

## **Gentrificação: Salvação e Ruína<sup>1</sup>**

Henrique de Moraes GONÇALVES<sup>2</sup>

Danielle Mendes Thame DENNY<sup>3</sup>

Faculdade Armando Alvares Penteado, São Paulo, SP

### **Resumo**

Como processo global e contemporâneo, a gentrificação vem gerando muitos recursos para países europeus, tidos como um dos principais rumos de viajantes pelo mundo. Porém, esse mesmo efeito descaracteriza os países, traz estéticas estrangeiras e pode comprometer a identidade arquitetônica. Este texto vai abordar alguns efeitos e como alguns países europeus tentam driblar esse problema ideológico, social, econômico e comunicacional. A hipótese é que a gentrificação impacta os fluxos comunicacionais e pode comprometer a democracia. A metodologia adotada foi à análise descritiva dedutiva utilizando como técnicas a pesquisa bibliográfica, legislativa e documental.

### **Palavras-chave**

Comunicação e Territorialidades; Gentrificação; Financeirização; Política urbana; Identidade arquitetônica.

### **Introdução**

O tema central dessa discussão será a comunicação e a gentrificação, como as cidades se alteram e reagem a ela. Esse processo pode ser identificado como causado em grande parte pelo turismo massivo e o estímulo econômico de países ou governos regionais visando à maximização dessa prática. O estudo de caso mais detalhado será Lisboa, capital de Portugal. Porém não será o único lugar analisado, outros países que sentem os efeitos desse fenômeno econômico e social contemporâneo serão também mais superficialmente observados.

Com a crise iniciada entre os anos 80 e 90, Portugal se viu num cenário complicado economicamente. E, com o passar dos anos, isso não melhorou. Os avanços

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Henrique de Moraes Gonçalves, Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Faculdade Armando Alvares Penteado, e-mail: henrique089@gmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da FAAP, e-mail: danielle.denny@gmail.com

habitacionais e sociais eram recorrentes nesse período, mas a crise que viria em 2008-2009, fez com que a situação financeira já abalada, se complicasse ainda mais. Em 2011 foi posto em prática o Plano Troika, que juntava três entidades (Fundo Monetário Internacional - FMI -, a Comissão Europeia e o Banco Central Europeu) que visavam tirar o país das dívidas e fazer o mercado internacional voltar a ter confiança em Portugal para atrair investimentos. Esse Plano injetou 80 milhões de Euros. Com esse plano em prática, entra em cena um programa financeiro com muitas reformas que, basicamente, ajudaram o governo e os empresários a demitirem e a despejar moradores sem nenhum tipo de amparo.

“De fato, é inegável que Lisboa está a viver um pico de projeção internacional, e que as receitas do turismo podem contribuir para a recuperação econômica do país e da cidade, durante e após a crise capitalista, o turismo urbano pode também ser um motor de regeneração urbana para a preservação do patrimônio arquitetônico e a reabilitação de edifícios em estado avançado de degradação, além de contribuir para a criação de emprego. Mas a ausência aparente de qualquer estratégia de planejamento e avaliação do seu impacto e o quase inexistente processo de regulamentação têm consequências esmagadoras. A mais importante (...): a gentrificação turística.” (MENDES, Luís, 2008-2009, página 3).

Esses recursos europeus foram investidos na restauração do patrimônio arquitetônico e na reforma de edifícios históricos. Se isso por um lado atraiu mais turista, gerando empregos para a população local, por outro aumentou o valor da moradia nesses bairros restaurados, expulsando assim a população desse entorno para áreas mais afastadas. Em contrapartida, estrangeiros substituíram os moradores nesses locais, trazendo consigo sua cultura, práticas e estéticas, marcando aquele espaço com práticas sociais que pulverizam a cidade em diversos “territórios de subjetivação” (GUATTARI, 2008). Isso é especialmente relevante para a comunicação e cidadania que dependem até certo ponto do espaço físico para se realizar. Assim, a gentrificação afasta as pessoas de esfera pública da comunicação e da participação (LEITE, 2008, p. 15) afastando parcelas de espaço físico do acesso e uso público.

