

Urbanização costeira e turistificação: dilemas e desafios para o ordenamento do território

Luís Mendes

IGOT Instituto de Geografia e Ordenamento do Território
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Sumário

1. Urbanização costeira e turistificação: quadro concetual
2. Antecedentes: será Lisboa uma cidade turistificada?
3. As causas da turistificação do centro histórico
4. Algumas consequências
5. Turismo de massas X Pós-turismo
6. O imperativo da capacidade carga turística
7. Dimensões da capacidade de carga turística
8. Desafios e oportunidades

Urbanização costeira e turistificação: um quadro conceptual

Da produção do espaço à disputa pelo território

Contextos e drivers
(porquê e como acontece)

Globalização e neoliberalismo
- abertura de mercados
- mobilidade de capitais e pessoas
- desregulação e privatização

Políticas e estratégias territoriais
- promoção turística
- incentivos ao investimento
- planeamento urbano insuficiente

Dinâmicas socioeconómicas
- crescimento do turismo
- procura de segunda habitação
- valorização imobiliária

Atractividade e recursos do litoral
- paisagem e clima
- património cultural e natural
- infraestruturas e acessibilidades

Processos de transformação
(o que se produz no território)

Urbanização costeira
(expansão e requalificação urbana)
- novos empreendimentos
- expansão da construção
- transformação dos usos do solo

+

Turistificação
(lógicas, práticas e mercados)
- alojamento local e hotelaria
- economias de plataforma
- consumo e vida urbana turística

+

Financeirização do espaço
(habitação como ativo)
- investimento imobiliário
- fundos e operadores turísticos
- rent *gap* e valorização especulativa

Resultados e impactos
(o que se observa no território)

Transformação do tecido urbano
- especialização turística
- perda de comércio e serviços locais
- reconfiguração das centralidades

Habitação e gentrificação
- aumento dos preços da habitação
- substituição de residentes
- perda de habitação permanente

Pressão sobre o ambiente e o risco
- ocupação de áreas sensíveis
- erosão costeira e alterações climáticas
- maior vulnerabilidade a riscos

Conflitos socioespaciais
- entre residentes, turistas e investidores
- entre usos e funções do território
- desigualdades e exclusão

Ordenamento do território
(respostas, limites e desafios)

- Planeamento e regulação do uso do solo
- Habitação acessível e de interesse público
- Gestão sustentável dos recursos costeiros
- Controlo da atividade turística e do AL
- Governança multinível e participação cidadã

Barcelona



reconversão da frente marítima → valorização urbana → turismo → investimento imobiliário → turistificação → conflito pelo direito à cidade






Bisotti


Published 2024
TOURIST GO HOME
FORA

Veneza



cidade turística → cidade para turistas → cidade sem residentes


NO MAFIA VENEZIA È SICURA


DANIELI EXCELSIOR


DAIHATSU
TOYOTA
Dubai 1990


Dubai 2024





Touristification

Touristification refers to the impact of mass tourism on the commercial and social fabric of neighbourhoods, causing services, facilities and shops to be oriented towards and conceived of in reference to the tourist rather than the resident. It is the process of making an urban, rural or natural space suitable for tourists. An increase of the number of tourists and tourism businesses in a given territory magnifies the impact created. The term has been used in conjunction (or interchangeably) with over-tourism to designate the overcrowding and excess of tourism, as well as its impacts on the local population and on the tourism industry itself (Renau, 2018).

Urban tourism in its various modalities has seen a great expansion in the beginning of the 21st century. However, the tourist excess as a massifying, hegemonic and dominant phenom-

> after the capitalist crisis 2008–09, giving rise to a sharing economy where companies and agents of the tourist sector are specializing in the massification of this type of accommodation in the historical centers to extract capital gains from the community (Buhalis, Andreu and Gnoth, 2020).

Touristification is a recent phenomenon for which there is still no clear and consensual conceptual definition in economic and tourism planning in tourism studies. It is often confused with over-tourism or with an excessive number of tourists and implies exceeding commonsense thresholds regarding the tourist carrying capacity of the destination territories (Zemla, 2020). It has been widely disseminated in popular media, public opinion and academic circles in the last decade. It signifies the hegemonic expansion of tourism in a territory, both from the point of view of the offer of services and

Mendes, 2022

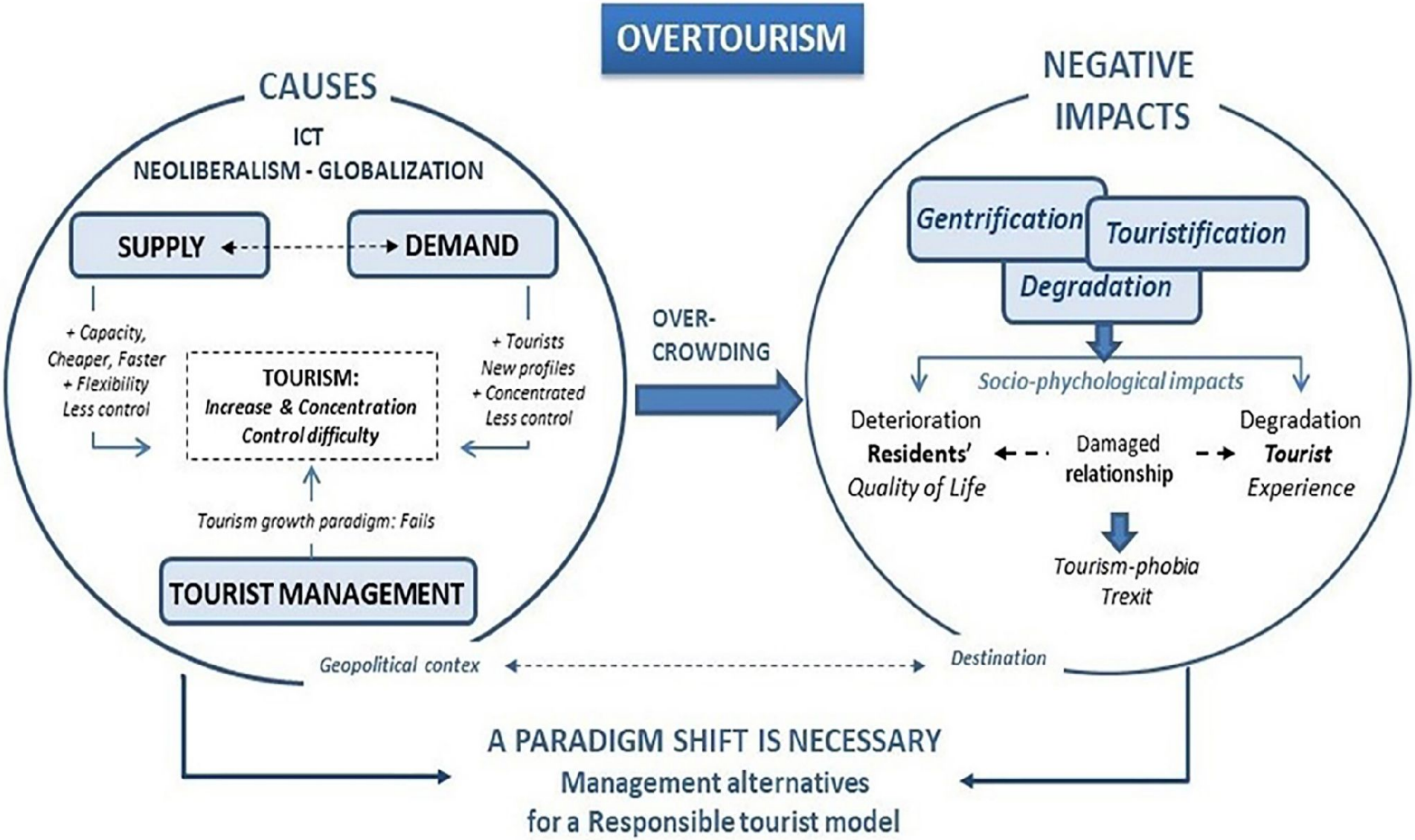
tourism, as well as its impacts on the local population and on the tourism industry itself (Renau, 2018).

Urban tourism in its various modalities has seen a great expansion in the beginning of the 21st century. However, the tourist excess as a massifying, hegemonic and dominant phenomenon in cities such as San Francisco, Lisbon, Barcelona, Berlin, Amsterdam and Venice is a recent phenomenon. It is commonly considered that the exponential expansion of recent and massive tourism in the historic centre of these and other world cities (already touristy) is due to the combination of several factors, especially in the last decade:

- the use of online platforms for booking tourist accommodation, such as the Booking.com, Airbnb, Wimdu, HomeAway, and so on, that allow a hyper-choice, well adapted to the consumer's profile (Cocola Gant 2018);
- the continued growth of international mobility through the expansion of low-cost airlines;

sense thresholds regarding the tourist carrying capacity of the destination territories (Zemla, 2020). It has been widely disseminated in popular media, public opinion and academic circles in the last decade. It signifies the hegemonic expansion of tourism in a territory, both from the point of view of the offer of services and equipment, including tourist accommodation in its various modalities, and from the view of the city's demand as a tourist destination. When applied, the concept of touristification designates a hyper-specialization of the economy and the social fabric of a territory in the tourism sector. This reinforces a trend or pattern of mono-functionalism of the economy. This makes the territory dependent externally. Therefore, it also becomes more sensitive to the volatility of international tourist demand, seasonality, external crises in the sector or extreme phenomena that undermine the reproductive stability of the world tourism system. It is more susceptible to catastrophes and natural risks, acts of terrorism, geopolitical instability and, as seen with COVID-19, to epidemics and pandemics.

Mendes, 2022



Buitrago-Esquinas, E.M. et al. (2023). A literature review on overtourism to guide the transition to responsible tourism. *Revista de Estudios Andaluces,* (45), 71-90.

Lisbon´s Strategic Plan for Tourism 2015-2019

Principais produtos a desenvolver

PRODUTOS

i Core


City / short breaks


MI


Cruzeiros


Golfe

Produtos a elevar para um novo patamar de excelência

ii A potenciar


Reli-gioso


Residen-cial


Surf


Enologia

Produtos com escala que se podem desenvolver com o conceito de Região alargada

iii Novas apostas


Náutica


Turismo de Natureza


Turismo de Saúde


Sol e Mar


Bird-watching


Mergulho


Equestre


Turismo Aventura

Produtos nicho de crescimento futuro

QUALIFICADORES DE OFERTA


Cultura


Gastro-nomia


Shopping

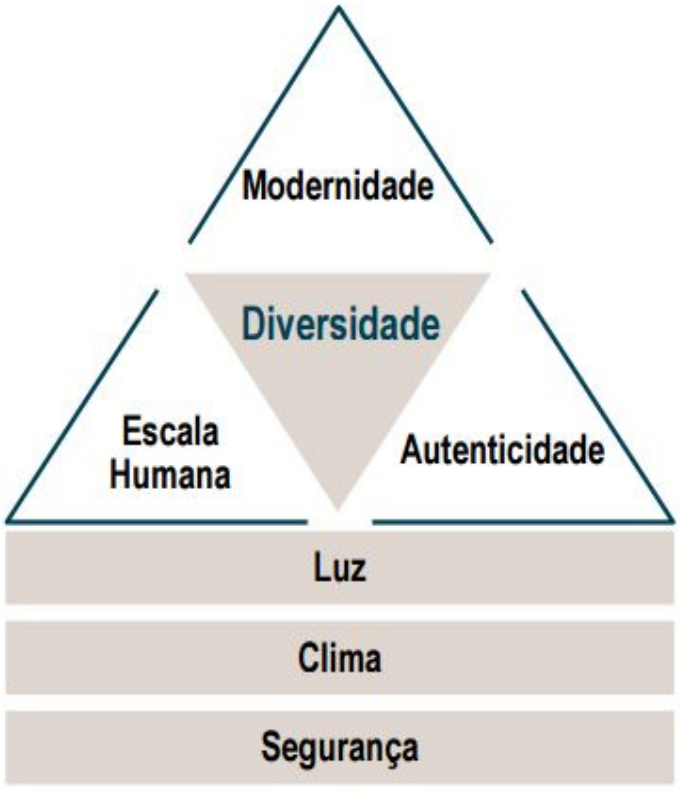

Nightlife

Qualificadores de oferta essenciais para elevar os produtos *core* a um novo patamar de excelência

Lisbon´s Strategic Plan for Tourism 2015-2019

Proposta de valor do Turismo na Região de Lisboa

Elementos da proposta de valor



Proposta de valor

"Lisboa - Região *resort*, moderna com uma diversidade única e autenticidade associada à sua história e escala humana, que permite um leque alargado de múltiplas experiências ao longo de todo o ano"

		LISBOA //LISBOA	AMESTERDÃO //AMESTERDAM	BARCELONA //BARCELONA	COPENHAGA //COPENHAGEN	MADRID //MADRID	PRAGA //PRAGUE	VIENA //VIENNA
CORE	*CITY BREAKS* //CITY BREAKS	●	●	●	●	●	●	●
	MEETINGS INDUSTRY //MEETINGS INDUSTRY	●	●	●	●	●	●	●
FATORES DE DIVERSIFICAÇÃO //DIVERSIFICATION FACTORS	GOLFE //GOLF	●	●	●	●	●		●
	GASTRONOMIA E BEBIDAS //FOOD AND DRINK	●	●	●	●	●	●	●
	SOL E MAR //SUN AND SEA	●		●	●			
	TURISMO NÁUTICO //WATER-SPORTS TOURISM	●	●	●	●			
	TURISMO DE NATUREZA //NATURE TOURISM	●		●		●	●	●
	TURISMO RELIGIOSO //RELIGIOUS TOURISM	●						
	SAÚDE E BEM-ESTAR //HEALTH AND WELL-BEING	●			●			●

