



XI Congresso Português de Sociologia
*Identities ao rubro: diferenças, pertencas e
populismos num mundo efervescente*
Lisboa, 29 a 31 de março de 2021

Secção/Área temática / Thematic Section/Area:

Sociologia do Turismo

**Gentrificação Turística e a Renovação do Centro Histórico de Coimbra: o caso
do Quebra Costas**

Santos, João; Faculdade de Economia – Universidade de Coimbra

Abreu, Paula; Faculdade de Economia – Universidade de Coimbra

Resumo

Este artigo tem como objetivo discutir em que medida, antes da crise pandémica que atualmente vivemos, estava a decorrer um processo de gentrificação turística no Quebra Costas, em Coimbra, bem como outros efeitos do crescimento do turismo nesta zona da cidade.

Para analisar e discutir estas transformações, recorre-se a dados estatísticos sobre o turismo e o alojamento local, bem como a informação recolhida, em 2028, através de entrevistas com moradores, lojistas, proprietários de alojamento local e representantes de instituições relevantes .

Ao longo deste artigo procura-se mostrar como o turismo tem vindo a ser uma força de mudança no Quebra Costas, com efeitos diversos e paradoxais, tais como a uniformização do tecido comercial, o aumento das rendas e fenómenos relacionados com indirect displacement, entre outros, num processo que tem conduzido a uma perda de protagonismo dos moradores na sua própria área de residência em favor do turismo.

Palavras-chave: Gentrificação Turística; Indirect Displacement; Reabilitação Urbana; Turismo

XI-APS-22962

Introdução

Ao longo deste artigo discutimos a possibilidade de – antes do início da atual crise pandémica – estar em curso um processo de gentrificação turística no Quebra Costas, em Coimbra, analisando os efeitos do turismo neste bairro e no seu entorno¹.

Coimbra é uma cidade portuguesa de média dimensão que, apesar da sua relevância nacional em áreas como a saúde e a educação, tem vindo a perder dinamismo económico. Nos últimos anos, o turismo parece ter-se revelado como uma atividade capaz de interromper tal tendência. De facto, a cidade tem características que lhe permitem destacar-se no panorama turístico nacional: por um lado, localiza-se entre as duas maiores cidades portuguesas, assumindo um lugar privilegiado de passagem e paragem para quem visita os principais polos urbanos do país; por outro lado, a história da cidade, o rico centro histórico e a antiga universidade - distinguida como Património Mundial UNESCO - são elementos de elevado potencial atrativo para as atividades turísticas. É exatamente no seu centro histórico que se situa o Quebra Costas, um local que atravessou períodos de degradação física e abandono, mas que tem vindo a ser renovado, assumindo um carácter de lugar quase exclusivamente turístico, estreitamente associado às atividades de restauração, lazer e alojamento local. Ao longo do texto, analisaremos diferentes processos que têm vindo a ocorrer nesta zona histórica, nomeadamente os que resultam do aumento do turismo na cidade de Coimbra e a sua articulação com a reabilitação urbana operada no centro histórico desde o início do séc. XXI; a transformação do tecido comercial, hoje fortemente orientado para turistas; o crescimento do alojamento local e as perceções dos moradores e lojistas acerca das transformações ocorridas no bairro. Para analisar e discutir as transformações associadas ao crescimento do turismo no Quebra Costas, recorre-se a dados estatísticos sobre o turismo e o alojamento local, bem como a informação recolhida através de entrevistas a moradores, lojistas, proprietários de alojamento local e representantes de instituições relevantes.

Começamos por apresentar o quadro teórico-analítico de referência, nomeadamente os conceitos de gentrificação turística, turistificação e *indirect displacement* para, em seguida, abordarmos a evolução do fenómeno turístico em Coimbra, caracterizar a Alta de Coimbra e o Quebra Costas e, finalmente, e discutir os resultados da pesquisa. Na

conclusão sintetizam-se os resultados da pesquisa articulando-os com a literatura analisada.

O Turismo Urbano e os seus Riscos

No final do século XX, o turismo tinha-se tornado uma atividade e uma prática global. Antes da crise pandémica gerada pela COVID-19, a indústria turística era uma das que mais crescia, estimando-se que, em 2018, o número de turistas internacionais se tenha cifrado nos 1,4 biliões de pessoas, mantendo a trajetória de crescimento de anos anteriores (Organização Mundial do Turismo, 2019). O turismo urbano era o setor desta indústria que mais crescia, representando 45% do total das viagens internacionais. (World Travel & Tourism Council, 2018, p. 18).

Nesse contexto, as cidades encaram o turismo como um elemento de promoção e competitividade, integrando-o nas suas estratégias de marketing urbano. A qualidade e o potencial turísticos de uma cidade são cada vez mais compreendidos como sinónimos de qualidade do espaço urbano, de modo que as cidades se promovem turisticamente para gerar uma aura de atratividade e prestígio capaz de as melhor posicionar relativamente a outras (Stock, 2007).

Os diversos efeitos do turismo sobre as cidades vêm sendo estudados, na tentativa de compreender os impactos socioculturais, económicos e ambientais relacionados com esta atividade. Entre os impactos socioeconómicos mais positivos enumeram-se o aumento dos indicadores de qualidade de vida nas zonas onde acontece, o crescimento do investimento, do emprego e da atividade comercial. Por outro lado, identificam-se efeitos negativos como sejam o aumento dos preços, de bens e serviços, ou o valor de mercado das propriedades e o aumento de impostos (Kim et al., 2013; Lin et al., 2017). O ambiente é também afetado pela atividade turística, estando associado ao aumento da poluição atmosférica, o aumento do tráfego rodoviário e da produção de resíduos urbanos decorrente da maior afluência de visitantes (Kim et al., 2013). Relativamente aos impactos socioculturais, Hall et al. afirmam que “*in contrast with the economic impact of tourism, the sociocultural impact is often portrayed as negative in the literature*” (2015, pp. 52–53). Por um lado, os efeitos positivos do turismo relacionam-se com a preservação do património histórico, a diluição de barreiras religiosas, étnicas e linguísticas e a valorização da cultura nativa. Por outro lado, o turismo é associado ao surgimento de sentimentos

xenófobos, o aumento da criminalidade associada a drogas e prostituição, os baixos salários pagos a trabalhadores do setor do turismo, a saturação de infraestruturas e de serviços públicos, a turistificação e mercantilização da cultura local, bem como a gentrificação, mais especificamente a gentrificação turística (Bhandari, 2008; Gotham, 2005a; Muselaers, 2017).

Para o caso em análise, interessa-nos particularmente a questão da gentrificação, um conceito que descreve os processos de mudança na composição social de bairros ou zonas urbanas, materializando-se na substituição da população local por outra mais abastada. Atualmente, encontramos uma vasta literatura sobre o tema, na qual dominam duas abordagens explicativas deste fenómeno: por um lado, a teoria do *rent-gap*, e, por outro lado, um conjunto de propostas que explicam este fenómeno através de fatores culturais, consumos, estilos de vida, género, etnia, capital cultural, etc. (Rubino, 2009, pp. 27–29).

