



**27<sup>th</sup> APDR CONGRESS**  
*Sustainable Management of the Sea  
for Sustainable Regional Development*  
ANGRA DO HEROÍSMO, TERCEIRA, AZORES, PORTUGAL



## **GENTRIFICADORES CONTRA A GENTRIFICAÇÃO: A GENTRIFICAÇÃO TURÍSTICA DE UMA CIDADE PISCATÓRIA**

**J. André Guerreiro<sup>1</sup> & João Filipe Marques<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Portugal, [jorgeguerreiro@ces.uc.pt](mailto:jorgeguerreiro@ces.uc.pt),  
<sup>2</sup> CinTurs - Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-Estar e Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, Portugal, [jfmarq@ualg.pt](mailto:jfmarq@ualg.pt)

### **RESUMO**

Nos últimos anos, o turismo esteve na origem de uma série de fenómenos de transformação territorial e recomposição social em Portugal, que despertaram a comunidade científica para os impactos negativos do turismo e as consequências do seu rápido crescimento. Um destes casos é o da gentrificação turística – a conversão de habitações em alojamentos turísticos, o que resulta numa especulação imobiliária galopante e na impossibilidade dos moradores originais desses bairros e zonas poderem permanecer nos mesmos, criando também outros problemas ligados à perda de identidade das zonas afetadas. Esta comunicação partilha um caso de estudo de gentrificação turística no Algarve, o da Zona Histórica de Olhão, que tem promovido o desenvolvimento de um sentimento anti-turismo por parte dos autóctones, devido à pressão colocada sobre os residentes da zona histórica para se deslocarem para outras zonas da cidade.

*Palavras-chave: anti-turismo, gentrificação transnacional, gentrificação turística, overtourism.*

## **GENTRIFIERS AGAINST GENTRIFICATION: TOURISM GENTRIFICATION OF A FISHING TOWN**

### **ABSTRACT**

Over the last few years, tourism has been the origin of several territorial and social transformations in Portugal, which have awoken the scientific community to the negative impacts of tourism and the consequences of its rapid growth. One of such cases is tourism gentrification – the transformation of residential housing into tourism housings, that in turn

leads to mobiliary speculation. This makes it so that the original residents can no longer afford to live in their neighbourhoods and promotes the loss of identity of the affected areas. This communication shares a case study of tourism gentrification in Algarve, South Portugal – that of the Historical Centre of Olhão, that has resulted in the emergence of an anti-tourism sentiment by the locals.

**Keywords:** *anti-tourism, touristic gentrification, transnational gentrification, ouvertourism.*

## 1. INTRODUÇÃO

Nos finais do século XX, o conhecido sociólogo britânico Anthony Giddens (2000) descrevia a modernidade como um carro que avança desgovernado; um *juggernaut* que não poupa nada nem ninguém à sua passagem. Com efeito, os processos de globalização que estão associados à modernidade avançada trouxeram consigo um conjunto de transformações que Ritzer descreveu como “um conjunto de processos que envolvem um aumento da liquidez e o crescimento dos fluxos multidirecionais de pessoas, objetos, lugares e informação, bem como das estruturas que estes encontram e criam, e que tanto constituem barreiras como também aceleram esses mesmos fluxos” (2011: 11).

A compressão do espaço/tempo, operada pelos processos de globalização, afetou significativamente todas as dimensões da vida humana e a vida nas cidades não constituiu, evidentemente, uma exceção (Bauman, 1998). Aliás, a reflexão acerca da modernidade e da modernização utilizou, desde há muito, a cidade como unidade de análise da transformação social, do progresso e do conflito. Basta pensarmos na Paris “capital do século XIX” de Benjamin (1969), no advento do movimento operário nas cidades industriais inglesas, na morte dos Romanov durante a Revolução Russa ou na grande Chicago multiétnica dos anos 1920 e 1930.

