

Instituto Politécnico de Leiria
Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar



***Influências de Políticas Autárquicas de Reabilitação Urbana na
Projeção Turística de Espaços Típicos de Lisboa - os casos do
Bairro Alto e da Mouraria***

António José Tavares da Costa Xavier

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre
em Turismo e Ambiente

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do
Professor Doutor António Sérgio Araújo de Almeida

Setembro de 2014

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar



*Influências de Políticas Autárquicas de Reabilitação Urbana na
Projeção Turística de Espaços Típicos de Lisboa - os casos do
Bairro Alto e da Mouraria*

António José Tavares da Costa Xavier

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre
em Gestão e Sustentabilidade no Turismo

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação do
Professor Doutor António Sérgio Araújo de Almeida

Setembro de 2014

[Esta dissertação foi escrita ao abrigo do Acordo Ortográfico de 1990]

*Influências de Políticas Autárquicas de Reabilitação Urbana na
Projeção Turística de Espaços Típicos de Lisboa - os casos do
Bairro Alto e da Mouraria*

António José Tavares da Costa Xavier

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Doutor António Sérgio Araújo Almeida, agradeço o apoio e orientação tão diligentemente prestados.

À Paula Jales e a todos os outros amigos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.

À minha irmã Isabel pela disponibilidade em me ajudar sempre.

À Luísa por tudo.

Aos meus filhos por me “obrigarem” a dar o exemplo.

RESUMO

A reabilitação urbana do património arquitetónico e monumental em bairros históricos tende a propiciar a disputa na utilização/apropriação dos “novos” espaços daí resultantes, não só por novos moradores, normalmente de classes sociais mais abastadas, fenómeno a que se dá o nome de gentrificação, mas também por novos comerciantes, mais especializados na oferta. Surgem, assim, novos espaços de residência, lazer, entretenimento e cultura, entre outros.

Paradoxalmente, conforme observado na cidade de Lisboa, a mesma governação local de reabilitação urbana suscita ambivalências, resgatando e promovendo, por um lado, identidades e valores que caracterizam objetivamente a tradição e a História num regime de reciprocidade com os habitantes locais, e, por outro lado, transformando espaços onde os valores identitários se assumem numa função comercial sem correspondência nas expectativas das gentes locais nem coerência com a autenticidade objetiva dos respetivos espaços.

Enquanto no Bairro Alto permitiu-se aos investidores a decisão na apropriação e utilização do espaço, gerando-se conflitos entre novos e velhos utilizadores do bairro, assumindo-se a oferta turística como espaço de animação noturna centrada num espaço público de boémia, no consumo de álcool e num ambiente de festa permanente, na Mouraria, registou-se um processo de governação integrada com a mobilização da população residente e forças ativas do bairro, gerando-se sinergias propiciadoras de uma reabilitação urbana defensora da mobilização das estruturas identitárias do bairro, promovendo estilos de vida tradicionais e resgatando o seu imaginário coletivo assente nos seus próprios sistemas de valores.

Na Mouraria, observa-se um Turismo comunitário, envolvendo gentes locais, que, apropriando-se do seu espaço turístico o projetam no pressuposto de consubstanciar o seu património numa experiência turística diferenciada.

PALAVRAS-CHAVE

Estruturas Identitárias, Políticas Municipais, Reabilitação, Apropriação Turística do Espaço, Projeção Turística.

ABSTRACT

The urban rehabilitation of the architectural and monumental heritage in historic quarters tends to favor the dispute on the use / appropriation of the "new" resulting spaces, not only between the new residents, usually from the wealthier social classes (a phenomenon called gentrification), but also by the new traders, more specialized in tourist supply. Therefore new areas of residence, leisure, entertainment and culture, among others, arise.

Paradoxically, as observed in the city of Lisbon, the same municipal governance of urban rehabilitation raises ambivalences, rescuing and promoting identities and values that objectively characterize the tradition and history in a system of reciprocity with the local inhabitants, and transforming spaces where identity values are assumed in a business function that neither lives up to the local people's expectations nor is consistent with the objective authenticity of the corresponding spaces.

While in "Bairro Alto" the investors were allowed to make decisions on the appropriation and use of the space, thus generating conflicts between new and old users of the quarter and assuming tourist supply as a space of nightlife centered in a bohemian public space, alcohol consumption and a permanent party atmosphere in "Mouraria", there was a process of integrated governance with the mobilization of the resident population and active forces in the quarter, generating synergies which favour an urban rehabilitation that advocates the mobilization of the identity structures in the quarter, promoting traditional lifestyles and rescuing the collective imaginary based on its own value systems.

In "Mouraria" we observe community tourism, involving local people who, appropriating their tourist space based on the assumption of substantiating their heritage, project it in a distinct tourist experience.

KEYWORDS

Identity structures, Municipal policies, Rehabilitation, Tourist appropriation of the space, Tourist projection.

Índice

AGRADECIMENTOS	IV
RESUMO	VI
ABSTRACT	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XII
LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS	XIII
I. INTRODUÇÃO	1
II. REVISÃO DA LITERATURA	5
1. MODERNIDADE, PÓS-MODERNIDADE E TURISMO	5
2. TURISMO URBANO	8
3. IDENTIDADE ESPACIAL E A CONSTRUÇÃO DOS LUGARES TURÍSTICOS	10
4. TURISMO DE EXPERIÊNCIAS – CONSUMO DE EMOÇÕES	12
4.1 PIRÂMIDE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA	15
4.2 CARACTERÍSTICAS DA EXPERIÊNCIA	15
5. QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA E QUALIDADE DE VIDA DAS COMUNIDADES ANFITRIÃS	17
6. A AUTENTICIDADE, UMA QUESTÃO PÓS-MODERNA	19
6.1 AUTENTICIDADE OBJETIVA	20
6.2 AUTENTICIDADE ENCENADA	21
6.3 AUTENTICIDADE EXISTENCIAL	22
7. LISBOA TURÍSTICA – UMA CIDADE MEDITERRÂNEA BANHADA PELO ATLÂNTICO	23
8. CARACTERIZAÇÃO DO BAIRRO ALTO	26
9. CARACTERIZAÇÃO DA MOURARIA	29
9.1 PROGRAMA DE AÇÃO QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICA NACIONAL (QREN) MOURARIA - AS CIDADES DENTRO DA CIDADE	32
10. POLÍTICAS AUTÁRQUICAS EM LISBOA	37
11. REABILITAÇÃO URBANA DOS BAIRROS HISTÓRICOS DE LISBOA	39
III. METODOLOGIA	43
1. QUESTÃO DE PARTIDA E OBJETIVOS	43
2. MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO	44
2.1 ANÁLISE DOCUMENTAL	45
2.2 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE	46
2.3 ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS	46
2.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO QUALITATIVA	47
IV. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	49
1. REABILITAÇÃO URBANA, QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES E PROJEÇÃO TURÍSTICA NO BAIRRO ALTO	49
2. REABILITAÇÃO URBANA, QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES E PROJEÇÃO TURÍSTICA DA MOURARIA	56
V. CONCLUSÕES	63
VI. BIBLIOGRAFIA	69

VII.	WEBGRAFIA	75
VIII.	JORNAIS, BOLETINS INFORMATIVOS E REVISTAS	77
IX.	APÊNDICES	81
X.	ANEXOS	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 - Viagem Turística.....	14
Figura 2.2 - Pirâmide de Experiência	15
Figura 2.3 - Relações entre a qualidade das experiências turísticas e a qualidade de vida dos residentes	17
Figura 2.4 - Planta do Bairro Alto.....	26
Figura 2.5 - Mapa da Mouraria.....	29
Figura 2.6 - Mapa das intervenções previstas no projeto QREN - Ai Mouraria.....	34
Figura 2.7 - Projetos e entidades responsáveis da sua execução do PDCM	35
Figura 2.8 - Funções do Gabinete Apoio ao Bairro de Intervenção Prioritária - Mouraria.....	37
Figura 4.1 - Eventos que marcaram a evolução recente do Bairro Alto.....	52
Figura 4.2 - Apropriação do Espaço no Bairro Alto.	54
Figura 5.1 - Governação de políticas de reabilitação	63

LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS

ACBA – Associação de Comerciantes do Bairro Alto
AMBA – Associação de Moradores do Bairro Alto
ATL - Associação de Turismo de Lisboa
BIP/ZIP – Bairros de Intervenção Prioritária/Zonas de Intervenção Prioritária
CDU – Coligação Democrática Unitária
CML - Câmara Municipal de Lisboa
CREL – Circular Regional Externa de Lisboa
CRIL – Circular Regional Interna de Lisboa
DMCRU – Direção Municipal de Conservação e Reabilitação Urbana
DMRU – Direção Municipal de Reabilitação Urbana
EPUL – Empresa Pública de Urbanização de Lisboa
GABIP - Gabinete de Apoio aos Bairros de Intervenção Prioritária
GEU – Gabinete de Estudos de Urbanização
GTL – Gabinete Técnico Local
OP – Orçamento Participativo
PDCM – Plano de Desenvolvimento Comunitário da Mouraria
PDM – Plano Diretor Municipal
PDUL – Plano de Desenvolvimento Urbano de Lisboa
PEL – Plano Estratégico de Lisboa
PER – Plano Especial de Realojamento
PIPARU - Programa de Investimento Prioritário em Ações de Reabilitação Urbana
PPP – Planos e Projetos Prioritários
PS – Partido Socialista
QREN - Quadro de Referência Estratégica Nacional
WTO – World Tourism Organization

I. INTRODUÇÃO

O estudo aqui empreendido procura captar as articulações existentes entre a governação da reabilitação e requalificação do espaço urbano¹, a produção social e cultural do espaço, a qualidade de vida dos seus residentes e a repercussão de tudo isto na projeção turística dos espaços intervencionados, assente em grande medida em determinada incorporação turística pelos residentes e que nem sempre resulta em processos sociais de Assunção Identitária.

Pretende-se estabelecer uma relação entre os conflitos inerentes à organização e apropriação do espaço construído e os seus respetivos usos. Compreender, nesta dialética de organização espacial, o papel de políticas autárquicas de reabilitação e requalificação urbana, relacionadas com o património, com o espaço público (as ruas, os largos e o imobiliário urbano) e com as pessoas que habitam, vivem e consomem esses espaços, apropriando-se deles e através deles reconstruindo as suas identidades e o imaginário coletivo que os simboliza.

Neste “jogo” de apropriação do espaço, revelam-se conflitos sociais, culturais, políticos e económicos, que cabe ao poder local gerir, no sentido de contribuir para o bem-estar e qualidade de vida dos residentes destes lugares, para o sentimento de orgulho do espaço que é seu e conseqüentemente para a qualidade das vivências dos visitantes, que encontram nestes lugares a sua história, as suas tradições, as suas gentes, que diariamente lhes dão vida e os tornam únicos e autênticos na perspetiva da sua fidedignidade às suas próprias origens.

Assim, podemos dizer que o tema central desta investigação é a relação entre políticas de reabilitação urbana em dois bairros típicos de Lisboa – Bairro Alto e Mouraria, e a preservação da história, tradição, vida social, cultural e económica dos seus habitantes, o desenvolvimento da sua qualidade de vida, através do resgate do orgulho de ser “bairrista” e conseqüentemente a qualidade da oferta de turismo cultural.

Nesta dissertação são apresentados os resultados do trabalho realizado em Lisboa no Bairro Alto e Mouraria. Estes dois bairros tiveram, ao longo da sua história, percursos

¹ A reabilitação urbana consiste numa intervenção exclusivamente física sobre o tecido urbano edificado, focando-se na reabilitação do edificado e do espaço público, através de obras de reconstrução, conservação, manutenção dos edifícios, infraestruturas e espaços públicos. Neste tipo de intervenção a morfologia urbana mantém os seus traços essenciais. A requalificação urbana visa a valorização ambiental e a melhoria do desempenho funcional do tecido urbano. Engloba ações de reordenamento do trânsito, introdução de novas formas de mobilidade, criação de espaços públicos de qualidade e a valorização dos espaços naturais (DGOTDU, 2008).

muito diferentes. As políticas autárquicas aqui implementadas levaram estes bairros a situações muito díspares e que neste estudo pretendemos compreender, recorrendo à análise dos efeitos destas políticas no espaço, nas pessoas que o habitam e na oferta turística proporcionada.

Assim colocou-se como questão de partida: Que tipo de impactos é que políticas municipais de reabilitação urbana podem exercer na oferta turística dos bairros históricos de Lisboa do Bairro Alto e da Mouraria? Pretendia-se compreender a possível relação entre a reabilitação/requalificação urbana e a apropriação turística do espaço nestes bairros. No entanto, deparou-se outra questão, não menos importante e diretamente relacionada com a primeira: qual a influência dessas políticas municipais de reabilitação/requalificação urbana na qualidade de vida dos residentes e de que forma é que essas políticas influenciariam as especificidades de experiência turística promovida nesses bairros?

Na verdade, trata-se de compreender as relações entre estas políticas autárquicas, a reorganização espacial nestes bairros, a sua influência na qualidade de vida dos seus residentes autóctones e nas especificidades das experiências turísticas aqui vividas pelos visitantes que poderão ou não contribuir para a preservação dos sistemas de valores originais com repercussões distintas.

Esta dissertação está organizada em quatro capítulos. No primeiro capítulo apresenta-se a revisão de literatura que pretende fundamentar o corpo teórico que subjaz à questão de partida, assim, depois de uma contextualização do turismo na modernidade e pós-modernidade apresenta-se especificamente para o turismo urbano a mesma evolução. Como se trata neste trabalho de um estudo de caso, onde a componente de identidade espacial é fundamental, apresentam-se de seguida conceitos relacionados com a identidade espacial e construção dos lugares turísticos e relacionam-se estes com a autenticidade objetiva desses mesmos lugares ou vivências que aí se podem disfrutar.

Sendo a experiência turística o fundamento da viagem turística apresentam-se em seguida os constructos que alicerçam este conceito e a relação da sua especificidade com a qualidade de vida dos residentes dos lugares onde ocorrem essas experiências.

De seguida apresenta-se uma breve resenha histórica da cidade de Lisboa e dos bairros históricos – Bairro Alto e Mouraria, que constitui o estudo de caso desta investigação. Por último, referem-se as políticas autárquicas, com especial ênfase para o período pós 25 de Abril e para as políticas de reabilitação/requalificação urbana dos bairros históricos de Lisboa.

No segundo capítulo apresenta-se a metodologia utilizada, justificando as técnicas de recolha de informação com as especificidades da matéria investigada e do que se pretendia apurar. Pretende-se também justificar e relacionar a metodologia com a questão de partida e os objetivos que subjazem a esta investigação.

No terceiro capítulo surgem os resultados obtidos e a interpretação das entrevistas realizadas bem como da documentação recolhida sobre os dois bairros. Pretende-se sintetizar toda a informação obtida de forma a permitir dar resposta às questões colocadas neste trabalho.

No quarto capítulo apresentam-se as conclusões deste estudo em torno dos Bairros lisboetas já referidos, onde não só se reflete sobre as questões colocadas inicialmente como também noutros fatores influenciadores das formas de apropriação do espaço, reflexo da reabilitação urbana e diretamente relacionadas com a oferta turística. Por último, pretende-se apontar possíveis pistas de investigação que possam contribuir para um conhecimento mais abrangente e profundo da temática abordada nesta dissertação.

II. REVISÃO DA LITERATURA

1. MODERNIDADE, PÓS-MODERNIDADE E TURISMO

O fenómeno turístico inicia-se com uma decisão: viajar. A transição de um momento de trabalho da vida do dia-a-dia para outro de deslocamento motivado por questões intra e interpessoais, que buscam a chegada a um espaço através de um ritual em que o indivíduo passa para outra dimensão, onde procura um outro eu, a sua transformação (AMIROU,2007). Esta “decisão” é hoje considerada uma necessidade nas sociedades cosmopolitas, um direito de cidadania. Na realidade, desde o desenvolvimento do capitalismo liberal e, principalmente, com o capitalismo organizado, “fordista”, que o turismo (e a viagem) se tem constituído como um direito de cidadania das sociedades modernas. Assistimos a uma institucionalização do turismo coletivo ou de massas, em detrimento do turismo individual de elites sociais, através do desenvolvimento dos transportes e das alterações na organização social do trabalho, proporcionadas pela modernidade, que a Inglaterra rapidamente difundiu por toda a Europa e pelo mundo novo (LASH e URRY, 1994).

Segundo Fortuna e Ferreira (1996), o aumento do tempo livre dos trabalhadores, aliado ao fomento de uma ideologia de férias, permitiram acrescentar à cidadania uma conceção nova: o direito ao turismo, que se concretiza na mobilidade para além das fronteiras pessoais, sociais, políticas, etc., do espaço em que vivemos. Esta explosão do turismo de massas nos tempos modernos coincide com a turistificação de muitos lugares, com a sua entrega a uma massificação do turismo, com padronização de critérios de oferta à imagem do mundo moderno ocidental, com a valorização das viagens e destinos económicos acessíveis à grande maioria da população dos países desenvolvidos (URRY, 1990, 1995). O turismo moderno assenta assim em duas premissas: a mobilidade e o consumo. Este fenómeno no turismo tem vindo a suscitar uma reflexão pública sobre as consequências, o agravamento dos impactes ecológicos provocados por esta

“indústria”² e sobre a destruição de muitos lugares, principalmente nos países em desenvolvimento.

A prática do turismo diversifica-se, surgindo diferentes tipos de turismo – o turismo de praia, o cultural, o de negócios, o de natureza e ecológico, entre outros. As atrações naturais e culturais (que constituem, hoje em dia, património mundial da Unesco) assumem uma relevância cada vez maior no turismo, tornando-se lugares obrigatórios (MACCANNELI, 1976). As férias tornam-se mais curtas e fragmentadas. Nas cidades, a utilização da cultura como fator de desenvolvimento económico e social, associada à proliferação de produtos culturais turísticos, ameaçam provocar a massificação e a descaraterização identitária. Esta produção de lugares para o turismo cria uma nova organização espacial que afeta a paisagem do local, a cultura e a autenticidade das práticas sociais (PELUSO, ABREU e DIAS, 2010). Vivemos assim uma era de globalização que se “alimenta” da tendência de homogeneização do mundo mas que paradoxalmente proporciona condições técnicas para que mais facilmente se promovam e valorizem as especificidades locais e regionais. A Globalização massifica mas também promove Identidades (ALMEIDA, 2010).

Segundo Stuart Hall (1992), seria demasiado simplista caracterizar a pós-modernidade como um movimento de homogeneização das culturas, através da contaminação capitalista das identidades nacionais. Para este autor, a globalização tem como principal característica a compressão do espaço-tempo, tornando o mundo mais pequeno e as distâncias mais curtas. Os acontecimentos num determinado lugar têm impacto imediato em pessoas e lugares muito distantes. Hall afirma ainda que uma das consequências deste fenómeno foi a resistência das culturas locais à presença e ameaça de outras culturas. Verifica-se mesmo um recuo ao absolutismo étnico, que procura recuperar a tradição pura já perdida (HALL, 1992). Assistimos assim, à turistificação generalizada dos territórios no mundo e simultaneamente à “singularização” da viagem turística e à redefinição da autenticidade em turismo. Segundo Jonh Urry (1990), “na atualidade, alguns ou muitos países estão prestes a ser engolidos pelo processo turístico. Não é um fenómeno destinado a lugares concretos, mas todos os espaços, atividades (...) podem ser materiais ou simbolicamente, objeto do olhar turístico”.

² Apesar da vulgarização do termo, incluindo a própria OMT, tecnicamente falando, o Turismo não é uma indústria. É antes uma Constelação de Serviços. Daí as aspas.

No início dos anos 80 surgem os primeiros sinais de esgotamento deste modelo. A especialização na praia e montanha para uma oferta homogeneizada não considerou as segmentações de mercado, concebendo um turista uniformizado para um destino estândar. A dicotomia entre uma oferta rígida e homogénea, em confronto com uma procura individualizada e diferenciada, foi um dos primeiros sintomas da crise do modelo fordista (DONAIRE, 1998). Para Jost Krippendorff (1987), no final da década de 1980 as alterações na sociedade indiciavam o aparecimento de um novo turista, nascido de uma sociedade mais preocupada com o ambiente, com os “outros”, mais humanizada e menos centrada nos valores do trabalho e da produção de riqueza. Segundo este autor, a questão não se centrava em novas viagens, mas sim num novo turista consciente da sua condição de “estranho”, num lugar onde vivem pessoas com culturas e tradições que devem ser respeitadas.

A conferência de Manila em 1980, promovida pela WTO, representa uma das primeiras tentativas de reinvenção das práticas turísticas, através da discussão de um conjunto de pressupostos conceptuais que estão na base da relação entre o turista e as comunidades locais, que se designou por Turismo Alternativo. Neste contexto, o Turismo Alternativo identificava-se com o ecoturismo, turismo de natureza e seria a alternativa ao turismo de massas no litoral dos países tropicais. Por outro lado, este conceito era integrador, colocando os turistas e as comunidades autóctones no centro da questão.

Quando analisamos as tendências do turismo pós-moderno numa perspetiva global, tendo em atenção a diversidade de regiões do planeta, interessa interrogarmo-nos sobre a gestão dos produtos turísticos praticada nestes destinos. A reflexão que se impõe deve direccionar-se para as inter-relações com os fenómenos sociais, culturais e ambientais que integram este “novo” turismo. Ao contrário do turismo massificado, predominante nas décadas de 50 a 70, centrado no produto e nos serviços, o turismo alternativo centra-se no turista, o produto turístico deve responder às expetativas do turista, das experiências pessoais que mais valoriza, das emoções que procura (WEARING, 2001).

Olhando para a evolução epistemológica do turismo, podemos dizer que, ao esforço no desenvolvimento do produto no “turismo fordista”, sucedeu a focalização na qualidade de serviços no turismo pós-fordista. Atualmente, as empresas pós-modernas concentram-se na construção de experiências, ficando o desenvolvimento do produto e do serviço englobados num conceito mais

abrangente: a experiência do turista. Neste processo os vendedores de apartamentos em hotéis serão substituídos por vendedores de experiências; os criadores de pacotes turísticos deverão criar emoções; os comerciantes tornar-se-ão contadores de histórias e os turistas deixarão de ser espetadores para se tornarem protagonistas neste novo cenário (LOCKS, 2007).

2. TURISMO URBANO

A emergência da cidade pós-industrial na Europa Ocidental desde o início dos anos 70 iniciou um processo, mais ou menos rápido, de mercantilização da cultura e do património ao turismo (SELBY, 2004).

Segundo Karski (1990) o turismo urbano esteve sempre presente ao longo da história do turismo, desde as cidades Sumérias e Mesopotâmias. As cidades sempre tiveram a capacidade de atrair as populações não só para trabalhar, utilizar os seus serviços ou comprar os seus bens, mas também para o lazer e entretenimento (EDWARDS et al., 2008).

São as cidades os verdadeiros destinos das viagens que constituíram o embrião dos circuitos turísticos culturais. O Grand Tour foi durante os séculos XVII e XVIII uma etapa fundamental na formação da juventude aristocrata inglesa (GAGLIARDI, 2009). Esta viagem, acompanhada por um tutor, foi praticada com um carácter pedagógico e pretendia dar a conhecer aos jovens aristocratas ingleses os principais centros da cultura clássica. O amor à cultura e ao património monumental clássico foram os impulsionadores destas viagens que encontraram nas cidades italianas os seus destinos incontornáveis. O verdadeiro *Grand Tour* constituía-se por uma paragem em Paris e um circuito pelas principais cidades italianas – Roma, Veneza, Florença e Nápoles (SALGUEIRO, 2002). Os registos do diário de Goethe (1999) ilustram bem o que aqui foi dito:

“Caminhamos diligentes para um lado e para o outro; estudo os mapas de Roma, a antiga e a nova, contemplo as ruínas, as edificações, visito algumas vilas, examino com bastante vagar as maiores atrações; eu apenas abro bem os olhos, olho, vou-me embora e volto para olhar de novo,

pois não há maneira de alguém preparar-se para Roma senão em Roma (Roma, 7 de Novembro de 1786).” (citado em GAGLIARDI, 2009)

No final do século XIX e início do século XX, a cidade assume uma característica excecional: por um lado procurava-se a fuga às pressões da vida urbana, por outro buscavam-se as suas vantagens. O espaço urbano moderno configura-se também como um espaço de tempo livre, da cultura, do espetáculo, de novas sociabilidades (GAGLIARDI, 2009). A institucionalização do património nacional e da respetiva preservação, a difusão dos museus e dos eventos culturais serão fundamentais para o crescimento do turismo urbano.

Durante a década de 1980 a procura por destinos turísticos urbanos começou a aumentar rapidamente. As Cidades tornaram-se destinos turísticos, pontos de chegada para o turismo cultural urbano e não só pontos de partida para o turismo rural ou de praia (BEN-DALIA et al., 2012). Rapidamente, governos e municípios aperceberam-se do potencial económico do setor do turismo urbano e a atribuição de financiamentos para projetos turísticos revelou-se um bom investimento. Até ao final da década de 1990, as estratégias de turismo de renovação urbana e desenvolvimento económico tornaram-se populares em muitas cidades no mundo (LEI 1996; JUDD 1999; RUSSO & VAN DER BORG, 2002, citado por BEM-DALIA et al., 2012). Hoje em dia, o turismo urbano contribui decisivamente para o crescimento económico das cidades e tem um impacto considerável na atividade e forma de vida dos seus habitantes (SELBY, 2004). Porém esta mercantilização da cidade e do seu património cultural e histórico, focalizada no consumo turístico, alegadamente, ignora a própria perceção que o turista é capaz de desenvolver. Segundo Clarissa Gagliardi (2009), resgatando os conceitos de visibilidade e visualidade de Ferrara (2002):

“(…) um turismo de visibilidade torna-se então possível o reconhecimento de uma experiência coletiva e emancipadora, em lugar de sua fetichização por meio do turismo de visualidade (segundo Ferrara, «a visibilidade consiste na possibilidade de ultrapassar a visualidade, ou seja, de pensar, recriar, inventar a imagem e transformar o olhar na possibilidade de conhecer o mundo»).”

A atividade turística não é o único setor de atividade económica da cidade. Hotéis, equipamentos turísticos e serviços turísticos são uma parte integrante da atividade da cidade, uma vez que servem os moradores e visitantes. Infraestruturas

turísticas e funções (tais como museus, teatros, instalações desportivas e instalações comerciais) são construídas para os residentes, contribuindo para a sua qualidade de vida mas, simultaneamente, também servem os interesses dos turistas e contribuem para a qualidade da sua experiência turística. (INSKEEP 1991; FAINSTEIN & JUDD, 1999; EDWARDS et al 2008, citados por BEM-DALIA et al, 2013).

O turismo urbano é um produto complexo e variado, vários autores têm sistematizado os aspetos que o englobam e caracterizam (BEM-DALIA et al, 2013). Desde os grandes eventos internacionais (como o *Rock in Rio* ou a final da Liga dos Campeões Europeus) aos museus e património monumental, dos negócios e compras à pura diversão, o turista tem uma panóplia de possibilidades não encontradas em mais nenhum tipo de lugar turístico.

