



Cidades

Comunidades e Territórios

39 | 2019

Queering the city

A Lisboa cosmopolita e o fascínio da diversidade

Nuno Oliveira



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cidades/1641>

ISSN: 2182-3030

Editora

DINÂMIA'CET-IUL

Referência eletrónica

Nuno Oliveira, « A Lisboa cosmopolita e o fascínio da diversidade », *Cidades* [Online], 39 | 2019, posto online no dia 31 dezembro 2019, consultado o 10 janeiro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cidades/1641>

Este documento foi criado de forma automática no dia 10 janeiro 2020.



Cidades. Comunidades e Territórios is licensed under a Creative Commons Atribuição-Uso Não-Comercial-Proibição de realização de Obras Derivadas 4.0 International.

A Lisboa cosmopolita e o fascínio da diversidade

Nuno Oliveira

Introdução

- 1 Tem sido salientado na literatura as formas como os imigrantes colaboram no fazer dos lugares onde residem (Glick-Schiller, 2018 ; Kaplan e Chacko, 2015 ; Radice, 2009 ; Schuch e Wang, 2015). Esta constatação deve ser articulada com outra que mostra como as cidades e as estratégias de governança têm dado relevo à diversidade que esses mesmos imigrantes corporizam. Este encontro produz espaço, e nele radica uma parte significativa das lógicas de planeamento urbano da cidade-interior.
- 2 Um outro domínio de sobreposição é entre a pós-colonialidade das cidades e o seu cosmopolitismo. Parafraseando Keith (2005), a realidade pós-colonial impõe-se tanto como legado imperial como nas suas traduções espaço-temporais inerentes às múltiplas dimensões da globalização. Contudo, a cidade pós-colonial é uma cidade planeada e governada, não é apenas o espaço do encontro de diferenças, mais ou menos interdependentes, que negociam nichos no interior da sua ecologia. É planeada porque associa à prática dos seus técnicos uma racionalidade metropolitana que lhe confere uma visão de conjunto. E governada, porque apesar da multiplicidade situada (Amin, 2008) que a constitui, ela é um complexo de estruturas de autoridade articuladas em permanentes equilíbrios de poder.
- 3 Neste texto interessa-me explorar a ideia segundo a qual o cosmopolitismo é mais do que uma condição urbana, do viver em comum com a diferença, com o outro, segundo Hannerz (1990), e que se transformou numa das linguagens da máquina de crescimento urbanístico e da sua configuração política (Molotch, 1976). Nesta transformação não há, *prima facie*, nem ganhadores nem perdedores, tão-pouco subalternidades contra linguagens hegemónicas. Há, contudo, um actor que preexiste a qualquer uma destas formações epistémicas e sem o qual a discussão seria vazia: o imigrante ou o estrangeiro. Porque embora este não esgote a multiplicidade cosmopolita, constitui

uma parte significativa das estratégias de reprodução desta dentro de um regime de diversidade que procuraremos caracterizar ao longo do texto.

- 4 Neste artigo procuro, por conseguinte, perceber como se estabelece a relação entre as novas dinâmicas regeneradoras e a diversidade cultural trazida pelos residentes de origem imigrante, actores cuja relevância é patente no cenário cosmopolita dos centros urbanos. Como entram os signos da sua presença nas lógicas de promoção dos lugares? Quem são os agentes dessas mesmas lógicas? E sobretudo como se articulam os projetos individuais dos imigrantes com as transformações materiais e simbólicas que sustentam o “retorno ao centro” (Herzog, 2006).
- 5 Metodologicamente, o artigo assenta na recolha de um *corpus* de documentos produzidos pela Câmara Municipal de Lisboa (CML) e pelas Juntas de Freguesia de Arroios e Santa Maria Maior, assim como entrevistas conduzidas com responsáveis destas mesmas instituições¹. Este *corpus* foi complementado por trabalho etnográfico produzido no âmbito do estudo *Diversidades, espaços e migrações na cidade empreendedora*², donde constou um rigoroso levantamento de informação sobre iniciativas públicas no terreno, um conjunto de entrevistas semi-directivas levadas a cabo junto de imigrantes e gentrificadores, assim como a atores públicos com implantação no espaço concernente a este trabalho. O artigo baseia-se na análise de 15 entrevistas a comerciantes de origem imigrante e a agentes da administração pública. Muito embora a gentrificação tenha sido contemplada no projeto como fenómeno intrínseco às renovações da cidade-interior, neste artigo apenas nos debruçamos sobre os contributos dos comerciantes de origem imigrante e a sua relação com a renovação dos espaços. Relativamente a estes é necessário fazer uma precisão que se nos afigura pertinente. Num texto anterior (Oliveira, 2015) explorámos as dinâmicas de culturalização de um território mais ou menos delimitado como sendo a Mouraria. A sua transformação assumiu contornos de tal forma acelerados que as tendências analisadas extravasaram para uma zona ainda mais difusa, de contornos sociais e económicos bem mais diversificados. Neste sentido deixou de fazer sentido falar da “Mouraria” como qualquer categoria epistemológica que nos permitisse ter um acesso privilegiado à diversidade cultural urbana como foi a tradição de investigação até agora³. Neste contexto, a aposta de reconfiguração identitária do bairro de Arroios expressa justamente essa superação e é exemplificativa de como a realidade da diversidade cultural se traduziu numa semiótica da diversidade, com a proliferação de símbolos e sinais de uma diversidade emergente que dificilmente se circunscrevem à realidade construída “Mouraria”. Neste sentido, sugerimos que é mais consequente estudar os perfis e os discursos que emergiram recentemente num eixo mais vasto, mas que pode ser delimitado pela confluência de tendências semelhantes: renovação, culturalização, turistificação, multiculturalidade. Tais dinâmicas em muito extravasam a Mouraria que, por esse facto, deixou de ter qualquer estatuto de espaço de observação privilegiado. Pensamos que tal precisão é importante porque a difusão de tais tendências torna mais apropriado falar de um retorno ao centro do que de uma qualquer especificidade afeta somente ao bairro da Mouraria (como foi o caso para Alfama e as suas múltiplas interpretações académicas, *inter alia* Costa e Guerreiro, 1986). A discussão seguinte baseia-se numa etnografia do eixo do Benfornoso-Intendente, relativamente aos comerciantes, que se ramifica por um espaço mais amplo compreendendo este as respetivas áreas de atuação das entidades autárquicas. Começamos por situar teoricamente a análise. Posteriormente, oferecemos uma panorâmica das iniciativas promovidas pelas autarquias locais na construção da cidade

cosmopolita. Passamos em seguida a explicitar os posicionamentos variados dos imigrantes que habitam os locais alvo desse conjunto de orientações. Terminamos com algumas considerações sobre o lugar da diversidade cultural na atual governança das cidades.

