

# TURISMO E TRANSFORMAÇÃO URBANA

Lições obtidas a partir de uma  
investigação aplicada no Bairro de Alfama

Joana Castro e Almeida (IST-UL)  
Joana.c.almeida@tecnico.ulisboa.pt

## O Projeto “Turismo e Transformação Urbana em Alfama”:

Duas ações exploratórias de 6 meses do CERIS – *Civil Engineering Research and Innovation for Sustainability*:

1. **Tur&Bairros** | Turismo & transformação nos bairros históricos: o caso de Alfama
2. **LxLab** | Monitorização do turismo para um desenvolvimento sustentável dos centros históricos



### QUESTÃO DA INVESTIGAÇÃO:

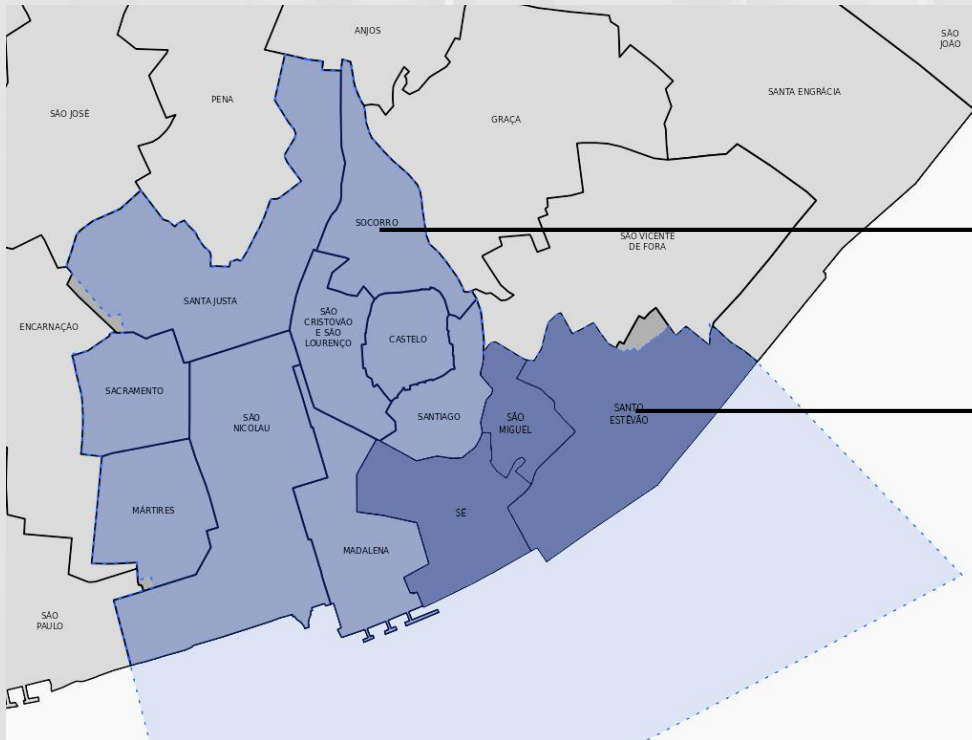
***Que transformações sócio-urbanísticas ocorreram em Alfama?***

Período de análise: 2011-2018





## “BAIRRO DE ALFAMA”:

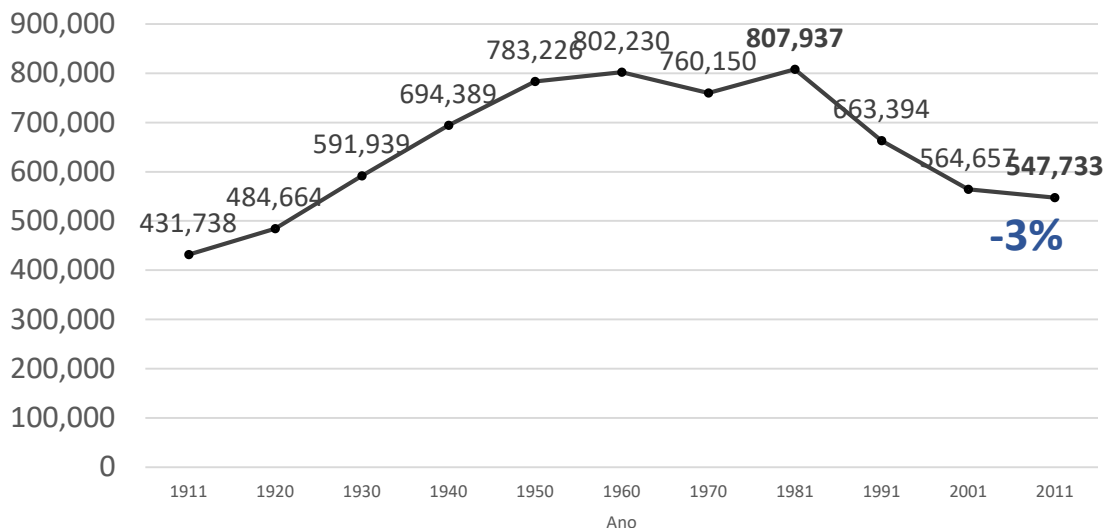


Freguesia de Santa Maria Maior

“Bairro de Alfama”

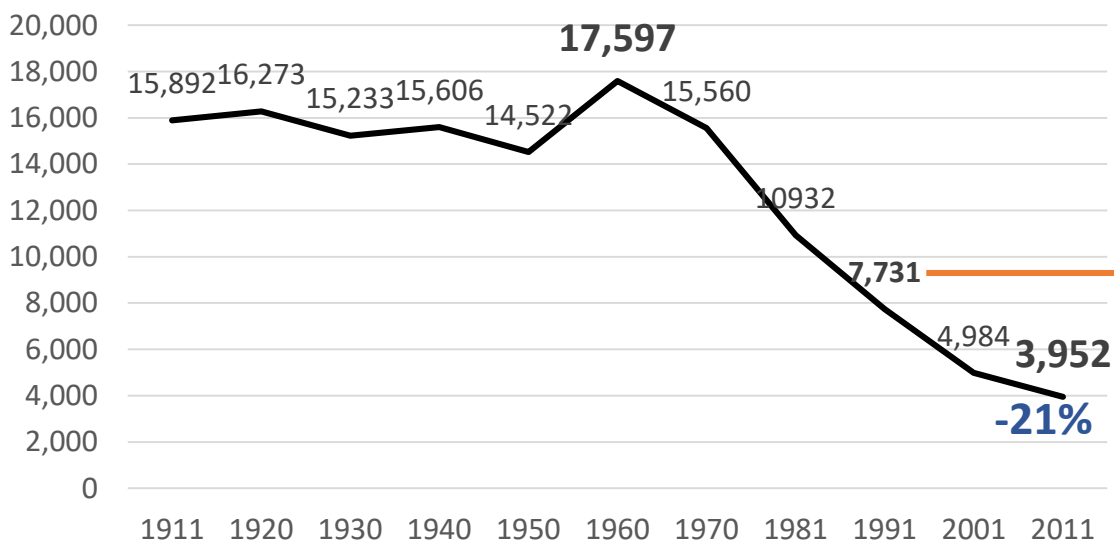
Selecionou-se, como unidade de análise, o conjunto das **antigas três freguesias da Sé, Santo Estevão e São Miguel (integradas na atual Freguesia de Santa Maria Maior)** e que designámos por “Bairro de Alfama”, por ser uma zona com uma forte identidade histórica e cultural e objeto de uma grande mudança socio-urbanística.

