

LISBOA PALIMPSÉSTICA

Massificação do turismo e as lições de Barcelona

LISBON AS PALIMPSEST

Tourism massification and the lessons from Barcelona

Nuno Castro Caldas

*Doutorando Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto, FAUP/ Arquitecto no Atelier 17
nunocastrocaldas@gmail.com*

RESUMO

Considerando o panorama actual de Lisboa e o problema do turismo de massas, pretendeu-se com esta investigação: a) analisar as condições criadas nas últimas três décadas para transformar Lisboa num destino tão apetecível ao turismo, mas também tão vulnerável aos efeitos da sua massificação; b) discutir as repercussões verificadas no mercado imobiliário e na reorganização do tecido social; c) discutir soluções possíveis de reequilíbrio social, urbano e financeiro. Analisaram-se as políticas adoptadas que contribuíram para esta transformação, o seu enquadramento e as questões suscitadas por esta mudança: a mercantilização do espaço edificado, os efeitos no aumento das rendas e do custo de vida em geral, a transformação dos bairros consolidados do centro histórico. Através desta análise e de um olhar sobre pressões semelhantes a que Barcelona foi sujeita, pretendeu-se perceber como se pode encontrar em Lisboa um equilíbrio saudável entre visitantes e visitados.

Palavras-chave: Lisboa, turismo, palimpsesto.

Linha de Investigação: 3. Dinâmicas Urbanas **Tópico:** Turismo.

ABSTRACT

Considering Lisbon's current panorama and the problem of mass tourism, the aim of this investigation was: a) analyse the conditions created in the last three decades to transform Lisbon into such a desirable destination for tourism, but also so vulnerable to the effects of its massification; b) discuss the implications verified in the real estate market and the reorganisation of the social fabric; c) discuss possible solutions for social, urban and financial rebalance. The policies that contributed to this transformation were analysed, as well as their framework and the problems raised by this change: the commodification of housing, the increase in rent prices and cost of living, the transformation of consolidated neighbourhoods in the historic centre. Through this analysis and a look at similar pressures to which Barcelona was subjected, it was sought how to find a suitable balance between those who visit and those who are visited.

Keywords: Lisbon, tourism, palimpsest.

Thematic clusters: 3: Urban dynamics **Topic:** Tourism

1. Do “Grand Tour” a Varadero

O fenómeno do turismo, enquanto ideia de viagem estruturada, remonta à primeira metade do século XIX, quando Thomas Cook começou a organizar as suas primeiras viagens em 1841 e se publicaram os primeiros guias turísticos, como o *Baedaker* em 1828, o *Murray* em 1836, ou o *Joanne* em 1851 (Paquot, 2018). Anteriormente viajar era um luxo destinado a uma classe abastada, aos filhos da aristocracia inglesa, de cuja educação fazia parte um périplo por França e, sobretudo, por Itália, o chamado “Grand Tour”, expressão que entrou no *Oxford Dictionary* em 1670 (Domingues, 2018: 40). A palavra inglesa “tourist”, derivada do termo francês “tour”, não apareceria porém antes do século XVIII em Inglaterra e a sua equivalente francesa “touriste” apenas no século XIX, tendo ficado celebrizada nas “Memoires d’untouriste” de Stendhal (Urbain, 2018).



Figura 1. Giovanni Paolo Panini, Ruínas e Esculturas Romanas, c.1754-1757.

Fonte: <https://www.wikiart.org/en/giovanni-paolo-panini/roman-ruins-and-sculpture-1757> (consulta: 16/01/2020)

Posteriormente Thomas Cook popularizou a actividade, primeiro através de itinerários e excursões organizadas à praia, ao *Palácio de Cristal*, ou outros destinos locais e mais tarde criando vouchers para hotéis e viagens a França, Suíça ou Egipto, cunhando o conceito de “resort” para turistas, com refeições, guias turísticos, cuidados de saúde e em sintonia com a sazonalidade do destino (Domingues, 2018).

A actividade foi subsequentemente exponenciada pelo comboio e pelos navios de cruzeiro que iriam alargar o leque de destinos, encurtar distâncias e rivalizar em termos de luxo e conforto de viagem e garantir que “até ao final do século XIX, a Côte d’Azur (...), Bath, Vichy, Baden-Baden, os Alpes e o montanhismo, os lagos da Suíça, Veneza, Florença, Roma ou a ilha da Madeira ou Davos, ficavam na rota das viagens distintas” (Domingues, 2018: 42). As exigências de comodidade destes viajantes iriam levar à disseminação da tipologia do “Grand Hotel” (figura 2) pelas cidades europeias, um edifício de arquitectura tipificada e reconhecível, provido de restaurante, bar, sala de jogos, cabeleireiro e tabacaria, símbolo indispensável do lugar enquanto destino turístico.



Figura 2. Ilustração do Grand Hotel de la Terrasse Jouffroy, Paris, c. 1865.

Fonte: <https://www.alamy.com/19th-century-illustration-showing-the-grand-hotel-de-la-terrasse-jouffroy-paris-france-circa-1865-now-called-hotel-ronceray-image235034153.html> (consulta: 16/01/2020)

Após a Segunda Guerra Mundial, com a política de preços dos operadores turísticos, o aumento de voos comerciais, o crescimento do emprego e alterações à lei do trabalho significativas, como o direito a férias pagas, ou o aumento de salários, o turismo alargar-se-ia a outras classes sociais, deixando de ser exclusivo de uma elite económica. O crescimento deste sector foi exponencial durante o século XX e nas primeiras décadas do século XXI (quadro 1), levando à globalização de marcas como a *Holiday Inn*, a *Hilton Corporation*, ou o *Club Med* e à idealização de novos destinos, sobretudo os de “sol e mar”, patrocinados por uma agenda política internacional que, concentrando-se no seu potencial económico, criou destinos como Cancún no México, ou Varadero em Cuba.