### **Definição de gentrificação**

Gentrificação é uma palavra inglesa, que se origina da palavra “gentry”, que significa bem-nascido.

“Comumente tem-se considerado que a expansão exponencial da turistificação no centro histórico da cidade de Lisboa reside na conjugação de vários elementos decisivos: 1) o recurso à plataforma online como o Booking.com, Airbnb, Windu, Homeaway, etc.; 2) o contínuo embaratecimento da mobilidade internacional, nomeadamente através das companhias aéreas low cost; 3) a tendência em 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, indo ao encontro do desejo de cosmopolitismo do turista/visitante personificando objetos de distinção social, que só a qualidade urbana de estadia e alojamento no centro turístico pode emprestar; 4) a falta de oferta hoteleira no centro histórico da cidade, onde havia um elevado número de edifícios devolutos; 5) a percepção 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, vibrante, sobretudo, para jovens criativos de aspiração boémia e investidores imobiliários. Daí também a congratulação com diversos prêmios turísticos em nível internacional. Esses fatores desencadearam a entrada de novos operadores, muitos deles individuais e informais, criando um mercado desregulado de alojamento turístico. Além disso, o aumento inesperado do turismo em Portugal deriva em grande parte do declínio da procura turística, por questões de segurança internacional, em vários países árabes - Egito, Tunísia, Marrocos.” (MENDES, Luís, 2008-2009, páginas 8 e 9).

Por definição gentrificação é a sucessão de novos empreendimentos imobiliários. Um bom exemplo paulista para perceber como esse processo ocorre é a Rua Augusta, região próxima à Paulista, centro financeiro - não é em vão - e central de São Paulo. Antigamente lá eram pontuados por casa de strip-tease, botecos e apartamentos com aluguel baixo. Após esse processo de valorização imobiliária, no qual residências e comércio são substituídos por novos ocupantes de renda e preços mais altos, a mesma Augusta hoje, é ocupada por bares e restaurantes gourmet, baladas e bares para alta renda e com aluguéis para residências disputados e caríssimos. Um reduto boêmio e jovem paulista, onde não é difícil encontrar jovens de toda São Paulo, mas também jovens de várias regiões do Brasil, como do mundo.

“Não podemos impedir que hoje alguém compre uma casa em Alfama e que esse investidor seja uma pessoa de maiores rendimentos ou, até, de outra nacionalidade. Não se pode nem deve regular nesse sentido, é impossível, seria descabido”. Fala do presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Fernando Medina. (<https://observador.pt/2016/04/02/fernando-medina-nossa-cidade-nao->

---

sera-mesma-as-lojas-historicas-nao-forem-protegidas/ acessado em 20/10/2018).

Trazendo esse conceito de gentrificação definido acima, trazemos ele para analisar o caso de Lisboa, para debater as consequências e impactos que uma gentrificação em curso causa na cidade.

A própria prefeitura de Lisboa calcula que um apartamento de um quarto no centro ronda agora os 800 euros (pouco mais de R\$ 3 mil), um valor praticamente igual ao salário líquido médio de um trabalhador português.

“O desalojamento tem sido uma marca de nova lei do arrendamento, que nada mais é que o bastião de uma virada neoliberal muito maior na política urbana em Portugal, responsável por ter criado as condições para um urbanismo austeritário e legitimando a ideologia da necessidade ‘natural’ e ‘inevitável’ da turistificação nos bairros históricos de Lisboa no período do pós-crise capitalista” (MENDES, Luís, 2008-2009, página 2).