Contudo, atualmente, a análise da vida na cidade, já não pode constituir um exercício espacialmente circunscrito, pois muito do que ocorre num território, possui causas extrínsecas a esse mesmo território. Os fluxos transnacionais pessoas e de capitais, potenciam a mudança e afetam rigorosamente tudo. Mesmo que o bater de asas de uma borboleta na China possa não conseguir provocar um furacão na Califórnia, uma mudança na político-jurídica na China ou nos Estados Unidos afetarão certamente a vida em todas as cidades do mundo. Isto significa que, embora os fenómenos ligados à globalização tenham sido, na maior parte dos casos, observados e analisados ao nível do Estado-nação, eles têm profundas consequências ao nível local e, concretamente, ao nível urbano (Wallerstein, 1999).

A gentrificação, enquanto fenómeno social urbano, condensa perfeitamente aquilo que acabou de ser dito. Tendo sido um processo muito específico e característico das cidades industriais no decurso dos processos de desindustrialização ou deslocalização industrial, este fenómeno evoluiu e mudou tanto como a própria ideia moderna de cidade. À medida que os fenómenos de gentrificação se foram complexificando e contaminando a maior parte das “cidades globais”, a teoria que procurou explicar estes processos teve igualmente de se expandir de forma a incluir formas cada vez mais novas de transformação social dos territórios urbanos (Sassen, 2002). Contemporaneamente, a gentrificação não ocorre apenas em territórios urbanos pós-industriais, sendo provocada por uma multiplicidade de fatores, entre os quais se incluem os fluxos transnacionais de pessoas e capitais.

Este artigo explora o caso de Olhão, outrora uma localidade piscatória que fez parte do núcleo industrial do Algarve, no sul de Portugal. Defende-se aqui a ideia, segundo a qual as novas formas de gentrificação, nomeadamente a *gentrificação turística* e a *gentrificação transnacional* estão intimamente articuladas com as formas contemporâneas de mobilidade. Tendo sofrido um processo inédito de gentrificação, os bairros do centro histórico de Olhão constituem um caso paradigmático daquilo a que a hipermobilidade contemporânea pode levar e um bom exemplo das novas mobilidades motivadas pelo estilo de vida.<sup>1</sup>

Através de uma abordagem fenomenológica, este artigo explora um conjunto de informações recolhidas com recurso a entrevistas, grupos focais e observação etnográfica, procurando reconstituir, não apenas o início do processo de gentrificação, mas também a sua evolução recente. Uma ênfase acrescida é dada às questões da deslocação espacial dos habitantes originais do centro histórico de Olhão, às transformações ocorridas nesta parte da cidade, bem como ao modo como os protagonistas da primeira vaga de gentrificação encaram ambos os processos.

O artigo inicia com uma breve revisão da literatura sobre o tema, acompanhada de uma passagem pelos principais conceitos-chave. Em seguida, são apresentadas as técnicas de recolha de informação que foram utilizadas e a metodologia para a sua análise. Na terceira parte, este texto aborda o processo de gentrificação sofrido nos bairros históricos de Olhão,

---

<sup>1</sup> Tradução dos autores para o conceito anglófono *lifestyle mobilities*.

desde o seu início, terminando com algumas conclusões que apontam direções para futuras investigações nesta área.

## 2. COMPREENDER A GENTRIFICAÇÃO

O termo “gentrificação” foi cunhado pela socióloga britânica Ruth Glass, em 1964, para descrever “o investimento no imobiliário de bairros decadentes ou degradados do centro das grandes cidades, com o objetivo de criar zonas residenciais para as classes de rendimentos médios ou elevados” (Patch & Brenner, 2007: 1917). O aumentada procura de casas ou de outras estruturas construídas (como *lofts* de antigas fábricas etc.) localizadas em bairros populares ou em zonas urbanas outrora menos valorizadas, por parte de membros das classes média e média alta, conduz inevitavelmente ao deslocamento daqueles que deixam de conseguir suportar o aumento dos preços da habitação nesses territórios, daí Glass ter sublinhado o facto de o processo de gentrificação possuir uma forte componente de relações de classe.

