentamos passar alguma coisa para elas, para aprenderem.”*

Entrevista a monitora do grupo Ta Kai Ta Rabida – 2-28/04/04

A construção das referências étnicas e a criação dos conteúdos dos pilares culturais é por isso extremamente volátil. A construção dos referenciais é complexa e assume aspectos por vezes dissonantes, mas que são integrados como pertencendo à “cultura” dos habitantes da Cova da Moura que, vão assim “ construindo” a “cultura africana” – ou que entendem como tal.

O turismo assume aqui particular relevância pois constitui-se como elemento de “essencialização” dos referenciais culturais, contribuindo para a construção de diferenças passíveis de ser eleitas como oferta diferenciada, neste caso conotada com a

---

<sup>30</sup> Entrevista a monitora de grupo de dança Ta Kai Ta Rabida – 2-28/04/04.

“cultura africana” – gastronomia, música, dança, etc - de uma forma mais ampla; e com a cultura do bairro – um espaço de convivência marcado pela dita cultura, mas também, um enclave onde se vive “um ambiente que lhes é familiar” - de uma forma mais restrita<sup>31</sup>. Por outro lado, este espaço transforma-se numa fonte de inspiração e ponto de “reabastecimento” de referência “primordiais”, estratégia que podemos apreciar quando nos debruçamos sobre a produção da música Hip-Hop ou Rap, por exemplo.

Por outro lado, se o turismo funciona como elemento de construção de imagem para o exterior, abrindo o bairro aos visitantes, ele funciona, também, como elemento de construção de referências para o interior, enformando os processos de socialização subsequentes.

O processo cognitivo de construção de estereótipos e de esquemas mentais de interpretação encontra a sua matéria prima nos os resíduos culturais<sup>32</sup> resultantes do processo de construção/evolução das referências culturais, neste caso mediadas pela actividade turística. Por outro lado, o papel dos media, das instituições, das associações, em particular, mas também dos empresários locais na construção da oferta étnica é fundamental e nem sempre pacífico.

O “projecto Sabura” não foi implementado nem pacificamente, nem de uma forma natural, foi de facto construído e para o efeito foi, por exemplo, necessário proceder a um inquérito junto da “oferta cultural” (agora turística) relacionada com a restauração e outros produtos “africanos”.

A “indústria” do turismo é conhecida, entre outros elementos, pela dinâmica que gera a nível económico, social e cultural. Essa razão não será indiferente aos processos que caracterizam o “Projecto Sabura”. Em primeiro lugar, trata-se de um projecto, se bem que ainda numa fase inicial teve, já alguns impactos locais, nomeadamente na atitude empresarial que alguns dos empresários locais passaram a adoptar, abrindo as portas dos seus espaços à visita de “estranho ao bairro”.

A necessidade de envolver a comunidade obrigou a que os novos agentes turísticos e mentores deste projecto iniciassem uma consulta aos empresários locais no sentido de os “ganhar” e envolver na oferta dos seus produtos que, enquadrados no projecto de turismo étnico, ganham uma expressão de “africanidade”.

---

<sup>31</sup> Sobre o processo de constituição do “gueto” como inspiração e ponto de “reabastecimento” de referência “primordiais”, ver Dipannita Basu and Pnina Werbner, 2001.

<sup>32</sup> Sobre a noção de resíduos culturais ver Hutchins, 1990.



Esse inquérito é mais uma vez uma iniciativa que parte da associação Moinho da Juventude, que serve os propósitos de envolvimento da população e de recolha “etnográfica” conforme podemos atestar nas palavras de uma das suas dirigentes.

*“Aqui nesta primeira parte onde diz, os deliciosos sabores da comida no restaurante Cubata, em todo o caso nós tínhamos esquecido o Calulu de peixe que é o mesmo prato que São Tomé, porque a cultura é maioritariamente Cabo-verdiana, por vezes uma pessoa esquece porque não conhece, não é que pretende esquecer, mas porque não conhece e então alguns dos produtos que estão aqui nós tiramos a partir do inquérito, são coisas que nós não conhecíamos ou que não nos lembrávamos que também podia haver.”.*

Entrevista a dirigente do Moinho da Juventude - 06/03/04.