● PRODUTO MADURO //MATURE PRODUCT

● PRODUTO EM DESENVOLVIMENTO //PRODUCT UNDER DEVELOPMENT

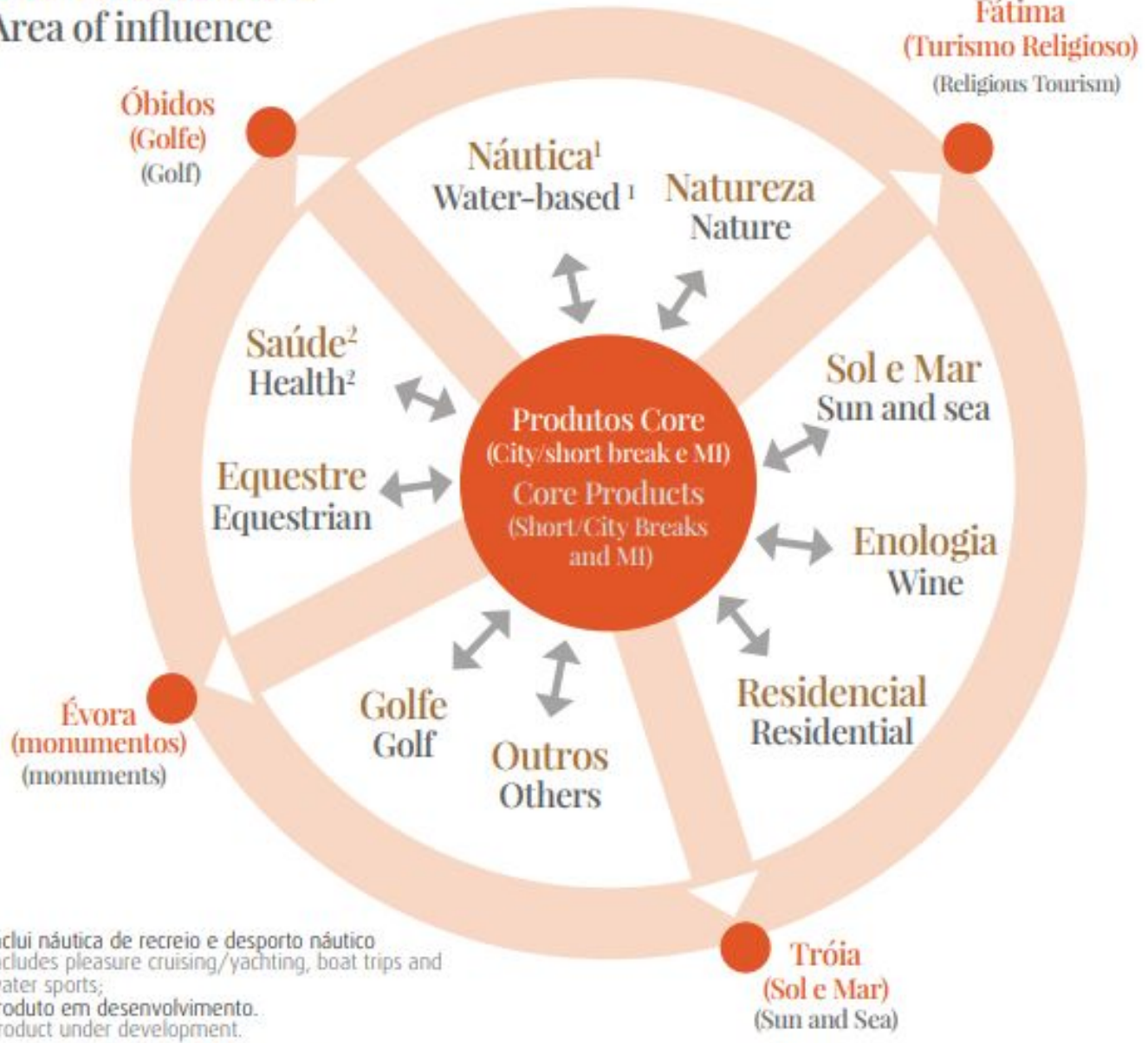
Comentários //Observations

> Lisboa apresenta condições ímpares para ter uma oferta única dada a sua diversidade, sendo necessário no entanto aprofundar a oferta de alguns produtos.

> Lisboa offers unique and unparalleled conditions, given its diversity. Nevertheless, it needs to develop the attractions provided by certain products.

REGIÃO DE LISBOA – "PRODUTO AUMENTADO E PERSONALIZADO"
//LISBOA REGION – "ENHANCED TAILOR-MADE PRODUCT"

Área de Influência
//Area of influence



[1] Inclui náutica de recreio e desporto náutico
Includes pleasure cruising/yachting, boat trips and water sports;
[2] Produto em desenvolvimento.
Product under development.

FONTE //SOURCE: ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS

Evolution of the number of hospitality guests in tourist establishments (Lisbon and Portugal)

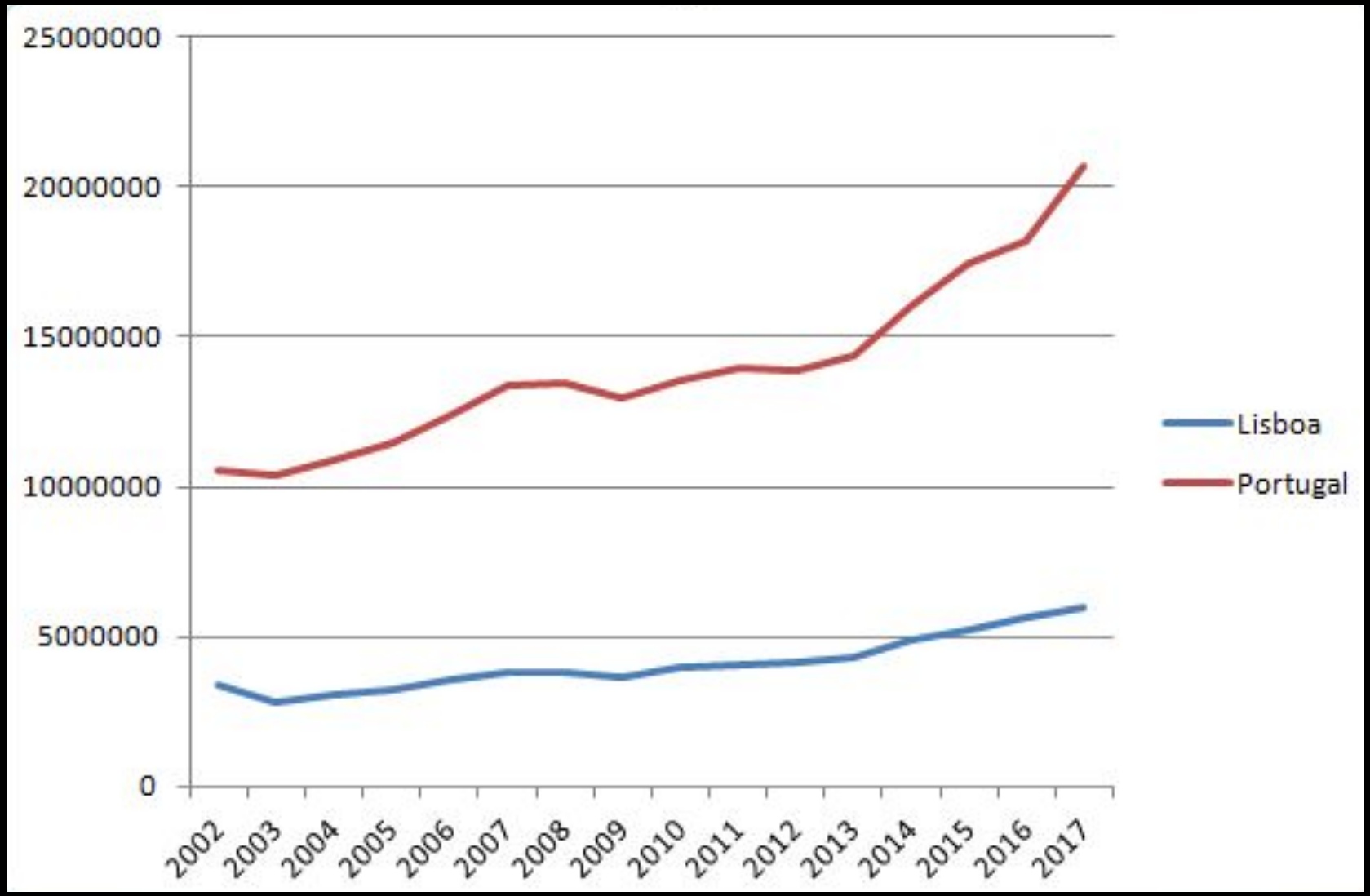
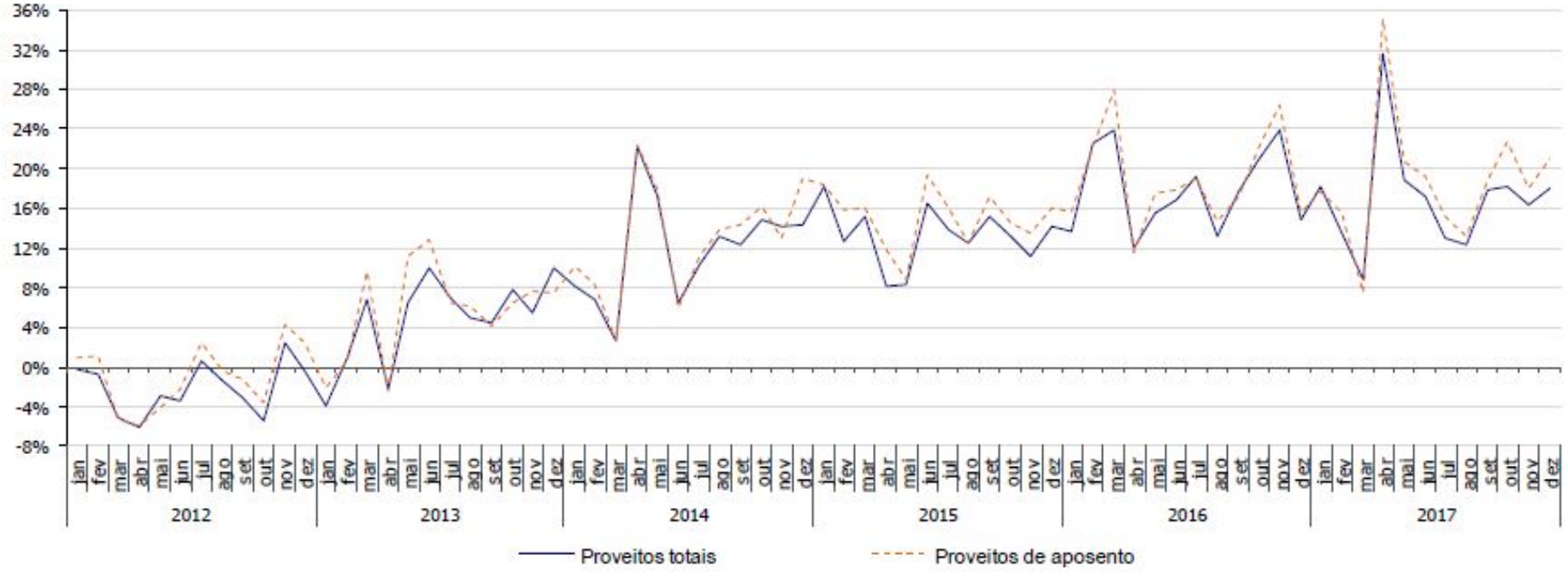