## Lisboa



	Variação população		
	1991-2001	2001-11	1991-2011
<b>Lisboa</b>	<b>-15%</b>	<b>-3%</b>	<b>-17%</b>
Santa Maria Maior	-36%	-21%	-49%
<b>Alfama</b>	<b>-36%</b>	<b>-21%</b>	<b>-49%</b>
São Miguel	-32%	-14%	-41%
Santo Estêvão	-36%	-26%	-53%
Sé	-40%	-22%	-53%

## Alfama (Sé, São Miguel, Sto. Estêvão)

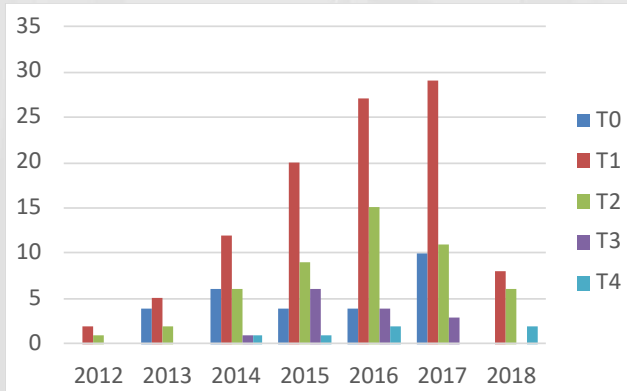


*“Alfama: suja, insegura, degradada”*

# O Projeto | A ÁREA DE ESTUDO

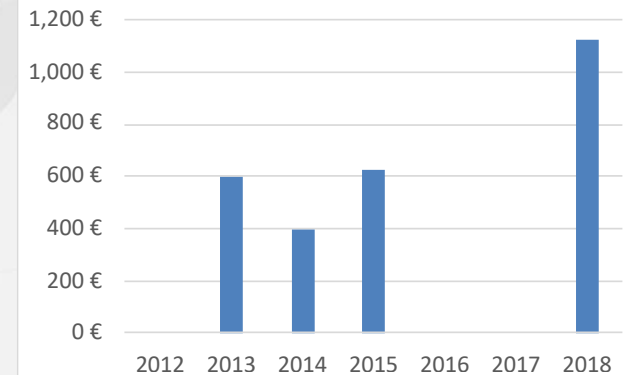
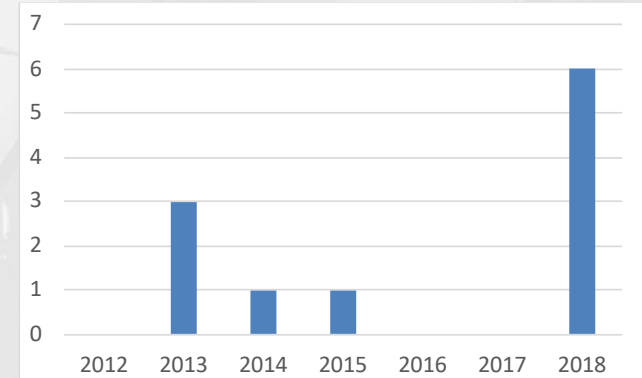
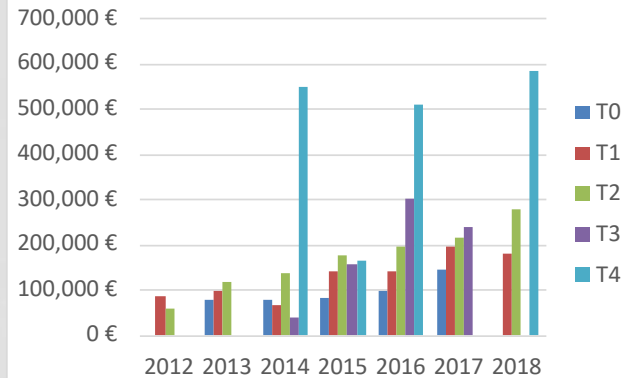
## VENDA

Quantidade

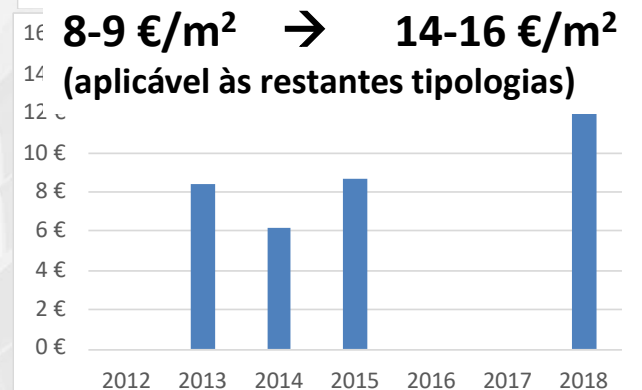
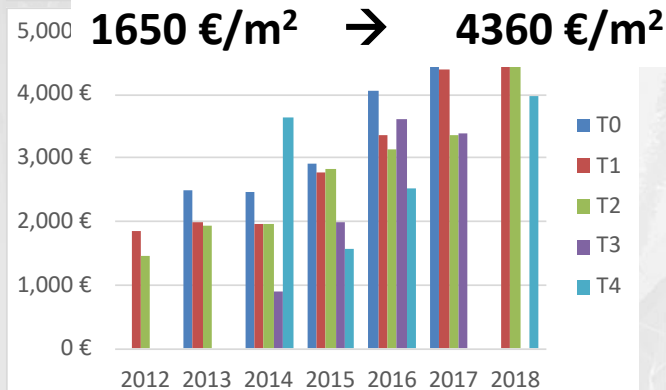


## ARRENDAMENTO (T2)

Preço Transação (€)



Preço (€/m²)





**Joana Castro e Almeida**  
(Coordenação)  
joana.c.almeida@tecnico.ulisboa.pt



**Ana Morais de Sá**  
ana.morais.sa@tecnico.ulisboa.pt



**Ana Paula Falcão**  
a.p.falcao@tecnico.ulisboa.pt



**Carlos Oliveira Cruz**  
oliveira.cruz@tecnico.ulisboa



**Inês Chambel Borges**  
ines.chambel.borges@ist.utl.pt



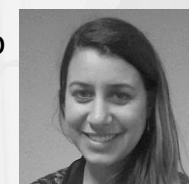
**Jorge Baptista e Silva**  
jbsilva@tecnico.ulisboa.pt



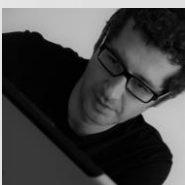
**Jorge Gonçalves**  
jorgemgoncalves@tecnico.ulisboa.pt



**José Maria Lobo de Carvalho**  
jmlc@conservationpractice.pt



**Mafalda Pacheco**  
mbatistapacheco@gmail.com



**Pedro Costa**  
pedromafscosta@yahoo.com



**Rui Proença**  
ruidmproenca@gmail.com

Colaboração pontual:  
Marta Gomes (IST)  
Sónia Idelfonso (Remax)

## 1. O Território | população, alojamento, edificado, turismo e reabilitação

- Dados quantitativos disponíveis
- Correlação entre variáveis (matriz de correlação)
- Zonas homogêneas em Alfama (Análise de clusters)

Subsecção estatística → 2 fontes:

## POPULAÇÃO

1. Densidade populacional
2. Pop. residente e presente
3. Estrutura etária
4. Evolução da população
5. Nível de escolaridade
6. Dimensão da família

Fonte: **INE (Censos)**  
Ano: **2011**

## ALOJAMENTO

7. Alojamentos ocupados e fogos vagos
8. Regime de propriedade e valores de venda/arrendamento (Remax)
9. Nº de pisos

## EDIFICADO

10. Edifícios exclusivamente residenciais
11. Área de implantação do edifício

---

## TURISMO

12. Capacidade dos hotéis (nº de camas)
13. Edifícios com AL
14. Nº de quartos por AL
15. Capacidade dos AL

Fonte: **CML, RNAL**  
Ano: **2017**

## REABILITAÇÃO

16. Alvarás
17. OVP – Operações na via pública

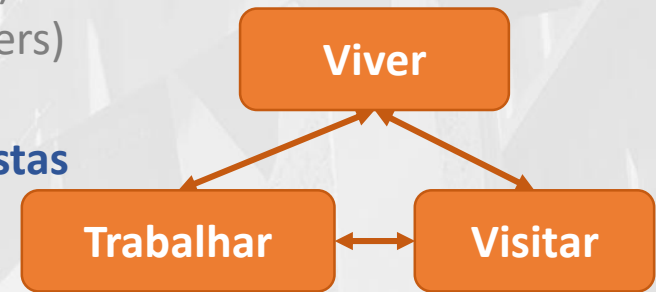


## 1. O Território | população, alojamento, edificado, turismo e reabilitação

- Dados quantitativos disponíveis
- Correlação entre variáveis (matriz de correlação)
- Zonas homogéneas em Alfama (Análise de clusters)

## 2. As pessoas | Residentes, comerciantes e turistas

- Inquéritos + *Focus Group*
- Correlação entre variáveis (matriz de correlação)
- Perfil dos 3 grupos – quem são e o que pensam? (Análise de clusters)
- Impactes do turismo e necessidades do Bairro
- Alfama Ideal?