As reacções ao inquérito foram diversas, de aprovação mas também de reprovação. De facto quando se pensa num espaço urbano como a Cova da Moura<sup>33</sup>, é difícil enquadrá-lo numa ideia de oferta turística. Mas na realidade a Cova da Moura é vista pelos seus como um espaço familiar de vivências, muitas vezes como uma extensão da terra de origem, – onde se pode ter um pouco da “sua terra”, é “uma outra ilha da diáspora caboverdiana”.<sup>34</sup>

A oferta de um produto turístico no contexto ecológico de bairros degradados já não é novidade. No passado dia 26 de Agosto de 2003, um artigo publicado no Jornal Diário de Notícias, assinado por uma jornalista da AFP - Agência Mundial de Informação -, apresentava o título «Turismo “étnico” reabilita guetos»<sup>35</sup>. O artigo referia a experiência de Haia, na Holanda, e dos efeitos esperados de tal estratégia (protagonizada pela dirigente da Associação Cidade Mundial, patrocinada pela Câmara Local), nomeadamente o efeito de “impulso económico ao bairro e seus comerciantes”, bem como o efeito de “abertura” – mostrar o lado positivo - e oferta multicultural que possibilita. O efeito “bola-de-neve” que esta acção tem tido, nomeadamente nas cidades

---

<sup>33</sup> Ver DVD produção do SociNova.

<sup>34</sup> Como se dizia no filme – “Outros Bairros”, Com realização de Vasco Pimentel e Inês Gonçalves. Produção filmes do Tejo, 1999, Portugal.

<sup>35</sup> Ver artigo on-line em:

<http://dn.sapo.pt/noticia/noticia.asp?CodNoticia=117510&codEdicao=798&CodAreaNoticia=60>

de Belfast, Birmingham, Nova York, ou ainda Roterdão que estaria a organizar um projecto semelhante chamado “Safaris na Cidade” é notável<sup>36</sup>.

No caso da Cova da Moura a inspiração surgiu da Holanda, tendo o referido artigo do Diário de Notícias despoletado a actuação associativa<sup>37</sup>. Nesse país, esta forma de turismo está já implantada e é desenvolvida de uma forma profissional, com a participação de diversas entidades de carácter social e institucional, concorrendo mesmo a financiamentos da UE para o desenvolvimento de condições de enquadramento da iniciativa, em grande parte devido à dinâmica socio-profissional e económica que engendra, (nomeadamente dinâmica empresarial), mas também aos referidos responsáveis em matéria de integração política e cultural.

Na brochura de divulgação do projecto são destacados produtos “étnicos”, que vão desde a gastronomia (cachupa, moamba, caldo de peixe, doce de coco, etc.) e da venda de produtos de origem africana (como sejam, o feijão pedra, o feijão congo, o grogue ou o ponche), até à “arte dos cabeleireiros”,<sup>38</sup> à música (grupo de batuque, discoteca, lojas de discos) e à oferta de aulas de danças africanas (funaná, kizomba, koladera).

Para o efeito existem percursos pré-definidos que são acompanhados por um guia local. O projecto é visto como uma oportunidade, ao nível social, de abertura ao exterior – “uma forma de mostrar o que de bom tem o bairro” – e, também, como uma oportunidade de natureza económica para o desenvolvimento empresarial local - restaurantes, cabeleireiros, lojas de música e comércio de produtos africanos.

Mas tem ainda uma outra ambição: a de conquistar, em definitivo, o direito de ‘ficar’ num espaço da periferia urbana altamente cobiçado pelos agentes imobiliários e por conseguinte ameaçado pelos projectos de renovação em curso no tecido urbano.

Mas a emergência do turismo étnico está, também, associada à ideia de reabilitação e de oportunidade para reconverter estes espaços urbanos, normalmente associados à imigração e à ilegalidade<sup>39</sup>.

Este processo de “abertura” à expressão “cultural”, mediado pela prática do turismo, é uma das características positivas atribuídas ao desenvolvimento do turismo(OMT, 2003 [1997]).

---

<sup>36</sup> Idem.

<sup>37</sup> Conforme nos é aferido em duas das nossas entrevistas.