3. IDENTIDADE ESPACIAL E A CONSTRUÇÃO DOS LUGARES TURÍSTICOS

Os lugares não são estáticos, estão constantemente a ser reinventados por quem lá vive ou por quem os visita. Esta dinâmica construtiva depende do olhar de quem os vê, de quem os vive, das emoções que proporcionam. É nessa medida que a intensidade da experiência turística vivida é determinante na forma como o turista se apropria do espaço, recriando-o e concebendo uma nova imagem desse lugar. Esta imagem turística só é sustentável se as experiências turísticas vividas e percebidas pelos turistas forem consonantes com as experiências do dia-a-dia vividas e percebidas pelas comunidades locais (SARMENTO, 2004). Ainda de acordo com o mesmo autor, a apropriação do espaço pelos turistas resulta da recriação feita por estes, em função das emoções que as suas experiências no lugar lhes proporcionam. Falamos de um espaço cultural, simbólico, resultante de uma construção psicossocial eivada do nosso passado e, simultaneamente, de um espaço mercantilizado, recriado pelo turismo que, para o vender, o transfigura e simplifica, recriando-o e reconstruindo imaginários coletivos para o transformar em lugares turísticos e, por isso, em bens consumíveis

Assim um lugar é composto por vários espaços. Segundo Lefebvre (1991), o espaço resulta da interligação entre o espaço físico (natureza, morfologia, local) o espaço mental (abstração formal sobre o espaço) e o espaço social (o espaço ocupado por

fenómenos sensoriais, incluindo produtos da imaginação como projetos simbólicos e utopias). Ainda segundo este autor, o espaço conceptualiza-se em três dimensões: espaço percebido, espaço concebido e espaço vivido. No fundo trata-se de um espaço tridimensional onde se realizam práticas espaciais materiais, representações do espaço e espaço de representações. O espaço concebido (as representações do espaço) tem também lugar para pensamentos e visões utópicas do decodificador e para a criação pura e criativa de alguns artistas e poetas. O espaço vivido surge como reflexo da vida social, assumindo-se simultaneamente como espaço vivido por residentes e utilizadores e espaço que se alonga através das imagens e dos símbolos que o acompanham. O espaço vivido é o espaço dominado por nós do qual nos apropriamos e reconstruímos fazendo uso simbólico dos seus objetos e sinais (LEFEBVRE, 1991). Este conjunto de significados organiza os espaços transformando-os em lugares (TUAN, 1996). Os lugares são assim, o resultado da organização da experiência humana no mundo (LEW, 2003).

Os lugares turísticos podem ser entendidos como o conjunto de espaços que produzem experiências para os turistas que os procuram. Assim, estes lugares já foram apropriados pela prática social do turismo ou são considerados potencialmente turísticos (MARUJO e CRAVIDÃO, 2012) e, por isso mesmo, espaço e lugar são constructos fundamentais nos estudos sobre turismo (MACCABE et al, 2004). Talvez pela nostalgia que nos provocam, ou pelo seu carácter típico e único, ou ainda pelas gentes que o constroem e lhe dão alma, os lugares são o objeto e objetivo da viagem turística. Mas como se constrói a sua identidade? Ou como a podemos medir? Na sociedade em que vivemos, pós-moderna, a imagem é o veículo principal de comunicação e a publicidade o seu instrumento, que nos apresenta o que há a visitar numa cidade, que nos transmite a história ou a fantasia da identidade de um destino turístico (BRANDÃO, 2008). Por outro lado, a construção dessa identidade está diretamente relacionada com alguns conceitos como memória coletiva – um lugar é também o produto das vivências que residem na memória coletiva da comunidade que o habita, não podendo existir um sem a outra (HALBWACHS, 1950). Segundo este autor, a memória coletiva está ligada ao passado e aos antepassados; ligada a acontecimentos especiais e a alterações técnico-económicas; ligada a hábitos culturais e ao espaço. Outro conceito importante no constructo da identidade de um lugar é o de uso e apropriação do espaço – a adaptação e utilização do espaço feita pelos diferentes grupos que compõem a comunidade de um lugar. A apropriação do espaço é um processo contínuo e com transformações sociais, económicas, culturais, do seu uso, que podem gerar novas identidades, muitas vezes conflituantes com a apropriação e uso que a comunidade lhe dava anteriormente. A conservação dos espaços de um lugar e da (s) sua (s) identidade (s) resulta também da

intensidade da sua utilização, um espaço intensamente utilizado é um espaço cuidado e estimado pela comunidade, enquanto espaços abandonados propiciam o vandalismo o esquecimento e a perda de identidade do lugar em que se inserem.

O “espírito do lugar” encontra-se inscrito em aspetos especiais e grandiosos do lugar, tais como paisagem humana ou natural, monumentalidade, simbolismo dos seus elementos, e reforça a identidade do lugar (SHULZ, 1980). É da conjugação destes fatores que a identidade de um lugar se afirma, que resgata a seu passado e projeta o seu futuro numa partilha continua entre a comunidade local e o poder democrático (ALMEIDA, 2012). Cabe ao poder político democrático reconhecer as necessidades individuais das comunidades, expressa na vida quotidiana dos lugares onde se afirmam e resgatam o seu passado, apropriando-se e reapropriando-se do espaço, construindo, com o seu uso, a emancipação da sua cultura, da sua vida social e do seu espaço vital.

4. TURISMO DE EXPERIÊNCIAS – CONSUMO DE EMOÇÕES

No final da década dos anos 90 do século passado, surgiram novos conceitos oriundos da ciência económica que rapidamente se difundiram em diferentes setores, inclusive o turismo. Referimo-nos ao conceito de Economia da Experiência (PINE; GILMORE, 1999) e aos conceitos abordados na obra Sociedade dos Sonhos (JENSEN, 1999). Na essência, estes termos concentram-se na criação de experiências e emoções que o consumo de determinado produto propicia ao consumidor, construindo “experiências vividas” individualizadas e únicas. O consumo destas experiências conduziria a um estado de satisfação simultaneamente centrado na necessidade que originou o seu consumo, e globalizado por gerar outras satisfações de carácter mais subjetivo. Surge, assim, um novo modelo em turismo que em síntese podemos chamar “turismo de experiências e consumo de emoções”.

Na sequência deste novo paradigma, surgiu um conjunto de pesquisas que pretenderam analisar as características da experiência em turismo (Kim et al., 2012). Num trabalho realizado por Kim, Ritchie e McCormick (2012), uma experiência turística memorável é referida em vários estudos realizados entre 1988 e 2006 como sendo composta por alguns dos seguintes constructos: hedonismo, relaxamento, estímulo, rejuvenescimento, sentimentos adversos (ex: fúria, raiva), interação social, felicidade,

significado, conhecimento, desafio, avaliação do valor da viagem, avaliação do serviço das empresas turísticas durante a viagem, inesperado, relevância pessoal, novidade e participação. Como podemos ver por esta panóplia de sentimentos e emoções, quando nos referimos a turismo de experiências, focamo-nos num tipo de turismo que pretende marcar o turista, de maneira profunda e positiva, com as experiências intrapessoais que marcam a vivência durante a sua viagem e estada no destino. Ao turismo de evasão, como fuga ao dia a dia, surge a viagem construída para o desenvolvimento intrapessoal, como forma de alargar os horizontes, de experimentar com vista ao enriquecimento intelectual (WEARING, 2001).

A vivência global em que nos encontramos na atualidade aproxima as culturas e diminui as diferenças culturais no mundo “civilizado”. O mundo ocidental vive para e numa monocultura capitalista. Por outro lado assistimos à valorização do diferente, do único e do simbólico (ALSAYYAD, 2001). A necessidade quase vital de fuga à massificação faz o turismo assumir um papel fundamental no desenvolvimento pessoal, no reencontro com as origens, na procura da autenticidade genuína (MACCANNELL, 1976). O turista encontra na viagem a iniciação de um ritual que o transporta a um outro “eu”, através da integração e vivência de experiências com outros (AMIROU, 2007). Segundo este autor, essa viagem inicia-se muito antes da sua materialização propriamente dita. O imaginário coletivo construído pelos novos intermediários culturais de uma sociedade pós-moderna, ajuda a idealizar as imagens que seduzem o turista a escolher um lugar. O cinema, a Televisão, a literatura, a publicidade, a cultura de um modo geral, influenciam a construção de imagens do mundo onde nos revemos ou que gostaríamos de disfrutar. Cria-se uma expectativa que o turista deseja ver satisfeita durante a experiência turística, um ritual de passagem que se concretiza com a viagem para um lugar onde ele se procura a si mesmo, ao outro, de um lugar onde possa renascer (AMIROU, 2007). A autenticidade da experiência vivida, a busca da integração num ambiente que o remete para vivências nostálgicas e autênticas. A experiência turística é, assim, a concretização do imaginário criado pelo turista e a assunção das transformações que a viagem lhe proporcionou é o reflexo da sua satisfação. Esta é o resultado da realização do imaginário turístico ao longo da viagem. Se o destino lhe proporcionar emoções que o transportem para a satisfação do seu imaginário, o turista sentir-se-á realizado e plenamente satisfeito. O papel das experiências, dos atores intervenientes e do próprio gestor de experiência são fundamentais para intensificar as experiências e emoções, tornando a pós-experiência a continuação e o reflexo da sua satisfação (Figura 2.1).

Figura 2.1 - Viagem Turística



Fonte: elaboração própria

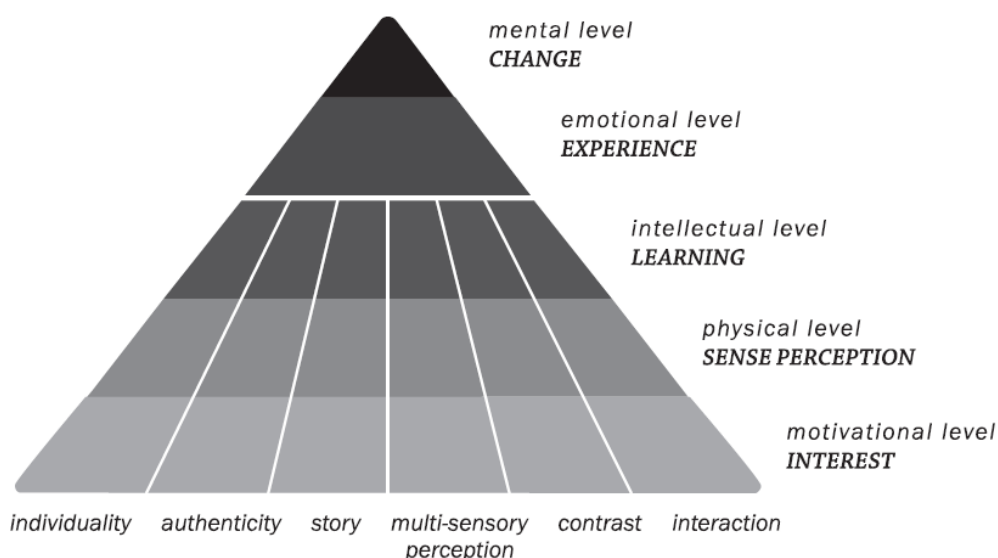
A separação entre experiência turística e os serviços que se consomem durante uma viagem turística é exposta de forma bem clara por Sharpley e Stone (2011), quando nos dizem que deve ser feita a distinção entre os serviços específicos, muitas vezes referidos como experiência, consumidos por turistas dentro do contexto de um período de férias e a mais ampla experiência - a experiência turística, para a qual contribuem coletivamente. Para estes autores, a experiência do turismo é a experiência de ser um turista, o que resulta não só de uma determinada combinação de experiências proporcionadas, mas também do sentido ou significado que lhe é concedido pelo turista em relação à sua essência sociocultural.

A experiência turística significativa revela-se na situação que se vive, por isso, o serviço tem que ser personalizado. É ao turista que cabe classificar uma experiência turística como significativa tendo em conta o serviço prestado, o seu nível cultural, as suas experiências turísticas anteriores e a sua experiência da vida diária (KOMPPULA e BOXBERG, 2002, como em TARSSANEN, 2009). Segundo Tarssanen (2009) uma experiência significativa é subjetiva, pessoal e difícil de controlar, e por isso nem sempre atingível. Ainda segundo esta autora, uma experiência significativa é uma experiência emocional positiva e inesquecível, que pode levar a uma mudança pessoal. Mas então como identificar uma experiência significativa de uma outra banal? Quais os elementos essenciais que um produto turístico deve conter para propiciar uma experiência turística significativa?

4.1 PIRÂMIDE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA

A Pirâmide da Experiência Turística é uma das ferramentas que ajuda na análise e compreensão do conteúdo da experiência de um produto turístico. A pirâmide de experiências foi desenvolvida por Tarssanen e Kylänen (2006), no *Centro de Lapland* de conhecimentos para a “indústria” de experiências turísticas. Através deste modelo, pode analisar-se o produto turístico e encontrar formas de desenvolvê-lo de forma a fornecer ao cliente uma verdadeira experiência significativa (TARSSANEN e KYLÄNEN, 2006).

Figura 2.2 - Pirâmide de Experiência



Fonte: Tarssanen e Kylänen, 2006

4.2 CARACTERÍSTICAS DA EXPERIÊNCIA

A individualidade refere-se à originalidade do produto e ao seu caráter único e extraordinário.

A autenticidade refere-se à credibilidade do produto. Na sua forma mais simples a autenticidade reflete o estilo da vida atual e da cultura de uma região ou lugar. Como não há conceitos universais de verdadeiro e real, a autenticidade é em última análise determinada pelo cliente. Um produto é autêntico se se pensa que é genuíno e real;

A história está intimamente ligada com a autenticidade. Para a experiência ser atraente é importante ligar os diferentes elementos do produto numa história coerente, credível e autêntica;

A percepção multissensorial, refere-se à experimentação de um produto com o maior número de sentidos possível. A experiência deve ter impacto visual, auditivo, olfativo, gustativo e tátil e tende a ser mais intensa na medida em que são envolvidos todos os sentidos.

O contraste, pelo qual a experiência é tanto mais intensa quanto mais contrastante for com a vida quotidiana do cliente. O produto deve ser capaz de fazer experimentar algo novo, exótico e fora do comum. As características culturais do cliente devem ser tidas em consideração porque o que é exótico para uma cultura pode não ser para outra.

A interação resulta do sucesso da comunicação entre um produto e o cliente, entre o gestor da experiência/comunidade local e o cliente, e entre clientes. Viver algo em comunidade aumenta a aceitação social do produto/experiência.

O eixo vertical do modelo da pirâmide de experiência ilustra como esta é construída pelo turista a partir da motivação para a experiência real, através do processo de tomada de consciência, e que o leva a uma experiência significativa e a uma mudança interior

Nível motivacional deve despertar a atenção e o interesse do cliente.

Nível físico é fundamental garantir o bem-estar físico do turista. Os sentidos devem ser o veículo de experimentação do produto

Nível intelectual, os estímulos sensoriais devem permitir aprendizagem, reflexão e aplicação de conhecimentos e formulação de opiniões.

Nível emocional é a parte mais significativa da experiência, embora as reações emocionais sejam difíceis de prever ou controlar.

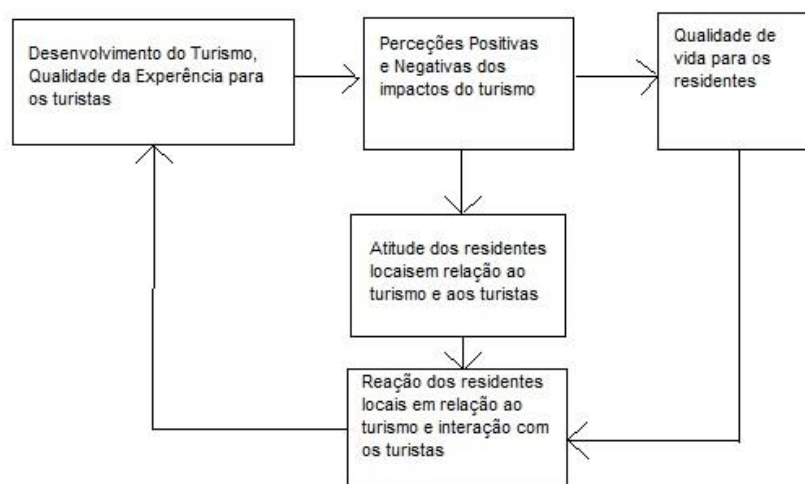
Nível mental, se todos os outros níveis forem plenamente atingidos durante a experiência, a satisfação que o turista atinge pode levar a uma mudança pessoal. “Saí turista regressei peregrino” (AMIROU, 2007). Através de uma experiência intensa e significativa, pode adotar-se um novo passatempo, uma nova maneira de pensar ou descobrir novos recursos dentro de si mesmo.

5. QUALIDADE DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA E QUALIDADE DE VIDA DAS COMUNIDADES ANFITRIÃS

Os residentes de uma comunidade anfitriã num destino turístico são parte integrante das experiências turísticas, influenciam a sua qualidade e consequentemente a qualidade de vida quotidiana dos turistas (CARMICHAEL, 2005). Por outro lado, o turismo e a presença de turistas num lugar, que é palco da atividade turística, influenciam positiva ou negativamente a qualidade de vida dos anfitriões desse lugar.

Uma boa experiência para um turista, num determinado lugar, pode não o ser para um residente desse mesmo lugar (BRAMWELL, 2003), ver figura 2.3.

Figura 2.3 - Relações entre a qualidade das experiências turísticas e a qualidade de vida dos residentes



Fonte: adaptado de CARMICHAEL, 2005

Alguns estudos sugerem que os residentes num destino turístico consideram os impactos económicos positivos, mas não têm a mesma opinião em relação aos impactos ambientais e sociais (PEARCE, 2012; CARMICHAEL, 2000).

Andereck e Jurowski (2005), consideram muito importante para o desenvolvimento do turismo as questões relacionadas com o impacto na qualidade de vida dos residentes, porque a qualidade das experiências turísticas, num destino, dependem também da receptividade da comunidade anfitriã e da atratividade do ambiente natural/humanizado.

O contributo do turismo para o desenvolvimento de uma região é inegável, mas o seu espectro de ação estende-se muito para além do crescimento económico. Vários autores abordam o seu contributo para a revitalização do artesanato e valorização do património cultural (AP, 1992; ANDERECK et al., 2005), para a emancipação das comunidades através do resgate da sua identidade (ALMEIDA, 2012) e para a preservação do ambiente (ANDERECK et al., 2005).

A realidade, no entanto, mostra-nos que nem sempre é assim. Por vezes, um desenvolvimento assente numa dependência muito forte ao turismo pode criar situações de instabilidade económica e social. A perda de qualidade e valor nos produtos e serviços turísticos pode ocasionar perda de emprego, perda de vendas, perda de receitas fiscais, numa espiral descendente. Além dos impactos negativos na qualidade de vida dos residentes, um crescimento descontrolado do turismo, ao longo do tempo, pode trazer mudanças estruturais para a comunidade que aceleram a deterioração da qualidade de vida, devido ao congestionamento do tráfego, aglomeração excessiva de pessoas nos lugares turísticos, maior pressão sobre os serviços e até perda de identidade da comunidade local (UYSSAL et al., 2012).

Estes autores referem ainda a dificuldade em quantificar os benefícios intangíveis que o turismo proporciona. Esses benefícios representam os indicadores de qualidade de vida dos residentes na comunidade e resultam da sua satisfação nos principais domínios da vida quotidiana, ou seja, bem-estar económico, físico, social e ambiental. A perceção global destes impactos na comunidade pode afetar a perceção do bem-estar pessoal de cada indivíduo da comunidade. As questões que relacionam a qualidade de vida dos residentes numa comunidade turística e a qualidade da experiência turística, satisfação dos turistas e fidelização a um destino, são atuais e diretamente relacionadas com a sustentabilidade de um destino turístico. Assim, podemos considerar que o turismo sustentável deve garantir a satisfação de turistas e residentes assegurando o equilíbrio entre as condições económicas, culturais, sociais, ambientais e identitárias, tal como preconizado pela Organização Mundial de Turismo. Esta relação entre turismo, turistas e residentes deve ainda valorizar os atributos exclusivos do lugar turístico sustentando a sua atratividade e diferenciação. A preservação destes recursos confere vantagens competitivas a estes lugares por serem únicos e desenvolverem um prática que perpétua e valoriza a sua identidade (HALL e WILLIAMS, 2008).

6. A AUTENTICIDADE, UMA QUESTÃO PÓS-MODERNA

A modernização e a globalização têm levantado questões críticas para os estudiosos do turismo, tais como a da "Autenticidade" das atrações, culturas e lugares e da respetiva sustentabilidade. A questão da autenticidade foi e é uma temática quase obrigatória nos estudos turísticos (HUGHES, 1995). O trabalho de MacCannell sobre motivação turística e autenticidade é indiscutivelmente um dos mais influentes na literatura académica sobre o turismo. O impacto do seu livro *The Tourist* (1976) foi observado por estudiosos tais como Bruner (1993), Dann e Cohen (1991) e Uriely (1997). A busca da autenticidade, segundo MacCannell, está enraizada numa ansiedade pós-moderna sobre a "Realidade" da vida (JAMAL e HILL, 2002). "O turista é um peregrino moderno, buscando existência autêntica e significado à artificialidade da vida moderna", (MACCANNELL, 1976). A autenticidade é aqui definida como a característica daquilo que é original e verdadeiro. Durante as décadas seguintes vários contributos permitiram uma melhor compreensão sobre as questões da autenticidade. A relevância desta questão foi claramente potenciada pela influência do pós-modernismo que a tornou quase mítica no turismo, continuando tão atual como o foi em 1976 (JAMAL e HILL, 2002). No entanto, com a utilização constante deste conceito, as respetivas ambiguidades e limitações foram sendo, cada vez mais, expostas. Os críticos questionaram a sua utilidade e validade, pois muitas motivações ou experiências turísticas não podiam ser explicadas unicamente através do conceito "MacCannelliano" de autenticidade (SCHUDSON, 1979; STEPHEN 1990; URRY 1990).

Na realidade, sabe-se hoje que a satisfação do turista não depende da autenticidade genuína dos eventos, mas sim da forma como ele percebe essa autenticidade, da sua necessidade de viver experiências autênticas. Uma revisão de estudos de turismo elaborada por Jamal e Hill (2002) revela uma tendência académica para: (1) caracterizar a experiência turística como "autêntica" ou "não autêntica", na maior parte das vezes indiretamente, de forma intrínseca, e não por aplicação direta do termo; (2) atribuição de características tais como 'real' ou 'verdadeira' para uma experiência, objeto ou evento, de uma forma que esconde um preconceito normativo / pessoal ou pressupostos filosóficos. A ambiguidade do conceito de autenticidade no turismo reside nos pressupostos utilizados para o definir. A autenticidade pós-moderna não procura o que é real, mas sim, o simulacro, a construção de uma "encenação autêntica" (ex.: parques temáticos) (JAMAL e HILL, 2002). Outra característica da autenticidade é a sua dimensão espaço-temporal. O turismo cultural é um bom exemplo para ilustrar estas duas dimensões. O património turístico engloba três dimensões temporais: o tempo histórico, o tempo patrimonial e o tempo do

turista. O primeiro refere-se ao tempo real que não é possível manipular, o segundo permite, através da reconstituição da realidade recuar no tempo, construindo ou mais propriamente reconstruindo uma autenticidade passada. O tempo do turista ou pessoal quase pode ser pensado como uma 'superação' do tempo. O turista está consciente de que o evento ocorreu noutra tempo, mas também está ciente da importância do momento para a sua própria vida. Assim, o momento experimental pode ser, simultaneamente, no passado, presente ou mesmo no futuro (KIRSHENBLATT-GIMBLETT, 1997). Em lugares de "património fabricado" como Las Vegas, por exemplo, nem o tempo nem a distância espacial medeiam o encontro entre o visitante e Veneza, e ninguém põe em questão a autenticidade deste património dado que ele é assumidamente fabricado, encenado para "inglês ver". A autenticidade construída e assumida como tal passa a ser uma "falsidade autêntica" e em nada prejudica a experiência do seu visitante (ALSAYYAD, 2001).

Temos assim diferentes perspetivas em relação à autenticidade: autenticidade objetiva, autenticidade construída ou encenada e autenticidade existencial.

6.1 AUTENTICIDADE OBJETIVA

A autenticidade objetiva refere-se a uma característica objetiva e real no mundo, pode encontrar-se, por exemplo, num evento histórico cientificamente situado no tempo e no espaço, em factos físicos e naturais observáveis (SEARLE, 1995). O conceito de autenticidade em MacCannell (1976) parece aproximar-se do que atrás foi exposto mas vai mais longe ao considerar a autenticidade uma característica pré-moderna e única que não existe na modernidade (TEO e YEOH, 1997).

Uma abordagem diferente de autenticidade objetiva, podemos encontrar no trabalho de Littrell, Anderson e Brown (1993). Estes autores utilizam indicadores específicos, tais como a opinião dos turistas, para encontrar o significado de autenticidade objetiva. Estes apontavam como principais características da autenticidade objetiva a aparência artesanal, o acabamento, a funcionalidade, a identificação cultural e histórica, técnicas de produção, etc.

Ao permitir que os turistas partilhem as suas próprias definições de autenticidade, estes autores contribuíram, tanto metodológica como concetualmente, para a literatura científica com uma ideia clara de como muitos turistas veem a autenticidade objetiva.

6.2 AUTENTICIDADE ENCENADA

A autenticidade pode ser social e politicamente construída em função dos valores, das crenças, cultura e aspirações das partes interessadas (JAMAL e HILL, 2002). Segundo Cohen (1988), a autenticidade é um conceito negociável influenciado pelo tipo de experiência turística desejada e pelo desenvolvimento deste conceito ao longo do tempo. A autenticidade é portanto emergente e pode resultar da encenação construtiva promovida pelos interesses de promotores turísticos em proporcionar uma experiência particular de autenticidade aos turistas. A encenação dos ambientes na reconstrução histórica de tempos passados ou de atualidades exóticas resulta numa maior ou menor artificialização da experiência promovida, impedindo o turista de distinguir as regiões autênticas das regiões de fachada nos ambientes sociais e naturais que visita (GOFFMAN, como em MACCANNELL, 1973). O mercado da autenticidade dissipou as fronteiras entre o que é e não é autêntico, através da sacralização dos lugares (FORTUNA, 1995).

Segundo Carlos Fortuna (1995):

“As ações de promoção turística, as descrições históricas e do significado dos lugares que, sob diversas formas, inventam a tradição e estimulam a nostalgia, retiram a sua eficácia do próprio modelo de organização institucional do turismo. Promotores privados e públicos, agências e companhias multinacionais, autarquias e outras organizações de gestão administrativa contam-se entre os principais agentes que dinamizam um mercado e um modelo de organização do turismo que, pela sua parte, são também responsáveis pela acelerada diminuição da autenticidade dos ambientes turísticos.”