Ainda que esta proposição tenha pouco de revolucionário, alguns autores sublinham a necessidade de a teoria da gentrificação se emancipar das experiências norte europeias, em particular das anglosaxónicas, e dar mais atenção às novas formas de gentrificação que estão a ocorrer um pouco por todo o mundo. Como afirmam Sigler e Wachsmuth “é preciso “dissociar o processo [de gentrificação] da desindustrialização e da deslocação da classe operária – uma característica quase ubíqua dos casos do Atlântico Norte – em prol de um foco nas mudanças escala macro, baseadas na classe que são enquadradas pelos fluxos globais e pela reestruturação urbana local” (2016: 20).

Se no início foi fundamentalmente um processo característico das grandes metrópoles e das cidades industriais e, mais recentemente, das “cidades globais” (Atkinson & Bridges, 2010), atualmente a gentrificação tem vindo a ser observada, um pouco por todo o lado, mesmo em pequenas cidades e até em certas zonas peri-urbanas ou rurais. (Clark, 2005). No entanto, o núcleo duro destas novas formas de gentrificação continua a ser composto pelos processos de segregação e de deslocação das populações originais – normalmente pertencentes às classes mais desfavorecidas – que, assim, deixam de ter capacidade económica para residir em zonas onde o custo de vida e do alojamento aumenta rapidamente.

Por todo o globo, os processos de gentrificação têm vindo a sofrer transformações e as mais recentes conceptualizações têm procurado dar conta dessas mudanças (Lopes, Rodrigues

& Vera-Cruz, 2019). O conceito de *gentrificação turística* foi introduzido por Gotham, que o definiu como “a transformação de um bairro de classe média num enclave exclusivo e relativamente abastado caracterizado pela proliferação de atividades de diversão e de locais turísticos” (2005:1099). Embora tenha tido uma influência considerável, esta definição é algo limitada, pois a gentrificação turística pode, por exemplo, ocorrer em bairros populares ou de classes desfavorecidas e não apenas em territórios da classe média (Durr & Jaffe, 2012). Do mesmo modo, pode-se também argumentar que a proliferação de atividades de diversão nem sempre acompanha os processos de gentrificação turística, nomeadamente no caso das pequenas cidades, aldeias ou regiões rurais.

Não constitui nenhum segredo o facto de o turismo desempenhar um papel central na transformação cultural, económica e espacial dos territórios. O turismo constitui um recurso económico fundamental para os países da Europa do Sul. Poder-se-ia pensar que a gentrificação turística tenderia a ocorrer apenas nos destinos de Sol e Mar, mas curiosamente, o fenómeno não parece limitado pelas características dos destinos, não é exclusivo das áreas urbanas, nem está dependente do tipo de turismo. Nas últimas décadas foram publicados diversos estudos sobre casos de gentrificação turística no mundo inteiro (Baptista, Nofre & Jorge, 2018; Foulds, 2014; González-Pérez, 2019; Herrera, Smith & Vera, 2013; Hughes, 2018; Lopes, Rodrigues & Vera-Cruz, 2019; Mendes, 2017; Miró, 2011; Pinkster & Boterman, 2017; Prytherch & Maiques, 2009; Sarafa & Brito-Henriques, 2017; Skoll & Korstanje, 2014). Com efeito, a gentrificação turística é normalmente vista como um subproduto do desenvolvimento turístico e pode ocorrer tanto nos “tradicionalistas” destinos do chamado turismo de massas – como as praias ou os *resorts* de golfe – como em pequenas localidades que se viram recentemente transformadas em destinos turísticos (Durr & Jaffe, 2012; Herrera, Smith & Vera, 2013).