<sup>38</sup> Foi o conhecimento da existência desta “oferta cultural” que despoletou a primeira visita. Ver, também, artigo jornalístico de 1998, anexo e 4.7

<sup>39</sup> Ver Marques, 2003, Pang e Rath, 2002, Gotham, 2003, Arnaud and Pinson, 2002, Zukin, Baskerville and Robert et al, 1998, Collins, 2003, Bartling, 2003, Halter, 2003.

O “Projecto Sabura” é, no entanto, uma iniciativa que está em processo de arranque. De facto, é mais fácil admiti-la como uma oferta étnica que se poderá vir a constituir com produto/oferta turística. Mas para tal é necessário adicionar outros ingredientes ao que, em termos turístico, se pode designar de “recurso”.

Poderemos questionar-nos sobre como se transformaram os espaços urbanos de imigrantes – vulgo bairros de imigrantes – em recurso turístico e depois em produto turístico.

A emergência de um novo produto turístico na Cova da Moura segue os tramites tradicionais de qualquer produto turístico.

A recursos turísticos adicionam-se recursos humanos, infra-estruturas turísticas, e intermediários turísticos, sejam eles agentes locais de desenvolvimento turístico, sejam eles agências turísticas que colocam o assim criado produto no mercado emissor.

No que respeita às infra-estruturas turísticas a oferta, em termos de restauração, constrói-se em torno da “oferta gastronómica de raiz africana”, em particular de origem caboverdiana, sendo que nos restaurantes onde estivemos constatámos que a propriedade pertencia a caboverdeanos, alguns deles que já ali habitaram, mas a maioria já “abandonou” o bairro e vive noutros locais da região de Lisboa. Quanto à oferta de estadia esta pode assumir diferentes formas. De acordo com a organização do projecto, esta pode ser uma oferta constituída por habitações que os locais disponibilizam; ou noutros casos pode dar-se o recurso à oferta hoteleira do entorno, i.e., da Área Metropolitana de Lisboa.

No que respeita aos intermediários turísticos, foram estabelecidos contactos com algumas agencias de viagens estrangeiras, nomeadamente na Alemanha, existindo outros contactos com a Bélgica e a Holanda<sup>40</sup>. Em termos promocionais, a iniciativa foi largamente difundida nos meios de comunicação social portugueses, nomeadamente em diversos artigos, alguns deles já referidos, e em programas televisivos. Conforme já foi referido, o ACIME colocou também a iniciativa na sua página da internet.

De qualquer das formas o público-alvo, i.e., o tipo de turista que vem à Cova da Moura caracteriza-se por ser sobretudo proveniente de países europeus e estudantes ou pessoas envolvidas na esfera cultural.

---

<sup>40</sup> Entrevista 28/03/04. Ver, também, notícia do *Jornal de Notícias*, versão on-line (26/03/04) [http://ladosquerdo.blogs.sapo.pt/arquivo/2004\\_03.html](http://ladosquerdo.blogs.sapo.pt/arquivo/2004_03.html)

*“...entretanto vêm aqui muitas universidades, estudantes, de Coimbra, vêm, todos os anos, um grupo de setenta estudantes de uma escola de animação superior, vem aqui, depois nós recebemos muitos grupos aqui, para conhecer o bairro...”*

Entrevista a dirigente do Moinho da Juventude - 06/03/04.

De facto, na festa do Kola Son Jon<sup>41</sup> do corrente ano, a maioria dos “turistas” presentes para assistir ao evento, era composto por estudantes, artistas e comunicação social – tendo o evento sido filmado para a RTP.

Quanto à organização do projecto e respectivos recurso humanos, este inscreveu-se no contexto de actividades culturais que já vinham sendo desenvolvidas, no entanto, foi a “descoberta” desta oportunidade – no estrangeiro - que despoletou o planeamento turístico, protagonizado em grande parte pela Associação Moinho da Juventude, por uma aluna da área do turismo e por um outro residente na Cova da Moura que viria a ser o guia local.