Embora MacCannell defenda a ideia de que os turistas são motivados por uma genuína procura de autenticidade, em experiências culturalmente ricas e espontâneas, numa sociedade pós-moderna, reconhece que a autenticidade oferecida ao turista é muito reduzida. O arranjo turístico dos lugares, resultante na sua parcial ou total artificialização, condicionam a capacidade do turista distinguir o verdadeiro, o encenado e o construído.

6.3 AUTENTICIDADE EXISTENCIAL

Wang (2000) classifica a autenticidade em quatro tipos: objetiva, construtivista, pós-moderna e existencial. No seu trabalho *Rethinking authenticity in Tourism Experience*, Wang (1999) considera ainda que a autenticidade existencial se subdivide em intrapessoal e interpessoal. Um turista pode considerar uma experiência turística autêntica desde que ele a usufrua como tal. Uma encenação ou uma reconstrução podem ser vividas com tal envolvimento e intensidade emocional que proporcionem um ambiente de autenticidade durante a experiência turística. Segundo Dias (2009):

“Neste sentido «comungar» de um evento turístico «ritual» - que, curiosamente, poderá não passar de uma farsa à luz da racionalidade pura – pode ter um valor de profunda autenticidade.”

Segundo Tazim Jamal e Steve Hill (2002), muitos estudos em turismo refletem a ambiguidade e aceso debate acerca da autenticidade, no que concerne às atrações e destinos construídos, como *Disney World*, ou nos lugares de património reconstruído. Termos como “autenticidade falsa” ou “falsificação autêntica” abundam e confundem por falta de suporte teórico ou filosófico.

Estes autores continuam o seu raciocínio dizendo:

“Parece haver uma ambiguidade importante na noção de «uma experiência X», onde X é um objeto ou evento particular. Por um lado, quer isto dizer que uma pessoa está na presença de X, e é X que origina a experiência e faz com que ela se desenrole. A experiência de observar a Mona Lisa, implica dizer que se está no Louvre, observando a obra-prima de Leonardo diretamente. Neste exemplo, o foco centra-se na relação entre o agente e a coisa experimentada, como tal, é referenciada com a noção de uma experiência de X. Por outro lado, por uma experiência de X, pode entender-se o carácter da própria experiência em vez da sua causa. Assim, o carácter de uma experiência na presença de uma reprodução fiel da Mona Lisa, numa maquete do Louvre (falsa autenticidade), em Las Vegas, pode ser idêntica, ou quase, ao carácter da experiência no Louvre (...) «como se estivéssemos realmente lá». Então, desde que o carácter da experiência, em alguma situação, seja semelhante ao que se pode experimentar na presença do objeto ou evento real X, pode dizer-se que se tem uma experiência de X.”

Os autores concluem que a história, a narração, a interpretação da atração são aspetos cruciais da experiência, porque a qualidade da experiência é, em parte, influenciada pela perceção do turista, pela avaliação e comparação do objeto contado, ou evento, com o quadro histórico e cultural em que ele ocorreu.

7. LISBOA TURÍSTICA – UMA CIDADE MEDITERRÂNEA BANHADA PELO ATLÂNTICO

Foram mercadores fenícios que 1200 a. C. fundaram uma povoação na margem direita do rio Tejo a que deram o nome de Olisippo. (COUTO, 2000). No século VI a.C. gregos e cartagineses contribuíram para a prosperidade da Olisippo colonizando a margem direita do estuário do Tejo. Os povos que viviam na colina dedicavam-se ao comércio, à pesca, à extração de sal e à agricultura.

Os romanos chegaram à nossa costa no século II a. C. e a ocupação de Lisboa é pacífica. Durante seis séculos contribuíram para o seu crescimento com a construção de diversos templos e grandes edifícios (COUTO, 2000). No entanto, com o declínio do império romano, Lisboa vai ser invadida por vários povos (Celtas, Suevos e Visigodos) que contribuíram para a sua decadência e perda de esplendor. Só no século VIII com as invasões muçulmanas, Lisboa (Al-Usbuna) volta a conhecer um novo período de prosperidade descrita assim por geógrafos árabes:

“É uma cidade antiga edificada à beira-mar cujas vagas se vêm quebrar contra as suas muralhas (...) A porta ocidental a maior da cidade, é encimada por arcos sobrepostos que assentam em colunas de mármore (...) Lisboa possui uma outra porta que se abre a Ocidente: chamam-lhe Porta da Alfafa (...) Ao sul encontra-se a outra porta, a Porta do Mar, na qual penetram as ondas pela maré cheia e vêm, numa altura de três braças, bater contra a muralha contígua. A leste, uma porta, dita porta de Alfama, que fica próxima da fonte termal (...) Finalmente, uma porta a leste, a Porta do Cemitério.” (Almunime Alhimiara citado por COELHO, 1972).

Durante os próximos séculos, Lisboa vai ser cobiçada por vários reis cristãos da Península Ibérica, como Afonso II das Astúrias que em 796 dirige o seu exército para sul e saqueia a cidade. Mas os muçulmanos defendem-se duramente resistindo aos seus ataques e Lisboa continua Al-Usbuna. No século IX, é a vez do rei Ordonho I tentar a

reconquista da cidade, “Inexpugnável, dotada de uma capacidade de resistência invulgar, a cidade cura as suas feridas e, de cada vez, consegue reencontrar o seu dinamismo.” (COUTO, 2000). Em 1093, Afonso VI de Leão conhece mais um fracasso para os reis cristãos e Lisboa só será cristã meio século depois.

Em 23 de Outubro de 1147, Al-Usbuna cai finalmente sob o domínio cristão ao comando de D. Afonso Henriques, que negociou a ajuda da terceira cruzada, que seguia viagem para a conquista do reino de Edessa, através do saque que a cidade prometia.

Os excessos cometidos durante o saque da cidade pela horda nórdica, levaram D. Afonso Henriques a tomar mouros e judeus sob a sua proteção, dando-lhe foral em 1179.

Cidade medieval de camponeses e pescadores, de artesãos e mercadores, de fidalgos e frades, desde sempre aceitou a coexistência com mouros e judeus (MARQUES, 1988). O desenvolvimento da cidade e o crescimento da atividade marítima contribuíram para o seu extravasar de muralhas. D. Fernando ordenou a construção da muralha fernandina (1373/1375) que ampliou mais de seis vezes a anterior área amuralhada e assim permaneceu durante séculos (MARQUES, 1988).

No século XV, reforçaram-se as viagens marítimas, pelo Atlântico Central e Sul até Bartolomeu Dias dobrar o Cabo da Boa Esperança. De Lisboa partiu Vasco da Gama na primeira viagem da rota das Índias, ligando a Europa à Ásia, ao Índico e ao Pacífico. Seguiram-se-lhe muitos outros navegadores que colocaram Lisboa no centro do comércio e distribuição na Europa das riquezas vindas das Índias. A cidade cresceu em direção ao rio, e pelas colinas que a ladeavam, numa rede de ruelas tortuosas, becos e travessas. Os lugares mais nobres da cidade situavam-se entre a Praça do Rossio a norte e a Ribeira a sul, ligadas pela rua Nova dos Mercadores. Na colina do castelo vivia uma população pobre onde as mulheres eram em maior número que os homens. Em Alfama, dominavam os pescadores, seguidos dos curtidores em S. Pedro, dos sapateiros e mareantes em S. Miguel e dos mercadores, sapateiros, pilotos e hortelãos em S. Estevão. O polo mais rico da cidade concentrava-se na baixa ribeirinha. No bairro alto predominavam os homens do mar (MOITA, 1983). Durante o século XVII, a cidade continuou a desenvolver-se ao longo do rio. O som dos sinos das suas igrejas envolviam-na num ambiente devoto onde as procissões, os autos de fé e as touradas marcavam, com a chegada e partida das naus, o ritmo da sua vida (COELHO, 1993). No século XVIII, com a construção do Aqueduto das Águas Livres resolvem-se boa parte dos problemas de abastecimento de água à cidade.

Depois do terramoto de 1755, a baixa lisboeta rende-se à vontade despótica do Marquês de Pombal, nascendo entre o Rossio e a nova Praça do Comércio ruas direitas

cortadas em angulo reto. A iluminação pública é inaugurada em 1780. No início do século XIX ainda são visíveis as feridas do terramoto. Lisboa era uma cidade suja, mal iluminada e mal frequentada (SEQUEIRA, 1967).

Em 1852, a abertura da estrada de circunvalação passou a definir o novo perímetro urbano. A luz do gás chegou em 1848, e a elétrica em 1888. Ao passeio público descrito por Eça de Queirós, sucedeu a Avenida da Liberdade, inaugurada em 1886, encimada pela Praça do Marquês de Pombal, que abriu a Lisboa diferentes direções, no seu lado Norte. Para ocidente, a cidade continuou a crescer em direção a Alcântara, com a construção da avenida marginal ao rio e do caminho-de-ferro até Cascais (COELHO, 1993).

Na década de 30 do século XX, organizou-se o Parque Florestal de Monsanto, projetou-se o aeroporto e a primeira autoestrada. Durante a segunda guerra mundial, Lisboa foi uma das capitais de espionagem internacional. Em 1974, marcharam em Lisboa os tanques da revolução ao som das músicas proibidas durante décadas e Lisboa abre-se ao mundo. Em 1981, viviam em Lisboa 659.000 habitantes. Os anos 90 foram o tempo dos grandes eixos viários e das autoestradas, a circulação em Lisboa melhora consideravelmente, embora ameaçada pelo número crescente de automóveis. Grandes hipermercados e centros comerciais abrem portas às multinacionais e há-os para todos os gostos: desde o Colombo, considerado por muitos o maior da Península Ibérica, e espelho de uma globalização pós-moderna, ao centro comercial da Mouraria, na praça do Martim Moniz, onde a multiculturalidade trazida por emigrantes de todos os continentes, dá a conhecer outra faceta da globalização: a aproximação dos povos.

Segundo o plano de reabilitação urbano dos núcleos históricos da Camara Municipal de Lisboa (CML) em 1993, a cidade mingua e envelhece, sobretudo na Baixa e nos núcleos mais antigos.

As tradições populares de Lisboa foram perdendo o fulgor de outros tempos, permanecendo bem enraizadas, porém, as festas de Sto. António. Os Bairros históricos de Alfama, Madragoa, Bairro Alto e Mouraria, continuam a receber lisboetas e forasteiros que aqui procuram a sardinha assada e o vinho tinto típicos destes festejos. As Marchas Populares, em honra deste Santo, continuam a desfilar na Avenida da Liberdade na madrugada de dia 13 de Junho, feriado municipal.

O fado continua a ser um componente incontornável da identidade de Lisboa e as casas de Fado nos bairros mais antigos de Lisboa levam aos ouvidos de quem passa a música mais genuína desta cidade.

As tabernas, tão populares como as mercearias de bairro resistem às exigências da modernidade. No final do século XX, existiriam cerca de novecentas tabernas em Lisboa. (CABRITA, AGUIAR e APPLETON, 1993). Estes estabelecimentos, metade tasca metade restaurante, oferecem os petiscos mais característicos de Lisboa e são muito procurados por turistas. A rua da Atalaia no Bairro Alto e o Largo da Severa na Mouraria são bem exemplos desta tradição.

8. CARACTERIZAÇÃO DO BAIRRO ALTO

Figura 2.4 - Planta do Bairro Alto



Fonte: Revista Mais Bairro Mais Alto nº 1, 2014

O Bairro Alto é um dos bairros do núcleo histórico de Lisboa, com mais de quinhentos anos de história. Surgiu no início do século XV com um traçado ortogonal, numa área de grandes dimensões, desde o rio Tejo até S. Roque e das Portas de St^a. Catarina até à Esperança. A sua urbanização inicia-se junto ao rio por população modesta ligada à atividade marítima. No lado norte, deste novo espaço urbano, instalam-se populações mais ricas de burgueses mercadores e de famílias fidalgas. A sua arquitetura, com ruas bem ventiladas, e os seus bons ares estão por detrás do sucesso deste novo bairro de Lisboa.

A chegada dos Jesuítas no século XVI ao Alto de S. Roque criou um centro irradiador de cultura e de novos comportamentos e foi de tal forma importante que, na época, o bairro se passou a designar Bairro Alto de S. Roque. O Bairro Alto passou quase incólume ao terramoto de 1755, onde apenas se registaram incêndios em algumas ruas (CARITA, 1994). A partir desta altura, a aristocracia abandona os seus palácios no Bairro Alto e retira-se para a periferia de Lisboa, nas suas casas de verão. A decadência destes palácios levou à respetiva demolição (o Palácio dos Marialvas é hoje em dia o Largo Camões) ou à requalificação em Pátios – habitação de baixo custo ocupada pelos novos operários de Lisboa. Segundo Hélder Carita (1994), é da requalificação de um palácio em ruínas dos Condes de Soure que nasce um Teatro-Ópera. Mais tarde o Convento dos Caetanos dá lugar ao Conservatório de Teatro. O Bairro Alto começa a adquirir uma nova identidade artística e intelectual, sendo berço de muitos famosos da nossa cultura – Luísa Todi, Nicolau Tolentino, Bocage, Almeida Garrett, Ramalho Ortigão ou Oliveira Martins, entre outros.

No século XIX, este bairro, é palco de um crescimento em altura e de um aumento da densidade do edificado. A par deste crescimento e do ambiente artístico e intelectual, instalam-se aqui os jornais que proliferam durante o final do século XIX e primeiras décadas do século XX. Verifica-se, ainda, uma transformação socioeconómica que resulta na apropriação de grande parte deste bairro pelos artistas e letrados da cidade de Lisboa criando um ambiente boémio que perdurou até aos dias de hoje. No século XX duas tentativas de renovação urbana quase destruíam o Bairro Alto: a primeira no final dos anos 30, durante a presidência na CML de Duarte Pacheco que promoveu um plano que destruiria grande parte do edificado habitacional para um sistema de vias de comunicação, e a segunda pelo arquiteto Conceição Silva que preconizava a demolição de grande parte do Bairro Alto, para construção de novo bairro mais moderno. O Bairro Alto chega aos nossos dias com muitos problemas urbanísticos, mas intacto (CARITA, 1994). A sua arquitetura revela coerência morfológica caracterizada por uma estrutura física coesa e uma imagem urbana rica e heterogénea, de grande valor patrimonial e cultural (CABRITA, AGUIAR e APPLETON, 1993). Segundo o estudo efetuado por estes autores, na década de 90 do século passado, já eram visíveis as transformações que o Bairro Alto sofria e que punham em perigo a sua identidade e a qualidade de vida dos seus moradores:

“Esses novos tipos de comércio instalam-se à custa de elevados trespasses, o que encoraja os poucos comerciantes locais a fecharem portas (...) Os capitais aqui investidos são predominantemente exteriores e aplicam-se em empreendimentos que possam proporcionar lucros rápidos. Tem vindo a

manifestar-se, conjuntamente, um forte incremento da especulação imobiliária com dramáticos reflexos no valor fundiário dos solos e dos imóveis e na expulsão de residentes tradicionais, (...) está a alterar-se acentuadamente a própria relação e posicionamento funcional do Bairro com as restantes partes da cidade, com este surto, relativamente incontrolado, de desenvolvimento e transformação. (...) Recentemente tem-se verificado um claro aumento de conflitos e de reações negativas por parte dos residentes, contra o aumento da marginalidade, da insegurança e da incomodidade provocada por este afluxo.”

Segundo Hélder Carita (1994), “(...) o bairro arrisca-se a uma desertificação. Em termos habitacionais transforma-se por sua vez numa espécie de parque de diversões da cidade.” Na verdade, nas últimas décadas (a partir dos anos oitenta) o Bairro Alto tem sido palco de transformações sociais profundas associadas a um processo de gentrificação³, com a apropriação progressiva do espaço por um conjunto de atividades ligadas ao lazer e à cultura. O Bairro Alto foi perdendo parte do seu lado típico e castiço assumindo características de muitos bairros culturais de outras cidades europeias (COSTA, 2009).

A ambiguidade da utilização deste bairro predominantemente residencial, com população envelhecida, com a implantação do comércio de atividades noturnas ligadas à animação, tem contribuído para um conflito latente, que se vem a agudizar nos últimos anos, entre alguns comerciantes e residentes (CARITAS, 1994)

Na noite do Bairro Alto verifica diariamente uma peregrinação de turistas e de lisboetas estranhos ao bairro que ocupam restaurantes e casas de fado. Pela noite dentro abrem-se as portas de elevado número de bares e *pub's*, principalmente para um público jovem. O descontrolo da sua proliferação nos dias de hoje é geradora de grandes conflitos com a população residente, que é no fundo, a alma e o testemunho da identidade deste bairro e do seu imaginário coletivo construído ao longo de cinco séculos⁴.

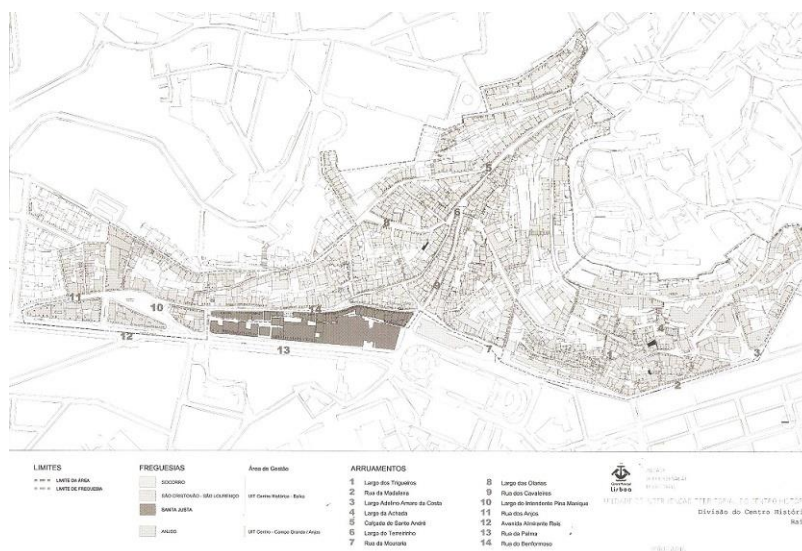
³ Mudança de residentes tradicionais por novos moradores de classe social mais elevada. Este fenómeno foi analisado pela primeira vez em 1964 pela socióloga britânica Ruth GLASS:

“Um a um, muitos dos quarteirões da classe trabalhadora de Londres têm vindo a ser invadidos pela alta e baixa classe média. Modestos estábulos e casas de campo de dois andares têm sido alteradas quando o seu contrato de arrendamento inicial termina, tornam-se residências caras e elegantes ... Quando este processo de “gentrificação” começa num bairro avança rapidamente até todos ou muitos dos ocupantes originais da classe trabalhadora serem deslocados e todo o carácter social do bairro é modificado”. (GLASS, 1964)

⁴ In Revista Expresso 23/11/2013.

9. CARACTERIZAÇÃO DA MOURARIA

Figura 2.5 - Mapa da Mouraria



Fonte: GABIP - Mouraria

Localizada nas vertentes, ocidental e setentrional, da colina do castelo, a história da Mouraria está intimamente ligada à da própria cidade. O Bairro da Mouraria abarca hoje uma vasta área que vai do Martim Moniz à Graça, estende-se pela encosta do castelo e está incluído na freguesia de Sta. Maria Maior.

Nos seus primórdios, aplicava-se o termo Mouraria ao arrabalde destinado por Afonso Henriques, em 1147, aos mouros vencidos do cerco de Lisboa. No entanto, esta área extramuros deveria já ser habitada antes da reconquista cristã, devido ao crescimento demográfico conhecido em Lisboa no século XI e à sua localização privilegiada. A Mouraria estendia-se, assim, por toda a colina desde o Castelo até ao vale (Martim Moniz) onde a agricultura se assumia como a principal atividade económica, com a cultura da oliveira, da vinha e de pequenas hortas de subsistência. A morfologia acidentada deste local explica o traçado sinuoso da planta urbana deste bairro. Para além da agricultura, a Mouraria passou a desempenhar um papel fundamental nas trocas comerciais entre o campo e a cidade. A sua pujança económica não lhe mudou o estatuto de arrabalde, mesmo depois da ampliação da muralha no tempo de D. Fernando (CML, 1993).

O Foral atribuído em 1170 aos Mouros Forros de Lisboa deu-lhes muitas regalias, explicando em parte o desenvolvimento económico desta área da cidade e é considerada a data em que o Bairro da Mouraria nasceu. A memória da sua herança muçulmana mantém-se viva na toponímia da Rua da Mouraria, Rua da Amendoeira, Beco do Jasmim, Borratém, etc. “O tecido urbano, de malha apertada e labiríntica, desdobra-se numa visão serial em perspetivas interrompidas, ou em becos sem saída, e corresponde aos adarves⁵ muçulmanos.” (CML, 1993)

No século XV, a expulsão de mouros e judeus, decretada por D. Manuel I, levou à apropriação de parte dos bens deste bairro pelo Hospital de Todos os Santos e pelas Freiras da Anunciada.

Com os descobrimentos, a importância e centralidade económica da Mouraria perde-se para a zona ribeirinha. A malha urbana continua a expandir-se durante o século XVI surgindo uma nova freguesia, a de S. Sebastião da Mouraria.

Até ao século XVIII a Mouraria vê nascer uma série de conventos, igrejas e palácios que demonstram o empenho do clero e nobreza na dinamização da vida religiosa nesta área da cidade (construção dos Colégios dos Meninos Órfãos e de Sto. Antão o Velho, Mosteiro da Rosa, Ermida de S. Sebastião, Palácio do Marquês de Alegrete, Palácio do Marquês de Tancos e Palácio da Rosa). No entanto, a malha urbana desta zona da cidade mantém o seu cariz irregular e espontâneo (CML, 1993).

No final do século XIX início do século XX, Lisboa assumia claramente dois eixos de comunicação com o centro, de um lado o eixo nobre e moderno das avenidas novas ligando o Rossio ao Campo Grande, do outro lado a Avenida Dona Amélia (atual Avenida Almirante Reis) ligando o Areeiro ao Martim Moniz/ Mouraria entrada da região saloia em Lisboa. A Mouraria continuava a manter o seu cariz popular, vista por muitos como uma zona de marginalidade boémia, crime e “perdição” e por outros como um bairro onde “Os restaurantes, cafés, tabernas e botequins são locais de convívio, fundamentais no desenvolvimento das relações sociais no interior do bairro e na preservação do imaginário coletivo dos lisboetas – feito de histórias de fado e de fadistas, de santos e procissões, de jogos e ginjinha, de rixas, de becos e ruelas.” (CML, 1993).

⁵ Espaço estreito que corre ao longo do alto das muralhas para serviço das ameias.
<http://www.priberam.pt/dlpo/adarve> [consultado em 16-09-2014].

Durante o século XX, a zona mais acidentada do bairro sobrevive, embora quase em ruínas, a dois projetos de urbanização que propunham a demolição de grande parte da Mouraria. O mesmo não aconteceu à Baixa deste Bairro – o Martim Moniz:

“ (...) Entre os anos 30-60, se tornou objeto de uma política urbana promulgadora de um urbanismo difusor de uma perspetiva de higienização e embelezamento que pretendia renovar certas zonas da cidade, alterando radicalmente as dinâmicas socioculturais, populares e urbanas locais. De entre as demolições efetuadas em Lisboa, foi particularmente incidente as seguintes: (1) a quase totalidade da baixa da Mouraria, entretanto densamente edificada, dando lugar a um largo mais tarde designado por Martim Moniz – entretanto ocupado por escombros, lixo e como lugar de estacionamento informal para, em 1997, ser finalmente transformado em praça (...); (2) a da antiga Praça da Figueira, designadamente do mercado ali existente (localizada na proximidade da baixa da Mouraria).” (MENEZES, 2012).

Desde meados de 1980 que a Mouraria se constitui como objeto de reabilitação urbana conforme experiência vivenciada em outros núcleos históricos urbanos europeus (MENEZES, 2012). No entanto, no Público de 2 de Abril de 2001, publicava-se um artigo com o título – *Escoras e casas a cair no Bairro da Mouraria*, que dizia:

“Um século depois de ter ganho a guerra contra os que defendiam a sua demolição, a Mouraria está longe de conquistar a qualidade de vida que a sua história e localização suporiam. A degradação dos imóveis e do espaço público constituem uma marca inegável do bairro, mas a Câmara de Lisboa sustenta que o pior já passou e que o processo de reabilitação está definitivamente lançado. Percorrer os becos e travessas, deambular pelas ruelas e escadinhas da encosta que liga a Baixa ao castelo é sempre uma experiência contraditória. De um lado o gozo dos olhos, a imagem do conjunto, uma espécie de vista aérea, distante embora próxima, o espírito do lugar, o peso dos séculos e a paisagem humana - de novo e cada vez mais mestiçada por tons de chocolate e línguas bárbaras. Do outro a descida à terra, os grandes planos deprimentes, a precariedade dos edifícios e as condições de habitação lastimáveis - a herança das vielas sombrias e insalubres que Fialho de Almeida, Ventura Terra ou Miguel Bombarda quiseram arrasar na viragem do século XIX, a bem da higiene e da saúde públicas (...) a peregrinação pelo legado mourisco depara-se, rua sim, rua não, com prédios em ruínas, fachadas escoradas a apoiarem-se umas nas outras, telhados protegidos por velhas coberturas de zinco, andaimos embrulhados em plásticos rasgados, obras paradas,

entulho pelos cantos, pavimentos que foram de paralelepípedos de basalto e hoje são mantas de retalhos de pedras e alcatrão. Tentem-se as escadinhas da Saúde, percurso dos mais conhecidos, com partida do Martim Moniz. A tentativa não passa disso mesmo, que o acesso está completamente vedado desde o Verão, na sequência da derrocada de um edifício em obras. Uma enorme estrutura metálica ocupa agora as escadas e um estaleiro estende-se por dezenas de metros, junto à Capela da Senhora da Saúde. Experimente-se então a célebre Rua do Capelão, entrando por trás de um execrável centro comercial que ali plantaram. Duas ou três bancas desgraçadas, a fingir de mercado, disputam um recanto, logo à entrada, com um imundo parque de caixotes do lixo. "Isto é só rataria", queixa-se uma das vendedoras. Os edifícios nº 13 e 28 mostram-se abandonados, a cair, amparados por armações de tubos. Mais adiante, já na Rua da Guia, um bem desenhado, onnipresente e irritante painel publicitário anuncia a política municipal de reabilitação urbana. (...) Ao longo de dezenas de metros dois prédios de três pisos, desabitados e de janelas emparedadas, aguentam-se de pé graças aos cabos de aço que os sustentam. Num deles, património da Câmara de Lisboa como muitos outros, vê-se uma placa alusiva a um pedido de licenciamento entregue há sete anos. (...) E ficam as queixas das velhas moradoras, que não têm casa de banho digna desse nome e vivem em cubículos húmidos, mas que por nada deste mundo deixariam a Mouraria."

Este testemunho do estado de abandono da Mouraria do jornalista do Público, em 2001, é escrito alguns anos depois de elaborados os primeiros projetos de recuperação e reabilitação urbana da Mouraria (1980). Estes planos tiveram sempre muita dificuldade em se realizar e só em 2009 a Mouraria vê o seu espaço público e habitacional iniciar um grande projeto de requalificação/reabilitação urbana denominado - Ai Mouraria.