ano	número de turistas (em milhões)	receitas do turismo (em 1000 milhões de dólares)
2019	1 462	1 480
2010	952	979
2000	674	496
1990	438	271
1980	277	104

Quadro 1. Variação do volume do turismo de acordo com a *World Tourism Organization*

Fonte: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (consulta: 11/06/2020)

A ramificação da actividade levou a que o tema habitasse os mais diversos campos do conhecimento e a polissemia da palavra “turismo” obrigou à criação de conceitos múltiplos ligados à exploração de actividades específicas, como o turismo gastronómico, desportivo, sexual, ou do voluntariado. Simultaneamente, as agências turísticas começaram a desenhar pacotes de viagens ancorados em imagens icónicas, como foram o caso do Pártenon em Atenas, ou o Alhambra em Granada, que se tornariam em objectos esvaziados do seu significado e valor patrimonial ligados a realidades concretas (Solà-Morales, 1998) e passariam a ser bens pertencentes a um novo mercado de valores: o dos “destinos turísticos”. A facilidade em visitar museus ou assistir a congressos científicos em lugares distantes, aliado ao sentimento de ubiquidade propiciado pela inesgotável oferta das companhias de aviação *low-cost*, levou a um interesse crescente pelo consumo das cidades, dando origem ao conceito de “turismo urbano”.

2. Turismo urbano: do “modelo Barcelona” ao turista enquanto inimigo

Do ponto de vista político, o turismo apresentou-se como um mecanismo relativamente simples e barato de atracção de investimento estrangeiro e crescimento económico que conduziu a estratégias de marketing urbano com vista a ganhar preponderância num mercado de cidades internacional e concorrencial. Como consequência, as políticas públicas passaram a reflectir uma preocupação cada vez maior na promoção das suas cidades enquanto destinos de viagem (Novy e Colomb, 2016: 9) e os seus efeitos fizeram-se sentir de maneiras diferentes nas cidades europeias.

Veneza ou Florença, destinos de viagem já desde o século XVII, viram os seus centros históricos profundamente transformados por edifícios cujas fachadas não deixariam antever a proliferação de hotéis e

pensões que os ocuparam e em que a escala urbana não estaria preparada para receber tão avolumado grupo de visitantes. Outras cidades, quer pela sua dimensão demográfica, quer pela sua força económica, cresceram em paralelo com a actividade. Em Paris a aposta no turismo fez-se notar já desde o início do século XX quando a exposição de 1900 recebeu mais visitantes do que o próprio número de habitantes de todo o país: 60 milhões para 40 (Paquot, 2018: 94). Um século mais tarde, Laurent Fabius, enquanto ministro dos Negócios Estrangeiros (2012-2016), declarou que a ambição de França deveria ser chegar aos 100 milhões de turistas por ano e o Presidente François Hollande (2012-2017) chegou a dizer que “O turismo deve ser erigido em grande causa nacional” (citado por Paquot, 2018: 98).

Ao contrário do que sucedeu em Paris em que “o turismo participa do crescimento económico da cidade e esse crescimento junta-se, em maior ou menor grau, ao do território”(Paquot, 2018: 94), o fenómeno em Barcelona foi mais conturbado. Fruto de um processo que arrancou na década de 1970, com importante papel de movimentos sociais e acautelamento de direito à habitação, o “modelo Barcelona” foi alvo de críticas muito positivas pela comunidade internacional que levou à atribuição em 1999 da medalha de ouro da *Royal Institute of British Architects* à cidade de Barcelona, reconhecimento geralmente destinado a arquitectos e foi o exemplo apontado a Richard Rogers, quando Tony Blair o incumbiu de projectar a revitalização das cidades britânicas (Capel, 2005: 6).

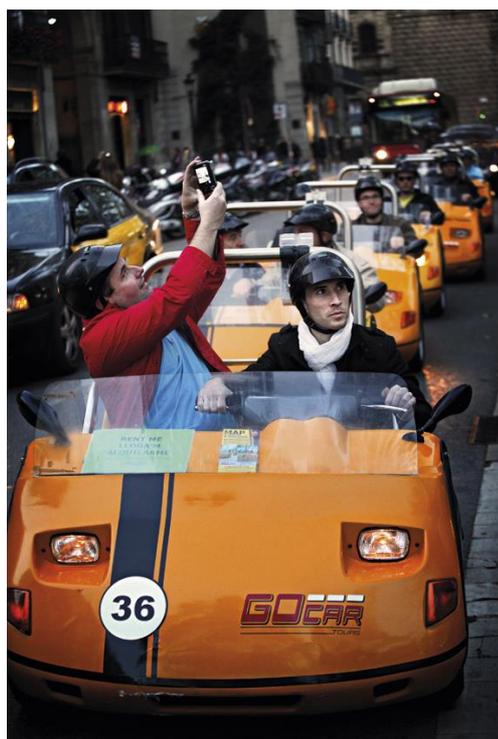


Figura 3. Turismo em Barcelona.

Fonte: http://marcjavierre.com/?fluxus_portfolio=tourist-walk (consulta: 15/01/2020)

Até ao fim do século XX, porém, Barcelona não disporia de um conjunto de infraestruturas e actividades turísticas que permitissem colocá-la na linha da frente enquanto destino turístico de

eleição (López-Palomeque, 2015: 485). A aposta na promoção internacional com o intuito de a transformar na “capital do Mediterrâneo ocidental” (Capel, 2005: 29) materializou-se na organização de eventos como os *Jogos Olímpicos de 1992* ou o *Fórum Universal das Culturas 2004*, na construção e expansão de equipamentos culturais como o Museu de Arte Contemporânea de Barcelona (MACBA), na transformação de uma área de 200 hectares de uso industrial em parque tecnológico (o distrito 22@), na reinvenção do seu papel como cidade de congressos ou na construção de obras de grande impacto assinadas por arquitectos de reputação internacional, como Norman Foster, Richard Rogers ou Jean Nouvel.