Este fenómeno pode inclusive consistir no resultado de políticas estatais ou autárquicas que regulem ou afetem o espaço urbano ou até de legislação que facilite o investimento de capitais transnacionais (Gent & Boterman, 2018: 35). A gentrificação turística constitui uma dessas formas, onde o Estado, muitas vezes, acolhe e colabora com os investimentos privados na recuperação de bairros degradados e na promoção de novas formas de consumo urbano que frequentemente resultam em áreas que ficam “na moda” e, assim, atraem mais investimento e estimulam o desenvolvimento de zonas contíguas (González-Pérez, 2019).

Enquanto os processos de regeneração urbana que acompanham a gentrificação são normalmente avaliados positivamente, especialmente quando se trata de zonas muito degradadas, a gentrificação turística tende a ocorrer em áreas não especialmente deterioradas, o que acarreta consequências sociais especialmente graves, dado o deslocamento de pessoas que provoca. A turistificação de determinadas zonas urbanas que normalmente antecede a gentrificação turística, pode ter como consequência o aumento dos preços de bens, serviços e alojamento que é sentido à escala de toda a cidade e afeta, não apenas aqueles que vivem nos bairros em vias de gentrificação, mas toda a população urbana. Uma característica particular da gentrificação turística é que tende a ter consequências mais marcadamente negativas do que a gentrificação “tradicional”. Com efeito, diversos estudos sobre a gentrificação turística revelam o aparecimento de sentimentos antituristas e o crescimento de tensões entre os autóctones e os turistas. Os *grafitti* com a frase *tourists go home* que apareceram em várias ruas de Barcelona, tornaram-se no símbolo da saturação turística (Hughes, 2018).

Os estudos contemporâneos sobre a gentrificação têm vindo a sublinhar que esta pode inclusive ser influenciada por processos de escala global. É este o caso do que tem vindo a ser designado por *gentrificação transnacional*. Processo que pode ser definido como

o fenómeno de gentrificação que liga o investimento de capital destinado à recuperação urbana não à procura imobiliária de uma única região, mas à procura ao nível transnacional, criando assim possibilidades para o investimento imobiliário em mercados onde esse investimento não teria existido apenas com base na procura local (Sigler & Wachsmuth, 2016: 2).

Com efeito, logo no início deste século, Smith (2002) defendeu que a gentrificação podia e devia ser observada como um processo urbano de nível global. Esta sugestão foi seguida por vários investigadores que começaram a olhar para a gentrificação à luz dos paradigmas da globalização e das mobilidades (Sheller e Urry, 2006). A gentrificação, em todas as suas formas, constitui efetivamente um fenómeno local, observado ao nível do bairro, da cidade ou da região, mas o capital – como afirmou Marx – não tem pátria e os fluxos de pessoas e bens há muito que atravessam fronteiras nacionais. Consequentemente, num mundo globalizado e, especialmente em territórios de hipermobilidade como a União Europeia, compreender a gentrificação requer o entendimento dos processos de mobilidade que lhe estão subjacentes.

### 3. AS TRANSFORMAÇÕES SOCIO-ESPACIAIS E O PARADIGMA DAS MOBILIDADES

A globalização desempenhou um papel fundamental como força motriz das novas tendências dos mercados e dos fluxos de pessoas e de informação (Smith, 2002). É, concretamente, o caso das mobilidades humanas, que se tornou mesmo numa das características distintivas do mundo desenvolvido (Sheller, 2014). Tendo em conta que o turismo constitui uma das manifestações dessas mobilidades, dificilmente se poderia debater a gentificação turística sem tratar o tema das mobilidades. Hannam, Sheller e Urry (2006: 1) afirmam que as mobilidades “abrangem quer os movimentos de grande escala de pessoas, objetos, capital e informação através do mundo, quer os procesos ao nível mais local de transporte diário através do espaço público e as viagens das coisas materiais na vida quotidiana.”