Figura 6. Proveitos totais e de aposento - Taxa de variação homóloga mensal

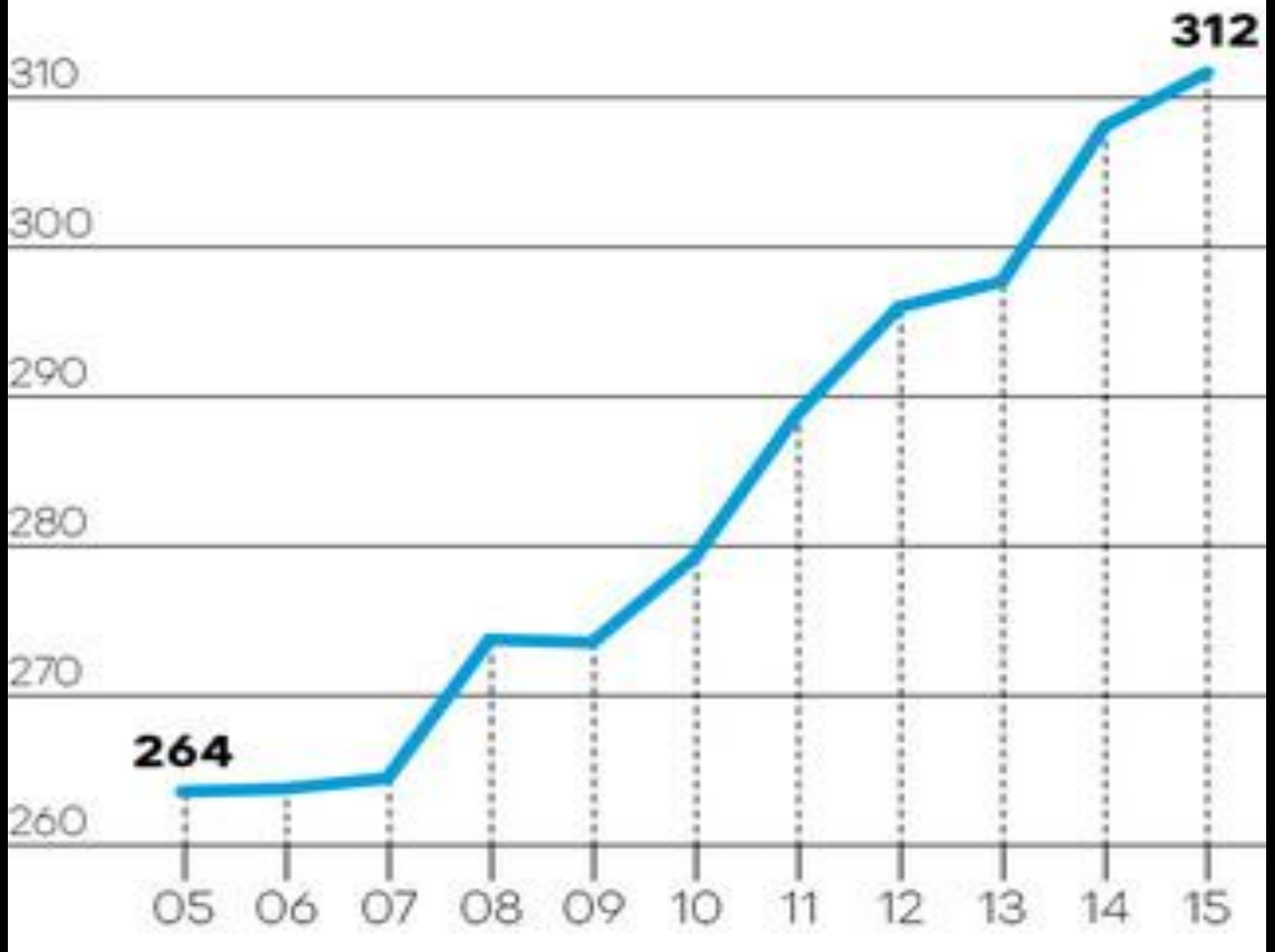


OFERTA NO TURISMO

ENTRE 2005 E 2015

AUMENTO DA CAPACIDADE DE ALOJAMENTO

Em milhares de camas

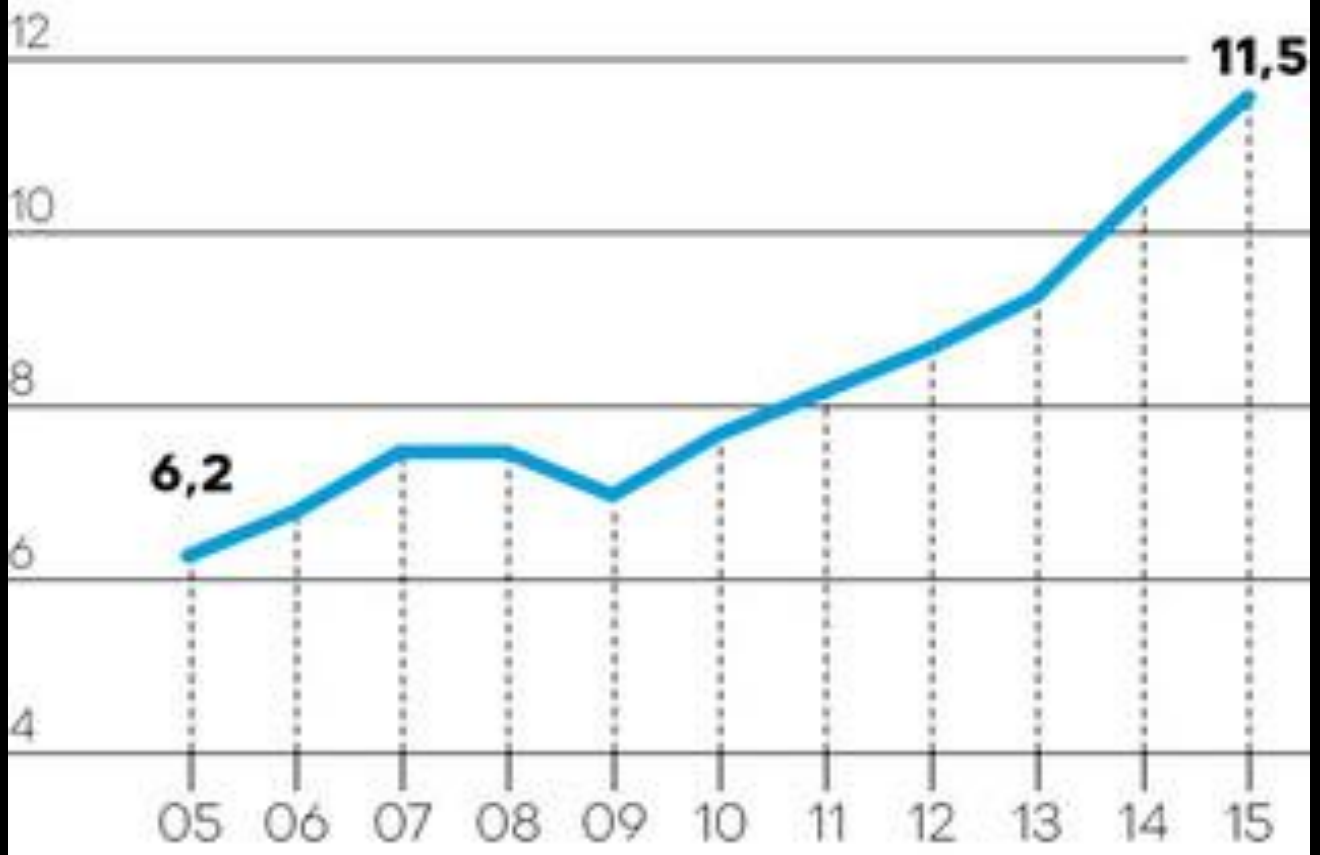


PROCURA NO TURISMO

ENTRE 2005 E 2015

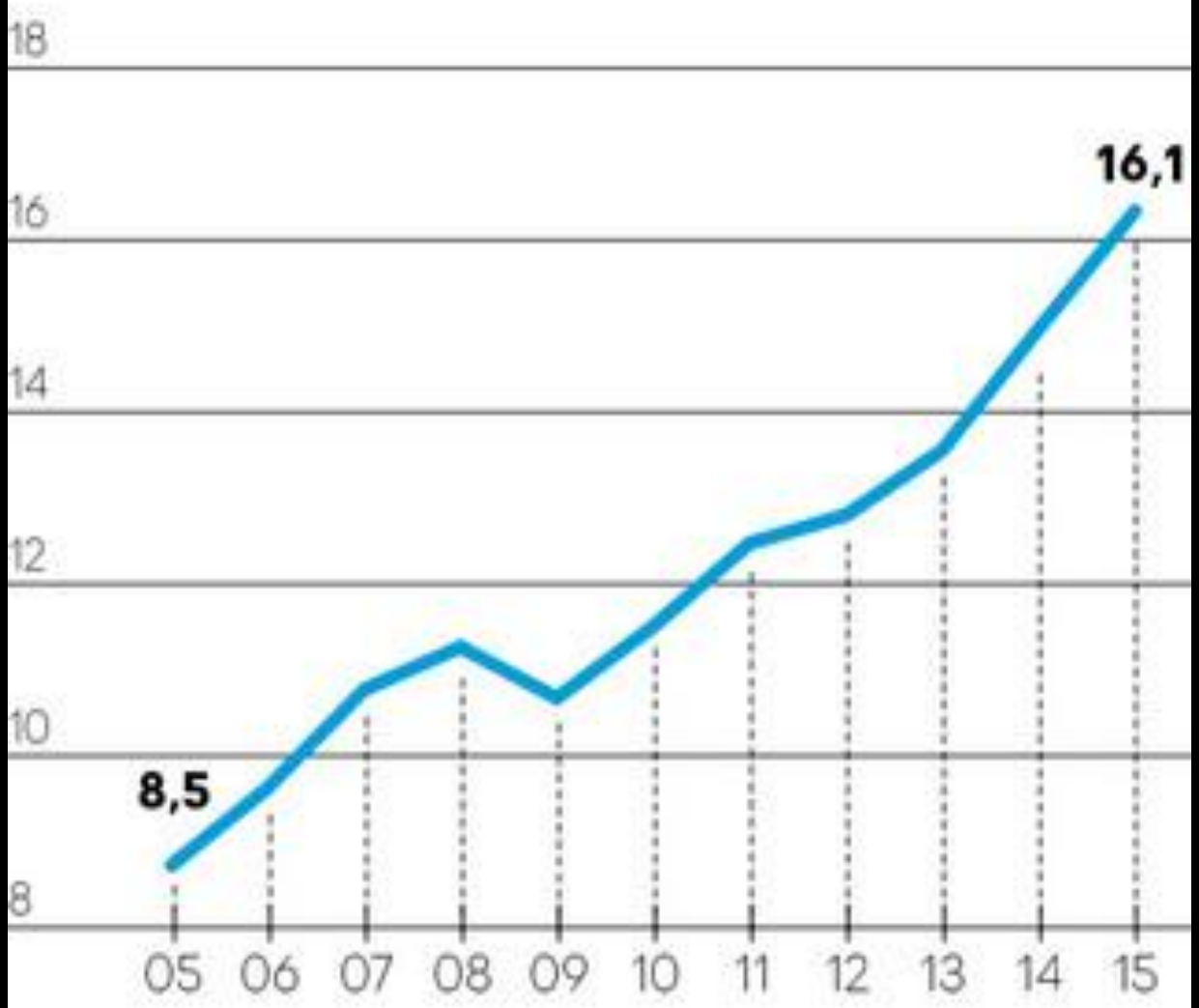
RECEITAS TURÍSTICAS

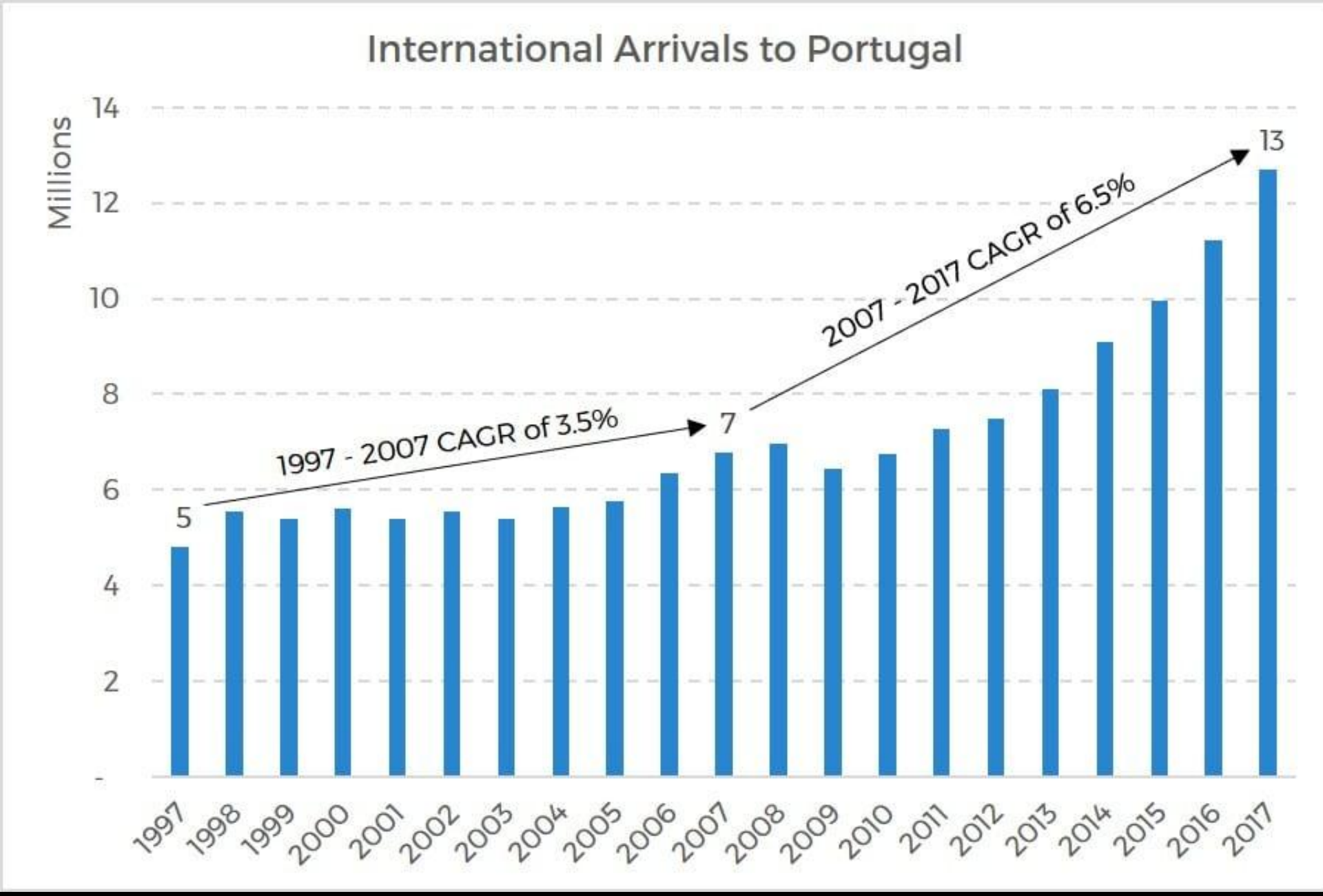
Em milhares de milhões de euros



PASSAGEIROS EM VOOS INTERNACIONAIS

Fluxo em milhares de milhões

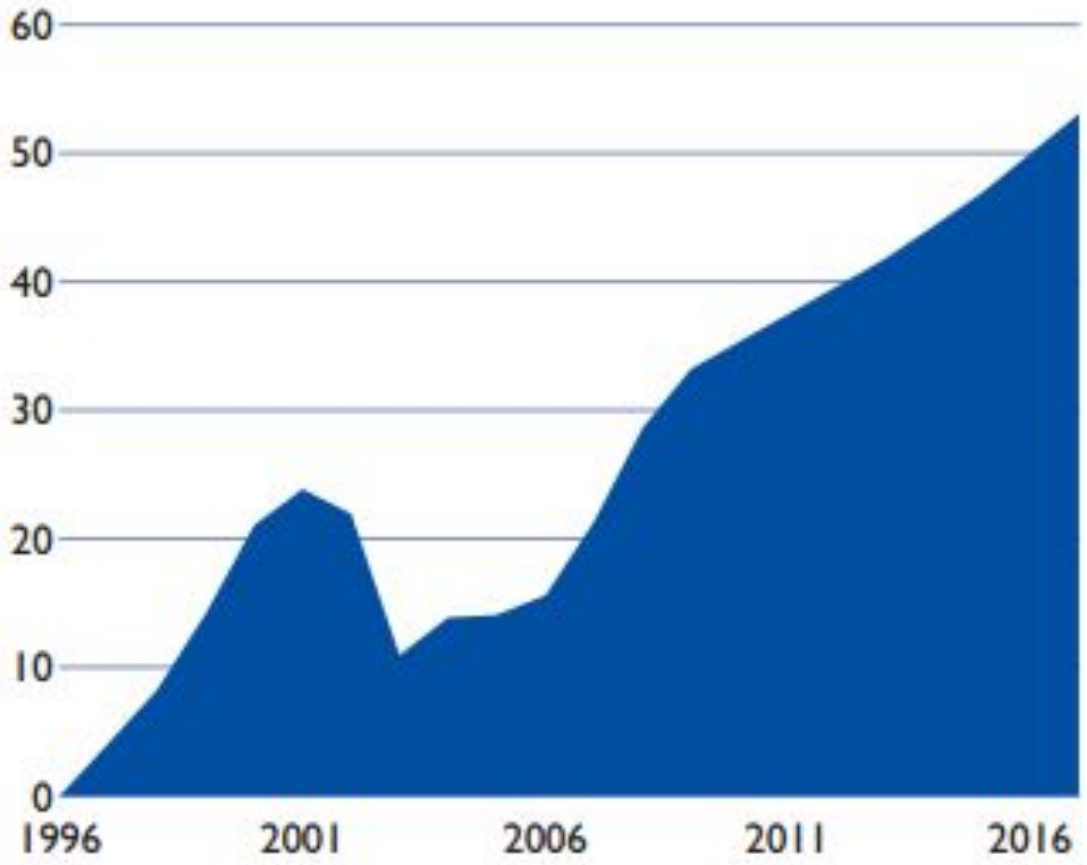



International Arrivals to Portugal
Millions
14
12
10
8
6
4
2
-
5
7
13
1997 - 2007 CAGR of 3.5%
2007 - 2017 CAGR of 6.5%
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017