Segundo a teoria do *rent-gap*, o processo de gentrificação desenvolve-se quando uma zona ou bairro se encontram economicamente desvalorizados, atingindo um estado de degradação suficiente para que o investimento se torne mais atrativo – resultado da maior diferença entre o valor real dos imóveis e o seu valor potencial (*rent-gap*). Neste contexto, o investimento torna-se mais rentável e o processo de regeneração urbana desenvolve-se: os bairros ou zonas são renovados, provocando um aumento dos preços de arrendamentos e dificultando a permanência dos residentes iniciais. As zonas renovadas atraem novos moradores relativamente mais abastados que concorrem pela habitação disponível, conduzindo a uma substituição da população e a uma alteração substancial da estrutura socioeconómica destas áreas – os residentes iniciais vêm-se impedidos de continuar a habitar e são forçados a sair, concluindo um ciclo de efetiva segregação residencial e divisão social do espaço urbano (Smith *apud* Mendes, 2017, p. 489).

A segunda perspetiva enfatiza as escolhas, desejos e racionalidade dos consumidores, os *gentrifiers* – agentes do processo de gentrificação. Estes escolhem os centros das cidades para morar, anteriormente ocupados pelas classes trabalhadoras. Sendo detentores de capitais económicos e culturais mais elevados, alteram a estrutura de propriedade, de ocupação profissional e económica nestas zonas, despoletando a regeneração urbana que acompanha o processo de gentrificação. Novos estabelecimentos que atendem aos gostos dos novos moradores

iniciam a sua atividade, substituindo os antigos espaços das classes trabalhadoras – onde antes existia um café, abre um *bistrot*, as pequenas mercearias tornam-se restaurantes de cozinha de autor, galerias de arte, pequenas lojas de designers, e de profissões liberais, etc. Aos poucos, todo o aspeto visual, as características culturais e demográficas do bairro são alteradas e o ciclo de gentrificação é concluído (Lees et al., 2008, pp. 89–93).

Atualmente, as diferentes causas, formas e intensidades são vistas como diferentes tipos e estágios do processo de gentrificação que poderá ter características diferentes consoante cada caso, sendo necessária uma abordagem complementar e formada pelos contributos de diferentes perspetivas (Lees, 2000). Neste artigo abordaremos a gentrificação turística, uma das formas assumidas por este processo que pressupõe a articulação do *rent-gap* e da ação dos *gentrifiers* na transformação de espaços urbanos, antes considerados degradados e habitados por pessoas com menos poder económico e da classe trabalhadora. Os investimentos imobiliários destinados à renovação urbana dos centros históricos e, simultaneamente, a chegada de pessoas de classes mais abastadas, tanto visitantes como moradores, contribuem para a alteração da composição social, económica e cultural destes espaços.

O trabalho de Gotham (2005a) sobre o Vieux Carré, em New Orleans, foi pioneiro a debruçar-se sobre a gentrificação turística. O Vieux Carré é um dos bairros centrais da cidade de New Orleans e, atualmente, um lugar quase exclusivamente turístico. Mas nem sempre assim foi: durante os anos 60 e 70, a cidade assistiu à saída das fábricas do centro da cidade e dos negócios a estas ligados. Esta saída foi acompanhada de uma diminuição das receitas fiscais, de fundos provenientes do estado federal, da degradação da qualidade dos serviços públicos, e da saída de moradores. Perante esta situação, foram tomadas medidas para reverter o processo, entre elas a construção de estruturas de larga escala ou que pudessem albergar grandes eventos, tais como centros de convenções, parques de diversões ou museus, entre outros e captação de grandes eventos de âmbito nacional e internacional. Simultaneamente, o estado local atuou no sentido de oferecer condições para que a indústria turística se instalasse, criando organismos que a apoiassem. Estas ações tiveram efeitos claros na indústria turística da cidade de tal modo que, durante os anos 2000, a cidade recebeu 8 milhões de visitantes e a capacidade de alojamento cresceu atingindo quase os 34 mil quartos (em 1960 situava-se nos 4750).

O enorme crescimento do turismo afetou a composição demográfica e comercial do Vieux Carré: a população diminuiu e tornou-se socialmente mais homogénea, a percentagem de população branca cresceu e o preço médio das rendas e habitações aumentaram, a estrutura comercial da zona se alterou – foram criados espaços de lazer e diversão orientados para os visitantes e saíram as empresas e negócios dedicados à satisfação das necessidades dos habitantes. O custo de vida para residentes e o custo de manutenção de um negócio no Vieux Carré aumentaram e os pequenos negócios existentes enfrentaram a concorrência das grandes cadeias internacionais (Idem, 2005a, p. 1111).

O trabalho de Gotham mostra como o crescimento desregulado do turismo e em grande escala tem a capacidade de alterar profundamente o espaço urbano, tendo efeitos na estrutura demográfica e socioeconómica da população local, na estrutura de propriedade e rendimento, assim como na funcionalidade da zona, direcionando-a exclusivamente para o consumo turístico. Gotham define este processo como gentrificação turística: *“the transformation of a middle-class neighbourhood into a relatively affluent and exclusive enclave marked by a proliferation of corporate entertainment and tourism venues”* (Ibidem, 2005a, p. 1102), destacando, assim, a relevância do turismo em processos de gentrificação.

De facto, o turismo é uma atividade com efeitos profundos sobre os locais e os habitantes onde acontece, podendo também ser acompanhado por um processo de turistificação, ou seja, de *“transformação de um determinado espaço em um território turístico e as consequentes alterações que este processo impõe na estrutura espacial e na sociedade”* (Leite, 2008, p. 50). De acordo com Cocola Gant, o afluxo de turistas substitui a chegada de novos moradores com maior poder económico e cultural, sendo as suas práticas indistinguíveis das da classe média (2015, p. 3), tornando-os protagonistas do espaço turístico e relegando os moradores para segundo plano. Os efeitos da turistificação passam frequentemente pelo aumento dos preços do mercado imobiliário, a expropriação simbólica e material dos residentes e a sua saída involuntária destes lugares, a marginalização de presenças, práticas e consumos *“indesejados”*, a promoção de atividades de lazer juvenil e hedonista durante o horário noturno, a saída do comércio local de pequena escala, dando lugar ao comércio direcionado para o consumo turístico, e também a processos de gentrificação

decorrentes da turistificação dos centros das cidades, pondo em causa a habitabilidade do bairro e a vida da comunidade (Sequera & Nofre, 2018).

Mais recentemente, o surgimento do alojamento local e o seu rápido alastramento em zonas urbanas turísticas têm vindo a reforçar estes efeitos e a sua massificação vem sendo cada vez mais criticada pelos seus efeitos negativos (Guttentag, 2015). O alojamento local tornou-se quase omnipresente nas zonas turísticas, reforçando os processos de gentrificação e turistificação em curso e precipitando a diminuição da qualidade de vida dos residentes (Ioannides et al., 2018; Mermet, 2017). Consequências como o aumento do valor da habitação, a saída de moradores, a saída do comércio orientado para os residentes, entre outros, podem ser enquadrados num contexto de “desalojamento forçado” ou *displacement* (Cocola Gant, 2015). Eunice Grier e George Grier afirmam que este desalojamento pode ocorrer devido a condicionantes que afetam diretamente a habitação dos moradores ou o espaço que a rodeia, fatores externos que estes não conseguem controlar ou prevenir, forçando-os a sair apesar de cumprirem os requisitos contratuais; ou ainda quando a permanência é impossibilitada, insustentável economicamente, ou até perigosa (E. Grier e G. Grier apud Marcuse, 1985, p. 205).