## AS PESSOAS:

### Inquéritos:

- 254 Residentes
- 100 Comerciantes
- 74 Turistas



### Focus Group:

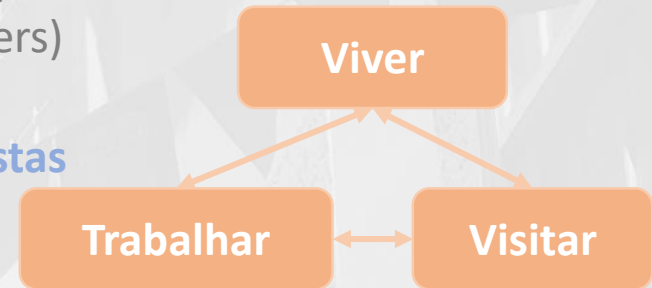
- **9 participantes:** JF Santa Maria Maior, Associação local, Residente Proprietário, Residente Arrendatário, Proprietário e gestor de AL, 2 Comerciantes, Guia turístico em Alfama, Mediador imobiliário que opera em Alfama (2 associações locais + hotel)

## 1. O Território | população, alojamento, edificado, turismo e reabilitação

- Dados quantitativos disponíveis
- Correlação entre variáveis (matriz de correlação)
- Zonas homogéneas em Alfama (Análise de clusters)

## 2. As pessoas | Residentes, comerciantes e turistas

- Inquéritos + *Focus Group*
- Correlação entre variáveis (matriz de correlação)
- Perfil dos 3 grupos – quem são e o que pensam? (Análise de clusters)
- Impactes do turismo e necessidades do Bairro
- Alfama Ideal?



## 3. As relações entre impactes do turismo

- Relações entre impactes do turismo → Análise de redes (Gephi)



## ALGUMAS LIÇÕES ...

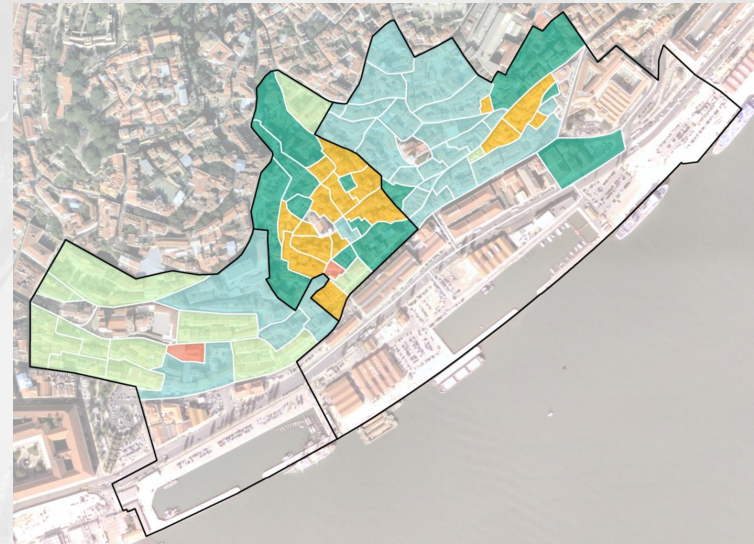
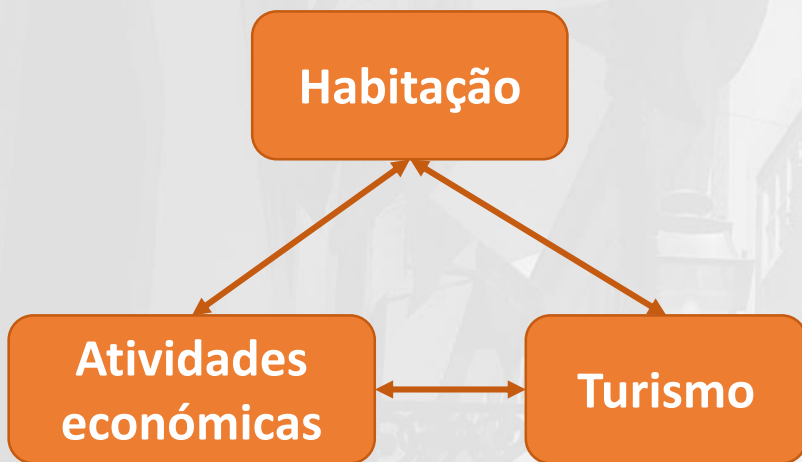
### TURISMO E TRANSFORMAÇÃO URBANA

Lições obtidas a partir de uma investigação  
aplicada no Bairro de Alfama



## 1ª) 3 antigas freguesias com realidades muito distintas – importância da escala do BAIRRO

- SÉ: Grande intervenção em edifícios devolutos e com maiores áreas e pisos: hotéis e edifícios de AL
- SÃO MIGUEL: edifícios malha densa, com áreas de implantação menores, pouco intervencionados e com elevada densidade de residentes





TÉCNICO LISBOA



## Zona 2 – RESIDENCIAL COM POUCO AL

*Transformação baixa:*

*Residencial (2011) → Pouco AL, % Alvarás e % OVP*

## Zona 1 – POPULAÇÃO IDOSA

*Transformação média:*

*+ população idosa, + fogos vagos (2011) → Alguns edifícios com AL (2017)*

## Transformações socio-urbanísticas (análise de clusters)



### Zona 3 – EDIFÍCIOS COM + PISOS E HOTÉIS

*Transformação alta:*

*Edifícios com > área e + pisos (2011) → mais hotéis, % alvarás e OPV (2017)*



### Zona 4 – GRANDES ESTABELECIMENTOS DE AL

*Transformação alta:*

*Fogos totalmente vagos (2011) → Grandes estabelecimentos AL (2017)*

### Zona 5 – DO RESIDENCIAL AO AL

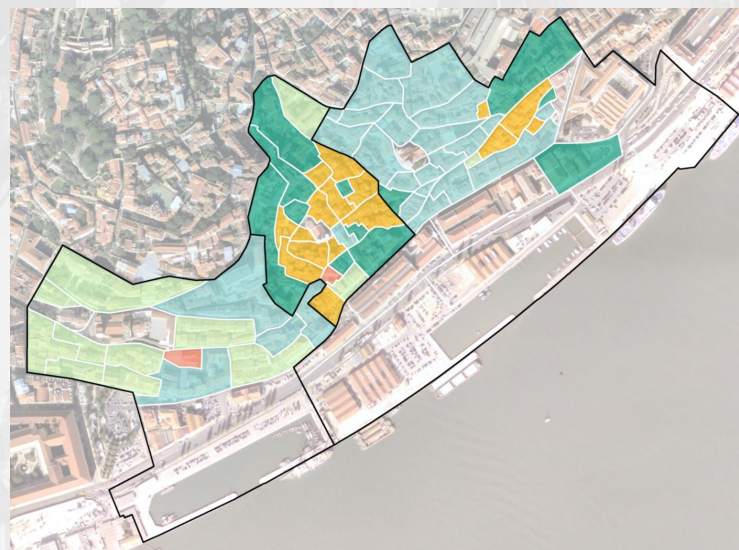
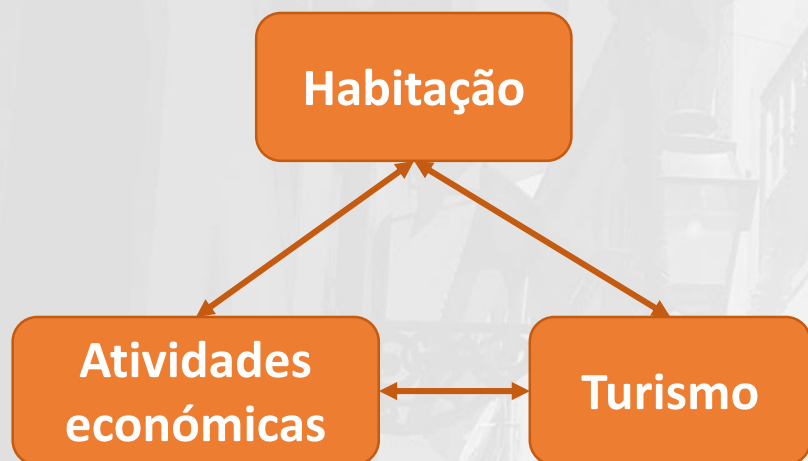
*Transformação alta:*