Isso vale para os estabelecimentos também. Bodegas, estabelecimentos antigos que mantêm mobiliário, hábito de venda e atendimento e decoração. Como também lojas de flores, tabacarias, peixarias, lojas de armarinhos, cafés, bares e restaurantes. Esses lugares são uma espécie de memória viva da cidade. Eles ajudam a contar a história do lugar estão ameaçadas pelo aumento de preços e sobrecarga de clientes.

Logo, moradores antigos se veem forçados a se mudar para zonas periféricas por não conseguir pagar os preços para se viver lá, sem contar que os donos de imóveis fazem pressão para que esses inquilinos saiam para dar lugar a turistas. Além disso, cedem espaço para lojas de presentes fabricados pela china e redes de fast-food ou lojas internacionais para agradar os turistas que passam com frequência por essas regiões. Por trás do "boom" do setor imobiliário está fundamentalmente o investimento estrangeiro, responsável por quase 80% de toda a atividade. Segundo dados de um relatório da PricewaterhouseCoopers (PwC), os números são "impressionantes para o contexto português, que nunca tinha recebido" tantos fundos procedentes do exterior. (G1, ‘Boom’ turístico sacode a tradicional Lisboa, acessado em 20/10/2018).

O jornal português Renascença já catalogou 34 lojas tradicionais que fecharam. Entre elas estão alfaiatarias, galeria de artes, armazéns, lanchonetes e tabacarias.

Um bom exemplo desse efeito são os bondes lisboenses. A linha 24 é o melhor exemplo disso. Ela foi tirada de circulação em 90, mas reativada a pedido dos

moradores. Entretanto quem os usa são os turistas. Uma amostra desse efeito são os preços dos bilhetes. O preço da linha mais desejada pelos turistas é de 6 euros, e em contrapartida, as demais são 2,85 euros. (Nexo, Como a alta procura pelo charme de Lisboa está acabando com o charme de Lisboa, acessado em 20/10/2018).

### **Tipos de turismo**

Os tipos de turismo mais comuns, o que mais fazem as pessoas saírem de suas cidades e gastarem o excedente do seu dinheiro, é o turismo cultural e o social. Embora não sejam os únicos tipos que movimentam pessoas pelo mundo. Pois, além desses, há também o turismo militar, o turismo industrial, o turismo estudantil, o turismo de saúde e tanto outros que, para essa discussão, pouco agregam, mas vale a sinalização que há sim mais motivos que fazem as pessoas irem de um local para outro.

O turismo cultural é o que faz as pessoas irem a um estado ou país diferente do seu original pela cultura nativa de outrora ou até preservada. Além disso, a culinária típica, danças, terreno e até o clima de uma região incentivam a visita a uma região.

O turismo social ganha características de safari. A diferença do safari clássico, que é quando o viajante desbrava um habitat selvagem, animal. Distante do civilizado; para um safari urbano. As pessoas de cidades-modelos, principalmente de outros países tidos como “primeiro mundo” até as favelas para conhecerem aquele arranjo social que vive à margem da sociedade, que é desassistida pelo Estado. Essa discrepância com a realidade do visitante o choca e o encanta.

E por qual motivo o turismo é interessante? Por que há tanto incentivo governamental para que se estimule a vinda de viajantes do mundo todo para o seu país? É muito simples essa resposta: O turismo movimenta dinheiro pra cidade visitada e para o país como um todo. O interesse não é do visitado em mostrar suas particularidades, e sim, fazer dessas particularidades algo rentável.

O turismo pode ser considerado um fenômeno social característico do século 20 (CORREIA, 2018), que se intensificou no séc. 21 como consequência direta ao capitalismo. Essa ideia de permeabilizar as fronteiras, aproximar os lugares e, principalmente, justificar essa ida a outra local para se consumir - seja cultura, produtos, ou experiências; só é possível por causa do capital. Ou seja, toda a discussão será em torno do turismo, tendo como pano de fundo o modelo capitalista vigente.