LISBON

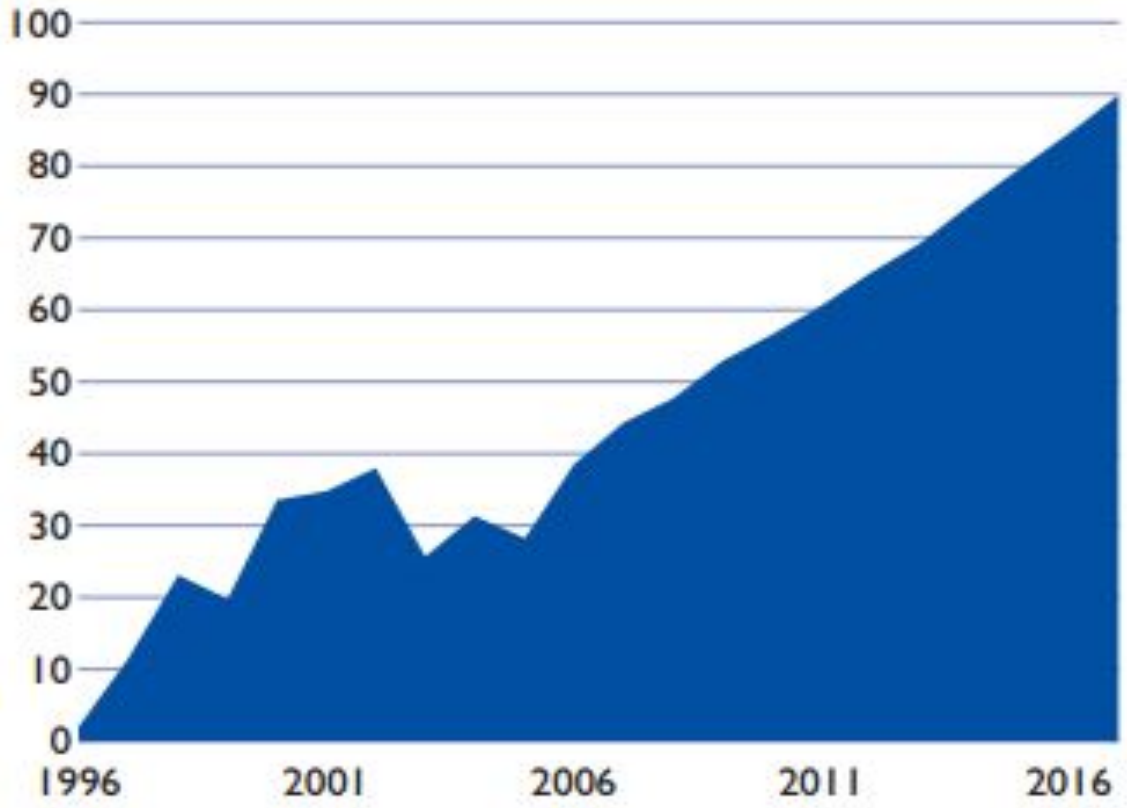
Travel & Tourism Economy Employment

(Cumulative Real Growth, %)

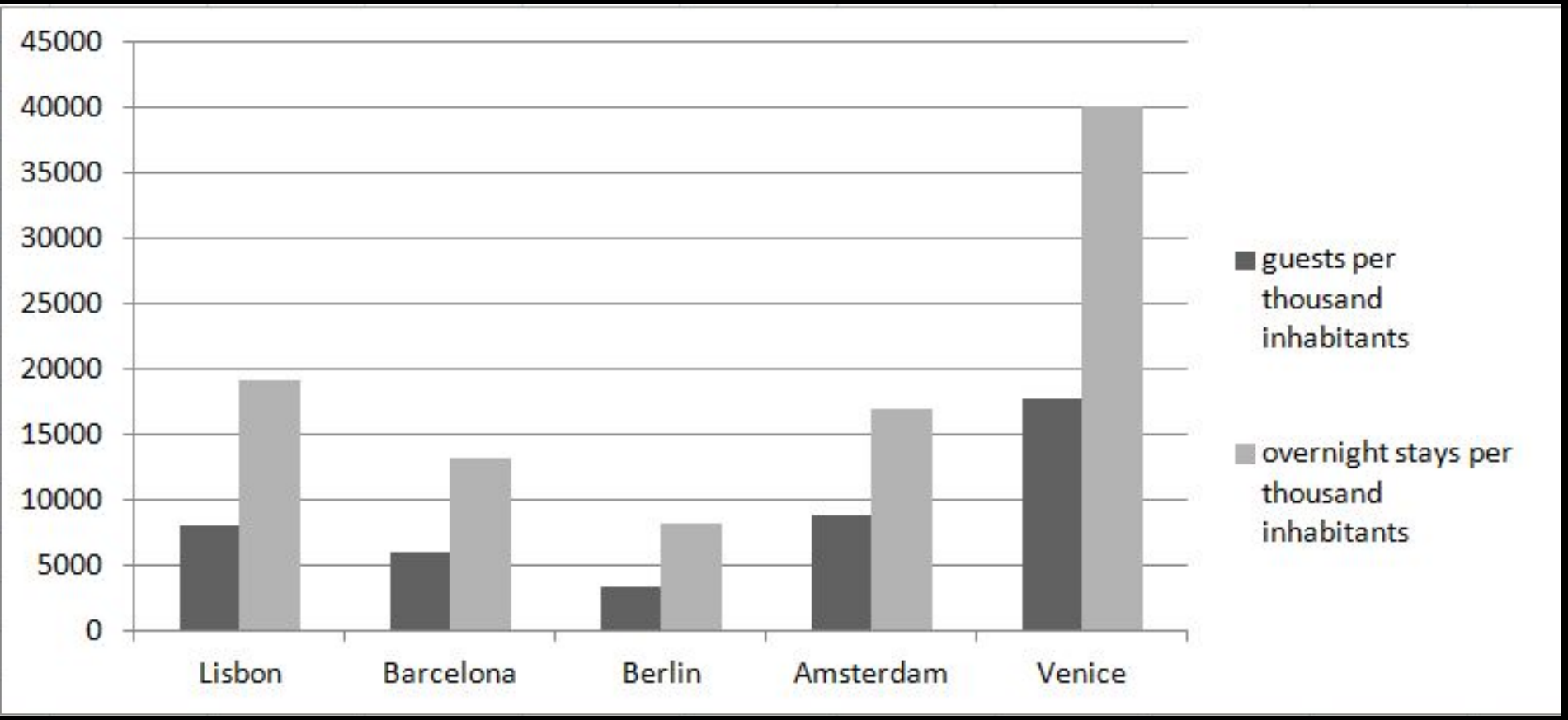


LISBON

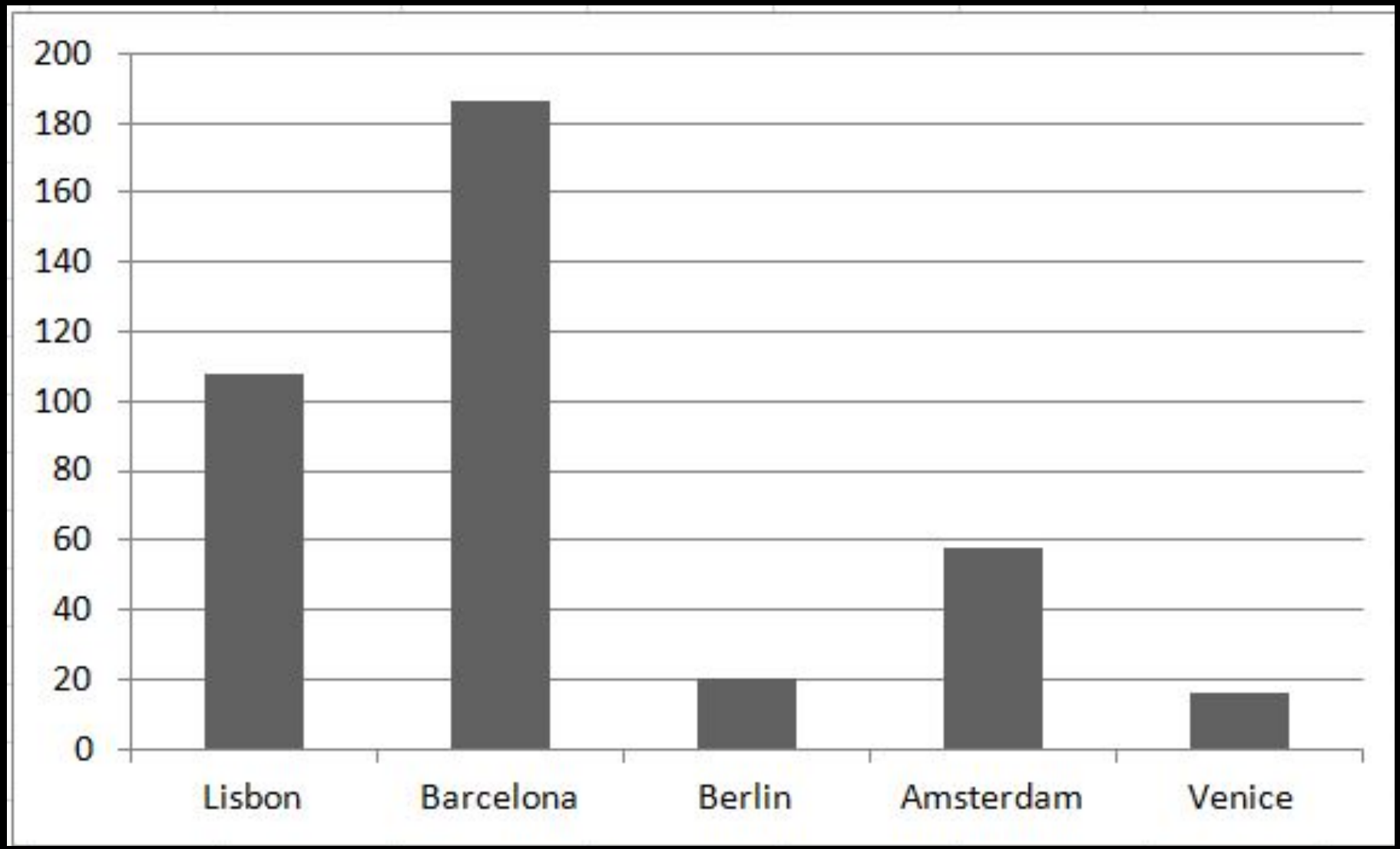
Travel & Tourism Economy GDP
(Cumulative Real Growth, %)



Number of guests and overnight stays per thousand inhabitants, in 2017



Number of airbnb per square kilometer, in 2017



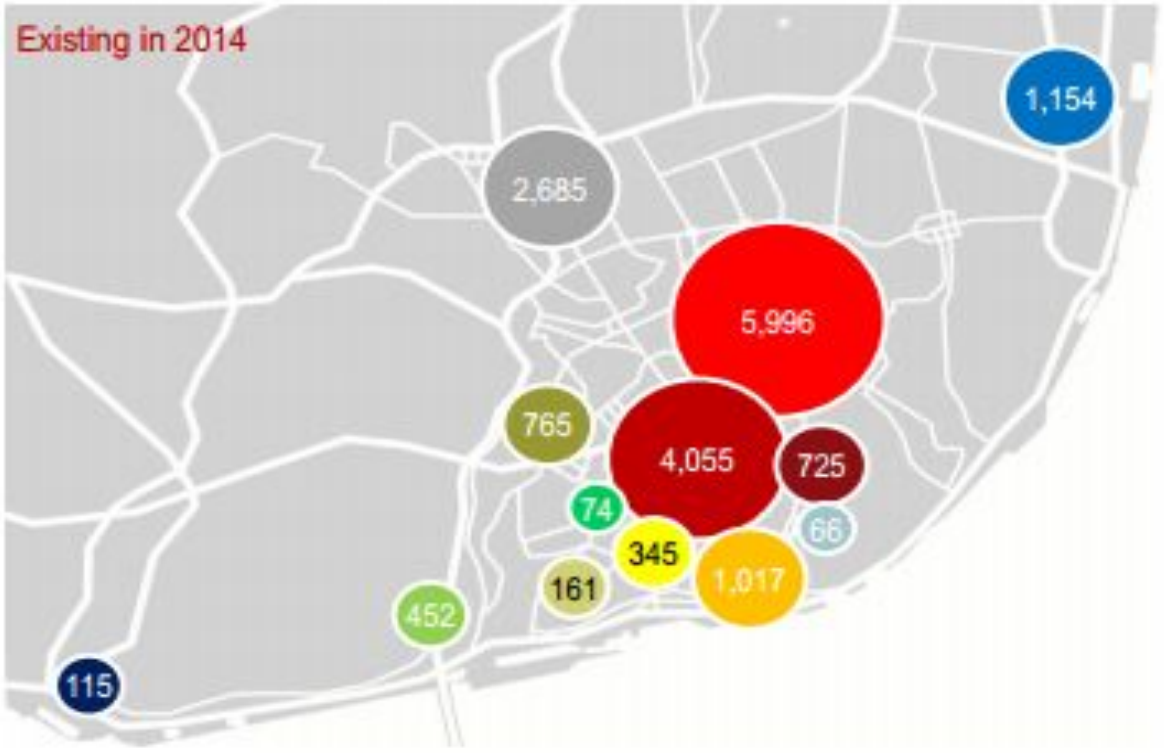


4. As causas da turistificação do centro histórico

- 1- o recurso a plataformas *online* como o Booking.com, Airbnb, Windu, Homeaway, etc que permitem uma hiperescolha, bastante individualizada se pensarmos nas estadias organizadas via internet;
- 2- o contínuo embaratecimento da mobilidade internacional, nomeadamente através das companhias aéreas *low cost*;
- 3- a tendência a nível global de aumento da procura por estabelecimentos turísticos alternativos, localizados em bairros históricos e típicos, conferindo maior autenticidade urbana e mais experiência local à estadia;

