

Turistificação e as dinâmicas da hospitalidade: o caso de Lisboa

Fernandes, Filipa

Turistificação e as dinâmicas da hospitalidade: o caso de Lisboa
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. Esp. 17, núm. 6, 2019
Universidad de La Laguna, España
Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165960006>
DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.081>



Este trabalho está sob uma Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-NãoDerivados 3.0 Internacional.

Turistificação e as dinâmicas da hospitalidade: o caso de Lisboa

Touristification and hospitality dynamics: the case of Lisboa

Filipa Fernandes *

Universidade de Lisboa, Portugal

ffernandes@iscsp.ulisboa.pt

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.081>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165960006>

Recepção: 19 Março 2018

Aprovação: 06 Abril 2019

RESUMO:

Este trabalho intenta mostrar a forma como o turismo contribui para os processos de transformação e co#produção de lugares. Sabendo que a indústria do turismo está presente nas cidades, promovendo transformações nos espaços, surgem contributos para a formação de novos paradigmas em torno da hospitalidade, com realce para o papel das comunidades locais. Baseado numa investigação em curso, e recorrendo à etnografia, o trabalho será ilustrado por um estudo de caso sobre a cidade de Lisboa, no qual se apresentam alguns dados relativos ao processo de turistificação na cidade, o qual tem vindo a originar transformações de índole diversa. Serão analisadas estas alterações e o surgimento de novos alojamentos realçando#se aqui o papel de diferentes actores sociais e as dinâmicas em torno deste processo.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Comunidades locais, Turistificação, Hospitalidade, Airbnb, Lisboa.

ABSTRACT:

This work aims to show how tourism contributes to the processes of transformation and co-production of places. Knowing that the tourism industry stimulates changes in city spaces, there are contributions to the formation of new paradigms concerning hospitality, highlighting the role of local communities. Based on an ongoing research, and using ethnography, the work will be illustrated by a case study about the city of Lisbon. Some data on the processes of touristification in the city will be presented, showing the emergence of several transformations. The changes and emergence of new accommodations will be analyzed, highlighting the role of different social actors and the dynamics surrounding this process.

KEYWORDS: Tourism, Local communities, Touristification, Hospitality, Airbnb, Lisbon.

1. INTRODUÇÃO

Na modernidade as cidades têm vindo a beneficiar do turismo. O turismo sendo crucial para as economias locais, contribui para a criação de emprego e surgimento de novas oportunidades. Nalgumas cidades o turismo constitui mesmo a principal actividade económica e a única fonte para o desenvolvimento económico dessa localidade (Van der Borg, Costa e Gotti, 1996). Contudo, há cidades afectadas pela pressão do sector turístico, registando#se conflitualidades entre os residentes e stakeholders. O turismo massificado modifica a relação entre hosts e guests. Esta pressão do turismo evidencia#se nos centros urbanos pela disponibilidade de alojamentos oferecidos por intermédio das novas plataformas associadas às economias partilhadas (Gutiérrez et al, 2017), e pelo conjunto de serviços e atracções disponíveis.

O turismo contribui igualmente para alterações nos espaços citadinos, materializando a sua função, decorrendo daqui inúmeras transformações nos locais em territórios turísticos. Por intermédio deste processo, comumente designado de turistificação, o turismo interage com os territórios originando transformações nos contextos sociais, culturais, económicos, políticos, físicos e ambientais, introduzindo

AUTOR NOTES

* Centro de Estudos Africanos e Centro de Administração e Políticas Públicas, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa (Portugal)

novos objectos (alojamento, equipamentos de lazer, ócio, restauração, etc.), e apropriando-se de objectos já presentes, conferindo-lhes novos significados.

Baseado em dados exploratórios recolhidos em Lisboa (em particular, em Alfama e no Bairro do Castelo) com recurso à etnografia e pesquisa bibliográfica/documental, este trabalho tem por objectivo mostrar a forma como o turismo contribui para os processos de transformação e co-produção de lugares. A tónica seráposta na influência da população local, de agentes governamentais e de outros players nos processos de desenvolvimento turístico.

Na primeira parte do artigo apresenta-se algumas informações acerca da hospitalidade, das economias partilhadas e das suas lógicas globais e locais. Na secção seguinte explicar-se-ão as opções metodológicas seguidas na recolha dos dados. A terceira parte deste artigo versa sobre os desempenhos dos mercados turísticos na cidade de Lisboa, e logo de seguida, analisar-se-ão as dinâmicas das hospitalidades na capital portuguesa e as relações entre hosts e guests. O artigo finaliza com algumas notas conclusivas.

2. A HOSPITALIDADE: DO LOCAL PARA O GLOBAL E AS ECONOMIAS PARTILHADAS

O sector da hospitalidade constitui a essência do turismo. Envolve o consumo de comida, bebidas e alojamento num ambiente distinto do lugar de residência habitual. A própria natureza de hospitalidade envolve hospedagem e hospitalidade, fornecido por um anfitrião e envolvendo um convidado (Page, 2009). Se historicamente a hospitalidade não constituía um empreendimento mercantil, hoje, a hospitalidade tornou-se numa experiência comercializada, onde o hóspede paga pelos serviços e/ou produtos que consome.

Falar hoje de hospitalidade pressupõe considerar as economias partilhadas, já que estas se revestem de especial importância para as comunidades locais. Trabalhos recentes (Arias Sans e Quagliari Domínguez, 2016; Cheng, 2016; O'Regan e Choe, 2017; Gutiérrez et al, 2017; Gurran e Phibbs, 2017; Oskam e Boswijk, 2016; Guttentag, 2015) mostram a relevância da temática das economias partilhadas com relação ao turismo, destacando-se o caso do Airbnb.

Muitas cidades desejam atrair turistas pelo que a hospitalidade é um tema essencial, não apenas por incluir questões como a acessibilidade, mas também por realçar a legibilidade e o acesso. Para além disto é de realçar que a hospitalidade significa a criação de relações com o próprio lugar e com o visitante.