Estas transformações permitiram repensar parcelas grandes da cidade, promover a sua abertura ao mar (Capel, 2005: 15) e reposicioná-la favoravelmente no quadro competitivo internacional, criando uma “marca” reconhecida globalmente. Contudo, as alterações operadas converteram o turismo, de actividade complementar, em actividade estruturante de um sistema produtivo (López-Palomeque, 2015: 486) o que teve implicações profundas no centro histórico da cidade (figura 3). A “museificação” e “tematização” do bairro Gótico (Montaner e Muxí, 2011: 150) e a transformação das Ramblas levaram a um incessante incremento do turismo e a um efeito de contágio que culminou num clima de conflito entre residentes e turistas¹ (figura 4). A cidade turística expandiu-se para fora dos limites da cidade administrativa, deixando de corresponder a um espaço real, para se tornar antes num espaço turístico impreciso definido como “destino Barcelona” (López-Palomeque, 2015: 494-495).

¹Realidade retratada no filme de Eduardo Chibás, “Bye, Bye Barcelona” (2014)



Figura 4. Protesto contra o turismo massificado em Barcelona
Fonte: (Novy e Colomb, 2017)

A “obsessão com a competitividade internacional e o marketing da cidade no contexto global” conduziu ao esquecimento das necessidades sociais da população (Capel, 2005: 53) e a aposta na “monocultura” do turismo (Montaner e Muxí, 2011: 149) levou a que associações de moradores se reunissem com o poder público para reivindicar limites à concessão de licenças hoteleiras, maior regulação na actividade do alojamento local e limites à ocupação do espaço público (López-Palomeque, 2015: 497). Estas reivindicações ganharam forma num movimento de cidadãos liderado por Ada Colau intitulado *Guanyem Barcelona*.

“Claro que a resposta não é atacar o turismo. Todo a gente é um turista nalgum momento da sua vida. Em vez disso, precisamos de regular o sector, voltar às tradições do planeamento urbano local e colocar os direitos dos residentes antes dos das grandes empresas. (...). E a única solução é reconquistar a democracia para a cidade. (...) defender o seu bairro, a sua cidade, do mercado livre e das elites políticas que estão a pôr as nossas casas à venda.” (Colau, 2014)

Posteriormente, Colau concorreu e venceu as eleições municipais de 2015, iniciando o combate à massificação do turismo através de instrumentos políticos, tanto pela criação de uma zona de exclusão hoteleira, submetendo a construção de novos equipamentos para as periferias, como pela regulamentação

mais apertada às plataformas de alojamento local (Paquot, 2018: 97), ou pela limitação do tempo de visita a alguns monumentos.

Estes exemplos não colocam em causa os direitos do turista, ou a liberdade da viagem, mas levantam dúvidas quanto às transformações operadas no espaço da cidade, à erosão dos lugares e das culturas que são alvo da voracidade de agentes suprapolíticos e à capacidade do poder local em responder perante esta força transformadora.

3. O Turismo em Lisboa, tábua de salvação para uma economia em recessão

Em Portugal o fenómeno é mais recente e resulta de um conjunto de razões que vistas separadamente não poderiam deixar antever uma tão acentuada transfiguração do centro de Lisboa. Desde a década de 1990 que se ensaiaram tentativas de transformação da cidade que, a par de outros factores, contribuíram para o que se tornou hoje um dos mais populares destinos turísticoeuropeus. Em 1994, quando Lisboa foi *Cidade Europeia da Cultura*, fizeram-se operações pontuais de pintura em fachadas de edifícios em rotas pretensamente turísticas (programa *Sétima Colina*), mas o evento não teve dimensão suficiente para promover alterações de fundo. Quatro anos mais tarde, a organização da *Expo' 98* permitiu uma intervenção de escala transformadora. Mais do que os 11 milhões de visitantes em 132 dias de exposição (Malet-Calvo e Ramos, 2018: 55), o evento foi a oportunidade para alavancar a construção de grandes infraestruturas e operações urbanísticas. Construiu-se um novo bairro residencial e empresarial (o Parque das Nações) uma nova ponte sobre o Tejo, uma nova linha de metropolitano, uma nova estação de caminhos de ferro, um novo centro comercial e o maior pavilhão multiusos da cidade. Programas municipais paralelos ou subsequentes, como o *REHABITA*, o *RECRIPH*, ou o *SOLARH*, ainda que com orçamentos restritos, contribuíram também para a revitalização necessária à criação de uma nova marca: Lisboa enquanto destino turístico de eleição (Malet-Calvo e Ramos, 2018: 53-54).

Na sequência de políticas e eventos de âmbito municipal, seguiu-se um projecto de escala nacional. Apesar de focado no futebol, o *Euro 2004* foi pretexto para um conjunto de alterações com o intuito de tornar o país mais atractivo enquanto destino turístico. Em Lisboa, apesar dos esforços para a manutenção de população que o Gabinete Local do Bairro Alto e Bica (GLBAB) vinha apresentando já desde a década de 1990 (Pavel, 2018: 226-227), as alterações legais e logísticas promovidas pela Câmara de modo a fomentar a vida nocturna da capital tiveram um impacto grande na transformação do coração da cidade, sobretudo no esvaziamento da habitação no Bairro Alto (Malet-Calvo e Ramos, 2018: 59-60).

Neste contexto, importa referir que Portugal tinha sido até à década de 1990 “*marcado por uma grande rigidez do mercado de habitação*” (Mendes, 2018: 215). Na realidade, os contratos com rendas “congeladas” anteriores a 1990 dificultavam grandemente a possibilidade da inevitável reabilitação de edifícios com mais de 200 anos e praticamente impossibilitavam despejos, o que propiciou a falta de tecido económico e social enraizado, a degradação do património edificado e a desertificação do centro histórico de Lisboa².