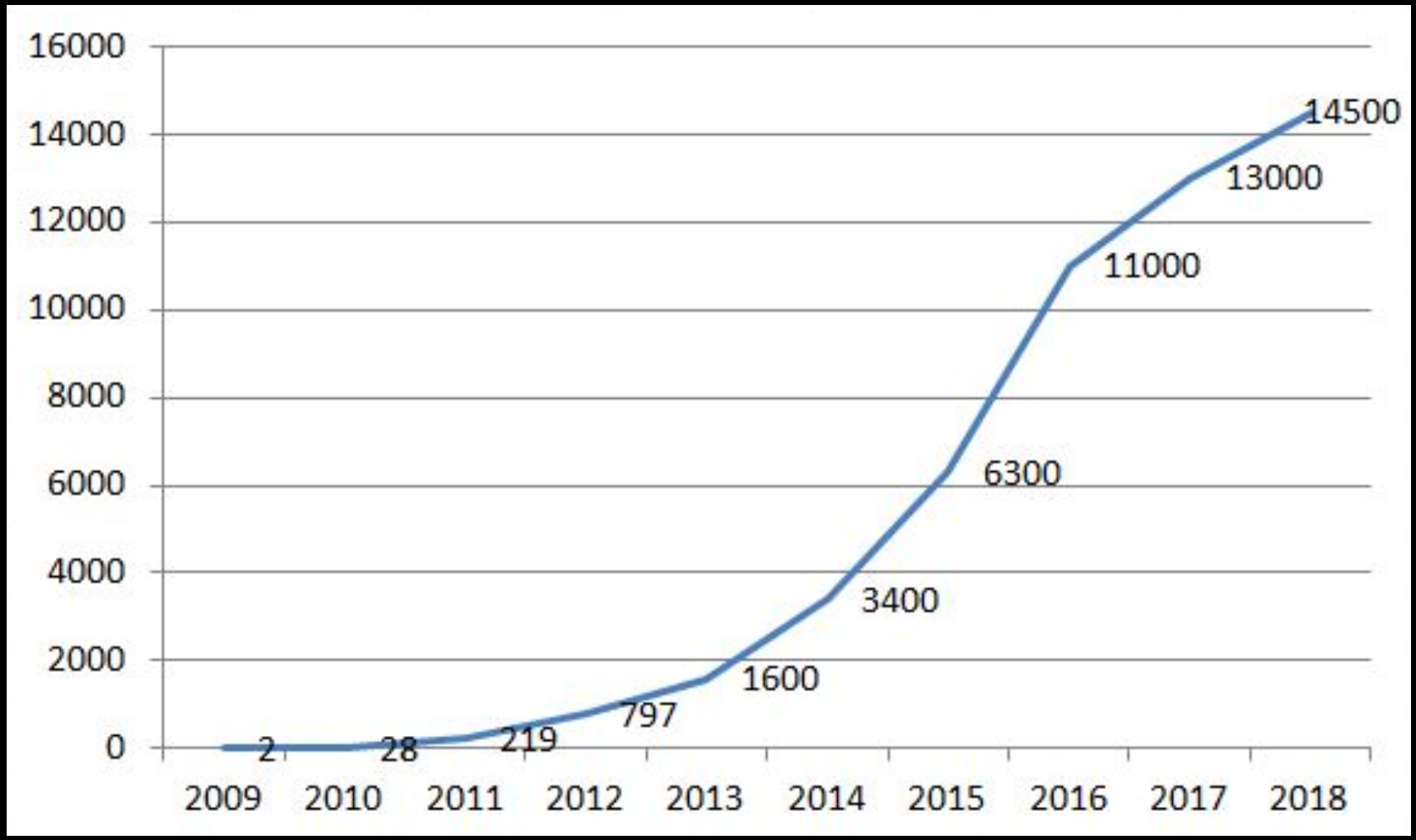
- 4- a falta de oferta hoteleira no centro histórico da cidade, onde, por outro lado, havia um elevado número de edifícios devolutos;
- 5- a perceção de rentabilidades mais elevadas no alojamento turístico que no arrendamento de longo prazo;
- 6- o investimento de milhões de euros em campanhas publicitárias que afirmam internacionalmente Lisboa como cidade europeia predileta para o *city-break*, reforçando a ideia de cidade enquanto lugar cosmopolita, rico de património e de dinamismo, sobretudo para jovens criativos de aspiração boémia e investidores imobiliários;
- 7- declínio do turismo, por questões de segurança internacional, em vários países árabes – Egipto, Tunísia, Marrocos.

Hotel Rooms Supply: Existing & Pipeline



Source: INE and Observatório do turismo de Lisboa

Evolução do número de airbnbs em Lisboa (2009-2018)

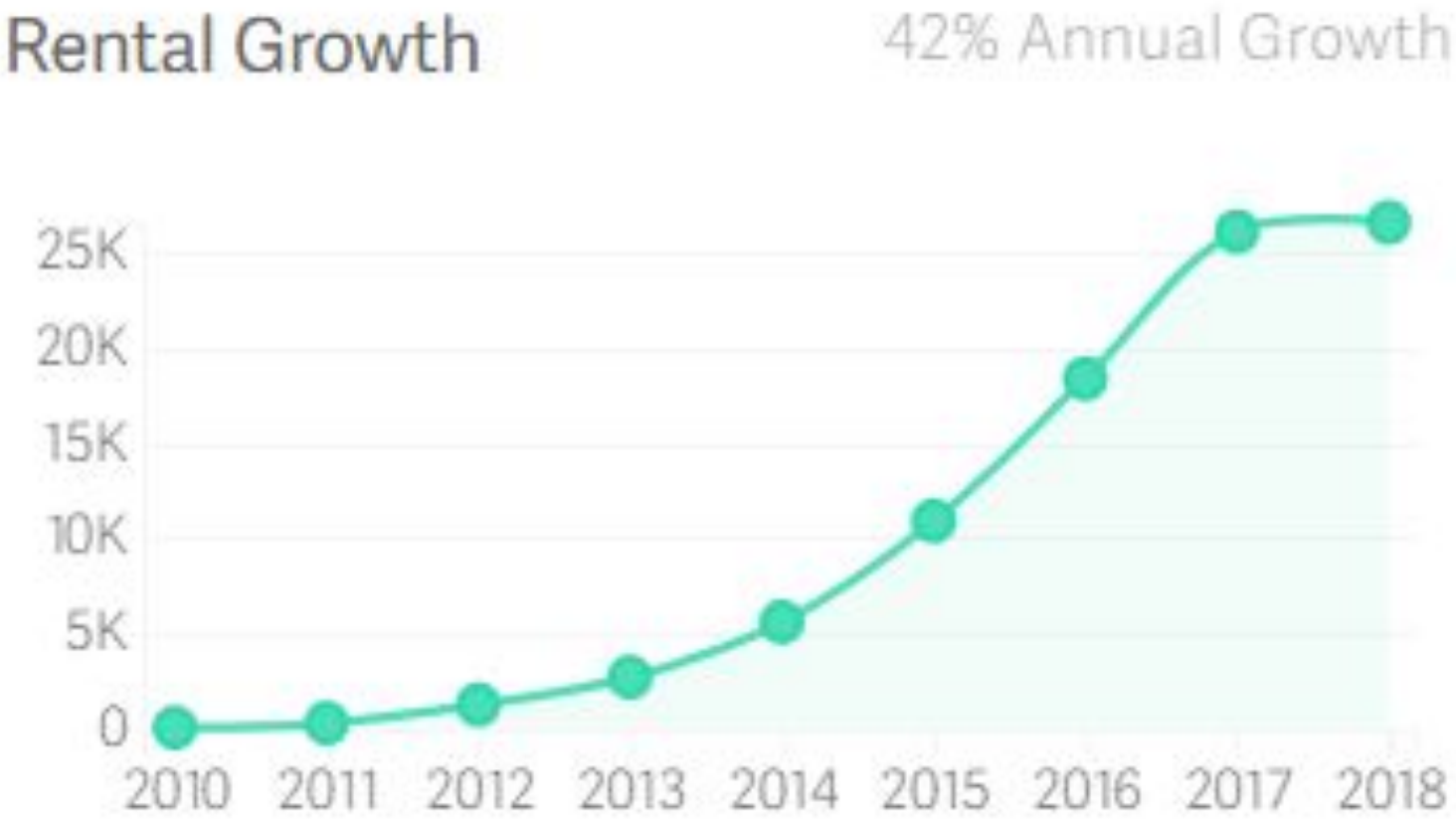



Airbnb Total Available Listings
16,000
14,000
12,000
10,000
8,000
6,000
4,000
2,000
Entire Place
Private Room
Shared Room
Aug-15
Oct-15
Dec-15
Feb-16
Apr-16
Jun-16
Aug-16
Oct-16
Dec-16
Feb-17
Apr-17
Jun-17
Aug-17
Oct-17
Dec-17
Feb-18