Face ao desenvolvimento e diversificação destes novos serviços nos últimos anos, o surgimento de novas tendências referentes às experiências locais, bem como a adaptação da indústria à mudança das necessidades dos consumidores em termos do desenho de produto, Paolo Russo e Quagliari Domínguez (2016) sugerem que os turistas de hoje procuram novas formas de hospitalidade e produtos locais que se consubstanciem no retorno a ambientes parcialmente desconhecidos, que evitem as paisagens ficcionais do turismo tradicional (em massa) em favor dos ambientes quotidianos, sendo produzidos socialmente e confiáveis.

A hospitalidade nas cidades remete para lugares vividos e experienciados, para as sociabilidades urbanas, para a própria organização espacial e, no fundo, para o conjunto de políticas que regem os espaços urbanos. Impulsionado pelo aumento da procura turística nos últimos anos, as redes/plataformas sociais permitiram a troca de bens à escala global. Estas plataformas partilhadas passaram a influenciar a forma como as viagens são efectuadas. O alojamento é um dos componentes que integram o sector da hospitalidade, considerado hoje como um fenómeno global, tendo ganho relevância como traço de uma nova forma de turismo, a qual enfatiza os processos de cocriação.

O Airbnb, fundado em 2008 na cidade de São Francisco, tornou-se num fenómeno global, tendo ganho popularidade por intermédio dos media. Em 2013 o The Economist reportava que este é o grande exemplo da “economia partilhada” (2013a e 2013b). Conhecido pelo contributo no crescimento de um novo paradigma económico, o Airbnb possibilitou que milhares de indivíduos se tornassem empresários em part-time (Geron, 2013). Esta plataforma é um exemplo da hospitalidade em rede (Molz, 2011), permitindo que os viajantes

usem sistemas de rede online para se ligarem a outros membros que ‘oferecem’ alojamento bem como o aparecimento de um conjunto de relações que se poderão estabelecer quando se conectam.

O Airbnb é, conforme se pode ler no website, “um mercado comunitário de confiança para as pessoas anunciam, descobrem e reservarem alojamentos únicos em todo o mundo, seja a partir de um computador, um telemóvel ou um tablet” (Airbnb, 2017). Consiste numa plataforma online através da qual indivíduos arrendam os seus espaços como acomodação para os turistas. Estes espaços incluem um quarto, um apartamento ou uma moradia. O anfitrião poderá estar presente no momento do arrendamento, em tudo o semelhante ao conceito bed and breakfast (B&B) ou, poderá estar ausente.

O website do Airbnb é muito semelhante aos websites de reservas de alojamento: a partir da escolha de um destino, de uma data e tamanho do grupo o website indica uma lista de espaços disponíveis que poderão ser refinados com recurso a atributos tais como, o preço ou a vizinhança. Poderão ainda ser selecionadas outros atributos com mais detalhados como sejam as descrições, as fotografias e os comentários de outros hóspedes.

Os encontros pessoais produzidos com os hospedeiros conjuntamente com a informalidade da acomodação revelam não só uma reacção ao “efeito homogeneizador da globalização” (Molz, 2011:221) como a “concomitante estandardização” (Steylaerts e O’Dubhgall, 2011:264) da indústria turística formal. Apesar de o Airbnb ser uma forma amigável de hospitalidade não ovidemos que o seu principal intuito é o negócio, ou seja, apesar de existirem outras formas de alojamento baseadas na troca sem qualquer tipo de transacção económica, como por exemplo, o Couchsurfing, o Airbnb vai mais além do que a troca, evidenciando#se aqui a sua natureza económica.

O mercado tradicional de alojamento turístico envolve o arrendamento de quartos de negócios formais tais como os hotéis. Este novo paradigma veio revolucionar o mercado tradicional ao fornecer um mercado online que permite o arrendamento de espaços a grande escala de uma pessoa para outra (peer#to#peer accommodation) (Guttentag, 2015). O surgimento deste novo tipo de hospitalidade trouxe a necessidade de novas regulamentações, já que as existentes não se adequavam a este novo paradigma. Um pouco por todo o lado as administrações públicas foram chamadas a intervir no sentido de regularem a actividade, minimizando possíveis consequências. O crescimento da plataforma a nível global e dos negócios aí contidos produziu alguma controvérsia acerca dos impactos socioeconómicos e das consequências legais (Arias Sans e Quagliari Domínguez, 2016). Em particular, as autoridades locais questionaram o direito dos arrendatários face ao uso das suas propriedades para alugueres de curta duração conduzindo a novas regulamentações (Arias Sans e Quagliari Domínguez, 2016).

Actualmente os debates vão além dos aspectos legais (Guttentag, 2015), considerando#se não só os impactos socioeconómicos (Guttentag, 2015) como também as dimensões culturais deste fenómeno global. Como suporte às comunidades locais a plataforma publicou em 2012 o primeiro relatório com informações acerca dos impactos socioeconómicos na cidade de São Francisco. Seguiram#se outros documentos tendo por base algumas cidades europeias, inclusive Lisboa, cujos resultados foram veiculados pelos media. Nestes relatórios ao invés de se evidenciar os benefícios económicos para as comunidades locais, os autores expõem que o modelo promove uma forma mais adequada de turismo compatível com as preocupações e necessidades dos indivíduos (Arias Sans e Quagliari Domínguez, 2016).

A “experiência de viver numa residência também oferece aos hóspedes a oportunidade de ter uma experiência mais local, vivendo como um local, interagindo com o anfitrião e/ou vizinhos e ficando possivelmente numa área menos turística” (Guttentag, 2015:1197). Encontram#se algumas evidências destas experiências nalguns media, em plataformas de viagem, no Tripadvisor, e até mesmo na plataforma Airbnb. Não faltam informações publicadas na internet relacionadas com as experiências autênticas, localizadas, exclusivas dos residentes. Recentemente a plataforma expandiu os seus serviços, “Airbnb now lets hosts offer any kind of experience, and not just a bed to sleep in” (Statt, 2016), passando de um serviço de aluguer de curta duração para se tornar numa agência de viagens. Em 2017 o Airbnb lançou a plataforma Trips¹ que permite aos viajantes ter experiências criadas e orientadas por “place experts” (Paolo Russo e Quagliari Domínguez,

2016:15). A plataforma reúne não apenas o local onde os turistas poderão pernoitar como também o que farão com recurso aos habitantes locais, a agências de viagens e guias turísticos profissionais. De acordo com Ricardo Macieira, country lead da Airbnb para Portugal, “A maneira como as pessoas viajam hoje em dia está a transformar-se, com cada vez mais viajantes a pretenderem usufruir de experiências autênticas e explorar as comunidades locais. A comunidade Airbnb tem apoiado esta tendência de crescimento ao abrir as portas a viajantes de todo o mundo e ajudando-os a viver como os locais. Agora, a Airbnb está a levar esta abordagem comunitária ao resto da viagem e a fornecer uma forma para as pessoas de Lisboa ganharem algum dinheiro com os seus interesses e paixões. Vai ser mais uma oportunidade para mostrar como somos orgulhosos da nossa cultura, pessoas, recursos naturais e herança histórica” (Airbnb, 2017).