A juntar a isto, a fragilidade do mercado imobiliário, assente no incentivo à aquisição de casa através do acesso a crédito bonificado e a aposta num modelo de expansão urbana para as áreas metropolitanas, em

²Segundo dados do INE, em 1981 viviam dentro dos limites do concelho 807.937 pessoas e em 2011 apenas 547.733

detrimento da regeneração do tecido edificado do centro, deixou no coração da cidade um “vazio” por explorar.

A crise económica internacional, espoletada pela falência da *LehmanBrother* em 2008, transformou este “vazio” numa oportunidade para se implementarem políticas que encontraram no turismo a solução primordial para os problemas económicos da cidade e do país. Durante os anos de governação de PSD/CDS (2011-15), sob tutela da *Troika* (Comissão Europeia, Banco Central Europeu e Fundo Monetário Internacional) e em que a Câmara esteve sob governo do PS com uma maioria confortável na Assembleia Municipal, promoveram-se políticas que fomentaram o investimento imobiliário e a promoção turística, mas que também contribuíram para inflacionar o mercado de compra e arrendamento de habitação na capital (Malet-Calvo e Ramos, 2018: 61). À escala municipal, a *Estratégia de Reabilitação Urbana 2011-20*, ou o programa *Reabilita Primeiro, Paga Depois* e, à escala nacional, o *Regime Fiscal para Residentes Não Habituais*, ou o programa de atribuição de *Vistos Gold* foram fundamentais para este novo enquadramento económico, enquanto que políticas como a *Nova Lei do Arrendamento Urbano* de 2012 facilitaram despejos e término de rendas antigas.

Na prática, este quadro legal, aliado às condições de degradação e precariedade em que se encontrava o centro da cidade, criou uma oportunidade única de maximização do “rent gap”³ que atraiu um vasto grupo de construtores e promotores imobiliários (Mendes, 2017: 496).

A juntar às políticas de incentivo ao investimento imobiliário, construíram-se e planearam-se construir múltiplas infraestruturas destinadas a alimentar a indústria do turismo, como é o caso da expansão do actual aeroporto e potencial construção de um aeroporto novo, da construção do novo terminal de cruzeiros, da expansão da linha de metropolitano até ao aeroporto ou até da implementação de sinalética em várias línguas nas zonas de maior pressão turística.

Igualmente revelador da vontade de atracção de investimento privado foi a incorporação de nomes de marcas em equipamentos públicos. Em *“A Ideia de Europa”*, Steiner (2005: 32-33) defendia que a toponímia era um dos factores fundamentais à criação de um sentimento de colectividade e à ideia de cidade enquanto lugar de memória, trazendo para os nomes de ruas, praças e grandes equipamentos, os nomes dos que se notabilizaram. Em Lisboa, nos anos de intervenção da *Troika*, atribuíram-se nomes de marcas a equipamentos de referência na cidade. Exemplos disso são o antigo mercado da Ribeira, actualmente denominado mercado *Time-Out*, ou a estação de metro da Baixa-Chiado, que entre 2011 e 2015 foi rebaptizada estação *PT Blue Station*.

No plano mediático, celebraram-se acordos para a organização de eventos internacionais como a *Web Summit* que tem trazido a Lisboa mais de 70.000 participantes por ano, ou criaram-se medidas de incentivo à residência de celebridades da música ou do cinema. Adicionalmente, a reputação de cidade pacata (figura 5), longe de convulsões políticas internas (como a crise da independência da Catalunha, ou as revoltas dos coletes amarelos em Paris), consequências económicas imprevisíveis (como as potencialmente causadas pelo “Brexit”), ou a chegada indesejada de emigrantes do Médio Oriente, culminaram com a atribuição de prémio *World's Leading City Break Destination* em 2017, 2018 e 2019 pelos *World Travel Awards*.

³ Termo criado pelo geógrafo Neil Smith em 1979 que define a diferença entre o valor real da renda e o seu valor potencial após um processo de reabilitação global de um bairro ou parte de uma cidade.

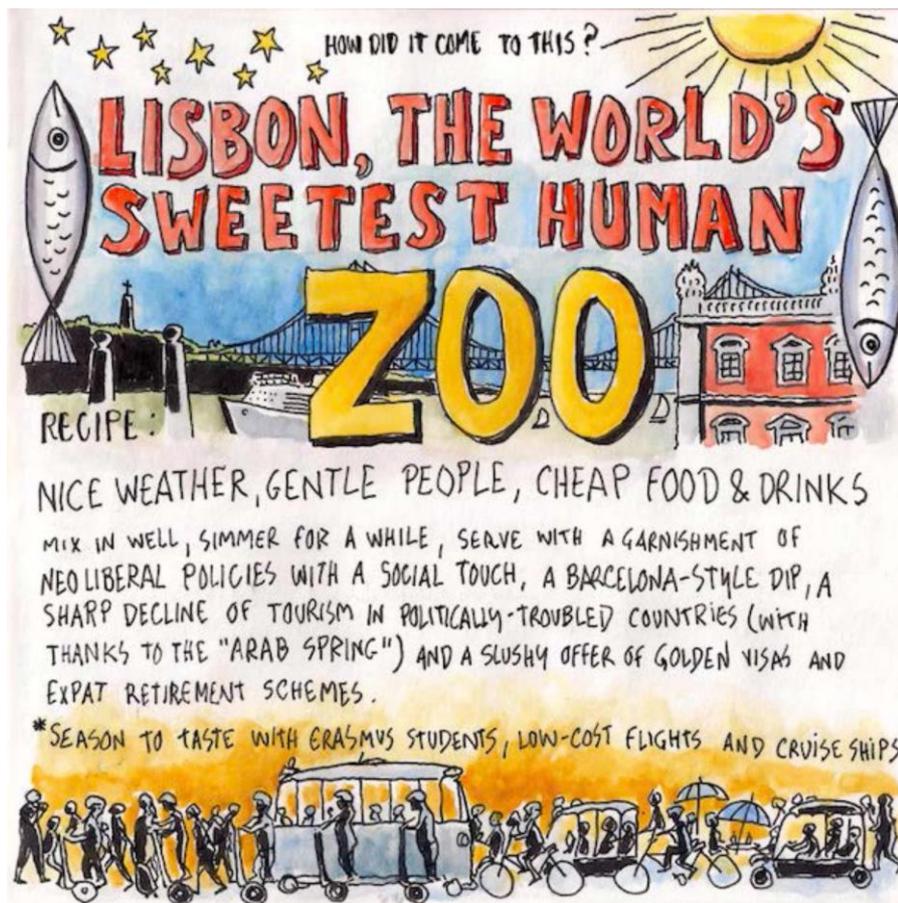


Figura 5. Sátira ao turismo massificado em Lisboa.