Este conceito permite-nos considerar várias mudanças que ocorrem no quotidiano de um bairro ou zona sujeitos a intensa turistificação. Destacam-se as crescentes dificuldades sentidas pelos moradores que tornam impeditiva a sua permanência, especialmente pela diminuição da qualidade de vida, onde a saída dos moradores constitui o fecho de um processo de saída forçada, de forma direta ou indireta (*indirect displacement*) (Marcuse, 1985, p. 207). Para dar conta destes processos, é indispensável uma análise que se estenda no tempo, caso contrário é fácil desconsiderar a importância dos fenómenos que afetam o dia-a-dia dos moradores e que, no caso do *indirect displacement*, não podem ser capturados através de uma análise sincrónica.

A gentrificação turística, isto é, a saída involuntária da população original e sua substituição por outra com maior capital económico e/ou cultural na sequência da reorganização do espaço físico, comercial e social orientada para a atração do turismo, é um processo complexo que exige um olhar para além do momento de saída dos residentes. No entanto, o reconhecimento da substituição da população original não é condição necessária para que esteja em curso um processo de gentrificação turística. O arco temporal associado a este fenómeno obriga-nos a considerar a possibilidade

de existirem processos de gentrificação em curso sem que a substituição de população tenha (ainda) efetivamente acontecido, estando, sem dúvida, a porta aberta a essa possibilidade.

Coimbra no panorama turístico regional

Coimbra enquadra-se na Região Centro de Portugal e compete com outras cidades da Região pela captação de um número limitado de visitantes. O seu património histórico, a Universidade de Coimbra, o Portugal dos Pequenitos, o turismo de natureza, as Aldeias de Xisto e o turismo cultural e de sol e praia são os seus atrativos principais (Turismo Centro de Portugal, 2017). A cidade beneficia, ainda, da centralidade geográfica entre as duas principais cidades e aeroportos do país, boas acessibilidades rodoviárias e da concentração de uma boa parte dos “locais a visitar” num espaço relativamente curto, passível de ser percorrido a pé (o centro histórico), permitindo que a cidade seja facilmente enquadrada num convencional roteiro turístico Porto-Lisboa (e vice-versa).

Os indicadores de oferta e procura turística do concelho de Coimbra, entre 2011 e 2017, mostram um peso relativo baixo na Região Centro: nela se concentram 4,91% dos estabelecimentos turísticos, 6,5% do nº de camas, 11,67% dos hóspedes e 9,95% das dormidas, com uma estadia média de 1,5 noites em 2017. No geral, 2013 e 2014 foram os anos que marcaram o início da trajetória de crescimento da oferta e procura turística do concelho de Coimbra, sendo em 2014 que se encontram os melhores resultados, tanto do lado da oferta como da procura. A este facto não será alheia a entrada da Universidade de Coimbra, a Alta e a Rua da Sofia para a lista de Património Mundial UNESCO em 2013 (Santos, 2020, pp. 33-41), tendo em conta que já em 2008, um inquérito realizado a cerca de 1000 turistas concluía que a maior atração turística em Coimbra é a sua Universidade (Fortuna et al., 2013).

A Alta e o Quebra Costas são pontos de passagem centrais numa visita turística a Coimbra. No início do milénio, Frias e Peixoto (2002) escreveram sobre um centro histórico coimbrão em mudança, onde o turismo tornava-se cada vez mais relevante. Um fenómeno que pode ser percebido na estilização e no tratamento plástico do espaço, onde é dada ênfase às “experiências” que ele pode proporcionar aos visitantes e também à primazia dos aspetos estéticos nas intervenções realizadas: o embelezamento de

fachadas, ruas e praças, bem como a promoção de eventos e animações que nelas acontecem (Welsch *apud* Frias & Peixoto, 2002, p. 7). Na primeira década do século XXI assistiu-se também ao crescimento da hotelaria, da restauração e das lojas de lembranças, à pedonalização do centro, à conceção de instrumentos de suporte e aplicação de mobiliário urbano, à aposta na divulgação da cidade, bem com à elaboração de um sítio da internet em língua inglesa.

Sobre o mesmo período, o trabalho de Carina Gomes (2008) ajuda-nos a compreender o imaginário turístico criado sobre Coimbra. De acordo com a autora, vários atores locais e supralocais apresentam uma narrativa em que a utilização das linguagens e lógicas de marketing aplicadas à cidade e ao centro histórico é transversal. Dois desses atores, o Gabinete para o Centro Histórico e a Universidade de Coimbra, partilham dessa mesma perspetiva. O primeiro vê no centro histórico um bem que distingue a cidade e que permite destaca-la no marketing concorrencial com as outras; e o segundo descreve a Universidade como um recurso para a promoção da cidade, um ativo turístico, substituindo a imagem da Universidade como polo dinamizador de conhecimento e inovação pela de uma “universidade do turismo”, um ativo a ser rentabilizado e explorado como tal (Idem 2008, pp. 61–62).

O Quebra Costas e a Alta de Coimbra na encruzilhada do turismo

O Quebra Costas situa-se no coração do centro histórico da cidade de Coimbra, na União de Freguesias de Coimbra, que aglomera desde 2013 as anteriores freguesias de Almedina, São Bartolomeu e Sé Nova. Segundo o Censos de 2011, a população era envelhecida, dominada por pessoas com 65 ou mais anos (31,97%), embora os residentes com menos de 25 anos tivessem também um peso relevante 19,58%. O edificado desta zona da cidade encontrava-se em grande parte degradado, sendo a idade média dos edifícios de 94,16 anos, na a maioria (80%) a necessitar de reparações. Na antiga freguesia de Almedina (onde se situa o Quebra Costas) concentra-se o maior número de edifícios a precisar de reparações (353 edifícios, ou seja 79,5% do total): 37,9% grandes ou médias reparações e 1,42% considerados muito degradados (Santos, 2020, pp. 67–72).

Coincidentemente, o crescimento do turismo na cidade e o aumento da reabilitação urbana, tanto do edificado habitacional como do espaço público acontecem num momento em que se observa também o crescimento do alojamento local na zona

histórica. De facto, assistiu-se a uma reabilitação do edificado promovida pelo sector privado, mais especificamente de prédios e espaços comerciais, mas também à renovação de vias públicas em torno do Quebra Costas. Atualmente, os espaços comerciais do Quebra Costas orientam-se sobretudo para o turismo, focando-se em atividades que têm o potencial de captar os turistas (ex: restaurantes, cafés) ou que têm no turismo os seus principais clientes (ex: lojas de recordações). Estes substituem os poucos estabelecimentos comerciais que existiam, sendo acompanhados pela criação de novos estabelecimentos comerciais nos moldes referidos anteriormente. De facto, o turismo aparenta ser um dos motores desta mudança no Quebra Costas e na Alta, sobretudo depois do impulso suscitado pela atribuição da distinção de Património da Humanidade à Universidade de Coimbra, à Alta e à Rua da Sofia, em 2013. Desde então, observou-se um crescimento dos indicadores de oferta e procura turística em Coimbra: do nº de alojamentos turísticos (em cerca de 161%), mas também do nº de camas nos alojamentos turísticos (36%), do nº de hóspedes (75%), do nº de dormidas e, particularmente, de um crescimento exponencial do nº de alojamentos locais (800%). Os incrementos verificados nestes indicadores observam-se entre 2013 e 2017 e parecem testemunhar a importância que a atribuição da distinção de Património Mundial UNESCO teve na indústria turística da cidade, trazendo mais visitantes à cidade e, conseqüentemente, estimulando a abertura e a atividade de novos estabelecimentos direcionados aos turistas.