*Maior densidade habitacional e - fogos vagos (2011) → Alojamento local (2017)*



## 2ª) Transformação 2011→ 2017:

- Hotéis e AL → Reabilitação do edificado (principalmente de edifícios devolutos)
- Aumento acentuado do valor das rendas
- AL começa a ocupar frações afetas a arrendamento de longa duração
- **Diferentes zonas no Bairro:** “zonas turísticas”, “zonas residenciais”, “zonas com potencial de reabilitação”, “zonas residenciais sob pressão”



### 3ª) Perceção dos RESIDENTES e dos COMERCIANTES sobre os impactes do turismo semelhante:

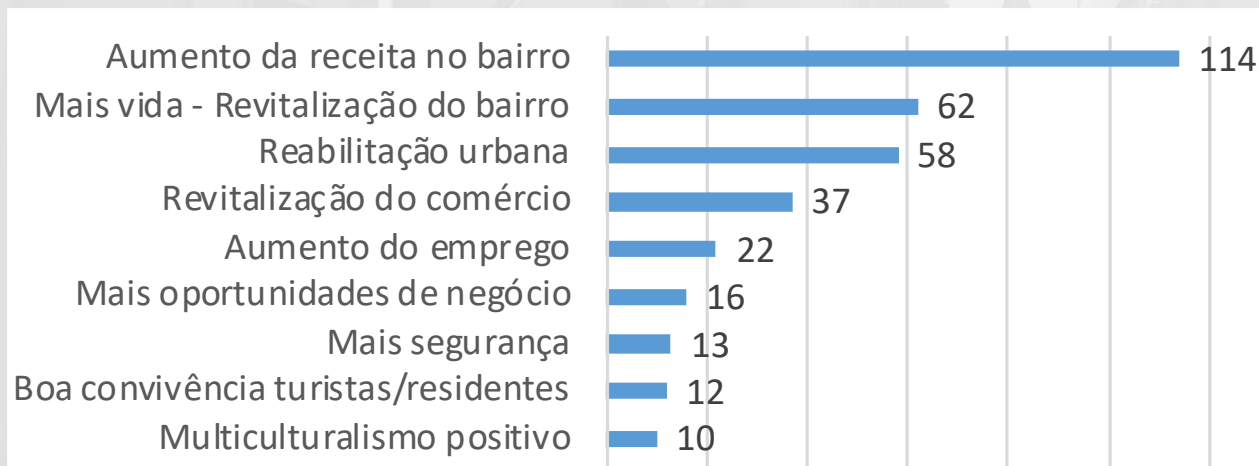
- Perceção sobre os impactes positivos e negativos do turismo no Bairro muito semelhante, ainda que os comerciantes tenham uma visão bastante mais positiva
- O tema mais sensível é a saída de residentes – explicado, em parte, pelas fortes relações familiares e de vizinhança