Fonte: RAMOS, M. J. (2018). Turistification in Lisbon. Colección de Dibujos Etnográficos. Revista Andaluza de Antropología, n. 15: Actividades Turísticas, Ciudad y Patrimonio Cultural: Miradas Críticas, 189

Em paralelo, a proliferação de plataformas de alojamento local como o *Airbnb*, que deixou de ser uma aplicação para proprietários que alugavam a sua própria casa durante períodos em que estavam ausentes, para se tornar numa agência de gestão de portefólios de imóveis, transformaram as utilizações estabelecidas em PDM sem ter que passar pelos procedimentos burocráticos da alteração de uso a que Câmara obriga as unidades hoteleiras. O número de apartamentos registados em alojamento local disparou de cerca de 500, em 2013, para quase 20.000, em 2020 (quadro 2), sendo que grande parte dos registos correspondem, não a fracções, mas a edifícios inteiros, retirando do mercado espaços anteriormente destinados a habitação, comprimindo a oferta quer para habitação própria, quer para arrendamento de longa duração que, a par das aquisições “em massa” feitas por fundos de investimento, contribuiu para a escalada de preços do mercado imobiliário e acentuou a clivagem entre os que têm capital acumulado para investir e os que precisam de um lugar para viver (Cocola-Gant, 2018: 246).

ano	alojamento local	quartos	camas	beliches	titulares	utentes
2020	19 521	43 404	74 136	3 702	9 309	112 489
2019	19 435	43 173	73 679	3 687	9 257	111 854
2018	17 655	39 051	66 217	3 296	8 487	100 506
2017	10 843	24 482	41 563	2 495	5 673	62 904
2016	6 821	16 101	27 030	1 728	3 572	40 750
2015	3 676	9 819	16 416	1 212	1 968	24 296
2014	1 269	4 331	7 190	617	607	10 479
2013	511	2 664	4 273	473	250	6 220
2012	301	1 980	3 067	334	167	4 491
2011	189	1 635	2 426	290	128	3 610
2010	144	1 375	1 991	245	103	3 016
2009	71	551	946	165	50	1 352
2008	42	283	559	111	25	794
2007	37	221	437	54	20	597
2006	37	221	437	54	20	597
2005	37	221	437	54	20	597

Quadro 2. Alojamento local em Lisboa desde 2005

Fonte: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/rnal-registo-nacional-de-alojamento-local.aspx> (consulta: 01/04/2020)

A própria Câmara Municipal de Lisboa é crítica desta realidade ao reconhecer que “a grande concentração de Alojamento Local acontece no Centro Histórico, exatamente nas freguesias com menos população residente, com pessoas mais idosas, com edifícios mais degradados” (figura 6) e acrescenta que “independentemente de estarem permanentemente ocupados ou não, a proliferação dos estabelecimentos de AL, é um fator de pressão sobre a habitação em toda a cidade, reduzindo o stock disponível da habitação permanente” (CML, 2018).