Cultura pública, diversidade e ganhos de singularidade

- 6 Um dos elementos centrais nas políticas de desenvolvimento urbano tem sido a forma como a cultura integrou os seus processos e métodos. A difundida *culture-led urban regeneration* tem informado uma multiplicidade de práticas nos centros das cidades que fazem parte das dinâmicas de retorno ao centro caracterizadas por Herzog (2006). Entre elas, o intensivo aproveitamento do espaço público, a ocupação do mesmo com formas artísticas e performativas, tais como festivais, concertos e representações.
- 7 O centro de Lisboa não foge a esta regra. Sobretudo quando consideramos o reposicionamento recente de Lisboa nos fluxos globais de cultura e capital, designadamente o turismo, a imigração, e o investimento imobiliário. Qualquer uma destas lógicas prende-se com uma tendência de cosmopolitização dos espaços urbanos. Com efeito, a multiculturalidade trazida pelas migrações e pelo turismo imprime uma especificidade ao local que lhe permite redimensionar-se. Uma das formas deste redimensionamento é, como apontado por Harvey (2001), retirar proventos do seu capital colectivo simbólico, ou seja, marcas de distinção específicas associadas a determinados locais. Harvey (2001 : 405) introduz a ideia de capital simbólico colectivo para sinalizar as mais-valias que podem ser extraídas da singularidade, autenticidade e especificidade de um determinado local-produto. É justamente da sua singularização que rendas podem ser extraídas, como é evidenciado, para o caso português, com o processo especulativo que atinge o centro de Lisboa.
- 8 Tais processos, embora possuam uma base material, não se tornam operativos sem a sua componente discursiva, simbólica e social. E esta possui uma forma iminentemente cultural. A “ludicização” da cidade, parafraseando Baptista (2016) é uma estratégia de ganhos de particularidade territorial que associa a possibilidade de consumir a cidade com a sua posição numa hierarquia de lugares. Nesta cidade, como diz o autor, cada vez mais orientada “para os consumidores globais que a rentabilizam” (ibid.: 353) a dimensão do entretenimento e do lúdico granjeia cada vez mais espaço.
- 9 É justamente na convergência entre retorno ao centro (da cidade), revitalização do local, exploração da sua singularidade, e culturalização das práticas e intervenções que vamos encontrar as expressões culturais dos grupos imigrantes, as suas tradições, reformuladas enquanto componentes estéticas da regeneração dos lugares.
- 10 A ação da governança da cidade em torno das práticas culturais e das iniciativas no campo programático da cultura visa em larga medida o aumento do capital simbólico coletivo de certas zonas. A regeneração cultural dos centros urbanos tende a privilegiar a esteticização de específicos espaços de produção e consumo. Uma tal esteticização possui afinidades com a esteticização da vida quotidiana (Featherstone, 2007) ; ou seja, o espaço das múltiplas traduções entre experiência estética e experiência quotidiana. A produção de um capital simbólico coletivo não é alheia a estes processos de retroalimentação entre estética e quotidianidade. A singularização de um determinado local está intimamente relacionada com a experiência estética que deste se recolhe. Os símbolos criados em torno de um determinado local possuem ressonância afetiva e

sensitiva. As políticas turísticas exploram essa imbricação entre imagens fascinantes singularizadas e a possibilidade de experimentação da autenticidade. Mas há igualmente toda uma lógica associada a consumos de lazer e de pura fruição que incide estrategicamente na construção de determinados espaços enquanto estruturas de consumo. Um tal aproveitamento entronca com a cultura de consumo e como esta se distendeu dos objetos de produção propriamente ditos para os estilos de vida e a autoimagem.

- 11 O conceito de cosmopolitismo estético procura fixar a disposição do consumidor contemporâneo para o ecleticismo estético e artístico. Mas sobretudo intui que um tal consumo está estreitamente associado ao espaço, sobretudo ao espaço público que, na sua condição atual, emerge como campo gerador de emoções e de significações. Melhor dizendo, o espaço público é atualmente estruturado por uma multiplicidade de símbolos produtores de uma identidade e de correspondentes identificações com o local que são fundamentalmente baseadas em comportamentos consumistas. Contra a função moral que assistia quer ao edificado quer ao espaço público (Sennet, 1991), os novos espaços emblemáticos emergem em torno do consumo e do turismo. Os lugares de consumo surgem assim, segundo Urry (1995) na dupla aceção de espaços onde adquirimos uma gama de produtos específicos, e de espaços que consumimos, visual e emocionalmente. Esta dupla função dos espaços é constitutiva da nova natureza do local e encontra-se sistematicamente presente nas atuais relações de governança e nas práticas de produção da cidade.
- 12 O caso que nos ocupa neste artigo trata-se de um local específico onde as tendências brevemente esboçadas atrás se encontram em funcionamento. O argumento que aqui pretendemos defender é o de que a diversidade cultural trazida pelos imigrantes residentes no centro da cidade tem vindo a ser incorporada nestas mesmas tendências; ou seja, nos mecanismos sociais de construção do local enquanto espaço estruturado para o consumo, para a visibilização turística e para a esteticização das experiências quotidianas. Caso em que a diversidade cultural se reorganiza por efeito das dinâmicas de governança urbana e das suas estruturas de poder. Rejeitamos, no entanto, a unilateralidade da noção de governamentalidade ao perspetivar, neste caso, os imigrantes, enquanto “pessoas” sobre as quais as atuais tecnologias da governamentalidade neoliberal incidissem (Burchardt, 2017; Walters, 2015). Pelo contrário, a visibilidade granjeada pelas suas culturas nos espaços centrais das cidades atuais deve ser pensada não apenas como o olhar que dimana dos espaços de autoridade, mas segundo um campo mais complexo e variado no qual múltiplas práticas e ordens de visibilidade se intersectam, resultando em relações de combinação, contradição e conflito. As nossas entrevistas⁴ mostram que os imigrantes não apenas entendem as novas configurações da diversidade e da sua visibilização, como são seus agentes ativos, ou seja, são eles próprios produtores e reprodutores de tais configurações.
- 13 Finalmente, qualquer um destes processos deve ser entendido no contexto da interdependência entre programas de desenvolvimento da economia local combinados com intervenções estratégicas no domínio da cultura (Allen, 2006), designadamente produção do local e a sua promoção integrados em projetos de renovação urbana. O que importa reter é que tanto o regime de visibilidade que produz as expressões culturais (não apenas imigrantes) como os investimentos concretos em matéria de promoção do local são ambos devedores de uma combinação de lógicas criativas, bolhas turísticas e

bairros culturais. Ora este modelo é exportável e, com efeito, tem vindo a migrar de forma mais ou menos consequente em virtude da globalização.

- 14 A ação concertada sobre o centro de Lisboa é disso exemplo. A atração de trabalhadores criativos com o estabelecimento de *hubs* de inovação como residências para artistas, centros de inovação, laboratórios de experimentação pública, acompanhados de espaços de intensificação turística e da oferta cultural são marcas distintivas de tais estratégias. E com estas geram-se aglomerações de produção em cadeias de inovação geralmente ancoradas na prática de fazer e promover lugares. Por outro lado, a transformação operada induz à gentrificação do lugar que reforça a tendência para a sua reabilitação em termos materiais e simbólicos. Nestes espaços coexistem frequentemente remanescências históricas – transformadas em património – e novas figuras da globalização, tais como turistas e imigrantes.