Paralelamente surgem algumas críticas na medida em que alguns centros urbanos começam a existir mais turistas do que residentes, havendo zonas descaracterizadas, estando este facto associado ao fenómeno da gentrificação. Alguns problemas surgem não apenas relacionados com a ilegalidade da actividade arrendatária mas também com a fuga aos impostos² (Guttentag, 2015). Uma vez que muitas propriedades listadas no Airbnb ainda são ilegais, a plataforma está no centro da célebre expansão do turismo informal no sector do alojamento (Guttentag, 2015). O crescimento alargado da ilegalidade do Airbnb conduziu não só a alterações nos diplomas legais que regem a actividade bem como na informação disponibilizada na Plataforma para os arrendatários, à semelhança do que tem vindo a acontecer em Espanha, Portugal e algumas cidades dos EUA.

3. METODOLOGIA

Este artigo resulta de um estudo exploratório assente na metodologia qualitativa. Como pilares metodológicos temos a pesquisa bibliográfico-documental e a etnografia. Recorreu-se primeiramente à pesquisa bibliográfico-documental para aferir a literatura relacionada com o tema em apreço, a saber, referências teóricas, fontes secundárias, dados estatísticos e planos nacionais de turismo. Na pesquisa qualitativa privilegiou-se a etnografia, tendo sido usadas as técnicas da observação participante, as entrevistas semi-estruturadas e as conversas informais (Bernard 1995, Bryman e Burgess 1999). A observação participante (Bernard 1995, Jorgensen 1989) que decorreu em períodos intermitentes entre 2016 e 2017 permitiu cartografar lugares, paisagens e tempos de representação dos espaços turísticos. Foram usados processos de amostragem por conveniência e não probabilísticos em períodos distintos do trabalho de terreno de forma a alcançar as informações necessárias. A amostra por conveniência (Bernard 1995, Long 2007) foi adoptada, em especial, na recolha de informação exploratória, nas entrevistas semi-estruturadas e nas conversas informais. Este tipo de amostra permitiu aferir alguns elementos do sistema turístico regional, de modo a entender o seu funcionamento enquadrado na mercantilização e consumo dos espaços turísticos. No âmbito da pesquisa qualitativa mantiveram-se conversas informais com alguns residentes na Freguesia de Santa Maria Maior, turistas, funcionários de alojamentos locais e alguns empresários locais. As entrevistas semi-estruturadas foram efectuadas a alguns residentes com o intuito de recolher informações acerca da temática em apreço, tendo sido usado um guião para o efeito.

4. A “MARCHA DOS TURISTAS” E A ACOMODAÇÃO EM LISBOA: OS DESEMPENHOS DOS MERCADOS

Lisboa é hoje uma das cidades mais ‘cool’ da Europa³. Esta caracterização conferida pela CNN que inclui referências a um conjunto de atributos não é nova. Aliás, Lisboa, hoje, está na moda, como se pode conferir nos últimos dados estatísticos (veja-se a tabela nº 1) e ainda, nas inúmeras notícias veiculadas nos media nacionais/internacionais⁴.

A progressiva popularidade da capital portuguesa valeu-lhe um conjunto de prémios atribuídos pelos World Travel Awards desde 2009, entre eles: 'Europe's Leading Cruise Port 2017', 'Europe's Leading Cruise Destination 2016', 'Europe's Leading Cruise Port 2016', 'Europe's Leading Cruise Destination 2014', 'Europe's Leading City Break Destination 2013'.

TABELA 1
Evolução dos principais indicadores de Hotelaria e de desempenho,
Área Metropolitana de Lisboa (AML), janeiro a setembro de 2017

Totais	Valor	Variação 2017/2016
Proveitos Globais (€)	803,8	+ 20,3 %
Hóspedes (milhares)	4 740,1	+ 9,7 %
Dormidas (milhares)	11 078,7	+8,6%
Taxa de ocupação quarto	78,0%	-
RevPar (€)	73,9	19,1
Mercados Externos		
Hóspedes	3 410,7	+12,6%
Dormidas	8 693,4	+ 10,5%
Mercados Internos		
Hóspedes	1 329,4	+2,9%
Dormidas	2 385,3	+2,0%
Fluxos nos Aeroportos (milhares)	10 128,9	+19,8%
Fluxos nos Portos Marítimos	365 379	+ 1,1%

Fonte: INE, Turismo de Portugal, ANA – Aeroportos de Portugal, Porto de Lisboa (Dados provisórios), <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt#pt/Documents/An%C3%A1lises/Alojamento/turismoemnumerossetembro2017.pdf>, 13 de Dezembro de 2017.

Relativamente aos principais indicadores da hotelaria, verifica-se que o número de dormidas na AML aumentou 8,6% em 2017 face ao ano anterior tendo os proveitos totais aumentado 20,3% conforme consta na tabela seguinte. O RevPar aumentou 19,1% face ao ano anterior. O número de dormidas ascendeu aos 11 milhões, tendo aumentado 8,6% face ao período homólogo.