*“Isto já veio de noventa e dois, agora houve uma rapariga aqui do bairro que está no quarto ano de turismo, e que é caboverdeana , e que nós falámos, ela estava interessada em fazer, estava à procura também de estágio, isso também jogou... em noventa e dois já fizemos isto aqui, e por isso não é novidade, é uma coisa que não foi depois elaborado, deixámos cair, mas com todas essas visitas, falámos muito sobre isso, que tínhamos que fazer, que organizar, mas nunca investimos, falta sempre qualquer coisa... depois falámos com ele e com um que é o neto de uma das senhoras de batuque, e que estava preocupada o rapaz dela, que tinha estado dois anos na prisão e que agora queria integrar, e ele é o responsável, em conjunto com a rapariga que está no quarto ano de turismo, para o Sabura...”*

Entrevista a dirigente do Moinho da Juventude - 06/03/04.

Outro dos elementos que em turismo se costuma referir é o da segurança. O turismo é considerado, por alguns, como a indústria da paz, pelo facto de gerar dinâmicas sociais caracterizadas pela natureza relacional que a actividade turística gera, nomeadamente no contexto do turismo étnico, conforme Van Den Berghe (1994) faz notar no seu trabalho.

---

<sup>41</sup> Ver DVD produção SociNova.

Na Cova da Moura, entre outros, o problema da segurança constitui um dos desafios do projecto, razão pela qual as visitas que aí são efectuadas se dão com recurso a um guia particularmente preparado para este desafio – conhece os locais a evitar, conhece as pessoas certas que aceitam ser “tourees”...

*“Sim, a primeira coisa é que ele é rapaz, e ele conhece a maioria do pessoal do bairro, sejam aqueles que são de bem sejam aqueles que são de mal, e é capaz de controlar melhor a situação, a situação se existir, porque graças a Deus que até agora não aconteceu nada.”*

Entrevista a responsável pelo Projecto – 1-28/04/04.

O próprio guia local, em jeito de sustentação e legitimação do seu trabalho de guia em contexto de bairros degradados, se refere ao caso Sul Africano em que a atracção turística é precisamente construída em torno da ideia de visitar espaços degradados e ou marcados pela marginalidade<sup>42</sup>.

A associação da Cova da Moura à ideia de falta de segurança é, de facto, um problema que os próprios organizadores estão conscientes e que consideram ser um elemento de “resistência”.

*“As resistências são, sobretudo, de alguns que dizem: “Bom, quando vêm os turistas para aqui, e depois com esta rapaziada da droga, isto vai dar bronca...” é mais este tipo de resistências...”*

Entrevista a dirigente do Moinho da Juventude - 06/03/04.

O mesmo tipo de limitação existe relativamente à questão da higiene, uma vez que se podem verificar espaços em que a existência de infra-estruturas é deficiente. Neste sentido os dirigentes da Associação Moinho da Juventude e os responsáveis pelo projecto reforçaram, agora no contexto do “Projecto Sabura”, contactos com as entidades competentes, nomeadamente a Câmara Municipal da Amadora e a Junta de Freguesia, para que o projecto possa contar com uma intervenção urbanística de recuperação dos espaços mais degradados. Desta forma, o “turismo étnico” surge como elemento de pressão junto destes agentes (supostamente) de regulação que não têm, até

---

<sup>42</sup>Ver artigo, Público, 06/03/04.

ao momento, sido sensíveis às chamadas de atenção para os impactos do desenvolvimento do projecto.

O “turismo étnico” surge como elemento evidente de pressão quando temos em consideração as polémicas que existiram no local com a proposta de requalificação urbana apresentada pela Câmara Municipal da Amadora que “consistia [em] deitar abaixo praticamente todo o bairro, [e que] não foi aceite, obviamente pelos moradores”<sup>43</sup>.

É neste contexto que o “Projecto Sabura” surge como elemento de valorização do bairro, corporizando a contraproposta por parte das entidades associativas locais.

*“É a contraproposta, com o apoio da associação, porque a associação apoia que mais vale arranjar do que deitar abaixo (...) Serve [como contraproposta] porque juntamos duas coisas, o valor do bairro em si, e juntamos a proposta em que o bairro não merece, e não tem sentido nenhum de ir a baixo, e com o projecto de turismo nós podemos mostrar também, isso não é? Vendo as coisas, mesmo ver, é diferente de ouvir falar...”*

Entrevista a responsável pelo Projecto – 1-28/04/04.