Lisboa – a cidade hype⁵ do momento

- 15 A cidade de Lisboa tem vindo a abandonar a natureza semiperiférica que lhe conferia a posição portuguesa no sistema mundo, aproximando-se gradualmente das grandes cidades do centro e, inclusivamente, rivalizando com elas em matéria dos fluxos globalizados que estruturam as economias urbanas centrais. É neste contexto político e económico que devemos situar as novas formas de governo da diversidade cultural, também elas reelaboradas através dos atuais modelos de governança.
- 16 A turistificação de espaços específicos da cidade de Lisboa possui um impacto concreto na estruturação das práticas socio-espaciais e, com ela, no lugar da diversidade nas espacialidades e representações da vida urbana.
- 17 Segundo os dados oficiais⁶, a produção total do sector do turismo correspondia a 12,5 % do PIB português em 2017. Em Lisboa, a contribuição do sector do turismo era de 14,5 % para a economia da cidade (dados de 2014). Para além disso, Lisboa foi classificada em 6º lugar pelo ranking da ICCA International Congress and Convention Association⁷, em 2018, atrás de cidades como Barcelona, Berlim ou Viena.
- 18 Por outro lado, a área metropolitana de Lisboa possui a maior concentração de estrangeiros do país, nela residindo mais de metade deste grupo. A área da Mouraria e do Eixo Almirante Reis-Martins Moniz, sobre a qual se debruça este artigo, corresponde com grande acuidade a um processo de turistificação associado ao exótico construído desta área. Não descreveremos aqui os traços culturais e sociais deste espaço, remetendo o leitor para artigos anteriores (Oliveira e Padilla, 2017; Oliveira, 2015). Contudo, vale a pena referir que as novas dinâmicas nesta área há muito que extravasaram o lugar Mouraria. É um território bem mais amplo cuja influência atua sobre a Mouraria como lugar centrípeto. É no fundo todo um corredor que desagua no centro da cidade; que prolonga social e topologicamente o centro. Outrora zona residencial mal-afamada, atualmente polo de atração de muitos e variados gostos e estilos sociais. Desde turistas que descem o eixo da Almirante Reis, a jovens universitários que procuram a recuperada centralidade desta artéria; passando por gentrificadores com poder de compra superior e que retomam o centro da cidade quase como uma vingança, parafraseando Neil Smith (2002). E com alguma acuidade o podemos dizer, visto que retomam o centro segundo as suas próprias condições: em condomínios, em prédios rústicos recuperados, em lugares intactos apartados da poluição simbólica das zonas inseguras. Porque alguns focos de marginalidade

persistem, tais como exclusão social, pobreza, toxicodependência e prostituição. Esta outra visibilidade que corta simbolicamente a visibilidade publicitada de comunidades em harmonia, de costumes e tradições variados a comporem a sinfonia cultural do lugar Mouraria-Intendente, inscreve-se naquilo que, recorrendo a Brighenti (2007), é o campo de visibilidade com as suas valorações simbólicas assimétricas.

- 19 Devemos, no entanto, entender este renascimento da zona Mouraria-Almirante Reis no mais amplo âmbito da política cultural da capital. Lisboa tem desde cedo colocado a cultura na sua agenda de desenvolvimento. As diversas visões que foram produzidas por especialistas em conjunto com decisores políticos e responsáveis pelo planeamento tomaram a cultura como um aspeto central da política de regeneração urbana, seguindo uma voga ditada pela globalização concorrencial entre cidades através de processos de *modeling* (Ong, 2011). Esta surge como dimensão transversal a uma gama de atributos e características urbanas. Desde a promoção da vida local, através de uma lógica de aproveitamento cultural e patrimonial dos bairros lisboetas, passando pelo seu património monumental propriamente dito. Uma das formas que tem merecido um particular destaque é a diversidade cultural enquanto património de grupos de imigrantes. O aproveitamento desta última como integrável num projeto mais vasto de culturalização da política de desenvolvimento urbano quadra com a intenção de cosmopolitizar a cidade. Com efeito, o espaço que aqui nos concerne ocupa esse lugar simbólico de centro cosmopolita, onde as várias tendências e mobilidades se encontram e concentram. Em Lisboa, uma tal representação emerge nesta zona específica enquanto espaço de mistura das “suas muito e variadas gentes”⁸; como espaço de uma interculturalidade concreta, caldeada por uma história de encontros globais.
- 20 Nessa esteira, Lisboa tem feito uma aposta a todos os títulos assinalável na promoção da sua diversidade. Talvez poucas cidades na Europa tenham colocado a diversidade cultural tão no centro da sua política de desenvolvimento urbano como Lisboa. A nível das políticas camarárias, a diversidade cultural tornou-se transversal aos vários domínios práticos e políticos. Desde logo, a implicação direta da promoção das vidas migrantes com o programa cultural da cidade. Se no primeiro documento de estratégia para a cidade elaborado em 1992 as minorias migrantes então em crescimento ainda eram equacionadas enquanto potenciais “ilhas étnicas”, na atualização desse mesmo programa em 2012⁹ a ideia de diversidade como uma vantagem será profusamente utilizada. No seguimento desse documento, os programas estratégicos da cidade de Lisboa colocam a questão do “cosmopolitismo” como objetivo central. O que nos permite interrogar o que significa o especial potencial de Lisboa para “o equacionar do cosmopolitismo” (CML, 2010: 35). O próprio documento esclarece que se trata do crescimento das classes médias e da diversidade étnica que levará ao aparecimento de novos estilos de vida. Esta intenção aproxima-se da estratégia do “*urban renaissance*” analisado por Zukin (1988) enquanto fenómeno de pós-suburbanização; ou seja, a atração de novos públicos e contingentes residenciais para o centro da cidade, e a concomitante construção de novas centralidades.
- 21 A cultura surge assim não como o domínio do imediatamente familiar, mas como objeto de consumo que induz oportunidades no desenvolvimento da cidade. No entanto, isto não significa que a introdução da ideia de diversidade, e o seu correlato, os imigrantes, seja inteiramente instrumental. Com efeito, o campo de aplicação de políticas de imigração não se esgota na “vantagem da diversidade”, sendo esta complementada com a intenção de institucionalizar as condições de integração dos imigrantes,

designadamente através de um *Programa Municipal de Integração dos Migrantes*, que aborda um leque alargado de domínios de atuação (ver PMIIL – 2015-2017). Estes esforços concretos de alargamento da cidadania surgem em paralelo com a adoção plena da linguagem da “vantagem da diversidade” (Wood e Landry, 1998), ou seja, da performatividade da heterogeneidade, por oposição ao monolitismo da homogeneidade, e que surge explicitada em diversos documentos programáticos de política da cidade. Assim, para além da já referida *Carta Estratégica*, onde a “dinâmica intercultural” da cidade é identificada como oportunidade de “marca e comunicação” (CML, 2010, Relatório 5 : 17), encontramos outras menções à diversidade cultural igualmente relevantes. No *Programa de governo da CML 2013/2017*, no capítulo dedicado à “Cidade do Diálogo e da Interculturalidade” afirma-se a inovação de Lisboa “promovendo a interculturalidade e a diversidade religiosa, o que reforça a afirmação de Lisboa como uma cidade moderna e cosmopolita (...)” (CML, 2013 : 80). Da mesma forma, no *Plano para a cidade de Lisboa 2018/2021*, a cidade é caracterizada como sendo “(...) plural, aberta e multicultural que promove igualdade, paridade, diversidade, tolerância e valores democráticos” (CML 2018 : 31). E, finalmente, no programa *Lx-Europa 2020 - Lisboa no Quadro do Próximo Programa Comunitário*, reforça-se a ideia segundo a qual “A afirmação de uma cidade global, moderna e cosmopolita exige a consideração da interculturalidade e diversidade (...)”. (CML, 2012 : 19). Constatamos, por conseguinte, que a noção da possibilidade de criação de sinergias entre a diversidade imigrante e as políticas de desenvolvimento urbano possui um destaque particular nas políticas urbanas de Lisboa.