9.1 PROGRAMA DE AÇÃO QUADRO DE REFERÊNCIA ESTRATÉGICA NACIONAL (QREN)

MOURARIA - AS CIDADES DENTRO DA CIDADE

Este programa de ação teve como linhas gerais a requalificação do espaço público, num percurso entre o largo Adelino Amaro da Costa e o largo do Intendente, a redução de

consumos energéticos, o reaproveitamento de materiais, a melhoria nas condições de acessibilidade e mobilidade, em função da população residente (envelhecida).

Esta requalificação teve ainda como objetivos, a divulgação da Mouraria nas rotas turísticas através da Associação de Turismo de Lisboa (ATL), com a criação de um percurso turístico cultural devidamente sinalizado com direção e identificação do património. O percurso foi também enriquecido com a recuperação de parte da cerca Fernandina tornando-a acessível aos visitantes do bairro. Por último, foram reabilitados alguns edifícios por serem considerados “estruturas identitárias” da Mouraria:

“O Quarteirão dos Lagares, onde foram encontradas estruturas de um jardim datável do séc. XV e cujo edificado apresenta uma planta com características identificáveis com o período islâmico-medieval. Este será o Pólo de inserção de atividades económicas, através da instalação do Centro de Inovação da Mouraria.

O Sítio do Fado na Casa da Severa a instalar na casa onde terá vivido a fadista Severa, e que funcionará como um café com atividades ligadas ao fado.

A reabilitação da Igreja de São Lourenço será outra das intervenções enquadradas neste capítulo. Ainda em termos de intervenção no edificado, serão reabilitados alguns edifícios, onde se instalarão residências universitárias.”⁶

Outra dimensão identitária e de integração foi identificada na ação - Corredor Intercultural, que pretende valorizar transversalmente a interculturalidade característica na Mouraria.

A Associação Renovar a Mouraria, fundada em 2008 constituiu-se como uma associação comunitária de cariz cultural, recreativo e social, promovendo visitas guiadas ao património histórico e cultural da Mouraria, a edição de um livro em banda desenhada sobre a história da Mouraria, a edição de um livro sobre a gastronomia tradicional da Mouraria, a promoção de um concurso de fado para atribuição do Prémio Maria Severa de que decorrerá a edição de um CD com fados que façam referência à Mouraria e ainda a realização do festival multicultural.

“As visitas guiadas são uma atividade permanente da Associação Renovar a Mouraria, desde 2008, e têm como objetivo a divulgação do património da Mouraria, no âmbito cultural, arquitetónico e histórico, como forma de o valorizar e preservar. Este projeto inclui módulos formativos para a população do bairro,

⁶ In <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/linhas-gerais-do-programa-de-accao/descricao.html>

preparando-a para desempenhar as funções de guia, em colaboração com um guia especialista, onde será contemplada a vertente de recuperação de saberes específicos locais, como o pregão ou outras especificidades da cultura popular local na sua autenticidade quotidiana, concorrendo para uma harmoniosa relação entre o turista/visitante e a população local. Este projeto insere-se num outro, designado Banco de Tempo, onde o participante, por cada hora de formação recebida, oferecerá, correspondentemente, os seus serviços como guia.”⁷ (ver Anexo A, B e C)

Figura 2.6 - Mapa das intervenções previstas no projeto QREN - Ai Mouraria⁸



Fonte: QREN – Ai Mouraria

⁷ In <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/valorizacao-socio-cultural-e-turistica/visitas-guiadas.html>

⁸ PIPARU - Programa de Investimentos Prioritários em Ações de Reabilitação Urbana
 BIP/ZIP – Bairro de Intervenção Prioritária/ Zona de Intervenção Prioritária.

A Casa da Achada⁹, através da ação Conhecimento e Criatividade, promove atividades de carácter cultural e de transmissão de conhecimento, que têm por objetivo a aproximação da população a formas de expressão cultural (figura 2.7).

Foi ainda concebido, com início no final de 2010, um plano de desenvolvimento social, em complementaridade com o Plano de Ação da Mouraria, de modo a que a intervenção de reabilitação urbana neste bairro histórico tenha também uma forte incidência positiva sobre a vida dos seus habitantes e comunidades.

Figura 2.7 - Projetos e entidades responsáveis da sua execução do PDCM¹⁰

Nº Projeto	Nome do Projeto	Nome da Entidade promotora
1	Mouraria Empreende	Audax
2	Na Mouraria há Comércio Noite e Dia	Escola de Comércio de Lisboa
3	Activa te Mouraria	Cooperativa Mil Pés
4	Mouraria + Emprego	Agência de Empreendedores Sociais
5	Se esta Casa Fosse Nossa	Artéria
6	Bolsa para Obras e Reparações	Artéria
7	Start.up Mouraria	Beta i
8	Muda o Bairro	Associação Renovar a Mouraria
9	Formação Guias Turísticos	Associação Renovar a Mouraria
10	Guia da Mouraria	Associação Renovar a Mouraria
11	Catering Cozinhas do Mundo	Cozinha Popular
12	Mouraria Activa - Dispositivo Local de Acompanhamento	Conversas de Rua
13	Mouraria Activa - Envelhecimento Activo	Conversas de Rua / Associação SOU
14	Act - 6 projetos (pequenas ações dentro do projeto)	Associação SOU / Conversas de Rua
15	Banco de Tempo da Mouraria	Associação Renovar a Mouraria
16	Oficinas de Ilustração para Crianças, Pais e Avós	Associação Renovar a Mouraria
17	Da Mouraria ao Museu do Museu à Mouraria	Associação Renovar a Mouraria
18	Vamos contruir o Rosa Maria - Edição Especial	Associação Renovar a Mouraria
19	Equipas de Rua da Mouraria	Crescer na Maior
20	Unidade Móvel de Rastreios + Saúde	Liga Portuguesa Contra a Sida
21	In Mouraria	Grupo de Activistas Tratamento HIV / Obra Social Irmãs Oblatas
22	Escola de Fado	Grupo Desportivo da Mouraria /Junta de Freguesia do Socorro
23	Há Fado nas Tascas e Restaurantes da Mouraria	Associação Renovar a Mouraria

Fonte: QREN – Ai Mouraria

⁹ A Casa da Achada é a sede do Centro Mário Dionísio. Fica na Rua da Achada, nºs 11 r/c e 11B, em Lisboa, na Mouraria. Partindo do espólio, interesses e obra de Mário Dionísio, a Casa da Achada, sede do Centro Mário Dionísio, pretende ser um polo cultural de Lisboa.

¹⁰http://www.aimouraria.cmlisboa.pt/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=fileadmin/AIMOURARIA/documentos/pdcm/Lista_de_Projetos_PDCM.pdf&t=1408646267&hash=2eaaf97ec44fcfcea6601541115252ecf844eae70.

Assente num conjunto alargado de instituições locais, iniciou-se, então, a elaboração do Programa de Desenvolvimento Comunitário da Mouraria (PDCM) que, genericamente, tem como Missão e objetivos:

A médio prazo:

- Melhores oportunidades de emprego;
- Maior formação e qualificação;
- Maior capital social e participação;
- Maior utilização e fruição do espaço público (por parte de moradores e visitantes);
- Maior acesso à saúde;
- Promoção da identidade e valorização da Mouraria (interna e externa);
- Capacitação das instituições da sociedade civil a atuar na Mouraria.

A longo prazo:

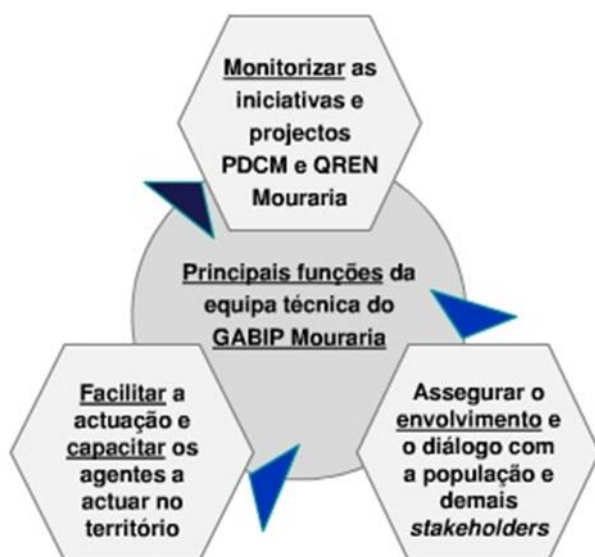
- Maior coesão social e qualidade de vida na Mouraria;
- Maior autoestima da população (individual e coletiva);
- Maior diversidade socioeconómica da população da Mouraria (moradora e visitantes);
- Maior sentimento de segurança;
- Instituições da sociedade civil mais robustas e participativas.

O PDCM começou a ser implementado ainda em 2011, seguindo seis Linhas de Orientação Estratégica que se assumiram como prioridades até ao final de 2013, sendo o seu orçamento global de cerca de 1 milhão de euros para 16 projetos¹¹ (figura 2.7). Para garantir o sucesso do PDCM, foi atribuído ao Gabinete de Apoio aos Bairros de Intervenção Prioritária (GABIP) o papel de “*plataforma facilitadora e integradora das diversas iniciativas a ocorrer na Mouraria*”¹² (figura 2.8).

¹¹ In <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/pdcm.html>.

¹² In <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/pdcm.html>, p: 67

Figura 2.8 - Funções do Gabinete Apoio ao Bairro de Intervenção Prioritária - Mouraria¹³



Fonte: QREN – Ai Mouraria

10. POLÍTICAS AUTÁRQUICAS EM LISBOA

Em 1938, a Câmara Municipal de Lisboa (CML), sob a presidência de Duarte Pacheco, contratou o arquiteto – urbanista Étienne de Gröer que, juntamente com os serviços técnicos municipais, definiu as grandes linhas de desenvolvimento da cidade. Em 1948, o plano estava concluído e foi aprovado pela CML, embora nunca tivesse tido aprovação governamental. As principais linhas de força do plano foram as seguintes:

- Criação de uma rede viária radiocêntrica;
- Organizar densidades populacionais decrescentes do centro para a periferia;
- Criar uma zona industrial na zona oriental da cidade, associada ao porto;
- Construir uma ponte sobre o Tejo no Poço do Bispo-Montijo, ligada a uma das circulares;
- Construir um aeroporto internacional na parte norte da cidade;

¹³ In <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/pdcm.html> p: 67.

- Criar um parque em Monsanto com cerca de 900ha.

O principal instrumento do plano foi o zonamento, dividindo o espaço em áreas com diferentes usos, às quais se aplicava legislação específica.

Em fevereiro de 1954 a CML criou o Gabinete de Estudos de Urbanização (GEU) com o objetivo de proceder à revisão e atualização do Plano de 1948. O PDUL de 1959 manteve a maior parte das propostas do plano anterior, embora tivesse introduzido alterações importantes. Entre outras, a construção da Ponte sobre o Tejo, a partir de Alcântara, ligando a Almada, uma autoestrada contornando o Parque de Monsanto (de Alcântara por Campolide até à Buraca) e a construção de duas autoestradas, uma para o Norte e outra para o Sul na continuação da Ponte. (CML, 1993).

Após a revolução de 25 de Abril de 1974, o município de Lisboa foi governado por uma coligação conservadora de centro direita durante a década seguinte. A cidade dispunha apenas do Plano Geral de Urbanização da Cidade de Lisboa, concluído em 1967 e aprovado, depois da queda do regime marcelista, em 1977. O seu desajustamento já era considerado grande no início dos anos 70. A coligação que governou Lisboa adotou uma gestão urbana discricionária, evocando ou ignorando o Plano consoante os seus interesses. Segundo Luís Bruno Soares (1994) “Durante 10 anos a cidade foi gerida sem planos urbanísticos com base no casuísmo e na arbitrariedade da administração urbanística centralizada no Presidente da Câmara.” A cidade atingiu situações críticas e insustentáveis no final dos anos 80.

Sem uma estratégia para a resolução dos problemas da cidade, a autarquia privilegiou os investimentos privados e a terciarização e o enobrecimento do centro e dos bairros históricos (PEREIRA, 2009). O resultado foi o agravamento dos problemas de mobilidade e congestionamento, a degradação dos edifícios e do espaço público/património, a exclusão social, entre outros. O reflexo desta situação ficou bem patente na campanha eleitoral para as eleições autárquicas de 1989, em que todos os partidos e coligações centraram o seu debate no futuro de Lisboa e nos problemas urbanísticos.

A coligação de esquerda (PS/CDU), vencedora com maioria absoluta, orientou a sua ação num novo rumo para a cidade, assente na credibilização das propostas municipais perante cidadãos e forças vivas da cidade e reabilitou o planeamento urbanístico municipal nos seus diversos aspetos – técnicos, políticos e sociais (SOARES, 1994). A estratégia passou pela criação de instrumentos de gestão liderados pela Câmara, mas recorrendo à auscultação e integração de diferentes intervenientes da cidade. Assim,

realizaram-se o Plano Estratégico de Lisboa (PEL), concluído em 1992, que se articulou com o Plano Diretor Municipal (PDM), ratificado em 1994 e com os Planos e Projetos Prioritários (PPP), criando, assim, os mecanismos e instrumentos que definiram um projeto para Lisboa (CML, 2005). A realização destes planos obedeceu a um espírito de ampla participação da população do município, através de organizações sociais culturais e económicas, instituições públicas e privadas, investidores e promotores, em articulação com os departamentos municipais responsáveis por áreas específicas. Esta abertura à participação dos cidadãos na governação da cidade ficou espelhada na constituição do Conselho Consultivo do PEL, com cerca de uma centena de entidades públicas e privadas representadas. Esta nova política municipal reconquistou a credibilidade pública da CML e a confiança dos municípios, expressa nos resultados eleitorais de 1993.

Apesar de muitas dificuldades resultantes do peso da máquina burocrática administrativa, numa década concretizaram-se 70% das ações previstas no PEL (FERREIRA, 2005). No final de 1998 estavam concretizadas ou quase, as grandes obras definidas no PEL: as acessibilidades (Eixo Norte-Sul, CRIL e CREL, via férrea da ponte 25 de Abril e construção da segunda ponte sobre o Tejo); o saneamento básico (planos de despoluição do rio Tejo e do rio Trancão, tratamento de esgotos e recolha de lixos sólidos); trânsito e rede viária (construção de parques de estacionamento à entrada da cidade, modernização da rede de transportes públicos, expansão do Metro).

Anteriormente, durante a realização, em 1994, de *Lisboa, Capital Europeia da Cultura*, realizaram-se vários projetos de requalificação urbana nos bairros históricos, nomeadamente, Teatro Taborda (Mouraria) e Casa do Fado (Alfama). Nesta década houve ainda o combate à habitação precária com a construção de cerca de 20 000 fogos, através do Plano Especial de Realojamento (PER).

11. REABILITAÇÃO URBANA DOS BAIROS HISTÓRICOS DE LISBOA

As estratégias de reabilitação urbana e ações levadas a cabo na tentativa de recuperar o património arquitetónico de Lisboa foram sempre enquadradas em políticas que respondiam às necessidades ou às visões da respetiva época. Dos princípios higienistas que advogavam o arrasamento da mouraria e de outros bairros históricos, passando pelo conservadorismo mais puro, a visão de hoje é bastante mais complexa, não

se limitando à intervenção no edificado ou no seu espaço público, mas procurando dar resposta, para além das questões culturais, aos problemas sociais, económicos, de mobilidade, numa perspetiva sustentada e integrada das intervenções com o objetivo de melhorar a qualidade de vida dos seus habitantes (CML, 2011).

A criação do primeiro programa público de Reabilitação Urbana data de 1985, e foi emanado da Secretaria de Estado da Habitação. Com ele, no município de Lisboa inicia-se o processo de combate público à degradação do seu centro histórico e do património urbano (CML, 2005).

O período de 1986 a 1990 marca o início, mais recente, da reabilitação urbana na cidade. Neste período são constituídos os Gabinetes Locais de Alfama e Mouraria e passa a haver um Vereador responsável pela Reabilitação Urbana (CML, 1993).

A criação dos Gabinetes Técnicos Locais (GTL), que se instalaram nos respetivos bairros, estabelecendo contacto permanente com a população, permitiu criar uma dinâmica de intervenção local com uma estrutura organizacional própria, promovendo em consequência uma gestão integrada, com rosto e participada – em suma, uma gestão de proximidade (CML, 1993).

Os resultados positivos de trabalho desenvolvido conduziram à criação da Direção Municipal de Reabilitação Urbana (DMRU) em 1990 e ao alargamento das áreas urbanas de intervenção.

O período de 1990 a 2001 foi uma fase de consolidação da intervenção na reabilitação das áreas históricas: a área de intervenção a reabilitar é aumentada, são constituídos mais Gabinetes Locais, no âmbito da DMRU, e afetam-se mais meios humanos e financeiros (CML, 2011).

O período entre 2002 e 2007 corresponde a uma mudança de configuração política, programática e organizativa do município, na qual a Reabilitação Urbana esteve a cargo da Direção Municipal de Conservação e Reabilitação Urbana (DMCRU).

A nova estratégia para a reabilitação, conduzida entre 2002 e 2005, baseou-se na identificação de 18 “Eixos prioritários de reabilitação urbana” que procuravam ultrapassar o resultado imprevisível de reabilitações casuísticas e induzir processos de reabilitação de maior escala e legibilidade no todo da cidade.

Numa tentativa de imprimir uma nova dinâmica no processo de reabilitação, a CML procedeu, em 2003, ao lançamento de seis concursos públicos, para obras de consolidação estrutural, conservação e recuperação de edifícios de propriedade municipal

e /ou particular, nos bairros de Alfama, Madragoa, Mouraria, Bairro Alto / Bica, São Bento e Baixa – Chiado e da transferência de edifícios municipais para a EPUL reabilitar. Contudo, a intervenção através destes concursos públicos, com exceção da Rua de S. Bento, não resultaram, por via do processo de concurso de empreitada que foi decidido (CML, 2011).

A partir de 2007, as Unidades de Projeto foram reorganizadas, tendo-se procurado, através do Programa de Intervenções Prioritárias de Reabilitação Urbana (PIPARU), encontrar os meios financeiros para terminar as empreitadas interrompidas, e com quatro candidaturas ao QREN e o recurso às contrapartidas do Casino, dar prioridade à reabilitação dos equipamentos municipais (CML, 2011).

III. METODOLOGIA

Como já foi referido anteriormente, esta investigação centra-se na relação de políticas autárquicas de reabilitação urbana e projeção turística dos espaços reabilitados em dois bairros históricos de Lisboa. O ponto de partida teve como principais atores os componentes do tecido socioeconómico destes bairros: residentes, comerciantes, prestadores de serviços, etc., bem como, as instituições e associações que os representam. Com esta pesquisa, pretende-se abordar essencialmente a perspetiva da oferta turística e a sua relação com a comunidade local, sabendo-se à partida que uma boa relação entre a comunidade local e a oferta turística é sempre propiciadora de uma experiência turística de maior qualidade (CARMICHAEL, 2005). No entanto, esta investigação centra-se apenas no lado dos anfitriões e no impacto que as políticas autárquicas de reabilitação urbana têm nas suas vidas e no desenvolvimento da apropriação do espaço pela oferta turística.

1. QUESTÃO DE PARTIDA E OBJETIVOS

Colocou-se então o problema: Que tipo de impactos é que políticas municipais de reabilitação urbana podem exercer na oferta turística dos bairros históricos de Lisboa do Bairro Alto e da Mouraria?

A reflexão e investigação sobre esta questão (levantaram outras subsidiárias e não menos revelantes questões:

Qual o impacto na qualidade de vida dos residentes da projeção turística potenciada pelas políticas de reabilitação urbana?

Que tipo de turismo se promove nestes espaços depois de reabilitados?

Qual é a influência da projeção turística promovida pela reabilitação urbana na autenticidade e espírito destes lugares?

Assim, tem-se como objetivo geral, relacionar as políticas autárquicas de reabilitação urbana com a projeção turística dos lugares em dois bairros típicos de Lisboa. Por outro lado, pretende-se também compreender como a projeção turística dos lugares reabilitados influencia a qualidade de vida dos residentes e a sua relação com o turismo, e relacionar os tipos de turismo com a revitalização do “espírito do lugar”, com a sua estrutura identitária.

Para dar resposta a estas questões e atingir os objetivos propostos, foi necessário definir uma estratégia metodológica que permitisse, dentro das limitações temporais e económicas impostas, o cabal esclarecimento e conhecimento dos dois bairros de Lisboa e das questões colocadas à partida.

2. MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO

O estudo de caso comparativo e exploratório foi o método utilizado nesta investigação, dada a natureza qualitativa da informação requerida. Tratando-se de uma análise das relações entre as políticas municipais de reabilitação urbana e a projeção turística em dois bairros típicos de Lisboa, fazia todo o sentido compreender se os efeitos dessas políticas, muito diferenciadas no tempo e na essência, eram espacialmente visíveis na projeção turística desses lugares.

Segundo Barañano (2008), o estudo de caso “serve para explicar as ligações causais de intervenções na vida real que são muito complexas para outras estratégias de investigação (...) Também serve uma intervenção e o contexto da vida real na qual ela ocorre”.

A investigação qualitativa surgiu no final do século XIX, tendo-se generalizado à maioria das ciências sociais através da divulgação de novos estudos realizados. Clem e Kemp (1995) referem que, em meados do século XX, a escola de gestão e administração de Harvard começou por definir o estudo de caso apenas como uma forma de relatório descritivo mas, desde os anos 1970 que tem vindo a ser reabilitado como um meio metódico de organização e tratamento de dados de investigação. Estes são essencialmente qualitativos, compreendendo tanto a observação sistemática como a informal, a entrevista, o questionário e os dados documentais.

Para Baraňano (2008), a pesquisa qualitativa pode assumir várias formas, destacando-se entre elas o estudo de caso. Nas duas últimas décadas, assistiu-se a uma utilização crescente de abordagens de natureza qualitativa na investigação nas ciências sociais. A investigação qualitativa apresenta cinco características fundamentais, Bogdan e Biklen (1994):

“(1) a fonte direta dos dados é o ambiente natural e o investigador é o principal agente na recolha desses mesmos dados; (2) os dados que o investigador recolhe são essencialmente de carácter descritivo; (3) os investigadores que utilizam metodologias qualitativas interessam-se mais pelo processo em si do que propriamente pelos resultados; (4) a análise dos dados é feita de forma indutiva; e (5) o investigador interessa-se, acima de tudo, por tentar compreender o significado que os participantes atribuem às suas experiências.”

Ainda segundo os mesmos autores, na investigação qualitativa, o investigador comporta-se mais de acordo com o viajante que não planeia do que com aquele que o faz meticulosamente. Enquanto a investigação quantitativa utiliza dados de natureza numérica que lhe permitem provar relações entre variáveis, a investigação qualitativa utiliza principalmente metodologias que possam criar dados descritivos que lhe permitirão observar o modo de pensar dos participantes numa investigação.

Para Merriam (1988), nas metodologias qualitativas, os intervenientes da investigação não são reduzidos a variáveis isoladas mas vistos como parte de um todo no seu contexto natural.

2.1 ANÁLISE DOCUMENTAL

Numa primeira etapa desta investigação, o seu objetivo foi encontrar fontes e os documentos necessários para a pesquisa. Não havia a preocupação com a análise propriamente dita, que seria o núcleo do trabalho subsequente através da organização do material recolhido. Nesse momento, importava tão-somente a obtenção de informações advindas de publicações, monografias e estudos recentes. Esta etapa constituiu uma ferramenta essencial para a compreensão e justificação das temáticas abordadas ao longo desta investigação.

A recolha de artigos publicados na imprensa revelou-se muito importante numa segunda etapa, principalmente sobre os bairros em estudo Mouraria e Bairro Alto, mas também sobre o turismo na cidade de Lisboa no geral. Considerou-se como principal fonte de informação de imprensa o jornal O Público, dado ser o meio de comunicação escrita com mais notícias publicadas sobre o Bairro Alto e a Mouraria. A pesquisa foi realizada para um período entre 2001 e 2014 para ambos os bairros. A lista de títulos de notícias publicadas encontra-se referenciada na bibliografia.

2.2 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

Segundo Raúl Iturra (1986):

“a observação participante é o envolvimento direto que o investigador de campo tem com um grupo social que estuda dentro dos parâmetros das próprias normas do grupo (...) a observação participante é o envolvimento que despe o investigador do seu conhecimento cultural próprio enquanto veste o do grupo investigado (...) caracteriza-se como sendo uma situação de um investigador que, adulto como é, saltita desajeitadamente no meio dos que sabem há muito tempo orientar-se e que, idealmente, querem ajudá-lo, explicando o seu quotidiano rotineiro”.

A observação direta e participante constituiu um dos métodos privilegiados deste trabalho, quer na observação de comportamentos dos residentes e visitantes quer nos impactos da governança camarária na vida das pessoas e na projeção turística destes espaços. A observação participante nestes bairros ocorreu na Mouraria nos dias 26, 27 e 28 de Junho e no Bairro Alto nos dias 22 e 23 de Julho e nos dois bairros durante os primeiros quinze dias de Agosto.

2.3 ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

Patton (1990, citado por TUCKMAN, 2000) refere que há três tipos de entrevistas: as totalmente informais ou de conversação, as semiestruturadas que pressupõem um

guião e as que são altamente estruturadas e fechadas. As entrevistas qualitativas, como refere Bogdan e Biklen (2000), variam quanto ao grau de estruturação, desde as entrevistas estruturadas até às entrevistas não estruturadas. Estes autores referem ainda que as entrevistas semiestruturadas tem a vantagem de se obter dados comparáveis entre os vários sujeitos.

Neste estudo, optou-se pelas entrevistas semiestruturadas por parecerem mais adequadas neste contexto e por permitirem maior segurança ao investigador. Estas foram então conduzidas através de um guião onde se encontravam algumas questões gerais que foram sendo exploradas mediante as respostas dos entrevistados. Foram contactados para ser entrevistados: da Câmara Municipal de Lisboa, o assessor do Presidente da Câmara, a Diretora do Departamento de Comunicação e Marca e a Vereadora do Urbanismo e Planeamento; foram ainda contactados os Presidentes das Juntas de Freguesia da Misericórdia (Bairro Alto) e de Santa Maria Maior (Mouraria); dos serviços técnicos de reabilitação Urbana foi contactado o Coordenador do GABIP – Mouraria; dos representantes de moradores, as associações AMBA e Aqui Mora Gente (Bairro Alto) e Renovar a Mouraria; das associações culturais e desportivas o Grupo Desportivo da Mouraria e o Lisboa Clube Rio de Janeiro (Bairro Alto); por último foram ainda contactados o Jornal “O Corvo”, o “Fórum Cidadania Lx” e “Pensar Lisboa”.

2.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO QUALITATIVA

A análise de conteúdo qualitativa foi a técnica utilizada para tratar as entrevistas semiestruturadas e a informação informal recolhida durante as permanências nos bairros. Segundo Vala (1986) *“a análise de conteúdo é uma técnica que pode incidir sobre material não-estruturado (...) tem a enorme vantagem de permitir trabalhar sobre a correspondência, entrevistas abertas”*.