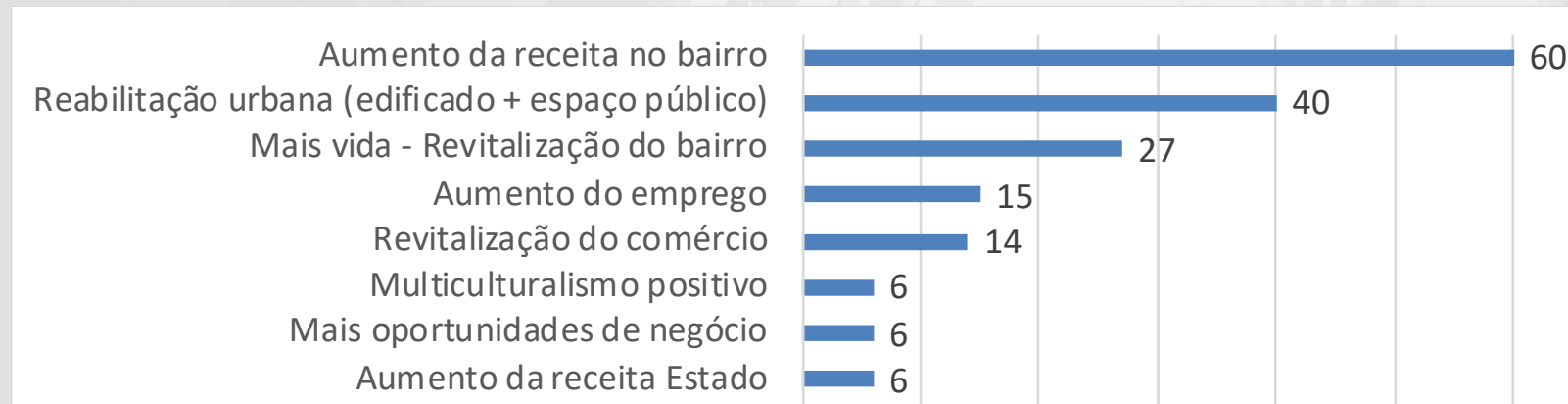


## Quais os 3 principais impactes positivos do Turismo no Bairro?

254 Residentes → 372

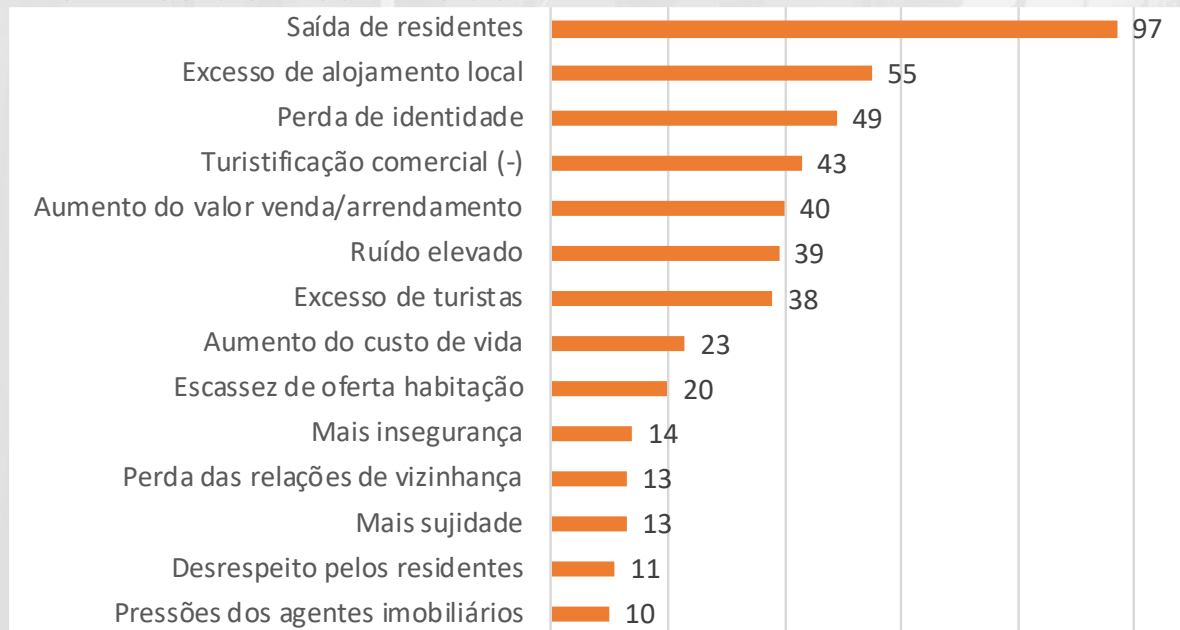


100 Comerciantes → 194



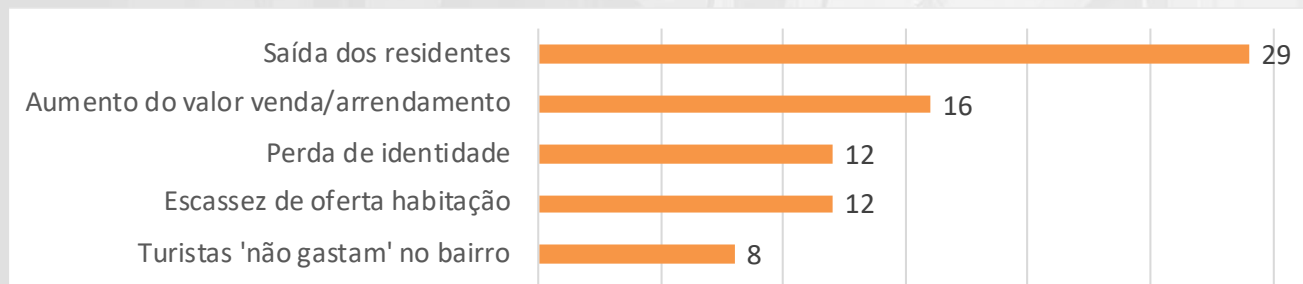
## Quais os 3 principais impactes negativos do Turismo no Bairro?

254 Residentes → 503



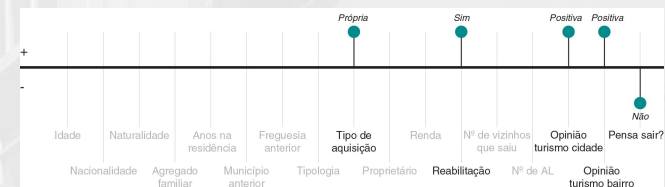
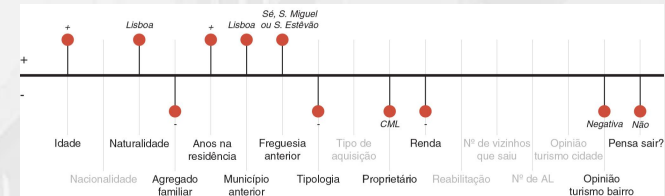
Saída de residentes

100 Comerciantes → 101



## 4ª) Existência de uma diversidade de RESIDENTES com pontos de vista sobre o turismo muito distintos:

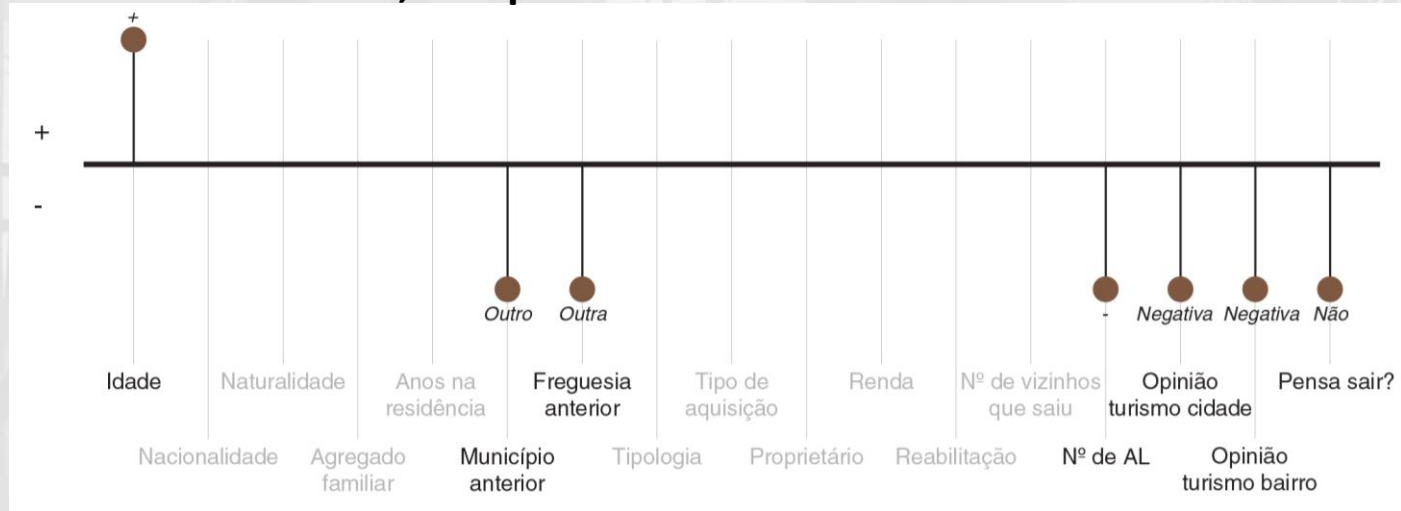
- 2 grupos de idosos que não pensam sair (cluster 1 e 2)
- 2 grupos de jovens que pensam sair (cluster 3 e 4)
- Os proprietários não pensam sair (cluster 5)
- Os estrangeiros (cluster 6)



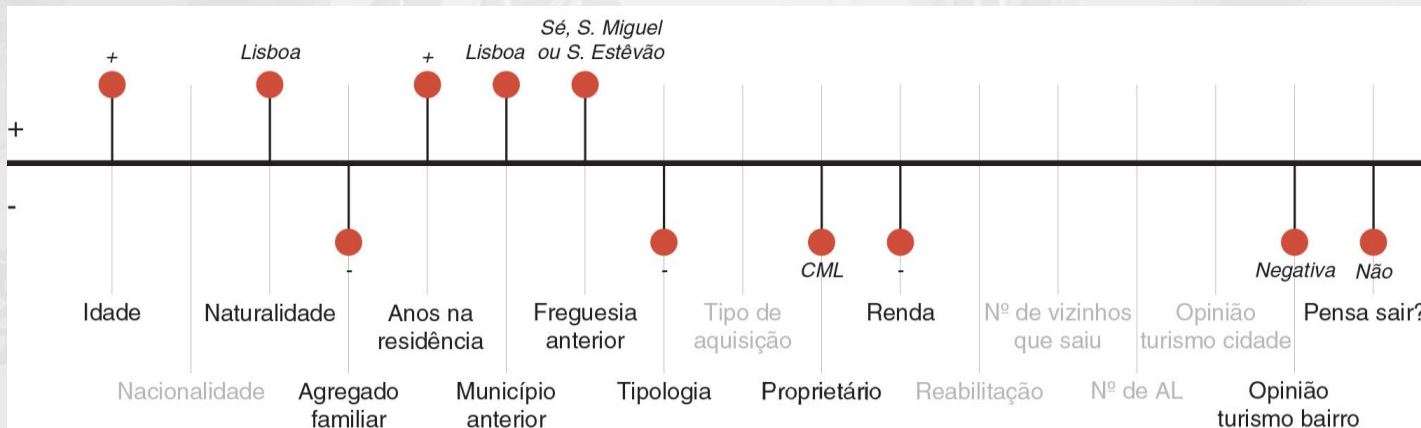
# LIÇÕES: As pessoas

Quem são e o que pensam?