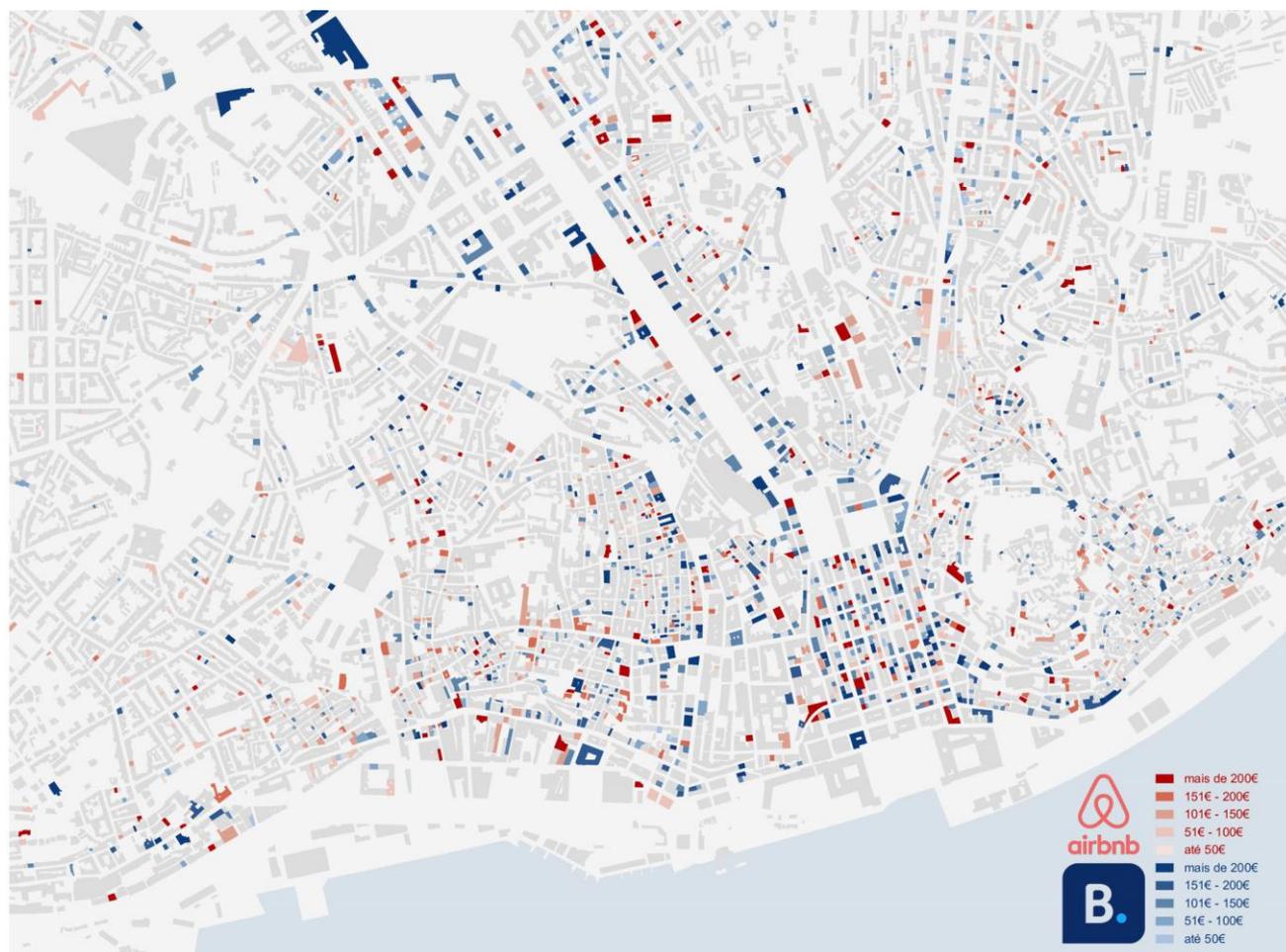


Figura 6. Edifícios listados nas plataformas “Airbnb” e “Booking” em Lisboa.

Fonte: Elaboração própria, pesquisa efectuada entre 20/01/2020 e 29/01/2020 nos sites www.airbnb.com e www.booking.com para um quarto duplo para o primeiro sábado de Julho (04/07/2020).

A cidade sofreu o que socióloga Ruth Glass definiu como efeito de “gentrificação”, o que, politicamente, foi visto à data como sendo benéfico para a recuperação da economia e da reabilitação do seu centro histórico, “valorizando-se e projectando-se no contexto internacional” e “subindo no ranking da competitividade interurbana” (Mendes, 2018: 214). Lisboa ficou exposta, não a uma “gentry” local, mas antes a um consórcio internacional de “gentries” financeiras, passando o investimento a ser maioritariamente internacional, mercantilizando o património edificado e expondo-o numa praça financeira transnacional com portais de procura especificamente orientados para mercados estrangeiros.

Contudo, e ao contrário do anunciado, verificou-se uma “incapacidade dos bairros gentrificados em permanecer socialmente mistos” (Mendes, 2018: 219). Pelo contrário, esta acção desencadeou uma inflação da economia de bairro e empurrou as classes mais vulneráveis para fora dos locais que historicamente

habitavam (Pavel, 2018: 229), esvaziando o centro enquanto lugar de residência (figura 7) e consequentemente desintegrando actividades locais e economias de pequena escala.



Figura 7. Paredes pintadas contra a subida de preços em Lisboa.

Fonte: https://www.elconfidencial.com/mundo/2017-12-19/lisboa-vivienda-gentrificacion-precio-problema_1495564 (consulta: 16/01/2020)

O núcleo histórico transformou-se naquilo que Henri Lefebvre (2012: 25) definiu como um “produto de consumo de alta qualidade para estrangeiros, turistas, pessoas vindas da periferia” e passou a sobreviver “como lugar de consumo e mediante o consumo do lugar”, o que implicou alterações profundas no quotidiano daqueles que o habitavam.

“A ‘liberdade’ de consumir [produtos turísticos, destinos etc.] geralmente ocorre às custas do bem-estar de outros, seja através da apropriação/ privatização de terrenos públicos para o desenvolvimento do turismo, deslocação de populações, degradação de recursos e intensificação da mercantilização da força de trabalho e/ ou práticas de trabalho exploradoras” (Bianchi, 2009: 495).

Em Lisboa, tal como em Barcelona, as transformações operadas nos bairros mais afectados por esta pressão, criaram um sentimento de concorrência desleal do sector do turismo e de que os moradores eram encarados como cidadãos de segunda (Montaner e Muxí, 2011: 145), levando a uma polarização social (Novy e Colomb, 2016: 11) e levantando questões sobre qual o papel do turista na cidade.

4. Turista: um “consumidor-viajante” ou um “ser móvel maltratado”?

O debate à volta dos malefícios e qualidades do turismo não é consensual. É comum a crítica ao turismo enquanto objecto de consumo, ou como colecionismo de imagens icónicas apropriadas por meio da fotografia, sem que o turista se aperceba que estas foram pré-seleccionadas por guias e agências de viagens que as publicitaram previamente enquanto destino turístico (Solà-Morales, 1998), transformando o turista no que Marc Augé apelidou de “*consumidor que se toma por viajante*”(citado por Urbain, 2018: 51). Por outro lado, nunca o turista foi tão informado sobre os locais que visita e tão consciente na preparação da viagem. Para Jean-Didier Urbain trata-se de “*um ser móvel maltratado*” que é “*sintoma da sociedade*”, reflexo dos seus comportamentos, medos e desejos. Tratando de o contextualizar, sublinha a diferença entre o “*sujeito (turista)*” e o “*fenómeno (indústria do turismo)*”, e defende que “*o turista contemporâneo se aperfeiçoa sem cessar ao nível de uma arte de viajar*”(Urbain, 2018: 51).



Figura 8. Banksy, Venice in oil, 2019.