Segundo Flick (2005, como citado em SALVADOR, 2012) a análise de conteúdo é composta por três técnicas: a análise de conteúdo sintetizadora; a análise de conteúdo explicativa e a análise de conteúdo estruturante. Nesta dissertação utilizou-se a análise de conteúdo sintetizadora.

Através desta técnica foi possível categorizar as notícias publicadas em jornais sobre o Bairro Alto e Mouraria. Por exemplo no Bairro Alto as expressões “ruído”,

“insegurança”, “lixo”, “consumo de álcool”, “conflito entre moradores e comerciantes” e “cultura alternativa” são as mais comuns e permitem sintetizar os problemas que se vivem neste Bairro, enquanto na Mouraria e a partir de 2009, as expressões com mais representatividade nas notícias são “nova esperança”, “nova vida”, “participação comunitária”, “revitalização social”, “identidade cultural” e “preservação das estruturas identitárias”.

O primeiro contacto que houve com as áreas em estudo foi através de longas caminhadas na Mouraria e no Bairro Alto. Simultaneamente, iniciou-se uma pesquisa bibliográfica e documental dos dois bairros, através da recolha de textos académicos e jornalísticos que abordassem as temáticas ligadas à governança da CML, à vida nos bairros, ao seu património e espaços públicos, aos seus eventos, etc.

Procurou-se também nas redes sociais, fóruns, blogues, imprensa virtual ou movimentos de opinião, toda a informação existente sobre estes bairros, o que se veio a revelar de importância fundamental pelos contactos que proporcionou. Desse modo se abriram as portas das problemáticas vividas nestes dois bairros e da compreensão do impacto das políticas autárquicas, principalmente as ligadas à reabilitação urbana ou requalificação do espaço público.

Após este conhecimento prévio, mais aprofundado, sobre os bairros, iniciaram-se contactos com as pessoas, e entidades locais para organizar a recolha de informação através de entrevistas semiestruturadas. As dificuldades nesta fase do trabalho prenderam-se com o elevado número de pessoas que, preferindo enviar as respostas escritas (mesmo depois de gravar a entrevista com elas) não autorizaram a publicação, neste trabalho, do que havia sido gravado.

IV. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

1. REABILITAÇÃO URBANA, QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES E PROJEÇÃO TURÍSTICA NO BAIRRO ALTO

Até à revolução de abril de 1974, o Bairro Alto era para o turismo as casas de fado e os restaurantes típicos de gastronomia tradicional, “os fadistas passam a ser estrelas cobiçadas pelo público, o fado torna-se a canção nacional por excelência e o seu maior palco era o Bairro Alto”¹⁴. A identidade do Bairro Alto, caracterizada pelo fado, pela prostituição, pela imprensa diária aí localizada, pelas tipografias e editoras de livros, pela vida “bairrista”¹⁵ e boémia, iniciou um processo de alteração, com a construção de novos imaginários coletivos no início da década de 80 do século XX. A imprensa praticamente abandonou o Bairro Alto, “em busca de instalações modernas e melhores acessibilidades”¹⁶, por outro lado, “O fado passa a ser conotado com o antigo regime e é, por isso, marginalizado”¹⁷.

O ano de 1982 é um marco na renovação da identidade cultural do Bairro Alto, dado que se iniciou um novo movimento cultural no bairro com a inauguração do Bar Frágil¹⁸, numa antiga panificadora entre a rua da Atalaia e a Travessa da Queimada. No ano anterior, na rua da Atalaia, fora inaugurado o restaurante Pap’Açorda que se situava entre a tasca e o luxo, “o Frágil e o Pap’Açorda são os catalisadores que disparam e neste lastro muitas novidades irão surgir. Vários restaurantes e novos comércios, com exposições de designers e de objetos de arte. Continuam a abrir novos bares como - Os Três Pastorinhos na rua da Atalaia com pista de dança e vários outros bares mais recatados na rua Diário de Notícias onde o ambiente de tertúlia era dominante”¹⁹.

¹⁴ Revista Expresso de 23/11/2013

¹⁵ Os moradores centram a sua vida no espaço público do bairro. A vida faz-se com os vizinhos na rua, criando-se assim uma identidade geográfica centrada no bairro. É o espírito bairrista que subjaz à competição das marchas dos santos populares em Lisboa.

¹⁶ Revista Expresso 23/11/2013

¹⁷ Idem

¹⁸ O bar Frágil, inaugurado a 15 de Junho de 1982, foi, durante duas décadas, uma referência da noite de entretenimento e manifestações culturais alternativas no Bairro Alto.

¹⁹ Revista Expresso 23/11/2013

O processo de gentrificação começa nos finais da década de 80, segundo Manuel Graça Dias²⁰ “o fenómeno é sempre o mesmo em todas as cidades, bairros recuperados rendas baratas. Primeiro vem a elite cultural depois vem o dinheiro”²¹.

Esta atividade cultural e alternativa ligada à animação noturna seduz artistas e atores e é um turismo assumidamente pós-moderno.

Por outro lado, a reabilitação urbana é potenciada no Bairro Alto em 1994 com a organização de *Lisboa, Capital da Cultura*. Depois deste evento, a noite do Bairro Alto extravasou para a rua. Os bares e restaurantes tornaram-se demasiado pequenos para a procura que aumentava.

O evento *Lisboa, Capital da Cultura* correspondeu a um grande investimento na reabilitação urbana, 10 milhões de euros, quase todos no Bairro Alto: rua do Alecrim e rua da Misericórdia.

A Galeria Zé dos Bois²² instalou-se no Bairro Alto no final da década dando mostras da vitalidade cultural que este bairro ainda tinha nessa altura.

Durante a última década do século XX, o crescimento de novas atividades ligadas à animação noturna do Bairro Alto, descontextualizadas do espírito cultural do bairro, acompanhado de uma pressão imobiliária muito forte que levou à rápida *gentrificação* de parte deste bairro, contribuíram para o início de um processo de *disneyficação* do Bairro Alto²³. O Bairro Alto passou a ser o centro de animação noturna de Lisboa sem que ninguém pensasse nos moradores que todos os dias dormem naquele bairro, vivem nas ruas daquele bairro e veem os seus filhos crescer naquele bairro. Tudo isto aconteceu sem que o poder local desenvolvesse políticas de reabilitação urbana que acautelassem os conflitos que rapidamente se instalaram com a “*explosão da noite no Bairro Alto*”.²⁴ Os bares replicaram-se no Bairro Alto com horários de funcionamento que iam muito para além da

²⁰ In Revista Expresso 23/11/2013

²¹ Idem

²² A Galeria Zé dos Bois (ZDB) é uma Associação cultural sem fins lucrativos, criada por iniciativa civil em 1994. Um centro cultural de 2500 m² localizado no centro do Bairro Alto, no antigo Palácio Baronesa de Almeida. Enquanto estrutura de criação, produção e promoção para a arte contemporânea, a ZDB instiga a pesquisa e investigação nas artes visuais e performativas e também na imagem e na música.

Anualmente, a ZDB apresenta exposições que produz, e acolhe/coproduz mais de 150 outros projetos artísticos, incluído residências, ações educativas, apresentações de teatro, dança e música, numa programação eclética.

²³ Ver Apêndice 1 e 2

²⁴ In Revista Expresso 23/11/2013

hora normal de repouso dos moradores, o consumo de álcool na rua era e é potenciado com as lojas de conveniência que vendem principalmente garrafas de cerveja e sangria de litro e de vidro, que são consumidas nas ruas, muitas vezes deixadas partidas no chão das ruas tornando-se os becos e esquinas das ruas, nas casas de banho públicas dos seus utilizadores noturnos. Quem passou a procurar o Bairro Alto eram jovens estudantes na sua maioria com pouco poder económico e que procuravam no álcool e drogas a diversão noturna no Bairro Alto, “*as prostitutas deram lugar aos dealers que marcam território*”²⁵. Exemplo do que se acaba de afirmar é a profusão de *hostels* vocacionados para estudantes ERASMUS que têm aberto no Bairro Alto, contribuindo para uma apropriação do espaço residencial por um turismo jovem e muitas vezes conflituoso com a vida dos moradores. Ainda segundo a revista do jornal Expresso²⁶ “*o desassossego abranda às três da manhã, quando os bares encerram. Uma hora em que as esquinas e becos já se transformaram em autênticos urinóis públicos, e a barulheira ainda é tal que muitos moradores amaldiçoam a vida por não conseguirem pregar olho*”.

Pela análise das 130 notícias publicadas no jornal Público entre 14/07/2001 e 04/08/2014 sobre o Bairro Alto, pode constatar-se que em 61% dessas notícias eram referidas questões que ligavam a animação noturna ao consumo de álcool e drogas no espaço público, à insegurança e poluição nas ruas, ao ruído excessivo e ao conflito entre moradores e comerciantes.

Este crescimento quase exponencial, da utilização do Bairro Alto como centro de diversão noturna lisboeta, é resultante de uma série de políticas que não só pretendiam contrariar a desertificação do centro histórico de Lisboa, como também reabilitar os bairros históricos, resgatando uma imagem de tradição bairrista, que acabou por ser transformada numa imagem de animação e festa constante, quase sempre conflituante com o que era inicialmente pretendido.

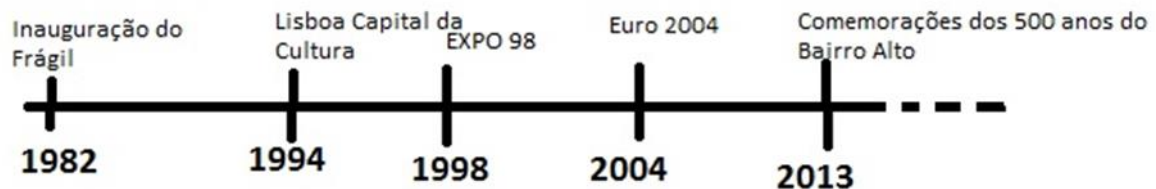
Pode considerar-se que as transformações ocorridas neste bairro nos últimos 30 anos foram impulsionadas por alguns eventos (ver figura 4.1), que pontualmente reforçaram a pressão económica sobre o bairro. O poder local nunca soube, acautelar os conflitos gerados, com medidas que defendessem os interesses dos residentes do bairro, seus primeiros e mais antigos utilizadores. As ações do poder político no Bairro Alto pautaram-se assim, pela permissividade aos interesses exteriores ao bairro que,

²⁵ In Revista Expresso 23/11/2013.

²⁶ Idem.

aproveitando-se da imagem boémia e de vida noturna, transformaram este bairro no que ele é nos dias de hoje: centro de animação noturna de Lisboa.²⁷

Figura 4.1 - Eventos que marcaram a evolução recente do Bairro Alto



Fonte: Elaboração própria

Ao longo destes 30 anos licenciaram-se obras indevidamente, venderam-se imóveis classificados como património local ou nacional para a requalificação em condomínios de luxo, abriram-se as portas do Bairro Alto ao comércio noturno da animação quase sem restrições. Por exemplo, durante o Euro 2004, os bares do Bairro Alto foram licenciados até às 4 da madrugada todos os dias da semana. Depois de terminado o campeonato europeu de futebol, foi difícil retomar o horário de encerramento anterior. Só depois de muita contestação dos moradores os bares voltaram ao horário anteriormente estipulado.²⁸

Tudo isto tem criado um ambiente de festa noturna permanente no Bairro Alto, com milhares de pessoas a procurar aqui um mundo de fantasia através do álcool e droga, complementado por eventos “culturais”, na maior parte das vezes patrocinados por bebidas alcoólicas.²⁹

Esta política de ausência de política, deixando às forças do mercado especulativo a decisão da utilização do espaço no Bairro Alto, quase destruiu e continua a por em causa a verdadeira identidade deste bairro. Esta situação está bem patente na entrevista realizada ao vice-presidente da Associação de Moradores do Bairro Alto – AMBA, quando afirma:

²⁷ Idem

²⁸ In Jornal Público 08/08/2004.

²⁹ Aqui Mora Gente - <https://www.facebook.com/AquiMoraGente>.

“(...)têm sido meses e anos a discutir o futuro deste bairro, que qualquer dia só tem hostels e estudantes estrangeiros, esses do ERASMUS, como moradores, e duvido que eles conheçam a tradição do Bairro Alto”, ou ainda, “a implementação de vários bares indiferentes à população (...) na rua da Atalaia, por exemplo, é porta sim porta sim um bar! Vivem pessoas por cima que estão sempre a ser incomodadas! Isto é um bairro residencial! (...) muitas pessoas não se queixam do ruído porque os comerciantes lhes pagam a renda ou outras coisas (água, eletricidade) e não lhes convém fazer queixa (...) depois se o morador do primeiro andar não se queixa do ruído que os vizinhos do 2º e 3º andar se queixam a polícia municipal diz que não pode fazer nada!”. Esta situação de conflito quase total entre comerciantes e moradores foi até há pouco tempo gerida sem diálogo entre as partes interessadas na opinião do Sr. Vítor Silva vice-presidente da AMBA, “decidem as coisas sem «passar cavaco a quem cá mora (...) deixaram abrir as lojas de conveniência que vendem garrafas de cerveja e de sangria de vidro e as ruas ficaram cheias de vidros partidos, (...) quando há problemas com bares que abusam e fazemos queixa (...) o processo demora tempo, o fulano A ou B do bar que nos queixamos desaparece daquele bar e abre ali o mesmo bar com outro dono (tudo a fingir claro) e quando chega fiscalização já não pode atuar (...) o licenciamento zero facilita a vida a este estratagema.” (Apêndice 2)

A situação atual do Bairro Alto é caracterizada pela conflitualidade entre todas as partes: por um lado, moradores do bairro e unidades hoteleiras que reivindicam o fim do ruído, do consumo de álcool e drogas no espaço público e a redução de horário de funcionamento dos bares e do comércio noturno; por outro lado, comerciantes dos bares, restaurantes e casas de fado que querem o bairro seguro, com mais vigilância e sem consumo de álcool na rua, mas com horários de funcionamento mais alargados; por último, os pequenos comerciantes, com bares de “vão de escada”, como lhes chamam os moradores, que só têm balcão para a rua, e as lojas de conveniência que vendem bebidas alcoólicas para serem consumidas na rua (preferidas pelos jovens por serem mais baratas que nos bares), que querem manter tudo como está³⁰.

A política da CML em relação a estes conflitos tem-se pautado, nos últimos anos, pela tentativa de gestão dos interesses das várias partes envolvidas, no sentido de procurar encontrar um ponto de equilíbrio. Assim, a CML tem experimentado pequenas alterações ao regulamento dos estabelecimentos de animação noturna e comércio de bebidas,

³⁰ Ver Apêndice 2

No relatório referente à Alteração ao Plano de Urbanização do Núcleo Histórico do Bairro Alto e Bica, reconhece-se os efeitos nefastos do que aconteceu nos últimos 15 anos:

“Registando-se alguma renovação da população, a perda percentual de população é menos acentuada que nas restantes áreas dos bairros históricos centrais, verificando-se também que este é o bairro da área central de Lisboa com maior percentagem de população jovem. (...)”

Esta dinâmica tem sido acompanhada pontualmente de gentrificação, fenómeno que altera algumas das formas tradicionais de vida local e de utilização do espaço. Neste aspeto, a atividade económica evoluiu e o seu perfil tem vindo a alterar-se sendo comum a tendência de substituição de comércio local por comércio especializado, nomeadamente, nas áreas mais inovadoras da moda e do design, mas também na restauração e bares, fatores que induziram uma pressão substancial sobre o tecido urbanístico e social. (...) Os elementos apontados, a par da centralidade e prestígio da “cidade histórica”, têm gerado um forte interesse dos privados no investimento imobiliário, tanto na reabilitação de habitação, com ou sem apoio dos programas de participação, como em novas unidades hoteleiras, ou em projetos de reconversão de grandes imóveis. (...) A coexistência destas atividades com o uso habitacional que se pretende prevalente deve contudo merecer uma ponderação cuidada, designadamente na avaliação rigorosa das condicionantes técnicas já antes previstas e agora atualizadas”.³²

Assim, sendo o uso habitacional o que se pretende prevalecente, e sendo reconhecidas as tensões entre os interesses do investimento privado e o uso habitacional, perpetua-se um antagonismo de interesses de difícil gestão. Por um lado, o investimento privado é indispensável para a reabilitação urbana dos bairros históricos de Lisboa, por outro lado os interesses do investimento privado colidem, na maioria das vezes, com o uso que se pretende dar ao espaço reabilitado. No Bairro Alto até agora têm prevalecido os interesses do investimento privado contra os interesses dos moradores, o futuro nos dirá que evolução este bairro vai conhecer.

³² Relatório Alteração ao Plano de Urbanização do Núcleo Histórico do Bairro Alto e Bica, 2012

2. REABILITAÇÃO URBANA, QUALIDADE DE VIDA DOS RESIDENTES E PROJEÇÃO TURÍSTICA DA MOURARIA

Até ao ano de 2008 as políticas de reabilitação urbana na Mouraria, segundo as fontes consultadas, pautaram-se pela ineficácia quase total. Em 2001 uma notícia do jornal Público afirmava:

“Um século depois de ter ganho a guerra contra os que defendiam a sua demolição, a Mouraria está longe de conquistar a qualidade de vida que a sua história e localização suporiam. A degradação dos imóveis e do espaço público constituem uma marca inegável do bairro, mas a Câmara de Lisboa sustenta que o pior já passou e que o processo de reabilitação está definitivamente lançado”³³. No entanto, passados sete anos o mesmo jornal voltava a noticiar: “O popular e histórico bairro da Mouraria já passou por várias tentativas de reabilitação do património – mas todas falharam”³⁴.

O relatório de Alteração ao Plano de Urbanização do Núcleo Histórico da Mouraria em 2012 reconhece este facto quando afirma:

“A renovação da população percecionada não terá, assim, decorrido do investimento público na renovação, mas antes do seu relativo insucesso” ou ainda, “A dinâmica urbana da Mouraria mantém-se, assim, essencialmente como à data da entrada em vigência do Plano de Urbanização, (...). Não se assinalando, portanto, a revitalização e requalificação urbana pretendida pelo Regulamento em vigor”. Outra tentativa de arranque da reabilitação urbana deste bairro é referida no mesmo artigo: “em 2003, foi desencadeada na Mouraria uma «megaempreitada» de 7,8 milhões de euros (...). Mas nem tudo correu como o previsto (...). Relativamente à Mouraria, o empreiteiro entrou em litígio com a câmara que lhe devia montantes elevados, tendo pedido rescisão de contrato”³⁵.

Se por um lado, esta inoperância dos planos de reabilitação urbana foi dramática para a Mouraria e para o seu tecido social, por outro, mantiveram-na incólume aos interesses privados imobiliários. A Mouraria “parou no tempo”, o que permitiu manter níveis

³³ Jornal Público de 02/04/2001.

³⁴ Jornal Público de 25/06/2008.

³⁵ Relatório de Alteração ao Plano de Urbanização do Núcleo Histórico da Mouraria, 2012.

de arrendamento urbano acessíveis. Outros bairros históricos, como a Alfama e o Bairro Alto eram “comoditizados” à sofreguidão dos interesses privados que criavam uma encenação destes bairros, aumentando o valor especulativo do espaço e tornando inoportável para moradores e pequeno comércio local a manutenção do seu modo de vida. Criava-se nestes bairros um cenário para turistas que perdurou até aos dias de hoje e que tem afastado cada vez mais os residentes para outros bairros menos *turistificados*.

Assim, a Mouraria manteve-se inalterada, longe dos olhares da especulação do mercado imobiliário e foi o lugar por excelência, de migrantes desde o século XIX.

Até ao final dos anos 70, os residentes do bairro da Mouraria são rurais e portugueses, durante as últimas décadas assistimos à chegada de muitos imigrantes dos mais variados pontos do planeta: asiáticos, sul-americanos, da europa de leste, africanos, praticamente de tudo o mundo. Este fenómeno não só contribuiu para o enriquecimento cultural da Mouraria, tornando o seu rossio (Martim Moniz) um centro de comércio multicultural, como preservou a tradição de outros tempos, poupando os seus moradores à gentrificação que pudesse descaracterizar culturalmente o bairro.

Esta situação só virá a ser alterada a partir de 2011, quando “*A instalação do gabinete de António Costa no Largo do Intendente, em Abril de 2011, marcou uma inédita operação de reabilitação urbana. Recorrendo a verbas comunitárias e camarárias, totalizando 13,5 milhões de euros, deu vida nova ao bairro situado no coração da cidade*”³⁶.

Como já atrás se referiu, a Mouraria viu aprovado uma série de investimentos que iniciaram com o financiamento do QREN e foram sendo acompanhados com outros programas como o PDCM, o Programa de Investimento Prioritário em Ações de Reabilitação Urbana (PIPARU) e Programa BIP/ZIP (Bairros e Zonas de Intervenção Prioritária). Todos com o mesmo objetivo, segundo António Costa, “*todos convergindo no objetivo de resgatar do esquecimento e da decadência esta área do coração da capital.*”³⁷

A primeira fase deste investimento pretendia atuar principalmente na componente física do bairro e, assim, conquistar a motivação dos moradores. Foram realizadas obras de reabilitação e requalificação urbana no eixo entre o Largo do Intendente e o Largo Adelino Amaro da Costa. Esta obra foi acompanhada de muitos outros projetos, como a criação de dois espaços destinados a atividades com jovens e idosos (no Largo dos Trigueiros e na Rua da Guia), o nascimento do sítio do fado na Casa da Severa (no Largo

³⁶ In Jornal Rosa Maria nº 6

³⁷ Idem

da Severa) e a criação de um circuito turístico-cultural no bairro. A este plano juntou-se ainda a reabilitação de 36 fogos municipais. A originalidade deste projeto reside na segunda fase de carácter social e comunitário, *“a empreitada foi completada com uma intervenção social e cultural para que tudo fizesse sentido, para que não fosse apenas betão. Até porque as feridas da Mouraria eram bem mais profundas”*.³⁸

É com naturalidade que surge, quase em sintonia temporal, através de um consórcio de parceiros, uma candidatura ao Orçamento Participativo de Lisboa em 2011, sob a designação *Há vida na Mouraria*. Este projeto ganhou a votação desse ano tendo-lhe sido atribuído um financiamento de um milhão de euros. Os ecos deste sucesso iniciaram um processo de contágio de investimentos privados de pequeno comércio especializado e do mercado imobiliário. Estão ainda por concluir o Centro de Inovação da Mouraria e, por iniciar, a nova Praça da Mouraria a nascer da demolição de um edifício entre as ruas da Palma e do Benfornoso, onde será edificada uma mesquita e, por último, a Oficina da Guitarra Portuguesa no Beco da Achada.

Segundo João Meneses, Coordenador do GABIP – Mouraria:

*“Nós incentivámos e apoiámos algumas propostas de cidadãos ou instituições que nos pareceram mais credíveis, resolvendo aspetos técnicos da sua elaboração. Ganhámos já três vezes com os projetos «Há vida na Mouraria», Centro de Inovação e Casa da Mobilidade, estes dois ainda em fase de execução.”*³⁹

Para o novo quadro comunitário de apoio entre 2014 e 2020, não só se pretende continuar a melhorar as condições de quem vive há muito na Mouraria, mas também atrair novos moradores e visitantes.

A mobilização dos residentes e utilizadores da Mouraria que este conjunto de projetos promoveu foi consolidada com a criação de instituições (Casa da Achada, Casa da Severa) e associações (Renovar a Mouraria) que têm contribuído para a preservação dos elementos identitários, tanto na perspetiva de quem lá vive como de quem visita. Não é por acaso, que ao passear pela Mouraria se podem ver moradores, normalmente senhoras de idade, oferecerem chá a turistas, mesmo estrangeiros. Que sem perceber uma palavra do que lhes é dito vivem o que de mais real a Mouraria tem: os seus

³⁸ Idem

³⁹ Ver Apêndice 3

moradores. A restituição deste espaço (bairro) aos cidadãos que o usam restituiu-lhe o seu orgulho e resgatou o seu espírito ainda sem mácula, quase num estado original.

O exemplo do que tem acontecido noutros bairros históricos de Lisboa, como a Alfama ou Bairro Alto, é de difícil repetição na Mouraria, pois grande parte do edificado é municipal e a participação ativa e comunitária dos moradores está a criar condições para a reapropriação do espaço público para as suas vidas e momentos de festa. Resta saber até quando é sustentável esta “utopia comunitária” num mundo onde os interesses económicos globalizam práticas e paisagens.

Na atualidade os “reis” da Mouraria são os seus moradores que partilham com turistas a sua realidade cultural e social, através do fado e da mítica imagem da Severa, através das suas tascas e restaurantes do mundo ou das recentes cantinas comunitárias, através da vida centrada no bairro, nas suas ruas becos e travessas. É uma Mouraria autêntica que renasce desta reabilitação, que se disponibiliza para o turismo cultural através das suas visitas guiadas por moradores. O turismo na Mouraria é promovido pelos seus moradores, pelas associações e instituições de caráter social e cultural que aí desenvolvem a sua atividade (observação participante em 4 visitas guiadas na Mouraria nos dias 2, 3 e 9 de Agosto).

Podemos sintetizar os principais fatores de sucesso desta política de reabilitação urbana na Mouraria até ao momento: (1) Mudança do Gabinete do Presidente da CML para o Largo do Intendente; (2) Processo aberto e participativo de diagnóstico, planeamento e execução (ex.: Candidatura ao Orçamento Participativo na fase inicial foi fundamental); (3) Parceria profunda e alargada entre atores do sector público, procurando recorrer ao máximo a recursos locais; (4) Combinação de procedimentos formais e informais, processos “debaixo para-cima” e “de-cima-para-baixo”, e atores locais com atores exógenos; (5) Ação simultânea na reabilitação urbana e revitalização social; (6) Ocupação do espaço público (diferentes escalas) – sentimento segurança; (7) Criação de gabinete temporário, específico e transversal – o GABIP Mouraria; (8) Investimento inicial na autoestima e sentimento de pertença dos habitantes; (9) Abertura à inovação social (MENESES, 2013).

Este autor afirma ainda que este conjunto de fatores ajudou a construir um ambiente de mobilização cívica em torno da reabilitação urbana deste bairro que, por sua vez, atraiu investimento de “fora do bairro”. Nos últimos anos, o bairro viu nascer lojas, restaurantes, ateliês e unidades de turismo. Só falta mesmo, segundo a vontade dos moradores mais

velhos, uma casa de fados, que resgate a tradição do fado da Mouraria e o dê a conhecer a quem a visita.