---

Dado esse panorama geral sobre o turismo, passa-se à análise dos países que servirão como objeto de estudo. Começando pelo motivo da escolha de Portugal. Ele é um país que possui muitas características turísticas para diversos gostos. Seja de europeus ou não. Lá é lar da Serra da estrela, único ponto de país que é coberto de neve, e tem um clima semelhante aos Alpes Suíços. E, a 4 horas de distância para o lado oposto, há praias com ondas, como Algarve e Alentejo, que são famosas pela sua beleza e clima mais festivo. Essa região litorânea é famosa por reunir jovens europeus, principalmente, para realizar despedidas de solteiro ou eventos bem quisto de uma faixa etária tida como jovem. Ainda em belezas naturais, tem o Rio Tejo que corta Portugal e chega até a Espanha e, no seu entorno, as cidades se desenvolveram e assimilaram essa beleza natural da cidade.

Outro motivo que atraem turistas é a culinária característica da região, os museus, as igrejas, mosteiros, os castelos e ruínas de tempos antigos do império, que muito se manteve preservado e guarda muito das suas características originais. E por fim, o último ponto que quero salientar é que um dos lugares que mais recebem estudantes para se profissionalizar em suas terras, em especial, para essa função, a cidade Coimbra – onde surgiu uma das primeiras faculdades do mundo. Outros destinos muito procurados são as grandes cidades como Porto e Lisboa.

Enfim, Portugal conjuga fatores para ser considerado um local procurado por vários motivos para quem quer viajar. Os atrativos são vários e para diversos gostos e faixas etárias. E foi justamente essas características ímpares de lá que ajudou esse país a sair da crise econômica que se encontrava.

Essa onda de turistas aquece a economia local, principalmente nos setores que visam o atendimento desse público, como cafés, hospedagens, restaurantes, bares, etc. O turismo movimentou o país inteiro, que tem o tamanho territorial do Pernambuco, Brasil. Seja de pessoas de outras nações ou internamente. Atualmente, depois da crise ser controlada e o país ganhar muito dinheiro com os turistas, eles, os portugueses, começam a ter problemas, justamente, com os turistas. E não por má conduta desses, mas sim, pelo excesso deles. Principalmente para locais mais visados, como Lisboa.

Além disso, o turismo não é só um negócio: esses movimentos de massas também implicam em intercâmbio de ideias, de projetos, de mestiçagens e de paz. Mas, descontrolado, ele ameaça a cultura local. Lembrando que ela é o principal motivo pelo qual esses turistas vêm até o país. No caso de Lisboa ela se diferencia das outras capitais

---

europeias por manter um charme nostálgico de outras épocas. Suas ruas estreitas, casarões e lojas antigas mantêm vivida a aura de um país que convive com o moderno, sem perder sua essência. Mesmo que ela esteja ameaçada.

### **Números para exemplificar a massa de turistas em Lisboa**

Um dado positivo: 11% da humanidade vivem do comércio de turismo e, em algumas regiões, esse número representa até 50% do Produto Interno Bruto. Isso exemplifica o porquê Portugal se reergueu da crise por causa do turismo. (El Pais, Nove lugares que odeiam os turistas, acessado em 20/10/2018).

“Lisboa recebe cada dia mais de 37 mil turistas. Em 2015, a capital recebeu 5,25 milhões de visitantes/turistas, o que gera um total de 3.500 milhões de euros por ano em receitas de turismo. O ano de 2015 foi o melhor de sempre para o turismo nacional. No total, Portugal recebeu 17,4 milhões de turistas, 8,6 por cento mais do que em 2014, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE).” (MENDES, Luís, 2008-2009, página 2).

Ainda em 2015 no ramo hoteleiro, houve um aumento das diárias de 12% só em Lisboa. Em sites de temporadas, como o Airbnb, os aluguéis também sobem por causa da procura. Desde 2014 esse aumento tem ficado em 30 a 40%. (Nexo, Como a alta procura pelo charme de Lisboa está acabando com o charme de Lisboa, acessado em 20/10/2018).