Fonte: <https://www.insider.com/banksy-crashed-venice-biennale-with-new-art-2019-5> (consulta: 16/01/2020)

Ainda que se faça a distinção entre “sujeito” e “fenômeno”, não parece ser evidente o consenso na definição do primeiro. Para a *WorldTourismOrganization*, um turista é alguém que viaja e permanece fora do seu local habitual por não mais de um ano por motivos de lazer, negócios, ou outros (Novy e Colomb, 2016: 7), mas a definição pode ser alvo de análises comportamentais que distinguem “turista” e “viajante”. Para Thierry Paquot (2018: 95):

“O turismo contamina a sociedade visitada ao ponto de lhe alterar as características. O turismo, (...) produz a condescendência, a submissão, a gorjeta, a representação de papéis nos quais se pode perder a própria alma (...). Reivindicar a viagem contra o turismo equivale à defesa de uma ética do encontro.”

Quanto ao “fenômeno”, importa compreender que diferentes factores contribuem para o avolumar do sector que muitas vezes abarca outros agentes que não apenas os visitantes ocasionais, como são aqueles que viajam frequentemente para o mesmo destino por motivos profissionais, estudantes em programas de intercâmbio, ou pessoas que trabalham remotamente de cidades com estilos de vida mais baratos para

países com economias mais fortes. As formas e derivações do turismo são múltiplas e interceptam-se permanentemente com os padrões de consumo e produção locais, tornando o recorte das suas fronteiras pouco claro (Novy e Colomb, 2016: 7), pelo que não se pode analisá-lo como um objecto “fechado”, mas deve-se antes compreendê-lo como resultante da expansão do capitalismo global, fruto de vontades e projectos eminentemente políticos e produtor inevitável de contradições profundas e conflitos sociais na condição urbana.

É a soma de todos estes agentes que contribui para o volume do chamado “turismo massificado” e cujas consequências importam discutir, seja a mercantilização do espaço edificado e a consequente financeirização da habitação, a exploração do trabalho, o impacto ambiental, os efeitos directos no aumento das rendas e do custo de vida em geral ou a transformação dos bairros consolidados do centro das cidades. Estas consequências têm levantado questões de ordem variada que, por norma, polarizam opiniões expressas na dicotomia “turismo como panaceia” ou “turismo como desastre” (Mendes, 2017: 481). Geralmente os primeiros lucram directamente com o crescimento acelerado da indústria e valorizam as alterações positivas no espaço público da cidade e na diversidade da oferta de consumo, e os segundos, prejudicados pelo aumento do valor das casas, lamentam o desaparecimento da autenticidade e a chamada “tematização” dos bairros históricos, que obriga a uma simplificação da complexidade própria da história de cada lugar, de modo a permitir um fácil reconhecimento por parte do visitante (Montaner e Muxí, 2011: 149, 152-153).

Independentemente de posições políticas, a salvaguarda da qualidade ambiental, social e cultural é fundamental à preservação da ideia de cidade e de cidadania. Nas palavras de Lefebvre (2012: 135) “o direito à cidade manifesta-se como forma superior dos direitos: direito à liberdade, à individualização na socialização, ao habitat e ao habitar. O direito à obra (à actividade participante) e o direito à apropriação (bem distinto do direito à propriedade) implicam-se no direito à cidade.”

5. Lisboa: que futuro?

Em Lisboa, a situação levou a um aumento praticamente incontrolável do preço da habitação (figura 9): uma investigação conduzida pelo Centro de Estudos de Arquitectura e Urbanismo da Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto concluiu que em quase toda a cidade o arrendamento excede os 30% de taxa de esforço de referência, chegando a um valor médio de 58%, superior à de cidades como Berlim (40%) e Barcelona (45%) (Pinto, 2020). Na base deste aumento de preço constante estão o crescimento turístico e o processo de financeirização. Na prática, a compra de imóveis deixou de se fazer por necessidade de habitação, mas antes como depósito de capitais, assumindo-se que não se pretende dar outro fim ao investimento que não a espera pela subida de preço, o que resulta numa disponibilidade de capital permanente por parte dos investidores. (Cocola-Gant, 2018). O resultado é um mercado em que os preços tendem “para se igualar à máxima capacidade de endividamento dos compradores” (Amaral, 2018: 53).



Figura 9. “Quem pode morar em Lisboa”, debate promovido pela Trienal de Arquitectura de Lisboa em 6 de Junho de 2016.
Fonte: <https://www.trienaldelisboa.com/programa/eventos/quem-pode-morar> (consulta: 16/01/2020)

Apesar dos diversos factores acima referidos, foram as políticas públicas do início do século XXI que, ainda que inadvertidamente, contribuíram na sua maioria para a mercantilização do património edificado (figura 10). À falta de capacidade evidente do mercado se regular a si próprio e da necessidade de um nível de intervenção de grande escala, deveria ser o mesmo poder público a assumir o papel regulador do mercado imobiliário.



Figura 10. Potencial de habitação em Lisboa.

Fonte: <http://emetropolis.net/artigo/275?name=gentrificacao-e-turistificacao-em-lisboa> (consulta: 16/01/2020)

Parte da solução poderia assentar numa estrutura legal que permitisse a actuação pública sobre o direito de propriedade do solo, aceitando que os benefícios colectivos estão acima dos interesses individuais e que existem limites aos ganhos de capital gerados pela exploração do imobiliário (Capel, 2005). Tal como no exemplo de Barcelona, e aceitando que não existem modelos gerais que se possam importar de uma cidade para outra, estas medidas poderiam passar por uma regulação mais apertada do rácio entre habitação e hotelaria (onde deveriam estar contabilizadas as plataformas de alojamento local), por políticas de protecção das classes economicamente mais desfavorecidas e por políticas de investimento público em habitação.

A escala dos problemas é própria de cada lugar, assim como a necessidade e capacidade de investimento, pelo que importa ser crítico relativamente ao nível de intervenção a adoptar. Ainda que não se possam reverter as transformações ocorridas nos últimos anos nas freguesias que compõem o centro histórico da cidade, o efeito de contágio para as freguesias limítrofes é já assinalável e importa reflectir sobre o potencial para habitação de classe média e classe média baixa é ainda uma realidade.