De acordo com os dados veiculados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), a estada média na AML em 2016 foi de 2,35 dias, correspondendo a 931.173.000€ em proveitos totais (INE, 2017, 2016). A estada média no Alojamento Local foi de 2,43 dias. Ainda em 2016 o aeroporto Humberto Delgado ultrapassou a fasquia dos 10 milhões de passageiros desembarcados conforme se atesta na tabela número 1. O alojamento na cidade de Lisboa tem sido um tema profícuo em debates. Nos últimos anos o número de imóveis aumentou contribuindo para aquilo que o antigo Secretário de Estado do Turismo apelida de "um dos maiores movimentos de regeneração urbana em Lisboa com a requalificação de prédios antes degradados, para a instalação de hotéis ou de alojamentos locais" (<http://expresso.sapo.pt/sociedade/2015#08#01#A#ver#passar#turistas>).

Em 2017 e, no concelho de Lisboa, o número de propriedades inscritas no Registo Nacional do Alojamento Local em Lisboa chegava aos 10606⁵ (Turismo de Portugal, Consulta ao registo # Alojamento Local, 2017).

O fenómeno do Alojamento Local (AL) em Portugal, e particularmente o de Lisboa, tem sido objecto de alguns trabalhos (AHP, 2016; AHRESP, 2017), os quais caracterizam a oferta e unidades de alojamento (AL), o perfil dos empresários das unidades de AL; a procura e perfil dos hóspedes. Acresce a estas informações, alguns dados sobre o regime jurídico do AL.

O tipo de imóveis disponíveis é bastante diversificado, expondo todas as áreas do AL (apartamentos, moradias e estabelecimentos de hospedagem – incluindo-se, neste último, os que disponibilizam quartos e/

ou dormitórios). Contudo, em Lisboa (e tendo como base apenas o concelho de Lisboa) são as habitações completas (moradias ou apartamentos) que dominam a oferta, seguindo-se o aluguer de quartos (individuais ou duplos). No total, e consoante os dados da AirDNA, havia, em Dezembro de 2017, 12,225 alugueres activos do Airbnb em Lisboa. A taxa média diária ronda os 70€. A taxa de ocupação era de 62%. No que concerne aos hospedeiros, estão sinalizados 5353 hospedeiros em Dezembro de 2017, sendo que 70% destes são hospedeiros com vários alojamentos (AirDNA, 2017).

No que concerne à caracterização do AL em Lisboa, imperam as plataformas digitais, pelo que a maioria dos AL são oferecidos ou no Airbnb ou no Homeaway⁶.

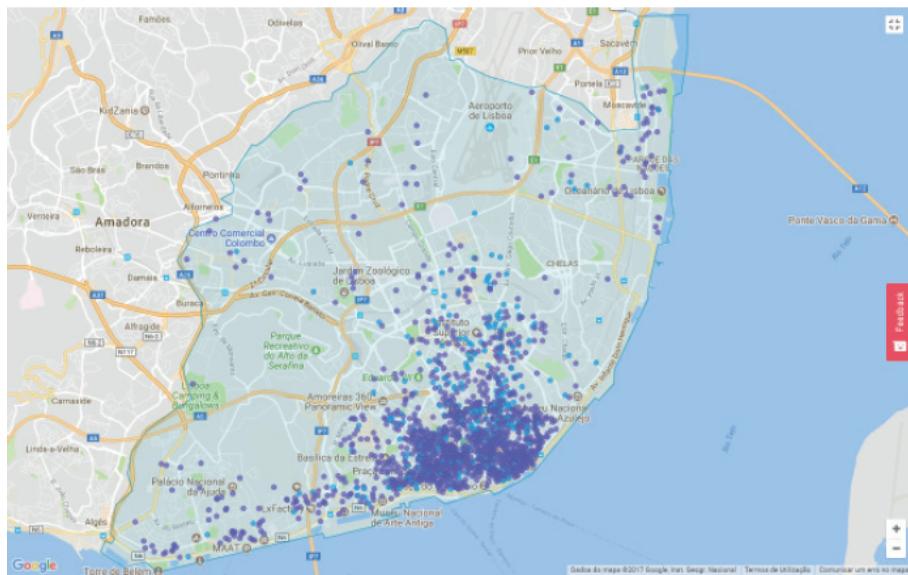


FIGURA 1
Propriedades Airbnb activas em Lisboa

Fonte: AirDNA (2017), <http://www.airdna.co/market#data/app/pt/lisboa/lisbon/overview>, 13.12.2017.

Em 2016 a plataforma Airbnb disponibilizou um relatório acerca da comunidade presente em Lisboa e em Portugal. Desde 2009 presentes no país, o número de hóspedes têm vindo a aumentar um pouco pelo território nacional. Em Lisboa, entre 01 de janeiro de 2015 e 01 de janeiro de 2016 cerca de 433,000 hóspedes pernoitaram num dos 4,550 registos na plataforma. Cada anfitrião de acordo com o relatório ganhou cerca de 530€ mensalmente com a actividade (Airbnb, 2016). Contrariamente aos dados veiculados pelo INE, e listados acima, aqui a estada média foi de 4,1 noites.

Considerando o factor experiência moderna, o relatório evidencia ainda o perfil demográfico dos anfitriões, sendo que no caso de Lisboa, a média de idades é de 39 anos, cerca de 16% tem uma idade acima dos 50 anos, tendo vivido em média 25 anos na capital. Acerca do perfil dos visitantes, o relatório põe a tónica na visita, nas experiências vividas e na escolha dos imóveis. Assim sendo, 92% dos visitantes escolheram o Airbnb por forma ‘a viverem como os locais’, neste sentido, a maioria escolheu a plataforma para que pudesse ter acesso a experiências autênticas e locais. Tal como lê no documento: “Airbnb is an affordable way to travel in the true sense of the word: having the possibility to connect with various local cultures, and explore the city at your own pace, something that is not possible in a typical tourist accommodation. Alessia V., Airbnb Guest to Lisbon” (Airbnb, 2016). Esta viagem para os lugares que se creem autênticos para se viver como os habitantes locais, é de certo modo como referem Richards e Paolo Russo (2016) uma garantia de visita a lugares ‘reais’.

De acordo com o estudo da AHRESP (2017) os dados exibem que uma parte relevante dos alojamentos locais da Área Metropolitana de Lisboa não está inscrita no Registo Nacional de Alojamento Local, havendo aqui alguma semelhança com aquilo que se passa noutras capitais europeias. A sua diversificação contribui

para o desfasamento dos dados existentes, apesar de ser um fenómeno recente, sujeito a regulamentação própria.