Foi tendo em consideração estes dados surgiram diversas questões: que alterações se verificaram no Quebra Costas e na Alta no passado recente, com o aumento do turismo? como é que moradores e comerciantes avaliam o aumento do turismo no Quebra Costas e na Alta? de que modo a gestão urbana se adaptou ao crescimento do turismo e à presença dos turistas na zona? quais são os efeitos do aumento acentuado do alojamento local na zona? o processo de transformação em curso na zona do Quebra Costas terá características dos processos de turistificação?

A análise dos resultados da nossa pesquisa, e a apresentação que em seguida fazemos dos mesmos, considera quatro dimensões analíticas decorrentes da problemática e do quadro conceptual: uma primeira centrada no fenómeno do turismo; uma segunda focada nos processos de reabilitação urbana e no setor imobiliário; uma terceira centrada nas transformações do comércio e no alojamento local; e uma última, orientada para as suas atitudes da população perante o turismo.

Turismo

Constatamos que o turismo cresceu em Coimbra, particularmente desde 2013 e 2014. A análise das entrevistas realizadas confirma esta mesma percepção por parte de habitantes e lojistas, que situam esse crescimento na década passada (2010-20) e referem o alojamento local como um elemento cada vez mais presente no Quebra Costas e na Alta.

Não se tendo estudado aprofundadamente as razões do crescimento do turismo na cidade de Coimbra, existem algumas que são possíveis de identificar. Uma delas é a atribuição da distinção de Património Mundial UNESCO à Universidade de Coimbra, Alta e Sofia, em 2013. Como constata Peixoto (2001, p. 174), esta distinção tornou-se um recurso simbólico importante para as estratégias urbanas de afirmação de atratividade turística das cidades e para as políticas de marketing urbano. Neste sentido, a distinção da Universidade de Coimbra, a Alta e Sofia, como Património Mundial UNESCO tanto pode ser lida um catalisador da atração turística como, por outro lado, como parte de uma estratégia de promoção turística da cidade, ideia que também é assinalada por outros autores (Fortuna et al., 2013, p. 15).

Para além da atribuição da distinção Património Mundial UNESCO, Coimbra também tem sido palco de eventos internacionais, como, mais recentemente, a realização dos Jogos Europeus Universitários de 2018 e acolhimento o *BEA World Festival* também no mesmo ano. Outros eventos são também de assinalar: as tradicionais festas académicas – a Queima das Fitas e a Festa das Latas – que no ano de 2018 registaram cerca de 100 mil entradas (Costa, 2018); mas também o Quebra Jazz, as Festas da Cidade de Coimbra e as Festas de Passagem de Ano, que têm lugar principalmente na zona histórica da cidade e vêm atraindo cada vez mais pessoas, tendo esta última, em 2017, trazido mais de 100 mil pessoas à cidade (Notícias de Coimbra, 2017). Este afluxo de visitantes promoveu alterações também nos serviços públicos de transportes, sendo um exemplo disso a criação da “Linha do Botânico”. Esta linha liga o Rossio de Sta. Clara ao perímetro da Universidade de Coimbra, atravessando o Jardim Botânico, a bordo do autocarro com um tejadilho retráctil, disponibilidade de auriculares que permitem escutar uma descrição da cidade de Coimbra e dos seus lugares turísticos de referência. A renovação do convento de S. Francisco, em 2016, também pode ser aqui enquadrada, na medida em que deu à cidade de Coimbra um palco capaz de colocar a cidade no mapa dos circuitos nacional e internacional das artes

performativas. Podemos inserir este conjunto de medidas numa série de ações que têm como efeito a promoção turística de Coimbra e a sua requalificação urbana, como é observado noutros locais (Alves, 2014; João Marcelo Dias, 2016; Pascoal & Gustavo, 2017).

Estes dados ajudam-nos a compreender que o turismo é hoje uma força transformadora da cidade, do seu centro histórico e do Quebra Costas. Como nos diz Leite (2008, pp. 42–51), discutindo a relação entre turismo, território e turistificação: “o que se poderia classificar como o efeito territorial mais marcante do turismo é justamente a modificação que a atividade impõe sobre o território”, efeito que podemos observar no Quebra Costas e no centro histórico de Coimbra.

Do ponto de vista institucional, o turismo tornou-se um fator a ter em conta, sendo um elemento principal na gestão do espaço urbano. O responsável do Gabinete Municipal para o Centro Histórico revelou que a atuação deste organismo é atualmente influenciada pela afluência turística existente, obrigando a intervenções no espaço público que doutra forma talvez não se realizassem.

Os efeitos do turismo são reconhecidos por quase todas as pessoas entrevistadas, sendo mais referidos os aspetos económicos, nomeadamente o aumento da dinâmica comercial na zona e na cidade e o aumento de emprego. Além destes, também é referida a “vida” que o turismo trouxe à cidade, aludindo à revitalização provocada pela afluência turística. Outro tipo de efeitos apontados são o aumento do número de serviços (especificamente o Museu Machado de Castro e a oportunidade de visitar a Universidade de Coimbra), a promoção de Coimbra no exterior e o aumento de eventos na zona. Todos eles coincidem com elementos descritos na literatura relevante sobre este fenómeno (Hall et al., 2015; Kim et al., 2013; Lin et al., 2017).

Reabilitação urbana e setor imobiliário

O turismo teve um papel central nas intervenções e na gestão do centro histórico. Mas também a consagração da Alta como Património Mundial UNESCO reforçou os esforços de reabilitação do centro histórico, despoletando um renovado interesse nesta zona da cidade. Para além das intervenções no espaço público discutidas anteriormente, outras intervenções em edifícios da Alta foram realizadas desde o início do século (Azevedo, 2010; Câmara Municipal de Coimbra, sem data). Essas obras incidiram

sobretudo no melhoramento e pintura de fachadas dos edifícios, suas coberturas e infraestruturas, revelando uma atenção quase exclusiva à estética do edificado. Os documentos disponíveis (Câmara Municipal de Coimbra, sem data), justificam a realização destas obras com a candidatura a Património Mundial UNESCO e a necessidade de “dignificar o espaço histórico em que se inserem”. A associação entre política pública, turismo, regeneração urbana e Património Mundial UNESCO coincide assim de modo singular no caso do centro histórico de Coimbra, seguindo a tendência global, entre os decisores políticos, para olharem a cultura e o património como recursos locais que podem estimular o desenvolvimento socioeconómico através do turismo. (Cesari & Dimova, 2019, p. 864).

O Gabinete para o Centro Histórico, uma das principais entidades com responsabilidades em matéria de reabilitação urbana na cidade, tem uma atitude proativa em relação à ação no espaço urbano, fazendo captação de investimentos na zona, atraindo pessoas, comércio e empresas, no sentido de inverter a dinâmica de degradação do centro histórico. As entrevistas realizadas junto deste, dão conta do interesse do setor imobiliário pela zona histórica, bem como do ritmo de requalificação elevado, sendo a procura imobiliária na Alta da cidade é classificada como “ao nível de Lisboa e do Porto”.