Desta forma o “Projecto Sabura” tem efeitos a diversos níveis, nomeadamente contribuindo para a criação de um espaço de oportunidades – empresariais e de desenvolvimento urbanístico – e, simultaneamente, constituindo-se como elemento de construção da etnicidade e de um mercado étnico assente na “oferta da diferença cultural”. Por outro lado, servindo esses propósitos, constitui-se como um espaço de produção cultural e de oferta de uma “certa etnicidade” que legitima a sua preservação.

#### **4. Conclusões**

Esta nova dinâmica económica resulta no desenvolvimento de novas funções económicas e profissionais onde certos agentes socio-económicos desempenham uma papel fundamental no processo de criação dos “produtos étnicos”.

Desta forma, o efeito de contrapartida resultante da construção deste segmento turístico de oferta étnica tem consequências diversas, contribuindo para a construção da

---

<sup>43</sup> Entrevista a responsável pelo Projecto – 1-28/04/04.

“comunidade imaginada” e, por isso, para a consolidação dos referências identitárias próprias do “bairro”, ao mesmo tempo que se assiste à criação de um espaço de oportunidades económicas resultante da construção deste “mercado de oferta étnica”.

Por outro lado, ainda, as necessidades intrínsecas à produção de um produto turístico implica a focalização em aspectos que têm a ver com a necessidade de melhorar infra-estruturas de apoio (que têm também um impacto positivo nas populações locais), de organizar a oferta étnica, e de relação com instituições públicas e privadas.

Que condições permitem a passagem desses “produtos étnicos” de consumo interno, nomeadamente ao nível cultural e de oferta económica – ambiente “africano”, espaço de convívio “africano” restaurantes de comida “africana”, vendas de rua com produtos de África, cabeleireiros “africanos”, etc, para turismo étnico com as respectivas funções económicas?

Como se passa de uma lógica de oferta interna para uma lógica de oferta alargada, i.e., de uma lógica intra para uma lógica inter-étnica?

Que tipo de impactos têm na vida do dia-a-dia do bairro?

Como e que estratégias são usadas para preparar um bairro tradicionalmente conotado com marginalidade, fechado sobre si próprio, num bairro que se pretende aberto à visita de turistas, i.e., pessoas estranhas ao bairro?

De que forma o turismo contribui para a emergência de novas formas de relações intra e inter-étnicas que se caracterizam pela abertura ao outro em contexto de alteridade.

Que efeitos tem esse novo tipo de relações na vida das pessoas, dos intermediários e do bairro num modo geral?

Esta são algumas das questões sobre as quais iremos reflectir.

## 6. Referências bibliográficas, fontes estatísticas e sites

- Anderson, Benedict, 2001. *Imagined Communities* in Pecora, Vincent P. (edited by), Nations and Identities, Blackwell Publishers, pp.309-317.
- Appadurai, Arjun, 1996. Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization, Public Worlds, Vol.1, University of Minnesota Press, Londres.
- Arnaud, L and Pinson, G, 2002. Shaping the identity and mobilizing the “ethnic capital” in three European cities, paper presented in the workshop on “ The Unknown City: The Global Migration in the Urban Context, Urbanism and Globalization, Second EuroConference “The European City in Transition”, Bauhaus-University, Weimar, November 8 and 9.
- Bartling, H., 2003, Immigrants, tourism, and the metropolitan landscape: production the metropolis of consumption in Orlando, Florida, paper presented at “The Immigrant Tourist Industry: An European Science Foundation (ESF) Exploratory Workshop on the Commodification of Cultural Resources in Cosmopolitan Cities”.
- Basu, Dipannita and Werbner, Pnina, 2001. Bootstrap capitalisms and the culture industries: a critique of invidious comparisons in the study of ethnic entrepreneurship. Ethnic and Racial Studies, Vol.24, Nº2, pp.236-262.
- Berghe, Pierre L. van den, 1980. Tourism as ethnic relations: a case study of Cuzco, Peru, Ethnic and Racial Studies Volume 3 Number 4 October, pp.375-391.
- Berghe, Pierre L. van den, 1994. *“The quest for the other. Ethnic tourism in San Cristóbal, Mexico”*, University of Washington Press.
- Brewer, J.D., 1978. ‘Tourism, Business, and Ethnic Categories in a Mexican Town’, *Studies in Third World Societies*, pp.83-102.
- Brubaker, R., 2002. “Ethnicity without groups”, *Arch. Europ. Social*, XLIII, 2, 163-189. University of California (Los Angeles).
- Brubaker, R., 2004. “Ethnicity as Cognition”, *Theory and Society*, 33, pp.31-64.
- Henriques, C., 2003. “Turismo Cidade e Cultura. Planeamento e gestão sustentável”, Edições Silabo, Lisboa.
- Cabecinhas, R. (2002). *Racismo e etnicidade em Portugal: Uma análise psicossociológica da homogeneização das minorias*. Tese de Doutoramento. Braga: Universidade do Minho.
- Castels, S. E Miller, M. (2003) – *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*. Guilford Press, New York.
- Cohen, E. 1988 “Authenticity and Commoditization in Tourism”. Annals of Tourism Research 15, pp.371-386.
- Collins, J., 2003. Cosmopolitan Tourism Down Under: Immigration, Ethnic diversity and Tourism in Melbourne and Sydney, Draft version, paper presented at “The Immigrant Tourist Industry: An European Science Foundation (ESF) Exploratory Workshop on the Commodification of Cultural Resources in Cosmopolitan Cities”.