Desde 2016 o Airbnb cobra a taxa turística de um € por dia. Dados de 2017 revelam que já foi entregue à Câmara Municipal de Lisboa quase cinco milhões de euros na cobrança de taxa turística⁷. A partir de 01 de Dezembro de 2017 entrou em vigor uma colaboração directa entre o Airbnb e o Turismo de Portugal. Na prática significa que os novos anfitriões poderão registar#se automaticamente no portal do Alojamento Local do Turismo de Portugal. De acordo com director ibérico da Airbnb, Arnaldo Muñoz, “Os dados colocados por novos anfitriões vão ser partilhados pelo Turismo de Portugal, o que pode ajudar a detectar se há pessoas a infringir a lei e vamos facilitar a detecção”, pelo que “se detectarem que há pessoas que não estão a cumprir as regras então comunicam#nos e nós retiramos essas pessoas da plataforma” (Machado, 2017).

No que concerne ao enquadramento legal do Alojamento Local em Portugal, o Decreto#Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, aprova o regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de alojamento local. Este diploma foi alvo de uma alteração pelo Decreto#Lei n.º 63/2015, de 23 de abril⁸, o qual compriu o regime dos «hostel» e alterou alguns aspetos do regime jurídico previamente aprovado. Este diploma entrou em vigor no dia 22 de junho de 2015. Este novo quadro legal considera que os estabelecimentos de alojamento local são caracterizados como aqueles que prestam serviços de alojamento temporário a turistas, mediante remuneração, e que reúnam os requisitos aí previstos, proibindo#se, a exploração de estabelecimentos de alojamento local que reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos.

Em termos económicos o aumento da procura de imóveis para o AL contribui para um aumento nos preços do mercado imobiliário registando#se neste momento alguns quesitos no seio de alguns bairros lisboetas. Este fenómeno não é exclusivo deste lugar, havendo registos semelhantes noutras cidades europeias (Guttentag, 2015; Arias Sans e Quagliari Domínguez, 2016).

A enorme concentração do AL nalgumas zonas da cidade, a crescente especulação imobiliária, o aumento significativo de turistas, do número de AL inscritos no Registo Nacional, do número de propriedades listadas nas plataformas digitais conduziu ao surgimento nos últimos meses de alguns impactos na cidade. Nalguns casos não só alguns habitantes manifestam o seu descontentamento havendo também notícias que envolvem alguns organismos de poder local bem como Associações de Património e Associações de Moradores.

5. LISBOA: AS DINÂMICAS, AS HOSPITALIDADES E OS HOSTS E GUESTS

Santa Maria Maior ocupa 2% do território e 5% dos edifícios da cidade de Lisboa. Possui uma área de 1,49km². Em 2011 tinha como população residente: 12.765 pessoas (INE, 2011). Este novo limite administrativo congrega as freguesias do Centro Histórico de Lisboa, a saber: Castelo, Madalena, Mártires, Sacramento, Santa Justa, Santiago, Santo Estevão, São Cristóvão e São Lourenço, São Miguel, São Nicolau, Sé e Socorro.

De entre os vários lugares presentes na cidade de Lisboa, Alfama e o Bairro do Castelo constam da Freguesia de Santa Maria Maior. Estes lugares são percepcionados pela população local como tendo carácter, identidade e significados muito diversificados.



Fonte: <http://www.cm#lisboa.pt/municipio/juntas-de-freguesia/freguesia#de#santa#maria#maior>, 15.12.2017

O aumento das hordas turísticas na cidade contribuiu para o surgir de alterações nestes lugares, nos espaços habitacionais e nos negócios. Muitos deixam o bairro devido ao aumento das rendas, em contrapartida, e com investimentos externos (re)construindo novos espaços para se acomodar turistas. Um exemplo é o Lusitano Clube, uma colectividade fundada em 1905 o qual fechou portas este ano para que o edifício dê lugar à construção de apartamentos de luxo.

“eu morei ali à frente cerca de 30 anos, fomos postos na rua porque o prédio foi vendido para o turismo. Fui viver para a Quinta do Conde, mas venho para Alfama todos os dias. Eu e a minha irmã fazemos as limpezas dos apartamentos do prédio onde antes vivíamos. Um dia teremos só turistas no bairro!” (mulher, 50#60 anos, 26 de Abril de 2017).

“os que ficam é tudo população idosa, quando morrerem as casas são remodeladas e vendidas, dando lugar a hotéis, hostels, quartos para alugar ou arrendar” (mulher, residente no Castelo) a turistas, porque os habitantes locais, mesmo que queiram ali viver, não conseguem alugar casa, face às rendas muito altas que são ali praticadas pelos senhorios.

Alguns negócios adaptam-se às novas proezas. Surgem bares, cafés, lojas de souvenires. Fazem-se obras nas antigas casas de fado.

Concernente às mudanças provocadas pelo turismo diz-nos Margarida Barreto que “el turismo y los turistas provocan efectos en la cultura y en la sociedad, ejercen influencias y tienen repercusiones de varios tipos en estas.” (Barreto, 2007, p. 37).

Apesar de existirem mudanças em Alfama a Câmara Municipal tem boas iniciativas para os moradores e tentam ao máximo manter o bairro “apresentável” dizia um senhor de 75 anos.

Outra residente a propósito do alojamento local referiu que é contra o mesmo não apenas porque “as pessoas querem casa e não têm”, mas também porque “põem fora as pessoas e não lhes dão condições”. Disse ainda que “tudo não passa de uma farsa, pois reabilitam os prédios por fora, mas por dentro estão todos degradados e as pessoas não têm condições para lá viverem”. Diz que “Alfama já não é a mesma, que sofreu muitas mudanças”; “alguma vez isto é Alfama?”, e que já não conhece muitas das pessoas, “antes era tudo uma família, agora está tudo diferente” (Mulher, 70 anos). Esta senhora apesar de nada ter contra os turistas reclamou das fotografias que tiravam à roupa estendida, “não devem ter roupa estendida lá de onde veem”. Este movimento diário de gentes traz consigo a preocupação por parte de alguns residentes acerca da apropriação do bairro. Como foi referido por uma mulher “um destes dias eles vêm aqui e serão só turistas; turistas para ver turistas” (50#60 anos, 26 de Abril de 2017).