Segundo Marluce Menezes (2011), os projetos de reabilitação urbana da Mouraria visam não só revitalizar o seu património histórico-cultural e urbano, mas também contribuir para a reconstrução social e simbólica da sua imagem urbana através da valorização simbólica do período medieval. A autora afirma:

“(...)no afã das recuperações e revitalizações, verifica-se uma criação que permitirá relacionar a invenção do património histórico com a invenção da tradição, sendo que as imagens que irão sustentar tais alegorias se reportam às práticas antigas e à tradicional multietnicidade local. Com o emblema de lugar onde pairam ‘todos’ culturalmente diversos, a imagem de bairro mal-afamado é substituída por imagens de maior centralidade e atratividade, parecendo atrair jovens moradores (...). No que respeita a relação dos novos moradores – analisados sob a ótica do processo de gentrificação – com o bairro, Branco (1992) já havia salientado que para estes moradores a casa é o centro de tudo, funcionando como uma espécie de símbolo do estilo de vida, sendo também um local privilegiado para o convívio social com parentes e amigos (...) os moradores apesar de se referirem à importância da ‘vida de bairro’ na escolha dos seus locais de residência, não participavam, contudo, dessa vida. Pois, durante a semana encontram-se mobilizados pelas suas atividades profissionais e aos fins-de-semana ficam em casa ou saem do bairro.”

O programa de reabilitação tem como objetivo ainda a integração da Mouraria nas rotas turísticas com a criação de um percurso turístico-cultural, tendo sido, para essa finalidade, identificadas estruturas identitárias como o *Quarteirão dos Lagares* para as indústrias criativas, a *Casa da Severa* para o fado e o *Marim Moniz* para a valorização transversal da interculturalidade. Foram ainda instalados ao longo do percurso 11 totens com informação turística relevante.

O turismo na Mouraria resulta de uma governação integrada de bottom-up como disse João Meneses:

“Tomámos uma iniciativa inédita e única em Lisboa, inaugurar um percurso turístico pedonal, composto por 11 totens de sinalética, do largo do Intendente ao Largo Adelino Amaro da Costa. Isto é um sinal claro que queremos cá turistas. Tivemos outra iniciativa com a Escola de Comércio de Lisboa, realizar formação durante um ano para o comércio local diurno e outra para o comércio noturno.

Pretendia-se facultar aos comerciantes locais um upgrade da capacidade de gestão, de atendimento e de fidelização dos clientes. Ajudámos a criar visitas guiadas pela mão da associação Renovar a Mouraria, ajudámos a criar a rota das tasquinhas e restaurantes da Mouraria que já estão sinalizados com uma placa. Um dos aspetos que nos distingue de todos os outros bairros de Lisboa é a diversidade de visitas guiadas que desenvolvemos ou ajudámos a desenvolver na Mouraria. Por exemplo, as visitas guiadas cantadas, que foram capa do “Le Monde”, mostram bem como queremos atrair turismo mas de qualidade e original, não queremos aqui um centro comercial de turismo. Aqui pode visitar-se a Mouraria com um guia local e com fadistas ou a Mouraria chinesa. Temos também visitas para pessoas com dificuldade de mobilidade ou outras. Temos uma visita aos sabores e cheiros da Mouraria. Portanto a diversidade de visitas que aqui se fazem são um sinal claro que queremos receber bem os turistas que querem conhecer a Mouraria. Tudo isto com guias locais, o que contribui para o combate ao desemprego. O trabalho fotográfico de Camila Watson exposto permanentemente nas ruas do bairro com imagens dos moradores mais carismáticos do bairro e fadistas que aqui nasceram ou viveram são uma forma de promover a identidade da Mouraria e melhor receber os turistas.”⁴⁰

Ainda segundo João Meneses, o turismo cultural é o que melhor se enquadra na projeção turística que se pretende conseguir com a reabilitação urbana da Mouraria. A profusão de visitas culturais guiadas, de atividades turísticas de abertura da vida do bairro a quem o visita são bem o exemplo do tipo de turismo pretendido. Por outro lado, a restrição dos horários de funcionamento dos bares à noite, demonstra o cuidado que se pretende ter com situações de conflito verificadas noutros bairros. Para este técnico coordenador do GABIP o problema, do turismo em Lisboa não se põe ainda em termos de quantidade:

“o problema não reside na quantidade mas nas práticas que podem incentivar o turista a desrespeitar o espaço e as pessoas. O problema está na oferta. Uma das queixas que se ouve muito é a inflação dos preços, principalmente na restauração e nas mercearias locais. Isto poderá estar relacionado com a quantidade, mas tem como principal causa a forma como enquadrámos o turismo no espaço onde ele é praticado. Eu diria que a Mouraria está longe de atingir o limite da sua capacidade de carga.”⁴¹

⁴⁰ Ver Apêndice 3

⁴¹ Idem

V. CONCLUSÕES

Com o objetivo de conhecer e refletir sobre a articulação entre políticas municipais de reabilitação urbana e a influência da projeção turística, proporcionada por essas políticas, na qualidade de vida dos moradores nos espaços reabilitados e no resgate do seu imaginário coletivo identitário, colocaram-se questões, aqui já identificadas, que pretendiam esclarecer a relação entre:

Figura 5.1 - Governação de políticas de reabilitação



Fonte: Elaboração Própria

Este modelo, que em parte se baseia na proposta aqui apresentada por Carmichael (2005), pretendia ser o fio condutor no estudo dos dois bairros aqui em análise. Assim, começou-se por analisar as políticas de reabilitação urbana aplicadas aos dois bairros a partir da década de oitenta.

O Bairro Alto começou um processo de transformação física e social logo nesta década, com a migração da imprensa diária por um lado e com a abertura de vários espaços de animação noturna por outro. A reabilitação urbana que foi ocorrendo, grande parte pela mão de privados, gerou um processo de *gentrificação*. Os condomínios de luxo iam surgindo na parte alta do Bairro Alto a par de um aumento do comércio especializado

e da animação noturna. Até ao final do século XX, esta situação foi criando uma projeção turística do Bairro Alto como centro de animação noturna de Lisboa. Ao fim de 30 anos de alterações neste bairro, os conflitos entre moradores, comerciantes da noite, lojas de conveniência e hotéis geraram um ambiente de desconfiança hostil e de atrito constante.

A governança deste bairro caracterizou-se por uma política *top-down*, estabelecendo uma imagem territorial como principal campo de referência para a compreensão das relações urbanas. Assim, esta estratégia permissiva aliada a uma imagem do Bairro Alto como centro de diversão noturna de Lisboa, não equacionou os diferentes atores urbanos constituintes deste bairro, desvalorizando os residentes mais antigos e com menor capacidade de comunicação dos seus pontos de vista. A situação que se vive hoje no Bairro Alto é fruto desta evolução, e embora muito do que foi feito no bairro tenha contribuído para o enriquecimento dos seus elementos identitários, como por exemplo, o ser considerado centro de cultura alternativa ou de indústrias criativas, o conflito atual é insustentável em muitas ruas do bairro. Por outro lado, há sinais claros da capacidade de carga ser ultrapassada muitas vezes neste bairro. Os problemas de recolha de resíduos sólidos e de limpeza das ruas são o espelho disso mesmo. Os visitantes do bairro, turistas ou não, ao beberem e dançarem na rua, por não terem espaço nos bares, acabam por fazer na rua tudo o que sentem necessidade. É claro que os moradores não podem “sobreviver” muito tempo ao ruído, ao cheiro e ao estado de sujidade que algumas das ruas chegam a ter. Nas conversas com moradores e nas entrevistas realizadas, percebeu-se que o problema melhorou um pouco (principalmente na limpeza, recolha de lixo e segurança) mas está longe de ser resolvido.

O Bairro Alto ganhou o estatuto de modernidade, promovendo uma experiência turística pós-moderna, onde a encenação da autenticidade é subjugada ao conforto, entretenimento e diversão do visitante, criando um ambiente sempre em festa.

A Mouraria permaneceu incólume depois do 25 de Abril, destacando-se apenas um ou outro episódio de reabilitação urbana de património monumental. A afluência de imigrantes de todos os continentes construiu-lhe novos alicerces identitários, transformando a baixa da Mouraria (Martim Moniz) num centro de comércio multicultural. Mas a marginalidade e decadência urbana e social do centro nevrálgico da Mouraria, antiga freguesia do Socorro, permaneceram sem alteração. As políticas de reabilitação urbana neste bairro foram sempre um fracasso (megaempreitada no início do século XXI interrompida por falta de pagamento ao empreiteiro – as obras ficaram apenas iniciadas) e o bairro ia assistindo à derrocada de casas ou telhados e á deterioração das condições de vida dos seus moradores.

O projeto de reabilitação urbana iniciado em 2011, segundo a mensagem do Presidente da Câmara António Costa, foi “*um projeto das pessoas e para as pessoas do bairro*”⁴². Pretendia não só reabilitar o espaço físico, como revitalizar o tecido social e, utilizando o turismo como alavanca de desenvolvimento, “*devolver a Mouraria aos lisboetas*”. Na sua mensagem disse ainda:

“Pretende-se tornar a Mouraria um território mais inclusivo, mais atrativo e mais seguro para todos. A Mouraria vai mesmo mudar para melhor”.⁴³

Ao deslocar para o Intendente o seu executivo, António Costa, pretendeu aproximar o poder autárquico dos atores envolvidos neste projeto, que já se constituiu como marca indelével do seu consolado.

Segundo João Meneses, coordenador do GABIP – Mouraria, a governança das políticas de regeneração urbana, como lhes prefere chamar, caracteriza-se por uma governação *bottom – up*, integrada, onde os diferentes atores urbanos constituem a base das relações que se estabelecem. O envolvimento estratégico dos moradores e comerciantes locais e a atração de novos moradores e investidores foi o fio condutor de uma reabilitação urbana que pretendia alavancar nas estruturas identitárias e no turismo cultural e criativo o desenvolvimento da qualidade de vida da população local.

Na Mouraria promoveu-se, assim, um turismo cultural onde a autenticidade objetiva é valorizada, onde a cultura se sobrepõe à diversão pela diversão. A memória coletiva e simbólica, a história e tradição, a envolvimento com os residentes, são o que se oferece aos turistas nas visitas guiadas locais ou na Cozinha Popular (cantina do bairro para visitantes ou moradores). No entanto, chegados ao final desta investigação fica-se com a angústia de duvidar da capacidade de resistência da Mouraria à sedução do lucro fácil e imediato. A *gentrificação* e a *turistificação* são fenómenos demasiado frequentes nas cidades europeias para pensar-se que o que foi feito é suficiente para a Mouraria seguir outro rumo. Como disse João Meneses “*o mercado controla-se muito mal*” e a especulação imobiliária é sempre um risco para estes bairros.

Apesar de chegados ao fim deste estudo, muito terá ficado por fazer, e é com espírito autocritico por vezes, e de reflexão sobre o trabalho realizado por outras, que se

⁴² In <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/mensagem-do-presidente.html>.

⁴³ Idem.

propõem linhas de investigação na continuidade deste trabalho tendo em conta as suas limitações inerentes à sua própria essência:

Lisboa vive atualmente um aumento de procura turística, potenciado pelo crescimento de voos *Low-Cost* e de chegadas de cruzeiros ao Tejo. A pressão do aumento da procura tem gerado, em muitas situações, uma oferta eticamente pouco correta e em busca de um lucro fácil. Se é verdade que o turismo tem sido para Lisboa uma alavanca de desenvolvimento e de revitalização da cidade, também é verdade que se notam os primeiros sinais de se estar perto de atingir o limite da capacidade de carga ou, nalguns casos, de já a ter ultrapassado. Seria interessante desenvolver trabalhos de investigação sobre a relação do aumento da procura turística e a preservação das estruturas identitárias dos bairros reabilitados. A massificação do turismo nos bairros, ecossistemas urbanos muito frágeis, poderá criar demasiada pressão sobre eles?

A utilização de novas variáveis primárias obtidas por inquérito, quer a moradores quer a turistas, permitiria desenvolver saberes sobre a relação entre a qualidade de vida dos moradores e a qualidade da experiência turística vivida pelos turistas. Pelo que foi possível observar não é lícito pensar que a experiência vivida no Bairro Alto tem menor qualidade, que a experiência vivida na Mouraria. É diferente, mais encenada no Bairro Alto, mais autêntica e verdadeira na perspetiva da fidedignidade às origens na Mouraria, mas só recolhendo informação do que os turistas e moradores sentem e pensam é que poderíamos conhecer o impacto das políticas de reabilitação urbana na qualidade da experiência turística.

Outra área que ficou em aberto neste estudo é o da relação entre a reabilitação urbana e o tipo de turismo promovido nos locais reabilitados. Conhecer melhor o perfil dos turistas que procuram o Bairro Alto noturno, e o dos que vêm à Mouraria permitiria um conhecimento mais claro sobre esta temática.

Ao longo desta investigação foram surgindo limitações que dificultaram o conhecimento mais abrangente desta problemática. As dificuldades resultantes da ausência de resposta à solicitação de entrevistas aos atores de relevo neste estudo, por certo tornaram-no mais pobre. A impossibilidade de utilizar outras metodologias de recolha de informação por falta de tempo (quando as entrevistas se tornaram insuficientes, por ausência de resposta de presidentes de junta, de serviços camarários, etc.), não permitiu cruzar informação que daria mais sustentação às conclusões aqui referidas.

A observação participante foi muito enriquecedora na compreensão do espírito que se vive nos bairros: no Bairro Alto, durante as visitas em que se participou, sentia-se que

algumas pessoas, moradoras do bairro eram indiferentes à presença de turistas. Pelo contrário, na Mouraria, os moradores sentem orgulho em mostrar o seu bairro e facilmente oferecem uma ginjinha aos turistas que interagem com eles. Das visitas realizadas apenas na Mouraria houve interação espontânea entre turistas e moradores. Inclusivamente uma moradora cantou fado à janela e acabou a canção com vivas à Mouraria.

VI. BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, ASA. (2010). *The inter-community competition as a factor for sustainability and differentiation of tourism product – the case of National Park of Peneda Gerês* – European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. I, Issue 1, pp. 39-50;

ALMEIDA, ASA (2012) – *Comunidades turísticas e atores intermediários: A experiência como contributo para a sustentabilidade*. In Teatro e Intervenção Social. Chaves: Edição Intervenção – Associação para a Promoção e Divulgação Cultural, 97-109;

ALSAYYAD, N. (2001) – *Global norms and urban forms in the age of tourism: manufacturing heritage, consuming tradition*. In ALSAYYAD, N. (ed.) *Consuming Tradition, Manufacturing Heritage: Global Norms and Urban Forms in The Age of Tourism*.1-13. London: Routledge;

AMIROU, R. (2007) - *Imaginário Turístico e sociabilidades de viagem*. Porto: Estratégias Criativas;

ANDERECK, K. e JUROWSKI, C. (2005) – *Tourism and Quality of Life*. In JENNINGS, G. e NICKERSON, G.J. (ed.) – *Quality Tourism Experiences*. Oxford: Elsevier;

ANDERECK, K.; VALENTINE, K.M.; KNOFF, R.C. e VOGT, C.A. (2005) – *Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts*. *Annals of Tourism Research*. 32, (4): 1056-1076;

AP, J. (1992) – *Residents' Perceptions of Tourism Impacts*. *Annals of Tourism Research*. 19, (4): 665-690;

BARAÑANO, A. M. (2008) – *Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão.: Manual de Apoio à realização de trabalhos de investigação*. Lisboa: Edições Silabo;

BEN-DALIA, S.; COLLINS-KREINER, N. e CHURCHMAN, A. (2013) - *Evaluation of an Urban Tourism Destination*. *Tourism Geographies*. 15, (2): 233-249;

BOGDAN, R. e BIKLEN, S. (1994) *Investigação qualitativa em educação. Uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora;

BRAMWELL, B. (2003) – *Maltese responses to tourism*. *Annals of Tourism Research*. 30, (3): 581-605;

BRANDÃO, P. – *A Identidade dos Lugares e a sua representação coletiva*. Lisboa: Europress;

BRUNER, E. (1993) - *Empty meeting grounds (book review)*. *American Anthropologist* 95, (2): 459-460. USA: American Anthropologist Association;

CABRITA, A. R.; AGUIAR J. e APPLETON J. (1993) – *Manual de Apoio à Reabilitação dos Edifícios do Bairro Alto*. Lisboa: C.M.L./LNEC;

CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA (1993) – *Reabilitação Urbana – Núcleos Históricos*. Lisboa: C.M.L.;

CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA (2009) – *Carta Estratégica de Lisboa 2010/2014 – Um compromisso para o futuro da cidade*. Lisboa: C.M.L.;

- CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA (2005) – *Visão Estratégica Lisboa 2012*. Lisboa: CML. In www.cm-lisboa.pt acessado em 20/07/2011;
- CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA (2011) – *Estratégia de Reabilitação de Lisboa 2011-2024*. Lisboa: CML;
- CARITA, H. (1994) – *Bairro Alto – Tipologias e Modos Arquitetónicos*. Lisboa: C.M.L.;
- CARMICHAEL, B. A. (2000) – *A matrix model of resident attitudes and behaviors in a rapidly changing tourism area*. *Tourism Management*. 21: 601-611;
- CARMICHAEL, B. (2005) – *Linking Quality Tourism Experiences, Residents' Quality of Life, and Quality Experiences for Tourists*. In JENNINGS, G. E NICKERSON, N. P. (ed.) – *Quality Tourism Experiences*. Oxford. Elsevier;
- CLEM, A.; KEMP, A. E. (1995) - *Estudo de caso e investigação ação*. In: KEMP, A. E. (org.). *Introdução à investigação em educação musical*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- COELHO, A. B. (1972) – *Portugal na Espanha Árabe, Vol. I*. Lisboa: Seara Nova;
- COELHO, A. B. (1993) – *Esta Cidade de Lisboa*. In C.M.L. (ed.) - *Reabilitação Urbana – Núcleos Históricos*. Lisboa: C.M.L.;
- COHEN, E. (1988) – *Authenticity and commoditization in tourism*. *Annals of Tourism Research*. 15. 371-386;
- COSTA, P. (2009) – *Bairro Alto-Chiado: efeitos de meio e desenvolvimento sustentável de um bairro cultural*. Lisboa: CML.;
- COUTO, D. (2000) – *História de Lisboa*. Lisboa: Gótica;
- DANN, G. e COHEN, E. (1991) - *Sociology and Tourism*. *Annals of Tourism Research*.18. 155-169. Elsevier;
- DGOTDU. 2008 – *A identidade dos lugares e a sua representação coletiva..* Lisboa. DGOTDU;
- DIAS, F. (2009). *Visão de síntese sobre a problemática da motivação turística. Percurso e Ideias*. *Revista Científica do ISCET*. 1, (2): 117-143;
- DONAIRE, J. A. (1998) - *La geografía del turismo después del fordismo: turistas en las fabricas, turistas en los centros comerciales*. Lisboa: *Sociedade e Território*.28: 55-68;
- EDWARDS, D., GRIFFIN, T. & HAYLLAR, B. (2008) *Urban tourism research – Developing an agenda*. *Annals of Tourism Research* 35,(4): 1032–1052;
- FEES, C. (1996) – *Tourism and the politics of authenticity in a North Cotswold town*. In SELWYN, T. (ed.) – *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester. UK: Jonh Wiley & Sons;
- FERRARA, I. D'A. (2002) – *Os lugares improváveis*. In YÁZIGI, E. (org.) – *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto;
- FERREIRA, A. F. (2005) – *Gestão Estratégica de Cidades e Regiões*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian;

- FORTUNA, C. (1995) – *Turismo, Autenticidade e Cultura Urbana*. Revista Critica de Ciências Sociais. 43. 11-45. Coimbra: Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra;
- FORTUNA, C., FERREIRA, C. (1996) - *O turismo, o turista e a (pós)modernidade*. Oficina do CES. 80.
- GAGLIARDI, C. M. R. (2009) – *Turismo e Cidade*. In FORTUNA, C. e LEITE, R. P. (org.) – *Plural de cidade: Novos léxicos urbanos*. Coimbra: Almedina;
- GLASS, R. (1964) – *London, aspects of change*. Londres: Macgibbon & Kee;
- HALBWACHS, M. (1950) – *La Mémoire Collective*. Paris: PUF;
- HALL, S. (1992) - *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro. DP&A Editora.
- HALL, S. (2003) - *A identidade na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A;
- HALL, C. M.; WILLIAMS A. M. (2008) – *Tourism and Innovation*. Londres: Routledge;
- HUGHES, G. (1995) – *Authenticity in Tourism*. Annals of Tourism Research. 22: 781-803. Elsevier;
- ITURRA, R. (1986) *Trabalho de Campo e Observação Participante em Antropologia*. In SILVA, A. S. e PINTO, J. M. (orgs.) *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento;
- JAMAL, T. e HILL, S. (2002) - *The Home and the World: (Post)touristic Spaces of (In)authenticity?*. In DANN, G. M. S. (Ed.) *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. 77-106. UK: Cabi;
- JENSEN, R. (1999) - *The Dream Society: How The Coming Shift From Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill;
- KARSKI, A. (1990) - *Urban Tourism: A Key to Urban Regeneration*. The Planner. 6. 15–17;
- KIM, J.-H.; RITCHIE, J. R. B.; MCCORMICK, B. (2012) - *Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences*. Journal of Travel Research. 51:1. 12-25. London: Sage;
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, B. (1997) – *Destination Cultures: Tourism, Museums and Heritage*. Califórnia: Berkley;
- KRIPPENDORF, J. (1987) - *The Holiday Makers*. London: Heinemann;
- LASH, S.; URRY, J. (1987) - *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity;
- LASH, S.; URRY, J. (1994) - *Economy of signs & space*. London: Sage;
- LEW, A. (2003) – *Tourism in Places and Places in Tourism*. Tourism Geographies. 5 (2).121-122;
- LEFEBVRE, H. (1991) – *The Production of Space*. Oxford: Blackwell;
- LITTRELL, M. A. ;ANDERSON, L. F.; BROWN, P. J. (1993) – *What makes a craft souvenir authentic?* Annual of Tourism Research. 20: 197-215;

- LOCKS, E.B.D. (2007) - *Prestação de serviços personalizados*, Palhoça: Unisul Virtual;
- MCCABE, S.; STOKOE, E. H. (2004) – *Place and Identity in Tourists' Accounts*. Annals of Tourism Research. 31: 3. 601-622. GB: Elsevier;
- MACCANNELL, D. (1973) – *Staged Authenticity: Arrangements of social space in Tourist settings*. American Journal of Sociology. 79: 3. 509-603. Chicago. University of Chicago Press;
- MACCANNELL, D. (1976) - *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken;
- MARUJO, M. N. e CRAVIDÃO, F. (2012) – *Turismo e Lugares: uma visão geográfica*. Pasos. 10: 3. 281-288. Santa Cruz de Tenerife;
- MARQUES, A. H. de O. (1988) – *Novos Ensaio de História Medieval Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença;
- MENESES, J. W. (2013) – *O Caso da Reabilitação da Mouraria*. III Conferências CIDAAS. Lisboa;
- MENEZES, M. (2003) – *A Mouraria: Entre o mito da Severa e o Martim Moniz*. Lisboa. LNEC;
- MENEZES, M. (2011) - *'Todos' na mouraria? Diversidades, desigualdades e diferenças entre os que vêm ver o bairro, nele vivem e nele querem viver*. in atas do XI Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais. Brasil;
- MENEZES, M. (2012) - *Sobre a intervenção socio-urbanística na cidade consolidada. O caso da Mouraria em Lisboa*. Lisboa: Comunicações das Jornadas do LNEC: Cidades e Desenvolvimento. In http://jornadas2012.lnec.pt/site_2_Cidades_e_Developimento/COMUNICACOES/T5_MENEZES_c018.pdf, acessado em 11 de Agosto de 2014;
- MERRIAM, S. (1988) - *Case study research in education: A qualitative approach*. San Francisco, CA: Jossey-Bass;
- MOITA, I. e ALII. (1983) – *A Lisboa Quinhentista. A imagem e a vida da cidade*. Lisboa: C.M.L.;
- NAPOLEÃO, M. E. (2009) – *Lisboa, Urbanismo e Política*. Lisboa: Deplano;
- PELUSO, M. L.; ABREU, G. A.; DIAS, P. (2010) - *Não-Lugares: Uma leitura crítica sob a ótica do turismo*. Espaço & Geografia. Brasil: Universidade de Brasília;
- PEARCE, P. L. (2012) - *Relationships and the Tourism Experience: Challenges for Quality-of-Life Assessments*. In UYSAL, M.; PERDUE, R.; SIRGY, M. J. – *Handbook of Tourism and Quality-of-life Research*. Londres: Springer;
- PEREIRA, M. (2009) – *Cultura de planeamento e governação: contributos para a coesão territorial*. Atas do 1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde. In <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%209/252A.pdf>, acessado em 10 de Junho de 2014;
- PINE; GILMORE (1999) - *Experience Economy*. Santiago de Compostela: A.G.E. y Universidad de Santiago de Compostela;

- SALGUEIRO, V. (2002) – *Grand Tour: Uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura*. Revista Brasileira de História. 22 (64): pp 289-310.
- SARMENTO, J. C. V. (2004) – *Representação, imaginação e espaço virtual: Geografias de paisagens turísticas em West Cork e nos Açores*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian;
- SEARLE, J.R. (1995) – *The Construction of Social Reality*. New York: The Free Press;
- SELBY, M. (2004) - *Consuming the city: conceptualizing and researching urban tourist knowledge*. Tourism Geographies, 6(2), pp. 186–207;
- SEQUEIRA, G. M. (1967) – *Depois do Terramoto. Subsídios para a História dos Bairros Ocidentais de Lisboa*. Vol. 4. Lisboa: Academia de Ciências;
- SCHUDSON, M. (1979) - *Review essay: tourism and modern culture*. American Journal of Sociology. 85:1249–1258. Chicago: University of Chicago Press;
- SCHULTZ, C. N. (1980) - *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Nova Iorque: Rizzoli;
- SHARPLEY, R. STONE, P. R. – (2011) *Tourist Experience. Contemporary perspectives*. USA: Routledge.
- SIMÕES, D. N. (2005) – *Espaço público, orgulho e cidadania*. In A. B. Coelho (ed). Humanização e vitalização do espaço público. Cadernos Edifícios 4. Lisboa. LNEC;
- SOARES, L. B. (1994) – *Lisboa – As Bases do novo planeamento da cidade (1990-1994)*. Finisterra. XXIX, (57): 147:156;
- STEPHEN, C. (1990) – *The search for authenticity: Review Essay of Dean MacCannell, The Tourist*. Berkley Journal of Sociology. 35:151-156. California: Berkley;
- STONE, P.R. (2011) - *Dark Tourism Experiences: mediating between life and death*. In R. Sharpley & P.R Stone (ed.). *Tourist Experience: Contemporary Perspectives*. Abington Oxon: Routledge;
- TARSSANEN, S. KYLANEN M. (2006) - *From Service to Experience: Experience Pyramid a Tool for Experience Eco-Creation*. Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry;
- TARSSANEN, S. (2009) - *Handbook for Experience Stagers*. 5th Edition. Rovaniemi: LEO Oy Sevenprint Ltd;
- TEO, P. e YEOH, B.S.A. (1997) – *Remaking local heritage for tourism*. Annals of Tourism Research. 24. 192-213. Elsevier;
- TUAN, YI-FU (1996) – *Space and Place: Humanistic Perspective*. In AGNEW, J., LIVINGSTON, D. N., ROGERS, A. (ed.). *Human Geography. An Essential Anthology*. Oxford: Blackwell;
- TUCKMAN, B. (2000) - *Manual de investigação em educação: como conceber e realizar o processo de investigação em educação*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian;
- URIELY, N. (1997) – *Theories of modern and postmodern tourism*. Annals of Tourism Research. 24: 982-985. Elsevier;

URRY, J. (1990) - *The Tourist Gaze*. Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage;

URRY, J. (1995) - *Consuming Places*. London: Routledge;

UYSSAL, M.; WOO, E.; SINGAL, M. (2012) – *The Tourist Area Life Cycle (TALC) and Its Effect on the Quality-of-life (QOL) of Destination Community*. In UYSSAL, M.; PERDUE, R.; SIRGY, M. J. – *Handbook of Tourism and Quality-of-life Research*. Londres: Springer;

VALA, J. (1986) – *A Análise de Conteúdo*. In SILVA, A. S. e PINTO, J. M. (orgs.) *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento;

WANG, N. (1999) - *Rethinking authenticity in tourism experience*. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349-370;

WEARING, S. (2001) - *Volunteer tourism. Experience that makes a difference*. Wallingford: Cabi;

VII. WEBGRAFIA

Bairro Alto:

Jornal O Corvo - <http://ocorvo.pt/2013/03/08/costa-promete-medidas-drasticas-contraruido-de-bares-e-discotecas/>. Acedido em 30/03/2014;

<http://ocorvo.pt/2014/03/27/lisboa-em-risco-de-ser-gueto-de-turismo/>. Acedido em 30/03/2014;

<http://ocorvo.pt/2014/02/07/sa-fernandes-quer-limitar-consumo-de-alcool-na-rua/>. Acedido em 30/03/2014;

<http://ocorvo.pt/2014/01/30/informatica-paralisa-videovigilancia-no-bairro-alto/>. Acedido em 30/03/2014;

<http://ocorvo.pt/2013/05/20/wine-bars-do-bairro-alto-dizem-se-discriminados/>. Acedido em 30/03/2014;

<http://ocorvo.pt/2013/04/15/rio-de-janeiro-ja-procura-nova-casa/>. Acedido em 30/03/2014.