Os 4 milhões de visitantes estrangeiros registrados em 2015, um novo recorde - e que continua subindo -, contrastam com os pouco mais de 500 mil moradores que tem Lisboa, número que chega a 1,5 milhão se a área metropolitana for incluída. (Nexo, Como a alta procura pelo charme de Lisboa está acabando com o charme de Lisboa, acessado em 20/10/2018).

“O boom turístico que dá vida nova e cria novos negócios em Lisboa e Porto também está a aumentar as tensões latentes e a gerar novos problemas e desafios urbanos e fiscais. Em nome do turismo, realiza-se a reabilitação de prédios desocupados, mas as rendas aumentam exponencialmente, multiplicando expulsões de moradores vulneráveis e fechamentos de lojas históricas, isto é, desalojamentos (deslocamentos) residenciais e comerciais.” (MENDES, Luís, 2008-2009, página 2).

### Forma de conter a gentrificação lisbonense

Há petições em andamento contra o preço do bonde, contra a regulamentação dos preços das hospedagens e aluguel de certos bairros.

O programa: Loja com História, aprovado com unanimidade na câmara portuguesa em 2016, visa proteger essas estabelecimentos que retém o caráter de aura da antiga Lisboa. As lojas lisboenses, através desse programa, permitem o status de lojas históricas e poderão até solicitar fundos para restauro arquitetônico, por exemplo. Atualmente já existem mais de 100 lojas nesse programa.

### Outros exemplos europeus

A França passou por algo similar: em 2015, o governo regional de Paris agiu para barrar a gentrificação na cidade, listando 8.021 apartamentos em 257 endereços que teriam sua venda proibida e seriam transformados em moradias subsidiadas (INDEPENDENT, 2018).

Barcelona, Amsterdã, Veneza vivem casos parecidos com Lisboa. Esses lugares estão se descaracterizando devido ao alto número de turistas. O que gera uma reação mais grave por parte dos moradores locais. Barcelona é o caso que se vê mais nitidamente isso (Figura 1 e 2). Não é difícil encontrar manifestações de repúdio contra turistas. (INDEPENDENT, 2018)

Figura 1 - Pichação em Barcelona com os dizeres “Todos os turistas são bastardos”.



Fonte: El PAÍS, 2017.



Figura 2 - Pichação em Barcelona com os dizeres “Vocês estão destruindo Barcelona. Turistas vão pra casa!”.



Fonte: El PAÍS, 2017

Em Santorini, na Grécia. No verão de 2016 chegaram 10.000 cruzeiristas por dia. As autoridades querem limitar esse número a 8.000 a partir deste ano. A população atualmente desta ilha é de aproximadamente 15.000 habitantes. (INDEPENDENT, 2018). Na cidade italiana Cinque Terre é um patrimônio natural tombado pela UNESCO, é uma cidade unida por caminhos bucólicos e de uma beleza ímpar. Beleza essa suficiente para atrair 2,5 milhões de turistas por ano. Segundo The Independent, seus administradores planejam pôr um número máximo de 1,5 milhão por ano. “Uma vez superado, não entram mais turistas.” (INDEPENDENT, 2018).

Já Butão, no sul da Ásia, resolveu cobrar, através de uma agência autorizada, que os turistas paguem uma taxa fixa de 250 dólares (810 reais) por dia, que inclui o transporte, guia e alojamento. Desta forma o governo controla o acesso de pessoas e afasta algumas delas também, devido às taxas extras. (INDEPENDENT, 2018).

O caso das Ilhas tailandesas Koh Khai Nok, Koh Khai Nui e Koh Khai Nai foram fechadas devido ao alto grau de deterioração ambiental por causa do turismo na região (INDEPENDENT, 2018).