Os investimentos partem tanto do setor público e do setor o privado. O Estado pretende investir em edifícios para os transformar em residências de estudantes. O setor privado investe em apartamentos com o intuito de os transformar em alojamento local e espaços comerciais. Segundo o responsável do Gabinete para o Centro Histórico, quem reabilita são sobretudo empresas e particulares, com apoios públicos, transformando as habitações em alojamentos locais e alterando-os para esse fim. Uma situação que acaba por ser duplamente negativa para possíveis moradores: por um lado, dá origem a uma diminuição de habitação, transformada em alojamento local, e, por outro lado, transforma a tipologia das habitações (reduzindo a sua dimensão), dificultando um posterior retorno ao arrendamento familiar de longo prazo.

A onda de reabilitação na zona da Alta é indissociável do ressurgimento do turismo, mas é também estimulada pelos apoios que a CMC vem atribuindo a quem reabilita, sendo patente a importância que as políticas públicas têm na atração de investimentos. O turismo e a reabilitação urbana (promovidas por políticas públicas) são dois setores que se potenciam mutuamente na Alta da cidade: a existência do primeiro cria a motivação económica para a reabilitação de edifícios, destinados a tornarem-se

alojamentos locais ou a reabilitar pisos térreos para a criação de novos espaços comerciais; a segunda confere à zona histórica uma aura de atratividade turística, complementando-se com a manutenção de um local “digno” do selo Património Mundial UNESCO e da zona histórica envolvente.

O forte investimento imobiliário numa zona anteriormente degradada pode associar-se ao processo de *rent gap*. Apesar de não termos dados quantitativos que permitam ilustrar este processo na zona histórica da cidade de Coimbra, é admissível pensar que a desvalorização social e económica da zona, ocorrida nas décadas passadas, terá feito diminuir o valor do imobiliário e, conseqüentemente, as rendas obtidas pelos proprietários, criando a oportunidades para investidores adquirirem imóveis abaixo do seu valor potencial e maximizando eventuais lucros obtidos através da sua rentabilização. Durante os anos anteriores à distinção da Alta como Património Mundial UNESCO, mas contemporâneos das várias tentativas encetadas pelos poderes locais para assegurar a atribuição dessa distinção, existiu um esforço do poder público, em conjunto com os proprietários, para reabilitar os imóveis. A reabilitação foi apoiada com fundos públicos e tornou-se economicamente mais interessante para proprietários e investidores, especialmente quando, logo após a distinção da Alta como Património Mundial UNESCO, o turismo crescente se tornou uma atividade bastante mais rentável. O turismo trouxe ainda outra forma de rentabilizar os investimentos imobiliários – o alojamento local – economicamente mais atrativo que o arrendamento de longo prazo, ainda que as rendas das habitações e dos espaços comerciais tenham subido, como descreveram os entrevistados. O resultado mais visível é hoje a maximização das potencialidades de retorno económico do imobiliário na zona. Esta é feita através a revalorização dos imóveis, permitida pela reabilitação, conjugada com uma valorização acrescida resultante dos lucros que advêm das atividades económicas ligadas ao turismo, como o alojamento local² e novos estabelecimentos comerciais instalados nos imóveis ou rendas mais elevadas.

Comércio e Alojamento Local

A informação recolhida através das entrevistas ajudou a compreender a estrutura do comércio e as suas alterações no passado recente desta zona da cidade. As descrições das pessoas entrevistadas referem que no passado existiam mais estabelecimentos

comerciais diurnos, capazes de oferecer serviços de proximidade para os habitantes, mas pouco apelativos para o turismo (apesar de já existirem algumas lojas de artesanato). Transparece também dessa informação a ideia de que habitavam mais moradores no Quebra Costas, que esta era uma zona dinâmica e plurifuncional, do ponto de vista comercial, existindo maior número de mercearias, retrosarias, lojas de gravuras, escritórios, entre outras. Poucas referências foram feitas a estabelecimentos como cafés ou restaurantes, ou a estabelecimentos mais diretamente relacionados com a atividade turística, como as lojas de recordações, em contraste com o que acontece atualmente.

Se podemos situar o início da vaga de reabilitações em meados da década de 2000, é mais difícil precisar quando os novos estabelecimentos comerciais se fixaram no Quebra. As entrevistas indicam que estas novas lojas se instalaram entre 2013 e 2015, principalmente no que às lojas de recordações diz respeito. Um marco temporal que remete para a atribuição da distinção de Património Mundial UNESCO e reforça a hipótese da sua importância para o turismo e a economia da cidade.

Em 2019, no eixo da Escadas do Quebra Costas, Rua do Quebra Costas e Rua Arco de Almedina existiam 21 estabelecimentos comerciais. Os estabelecimentos considerados de proximidade eram apenas uma livraria e uma agência de viagens - a primeira especializada em livros académicos e, portanto, pouco relevante para os visitantes; a segunda oferecendo produtos orientados para habitantes na cidade e não para visitantes. A quase totalidade dos estabelecimentos comerciais existentes no Quebra Costas tinham como principal público-alvo os turistas. A maioria deles enquadrava-se no setor da restauração, existindo tanto bares como restaurantes, mas também lojas de recordações. De acordo com o que é retratado na literatura relevante (Cocola Gant, 2015; Gotham, 2005b), a predominância dos estabelecimentos de entretenimento, lazer ou outros conexos ao turismo, como as lojas de recordações, é uma das características do processo de gentrificação turística. Ora esses dominam na zona do Quebra Costas: dos 21 estabelecimentos comerciais existentes, 7 eram restaurantes/bares (ou similares), 7 eram lojas de recordações e existia ainda uma casa de espetáculos de fado de Coimbra, orientada sobretudo para turistas.

Esta composição de estabelecimentos comerciais demonstra uma adaptação ao aumento da afluência turística da cidade. O efeito de uniformização do tecido comercial e o seu foco em serviços orientados para visitantes acentuam a perceção de que se trata

de um lugar predominantemente turístico, no contexto do qual os residentes são cada vez menos protagonistas relevantes, um dado que as entrevistas corroboraram.

O processo que ocorreu no Quebra Costas envolveu uma paulatina transformação do espaço urbano num espaço tendencialmente turístico e turistificado. Este é um processo de dupla face: por um lado, socialmente o turista tem um papel chave no ambiente do Quebra Costas; e, por outro, o espaço é cada vez mais reconstruído e pensado à sua medida. No entanto, não é apenas através das alterações da estrutura comercial que podemos observar a importância do turismo no Quebra Costas. O crescimento do alojamento local é também disso sintoma.

No concelho de Coimbra esta forma de alojamento turístico é bastante relevante perfazendo, em 2017, quase metade dos alojamentos locais de toda a Região Centro (48,89%). O seu ritmo de crescimento impressiona: em 2012 apenas se contabilizavam 21 alojamentos locais; mas após a atribuição da distinção de Património Mundial UNESCO à Universidade de Coimbra, Alta e Sofia, esse número aumenta substancialmente, atingindo os 198, em 2017. Passado um ano, e de acordo com os dados retirados do RNAL, em 25 de julho de 2018, existiam 283 alojamentos locais no concelho, dos quais 214 se encontram na União de Freguesias de Coimbra, cujo coração é o Quebra Costas. Nas ruas selecionadas para o nosso estudo, encontrámos 53 estabelecimentos de alojamento local, ou seja, 18,73% dos alojamentos locais do concelho de Coimbra e 24,8% dos existentes na União de Freguesias de Coimbra. Tais dados mostram como o alojamento local não só tem crescido substancialmente na cidade, mas também que o centro histórico de Coimbra, e em particular a zona do Quebra Costas, são as zonas mais procuradas neste negócio. Durante as entrevistas, os moradores relacionaram o aumento do alojamento local com o aumento do preço das rendas e uma maior dificuldade em encontrar habitações disponíveis para alugar. Efeitos que a literatura identifica como associados a processos de gentrificação turística (Ioannides et al., 2018; Kim et al., 2013; Lin et al., 2017; Mermet, 2017).