Nalguns casos os residentes reclamam do barulho. Ora da conversa nas ruas até de madrugada, ora das ‘rodinhas’ das malas: “*por cima de onde moro está tudo arrendado a turistas e é sempre imenso barulho com as malas ao entrarem e saírem de casa*” (mulher, 50#60 anos, Abril de 2017). O barulho nos prédios é um assunto recorrente “*por cima onde moro está tudo arrendado a turistas e é sempre imenso barulho com as malas ao entrarem e saírem de casa, já várias vezes os ameacei que chamava a polícia, torna#se insuportável, mas não saiu da minha casa era o que mais faltava*” (mulher, residente no Castelo). A Associação do Património e População de Alfama (APPA) tem tido um papel muito activo na chamada de atenção para estes problemas. Fundada a 1 de Setembro de 1987, esta associação procura envolver a população de Alfama na defesa do seu património cultural, arquitectónico e arqueológico. Tem organizado um conjunto de iniciativas em prol da defesa dos patrimónios daquele lugar lisboeta.

O processo de turistificação que ocorre em Lisboa tem conduzido a algumas alterações nalguns lugares da cidade. Em Alfama, o boom do turismo conduziu ao abandono de moradores do bairro, o qual tem vindo a descaracterizar#se. A introdução da Lei das Rendas veio complicar a vida de alguns moradores que se viram obrigados a deslocar#se para outros lados tendo o espaço sido aproveitado para fins turísticos.

Face a estas mudanças em 2017 a marcha de Alfama pôs a tónica na defesa do bairro. “*Não toquem na minha Alfama*” é nome desta marcha, com letra de Amadeu do Vale e música de Raul Ferrão, cujo intuito é o de mostrar e alertar para as alterações que estão a ocorrer. Como ouvi inúmeras vezes nestes lugares e como se atesta em algumas notícias⁹, ninguém está contra o turismo, porém, não querem é o despovoamento.

Todavia, nem todos apresentam uma visão contra o turismo. Um dos residentes com quem conversei, mais novo e proprietário de um AL via no turista o oposto do que Pi#Sunyer defendia, “el aumento de la cantidad de turistas también hace con que estos dejen de ser individualizados a los ojos de los residentes; pasen a ser un ser genérico. Así la sociedad local pasa a relacionarse no con el turista#persona sino con el estereotipo predominante en el imaginario social sobre el mismo” (Pi#Sunyer, 1989, p. 189 citado por Barreto, 2007, p. 65), pois ele é o próprio a dizer que “*não se pode ver os turistas como uma massa uniforme*”. Através do Airbnb que detém, este homem afirma que “*consegue conhecer as pessoas*”, o que não acontece com turistas que chegam dos cruzeiros, que são pessoas mais artificiais e que parecem zombies a deambular pelo bairro. Apesar de só residir no bairro há um ano e meio diz que, só nesse tempo, já notou algumas mudanças, e que ainda há mais para vir, principalmente com a abertura do porto, pois este vai fazer com que haja um aumento exponencial no turismo. Embora lucre com o turismo, defende que “*tem que se pôr um travão, um equilíbrio, é preciso criar grupos de trabalho para se poderem resolver determinados problemas, pois a mudança está a ser muito rápida*”, e diz que por isso ainda há uma certa revolta, e um certo medo, por parte dos bairristas, principalmente os mais velhos.

Um pouco por todo o lado observam#se alguns escritos ‘anti#turismo’. Não foi descortinado a(s) fonte(s) das mesmas, porém, é certo que as mesmas revelam algum descontentamento não apenas contra o turismo, mas sobretudo com relação ao alojamento local, em particular, o Airbnb. Na inscrição referente à figura 4 podemos ler “*Querido turista: gastar o seu dinheiro no Airbnb no centro de Lisboa financia a expulsão de moradores e destrói o que veio à procura*”, ou seja, esta inscrição consubstancia a ideia de que se usarem o AL os turistas poderão contribuir para a destruição da autenticidade, pois os moradores terão de ir residir para outros locais.



FIGURA 2 E 3

Informação registada em Alfama, Abril de 2017

Fonte: Filipa Fernandes e Inês Paixão, 2017.

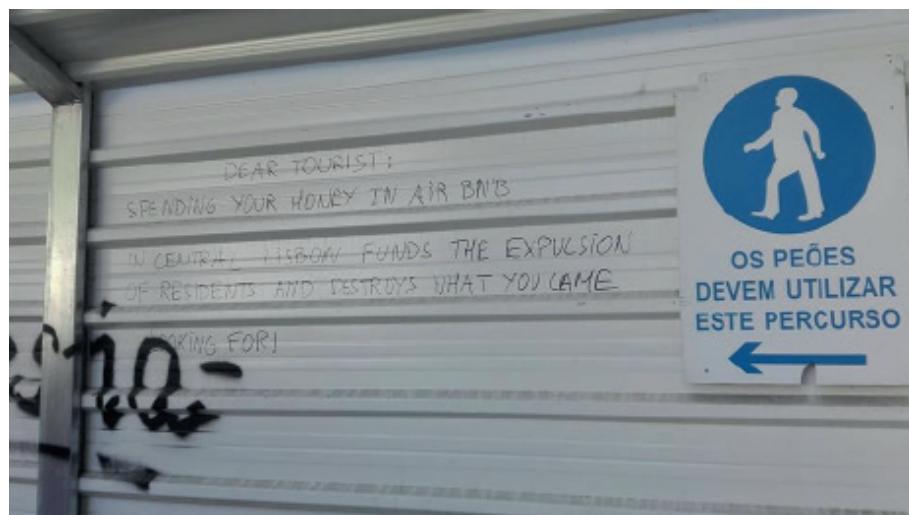


FIGURA 4

Informação registada no Terreiro do Paço, Abril de 2017

Fonte: Andreia Perez, 2017

Estes novos paradigmas de hospitalidade trazem vantagens, sobretudo, ao nível da reabilitação das habitações e do comércio local. Isto foi afiançado por uma senhora “*o turismo é bom para a economia, para o bairro. Não há confusão entre os moradores e os turistas aqui*” (loja souvenires Amarelo 28/ Galeria de arte, mulher, 26 de Abril de 2017).