- 22 Remetendo agora para o espaço concreto sobre o qual se debruça este artigo, nas dinâmicas de governança observadas, os atores mais centrais para o desenvolvimento de práticas de visibilidade da diversidade cultural são sobretudo os empreendedores culturais (inclusivamente associados às autoridades públicas), os representantes político-estatais das próprias comunidades, como sejam as embaixadas, e finalmente os poderes locais e associações empresariais. Note-se que as associações de imigrantes têm um papel subsidiário nestes processos. No espaço sobre o qual aqui nos debruçamos, a debilidade do tecido associativo deve-se em larga medida à condição recente das principais nacionalidades residentes, tais como a bangladeshiana, nepalesa ou outras do sudoeste asiático com menor expressão. Mas também é facto que, a nível nacional, o tecido associativo tem sido descrito como frágil e pouco articulado (Oliveira, 2014 ; Albuquerque, 2010).
- 23 De igual modo, a extensão entre a demografia da diversidade, campo social real da diversidade, e a semiótica da diversidade, proliferação de signos da diversidade, surge em materializações como o mercado de fusão do Martim Moniz, através do qual se associa a localização num bairro cuja presença de imigrantes é visível com a experiência da globalização localizada. Todavia, este é um prolongamento simbólico que decorre da própria prática comercial dos imigrantes naquela zona e da sua concentração no centro comercial da Mouraria e na rua do Benfornoso, sua adjacente. Lugar especialmente determinado para o empreendedorismo e consumos ditos étnicos, tem vindo a assumir uma configuração de semi-enclave, na medida em que, não traduzindo uma concentração espacial de apenas uma etnia numa zona particular do espaço urbano, como decorria da definição original de Wilson e Portes (1980), representa contudo a proximidade espacial de determinados grupos em virtude da natureza similar dos seus comércios. Neste sentido, encontramos uma concentração significativa de comércios de empresários do Bangladesh na rua do Benfornoso ; em

contraste, a Almirante Reis, sobretudo a Rua da Palma e o Martim Moniz, evidencia um padrão de proximidade espacial de comércios chineses. Não apenas as lojas de *bric-a-brac* e bugigangas, mas cafés e restaurantes nas zonas estratégicas de passagem dos turistas.

- 24 O exemplo da celebração do ano novo chinês, que ocupa parte da Av. Almirante Reis e se estende para a praça do Martim Moniz durante dois dias, emerge como referência importante. Esta celebração conta sobretudo com o apoio de uma rede de promotores públicos e privados, que abrange a embaixada da China, a câmara de Lisboa, e empresários chineses, salientando-se o promotor principal, o Hai Tong Bank que, com o respaldo da câmara de Lisboa, organizam no centro da cidade aquela que é conhecida como a mais importante celebração do calendário chinês. Se atentarmos que as raízes de uma tal celebração eram, para o caso de Londres, contra-hegemónicas conforme descritas por Vickery e Vikery (1974) percebemos que a cultura de um tal grupo foi apropriada pela lógica que associa espaços de consumo cultural com a produção de símbolos cosmopolitas nas novas centralidades da cidade de Lisboa. Combinação esta cujo interesse não passa somente pela regeneração desta nova centralidade, mas também com investimentos políticos do Estado de origem da respetiva comunidade. Assim, o Estado chinês, através da sua embaixada em Portugal, é um ativo promotor de uma tal iniciativa. Segundo o adido cultural da China em Lisboa trata-se

“de promover mais a cultura chinesa no exterior porque, depois do aumento importante do poderio económico, o governo chinês está a dar cada vez mais importância à projeção da imagem do país no exterior. Então vem promovendo desde 2010 as celebrações do ano novo chinês” [entrevista com adido cultural chinês].

- 25 Por seu turno, o representante do Hai Tong Bank, patrocinador oficial do ano novo chinês em 2017, reafirma o seu interesse em fazer com “que a comunidade chinesa esteja bem em Portugal” rematando que se trata do banco dos chineses¹⁰.

Disseminação da imagem do “lugar” como estratégia de cosmopolitização

- 26 A persistência desta centralidade lisboeta culturalmente diversa tem vindo a ser ativamente aproveitada para o *marketing* do lugar. De tal forma que a imagem de uma Lisboa cosmopolita tem sido inúmeras vezes formada metonimicamente como prolongamento do lugar Mouraria-Eixo Almirante Reis. A Lisboa das “muitas e variadas gentes” é captada pelo viver social da sua zona urbana mais diversa e transformada em poder imagético no *marketing* da cidade. Por exemplo, das três microcentralidades aventadas pela proposta de valor da Associação de Turismo de Lisboa (ATL) uma delas é o centro histórico (compreendendo Alfama/Castelo/Mouraria) e na identificação de estratégias de mercado surge a referência a “uma capital cosmopolita e tolerante marcada pela descoberta de novos mundos e original pela sua hospitalidade e multiculturalidade” (ATL, 2011 : 18). Acrescente-se que uma das propostas é a criação na Praça do Comércio (agora relativa à zona da Baixa-Chiado) de “Transformação da praça [do Comércio] num espaço multicultural”, sem no entanto maior especificação. Todavia, o que este enfoque mostra é uma assumida saliência, nas estratégias autárquicas, de formulação de identidades dos bairros e das suas articulações com as comunidades locais extensíveis a circulações imagéticas transnacionais, nomeadamente

branding urbano e *marketing* turístico. O que isto significa é a incorporação plena das expressões culturalmente diversas nas políticas atuais de crescimento económico urbano. A intensificação dos meios de produção simbólica da diversidade, através de feiras, exposições, e todo o lado artístico-performativo, insere-se diretamente em estratégias que visam articular espaços e mercado. Ela surge não apenas como um *template* de desenvolvimento europeu sob os auspícios de uma determinada política intercultural para as cidades europeias (iniciado através do *Intercultural Cities*, de 2008), como querem Abdou e Geddes (2017), mas como resultado da circulação de um *template* para a competitividade urbana global, cuja aplicação pode ser encontrada noutras cidades (a exemplo de cidades tão distintas quanto Londres, com o Carnaval, e Buenos Aires, com o Buenos Aires Celebra).

27 No caso do centro histórico de Lisboa, um território que se enquadra na estratégia da cultura como ativo, a interculturalidade tem vindo a tornar-se comercializável e a ser integrada nos fluxos globais de imagens na forma de uma “cena urbana” (Navarro et al, 2012), onde diversidade enquanto vantagem é estruturante na construção do bairro cultural.

28 Não são certamente alheios a esta configuração os esforços de Arroios em se reinventar enquanto bairro com uma identidade intercultural. A presidente da Junta de Freguesia de Arroios, em entrevista concedida a um diário nacional, explicitava desta forma a sua orientação relativamente à incorporação da interculturalidade do local :

“Assim, estabelecemos uma estratégia assente no que é a gestão funcional de um lugar, trabalhar para o seu desenvolvimento futuro e gerir o seu *branding*. E inclusão também é isto, a participação dos seus cidadãos e dos seus *stakeholders*.”¹¹

29 Dentro desta orientação cabe construir uma visão baseada nos valores da identidade de Arroios. Ou seja, um *branding* através do qual Arroios se torne uma entidade imediatamente apreensível. Nessa “visão” a interculturalidade assumiu um papel central.

“O facto de nós sermos, digamos, a zona da cidade, a Junta de Freguesia, com mais nacionalidades presentes, aqui, a viver, faz de nós, de facto, um lugar de inclusão, não é ? Um lugar de inclusão. E é essa a bandeira de Arroios, é um lugar de inclusão. É isso, digamos que é o nosso posicionamento – agora falando mais do ponto de vista do *marketing* – é esse o nosso posicionamento diferenciador, relativamente à Estrela ou relativamente a Alvalade ou relativamente a Santo António. Pronto, a cidade toda é um lugar... pronto, e o que é que isso se traduz ? Depois traduz-se, também, é um lugar, dentro da cosmopolita Lisboa, Arroios é o lugar mais cosmopolita.” [entrevista com colaborador da Junta de Freguesia de Arroios]

30 A nova perceção alicerça-se, por conseguinte, na singularização de Arroios. Ora uma tal singularização já tem o seu historial, mas de sentido negativo. Arroios, antes de assistirmos ao retorno ao centro e à sua revitalização urbana, compreendia um espaço de marginalidades, com o atual Intendente e a Rua dos Anjos a serem conotados com um “supermercado de droga”¹² e local de prostituição, que se estendia pela Mouraria e Martim Moniz. Esta identidade estigmatizada conviveu com uma outra identidade, tradicional, decorrente da memória histórica (Menezes, 2004). A imagem estigmatizada da zona foi gradualmente tornada exótica pela forma como se combinam tradição histórica e as “paisagens globalizadas” trazidas pelos fluxos migratórios. Se a tradição se mantém como atributo de tipicidade do local, ela tem, no entanto, dado lugar à simbiose entre turistificação e diversificação cultural. Que os sinais de tipicidade deixaram de ter o valor simbólico passado é atestado pelo fecho do Clube Cultural e

Desportivo do Intendente (Setembro de 2018), mediante a tendência crescente para a rentabilização de espaços edificados específicos.