O paradigma das mobilidades integra então as dimensões social (estratificação social, desigualdades, relações de poder, hierarquias etc.), espacial (territórios, fronteiras, apropriações do espaço) e cultural (discursos, ideologias, representações sociais). A ideia chave acerca das mobilidades que é preciso reter quando se discutem as transformações ocorridas à escala local é a de que *estar em movimento é mais do que o estado em que os indivíduos estão quando se deslocam fisicamente*: é todo um modo de estar na vida e, até, uma questão identitária, um “estilo de vida” (*lifestyle*) (Urry, 2002). As mobilidades tornaram-se tão definidoras das características da contemporaneidade que muito das nossas vidas quotidianas se baseia nelas, ainda que a maior parte de nós não se aperceba disso.

Esta é a razão pela qual a gentificação turística e a gentificação transnacional são abordadas em conjunto neste capítulo: são ambas produtos das mobilidades contemporâneas. Embora a gentificação transnacional e a gentificação turística se possam manifestar separadamente, podem também estar interligadas, no sentido em que nos destinos que experienciam fluxos turísticos intensos, tende a observar-se também a instalação mais ou menos permanente daqueles que, inicialmente, foram turistas, nomeadamente nas etapas mais avançadas do curso de vida ou durante a reforma, como o têm vindo a demonstrar as investigações sobre a migração na reforma (*retirement migration*) e sobre a migração motivada pelo estilo de vida (*lifestyle migration*) (Benson e O'Reilly, 2009; Guerreiro, 2020; Guerreiro & Marques, 2020; Gustafson, 2009; McIntyre, 2013; Torkington, 2012).

A expressão *lifestyle mobilities* foi introduzida por McIntyre para descrever “os movimentos de pessoas, capital, informação e objetos que estão associados aos processos de instalação voluntária para lugares percebidos como promotores de um estilo de vida melhor ou, pelo menos, de um estilo de vida diferente” (2013: 194). Mais tarde o conceito de *lifestyle mobilities* passou a ser usado para referir as formas de mobilidade que se situavam algures entre o “turismo” e as “migrações”, o que o tornou particularmente adequado para dar conta das formas mais complexas de mobilidade (Cohen, Duncan & Thulemark, 2015). As mobilidades contemporâneas constituem, cada vez mais, escolhas de estilos de vida uma vez que 1) diluem as fronteiras entre a viagem, o lazer e a migração; 2) são o exemplo do colapso da divisão binária entre trabalho e lazer; 3) desestabilizam as dicotomias entre “casa” e “fora de casa” e 4) ilustram as complexidades associadas às questões da “pertença” e da “identidade” (Cohen, Duncan & Thulemark, 2015: 156).

#### **4. METODOLOGIA UTILIZADA**

Este artigo procura retratar o processo de gentrificação dos bairros históricos de Olhão, desde as suas origens até aos nossos dias, ao mesmo tempo que descreve os sentimentos e atitudes daqueles que foram “pioneiros” desse processo, relativamente à nova gentrificação e turistificação da cidade. Os excertos aqui apresentados resultaram de dezanove entrevistas em profundidade e de dois grupos focais, enquanto a informação complementar foi obtida através de um processo de análise documental, de cerca de dois anos de observação etnográfica, de um sem número de conversas informais e de um inquérito por questionário.

As entrevistas, os grupos focais e as conversas informais desenvolveram-se em torno de três temas principais: 1) os motivos que levaram os estrangeiros residentes a escolher o centro histórico de Olhão para morar; 2) qual é o seu sentimento de pertença relativamente ao centro histórico de Olhão e 3) o que pensam das transformações que estão a ocorrer nesses bairros. Uma vez que o universo é desconhecido, estimou-se que, atualmente, residem entre 300 e 400 estrangeiros no centro histórico de Olhão. A amostra foi escolhida por conveniência e usou-se a técnica da “bola de neve”.