6. ALGUMAS NOTAS CONCLUSIVAS

A experiência nos destinos tem vindo a ser mediada pelas interacções, pela troca de informações, conhecimento e de experiências de outros com recurso às plataformas e aos media digitais. O turismo vem hoje reconfigurar territórios urbanos não apenas através dos processos de desintermediação mas também por intermédio da co#produção de novas localidades e espaços.

Atualmente observa#se o desenrolar de novas formas colaborativas de viagem, havendo lugar para o desenvolvimento do turismo cujo papel de destaque vai para as comunidades locais. No mundo pós#-turístico o lugar é co#construído pelos múltiplos actores presentes no seio dos destinos turísticos. As experiências

rompem os modelos formais, assistindo-se a relações fora do circuito usual do turismo. Observa-se a ascensão do 'local' visto e desejado como autêntico por muitos. A sedução por estes espaços passa pela possibilidade de se experienciar uma parte do quotidiano no cerne das comunidades locais, porém, é sabido que esta crescente procura tem conduzido a processos negativos, afastando os habitantes locais destes espaços, contribuindo em muito para o fenómeno da gentrificação.

Com a criação de novos espaços para o turismo alteram-se as relações entre os indivíduos e entre os indivíduos e os lugares. Todavia, isto implica a formação de novas relações entre os usuários destes espaços, como por exemplo, o desenvolvimento de serviços de alojamento por intermédio de plataformas digitais. As novas práticas tidas nestes territórios (re) configurados para e pela indústria turística moldam as paisagens urbanas transformando os bairros em centros dispersos de alojamento turístico (Richards e Paolo Russo, 2016). Os dados aqui presentes expõem as alterações patentes nos últimos meses no sector. A emergência destas novas redes de alojamento bem como o advento de novos espaços turísticos na cidade tem causado alguma pressão nos residentes. Os dados recolhidos mostram os efeitos da regulação do sector, principalmente no caso do Airbnb. A acção da autarquia e da Associação de Turismo de Lisboa, com recurso ao Plano Estratégico para o turismo da Região de Lisboa (2015#2019), são essenciais para que o turismo possa ser benéfico nas suas múltiplas dimensões.

As construções hegemónicas do turismo (Wearing et al, 2010) e dos espaços turísticos terão de ser naturalmente revisitados na medida em que estas colocam um valor sobre as pessoas e as culturas locais, assegurando que as comunidades locais estarão envolvidas no planeamento turístico.

AGRADECIMENTOS

A autora gostaria de agradecer a Andreia Pérez, Flávia Silva, Joana Mota da Costa e Inês Paixão pelo contributo na colecta de dados referente ao projecto em curso denominado "Turistificação, Processos e Dinâmicas – O caso de Lisboa, Portugal. Alguns desses dados constarão da segunda parte deste artigo. A autora agradece ainda os comentários efectuados por alguns colegas no âmbito do II Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo, realizado em Alicante em 2018.

BIBLIOGRAFÍA

- AHP 2016. O alojamento local em Portugal – qual o fenómeno?. Recuperado de http://www.hoteis#portugal.pt/se_rvicos/estudos#e#estatisticas/3/1/6 acesso a 27.02.17.
- AHRESP 2017. Programa Quality # Qualificação e Valorização do Alojamento Local – Os imóveis. Recuperado de http://www.ahresp.com/files/filemanager/COMUNICACAO/Imagens/Quality/QUALITY_BTL_02mar16VFINAL.pdf, acesso a 27.02.17.
- Airbnb 2017. Airbnb lança Trips em Lisboa. Recuperado de <https://press.atairbnb.com/br/airbnb#lanca#plataforma#trips#em#lisboa/>, acesso a 13.12.2017
- Airbnb 2017. Quem somos. Recuperado de <https://www.airbnb.pt/about/about#us>, acesso a 27.02.17
- Airbnb 2016. Overview of the Airbnb Community in Lisbon & Portugal. Recuperado de http://www.airbnb#citizen.com/wp#content/uploads/2016/06/Portugal_EIS_English_20160627b.pdf, 13 de Março de 2017.
- AirDNA 2017. Lisbon # Market Overview, December 2017. Recuperado de <https://www.airdna.co/market#data/app/pt/lisboa/lisbon/overview>, 13.12.2017
- Appadurai, A. 1990. Disjuncture and difference in the global culture economy. *Theory, Culture, and Society*, 7, 295#310.
- Arias Sans, A. e Quagliari Domínguez, A. 2016 Unravelling Airbnb: urban perspectives from Barcelona. In A. Paolo Russo & G. Richards (Eds), *Reinventing the Local in Tourism. Producing, Consuming and Negotiating Place* (pp. 209:228). Bristol: Channel View Publications.