## Considerações finais

O neoliberalismo e seus interesses puramente capitais tem o potencial de levar Lisboa, e tanto outros lugares tidos como turísticos, à descaracterização e a padronização - ou seja, comprometendo os motivos pelos quais elas são escolhidas como destinos para turistas. Até que ponto vale a pena investir em formas de atrair estrangeiros e visitantes e qual forma deve ser adotada para mitigar esses riscos ainda é uma incógnita. Mas as consequências não são. Seus efeitos são observados pelas populações, visitantes e estrangeiros de Veneza, Barcelona, França, Portugal, enfim, todos os países aqui listados. As formas são distintas, mas todos os países tem a mesma origem: o turismo desenfreado e o estímulo a esse lazer devido a uma sociedade capitalista hiperconectada e globalizada.

A atual maneira, por sua vez pode ser considerada desordenada e focada mais no lucro e menos no social. Sendo assim, continuará, provavelmente a mandar seus cidadãos que não se encaixam mais nessa nova cidade para fora, pouco a pouco, de suas casas. A descaracterização dessas cidades constitui um desafio a ser controlado, assim como formas de conter os efeitos do neoliberalismo mundial.

## Referências bibliográficas

AGÊNCIA EFE. ‘Boom’ turístico sacode a tradicional Lisboa. **G1**. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/06/boom-turistico-sacode-a-tradicional-lisboa.html> . Acesso em: 20 out. 2018.

BOURGARD, J. O mapa das lojas tradicionais que Lisboa já perdeu. **Renascença**. Disponível em: [https://rr.sapo.pt/especial/51242/o\\_mapa\\_das\\_lojas\\_tradicionais\\_que\\_lisboa\\_ja\\_perdeu](https://rr.sapo.pt/especial/51242/o_mapa_das_lojas_tradicionais_que_lisboa_ja_perdeu) . Acesso em: 20 out. 2018.

COFFEY, H. Eight places that hate tourists the most. **Independent**. Disponível em: <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/places-hate-tourist-the-most-countries-ban-visitors-venice-thailand-amsterdam-japan-onsen-santorini-a7733136.html>. Acesso em: 20 out. 2018.

FÁBIO, A.C. Por que Amsterdã está adotando medidas contra o turismo. **Nexo**. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/10/13/Por-que-Amsterd%C3%A3-est%C3%A1-adotando-medidas-contra-o-turismo>. Acesso em: 20 out. 2018.

FREITAS, A. Como a alta procura pelo charme de Lisboa está acabando com o charme de Lisboa. **Nexo**. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/07/23/Como-a-alta-procura-pelo-charme-de-Lisboa-est%C3%A1-acabando-com-o-charme-de-Lisboa>. Acesso em: 20 out. 2018.

FREITAS, A. Por que moradores de Veneza não querem mais cruzeiros em seus portos. **Nexo**. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/09/30/Por-que-moradores-de-Veneza-nao-querem-mais-cruzeiros-em-seus-portos> . Acesso em: 20 out. 2018.

GUATTARI, F. **The Three Ecologies**. New Edition. Continuum, 2008.

LEITE, R. P.. Localizando o espaço público: Gentrification e cultura urbana. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, [s. l.], n. 83, p. 35–54, 2008.

MEDINA, F. A nossa cidade não será a mesma se as lojas históricas não forem protegidas. **Observador**. Disponível em: <https://observador.pt/2016/04/02/fernando-medina-nossa-cidade-nao-sera-mesma-as-lojas-historicas-nao-forem-protegidas/>. Acesso em: 20 out. 2018.

NADAL, P. Nove lugares que odeiam os turistas. **EL PAIS**. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/01/elviajero/1496315476\\_605835.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/06/01/elviajero/1496315476_605835.html). Acesso em 20 out. 2018.

ROCHA, C. Dicionário prático para não se perder quando o assunto é a vida nas cidades. **Nexo**. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2015/12/31/Dicionario-pratico-para-nao-se-perder-quando-o-assunto-e-a-vida-nas-cidades> . Acesso em: 20 out. 2018.