- 31 É nesta confluência, de rentabilização imobiliária, atração do turismo, inclusivamente de estudantes estrangeiros que residem temporariamente, como sejam os estudantes Erasmus, e cosmopolitização através da criação de uma identidade local pluricultural, que um dispositivo mediático, produtor de imagens e discursos foi posto em funcionamento pela Junta e outros atores que com ela colaboram. Todavia, tal processo não é totalmente induzido pelos poderes públicos. A contribuição dos atores envolvidos nas redes de governança transforma a política cultural da zona numa política de produção de identidade. Em larga medida, esta recriação da identidade faz parte da estratégia das cidades criativas. Ou seja, a cultura é transformada numa indústria criativa, incorporada em espaços e atividades estetizados de produção e de consumo. Tais processos assumem os contornos de produção de espaços e de uma “marca” do lugar, ambos aspetos identificados na literatura sobre cidades criativas (Scott, 2006 ; Philo e Kearns, 1993 ; Miles e Padidson, 2005). Promover o lugar singularizando-o é, assim, uma estratégia disseminada mundialmente nas cidades onde os sectores criativos se instalam. Todavia, o espaço urbano que recorta a freguesia de Arroios e de Santa Maria Maior, onde estas tendências mais se fazem sentir, não tem propriamente um *cluster* de nova economia em progressivo desenvolvimento. Ao invés, o que ele oferece é uma experiência, um *hip*, uma vivência urbanística que é ela própria o produto avidamente procurado. Por exemplo, com a duplicação do número de estudantes internacionais em menos de cinco anos (de 14.883 em 2013/14 para 35.755 em 2018/19, estando 35,2 % deste contingente concentrado na AML),¹³ as autoridades urbanas procuraram encontrar formas para atrair este público. A Junta de Arroios, emulando outras entidades tais como associações de estudantes e universidades, passou a organizar atividades de receção deste contingente, apresentando a freguesia como local de diversidade intercultural por excelência¹⁴.
- 32 A outorga do prémio do “Bairro mais *cool* do mundo” pela revista *Time Out* mostra a eficácia que tais estratégias têm tido. Numa lista de 50 bairros escolhidos pelos editores e colaboradores da revista, Arroios granjeou o primeiro lugar e é caracterizado como “mais do que um bairro, é um mundo em si mesmo”. Com efeito, como afirma ainda a revista, “o novo coexiste com o clássico, e a diversidade está por todo o lado”¹⁵. A forma experiencial como o bairro é vivido também é salientada, ou seja, aquilo que estreita a experiência entre um visitante e um residente. Arroios surge assim como metonímia da autenticidade do local : “experimentar uma cidade como um local significa sair da rota turística”, diz a revista. Negligenciando o facto de que esta é uma autenticidade criada e recriada para servir justamente os interesses e intensificação da turistificação.
- 33 No entanto, quer isto dizer que os imigrantes são sujeitos passivos de tais processos ? Os imigrantes têm integrado e promovido tais dinâmicas. O que significa que a versão segundo a qual as celebrações, ou expressões culturais imigrantes, seriam no fundamental contra-hegemónicas, opondo-se a processos de regeneração ou subsistências tradicionais que resistiam às pressões assimilacionistas por parte da sociedade de acolhimento (ver, por exemplo Cohen, 1982), não colhem mais no panorama atual. O testemunho de uma imigrante especializada em *design* de roupa ilustra esta imbricação. Segundo ela, sempre que há um desfile associado a uma das iniciativas interculturais promovidas pela Junta de Freguesia de Arroios, contactam-na para que desenhe os trajes tradicionais do seu país e prepare as coreografias afetas. Foi

o que se passou durante a “Volta ao Mundo em Arroios”, iniciativa que compreendeu 11 semanas culturais (segundo dados de 2015) com espetáculos na Praça do Intendente organizados por grupos culturais imigrantes. Por essa ocasião desfilaram crianças envergando os modelos criados por Yasmin (nome fictício) que se afirma como “representando as nossas roupas, os nossos tecidos e o meu *design*”¹⁶. Individualmente, esta cidadã tem o seu negócio de *design* no qual procura fundir os padrões estéticos do Bangladesh com a história da cidade de Lisboa. Yasmin combina os motivos dos azulejos que encontra nas paredes da Mouraria com os tecidos tradicionais das roupas do Bangladesh. Yasmin classifica o seu projeto como estando relacionado com a cultura e história portuguesas e justifica o seu interesse como sendo um sinal para os turistas. Colabora assim na reestruturação económica do local, assumindo o lugar, recorrendo a Urry (1995), de produtora e compiladora de sinais para a contemplação turística.

- 34 Sendo certo que não afirmamos que este seja o modo de inserção de todos os imigrantes, são caminhos possíveis proporcionados pelas dinâmicas políticas locais, pela relação entre a reestruturação contínua da cidade no âmbito de redes de poder e as dinâmicas espaciais da globalização.

Comercializando o étnico (e não só)

- 35 Começamos pela noção segundo a qual a turistificação impulsiona o comércio étnico. Um número de fatores parecem necessários para a mercadorização dos locais de residência de imigrantes ser bem-sucedida (Rath e Hall, 2007 : 16-18) : a presença de ligações para o crescimento local ; políticas e regulações que sustentam e comercializam a diversidade ; concentrações espaciais de atividades migrantes visíveis ; empreendedorismo imigrante desenvolvido em torno das características étnicas das comunidades ; uma infraestrutura social na comunidade étnica na forma de organizações comunitárias envolvidas na mercadorização ; capacidade para a etnicidade em questão ser marketizada para os grupos relevantes de visitantes. Esta lista negligencia, no entanto, o papel da regeneração urbana na conversão do étnico em produto cultural. Ao focar-se demasiado nas transações políticas e económicas dos próprios grupos étnicos, não presta atenção à necessária conexão entre a reestruturação dos lugares e as modalidades de incorporação do étnico no lugar regenerado. Um lugar regenerado é, por definição, um lugar disposto para o consumo. As estratégias dos comerciantes de origem imigrante coincidem assim com o campo cultural que os transforma em étnicos. Tais identidades acomodam-se a uma identidade construída como cosmopolita, que joga com imagens do lugar produzidas para os potenciais visitantes. Assim, toda uma infraestrutura foi colocada em funcionamento para apoiar o influxo de diversidade. Porém esta surge não apenas como suporte aos imigrantes, mas sobretudo ao visitante.
- 36 As formas económicas com que esta infraestrutura tem sido impulsionada abarcam desde a especulação imobiliária com intuítos rentistas, até ao aproveitamento de novos nichos de mercado para comércios especializados. No primeiro, temos a intensa comercialização de espaços habitacionais, sobretudo para alojamento temporário com fins turísticos, promovido frequentemente por cidadãos estrangeiros. Uma nítida vantagem territorial é associada a esta zona, com fins comerciais e não habitacionais. A intensificação da procura turística nos últimos cinco anos desencadeou o aparecimento de infraestruturas adequadas a este público. Por outro lado, os empreendimentos

geridos por imigrantes são também parte dessa capacitação infraestrutural. Por exemplo, na rua do Benfornoso existem 59 lojas, na sua maioria propriedade de Bengalis residentes, e as restantes de chineses¹⁷. Os seus clientes variam entre turistas, portugueses e residentes das próprias comunidades, muito embora ultimamente as lojas se tenham vindo a especializar para a procura turística, com a venda de souvenirs nacionais entre os produtos de retalho e o *bric-a-brac*.