Residentes e atitudes perante o turismo

A antiga freguesia de Almedina vem perdendo população desde 1950, ano em que foram contabilizados 4332 residentes, chegando a 2011 com apenas 904 moradores. As pessoas entrevistadas, com memória de períodos anteriores, referem que a saída de

população acontece durante a década de 1990. De facto, as mudanças na estrutura populacional local são reflexo da fase de maior degradação do Quebra Costas, tal como o são a saída de estabelecimentos comerciais de proximidade, a degradação do edificado e a sensação de insegurança. Significará isto uma possível gentrificação residencial do Quebra Costas? Por um lado, vemos que, ao longo dos anos, milhares de moradores saíram da Alta de Coimbra; por outro lado, não se observa uma substituição de população, mas fundamentalmente uma perda. Existe, no entanto, o aumento da população de turistas ou visitantes, que vem crescendo desde 2013-2014 e que poderá ter efeitos semelhantes àqueles da fixação das classes médias.

Entre as pessoas entrevistadas, apenas uma relacionou o aumento do turismo diretamente com alguns dos problemas do bairro, sendo que as restantes apenas o relacionam diretamente com o aumento do congestionamento na rua do Quebra Costas e com a escassez de estacionamento disponível para moradores, um problema crónico na zona, que foi agravado com o crescimento do turismo.

As transformações no tecido comercial do Quebra Costas são também evidentes: o comércio maioritariamente diurno e direcionado para moradores foi sendo substituído por novos estabelecimentos comerciais, destinados à venda de produtos turísticos e outros ligados à restauração e ao lazer, com uma atividade cada vez mais noturna. Tal situação gerou dois tipos de problemas referidos nas entrevistas com os moradores: falhas na recolha de lixo, manutenção/limpeza das ruas e o barulho na zona do Quebra Costas. Estes prédios não foram concebidos a pensar na instalação de restaurantes e muito menos terão sido planeados para comportar bares na escala que hoje existem. Por um lado, quer casas, quer bares, não têm isolamento sonoro adequado; por outro lado, estes últimos não têm condições para acomodar no seu interior a quantidade de pessoas que os procuram. Em consequência, durante as noites, as pessoas aglomeram-se na rua, à porta destes estabelecimentos, criando um barulho adicional. Já o problema da recolha do lixo e manutenção das ruas estará mais diretamente relacionado com o turismo, pois, por um lado, o aumento do número de pessoas que frequentam as ruas do Quebra Costas tende a fazer crescer o lixo produzido e deixado nas ruas; e, por outro, o crescimento do alojamento local faz também aumentar o volume de resíduos domésticos. Contudo, talvez seja mais relevante o lixo que é produzido pelos restaurantes e o modo como estes contribuem para o agravamento da situação.

O aumento do custo de vida foi também um tópico abordado nas entrevistas, tendo sido focados dois aspetos: o aumento dos preços praticados pelos estabelecimentos

comerciais da zona e o aumento do preço das rendas. Em relação a este último, todas as pessoas entrevistadas consideram que os preços das rendas aumentaram na zona. No entanto, o mesmo não é verdade em relação aos preços praticados nas lojas. Uma das razões para tal pode estar relacionada com a frequência dos estabelecimentos comerciais na zona. As pessoas entrevistadas, na sua maioria, declararam não frequentar ou frequentar esporadicamente os estabelecimentos comerciais da zona. Entre as razões para não o fazerem está o facto de muitos deles serem dedicados ao turismo e não interessarem aos moradores.

A atitude dos moradores em relação ao turismo tende, assim, a ser ambígua. Se se reconhece os benefícios económicos, a requalificação urbana e a “vida” que o turismo trouxe ao Quebra Costas, também se aponta o facto do o turismo ter feito aumentar o valor das rendas, especialmente através do crescimento do alojamento local, e a tendência para que o Quebra Costas se torne num lugar principalmente turístico. Neste sentido, levanta-se a questão da perda de autenticidade do bairro: a satisfação que alguns moradores referem de ver renovado o bairro, “cheio de gente”, coexiste com alguns receios, principalmente o receio da diminuição de moradores. A literatura foca as questões da perda de identidade dos locais sujeitos a processos de turistificação como uma das suas consequências. O que podemos observar no Quebra Costas é que o turismo se tem tornado cada vez mais um elemento definidor do bairro. Entre as pessoas que entrevistámos, duas pessoas consideraram o Quebra Costas um bairro apenas turístico, outras duas como sendo principalmente turístico e as restantes pessoas entrevistadas consideram o carácter turístico do bairro como secundário. São respostas que nos ajudam a compreender como o turismo é cada vez mais percebido como categoria de classificação do Quebra Costas³. Um processo que pode fazer com que os moradores se sintam cada vez mais estranhos no seu lugar residência, podendo provocar sentimentos de desenraizamento, como expressaram alguns dos moradores.

Através das questões que fomos trazendo à discussão, percebemos que são vários os obstáculos que os moradores enfrentam no seu dia-a-dia, assumindo essas pressões tanto um carácter simbólico, como um carácter concreto. É o caso da atuação das imobiliárias que perscrutam a Alta de Coimbra na procura de oportunidades de negócio, pedindo informações aos moradores sobre a sua habitação ou a dos vizinhos. Este tipo de situações cria bastante insegurança e angústia entre os moradores, semeando a dúvida acerca do seu futuro e da permanência na sua casa. Outro caso é o do suposto

desalojamento temporário de inquilinos devido à realização de obras na casa, mas sem que o regresso à habitação ocorra depois de elas terminarem, não se sabendo exatamente o porquê dessa situação. Casos semelhantes, de saída de autóctones dos bairros durante períodos de renovação urbana, sem retorno posterior, são relatados na literatura (Queirós, 2016, p. 47).

Os resultados permitem-nos identificar vários problemas que se enquadram no que na literatura se designa como *indirect displacement* e que, como nota Cocola Gant (2015), pode conduzir à saída dos moradores do seu local de residência, funcionando como um “*mechanism of exclusion that constrains the quality of life of the indigenous residents and which can be the cause for a final out migration from their place*” (Idem, p. 3). Problemas como o barulho durante o horário noturno, a dificuldade de conseguir estacionamento, a poluição provocada pelos restaurantes, o aumento da quantidade de lixos nas ruas, tanto domésticos como dos restaurantes, e o aumento das rendas são relacionáveis com o aumento do turismo, dificultando o quotidiano dos residentes e tornando a sua permanência nos locais de residência difícil ou insustentável. Outros obstáculos contribuem também para dificuldades acrescidas: o menor número de estabelecimentos comerciais a disponibilizar bens e serviços importantes para as necessidades quotidianas; e o aumento do alojamento local. Ambos indicam uma progressiva perda de protagonismo dos moradores na vida do Quebra Costas. Estes receiam uma perda de identidade do bairro, desestruturando as relações de proximidade que, no caso dos moradores mais recentes, foram uma razão de escolha do Quebra Costas para lugar de residência.