AMBA - <http://bairroalto-moradores.blogspot.pt/>. Acedido até 20/08/2014;

Aqui Mora Gente - <https://www.facebook.com/AquiMoraGente>. Acedido até 20/08/2014;

Associação de Comerciantes do Bairro Alto (ACBA) - <http://bairroalto-comerciantes.blogspot.pt/2010/07/o-fidalgo-renovado.html>. Acedido até 20/08/2014;

Cidadania Lx - <http://cidadanialx.blogspot.pt/2013/09/antonio-costa-e-o-ruído-nocturno.html?spref=fb> . Acedido até 13/08/2014;

CML - <http://www.cm-lisboa.pt/viver/urbanismo/planeamento-urbano/plano-diretor-municipal/enquadramento-do-pdm> . Acedido até 31/07/2014;

<http://www.cm-lisboa.pt/viver/urbanismo/planeamento-urbano> . Acedido até 31/07/2014.

Café Portugal - http://www.cafeportugal.pt/pages/sitios_artigo.aspx?id=6992 . Acedido em 15/03/2014;

Corvos e Caravelas - <http://corvoscaravelas.wordpress.com/2007/12/14/anda-conhecer-o-bairro-alto/> . Acedido em 15/06/2014;

Mouraria:

Casa da Achada - http://www.centromariodionisio.org/casa_da_achada.php . Acedido até 18/08/2014;

SIC – Fado na Mouraria -

http://www.youtube.com/watch?v=9YervpjO0zw&feature=youtube_gdata_player . Acedido em 14/06/2014;

Time Out Lisboa - <http://timeout.sapo.pt/artigo.aspx?id=2086> . Acedido em 23/06/2014.

<http://www.vousair.com/cartaz/espectaculos/event/7340-largos-da-mouraria> . Acedido em 23/06/2014;

Percursos Históricos e Visitas Guiadas na Mouraria

<http://videos.sapo.pt/O22QCu1C1aDtIWKG4lcr> . Acedido em 15/08/2014;

Cidadania Lx - <http://cidadania.lx.blogspot.pt/2012/04/mouraria-lisboa-investe-775-mil-euros.html> . Acedido em 23/06/2014;

<http://hojeconhecemos.blogspot.pt/2012/09/do-mouraria-lisboa-portugal.html> . Acedido em 15/06/2014;

QREN Ai Mouraria - <http://www.aimouraria.cm-lisboa.pt/linhas-gerais-do-programa-de-accao/descricao.html> . Acedido até 15/08/2014;

Grupo Desportivo da Mouraria - <http://mouraria.webs.com/localizacao.htm> . Acedido em 15/06/2014;

Associação Renovar a Mouraria - <http://www.renovaramouraria.pt/associacao/> . Acedido até 30/08/2014;

<http://www.vousair.com/cartaz/novidades/outros/item/8566-os-novos-espacos-do-intendente> . Acedido em 15/08/2014;

Time Out Lisbon - <http://timeout.sapo.pt/artigo.aspx?id=2086> . Acedido em 15/06/2014;

VIII. JORNAIS, BOLETINS INFORMATIVOS E REVISTAS

Bairro Alto

Designação	Título das Notícias	Data
O Público	O novo velho fado do Bairro Alto	14.07.2001
	Discoteca aberta de dia amedronta moradores do Bairro Alto	28.10.2001
	Ruas do Bairro Alto fechadas ao trânsito a partir de hoje	01.12.2002
	Moradores queixam-se de assaltos no Bairro Alto	08.08.2004
	Sá Fernandes denuncia "atentado urbanístico" no Bairro Alto	25.08.2004
	Câmara licenciou obra no Bairro Alto ilicitamente	29.09.2004
	José Sá Fernandes quer insonorizar casas do Bairro Alto	25.09.2005
	Obras dificultam a circulação no Bairro Alto	21.06.2007
	António Costa disponível para acordo com comerciantes do B. Alto	28.02.2008
	MTV e o novo Fiat 500 animam ruas do Bairro Alto	29.03.2008
	Câmara de Lisboa retrocede e não reduz horários do comércio B A	05.04.2008
	Provedor contra horários prolongados no Bairro Alto	10.04.2008
	Desacatos no Bairro Alto fazem quatro feridos	22.05.2008
	Proprietários de bares pagam segurança nas ruas do Bairro Alto	02.08.2008
	Tiro no Bairro Alto sem relação com bar, garante proprietário	31.08.2008
	Comerciantes e moradores do B A divididos sobre reforço policial	01.09.2008
	PSD acusa câmara de desleixo e exige medidas urgentes - B A	16.09.2008
	Plano de intervenção no Bairro Alto arranca na próxima semana	12.10.2008
	António Costa justifica restrição de horários no B A com moradores	15.10.2008
	Proibição de frequentar o Bairro Alto durante dois anos é uma das sanções aplicáveis a quem fizer graffiti	17.10.2008
	Comerciantes B A apelam ao diálogo sobre limitações de horários	24.10.2008
	Comerciantes do Bairro Alto querem melhor regulamento	25.10.2008
	Comerciantes continuam a pagar vigilância no Bairro Alto	04.11.2008
	Polícia Municipal reforça meios no Bairro Alto para fiscalizar horários de encerramento	14.11.2008
	Limpeza do Bairro Alto é "luta de resistência" diz António Costa	12.03.2009
	Até nova avaliação, as noites de fim-de-semana no Bairro Alto passam a durar até às 3h	02.08.2009
	Bares do Bairro Alto podem a partir de hoje estender horário até às 03h00	07.08.2009
	Suspeito de homicídio na madrugada do Bairro Alto fica em prisão preventiva	09.08.2009
	PSP detém dois suspeitos de incendiarem viaturas da polícia no Bairro Alto	17.10.2009
	Dois carros da PSP incendiados durante a noite no Bairro Alto	18.10.2009
	Igreja no Bairro Alto à venda por dois milhões de euros	13.11.2009
	Comerciantes congratulam-se com videovigilância no Bairro Alto	26.11.2009

	Videovigilância no Bairro Alto autorizada só por seis meses	26.11.2009
	Comerciantes acusam EMEL de "sitiar" o Bairro Alto ao dificultar cargas e descargas	29.01.2010
	Ambiente do Bairro Alto contribui para "bairro cultural"	01.02.2010
	Alfama e Bairro Alto contra "ilegalidade" da EMEL	08.02.2010
	Contra a peixeirada no Bairro Alto, um pedido sentido: deixem as nossas cabeças descansar	07.05.2010
	Dois jovens acusam a PSP de agressões no Bairro Alto mas a polícia nega	27.05.2010
	O Bairro Alto é... "pão quente"	02.06.2010
	A publicidade é uma bruxa que enfeitiçou (n) o Bairro Alto	02.11.2010
	Há novo hotel e novas vistas no Bairro Alto	30.04.2011
	Videovigilância no Bairro Alto só depois do Verão	24.05.2011
	Moradores do Bairro Alto contra o barulho	08.07.2011
	António Costa quer limitar horários das lojas de conveniência do Bairro Alto	12.07.2011
	O alto hotel do Bairro Alto	21.10.2011
	Lojas do Bairro Alto tentam travar limitação de horários	24.11.2011
	Os bairros do mundo vão estar nas fachadas do Bairro Alto	11.12.2011
	Detidos suspeitos de roubo no Bairro Alto	13.12.2011
	Moradores do Bairro Alto continuam a queixar-se da noite	17.02.2012
	Moradores do Cais do Sodré juntam-se aos do Bairro Alto	07.04.2012
	Cineasta José Fonseca e Costa assaltado com violência no B A	04.06.2012
	Vinho a copo! é provocação à cerveja no Bairro Alto	22.06.2012
	PJ detém casal por homicídio tentado de um cidadão inglês no Bairro Alto	20.08.2012
	Barulho nas ruas e bares do Bairro Alto e Cais do Sodré vai ter rédea curta	05.10.2012
	Há mais cinco estrelas no Bairro Alto	05.01.2013
	Câmara de Lisboa quer proibir novos bares ou discotecas no Bairro Alto e na Bica	30.01.2013
	Casal de namorados condenados a sete anos de prisão por roubo no Bairro Alto	18.05.2013
	Acabaram-se as noites de música nas Catacumbas do Bairro Alto	04.02.2013
	Câmara de Lisboa anuncia medidas para diminuir ruído no Bairro Alto e Cais do Sodré	24.07.2013
	Moradores do Bairro Alto insistem na proibição do consumo de álcool na via pública	25.07.2013
	Morreu Zé da Guiné, ícone da boémia e da cultura dos anos 1980	02.11.2013
	Moradores do Bairro Alto lançam petição contra o Park por causa do ruído	08.05.2014
	Um convento onde só entravam meninas órfãs vai abrir-se à noite do Bairro Alto	11.05.2014
	Câmaras de vigilância do Bairro Alto, em Lisboa, em funcionamento desde Maio	04.08.2014
	A ZDB já tem 20 anos e começa a celebrar com Ty Segall	04.08.2014
Expresso	Bairro Alto: 500 anos de vida na colina	23.11.2013

Mais Bairro	Ano 1 nº1 1º Trimestre	2014
mais Alto	Ano 1 nº 2 2º Trimestre	2014

Mouraria

Designação	Títulos das Notícias	Data	
O Público	Escoras e casas a cair no Bairro da Mouraria	02.04.2001	
	Ciúmes da Mouraria não fazem "mossa" em Alfama	30.04.2001	
	Lentidão na reabilitação do bairro da Mouraria	06.06.2001	
	Derrocada parcial de edifício na Mouraria faz um ferido	25.06.2004	
	Recolha porta a porta alargada à Mouraria	14.04.2006	
	Carmona Rodrigues compromete-se a concluir requalificação de Alfama, Mouraria e Castelo	18.10.2006	
	Moradores temem desabamento de prédio no Bairro da Mouraria	04.04.2008	
	Cidadãos por Lisboa desafiam CML a recuperar a Mouraria	09.05.2008	
	Mouraria: ainda há quem acredite na reabilitação	25.06.2008	
	Câmara junta 140 milhões para Alfama, Mouraria e Intendente	04.07.2008	
	Câmara de Lisboa apresenta candidatura ao QREN para requalificar a Mouraria	12.02.2009	
	Mouraria já tem contrato para requalificação	13.08.2009	
	Percursos pedonais com elevadores vão unir o Castelo à Mouraria, Sé, Alfama e Graça	22.09.2009	
	Movimento para a renovação da Mouraria lançou bases para a desejada requalificação	08.02.2010	
	Este edifício da Mouraria poderá vir a ser um manifesto pela reabilitação urbana	21.08.2011	
	Lisboetas decidiram dar um milhão para ajudar a Mouraria	08.10.2011	
	Bravo, Mouraria!	16.10.2011	
	Associação O Ninho contra prostíbulo camarário na Mouraria	01.03.2012	
	Pela Mouraria, é o fado que nos guia	18.08.2012	
	Habitantes podem mudar a Mouraria. Reparar as estruturas degradadas, remover graffiti, recuperar jardins e espaços verdes são alguns dos objetivos	30.08.2012	
	Mouraria é novamente a grande vencedora do Orçamento Participativo em Lisboa	07.11.2012	
	Lançado na Mouraria projeto-piloto para reforçar redes de vizinhança. Iniciativa integra-se num programa da União Europeia e visa fomentar a entajuda e a apoiar a criação de empregos	27.02.,.2013	
	Na Cozinha Popular da Mouraria, todos comem e todos cozinham	24.03.2013	
	Candidatura dos bairros históricos de Lisboa a Património Mundial da UNESCO congrega apoios	28.02.2014	
	My Neighbourhood instalou-se na Mouraria para "reanimar" a vida do bairro	13.03.2014	
	Intervenção na Mouraria teve efeitos positivos mas apresenta lacunas	10.04.2014	
	Câmara de Lisboa propõe sala de consumo da Rua da Palma	22.05.2014	
	Intendente a mudança em marcha	30.05.2014	
	Câmara de Lisboa quer instalar um funicular na Mouraria e escadas rolantes no Martim Moniz	23.07.2014	
	Há um enxame de tuk tuk à solta nos bairros históricos de Lisboa	17.08.2014	
	Rosa Maria	Nº 0 Junho	2010
	Jornal da	Nº 1 Setembro/Novembro	2010
Mouraria	Nº 2 Julho/Agosto	2011	

	Nº 3 Fevereiro/Março	2012
	Nº 4 Agosto/Dezembro	2012
	Nº 5 Junho/Dezembro	2013
	Nº 6 Dezembro/Junho	2014
	Nº 7 Junho/Dezembro	2014
Expresso	A Nova Mouraria	25.05.2013

IX. APÊNDICES

Apêndice 1 – Entrevista com o Presidente do Lisboa Clube Rio de Janeiro

Quando foi fundado o Clube e qual a sua atividade?

LISBOA CLUBE RIO DE JANEIRO foi Fundado em 1de Agosto de 1928 com sede na rua da Atalaia no Bairro Alto desde a sua fundação. O Senhorio intentou uma ação de despejo contra a coletividade que perdeu. Com a nova lei do arrendamento (há dois anos) a renda aumentou de 109 € para 2171 €. Esta situação é incompatível com a capacidade económica da associação que só não fechou portas porque a Câmara facultou um edifício património da CML em 23 de Julho de 2013, onde eram as antigas instalações do jornal Record.

Esta coletividade organiza as marchas do Bairro Alto desde o seu início, desenvolve atividades desportivas para a população do bairro. O clube assume-se como um dos pilares da identidade do Bairro Alto. Trabalhamos em rede com a AMBA, ACBA, para manter a tradição deste bairro.

Qual a influência do Turismo no Bairro Alto?

Principalmente na altura das marchas a adesão é fantástica. O problema não está nos turistas que nos visitam de dia e que são muitos. O problema está nos novos comerciantes do Bairro Alto que estão muito interessados nos negócios que o nosso bairro lhes pode dar.

Quanto aos turistas da noite isso não são turistas são invasores que não respeitam ninguém, só causam problemas. Álcool, droga e violência! Diga-me lá se isso é turismo?

O nosso bairro transformou-se num inferno para quem cá vive. O barulho durante a noite não deixa ninguém dormir e de manhã quando saímos para ir trabalhar é só lixo nas ruas: vidros partidos copos de plástico e cascas de lima. Bem isso do lixo, agora até está melhor mas é por haver mais limpeza e não por sujarem menos.

Apêndice 2 - Entrevista com o presidente da AMBA – Associação de Moradores do Bairro Alto

Quando foi formada a associação de moradores?

AMBA – ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO BAIRRO ALTO Fundada em 2010, mas o ideal é que nunca tivesse sido formada, era sinal que não havia problemas dentro do bairro. Os moradores tiveram que se juntar, para com o apoio da Junta de Freguesia da Encarnação, na altura, fazermos chegar a nossa voz, dos moradores, ao poder político e assim formámos a AMBA. Inicialmente só do Bairro Alto mas já se juntaram o Cais do Sodré e a Bica todos com os mesmos problemas ruído e falta de limpeza.

Qual o impacto do turismo?

O turismo de dia tem um impacto muito positivo no Bairro Alto. Os turistas querem saber do nosso património, da nossa história das nossas tradições. Estes turistas sabem o que querem do elevador da Glória ao elevador da Bica querem conhecer o Bairro Alto. Mas o nosso bairro tem duas vertentes uma de dia e outra de noite. As pessoas podem pensar que isto há noite é a mesma coisa que de dia, claro que não é. O bairro precisa de quem a visita de dia, muitos turistas que vêm aqui ao bairro procuram restaurantes, artesanato, o fado, etc., coisas que estão na nossa tradição.

Quais os turistas ou turismo que não interessa aos moradores do Bairro Alto?

A nós interessa-mos toda a gente desde que não venham incomodar. A invasão de Hostels no bairro é que nos incomoda, já perdi a conta a quantos são. A malta que ocupa os Hostels é tudo malta jovem e dormem de dia e de noite não é nada agradável é um descabro total, muitos Hostels são direcionados para estudantes ERASMUS, que vêm para cá para tudo menos para estudar. Têm sido meses e anos a discutir o futuro deste bairro que qualquer dia só tem turistas como moradores e duvido que eles conheçam a tradição do bairro. Os hotéis são bem melhores, gente mais crescida e com dinheiro que vêm ao bairro pelo bairro. Também se sentem incomodados pelo barulho. Aliás os hotéis participam do nosso lado (moradores) nas reuniões com a CML.

Qual a origem destes problemas?

A origem de tudo isto foi a implementação de muitos bares indiferentes à população, não digo que sejam todos, mas aqui na rua da Atalaia é porta sim porta sim. Acontece o seguinte, a partir da meia-noite é que começa o barulho, é quando se quer dormir que vem esta gente para o bairro e o barulho é intenso. Isto é um bairro residencial, eu sempre vivi aqui mesmo em frente. As pessoas que vêm para aqui divertir-se estão-se nas tintas para quem cá mora, querem divertir-se e depois voltam para o seu país e estão-se «marimbando» para quem cá fica, não têm a noção do que a gente sofre. Várias vezes fazemos queixa à polícia do ruído e depois os comerciantes insultam-nos. Há muitos moradores que não se queixam do ruído porque os comerciantes lhes pagam a renda ou a água e a luz e não lhes convém fazer queixa. Acontece haver prédios onde os inquilinos do segundo e terceiro andar se queixam e os do primeiro não, são surdos! Isto tudo começou quando o Dr. Santana Lopes veio para a Câmara e mandou fechar o bairro ao trânsito sem perguntar nada a ninguém. Resumindo o bairro começou a entrar nesta vida noturna foi a partir da EXPO 98. Foi nesta altura que os conflitos se agudizaram. Depois durante o Euro 2004 os bares fechavam às quatro da madrugada todos os dias, era impossível viver neste bairro. No entanto há aqui muitos bares com bom ambiente em que as pessoas podem falar. Agora na rua só se berrarem por cima da música. De manhã quando se vai para o trabalho estão as ruas todas sujas. No início da AMBA vimos que um dos principais problemas eram as lojas de conveniência que vendem cerveja e sangria em garrafas de litro barata. O que nós queremos é que se acabe com o consumo de álcool na rua, aliás como se faz na Europa.

Qual a posição da CML?

Já houve várias reuniões com a CML para tentar em conjunto arranjar solução. Uma das propostas que está a ser discutida é reduzir o horário de funcionamento só aos que prevaricam e há queixas fundamentadas de ruído excessivo. Se continuarem a abusar é-lhes retirada a licença. É muito difícil haver consenso porque os interesses são muito antagónicos.

Qual o futuro do Bairro Alto?

O futuro do Bairro Alto passa pelo comércio de dia e de noite. Manter o Bairro Alto um polo importante da cidade de Lisboa. Temos entidades muito importantes, o conservatório e a galeria Zé dos Bois e personalidades como a Fátima Lopes que tem aqui a sua loja. O Bairro Alto tem muitas potencialidades mas temos que respeitar os moradores do bairro, sem eles é que não há bairro.

Há turistas a mais no Bairro Alto?

Lisboa e os seus bairros, a sua cultura e as suas tradições têm muitas potencialidades. O que se está a fazer por Lisboa é o orgulho dos Lisboetas, a zona ribeirinha o Intendente e a Mouraria são passos no sentido de abrir Lisboa a todos. Os bairros sentem mais orgulho quando se vêm enfeitados como agora nos santos populares. É lindo ver o bairro assim. Se as coisas correrem bem quem ganha somos todos. Moradores, comerciantes, turistas, políticos, todos.

O turismo para o bairro e para Lisboa é uma mais-valia que nos trás muita riqueza.

Quando chegam os cruzeiros é ver os turistas a encherem o Pap'Açorda ou o Gaiivota Alta. Este é o público que nos interessa. Os turistas que pernoitam nos hotéis também se sentem incomodados com o ruído e o ambiente de zaragata.

Apêndice 3 - Entrevista com coordenador do GABIP Dr. João Meneses

Como surgiram estes Gabinetes?

O conceito de GABIP foi forjado pela vereadora Helena Roseta e a ideia era de que os bairros com problemas complexos tinham que ser objeto de uma governação integrada. Integrando as diversas valências camarárias e os diversos stakeholders locais. Tendo como paradigma a governação integrada dos bairros para a resolução dos seus problemas. Os GABIP vieram colmatar a lacuna na governação dos bairros mais problemáticos de Lisboa. O GABIP – Mouraria é criado em 2011 e desde o princípio reportava ao Presidente de Câmara.

Na perspetiva do GABIP a reabilitação urbana contém que componentes?

Nós discutimos a questão semântica logo no início e oscilamos entre os conceitos de reabilitação, revitalização e regeneração. Adotamos o termo reabilitação para a componente física tangível do projeto (prédios, ruas, mobiliário urbano) e utilizámos a expressão revitalização para a componente intangível, social da intervenção. Ao conjunto das duas usamos a expressão regeneração urbana.

Qual o posicionamento do turismo nesta regeneração da Mouraria?

Todo este processo de regeneração tinha dois objetivos essenciais: (1) melhorar a vida das pessoas que já cá viviam e o outro (2) atrair novas pessoas ao bairro, fossem elas moradores, investidores ou visitantes nacionais e estrangeiros. Sendo que nós sempre desejámos um equilíbrio entre os que já cá moram e os que podem vir de fora, dado que aí podem ocorrer fenómenos de gentrificação ou turistificação que não desejávamos de todo por comprometer de forma indelével a qualidade de vida dos moradores que já cá estão ou até a possibilidade de continuarem no bairro. Este bairro podia perder as características que tem, nem as pessoas que já cá estavam e que nós respeitamos profundamente. Sempre tentámos fazer um balanceamento entre estas duas variáveis,

mas nem sempre é fácil. Mas assumidamente queríamos novos visitantes e novos turistas desde que de forma equilibrada e não massificada.

O que nós fizemos para que isso acontecesse foi:

1 – Investimos na segurança do bairro e limpeza, numa perspetiva, não de reforço policial, e isso foi uma estratégia deliberada, mas de ocupação do espaço público. Se o espaço público estiver ocupado e habitado por pessoas, pela comunidade, se houver uma coreografia rica na rua os espaços serão muito mais seguros. Para isso desenvolvemos muitas estratégias para devolver a rua aos moradores tornando o espaço público mais seguro;

2 – Tirar os carros dos passeios e regular o trânsito, melhorar a iluminação e o mobiliário urbano, tudo o que tinha a ver com o espaço público. Pretendia-se dotar o bairro de melhor aspeto. Tomamos uma iniciativa inédita e única em Lisboa de inaugurar um percurso turístico pedonal, composto por 11 totens de sinalética, do largo do Intendente ao Largo Adelino Amaro da Costa. Isto é um sinal claro que queremos cá turistas. Tivemos outra iniciativa com a Escola de Comércio de Lisboa, realizar formação durante um ano para o comércio local diurno e outra para o comércio noturno. Pretendia-se facultar aos comerciantes locais um upgrade da capacidade de gestão, de atendimento e de fidelização dos clientes. Ajudámos a criar visitas guiadas pela mão da associação Renovar a Mouraria, ajudámos a criar a rota das tasquinhas e restaurantes da Mouraria que já estão sinalizados com uma placa. Um dos aspetos que nos distingue de todos os outros bairros de Lisboa é a diversidade de visitas guiadas que desenvolvemos ou ajudámos a desenvolver na Mouraria. Por exemplo, as visitas guiadas cantadas, que foram capa do “Le Monde”, mostram bem como queremos atrair turismo mas de qualidade e original, não queremos aqui um centro comercial de turismo. Aqui pode visitar-se a Mouraria com um guia local e com fadistas ou a Mouraria chinesa. Temos também visitas para pessoas com dificuldade de mobilidade ou outras. Temos uma visita aos sabores e cheiros da Mouraria. Portanto a diversidade de visitas que aqui se fazem são um sinal claro que queremos receber bem os turistas que querem conhecer a Mouraria. Tudo isto com guias locais, o que contribui para o combate ao desemprego. O trabalho fotográfico de Camila Watson exposto permanentemente nas ruas do bairro com imagens dos moradores mais carismáticos do bairro e fadistas que aqui nasceram ou viveram são uma forma de promover a identidade da Mouraria e melhor receber os turistas.

Não fazemos as coisas atabalhoadamente, não nos interessa só ter tuk-tuks a voar por todo o bairro, em muitos casos a violar o espaço íntimo das pessoas

A chave do sucesso do que foi realizado não se deve também ao número de instituições e associações do bairro que foram envolvidas no projeto?

O GABIP tinha uma filosofia de atuação chamada de “Baixo para Cima”, em que os processos de mudança desde a sua génese foram apropriados pela população e instituições intermédias: a sociedade civil em geral. Só assim com uma ampla participação da população os processos de mudança podem ter sucesso porque perduram no tempo e no espaço, passando a fazer parte das pessoas que participam neles.

Para sintetizar qual o tipo de turismo que melhor se adequa aos objetivos deste projeto?