**Cluster 1 – Residentes + idosos, com opinião mais negativa do turismo, não pensam sair**



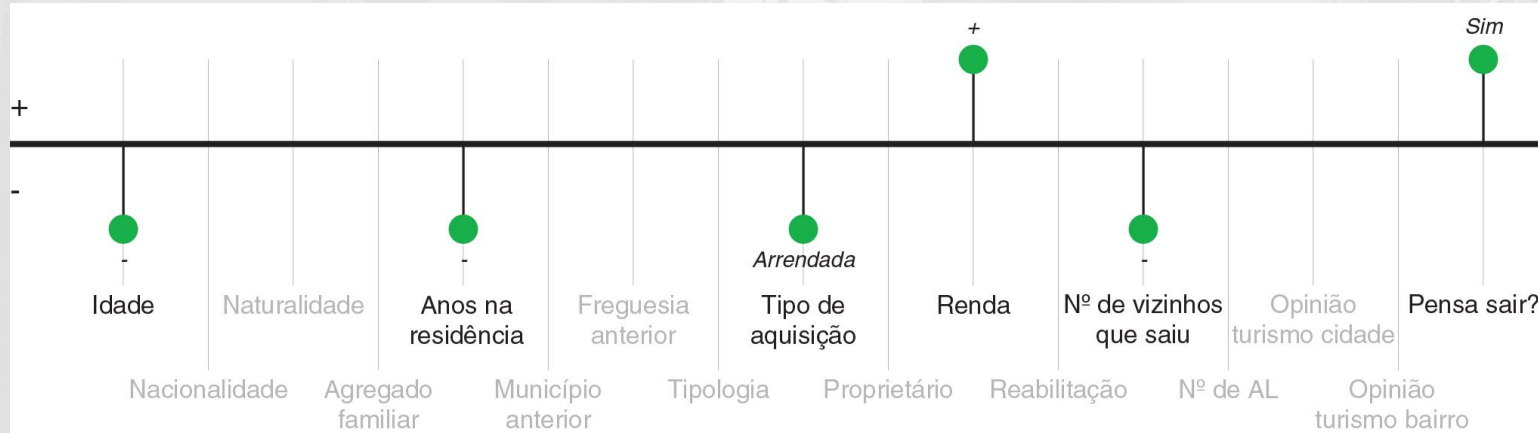
**Cluster 2 – Residentes + idosos, em casas camarárias, há muitos anos, têm uma opinião negativa do turismo, não pensam sair**



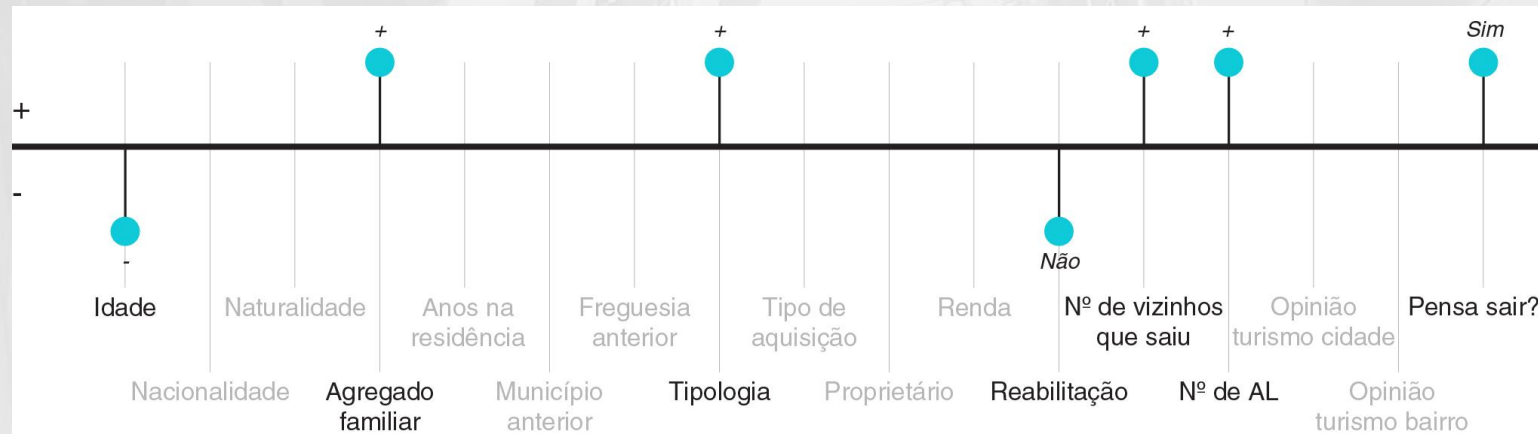
- Cluster 1 – 12%
- Cluster 2 – 27%
- Cluster 3 – 22%
- Cluster 4 – 9%
- Cluster 5 – 21%
- Cluster 6 – 10%

Quem são e o que pensam?

## Cluster 3 – Arrendatários + jovens, com as rendas + elevadas



## Cluster 4 – Arrendatários + jovens, com maior agregado familiar, rodeados de AL, pensam sair do Bairro

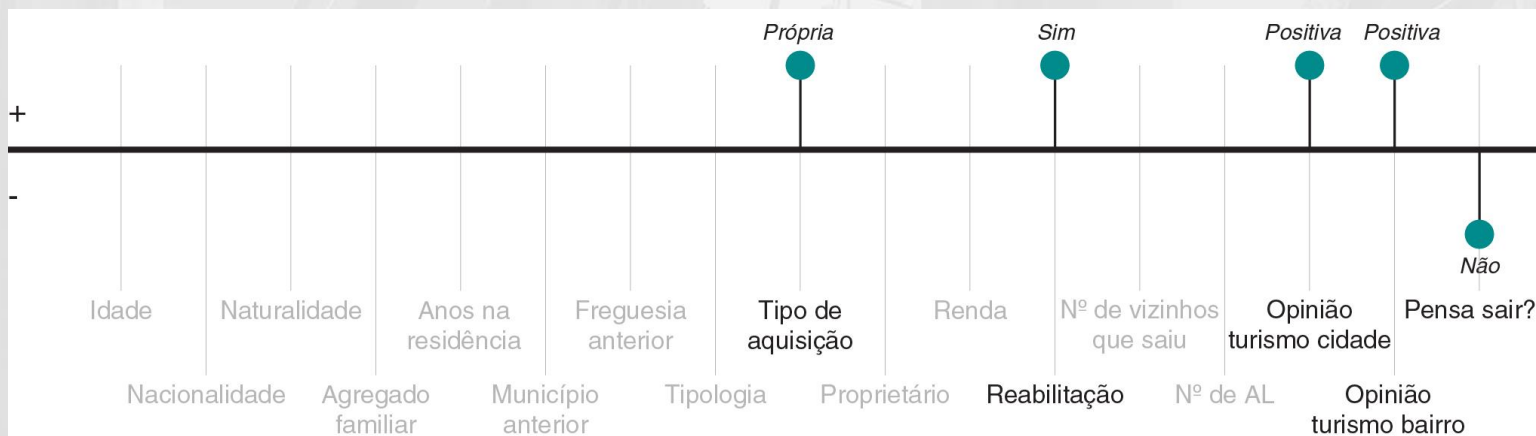


- Cluster 1 – 12%
- Cluster 2 – 27%
- Cluster 3 – 22%**
- Cluster 4 – 9%**
- Cluster 5 – 21%
- Cluster 6 – 10%