- 37 Todavia, o que emerge como uma configuração específica deste espaço é a sua exploração enquanto vantagem territorial. Imigrantes e nacionais exploram as mais-valias da localização, investindo em imobiliário para especulação ou acompanhando os altos preços das rendas com produtos a preços sem concorrência. Aliás, é assim que conseguem substituir os comerciantes tradicionais, que soçobram mediante os aumentos de rendas impostos pelos proprietários. Uma mescla de capital social com redes transnacionais torna-se operativa no sentido de garantir o acesso a bens cobiçados, como sejam os avultados investimentos em imobiliário ou o garantir de condições estruturais benéficas que assegurem as altas vantagens da localização.
- 38 Estas transformações possuem um efeito imediato nas formas de aproveitamento e apresentação do espaço público. Sendo esta a face visível da identidade de um lugar, das suas interações públicas e padrões de civilidade, a atividade dos imigrantes, os seus investimentos, surge como fazedora de lugares (*place-makers*). Os investidores são de várias nacionalidades, havendo assim um padrão não segmentado de oportunidades; ou seja, tanto encontramos proprietários de *hostels* do Bangladesh que renovaram os seus prédios, como investidores franceses a residirem em Portugal que renovam edifícios para alojamento local. A zona passou a ser alvo de prospetores de mercado, como é o caso de um comerciante do Bangladesh que estabeleceu o seu negócio na zona do Intendente:

“Então, eu tenho mais dois amigos, não é só para o meu negócio, tenho mais um parceiro aqui, tentamos estabelecer uma empresa, uma marca que você conhece ... Mas Londres é muito difícil administrar um pequeno negócio, então ... eu pesquisei. Na Alemanha também é difícil, Portugal é bom para pequenas empresas, desde o início, é muito fácil de administrar, então... eh, meus outros dois amigos estão aqui, temos outra loja no Marquês de Pombal, a mesma marca (...)”

- 39 O que surge efetivamente como um padrão de motivação e estratégia económica é sem dúvida a turistificação deste espaço; e isto para nacionais e imigrantes empreendedores. A construção do lugar passa em grande medida por criar uma identidade adaptada à turistificação. Por seu turno, as elites locais, à imagem de outras experiências (ver por exemplo Arnaud, 2008 para Londres, Birmingham e Lyon), compreenderam que a utilização da cultura para efeitos da criação de um sentido de pertença podia inserir-se na sua política desenvolvimentista. Por exemplo, o *Arroios Magazine*, da responsabilidade da Junta de Freguesia, é publicado em quatro línguas – português, inglês, francês e mandarim. A intenção é acomodar os novos públicos àquilo que emerge como a construção (retórica) de novos sentidos de pertença. Entre esta discursividade e os reais “domínios de comunalidade” existe por vezes um hiato. Por domínios de comunalidade entendemos as relações sociais entre residentes, que para além das diferenças culturais e sociais, envolvem a partilha de espaços de afeto, respeito mútuo e aspirações. Neste caso concreto, uma parte significativa de tais domínios estrutura-se em torno da arte e das atividades artísticas e performativas. O exemplo de Yasmin referido atrás enquadra-se neste contexto.

- 40 Em matéria de redes, a intervenção camarária e todo o processo de regeneração, implementaram um conjunto de entidades no terreno, que gradualmente substituíram as redes mais tradicionais, comunitárias, existentes. Cooperativas culturais que surgem ao abrigo de programas camarários, tais como o BipZip (*Bairros de intervenção prioritária em zonas de intervenção prioritária*), e que implementam uma agenda cultural e artística intensiva, com o planeamento e realização de práticas artísticas diversificadas. O processo faz parte da libertação das forças criativas que subjaz à culturalização da regeneração urbana. Esta última tem por objetivo, na maioria das vezes, acrescentar valor cultural aos projetos de desenvolvimento urbano (Evans e Foord, 2003 : 171). O campo cultural local tem ele próprio sido regenerado pelos esforços de coligações de agentes culturais locais. Estes têm colocado como premissa a diversidade das expressões culturais existentes no bairro e uma parte significativa da sua ação serve para promover essa visão. Uma iniciativa como o “Bairro Intendente em Festa” apela diretamente para os cosmopolitas omnívoros que referimos atrás. Com uma programação que vai desde a tradição japonesa à percussão brasileira, passando pelo cinema português dos anos cinquenta, o festival apresenta-se com notável ecleticismo conjugando patrimonialização, multiculturalidade e ocupação do espaço público. Importa, no entanto, salientar que estes são espaços onde se processa uma saturação cultural. Por saturação cultural entendemos a condição de instrumentalização do cultural e do artístico como estratégia para formar uma paisagem urbana apelativa para artistas, consumidores culturais, investidores e turistas (Edensor, Leslie e Ratansi, 2010 : 6). Evans (2010 : 26) mostra que as artes étnicas, no sector amador e voluntário e no caso inglês, representam o grupo mais ativo dentro do conjunto das iniciativas artísticas (dados referentes a 2007). Esta prática, no caso em apreço, oscila entre uma dinâmica inclusiva através das artes e uma agenda correspondente aos desígnios da regeneração pela cultura e valorização do espaço através de intervenções distintas.
- 41 O que parece emergir da grande generalidade destas experiências é uma transição do valor de uso para valor de troca do espaço em questão. Esta tendência é verificada com grande acuidade para o eixo Martim Moniz-Almirante Reis. Como uma espécie de contradição inserida no próprio processo, à medida que estas forças vivas e dinâmicas criativas são libertadas, o espaço torna-se progressivamente mais exclusivo.

Conclusão : cultura da diversidade e territorializações

- 42 Pelo exposto atrás podemos concluir que encontramos a incorporação das expressões da diversidade cultural em agendas desenvolvimentistas cujo perfil segue, em geral, linhas idênticas de orientação e suas premissas numa ampla gama de cidades inseridas em fluxos globais, aos quais, como vimos, Lisboa começou a aceder. A saber, a diversidade cultural entra nos mecanismos de turistificação, *marketização* e embelezamento dos centros urbanos como ativo cujo potencial é explorável em qualquer uma destas dimensões. O que elas têm em comum é fazerem parte de uma ideia global de empreendedorismo urbano. E esta passa tanto pelos agentes promotores do desenvolvimento urbano, como pelos atores da imigração e diversidade cultural. Num registo semelhante à ênfase na distinção das cidades pós-industriais que escondem as suas características genéricas (Ward, 2005 [1998]: 232), também esta comercialização da diversidade prima pela retórica da excepcionalidade, tanto a nível local como nacional, apelando contudo sempre às mesmas formas práticas. As

regenerações levadas a cabo pela projeção e planeamento da cidade pós-industrial ancoram-se, na sua generalidade, nos mesmos processos e equipamentos. Como diz Evans (2005), a cultura é um tema universalmente requisitado nos programas de regeneração de áreas específicas.