- Costa, Francisco Lima, (no prelo), “Fronteiras da Identidade. O caso dos macaenses em Portugal e em Macau”.
- DiMaggio, P, 1997. “Culture and Cognition”, *Annual Review of Sociology*, 23, (25 pages).
- Fainstein, S. & D. Judd, 1999. ‘Global forces, local strategies, and urban tourism’ in D. Judd & S. Fainstein (Eds), The Tourist City, Yale Univ. Press, pp.1-17
- Ferreira, C, 2002, “Intermediação Cultural e Grandes Eventos. Notas para um programa de investigação sobre difusão de culturas urbanas”, disponível em <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/167/167.php>.
- Fischer, E. 1999, “Cultural Logic and Maya Identity: Rethinking Constructivism and Essentialism”. Current Anthropology 40:473-499.
- Fortuna, C e Paulo Peixoto. 2002. “A recriação e reprodução de representações no processo de transformação das paisagens urbanas de algumas cidades portuguesas”, in Projecto e Circunstância. Culturas Urbanas em Portugal (Fortuna e Santos, [orgs]), edições afrontamento.
- Gotham, Kevin Fox, 2003, Ethnic Heritage Tourism and Global-Local Connections in New Orleans, paper presented at “The Immigrant Tourist Industry: An European Science Foundation (ESF) Exploratory Workshop on the Commodification of Cultural Resources in Cosmopolitan Cities”.
- Greenwood, D., 1977. “Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commodification”. In Hosts and Guests, V. Smith, ed., pp. 171-186. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Halter, M., 2000. *Shopping for Identity. The Marketing of Ethnicity*\_New York: Schocken Books.
- Halter, M., 2003. “Destination: Diversity Immigrants and Travelers in Metropolitan Boston”, paper presented at “The Immigrant Tourist Industry: An European Science Foundation (ESF) Exploratory Workshop on the Commodification of Cultural Resources in Cosmopolitan Cities”.
- Hannigan, John A., 1995. “The Postmodern City: A New Urbanization?” Current Sociology/La Sociologie Contemporaine 43-1 (Summer): 151-217.
- Hutchins, Edwin, 1990. Learning in the cultural process”, in D. Farmer, C. Langton, S. Rasmussen, & C. Taylor (Eds.), Artificial Life II. Addison-Wesley.
- Isabelle Fremeaux, 2002. Mise en scène of Global City: illusory multiculturalism?, paper presented in the workshop on “ The Unknown City: The Global Migration in the Urban Context, Urbanism and Globalization, Second EuroConference “The European City in Transition”, Bauhaus-University, Weimar, November 8 and 9.
- Jamal, A, 2003. “ Retailing in a multicultural world: the interplay of retailing, ethnic identity and consumption”, in Jornal of Retailing and Consumer Services, 10:1-11.
- Jules-Rossete, Benneta, 1994. “Black Paris. Touristic Simulations”, in Annals of Tourism Research, Vol.21, N° 4, pp. 679-700.
- Marques, M, et al, 2001. Three Stories on Embedded Autonomy, in [www.fcsh.unl.pt/socinova/migration](http://www.fcsh.unl.pt/socinova/migration).
- Marques, M, et al, 2002. « Empresários de Origem Imigrante em Portugal”, in [www.fcsh.unl.pt/socinova/migration](http://www.fcsh.unl.pt/socinova/migration).
- Marques, M., 2003. Bulding a Market of Ethnic References. Tourism entrepreneurs in local context: exploratory views, draft version, paper presented at “The Immigrant Tourist Industry: An