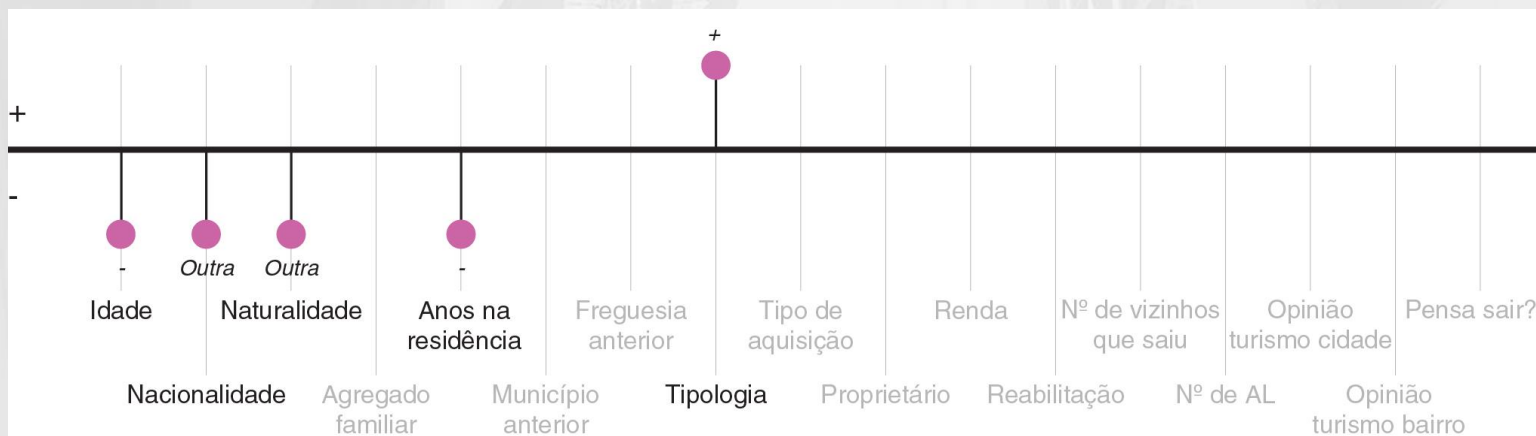
# LIÇÕES: As pessoas

Quem são e o que pensam?

## Cluster 5 – Proprietários em edifícios reabilitados, com opinião + positiva do turismo



## Cluster 6 – Residentes estrangeiros, + recentes, vivem nas tipologias habitacionais maiores



Cluster 1 – 12%

Cluster 2 – 27%

Cluster 3 – 22%

Cluster 4 – 9%

**Cluster 5 – 21%**

**Cluster 6 – 10%**

## 5ª) Início de uma turistificação negativa do COMÉRCIO, com tendência a se agravar

- Encerramento comércio / serviços para a população local
- Alguns turistas já alertam para uma turistificação comercial negativa



## 6ª) TURISTAS muito satisfeitos, mas os residentes não tanto ...

- Perceção dos residentes: “Excesso de turistas”
- Perceção dos residentes e dos comerciantes: “Grupos de turistas que não gastam no Bairro” (Cruzeiros)
- Alguns residentes inquiridos pensam sair do Bairro devido ao grande crescimento do turismo



## 7ª) Visão comum entre RESIDENTES, COMERCIANTES E TURISTAS sobre o que falta no Bairro:

RESIDENTES



COMERCIANTES



TURISTAS



Aumentar a oferta de comércio / serviços locais

88 (32%) (1º)

34 (23%) (2º)

7 (29%) (2º)

Aumentar o policiamento

37 (13%) (3º)

35 (24%) (1º)

—

Melhorar a limpeza urbana / recolha de lixo

43 (15%) (2º)

16 (10%) (3º)

9 (38%) (1º)

Garantir o equilíbrio entre habitação e alojamento local

43 (15%) (2º)

9 (6%) (5º)

—

Melhorar o acesso ao mercado de arrendamento (rendas acessíveis) / captar residentes

26 (10%) (4º)

12 (8%) (4º)

—



## 8ª) Os resultados do *Focus Group* reforçam a visão comum (7ª lição), evidenciando ainda outros três temas:

- Preservação da identidade / património
- Reversão das taxas turísticas para a Junta de Freguesia
- Proteção e incentivos ao associativismo local



**Como é que Alfama pode ser um bom Bairro para viver, trabalhar e visitar?**  
(9 participantes)

## 1) SESSÃO POST-IT

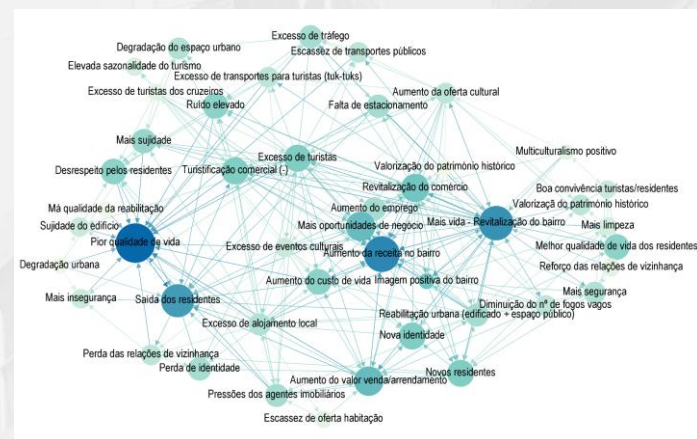
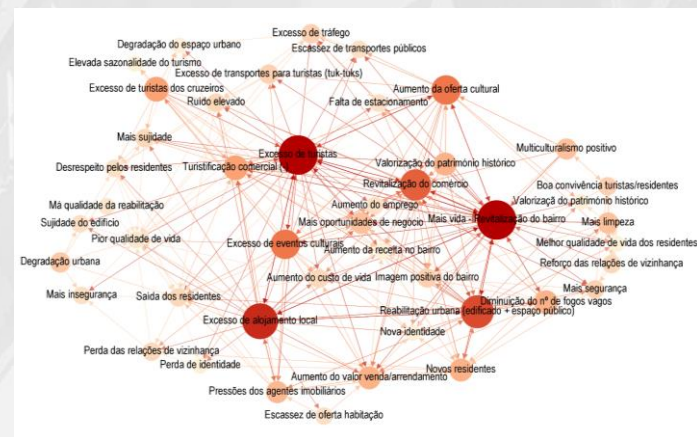
## 2) AGREGAÇÃO POR TEMAS

## 3) VOTAÇÃO ●



## 9ª) A modelação das redes de relações de impactes do turismo, com o apoio do software de visualização de redes *GEPHI*, permite evidenciar:

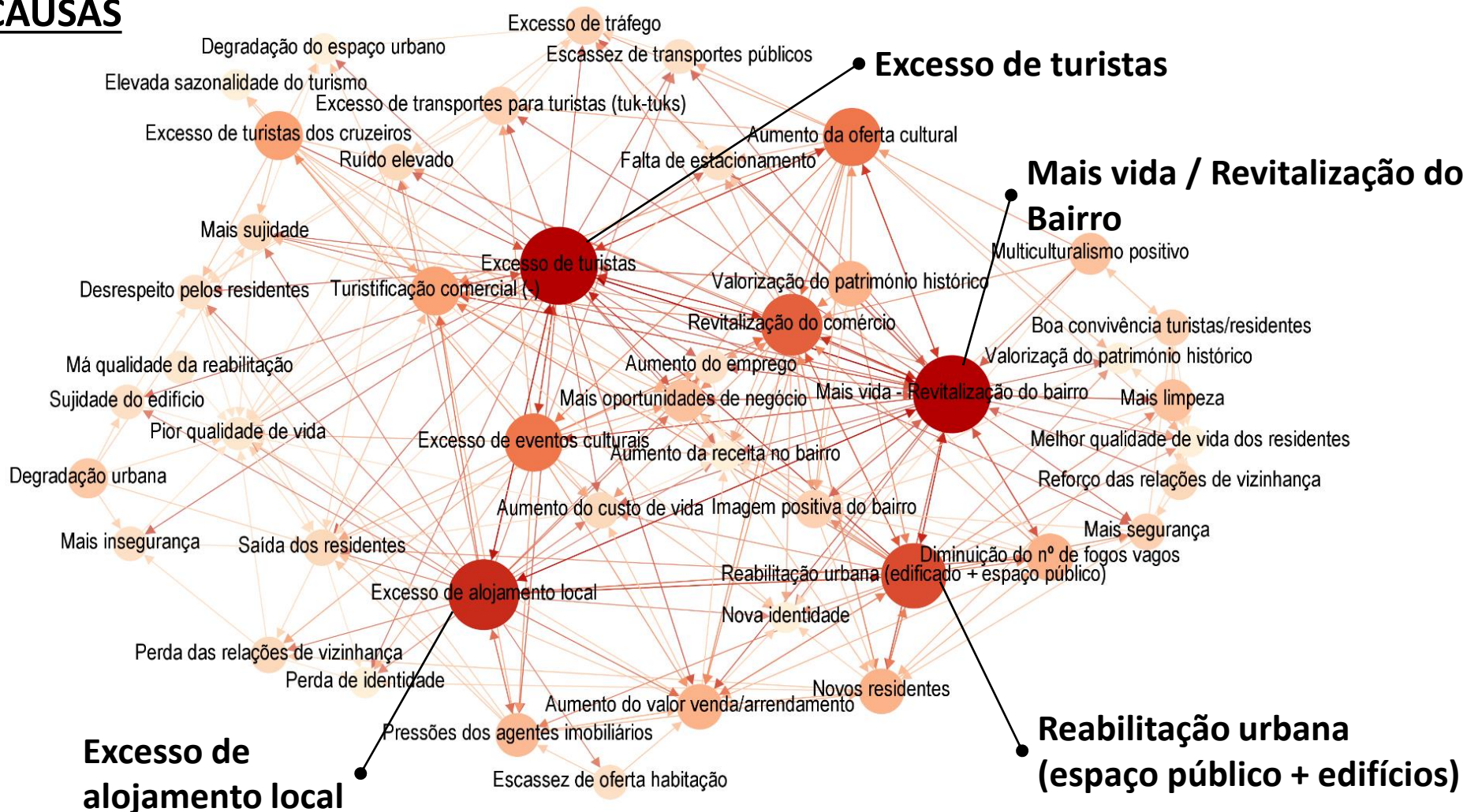
- As relações de influência entre os impactes
- Os impactes com mais efeitos multiplicadores
- Os principais temas a monitorizar:
  - revitalização do Bairro
  - reabilitação urbana
  - fluxos de turistas
  - alojamento local
  - entrada/saída de residentes
  - qualidade de vida dos residentes
  - receita no Bairro
- As políticas, medidas e ações a implementar