- 43 A diversidade cosmopolita é integrável nestes mesmos processos situados, mas de maneira formatada segundo o uso da cultura como parte da regeneração urbana. Um tal uso expande as expressões culturais através da sua visibilidade controlada, ou seja, as formas que estas tomam são imediatamente ajustáveis ao “cosmopolitismo estético” (Urry, 1995) e acomodadas ao mercado. A espectacularização não tem que ser forçosamente objeto de crítica; porquanto a articulação entre estetização e experiência torna-se a única possível na atual configuração de governança e poder.
- 44 O caso que aqui analisámos parece ser devedor de estratégias padronizadas, repetidas noutras cidades globais ou em vias de se globalizarem, e transpostas segundo princípios de efetividade material e ganhos simbólicos. Um princípio preside a estas intervenções – tornar o território mais “civilizado” e por esse facto mais valioso também.
- 45 Em termos culturais, a mudança iniciada nos anos 1980 com as lutas pela identidade sofreu uma inflexão significativa. A cultura não é mais o étnico, padrões de comportamento atualizados espaço-temporalmente geralmente associados a formas institucionais intracomunitárias (religião, parentesco, etc.). Tão-pouco a assimilação na identidade nacional, embora esta continue a assumir formas tão diversas como as expressas pelas celebrações de datas significativas nas histórias pátrias, tais como o ano novo chinês ou o dia da língua nacional do Bangladesh. Cultura é estilo de vida. E, neste sentido, os estilos de vida admitidos nos centros regenerados das cidades são tantos quantos a cosmopolitização globalista autorizar.
- 46 Aqui devemos ter em atenção uma distinção fundamental. Entre diversidade enquanto fenómeno empírico e semiótica da diversidade, ou seja, uma diversidade apenas composta pelos sinais de uma diversidade genérica. Afinal, a exploração da diversidade cultural enquanto ativo na regeneração e promoção de uma zona pode substituir reais assimetrias e processos de expulsão e substituição nesses territórios. É nesta fina fronteira que as novas formas urbanas de integração e reconhecimento são negociadas.

BIBLIOGRAFIA

Abdou, L. H., Geddes, A. (2017) “Managing superdiversity? Examining the intercultural policy turn in Europe” *Policy & Politics*, 45 (4): 493-510, available <https://doi.org/10.1332/030557317X15016676607077>.

Albuquerque, R. (2010), “Participação cívica e trajetórias associativas de descendentes de imigrantes em Portugal”, *Revista Migrações - Número Temático Associativismo Migrante*, nº 6, Lisboa: ACIDI, pp. 103-117.

Arnaud, L. (2008) “Identity as a project: art and sport in the service of urban development policies.”, *International Journal of Cultural Policy*, vol. 14, issue 4, pp. 431-444.

- Ash, A. (2008) "Collective culture and urban public space", *City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action*, 12:1, pp. 5-24, DOI: 10.1080/13604810801933495.
- Baptista, L. (2016) "A dimensão lúdica da cidade : uma perspectiva de análise a propósito da programação global de lugares para o entretenimento urbano", in N.M. Augusto (org.) *Sociedade em Debate*, Vila Nova de Famalicão : Húmus, pp. 349-363.
- Brighenti, A. M. (2007) "Visibility. A category for the social sciences", *Current Sociology*, vol. 55(3): 323-342.
- Burchardt, M. (2017) "Diversity as neoliberal governmentality: Towards a new sociological genealogy of religion.", *Social Compass*, vol. 64 (2), pp. 180-193.
- Câmara Municipal de Lisboa (2010) *Carta Estratégica de Lisboa 2010-2024 - Um compromisso para o futuro da cidade*.
- Câmara Municipal de Lisboa (2012) *Lx-Europa 2020 - Lisboa no Quadro do Próximo Período de Programação Comunitário*.
- Câmara Municipal de Lisboa (2011) *Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2011-2014*, ATL.
- Câmara Municipal de Lisboa (s/d) *Plano Municipal para a Integração de Imigrantes de Lisboa, 2015-2017*, CML, Volumes 1 e 2.
- Câmara Municipal de Lisboa (2018) *Plano para a cidade de Lisboa 2018/2021*.
- Câmara Municipal de Lisboa (s/d) *Programa de governo da CML 2013/2017*.
- Câmara Municipal de Lisboa (2002) *Visão Estratégica - Lisboa 2012*.
- Cohen, A. (1982) "A polyethnic London carnival as a contested cultural performance", *Ethnic and Racial Studies*, 5:1, pp. 23-41, DOI: 10.1080/01419870.1982.9993358.
- Costa, A. F., Guerreiro, M. D. (1986) "The country and the city: the bairro de Alfama in Lisboa", *Sociologia Ruralis*, vol. 26, nº1, pp. 84-97.
- David H. K., Elizabeth C. (2015) "Placing immigrant identities", *Journal of Cultural Geography*, vol. 32, issue 1, pp. 129-138.
- Edensor, T., Leslie, D., Millington, S., Rantisi, N. (2010) "Introduction: rethinking creativity: critiquing the creative class thesis", in T. Edensor, D. Leslie, S. Millington, N. Rantisi (eds.), *Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking the Cultural Economy*, Londres: Taylor & Francis, pp. 1-16.
- Evans, G. (2005) "Measure for measure: evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration", *Urban Studies*, 42 (5-6): 959-983.
- Evans, G. (2010) "Creative spaces and the arts of urban living", in T. Edensor, D. Leslie, S. Millington e N. Rantisi (eds.), *Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking the Cultural Economy*, Londres: Taylor & Francis. pp. 19-32.
- Evans, G., Foord, J. (2003) "Shaping the cultural landscape: local regeneration effects", in M. Malcolm e T. Hall (eds.) *Urban Future: Critical commentaries on shaping cities*, Londres: Routledge, pp. 167-181.
- Featherstone, M. (2007) *Consumer culture and postmodernism*, Londres: Sage.
- Glick Schiller, N. (2018) "Introduction. Multiscalar City-Making and Emplacement: Processes, Concepts, and Methods", in A. Çağlar and N. Glick Schiller (eds.) *Migrants and City-Making: Multiscalar Perspectives on Dispossession*, Durham: Duke University Press, pp. 1-32.

- Hannerz, U. (1990) "Cosmopolitans and locals in a world culture", *Theory, Culture and Society*, 7: 237-51.
- Harvey, D. (2001) "The art of rent. Globalization and commodification of culture", in *Spaces of capital - Towards a critical geography*, New York: Routledge, pp. 394-411.
- Herzog, L. A. (2004) *Return to the center. Culture, Public Space, and City-Building in a Global Era*, Austin: University of Texas Press.
- Keith, M. (2005) *After the Cosmopolitan*, Abingdon: Routledge.
- Kearns, G., Philo, C. (eds.) (1993) *Selling Places: The City as Cultural Capital - Past and Present*, Oxford: Pergamon.
- Molotch, H. (1976) "The city as a growth machine", *American Journal of Sociology*, 82(2), 309-330.
- Menezes, M. (2004) *Mouraria, retalhos de um imaginário : significados urbanos de um bairro de Lisboa*, Oeiras : Celta Editora.
- Miles, S., Paddison, R. (2005) "Introduction: the rise and rise of culture-led urban regeneration", *Urban Studies* 42 (5-6): 833-39.
- Navarro, C. L., Clark, T. N. e Silver, D. (2012) "Las dimensiones e el carácter cultural de la ciudad", in C. J. Navarro (coord.) *Las dimensiones culturales de la ciudad*, Madrid : Catarata, pp. 13-45.
- Oliveira, N. (2014) "Interculturalidade ou interculturalismo ? O terceiro "ismo" das políticas de integração de imigrantes" in Associação Portuguesa de Sociologia (org.), *40 anos de democracia(s) : progressos, contradições e prospetivas*. Atas do VIII Congresso Português de Sociologia.
- Oliveira, N. (2015) "Producing interculturality. Repertoires, Strategies and Spaces", *New Diversities, journal of the Max Planck Institute for the Study of Religious and Ethnic Diversity*, 17-2, August, pp. 129-143.
- Oliveira, N., Padilla, B. (2017) "Integrating superdiversity in local governance. The case of Lisbon's inner-city", *Policy and Politics*, vol. 45, 4, pp. 605-622, available at <https://doi.org/10.1332/030557317X14835601760639>.
- Ong, A. (2011) "Introduction. World cities or the art of being global", in A. Roy and A. Ong (eds.) *Worlding cities. Asia experiments and the art of being global*, Malden: Blackwell, pp. 1-26.
- Radice, M. (2009) "Street-level Cosmopolitanism: Neighbourhood Shopping Streets in Multi-ethnic Montréal", in S. Velayutham and A. Wise (eds.) *Everyday Multiculturalism*, Basingstoke: Palgrave MacMillan, pp. 140-159.
- Rath, J., Hall, M. C. (2007) "Tourism, migration and place advantage in the global cultural economy", in J. Rath and M. C. Hall (eds.) *Tourism, Ethnic diversity and the City*, New York: Routledge, pp. 1-24.
- Schuch, J., Wang, Q. (2015) "Immigrant businesses, place-making, and community development: a case from an emerging immigrant gateway", *Journal of Cultural Geography*, vol. 32, pp. 214-241.
- Scott, A. J. (2006) "Creative cities: Conceptual issues and policy questions", *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), pp. 1-17.
- Sennett, R. (1991) *The Conscience of the Eye*, London: Faber & Faber.
- Smith, N. (2002) "New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy", *Antipode*, 34 (3), pp. 427-450.