Conclusões

De um modo geral, a nossa pesquisa deu conta do aumento do turismo na cidade de Coimbra, bem como da sua associação à distinção de Património Mundial UNESCO atribuída à Universidade de Coimbra, Alta e Sofia, na medida em que, desde então, os indicadores de oferta e procura cresceram. Reconheceu-se que atribuição da mesma distinção coincide com outras iniciativas que, pudemos argumentar, foram também elas orientadas para a promoção turística, nacional e internacional, da cidade. Todas as alterações no panorama patrimonial e cultural da cidade foram articuladas no contexto das lógicas de competição em que hoje as cidades se inserem. Neste sentido, a cidade de Coimbra, ao ampliar a sua oferta nos domínios da cultura e do lazer, fomentou

sobretudo a sua aura de atratividade turística, colocando-se numa posição mais favorável relativamente às suas concorrentes.

Defendemos também que o turismo assume uma centralidade particular no espaço urbano do Quebra Costas. Aí, a afluência turística promoveu a renovação de edifícios e apartamentos, frequentemente destinados a tornarem-se alojamentos locais, disponibilizados em regime de aluguer de curta duração. Em consequência, deu-se conta do aumento do custo de vida na zona, seja através de aumentos no valor da propriedade e das rendas, seja em consequência do alojamento local, atividade complementar da indústria turística que subtrai habitação disponível a possíveis moradores de longo prazo. Pôde-se concluir que a perceção dos entrevistados corrobora as tendências descritas, seja no que concerne ao aumento das rendas, seja relativamente às dificuldades em encontrar habitações para arrendar.

No que se refere ao edificado e à sua reabilitação, também podemos inferir similitudes com os fenómenos do *rent-gap*. O Quebra Costas foi, num passado recente, uma zona degradada, com património imobiliário desvalorizado, mas que, desde o final dos anos 2000, se transformou no que hoje se considera uma zona “premium”: com grande procura no mercado e atravessando uma fase de especulação imobiliária crescente. As entrevistas deram conta desse fenómeno, tendo sido referida a compra e venda de um mesmo edifício várias vezes num mesmo ano e também um elevado número de transações imobiliárias. Estes processos limitam a capacidade de atuação dos poderes públicos e fazem aumentar o valor das rendas na zona, num processo que pode pressionar a dos moradores originais do Quebra Costas. Vemos, assim, como o *rent-gap* se dilui ao longo do tempo, em consequência da convergência entre o rendimento obtido da propriedade e o valor potencial desta, tendo particular influência neste processo a nova forma de alojamento local. Este oferece um modo de rentabilização da propriedade, valorizando-a e (re)aproximando o valor económico ao valor simbólico e cultural do centro histórico de Coimbra. A literatura mostra como esta nobilitação urbana pode proporcionar a expulsão dos moradores originais, em consequência da sua incapacidade económica para suportar os custos relacionados com a habitação. No caso das pessoas entrevistadas, a pressão para a saída das habitações ainda não se fazia sentir diretamente. No entanto, não é possível descartar a possibilidade de tal ter acontecido com antigos moradores que foram saindo da zona no passado mais recente.

Os novos estabelecimentos comerciais do Quebra Costas vêm, por seu lado, dar resposta às demandas de uma zona crescentemente turística, cada vez mais uniformizada e objeto de ludificação. Estes novos estabelecimentos, hoje a maioria, focam-se principalmente na restauração e lazer, com horários que se estendem pelo período noturno. A sua oferta afasta-se das necessidades quotidianas dos moradores, diminuindo a relevância destes no seu próprio bairro, em favor do aumento da importância dos serviços para turistas. Tal pode contribuir para que os moradores se sintam “estranhos” no seu próprio bairro, percebendo que o Quebra Costas perde as suas características originais, sintomas de um potencial fenómeno de *indirect displacement*. De facto, pudemos observar diretamente que os principais beneficiários da renovação urbana e da nova dinâmica económica da zona são os turistas e não os moradores, pois é em função da afluência renovada de turistas e do foco nas suas necessidades que se atua e se investe. As intervenções no espaço público, sobre os pavimentos e nas praças, são justificadas em nome do turismo e, relativamente ao edificado, é para responder ao crescimento do turismo que se reabilita. Os espaços reabilitados dão lugar a alojamentos locais ou a novos estabelecimentos comerciais, que abrem com um público-alvo aparentemente definido: o turismo.

O turista tornou-se um ator chave no Quebra Costas, desde o alojamento até ao comércio. Esse protagonismo é perceptível nos relatos das entrevistas, com os moradores a exprimirem como sentem que o Quebra Costas se está a tornar uma zona turística por excelência, afirmando também o transtorno que a pressão turística provoca no seu quotidiano: poluição sonora, menor disponibilidade de habitações, aumento das dificuldades em encontrar estacionamento, aumento das rendas na zona e menor número de estabelecimentos de proximidade ou de estabelecimentos que os habitantes reconheçam como familiares. A predominância de lojas de recordações e de estabelecimentos de lazer e restauração pretende atrair turistas e não habitantes locais. São estes os sintomas de uma gentrificação turística que, não se podendo afirmar que está neste momento a expulsar os habitantes locais do Quebra Costas, está certamente a colocar pressão sobre o seu quotidiano.

No entanto, o Quebra Costas não atrai apenas turistas. O centro histórico vem sendo redescoberto também pelos habitantes de toda a cidade de Coimbra – “O Quebra Costas está na moda” – como nos dizem algumas das pessoas entrevistadas. Se os turistas que visitam a zona são sobretudo pessoas de classe média que partilham os símbolos e gostos das classes médias locais, então os novos estabelecimentos comerciais podem

responder aos dois tipos de procura. Ao contrário do que anteriormente ocorria, os conimbricenses que agora voltam identificam-se com o atual Quebra Costas e vêm também usufruir dos espetáculos de jazz noturnos, dos restaurantes e do lazer que a zona proporciona. Assim, durante o dia predominam os turistas e à noite juntam-se outros habitantes da cidade. Apesar do menor número de habitantes no Quebra Costas, os moradores que ainda existem demonstram-se satisfeitos com a nova vida do bairro, mas começam a sentir os efeitos negativos que uma zona turistificada e ludificada tem no seu dia-a-dia.

Notas

1. O artigo baseia-se no trabalho desenvolvido no âmbito de uma dissertação de mestrado em sociologia - “Gentrificação Turística e a Renovação do Centro Histórico de Coimbra: o caso do Quebra Costas” – recentemente concluída na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.
2. Sobre a contribuição do alojamento local para o processo de gentrificação, Wachsmuth e Weisler (2018) referem que o negócio do alojamento local adicionou uma potencial fonte de receitas ao mercado imobiliário, especialmente em zonas que são “culturalmente atrativas” ou internacionalmente reconhecíveis (por exemplo locais distinguidos como Património Mundial UNESCO), aumentando o fosso entre os rendimentos obtidos e o rendimento potencial de dada propriedade (*rent-gap*) e reforçando o processo de gentrificação.
3. Refiro-me aqui às respostas obtidas à pergunta sobre como as pessoas entrevistadas categorizam o bairro do Quebra Costas: bairro familiar, turístico ou de estudantes.