# LIÇÕES: Os impactes do turismo

## Rede de relações causa/efeito entre impactes do turismo (Gephi)

### CAUSAS



# LIÇÕES: Os impactes do turismo

Rede de relações causa/efeito entre impactes do turismo (*Gephi*)

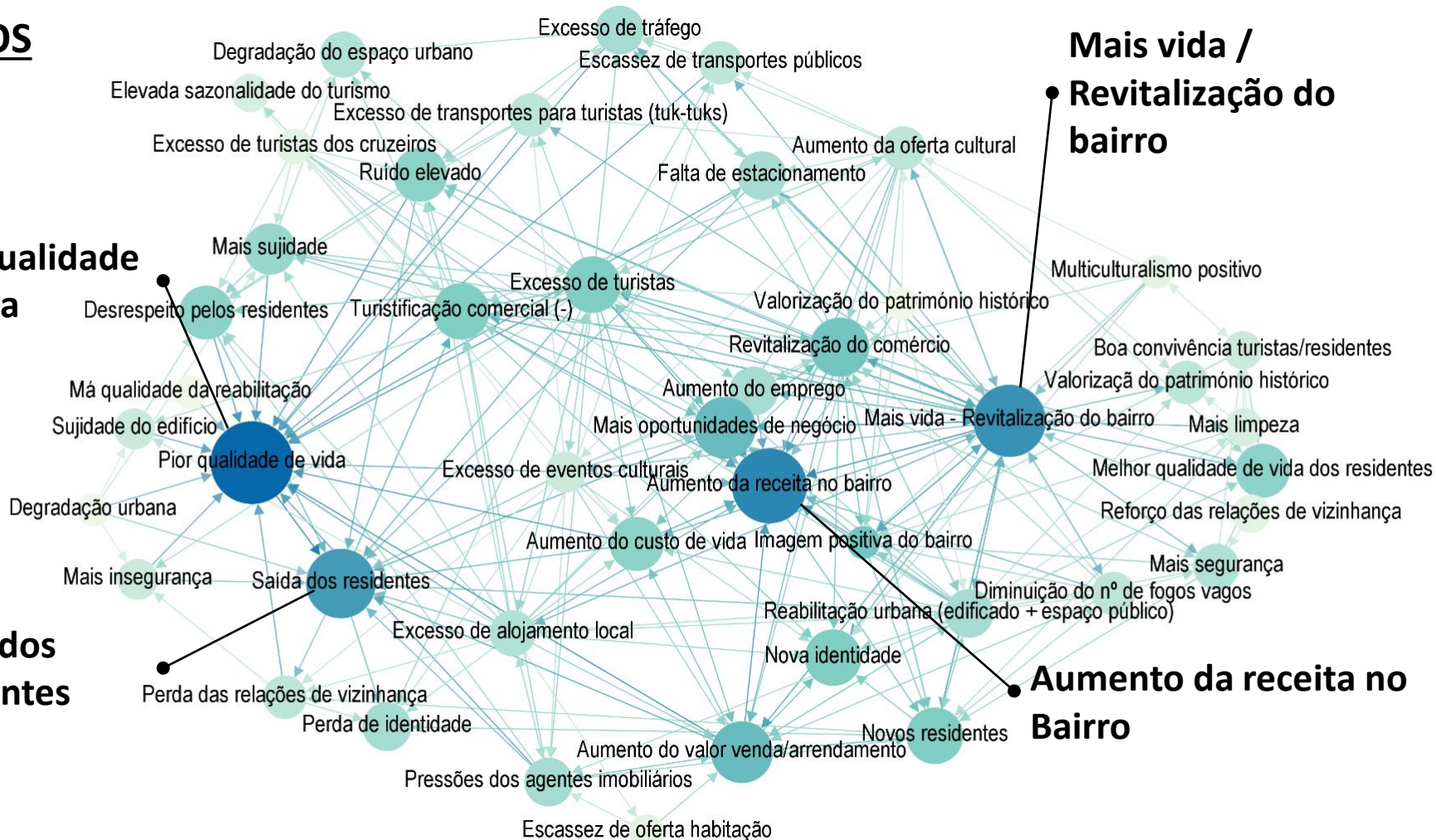
## EFEITOS

**Pior qualidade de vida**

**Saída dos residentes**

**Mais vida / Revitalização do bairro**

**Aumento da receita no Bairro**



## Projeto BIP-ZIP “Levantar o cerco às colinas”:



**LEVANTAR O CERCO ÀS COLINAS** 2 ABRIL 14H30  
CENTRO INOVAÇÃO DA MOURARIA

**14h30 - 15h30** APRESENTAÇÃO LEVANTAR O CERCO ÀS COLINAS  
COOPERATIVA BTUIN + COOPERATIVA MILACESSOS + COLECTIVO WAREHOUSE

**15h00 - 16h00** DEBATE  
MARIA DE LURDES PINHEIRO (APPA)  
MIGUEL BRITO (PROGRAMA BIP-ZIP)  
JOANA CASTRO E ALMEIDA (IST - INSTITUTO SUPERIOR TÉCNICO)

**16h00 - 16h15** PAUSA PARA CAFÉ

**16h15 - 17h45** WORKSHOP DE FACILITAÇÃO

**17h45 - 18h00** FECHO DE SESSÃO

**18h00 - 18h30** CONVÍVIO

if LISBOA BAIRROS E ZONAS DO INTERVENÇÃO Promotor de Lisboa BTUIN go? WAREHOUSE W CENTRO DE INOVAÇÃO MOURARIA CREATIVE HUB

**LEVANTAR O CERCO ÀS COLINAS**

COMO?

- LEVANTAR AS COLINAS | DOCUMENTAR
- ANIMAR AS TROPAS DO CASTELO E COLINAS | AGREGAR
- APOIAR E ALAVANCAR AS FORÇAS DAS COLINAS | GERAR VALOR

## O QUÊ?

- O que propomos – proposta de valor?
- Que problemas ajudamos a solucionar?
- Que necessidades estamos a satisfazer?



## PARA QUEM?

- Para quem criamos valor?
- Quem são os mais importantes?
- Como nos relacionamos / comunicamos?



## COMO?

- Quem são os nossos parceiros?
- Quem faz o quê?