- Barreto, M. 2007. *Turismo y Cultura: relaciones, contradicciones y expectativas*. El Sauzal, Tenerife: Asociación Canaria de Antropología y Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.
- Bernard, H. R. 1995. *Research Methods in Anthropology. Qualitative and Quantitative Approaches*, 2^a ed. Walnut Creek: Altamira Press.
- Bryman, A. e R. G. Burgess (Eds). (1999). *Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Clifford, James 1997. *Routes: Travel and Translation in the late twentieth century*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cheng, M. 2016. Current sharing economy media discourse in tourism. Research Note. *Annals of Tourism Research*, 60, 111#114.
- Geron, T. 2013. Airbnb and the unstoppable rise of the share economy. *Forbes*, Recuperado de <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb#and#the#unstoppable#rise#of#the#share#economy/#4b367faf6790>, 23 de Fevereiro de 2017.
- Gurran, N., Phibbs, P. 2017. When tourists move in: How should urban planners respond to Airbnb? *Journal of the American Planning Association*, 83(1), 80#92.
- Guttentag, D. 2015. Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192#1217, DOI:10.1080/13683500.2013.827159
- Gutiérrez, J., García#Palomares., J. C., Romanillos, G., Salas#Olmedo, M. H. 2017. The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer#to#peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278#291.
- Henriques, E.B. 2003. A cidade, destino de turismo. *Revista da Faculdade de Letras – Geografia*, XIX, 163#172.
- INE 2017. Área Metropolitana de Lisboa em números – 2015, Recuperado de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=225203228&PUBLICACOESmodo=2, 09 de Março de 2017.
- INE 2016. Estatísticas do Turismo 2015, Recuperado de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=265858123&PUBLICACOESmodo=2, 09 de Março de 2017.
- Jorgensen, D. L. 1989. *Participant Observation. A Methodology for Human Studies*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Long, J. 2007. *Researching Leisure, Sport and Tourism. The essential guide*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Machado, A. 2017. “Airbnb com ligação directa ao Turismo de Portugal”, Recuperado de <http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo#lazer/detalhe/airbnb#com#ligacao#directa#ao#turismo#de-portugal>, 13.12.2017
- Molz, J. G. 2011. CouchSurfing and network hospitality: ‘It’s not just about the furniture’. *Hospitality & Society*, 1(3), 215#225. <http://www.ingentaconnect.com/contentone/intellect/hosp/2012/00000001/00000003/art00001>
- O'Regan, M. e Choe, J. 2017. Airbnb and cultural capitalism: enclosure and control within the sharing economy, *Anatolia*, 28(2), 163#172.
- Oskam, J., Boswijk, A. 2016. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 22#42.
- Page, S. J. 2009. *Tourism Management – Managing for Change*, 3^a ed., Amsterdam: Elsevier. Pereiro, X. 2009. *Turismo Cultural – Uma visão antropológica*, Tenerife: ACA y PASOS.
- Richards, G., Paolo Russo, A. 2016. Synthesis and Conclusions: Toward a New Geography of Tourism? In A. Paolo Russo & G. Richards (Eds), *Reinventing the Local in Tourism. Producing, Consuming and Negotiating Place* (pp. 251#266). Bristol: Channel View Publications.
- Santana, A. 2007. Imaginando la imagen del turismo: un viaje de ida y vuelta. Seminário: La imagen de Andalucía en el discurso turístico, Centro de Estudios Andaluces, Recuperado de http://www.centrodeees#tudiosandaluces.es/datos/factoriaideas/ponencias_imagenandalucia_turismo.pdf, 25 de Março de 2009.
- Santana, A. 1997. Antropología y Turismo. Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Editorial Ariel.
- Santana, A. e Estévez, F. (1996). Antropología del turismo. In J. Prat & A. Martínez (Eds.), *Ensayos de antropología cultural* (pp.286#293). Barcelona: Ariel.

- Smith, V. L., (ed) 1989. *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, 2^a ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, V. L. e M. Brent, (eds.) 2001. *Hosts and Guests revisited: Tourism in the 21st century*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Statt, N. 2016. Airbnb is transforming itself from a rental company into a travel agency Because accommodations aren't enough. Recuperado de <https://www.theverge.com/2016/11/17/13665454/airbnb#trips#travel#agency#tour#guides>, acesso a 13.12.2017
- The Economist 2013a. The rise of the sharing economy. *The Economist*, Recuperado de <http://www.economist.com/news/leaders/21573104#internet#everything#hire#rise#sharing#economy>, 23 de Fevereiro de 2017.
- The Economist 2013b. All eyes on the sharing economy. Recuperado de <http://www.economist.com/news/technology#quarterly/21572914#collaborative#consumption#technology#makes#it#easier#people#rent#items>, 27.02.2017
- Turismo de Portugal, Consulta ao registo # Alojamento Local, <http://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True>, acesso 14 de Dezembro de 2017.
- Van der Borg, J., Costa, P. e Gotti, G. 1996. Tourism in European heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 306#321.
- Wearing, S., Stevenson, D., Young, T. 2010. *Tourist Cultures. Identity, place and the traveller*, Los Angeles: Sage.

NOTAS

1. Veja#se informações detalhadas aqui: <https://press.atairbnb.com/br/airbnb#lanca#plataforma#trips#em#lisboa/>, 13.12.2017
2. Mais informações aqui: <http://www.theguardian.com/business/2017/aug/10/airbnb#faces#eu#clampdown#fair#share#tax>, 13.12.2017
3. Veja#semais informações aqui: <http://www.dn.pt/sociedade/interior/as#7#razoes#pelas#quais#lisboa#e#cidade#mais#cool#da#europa#segundo#a#cnn#6214406.html>, 13.12.2017.
4. Veja#sepor exemplo os seguintes títulos: http://www.jornaldaregiao.pt/products/lisboa#esta#na#moda#e#conquista#cada#vez#mais#turistas#; <http://www.noticiasaoiminuto.com/lifestyle/461983/lisboa#esta#na#moda#e#os#espanhais#explicam#porque>; <http://www.jornaleconomico.sapo.pt/noticias/portugal#esta#na#moda#243312>; <http://www.rtp.pt/programa/tv/p33849/e35>, 13.12.2017.
5. Estes dados foram obtidos no dia 14 de Dezembro de 2017. Os números aumentam semanalmente.
6. Neste trabalho serão apenas considerados para efeitos de análise os dados referentes ao Airbnb.
7. Mais informações aqui: <https://www.dn.pt/dinheiro/interior/airbnb#entregou#a#camara#de#lisboa#quase#5#milhoes#de#euros#em#taxa#turistica#8947006.html>, 13.12.2017.
8. Ver informações detalhadas aqui: <https://dre.pt/application/file/67063177> e aqui: <https://dre.pt/application/file/56384665>, 14.12.2017.
9. Veja#se aqui: <https://www.publico.pt/2016/06/05/local/noticia/alfama#nao#se#quer#ser#uma#disneyland#para#turista#ver#1734166>, 14.12.2017, e <https://www.publico.pt/2017/06/04/local/noticia/alfama#poe#na#marcha#a#defesa#de#um#bairro#em#mudanca#1774416>, 14.12.2017.