Walters, W. (2015) “Reflections on migration and governmentality”, *Movements. Journal for critical migration and border regime studies*, 1 (1), available at <https://movements-journal.org/issues/01.grenzregime/04.walters--migration.governmentality.html>.

Ward, S. (2005 [1998]) *Selling places. The marketing and promotion of towns and cities 1850-2000*, London: Taylor and Francis.

Wilson, K., Portes, A. (1980) “Immigrants enclaves: An analysis of the labour market experiences of Cubans in Miami.”, *American Journal of Sociology*, 86: 295-319.

Urry, J. (1995) *Consuming Places*, Londres: Routledge.

Vickery, R., Vickery, M. (1974) “Chinese New Year Celebrations in London 1971-1973”, *Floklöre*, vol. 85, 1, pp. 42-45.

Zukin, S. (1988) *Loft living: Culture and Capital in Urban Change*, London: Radius/Hutchinson.

NOTAS

1. Realizadas no âmbito do segundo triénio de pós-doutoramento SFRH/BPD/88233/2012.
2. *Diversidades, espaços e migrações na cidade empreendedora*, FAMI n°26/2017, CIES-IUL, FAUL e CRIA.
3. Veja-se por exemplo como esta tradição resiste continuando a reproduzir-se em formatos múltiplos como sejam seminários e cursos de especialização que reiteram uma discursividade padronizada sobre o “lugar” Mouraria, como se este fosse uma entidade autocontida cuja correspondência entre a sua factualidade e o objecto construído dos programas de intervenção nunca fosse questionada.
“Nas últimas décadas, o bairro tem sido espaço de confluência de muitas nacionalidades, que se juntam ao tecido social existente. Os modos de convivência gerados, num lugar em que diversas tradições culturais e religiosas estão presentes, são símbolo do espírito de tolerância, aceitação e multiculturalismo da cidade. “ retirado de <https://ipps.iscte-iul.pt/index.php/eventos/proximos-eventos-2/562-desenhar-a-cidade-os-desafios-culturais-no-desenvolvimento-urbano-contemporaneo-escola-de-inverno>.
4. Realizadas no âmbito do projecto Diversidade(s), espaço e migrações na cidade empreendedora e do projecto de pós-doutoramento “A diversidade cultural no contexto social da cidade empreendedora”, FCT.
5. Segundo o Merriam-Webster Dictionary, *hip* enquanto adjetivo significa “o que está na moda”. Disponível em <https://www.merriam-webster.com/dictionary/hip> [acedido em 29/11/2019]
6. Revista comemorativa dos 20 anos da ATL (disponível em https://www.visitlisboa.com/sites/default/files/2017-03/RTL_Fev17.pdf, pág 38 e seguintes)
7. ICCA International Congress and Convention Asssocation, disponível em <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=935584> [acedido em 23/09/2019]
8. Entrevista com responsável da CML, Departamento de direitos sociais, realizada em 2014.
9. *Visão estratégica - Lisboa 2012*, CML, 2002.
10. Conferência de imprensa de anúncio do Ano Novo Chinês 2017 (Paços do Conselho, CML 16-01-2017)
11. Margarida Martins, Presidente da Junta de Freguesia de Arroios, ao Público, no artigo, “Gerir a Interculturalidade”, no jornal *Público*, disponível em <https://www.publico.pt/2017/01/25/local/noticia/gerir-a-interculturalidade-1759603> [acedido em 15/02/2017]
12. No jornal *Sol* de 30/07/2009 referia-se “A Mouraria está a transformar-se num supermercado de drogas pesadas”, in “Bairro da Mouraria substitui Casal Ventoso no Tráfico de Droga”. As

referências que usam esta qualificação tanto para o tráfico de drogas como para a prostituição encontram-se disseminadas pelos *media* da época.

13. RAIDES18 018/2019, Principais Resultados, DGEEC, disponível em file:///C:/Users/filic/Downloads/DGEEC_DSEE_DEES_2019_Destaque_RAIDES18_Inscritos.pdf, [acedido em 21/10/201

14. No dia 18 de Outubro de 2018 foi organizada uma receção para 200 estudantes Erasmus residentes em Arroios. Do programa da iniciativa constava, para além das atividades mais protocolares, uma demonstração de forró brasileiro, de danças de bolliwood, e de danças nepalesas. A cerimónia acabaria por ser adiada por falta de público.

15. Raquel Dias da Silva, Time Out (online) “O bairro mais cool do mundo está em Lisboa: Arroios é o vencedor. <https://www.timeout.pt/lisboa/pt/noticias/o-bairro-mais-cool-do-mundo-esta-em-lisboa-arroios-e-o-vencedor-091719> [acedido em 26/09/2019].

16. Entrevista realizada no dia 18/03/2017.

17. Levantamento realizado em 03-2018 no âmbito do projecto Diversidades, espaços e migrações na cidade empreendedora, FAMI, CIES-IUL e FAUL.

RESUMOS

Neste texto interessa-me explorar a ideia segundo a qual o cosmopolitismo é mais do que uma condição urbana, do viver em comum com a diferença cultural, e que se transformou numa das linguagens da máquina de crescimento urbanístico e da sua configuração política. No âmbito das estratégias de governança urbana um tal cosmopolitismo é intrinsecamente territorializado, ou seja, estabelece interdependências com as dimensões simbólicas e económicas de um território específico. Para iluminar estas interdependências sirvo-me das políticas culturais e de marketização do lugar que incorporam a noção de vantagem da diversidade na cidade de Lisboa e em particular na zona do Eixo Almirante-Reis e Mouraria. Metodologicamente o texto recolhe contributos de uma constelação de actores-chave que compreende actores estatais, comerciantes de origem imigrante, e líderes associativos. Serve-se igualmente de um corpus de documentos e discursos oficiais que sustentam algumas das premissas propostas. Termino sugerindo um conjunto de domínios onde a diversidade cultural se integra em novas dinâmicas de reconhecimento que estruturam a noção da cidade cosmopolita.

ÍNDICE

Palavras-chave: Cosmopolitismo, diversidade cultural, cultura pública, territorialização, turistificação, governança

AUTOR

NUNO OLIVEIRA

CIES-IUL, Instituto Universitário de Lisboa, Portugal, filicastrol [at] gmail.com