Apesar de uma maior consciencialização deste problema, a Câmara tem tardado em encontrar resposta e o seu Presidente parece mais interessado em expandir o fenómeno do que em contê-lo. Numa entrevista recente referiu que *"precisamos urgentemente de investir no desenvolvimento de novas polaridades, dar o salto para esta complementaridade e casar as ofertas que existem à volta de Lisboa"*, (Antunes, 2020). Esta vontade de expansão para "novas polaridades", semelhante à verificada em Barcelona, será o passo que falta para a divergência entre os limites da cidade e os limites do "destino" Lisboa.

Até agora, contam-se entre as medidas que visam contrariar esta tendência, o aumento do *Imposto Municipal sobre Imóveis* para os prédios devolutos nas zonas de maior pressão urbanística, o novo *Regulamento Municipal do Alojamento Local*, o *Programa de Rendas Acessíveis*, ou o *Fundo Nacional de Reabilitação Urbana*, mas as mudanças são ainda poucas para garantir um "direito à cidade" partilhado entre habitantes e turistas e continuam à margem dos interesses dos grandes fundos imobiliários que permanecem isentos de tributação.

Perante a realidade que hoje vivemos, urge repensar a indústria do turismo acautelando medidas de sustentabilidade e preservação da história e da memória (Montaner e Muxí, 2011: 145), discutir os lucros gerados pela actividade especulativa associada ao mercado imobiliário e questionar a dependência económica deste sector e do investimento estrangeiro que, perante adversidades como a crise pandémica de 2020, representa uma fragilidade que coloca em causa o modelo de cidade em que se apostou na última década. Acima de tudo, mais do que estudar as causas, importa analisar as consequências para encontrar em Lisboa um equilíbrio saudável entre visitantes e visitados, aceitando *"que o sistema de itinerários turísticos tem sentido quando se sobrepõe como outro mais sobre os sistemas existentes, sem fazê-los desaparecer, quando a cidade e a paisagem funcionam realmente como um hipertexto, ou como um palimpsesto"* (Montaner e Muxí, 2011: 146).

Bibliografia

- AMARAL, P. B. D. (2018). Neoliberalismo, um alibi da especulação imobiliária. In CARMO, A., ASCENSÃO, E. e ESTEVES, A. (eds.) - *A Cidade em Reconstrução: Leituras Críticas 2008-2018* (pp. 46-55). Odivelas: Outro Modo.
- ANTUNES, C. (2020). Turismo em Lisboa vale 6 Autoeuropas. Medina diz que é "urgente dar o salto" para a Caparica e outras zonas da margem sul. *Expresso*, 10 de Fevereiro de 2020.
- BIANCHI, R. (2009). The 'Critical Turn' in Tourism Studies: A Radical Critique. *Tourism Geographies*, vol. 11, n. 4, pp. 484-504
- CAPEL, H. (2005). *El modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- CML. (2018). 'Estudo Urbanístico do Turismo em Lisboa', Câmara Municipal de Lisboa,
- COCOLA-GANT, A. (2018). O capitalismo imobiliário e a crise da habitação em Lisboa. In CARMO, A., ASCENSÃO, E. e ESTEVES, A. (eds.) - *A Cidade em Reconstrução: Leituras Críticas 2008-2018* (pp. 240-248). Odivelas: Outro Modo.
- COLAU, A. (2014). Mass tourism can kill a city - just ask Barcelona's residents. *The Guardian*, 2 de Setembro de 2014.

DOMINGUES, Á. (2018). Turismo on FIRE. *Electra*, vol. 3, pp. 38-47

LEFEBVRE, H. (2012). *O Direito à Cidade*. Lisboa: Estúdio e Livraria Letra Livre.

LÓPEZ-PALOMEQUE, F. (2015). Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. *Notas sobre un proceso complejo e inacabado*. *Documents d'anàlisi geogràfica*, vol. 61, pp. 483-506

MALET-CALVO, D.; RAMOS, M. J. (2018). Suddenly Last Summer: How the Tourist Tsunami Hit Lisbon. *Revista Andaluza de Antropología*, n. 15: Actividades Turísticas, Ciudad y Patrimonio Cultural: Miradas Críticas, pp. 47-73

MENDES, L. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009. *Cadernos Metròpole*, vol. 19, pp. 479-512

———. (2018). As Novas Fronteiras da Gentrificação. In CARMO, A., ASCENSÃO, E. e ESTEVES, A. (eds.) - *A Cidade em Reconstrução: Leituras Críticas 2008-2018* (pp. 211-224). Lisboa: Outro Modo.

MONTANER, J. M.; MUXÍ, Z. (2011). *Arquitectura y Política*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

NOVY, J.; COLOMB, C. (2016). Urban tourism and its discontents: an introduction. In COLOMB, C. e NOVY, J. (eds.) - *Protest and Resistance in the Tourist City* (pp.1-30). New York: Routledge.

PAQUOT, T. (2018). Turismo: o necessário decrescimento. *Electra*, vol. 3, pp. 92-103

PAVEL, F. (2018). Gentrificação e turistificação: o caso do Bairro Alto em Lisboa. In CARMO, A., ASCENSÃO, E. e ESTEVES, A. (eds.) - *A Cidade em Reconstrução: Leituras Críticas 2008-2018* (pp. 224-231). Odivelas: Outro Modo.

PINTO, L. (2020). Arrendar casa em Lisboa é mais difícil que em Barcelona e Berlim. *Público*, 10 de Fevereiro de 2020, pp. 22-23.

SOLÀ-MORALES, I. (1998). Patrimonio arquitectónico o parque temático. *Loggia, Arquitectura & Restauración*, pp.30-35

STEINER, G. (2005). *A Ideia de Europa*. Lisboa: Gradiva.

URBAIN, J.-D. (2018). O turista, um viajante maltratado.... *Electra*, vol. 3, pp. 48-59