Referências Bibliográficas

- Alves, R. S. (2014). *Impacto dos eventos naquela que é a representatividade de um destino turístico – EXPOFACIC, Cantanhede* [Dissertação de Mestrado]. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Araújo, L. (2015). *Alta de Coimbra: Evolução urbana e funcionalidades* [Relatório de prática pedagógica]. Universidade de Coimbra.
- Azevedo, L. (2010). *Estado de Conservação dos Edifícios: Relatório sobre o Estado de Conservação dos Edifícios na Área Crítica de Recuperação e Reconversão*

- Urbanística do Centro Histórico de Coimbra – Evolução de 2002 a Dezembro de 2010* (p. 12). GCH/CMC. Disponível em:
https://www.cm-coimbra.pt/wp-content/uploads/2009/02/Relato%CC%81rio-sobre-o-Estado-de-Conservac%CC%A7a%CC%83o-dos-Edifi%CC%81cios-_-Evoluc%CC%A7a%CC%83o-de-2002-a-Dezembro-de-2010.pdf
- Bhandari, K. (2008). *Touristification of cultural resources: A case study of Robert Burns*. 56(3), 11.
- Câmara Municipal de Coimbra. (sem data). *Obras concluídas no âmbito da reabilitação urbana na Alta de Coimbra*. Obras Concluídas - Câmara Municipal de Coimbra. Obtido 25 de Julho de 2019, de <https://www.cm-coimbra.pt/areas/viver/urbanismo-em-atualizacao-2/reabilitacao-urbana/outras-informacoes/obras-concluidas-gabinete-centro-historico>
- Cesari, C. D., & Dimova, R. (2019). Heritage, gentrification, participation: Remaking urban landscapes in the name of culture and historic preservation. *International Journal of Heritage Studies*, 25(9), 863–869.
<https://doi.org/10.1080/13527258.2018.1512515>
- Cocola Gant, A. (2015, Agosto 27). *Tourism and commercial gentrification*. RC21 International Conference - “The Ideal City: between myth and reality. Representations, policies, contradictions and challenges for tomorrow’s urban life”, Urbino, Itália.
- Costa, M. (2018). Apesar de algumas falhas, comissão organizadora da Queima faz balanço positivo | Notícias UC | A UC como nunca a viu. *Notícias UC*.
<http://noticias.uc.pt/universo-uc/apesar-de-algumas-falhas-comissao-organizadora-da-queima-faz-balanco-positivo/>
- Fortuna, C., Gomes, C., Ferreira, C., Abreu, P., & Peixoto, P. (2013). *A Cidade e o Turismo: Dinâmicas e desafios do turismo urbano em Coimbra*. Almedina.
- Frias, A., & Peixoto, P. (2002). Representação imaginária da cidade. Processos de racionalização e de estetização do património urbano de Coimbra. *Oficina do Centro de Estudos Sociais*, 183.
<https://ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/183.pdf>
- Gomes, C. (2008). *A (re)criação dos lugares. Coimbra: Cidade e imaginário turístico* [Mestrado]. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

- Gotham, K. F. (2005a). Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieux carre (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099–1121.
- Gotham, K. F. (2005b). Tourism gentrification: The case of New Orleans Vieux Carré (French Quarter). *Urban studies*, 42(7), 1099–1121.
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192–1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- Hall, C. M., Gossling, S., Scott, D., & Ruddy, M. (2015). The global effects and impacts of tourism—An overview. Em *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. Routledge.
- Ioannides, D., Röslmaier, M., & van der Zee, E. (2018). Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454505>
- João Marcelo Dias, C. (2016). *Eventos desportivos: Opção estratégica de revitalização da imagem dos destinos turísticos. O caso dos European Universities Games 2018 em Coimbra* [Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra]. <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/31366/1/Eventos%20desportivos%20o%20p%20c%20a7%20c%20a3o%20estrat%20c%20a9gica%20de%20revitaliza%20c%20a7%20c%20a3o%20da%20imagem%20dos%20destinos%20tur%20c%20adsticos.pdf>
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527–540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
- Lees, L. (2000). A reappraisal of gentrification: Towards a 'geography of gentrification'. *Progress in Human Geography*, 24(3), 389–408. <https://doi.org/10.1191/030913200701540483>
- Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. K. (2008). *Gentrification*. Routledge.
- Leite, N. K. (2008). *Turismo e Território: Um Estudo sobre a Turistificação de Portimão (Algarve/Portugal) a partir da Geografia do Turismo* [Dissertação de Mestrado]. Universidade de Lisboa.
- Lin, Z., Chen, Y., & Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: The role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction. *Tourism Management*, 61, 436–442. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.013>

- Marcuse, P. (1985). *Gentrification, Abandonment, and Displacement: Connections, Causes, and Policy Responses in New York City*. 28, 47.
- Mendes, L. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: Neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009. *Cadernos Metrópole*, 19(39), 479–512. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2017-3906>
- Mermet, A.-C. (2017). Airbnb and tourism gentrification—Critical insights from the exploratory analysis of the «Airbnb syndrome» in Reykjavík. Em M. Gravari-Barbas & S. Guinand (Eds.), *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises—International Perspectives* (pp. 52–74). Routledge.
- Muselaers, M. (2017). *Touristifying mouraria*. Universidade de Utrecht.
- Notícias de Coimbra. (2017). *Grande festa de fim de ano em Coimbra com espetáculos em 4 palcos na Baixa da cidade | Notícias de Coimbra*. <https://www.noticiasdecoimbra.pt/grande-festa-fim-ano-coimbra-espectaculos-4-palcos-na-baixa-da-cidade/>
- Organização Mundial do Turismo. (2019). *International Tourist Arrivals Reach 1.4 billion Two Years Ahead of Forecasts | World Tourism Organization UNWTO*. International Tourist Arrivals Reach 1.4 billion Two Years Ahead of Forecasts. <http://www2.unwto.org/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts>
- Pascoal, J., & Gustavo, N. (2017). Turismo de eventos desportivos como alavanca estratégica para o desenvolvimento e o posicionamento de um destino turístico: Caso dos X jogos africanos Maputo 2011 (Moçambique). *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27/28, 985–1001.
- Peixoto, P. (2001). As cidades e os processos de patrimonialização: A corrida ao estatuto de património mundial e a identidade simbólica das cidades. Em *Cidade e Metrópole: Centralidades e marginalidades* (1. ed, pp. 171–179). Celta.
- Queirós, J. (2016). Políticas de reabilitação urbana e recomposição do tecido social no centro histórico do Porto: Representações e discursos de moradores sobre a respetiva evolução recente. *Sociologia*, 31, 29–58.
- Rubino, S. (2009). Enobrecimento Urbano. Em C. Fortuna & R. P. Leite (Eds.), *Plural de Cidade: Novos léxicos urbanos* (pp. 25–40). Almedina.
- Santos, J. (2020). *Gentrificação Turística e a Renovação do Centro Histórico de Coimbra—O caso do Quebra Costas* [Dissertação de Mestrado]. Universidade de Coimbra.

- Sequera, J., & Nofre, J. (2018). Urban activism and touristification in Southern Europe—Barcelona, Madrid and Lisbon. Em *Contemporary Left-Wing Activism Vol 2: Democracy, Participation and Dissent in a Global Context* (pp. 88–105). Routledge.
- Stock, M. (2007). European Cities: Towards a Recreational Turn? *Studies in Culture, Polity and Identities*, 7(1), 115–134.
- Turismo Centro de Portugal. (2017). *Regiões do Centro de Portugal*. Regiões do Centro de Portugal. <https://turismodocentro.pt/regioes/>
- Wachsmuth, D., & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6), 1147–1170. <https://doi.org/10.1177/0308518X18778038>
- World Travel & Tourism Council. (2018). *Travel & Tourism: City travel & Tourism impact 2018*. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/cities-2018/city-travel--tourism-impact-2018final.pdf>