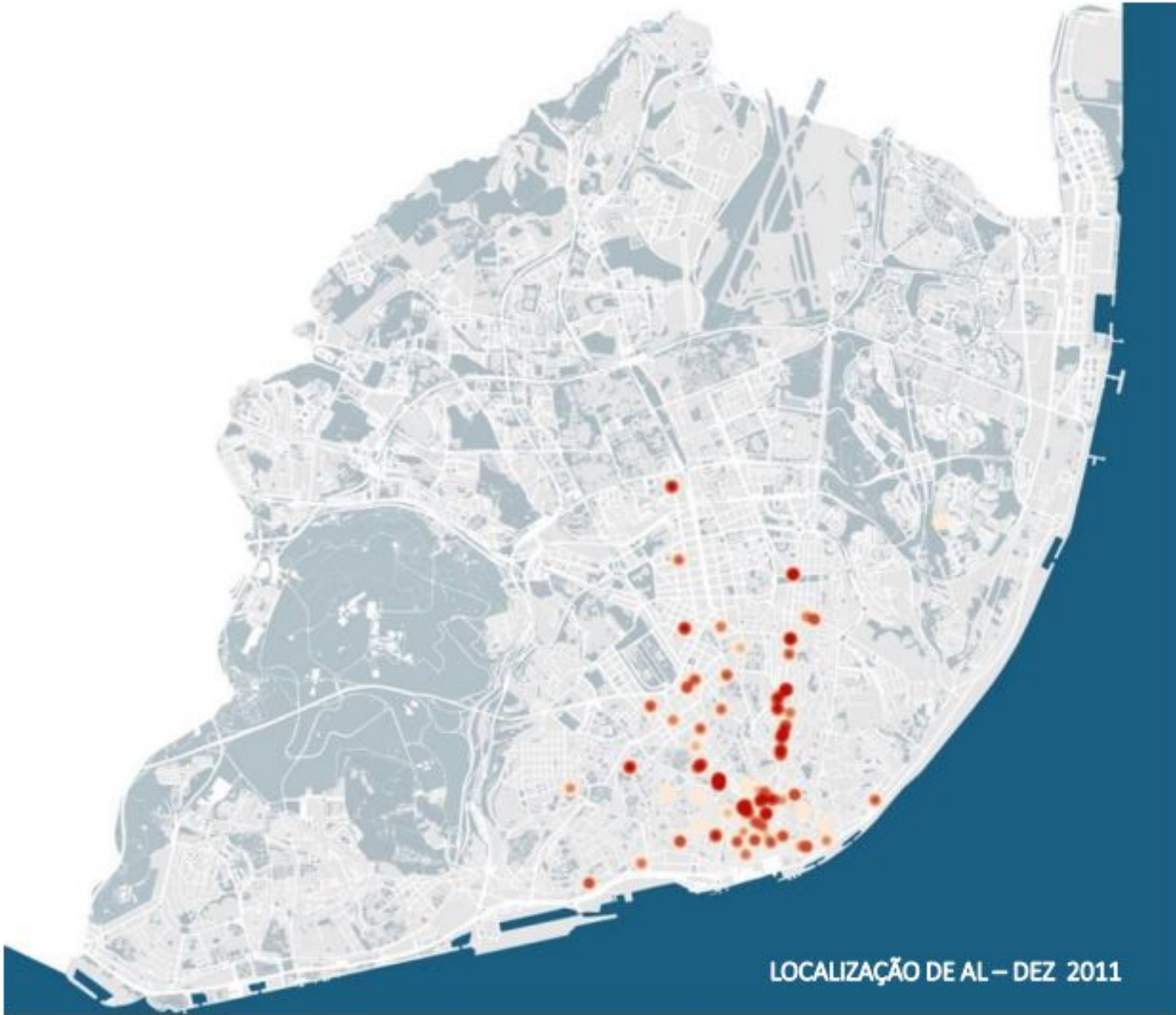
Tourist Apartments Supply



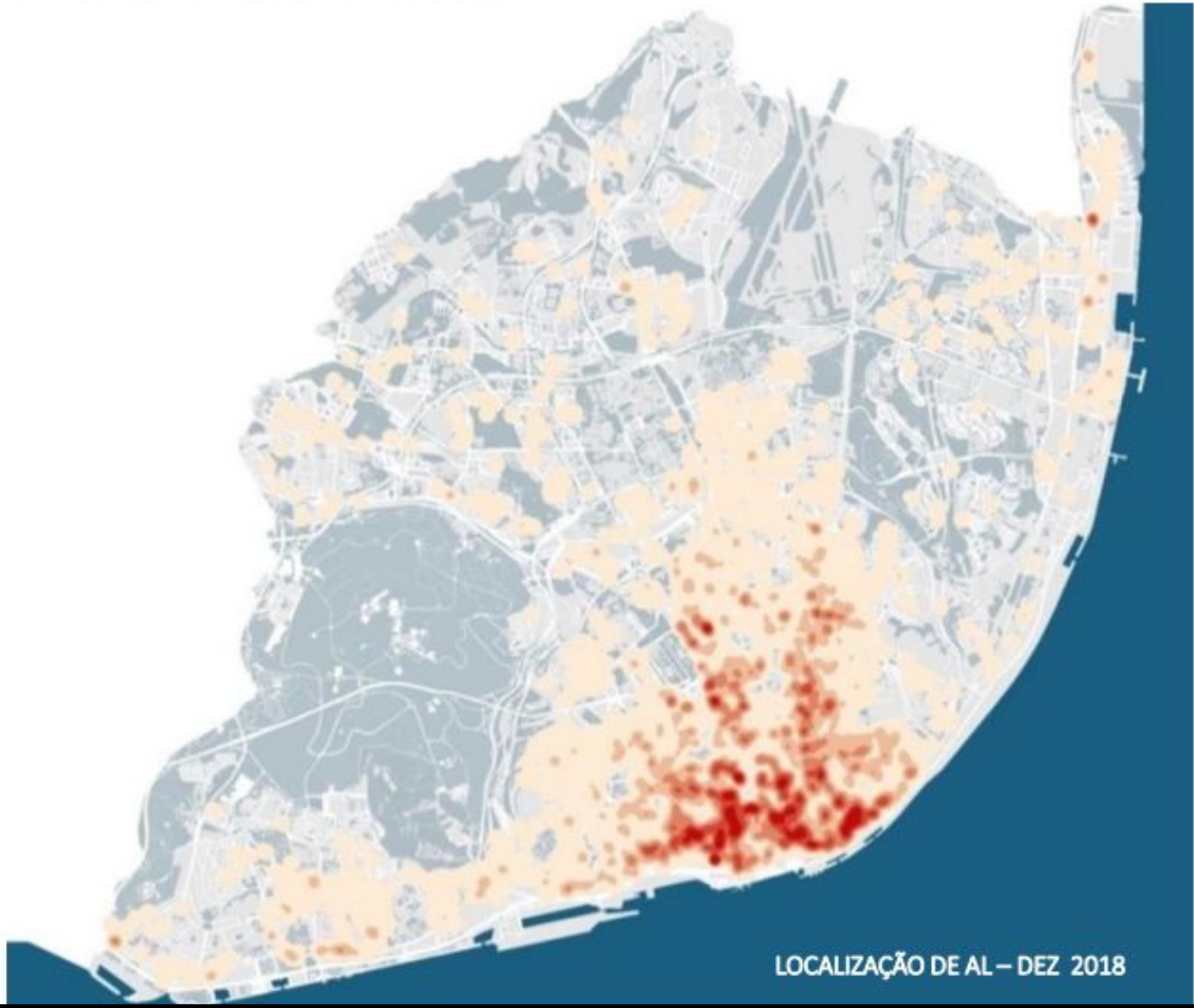
Source: JLL analysis

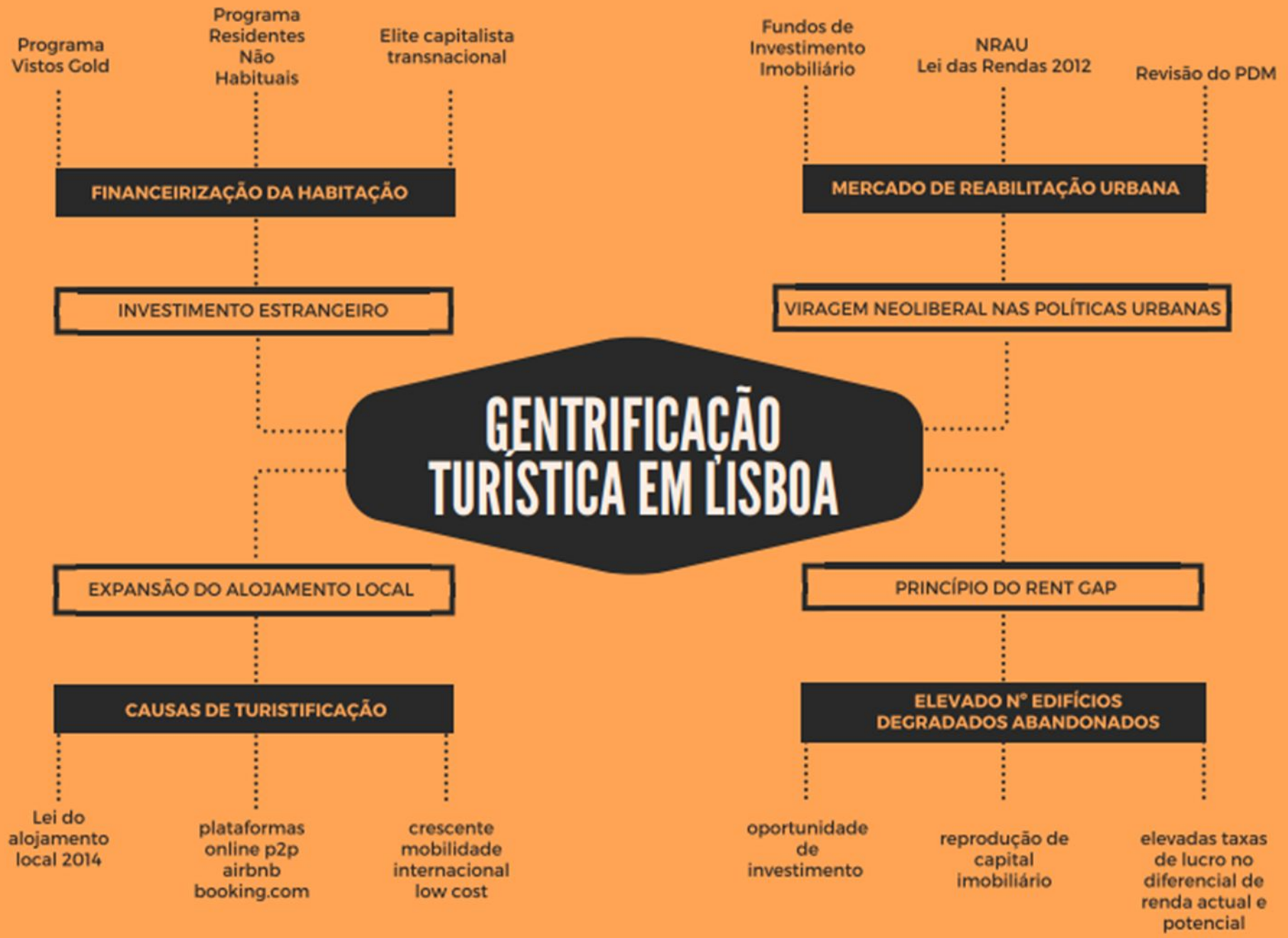

Rental Growth
42% Annual Growth
25K
20K
15K
10K
5K
0
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018

ESTUDO URBANÍSTICO DO TURISMO EM LISBOA

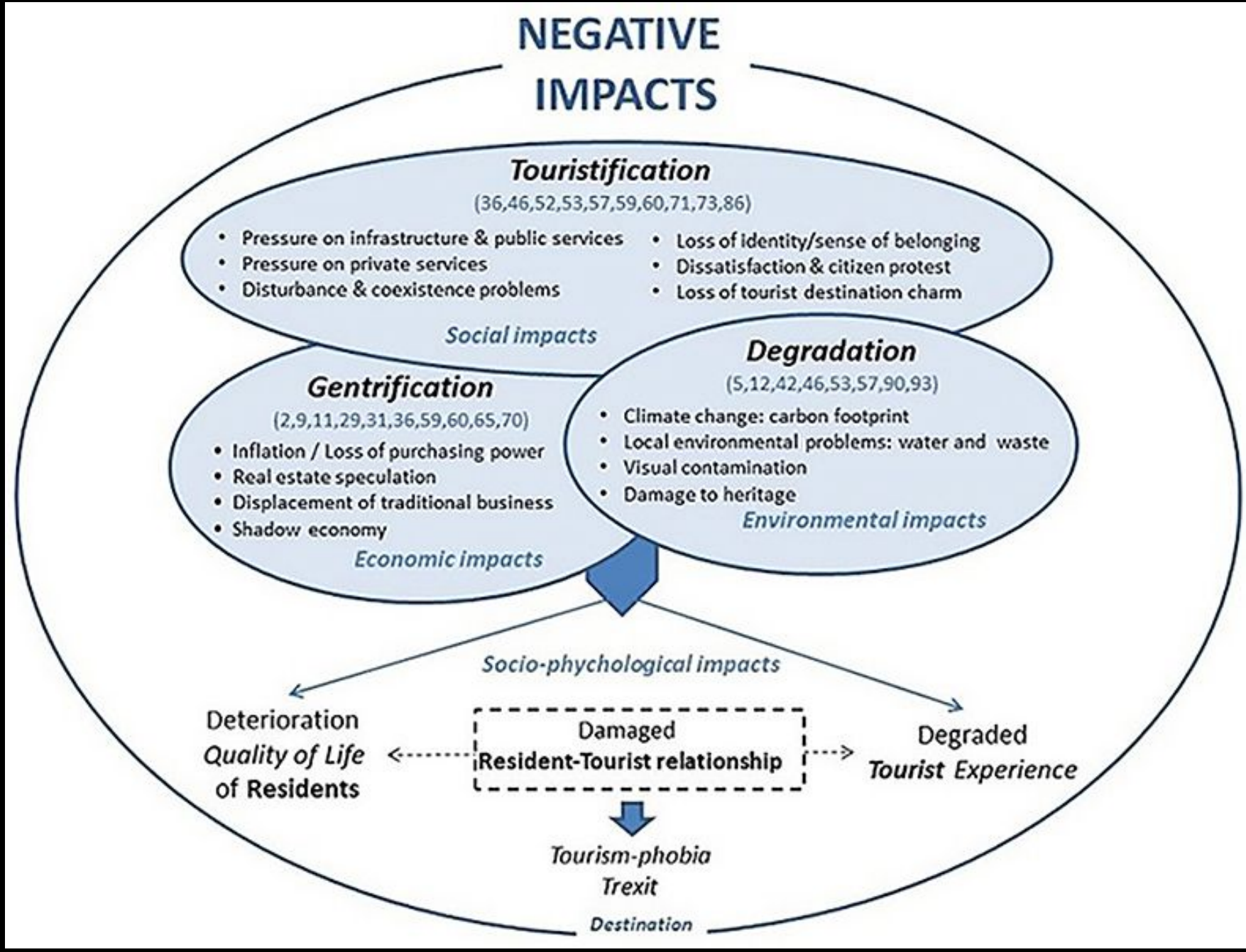


ESTUDO URBANÍSTICO DO TURISMO EM LISBOA



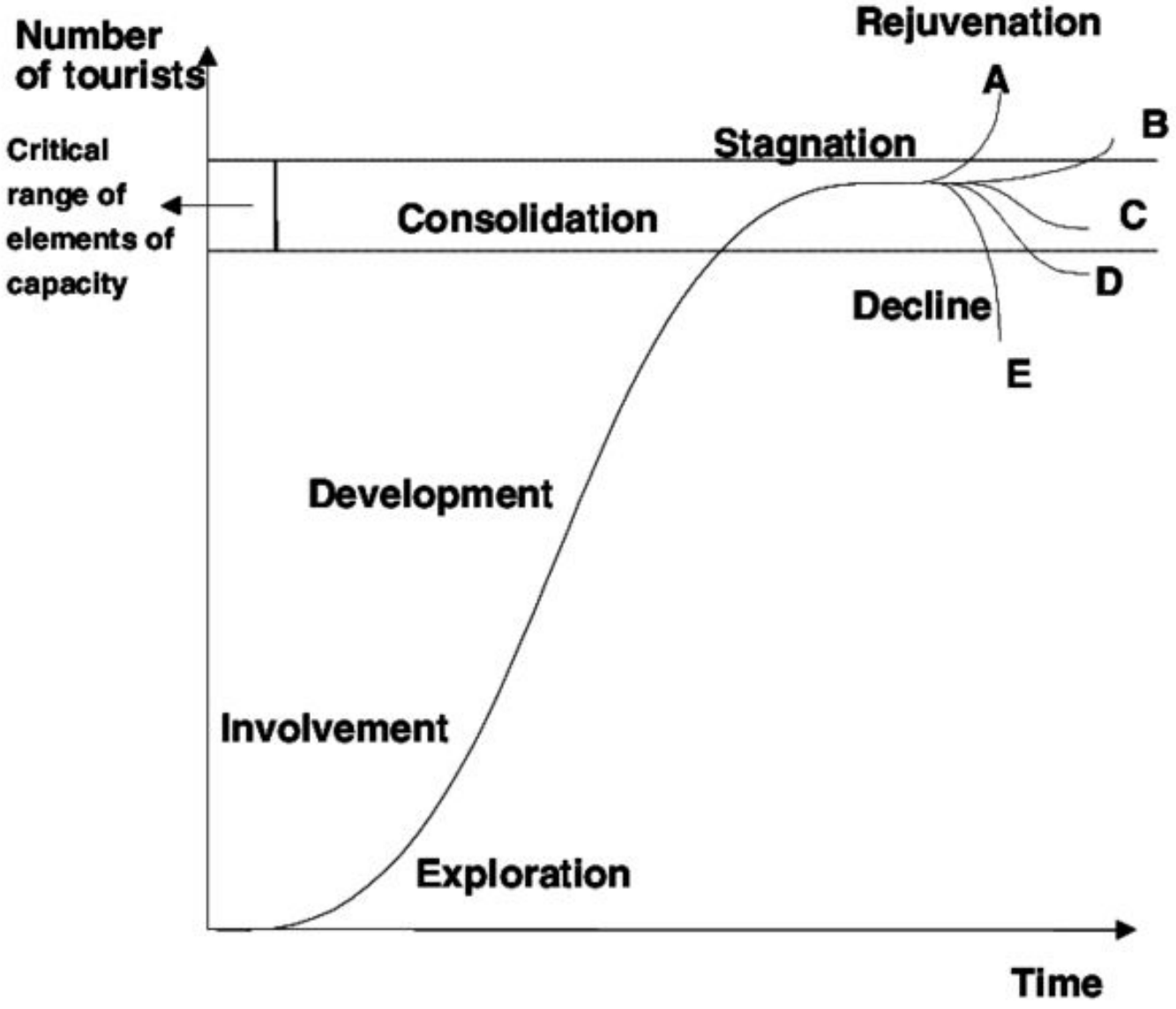


(Fonte: Mendes, 2016)



Buitrago-Esquinas, E.M. et al. (2023). A literature review on overtourism to guide the transition to responsible tourism. *Revista de Estudios Andaluces,* (45), 71-90.