É obviamente o turismo cultural, aliás devo-lhe dizer uma coisa, este é o bairro mais multicultural de Lisboa e provavelmente do país. Nós temos uma cantina popular na Mouraria voltada para as cozinhas do mundo. Vamos também ter um festival de cozinhas do mundo. Sem dúvida nenhuma que o que se pretende ter na Mouraria é um turismo de natureza mais cultural, uma experiência viva e o mais autêntica possível.

Qual é o futuro da Mouraria?

Esperamos conseguir no novo QREN 2020 realizar os projetos que, embora concluídos no papel falta por no terreno. Um deles é a oficina da Guitarra Portuguesa. Pretendemos um espaço para os construtores e para divulgar a guitarra portuguesa ao turismo internacional. Temos neste momento em fase de licenciamento uma casa de Fado. Pretendemos continuar a trabalhar com os toxicodependentes e com as prostitutas que desejarem encontrar novos rumos às suas vidas.

Qual foi a intervenção do GABIP nas propostas vencedoras do orçamento participativo?

Nós incentivámos e apoiámos algumas propostas de cidadãos ou instituições que nos pareceram mais credíveis, resolvendo aspetos técnicos da sua elaboração. Ganhámos

já três vezes com os projetos “Há vida na Mouraria”, Centro de Inovação e Casa da Mobilidade, estes dois ainda em fase de execução.

Como é que de futuro a Mouraria pode resistir à gentrificação e turistificação?

É um grande desafio que não é fácil de ultrapassar. Controla-se muito mal o mercado. O estado não controla o mercado especulativo e assim é impossível debelar este problema. Mas tentamos mitigar o problema através da reabilitação dos prédios municipais e do arrendamento jovem ou social. Temos um gabinete jurídico de apoio aos inquilinos e pequenos proprietários que são assediados para vender as suas casas.

Em relação à animação noturna não se corre o risco de ver repetida a história do Bairro Alto?

De modo nenhum. O nosso plano de urbanização é muito restrito, aqui aconteceu precisamente o contrário. A zona de maior concentração de bares foi e ainda é o Intendente. Uma das medidas que nós tomamos foi reduzir drasticamente os horários destes bares. No Intendente os bares funcionavam até às 4 h da manhã, sete dias por semana e a primeira medida que nós tomamos, muito contestada pelos comerciantes, foi reduzir o horário de funcionamento para as 24h durante a semana e as 2h ao fim de semana. Isto foi uma forma de acabar com algumas práticas ligadas à vida noturna mais marginal. Por outro lado fizemos um festival em julho no Intendente, muito contestado por quem aplaudiu a redução dos horários dos bares. Desafiámos vários donos de bares a reciclarem os seus negócios e houve muitos bares que se transformaram em pastelarias ou enotecas. O aumento do número de visitantes ao bairro tem contribuído para o sucesso destas mudanças. Exemplo paradigmático é a abertura do original, um restaurante que anteriormente era um bar de má fama.

As críticas ao aumento dos turistas que visitam Lisboa visível nas redes sociais parecem-lhe pertinentes em relação à Mouraria?

Embora haja situações em que é preciso ter atenção, como a proliferação dos Tuk-Tuks na Mouraria, o problema não reside na quantidade mas nas práticas que podem incentivar o turista a desrespeitar o espaço e as pessoas. O problema está na oferta. Uma das queixas que se ouve muito é a inflação dos preços, principalmente na restauração e

nas mercearias locais. Isto poderá estar relacionado com a quantidade, mas tem como principal causa a forma como enquadramos o turismo no espaço onde ele é praticado. Eu diria que a Mouraria está longe de atingir o limite da sua capacidade de carga.

Apêndice 4 - Entrevista com o Vice-Presidente da Associação Renovar

A Mouraria

Quando foi formada a associação Renovar a Mouraria?

A associação Renovar a Mouraria foi formada oficialmente a 19 de Março de 2008, o aparecimento desta associação deve-se a uma conversa entre alguns moradores da Mouraria que no final de 2007 resolveram constituir-se numa associação para tentar mudar as coisas na Mouraria. Em fevereiro de 2008 avançamos com um movimento de moradores e alguns comerciantes, fizemos um desfile com um grupo de música para sensibilizar as pessoas sobre os problemas da Mouraria. As reivindicações deste movimento pelas melhorias do bairro foi-se entranhando nos moradores de tal forma que hoje veem em nós os defensores da sua qualidade de vida. Mas isto foi um processo difícil. Ao princípio os moradores da antiga freguesia do Socorro tinham-nos raiva pois estavam fartos de ver e ouvir promessas que não eram cumpridas. A nossa estratégia passou por estarmos presentes em todas as reuniões de órgãos do município onde cidadãos pudessem intervir e eu ou a Inês intervínhamos sempre. Tanto se falou da Mouraria que foi com surpresa e alegria, que soubemos, que em 2009 o município tinha um projeto de reabilitação da Mouraria para aprovar no CREN. Na altura tínhamos apenas um blog mas foi ele que nos pôs em contacto com a Dra. Teresa Reis, responsável pelo projeto Ai Mouraria e que reuniu um grupo constituído pelos antigos presidentes de junta do Socorro, Santa Justa e de São Cristóvão com os padres das paróquias, com os clubes desportivos e a nossa associação de moradores e foi assim que nos envolvemos neste projeto. Foi um envolvimento de 7 anos mas que teve como resultado a recuperação de 26 arruamentos do bairro, as obras não pararam de se suceder. As obras e a melhoria dos serviços à população. Há uma infinidade de coisas a acontecer diariamente. Mais tarde surgiu o PDCM (Plano de Desenvolvimento Comunitário da Mouraria) com uma vertente mais intangível e humana permitiu resolver problemas dramáticos no bairro, como a solidão dos idosos e o abandono escolar das crianças.

O que pensam a cerca do desenvolvimento do turismo na Mouraria?

A nossa associação criou uma diversidade muito grande de visitas culturais guiadas à Mouraria e formamos guias dentro da população local. Pretendemos sempre envolver a população, moradores e comerciantes com quem nos quer visitar e conhecer as nossas tradições. Cada vez temos mais estrangeiros a participar nessas visitas e para isso temos tradutores porque os moradores não falam inglês. Portanto o turismo para a Mouraria é

muito importante. Os turistas que nos visitam querem conhecer a nossa cultura, principalmente os nacionais.

Qual é o contributo que o turismo pode dar à Mouraria?

A visita dos turistas ao nosso bairro torna-o mais vivo e só consigo ver vantagens nisso porque consomem, vão às tasquinhas beber ginjinha, almoçam nos nossos restaurantes e dormem nas casas que aqui já se alugam para turistas. Aqui no bairro só há 2 hostels, existem é, muitas casas para alugar. Isto pode vir a gerar um fenómeno de gentrificação e embora estejamos muito atentos a este problema é difícil contorná-lo. A nossa sorte é as casas serem muito pequenas na maior parte das ruas do bairro e não haver hipótese de trânsito automóvel.

Quais são para a associação os principais elementos identitários da Mouraria que devem ser preservados?

A vivência das pessoas no seu dia-a-dia é a identidade de um bairro, a vida na rua com os vizinhos, as sardinhas à porta de casa, as conversas com as vizinhas à janela fazem a identidade deste bairro. Por outro lado, os valores mais emblemáticos como as marchas populares, o fado e a multiculturalidade enriquecem a identidade deste bairro. Mas convívio na rua é o elemento mais importante da estrutura identitária deste bairro, e isso os novos moradores que vêm para cá não partilham deste gosto tão comunitário, centram a sua vida em casa e não no bairro.

E qual vai ser o futuro da Mouraria?

Vai ser um grande futuro, na Mouraria estão a acontecer coisas todos os dias, é a cozinha popular, as visitas guiadas, o fado no largo da Severa, a cozinha do mundo, tudo isto criou uma dinâmica que revitalizou a Mouraria. Nós já não nos preocupamos só com a Mouraria, já estamos a fazer reuniões com o bairro do Castelo e Alfama para projetar novas ações mais ambiciosas. Vamos fazer um futuro construído com as pessoas, mas milagres não há. Vai ser difícil resolver o problema da prostituição ou da droga mas vamos trabalhar para melhorar a qualidade de vida das pessoas e o turismo vai ter aí um papel fundamental na perspetiva em que nós o encaramos como uma atividade comunitária cujos principais beneficiários teremos que ser nós, os que cá vivem.

Apêndice 5 - Entrevista ao Dr. Samuel Alemão do Jornal Digital “O Corvo”

Lisboa nos últimos anos tem conhecido um aumento significativo de entrada de turistas internacionais. O que pensa sobre os impactos económicos, sociais e patrimoniais deste fenómeno?

O fenómeno está no topo da agenda mediática. Encontramo-nos em pleno processo revolucionário – estamos a viver, sobretudo a cidade de Lisboa, uma espécie de “PREC do Turismo”. Como todos os processos revolucionários, este também se pauta pela extrema violência das mudanças, pela sua abrangência e pela profundidade das mesmas. Se pode ser o veículo de algumas alterações positivas, a revolução turística acarreta também muitos aspectos negativos. Nada disto é novidade, tem sido amplamente debatido. No entanto, a sua apreciação depende, sem dúvida, do ponto de vista.

Se qualquer debate revela sempre posições mais ou menos sustentadas, mais ou menos apaixonadas, acaba por ser, de igual modo, uma montra das principais expectativas, receios e preconceitos ligados à forma como olhamos o(s) que nos rodeia(m). O efervescente fenómeno turístico é, por certo, um campo fértil para os mais arreigados posicionamentos - sobretudo porque ele está a acontecer de forma muito brusca e em simultâneo com uma profunda crise económica.

O país, as empresas, as famílias e os indivíduos estão a precisar de formas de financiamento que possam obviar à persistente depressão económica, marcada por forte depleção fiscal, redução do rendimento disponível e, mais grave, com o desemprego em níveis inaceitavelmente altos e persistentes. O sector do turismo, que já vinha assistindo a níveis muito elevados de crescimento, na última década, conheceu uma explosão, resultante de uma conjugação de fatores. E isso veio no momento certo, na altura em que as pessoas sem trabalho ou em grande precariedade e a “economia real” precisavam de encontrar uma tábua de salvação.

O Governo e a Câmara Municipal de Lisboa perceberam-no e souberam explorar como nunca o potencial de Portugal e da sua capital, pois também eles precisam de algo que lhes compense a quebra na coleta de impostos. E, na verdade, cabe-lhes o papel de ajudar e não de complicar na realização dos negócios e no apoio a uma economia afluyente. Isso parece razoável, num país preso a um secular atavismo administrativo. Com o turismo surgiu a oportunidade de obviar as agruras do clima depressivo.

Como se costuma dizer, juntou-se a fome à vontade de comer – por isso, o executivo liderado por Passos Coelho aprovou, há cerca de um ano, um diploma que liberalizou o acesso à atividade de “animação turística”. Para muita gente, o negócio do turismo está a ser uma espécie de El Dorado ou, no mínimo, uma alternativa à emigração. Neste momento, ainda é difícil perceber onde e como vai isto terminar. Até porque as estatísticas associadas à exploração turística não cessam de ser pulverizadas pelas boas notícias.

O que este movimento está a causar é, de facto, um caso de estudo e de tremenda alteração das dinâmicas, do perfil económico e da paisagem da própria cidade. São conhecidas as notícias do número de hotéis e alojamentos turísticos que não cessam de abrir, dos cafés e restaurantes que surgem um pouco por todo o lado, das lojas de souvenirs, das empresas de tours percorrendo todo o espectro da imaginação, originalidade e sofisticação da oferta. Há de tudo, do aceitável ao folclórico - como é o caso, a meu ver, do fenómeno dos tuk-tuk.

Muitos destes novos negócios beneficiam da intersecção entre o novo quadro legal criado pelo Governo, nascido da necessidade económica, e a nova ideologia do “empreendedorismo” e da “proatividade” cultivadas também por este Governo – “ideias” igualmente filhas, se bem que envergonhadas, da profunda necessidade económica do país. A isso acresce a disponibilidade de uma nova massa laboral, com um nível de formação académica como nunca existira e ansiosa por entrar no mercado de trabalho.

O fenómeno turístico está também a acontecer em paralelo e em relação com o novo regime legal de arrendamento urbano. O anterior quadro legal, extremamente obsoleto, teve os (maus) resultados que se conhecem. A lei tinha que ser alterada – embora não me arrisque a dissertar sobre quais as soluções que deveriam ter sido adotadas. Certo é que as principais vítimas da alteração legislativa parecem ser, até agora, os comerciantes que não souberam ou não puderam demonstrar o dinamismo e vitalidade necessárias, e expectáveis, a quem está instalado na mais nobre zona da cidade.

Muitos negócios antigos fecharam, alguns com décadas e até séculos de vida. Por regra, são substituídos por outros sobre os quais é admissível dizer que são mais “modernos”, mas cujo interesse, nobreza e originalidade é possível e desejável serem questionados. O parque de diversões turísticas está montado. A disneyficação do Bairro Alto alastra-se a outros bairros.

A faceta mais perniciosa, porém, é a que estará associada à forma como determinados bairros estão a ser cobiçados e, em alguns casos, vampirizados pelo florescente negócio das dormidas de curta duração – veja-se o fenómeno “airbnb”, que

está a levar a uma clara especulação imobiliária em bairros como Bairro Alto e Alfama. Cada vez é mais difícil à classe média aceder a habitação em certas áreas, tal a voragem desses negócios.

Como têm reagido ou atuado os organismos oficiais, nomeadamente a CML e a ATL?

Como salientei, a CML tem não só visto com bons olhos toda esta megaoperação, como a tem patrocinado com indisfarçado entusiasmo. À imagem da administração central, tem optado por uma política de “laissez faire, laissez passer”, evidenciando uma atitude de agilização do licenciamento e de expedita aprovação de qualquer negócio que possa estar ligado à vinda de receita turística.

As dezenas de hotéis existentes, em construção, planeados e à espera de aprovação na área da baixa pombalina são disso prova - tal como o são os estabelecimentos que surgem todas as semanas, visando captar os apetites vorazes dos turistas. A forma atabalhoada como se está a preparar um regulamento para o funcionamento dos tuk-tuk, após eles terem enxameado as ruas de Lisboa, também evidencia a forma como tudo se processa. Ou seja, a ideia é sempre “Traz dinheiro? Ótimo, está aprovado!”.

Sobre a ATL não há muito a dizer. É uma entidade corporativa. Estão contentes com o cenário, há receita abundante a ser feita no seu sector, pelo que não têm objeção em relação a nada. O turismo vai de vento em popa.

Os planos de requalificação/recuperação dos bairros históricos de Lisboa têm eficácia na prevenção ou remediação dos possíveis impactos deste crescimento do turismo?

Boa pergunta. Seria expectável que sim, embora em Portugal a discrepância entre a letra de lei e a realidade, ou seja entre a teoria e a prática, se revele sempre uma incógnita. O que temos estado a assistir, para além de uma necessária recuperação do edificado – que, dada a urgência e gravidade, ainda assim se manifesta insuficiente em muitos quarteirões -, é à muito rápida alteração do perfil da ocupação dos edifícios de habitação. Existem já prédios inteiros convertidos ao negócio do alojamento, se bem que nas finanças estejam registados como residenciais. Está ainda por apurar a real dimensão e a profundidade de tal conversão, que é paralela à verificada nas atividades comerciais.

Está, por isso, por escrutinar o real impacto da “turistificação” de certos bairros ou artérias de Lisboa, muito concretamente no seu tecido económico-social. Não nos

esqueçamos que os moradores são também agentes económicos, precisam de trabalhar, ter rendimento e, por conseguinte, pagar impostos. Permanece por cartografar até que ponto é um incómodo assim tão grande este movida turística, em territórios urbanos que, muitas vezes, sofrem de uma depressão crónica de décadas.

Qual a opinião (que auscultam) da população residente nestes bairros à sua turistificação?

(Ver resposta anterior)

O que pensa do projeto de requalificação urbana "Ai Mouraria"? Será possível este projeto prevenir o que já se passou noutros bairros como o Bairro Alto?

O projeto de requalificação da Mouraria é um exemplo feliz do que pode e deve ser feito pelo poder político. Mais: esta é a prova de que a política e os políticos, quando não guiados pelo mero cinismo, podem cumprir aquele que é o seu desígnio, ou seja, gerir os problemas da polis. António Costa teve a inteligência de perceber que esta era “a missão” que se poderia – e deverá – constituir como a marca do seu consolado.

Mas, atenção, que a tarefa apenas foi começada, havendo ainda imenso por fazer – enganam-se aqueles que pensam que agora é uma questão de “partir para outra”. O próprio Costa já o referiu, “isto é o começo de um processo”.

Agora, também é verdade que o atual presidente da câmara tem pecado por uma excessiva permissividade para com a vida e a animação noturnas, outro dos fenómenos responsáveis pela alteração do perfil de Lisboa e, de alguma forma, associado ao turismo. Já se percebeu que o Largo do Intendente e o Martim Moniz, áreas contíguas à Mouraria, se têm vindo a assumir como catalisadores da regeneração social da área. Mas existe o claro risco de replicarem os piores sintomas do quotidiano no Bairro Alto, na Bica e no Cais do Sodré. Aliás, este último surgiu como área de diversão noturna massificada por decisão, precisamente, deste presidente de câmara e ainda está por provar que a experiência é positiva.

Não basta um projeto como o “Ai Mouraria” para impedir que suceda nesse bairro o que aconteceu no Bairro Alto. É preciso ser inflexível no respeito pelos direitos dos diversos agentes da comunidade, especialmente os moradores, não beneficiando a “indústria da noite e do divertimento” com o fechar de olhos aos excessos e desrespeito pelas regras.

Caso a câmara não perceba ou não tenha força para controlar a situação, poderá incorrer no risco de destruir muito rapidamente todo o esforço que foi encetado, nos últimos quatro anos, para resgatar à decadência uma importante área da cidade. A Mouraria e as

áreas circundantes, como o Martim Moniz e mais ainda o Intendente, ainda têm problemas antigos para resolver – droga, prostituição, criminalidade e falta de limpeza -, embora já sejam zonas “domesticadas” o suficiente para fazerem parte dos novos itinerários turísticos. Mas a sua conversão aos roteiros noturnos pode deitar tudo a perder.

Na vossa opinião, como regular a massificação do turismo em Lisboa, de modo a diminuir os impactos sociais ecológicos e patrimoniais provocados pelos turistas?

Essa é uma questão que nem os decisores políticos das maiores cidades europeias sujeitas a hordas de turistas (Barcelona, Roma, Paris ou Londres) conseguiram responder. Em Londres, por exemplo, a pressão turística levou a que muitos dos seus habitantes vendessem as casas que lá tinham por um valor razoável e se mudassem para fora da cidade. Em Barcelona, que leva pelo menos duas décadas de avanço em relação a Lisboa no que toca à exploração turística massiva, assiste-se neste momento a um acirrar dos ânimos e da conflitualidade entre a atividade turística e os que se veem como os autóctones.

Além das manifestações dos residentes do bairro típico de Barceloneta contra a falta de civismo e os excessos alcoólicos dos visitantes da cidade, os decisores políticos municipais anunciaram que, até ao fim do ano, vão criar um regulamento para as habitações turísticas. Julgo que Lisboa deveria estar atenta ao que ali se prepara, pois com muita facilidade os lisboetas e os decisores políticos por eles eleitos gostam de se comparar com Barcelona. Copiem-lhes, então, a frontalidade política.

X. ANEXOS

ANEXO A – PERCURSO HISTÓRICO SÃO CRISTÓVÃO, MOURARIA E INTENDENTE



PERCURSO HISTÓRICO
HISTORICAL ROUTE

SÃO CRISTÓVÃO
MOURARIA
INTENDENTE

Percurso Histórico e Patrimonial através de uma zona de Lisboa feita de contrastes, onde se cruzam várias épocas e tradições.

Historical and Patrimonial route through a Lisbon area full of contrasts, where various epochs and traditions meet.

MAPA GERAL DO PERCURSO GENERAL ROUTE MAP

01 Largo do Caldeas Caldeas Square	05 Largo da Rosa Rose Square	09 Porta da Mouraria Mouraria Gate
02 Largo de São Cristóvão São Cristóvão Square	06 Muralha Fernandina Ferdinand Wall	10 Rua do Benfornoso Benfornoso Street
03 Achada Achada	07 Colejinho Little College	11 Largo do Intendente Intendente Square
04 Largo dos Trigueiros Trigueiros Square	08 Largo da Severa Severa Square	




 Turismo de Lisboa (Turism Lisboa)
 
 LISBOA
 
 LISBOA
 
 LISBOA

INTENDENTE

ANEXO B – VISITAS CANTADAS NA MOURARIA



**VISITAS
CANTADAS
NA MOURARIA**

DESCUBRA O BAIRRO DA MOURARIA
PELA VOZ DOS SEUS ARTISTAS!

FUNDADA | FADO | CORDÃO

ACESSO
LIVRE
+
JOVE
PRECEDENTE

Julho, Agosto e Setembro
Sextas, Sábados e Domingos, às 18h30

Artur Botelho	21 Julho 21 Agosto 30 Setembro
Desparada com Conceição Ribeiro e Paula Carvalho	06 e 27 Julho 06, 13 e 18 Agosto 07, 14, 21 e 28 Setembro
Cláudio João	21 Julho 29 Setembro
Jaime Dias	06 Julho 18 Agosto
Ana Sofia Varela	13 Julho 06 Setembro
Desparada com Nuno do Amaral e Lídia Soares	14 e 27 Julho 06, 13 e 20 Agosto 07, 14 e 21 Setembro
Críslina do Sousa	20 Julho 06 Setembro
Ana Moreira	21 Julho 18 Agosto 25 Setembro
Críslina	27 Julho 11 Agosto
Maria Amélia Proença	27 Julho 18 Setembro
Antónia Pinto Costa	06 e 18 Agosto
Teresa Topadas	21 Agosto 01 Setembro

Antónia Ferreira de Almeida Pereira Gáloria Portimense
 Guilherme Carvalhais Vânia da Faria

Ponto de Encontro: Igreja Nossa Senhora da Saúde (Martim Moniz)
 Informações: Associação Mouraria & Mouraria
 T: 922 761 862 | E: geral@mourariainformatica.pt

 LISBOA
  EGEAC
  MUSEU do FADO
  P&R
  SR
  MOURARIA

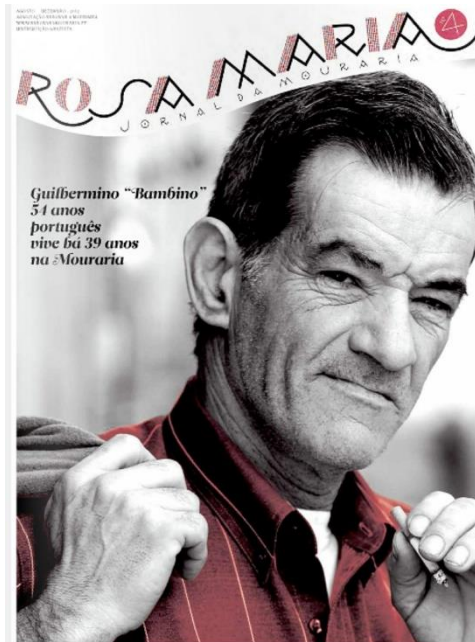
ANEXO C – VISITAS GUIADAS DA ASSOCIAÇÃO RENOVAR A MOURARIA



Anexo D – Sinalética da Rota Gastronómica da Mouraria

<p>VISITAS CANTADAS NA MOURARIA</p>	<p>18h30 Igreja Senhora da Saúde Rna Mauricio</p>
<p>ROTA DAS Tasquinhas e RESTAURANTES DA MOURARIA</p> 	<p>19h45 – 20h30 Largo da Rosa Inauguração com mostra gastronómica e fados</p> <p>de seguida poderá escolher um destes locais únicos para jantar.</p>
<p>INTENDENTE FESTAS EM LARGO PARA A CIDADE JULHO ENTRADA GRATUITA</p> 	<p>22h00 Largo do Intendente Pedro Jôia e Ricardo Ribeiro</p>
	

Anexo E - Rosa Maria - Jornal da Mouraria



ANEXO F – EVENTOS COMUNITÁRIOS NA MOURARIA

VEM FALAR DAS COISAS SEM PARTIR A LOIÇA
Jornalismo Comunitário: Que voz tem a Mouraria?

ALEXANDRE OVÍDIO
 VAI APRESENTAR E MODERAR

QUARTA-FEIRA
19 Fev
 ÀS 19H30

na **MOURADIA**

Convidados:
Ana Luisa Rodrigues Fundadora do Rosa Maria, jornal da Mouraria e jornalista da RTP.
Cláudia Henriques Mentora do projeto de rádio Vozes do Intendente e investigadora de media na Universidade Nova de Lisboa.
Vitorino Coragem Repórter, colaborador do extinto jornal lisboeta A Capital, DN, Folha de São Paulo e La Opinión de Granada.

A MOURADIA fica no Beco do Rosendo, 8 e 10
 922 191 892 ou 218 085 203
 geral@renovarmouraria.pt
 www.renovarmouraria.pt

HA CINEMA NA MOURARIA!
 CINEMA AO AR LIVRE 9H-14H

20 JUL QUINTA
"O REI JEM COROA - FERNANDO MAURICIO"
 DE BRUNO VARELA JUNA
 MONTELAGEN II FELISBANDO RIBEIRO

29 JUL SEXTA
"O PATIO DAS CANTIGAS"
 DE FRANCISCO RIBEIRO
 MONTELAGEN II FELISBANDO RIBEIRO

30 JUL SABADO
"FADO - HISTORIA DE UMA CANTADEIRA"
 DE FERNANDO MAURICIO
 MONTELAGEN II FELISBANDO RIBEIRO

31 JUL DOMINGO
"A CANÇÃO DE LISBOA"
 DE JOSE COTRINELLI TELMO
 MONTELAGEN II FELISBANDO RIBEIRO

COMES E BEBES A PARTIR DAS 20H00

FUNDACÃO INATEL | TURISMO | DESPORTO | CULTURA

HA ARRAIA NA MOURARIA
 Junho 2014

Quarta, 3 de Junho: **IRMAOS MAKOSSA**

Quinta, 4 de Junho: **JP SIMÕES**

Sexta, 5 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 6 de Junho: **CONGO STARS**

Domingo, 7 de Junho: **BOCA DOCE**

Segunda, 8 de Junho: **GRANVOLA O LIVRO POLIFONICO**

Terça, 9 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 10 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 11 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 12 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 13 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 14 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 15 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 16 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 17 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 18 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 19 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 20 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 21 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 22 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 23 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 24 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 25 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 26 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 27 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 28 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 29 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 30 de Junho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 1 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 2 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 3 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 4 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 5 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 6 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 7 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 8 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 9 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 10 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 11 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 12 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 13 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 14 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 15 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 16 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 17 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 18 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 19 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 20 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 21 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 22 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 23 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 24 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sábado, 25 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Domingo, 26 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Segunda, 27 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Terça, 28 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quarta, 29 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Quinta, 30 de Julho: **TOCHA PESTANA**

Sexta, 31 de Julho: **TOCHA PESTANA**