- European Science Foundation (ESF) Exploratory Workshop on the Commodification of Cultural Resources in Cosmopolitan Cities”.
- Medina, Laurie K, 2003. “Commoditizing Culture: Tourism and Maya Identity”, in Annals of Tourism Research, vol. 30, Nº 2, pp. 353-368.
- Lamont, Michèle e Marcel Fournier, 1992. Cultivating Differences. Symbolic Boundaries and the Making of Inequality, University of Chicago, pp1-17.
- Oliveira, Catarina, 2003. “Estrutura de oportunidades empresariais de imigrantes. O Caso chinês em Portugal”. 24pp. Apresentado na Conferência “Inovação e Conhecimento. As pessoas no centro das transformações” X SIOT Encontro nacional em Lisboa, Março de 2003.
- OMT,2003 [1997]. Turismo Internacional. Uma perspectiva global, Artmed, São Paulo, Brasil.
- Pang, Ching L. and Rath, Jan, 2003. Devoted to the Dragon and the Dollar. The Making of Chinatown in Washington, D.C., as a Tourist District. Paper prepared for the European Science Foundation/SCSS Exploratory Workshop on ‘The Immigrant Tourist Industry: On the Commodification of Cultural Resources in Cosmopolitan Cities’, held in Amsterdam, Decemb 7-9.
- Pearce, Moscardo and Ross, 1996. Tourism Community Relationships. Tourism Social Science Series, Pergamon.
- Pecora, Vincent P., 2001. (edited by), Nations and Identities. Blackwel Publishers, 2001.
- Rath, J. (2002), *Immigrants and the Tourist Industry: The Commodification of Culture Resources*, paper prepared for the Research Committee Sociology of Migration RC31 Sessions 10 and 11 on ‘Immigrant and Ethnic Entrepreneurship’, in the XVth World Congress of Sociology, held from July 7-13, 2002 in Brisbane, Australia.
- Rojek, C. and Urry, J- (eds.) - 1997. Touring Cultures. Routledge, London.
- Sekulic, Hodson and Massey, 2002, War and Tolerance, paper presented in ISSA XV, World Congress of Sociology, Brisbane, Austria.
- Simmel, G., 2004. Fidelidade e Gratidão e outros textos, Relógio D’Água, Lisboa.
- Urry, John, 2002 [1990]. The Tourist Gaze, SAGE Publications, London.
- Wood, R.E, 1998. “Touristic ethnicity: a brief itinerary, in Ethnic and Racial Studies, pp.218-241.
- Zukin, S. et al., 1998. ‘From Coney Island to Las Vegas in the Urban Imaginary. Discursive practices of growth and decline’, Urban Affairs Review, 33 (5), May, pp. 627-654.

#### **Publicações Jornalísticas:**

Diário de Notícias

Expresso

Jornal de Notícias (on line)

Público

Tal&Qual

**Sites:**

<http://www.portugal.gov.pt/pt/Conselho+de+Ministros/Documentos/20030122MEcBTL.html>

[http://www.chitaejane.blogspot.com/archives/2002\\_07\\_01\\_chitaejane\\_archive.html](http://www.chitaejane.blogspot.com/archives/2002_07_01_chitaejane_archive.html)

[http://ladosquerdo.blogs.sapo.pt/arquivo/2004\\_03.html](http://ladosquerdo.blogs.sapo.pt/arquivo/2004_03.html)

<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/167/167.php>

[www.fcsh.unl.pt/socinova/migration](http://www.fcsh.unl.pt/socinova/migration)

<http://www.visaonews.com/v/MUNDO/2004/07/WORLD009.aspx>