Tourism area life cicle stages model, R. Butler



Distorções no mercado de habitação e desalojamentos



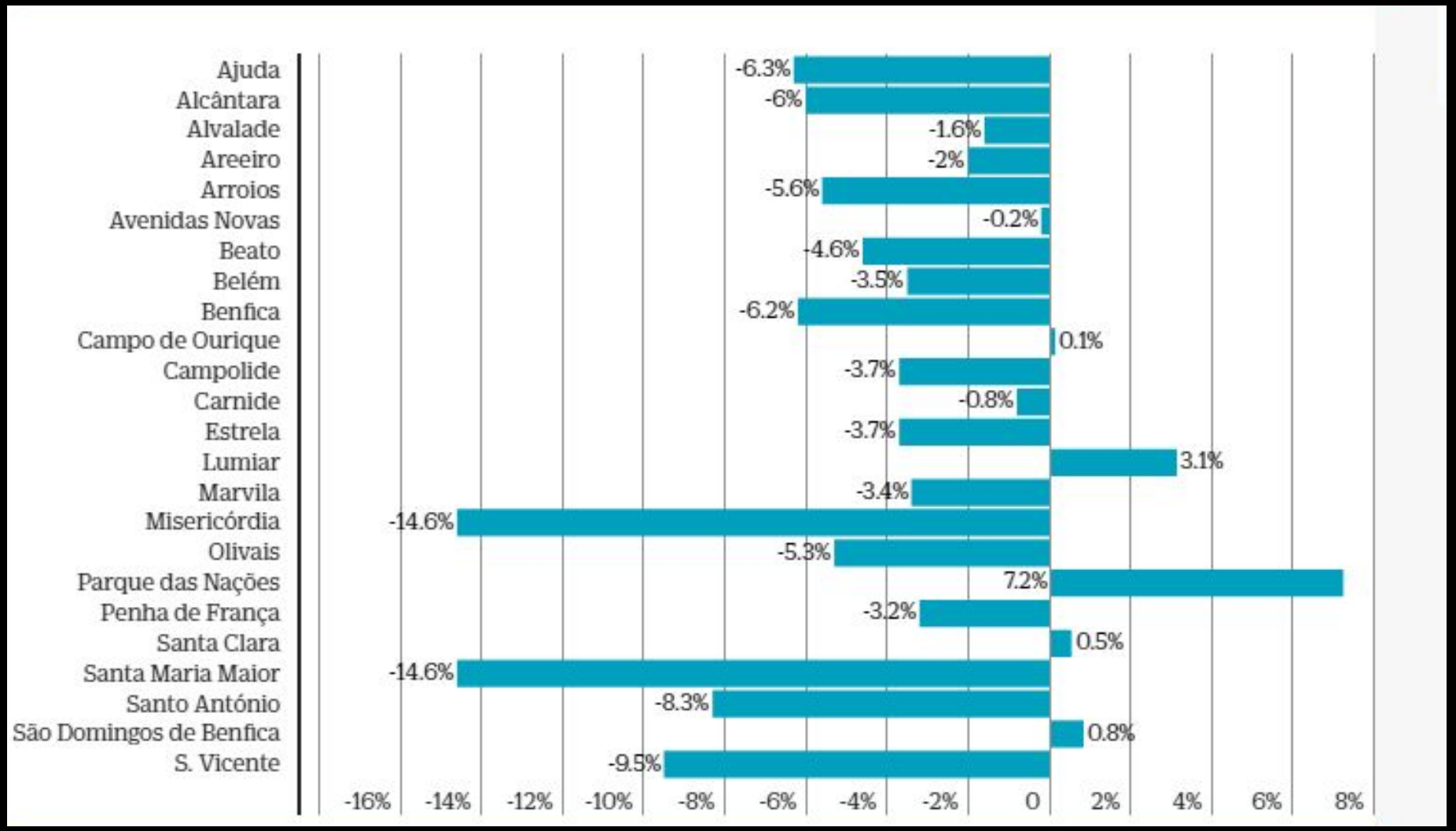
OS ROSTOS DOS

DESPEJOS

PELO DIREITO A HABITAR NO CENTRO HISTÓRICO

As freguesias do coração histórico de Lisboa perderam, entre 2013 e 2017, 14,6% dos seus eleitores - ou seja, em traços largos, de residentes. **A perda atinge a mesma proporção em Santa Maria Maior e na Misericórdia, que no conjunto integram os bairros de Alfama, Mouraria, Castelo, Baixa, Chiado, Bairro Alto e Madragoa.** Um decréscimo que é coincidente no tempo com o boom do turismo na capital. E junta-se a outro dado relevante: nesta altura, as duas freguesias concentram 45% do alojamento local (AL) registado em toda a cidade de Lisboa.

Variação do número de eleitores 2013-2017




MOURARIA
CONTRA OS DESPEJOS
A CAMARA
TEM CASAS
TEM SOLUÇÃO
NÃO
NÃO
MOS SER DESPEJADOS
DA
MOURARIA
NÃO
25


NÃO
SAIO
DAQUI


STOP
DESPEJOS!

Sobrelotação de equipamentos, infraestruturas e transportes




PIAGGIO
96
OT 54




PRAÇA DA HORTA
649


ESTRELA 28
Praia
do Meco

Aumento da produção e acumulação de lixo e resíduos sólidos urbanos

A





Turismo de cruzeiro e impacto ambiental







Overcrowding








LONDRA
PALACE



Privatização do espaço público






RESPEITE
A NATUREZA

Disneyficação e tematização da cidade



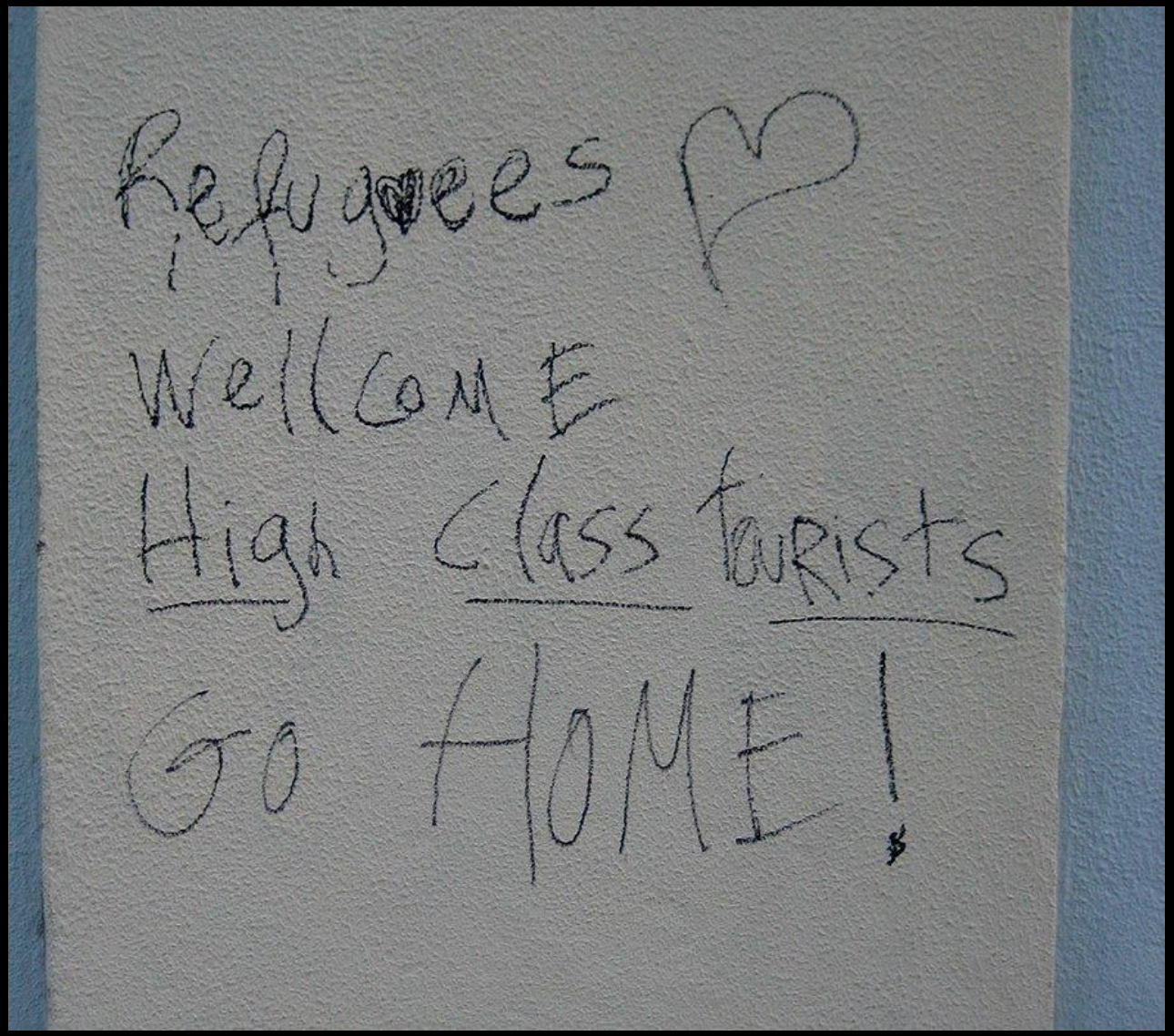


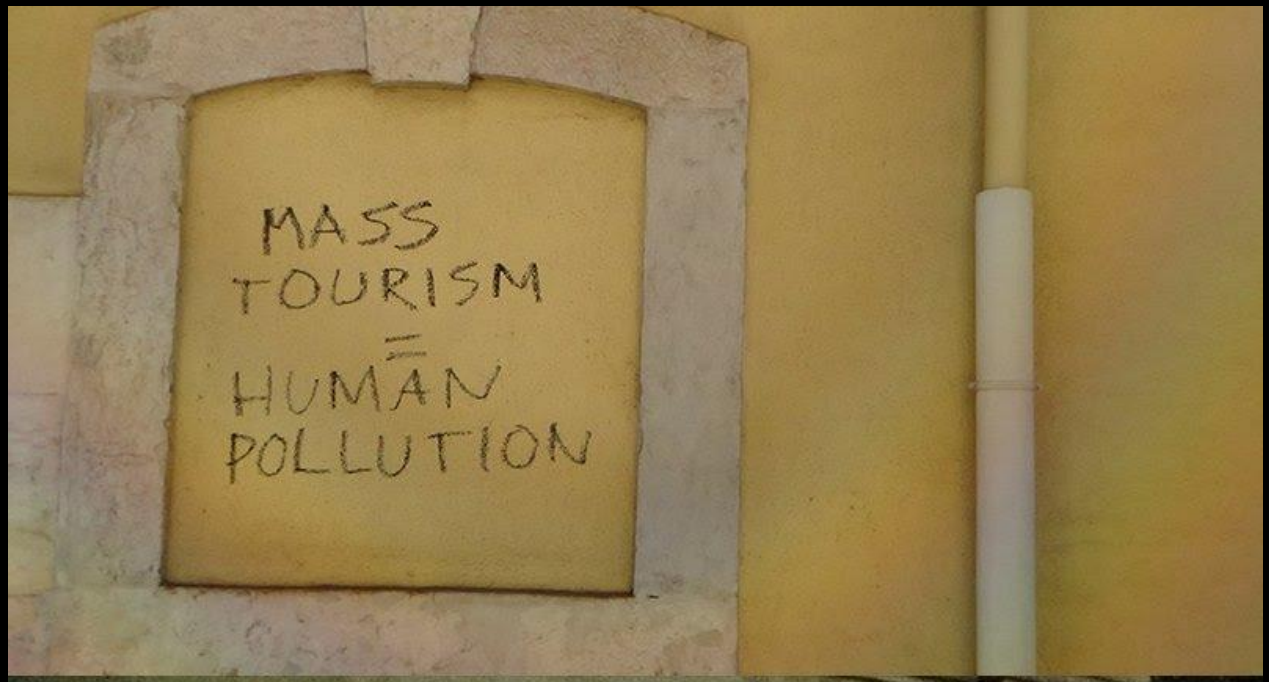

2014
2008
1988
1978
1982
1956
1924
1946


ALFAMA CELLAR

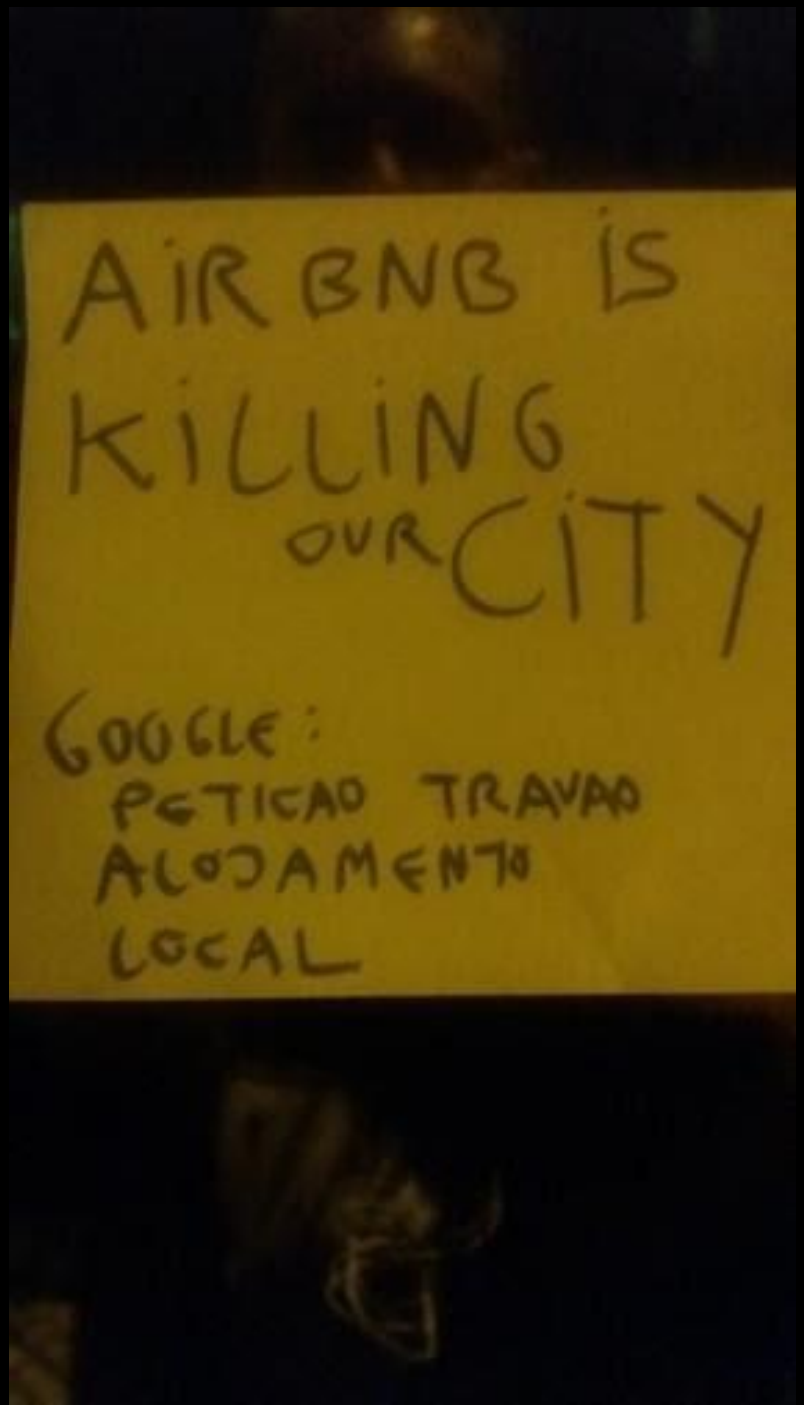


A ameaça da turismofobia?




MASS
TOURISM
=
HUMAN
POLLUTION


MASS TOURISM
=
HUMAN
POLLUTION


AIRBNB IS
KILLING
OUR CITY
GOOGLE:
PETICAO TRAVAO
ALOJAMENTO
LOCAL


TOURIST
GO
HOME!


TURISTA
TURISTA
FAZ MAL
A VISTA



O Pós -Turismo

Sergio Molina

Turismo de Massas × Pós-Turismo

Dimensão	Turismo de Massas	Pós-Turismo (ou Turismo Contemporâneo/Sustentável)
Motivação	Consumo e entretenimento	Experiência, autenticidade e aprendizado
Perfil do visitante	Turista passivo, busca conforto e conveniência	Viajante ativo, busca envolvimento e sentido
Escala	Grandes fluxos, padronização	Pequena escala, personalização
Impactos	Pressão ambiental, cultural e social	Valorização do patrimônio e menor pegada ecológica
Gestão dos destinos	Foco no crescimento quantitativo (número de visitantes)	Foco na sustentabilidade e capacidade de carga

Turismo de Massas × Pós-Turismo (continuação)

Relação com a comunidade	Distanciamento entre turistas e residentes	Integração e participação comunitária
Modelo económico	Alta dependência do turismo e volatilidade	Diversificação económica e redistribuição de benefícios
Uso da tecnologia	Promoção massiva e consumo rápido de informação	Uso de dados para planeamento, monitorização e gestão inteligente

6. Capacidade de carga turística



6. PROCURA
Atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo ano e em todo o território.

7. INOVAÇÃO
Estimular a inovação e empreendedorismo.

8. SUSTENTABILIDADE
Assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local.

9. SIMPLIFICAÇÃO
Simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração.

10. INVESTIMENTO
Garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.

METAS PARA O TURISMO EM PORTUGAL 2017-2027

SUSTENTABILIDADE

ECONÓMICA

1. DORMIDAS EM TODO O TERRITÓRIO

Objetivo:
Aumentar a procura turística no país e nas várias regiões

Meta:
80 milhões dormidas

2. RECEITAS

Objetivo:
Crescer em valor. Crescer a um ritmo mais acelerado nas receitas do que nas dormidas

Meta:
26 mil milhões €

SOCIAL

3. TURISMO TODO ANO

Objetivo:
Alargar a atividade turística a todo o ano

Meta:
Reduzir o índice de sazonalidade de **37,5%** para **33,5%**

4. QUALIFICAÇÕES

Objetivo:
Aumentar as habilitações da população empregada no turismo

Meta:
Duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo de **30%** para + de **60%**

5. SATISFAÇÃO DOS RESIDENTES

Objetivo:
Assegurar que a atividade turística gera um impacto positivo nas populações residentes

Meta:
Mais de 90% da população residente considera positivo o impacte do turismo no seu território*

AMBIENTAL

6. ENERGIA

Objetivo:
Incrementar os níveis de eficiência energética nas empresas do turismo

Meta:
Mais de 90% das empresas do turismo adotam medidas de utilização eficiente da energia

7. ÁGUA

Objetivo:
Impulsionar uma gestão racional do recurso Água no Turismo

Meta:
Mais de 90% das empresas turísticas promovem uma utilização eficiente da água nas suas operações

8. RESÍDUOS

Objetivo:
Promover uma gestão eficiente dos resíduos na atividade turística nacional

Meta:
Mais de 90% das empresas desenvolvem ações de gestão eficiente dos resíduos

O que é a capacidade de carga turística?

- Na definição da Organização Mundial do Turismo, entende-se por **capacidade de carga turística** o número máximo de pessoas que podem visitar determinado local turístico, sem afetar o meio físico, económico ou sociocultural e sem reduzir de forma inaceitável a qualidade da experiência dos visitantes (Torres, 2009)

Tipos de capacidade de carga

- (i) a capacidade de carga física, que diz respeito ao número de pessoas que um serviço ou infraestrutura turística pode suportar mantendo os padrões de qualidade;
- (ii) a capacidade de carga ecológica no que concerne ao grau de tolerância dos ecossistemas à atividade turística, o ponto até que esta pode desenvolver-se sem danificar o ambiente natural;
- (iii) a capacidade de carga social que é analisada numa dupla vertente, a dos turistas (ponto de saturação) e a dos residentes (tolerância da população local).

Indicadores de Avaliação

- Densidade de visitantes por área
- Consumo de água e energia
- Produção de resíduos
- Índice de satisfação dos turistas
- Perceção da comunidade local
- Estado de conservação ambiental

Alguns indicadores

- a **densidade de procura turística** (número de turistas por km^2)
- o **índice de saturação turística** (número de hóspedes ou disponibilidade de camas, pela população residente) (Rio Fernandes *et. al*., 2016

Indicadores Físicos e de Infraestrutura

- **Número máximo de pessoas por área (densidade)**: Por exemplo, o número de pessoas por metro quadrado numa praia ou a lotação máxima de um percurso pedestre.

- **Taxa de ocupação de alojamentos**: Percentagem de camas ou quartos ocupados num determinado período (como a taxa de ocupação hoteleira).

- **Disponibilidade e utilização de infraestruturas**: Nível de utilização de estacionamentos, sistemas de saneamento básico, gestão de resíduos e transportes públicos.

- **Intensidade de Uso (IU)**: O número de turistas que podem ser acomodados e atendidos numa destinação turística sem provocar alterações significativas na sua infraestrutura.

Indicadores Ecológicos e Ambientais

- **Qualidade da água e do ar**: Níveis de poluição que podem ser monitorizados para garantir que não ultrapassam limites aceitáveis.

- **Impacto na fauna e flora locais**: Dados sobre as épocas de reprodução de espécies chave ou a degradação de habitats naturais.

- **Produção de lixo por turista**: Quantidade de resíduos gerados e a capacidade de processamento do destino.

- **Erosão costeira ou degradação de trilhos**: Aceleração de processos naturais devido ao pisoteio ou uso excessivo

Indicadores Sociais e Culturais

- **Satisfação dos residentes**: Nível de aceitação do turismo pela comunidade local e perceção de conflitos (por exemplo, através de inquéritos).

- **Qualidade da experiência do visitante**: O decréscimo do número de turistas que tencionam regressar ao destino pode ser um indicador de alerta (indicador de aviso).

- **Aumento da criminalidade**: Aumento de problemas de segurança que podem estar associados à pressão turística.

- **Autenticidade cultural**: Nível de preservação das tradições e da identidade local face à influência do turismo.

Indicadores Económicos

- **Preços de habitação**: Aumento do custo de vida e dos preços das casas, que pode levar à gentrificação e à saída de residentes.

- **Dependência económica do turismo**: Percentagem do emprego e do Produto Interno Bruto (PIB) que depende do sector turístico.

- **Distribuição de benefícios económicos**: Medir se os rendimentos do turismo beneficiam a comunidade local ou se ficam concentrados em grandes operadoras externas.

Estratégias de Gestão Sustentável

- Planeamento territorial e controlo de acesso
- Diversificação da oferta turística
- Educação ambiental e sensibilização dos visitantes
- Sistemas de agendamento e limitação de entradas
- Envolvimento da comunidade local
- Uso de tecnologias (sensores, apps, SIG geoestatística e bigdata)

Estratégias de Gestão:

- Limite de **visitantes/dia**;
- Criação de **rotas de visita específicas** (circuitos obrigatórios);
- Sistema de **agendamento online e horários de entrada escalonados**;
- Monitorização permanente e **fecho temporário de áreas sensíveis**;
- Programas de **educação ambiental e cultural**.

Desafios e oportunidades

Desafios:

- Pressão por crescimento económico
- Falta de fiscalização e dados confiáveis
- Conflitos entre atores locais

Oportunidades:

- Turismo regenerativo
- Parcerias público-privadas & Público-comuns
- Inovação tecnológica e turismo inteligente

O que é o turismo regenerativo?

- Abordagem que visa deixar um destino melhor do que o encontrou, focando na regeneração de ecossistemas e comunidades, e não apenas em minimizar os impactos negativos.
- Vai além do turismo sustentável ao buscar a melhoria ativa dos ambientes e do bem-estar social, cultural e económico dos locais visitados.
- Exemplos práticos: participar em projetos de reflorestação, apoiar negócios locais e interagir respeitosamente com a cultura e os habitantes.

Princípios fundamentais

- **Deixar um lugar melhor:**
  O objetivo principal é que o local de destino seja positivamente impactado pela visita, regenerando o ecossistema e fortalecendo a comunidade.

- **Foco no todo:**
  As ações promovem a regeneração não só do ambiente, mas também do tecido social, cultural e económico, buscando beneficiar todas as partes envolvidas.

- **Ir além da sustentabilidade:**
  Enquanto a sustentabilidade se concentra em não causar danos, o turismo regenerativo procura ativamente reparar e revitalizar os sistemas naturais e sociais.

- **Envolvimento consciente do turista:**
  Os visitantes são incentivados a serem mais conscientes e participativos, contribuindo ativamente para o bem-estar do destino.

- **Métricas de bem-estar:**
  O sucesso é medido por indicadores de qualidade de vida, como a saúde das comunidades, a afirmação de identidades locais ou a regeneração ambiental, em vez de métricas meramente económicas.

Como praticar o turismo regenerativo?

- **Pesquise e planeie com consciência:**
  Procure operadores turísticos e serviços que tenham um impacto positivo nos destinos.

- **Conecte-se com a comunidade:**
  Interaja com os residentes, participe nas atividades culturais e apoie os negócios locais.

- **Participe em projetos de regeneração:**
  Engaje-se em atividades concretas, como plantar corais, reflorestar ou ajudar em projetos de conservação.

- **Seja um viajante respeitoso:**
  Mantenha práticas sustentáveis básicas, como não deitar lixo fora dos recipientes e evitar descartáveis, e mostre-se curioso e aberto a aprender sobre o local.



https://vimeo.com/206122090



https://vimeo.com/182015533

References

- Ashworth,G.J.; Page, S. (2011) Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32,1-15.
- Atkinson R, Bridge G, 2005 The New Urban Colonialism: Gentrification in a Global Context. Routledge, London.
- Bridge, Gary *et. al.* (2012), *Mixed Communities: Gentrification by Stealth?* Londres: Polity Press.
- Bures, Regina; Cain, Colleen, 2008. Dimensions of Gentrification in a Tourist City. http://paa2008.princeton.edu/papers/81623
- Butler, Tim (1997), *Gentrification and the Middle Classes*. Aldershot: Ashgate.
- Caulfield, Jon (1994), *City Form and Everyday Life. Toronto's Gentrification and Critical Social Practice*. Toronto: University of Toronto Press.
- Clay, Phillip (1979), *Neighborhood Renewal: Middle-Class Resettlement and Incumbent Upgrading in American Neighborhoods.* Lexington, Massachusetts: D.C. Health.
- Cócola-Gant, Agustín (2015) "Tourism and commercial gentrification". *RC21 International Conference on "The Ideal City: between myth and reality".* Urbino (Italy), 27-29 August 2015.

- Delgadillo, Victor (2015). Patrimonio urbano, turismo y gentrificación. In: Delgadillo, Víctor; Díaz, Ibán; Salinas, Luis (org.). *Perspectivas del Estudio de la Gentrificacíon en México y América Latina.* Coyoacán: Instituto de Geografía, UNAM, p.113-132.
- Fainstein, S. S., & Gladstone, D. (1999). Evaluating Urban Tourism. In D. R. Judd & S. Fainstein (Eds.), The tourist city. New Haven and London: Yale University Press.pp. 21–34.
- Galdini, Rossana (2007) Tourism and the city: opportunity for regeneration. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism.* vol.2, n.2: 95-111.
- Gotham, Kevin 2005. “Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter).” In Urban Studies 42, 7: 1099-1121.
- Habita (2016), *Situação de Emergência Habitacional: Proposta de Medidas,* Lisboa (mimeo).
- Hiernaux, Daniel; González, Carmen (2014) Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande,* 58: 55-70.
- Huning, Sandra; Novy, Johannes 2006. “Tourism as an Engine of Neighborhood Regeneration? Some Remarks Towards a Better Understanding of Urban Tourism beyond the 'Beaten Path'”. CMS Working Paper Series | No. 006-2006. https://www.geschundkunstgesch.tu-berlin.de/uploads/media/006-2006_03.pdf

- John Lang LaSalle, JLL, (2015) *Apartamentos Turísticos em Lisboa. Um Mercado em Crescimento.* Lisboa.
- Just Cause (2015), *Development without Displacemente: Resisting Gentrification in the Bay Area.* www.cjjc.org
- Law, Christopher 2002. *Urban Tourism. The Visitor Economy And The Growth Of Large Cities*. Continuum: London and New York.
- Lees, Loretta (2000), "A Reappraisal of Gentrification: Towards a Geography of Gentrification," Progress in Human Geography, 24(3): 389-408.
- Lees,Loretta; Bang Shin, Hyon; López-Morales, Ernesto (eds.) 2015. *Global Gentrifications: Uneven Development and Displacement.* Bristol: Policy Press.
- Lees,Loretta; Bang Shin, Hyon; López-Morales, Ernesto (eds.) 2016. *Planetary Gentrification.* Bristol: Policy Press.
- Ley, David (1996), *The New Middle Class and the Remaking of the Central City.* Oxford: Oxford University Press.
- Marcuse, Peter (1985) Gentrification, abandonment, and displacement: Connections, causes, and policy responses in New York City. *Journal of Urban and Contemporary Law*, 28: 195–240.
- Mendes, Luís (2008) *A Nobilitação Urbana no Bairro Alto: Análise de um Processo de Recomposição Sócio-espacial.* Master's thesis. Lisboa. Department of Geography, Faculty of Letters, University of Lisbon.

- Mendes, Luís (2013) – “Public policies on urban rehabilitation and their effects on gentrification in Lisbon”, *AGIR. Revista Interdisciplinar de Ciências Sociais e Humanas*, vol. 1, n.º 5, pp.200-218.
- Mendes, Luís (2014) Gentrificação e políticas de reabilitação urbana em Portugal. Uma análise à luz da tese do rent gap de Neil Smith. *Cadernos Metrópole*, 16(32): 487-511.
- Mullins, P. (1991), Tourism Urbanization, International Journal of Urban and Regional Research, 15 (3), 326–342.
- Pavel, Fabiana (2015) *Transformação Urbana de uma Área Histórica: o Bairro Alto. Reabilitação, Identidade e Gentrification.* Phd´s thesis. Lisboa. Faculty of Architecture, University of Lisbon.
- CML (2012), Programa de Desenvolvimento Comunitário da Mouraria. Lisboa (mimeo).
- Savage, Mike; Warde, Alan (1993), Urban Sociology, Capitalism and Modernity. London: Macmillan.
- Smith N (1979) Toward a theory of gentrification: a back to the city movement by capital not people. *Journal of the American Planning Association*, 45: 538-548.
- Smith N (1987) Gentrification and the rent gap. *Annals of the Association of American Geographers*, 77(3): 462-465.
- Smith, N. (1996), *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City.* Routledge, London.

- Smith, Neil. New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, vol.34, n.º3, p.427-450, 2002.
- Tosics, Ivan (2015), Less money, more innovation. Regeneration of deprived residential areas since the crisis.

- Turismo de Lisboa *et. al.* (2014), Plano Estratégico para o Turismo na Região de Lisboa 2015-2019. Lisboa (mimeo).
- Wilson, Julie; Tallon, Andrew (2012) “Geographies of gentrification and tourism. In J.Wilson, Julie (ed.) *The Routledge Handbook of Tourism Geographies.* London: Routledge.103-112.
- World Travel & Tourism Council (2007), Lisbon: The impact of travel & tourism on jobs and the economy. London (mimeo).