Dada a politização crescente desta problemática, muitos dos estrangeiros contactados mostraram-se inicialmente relutantes em participar na investigação e em discutir publicamente o processo de gentrificação, e a recolha de informação foi então levada a cabo sob estrita garantia de anonimato e confidencialidade. As entrevistas e os excertos retirados

dos grupos focais foram integralmente transcritas e o seu conteúdo foi validado pelos informadores e a sua reprodução anonimizada foi previamente autorizada.

## **5. OLHÃO: UMA CIDADE PISCATÓRIA E INDUSTRIAL EM MUTAÇÃO**

Embora o início do turismo em Portugal date das primeiras décadas do século XX, o regime de matriz autoritária vigente entre 1928 e 1974 não se mostrou amigável à abertura do país ao estrangeiro e ao desenvolvimento da atividade turística. No entanto, por volta da década de 1940 o governo compreendeu finalmente o potencial económico do turismo e começou a investir em infraestruturas e a promover Portugal no exterior, tornando rapidamente o turismo numa das principais exportações do país (Agarez, 2013). Por esta altura, o Algarve era uma região extremamente isolada até para os padrões portugueses. Localizado no extremo sudoeste da Península Ibérica, a região estava separada do resto do país por um conjunto de serras de relevo acidentado a que se seguia o Alentejo semidesértico. Esta situação geográfica motivou os seus habitantes desde tempos imemoriais a virarem-se, naturalmente, para o mar.

Consciente do potencial turístico do Algarve, com o seu clima mediterrânico, as suas praias de areia dourada e a tipicidade das suas vilas e aldeias, o governo de então decidiu, transformar a região no principal destino turístico do país. Desta forma, o Secretariado da Propaganda Nacional, dirigido por António Ferro, começou a usar, entre outras, a imagem de Olhão e da sua arquitetura singular como símbolo da região, para a promover no país e no estrangeiro (Agarez, 2013). Com a volumetria caracterísca das suas casas, com as suas açoteias e “mirantes”, Olhão começou a ser tratada como a “vila cubista”, uma expressão cunhada pelo próprio António Ferro. A paisagem urbana de Olhão constituiu um elemento central nas representações do Algarve, seduzindo os adeptos do pitoresco e da paisagem mediterrânica.

Olhão distinguiu-se como localidade piscatória desde o início do século XVII e rapidamente se tornou num dos portos de pesca mais importantes do Sul de Portugal. Na década de 1880, tornou-se numa localização privilegiada para as fábricas de conservas de peixe; uma atividade já difundida em regiões costeiras de países como a Itália, a França ou a Espanha (Nobre, 2008).

Foi este desenvolvimento industrial que definiu a cidade até aos anos 1979 quando teve início o inexorável processo de desindustrialização. Na década de 1990, das dezenas de

fábricas de conservas que chegaram a existir, já poucas sobreviviam (Bonança, 2014). Todavia, não foi o processo de desindustrialização que mudou a relação de Olhão com o mar. A pesca constituiu a principal fonte de rendimento da cidade até à década de 90 do século passado, quando a política de pescas da União Europeia quase provocou o colapso no sector. Desde então, a pesca e a moluscicultura têm mantido alguma importância económica, principalmente para a sobrevivência das classes mais desfavorecidas e dos mais idosos.

Dado o seu passado industrial e os problemas trazidos pela desindustrialização, Olhão nunca foi um destino turístico. A praia que existia em frente dos bairros históricos há décadas que cedeu lugar ao porto de pesca e as praias das ilhas que protegem o sistema lagunar da Ria Formosa só são acessíveis de barco.

A zona histórica em torno da Barreta manteve-se relativamente intocada durante várias décadas pois não possuía grande valor imobiliário e as gerações mais jovens não mostravam interesse em viver nestes bairros antigos. Com o passar do tempo, as ruínas multiplicaram-se à medida que os habitantes diminuía. Os que ficaram foram as viúvas dos pescadores e os antigos operários reformados, sem grandes meios para manterem ou restaurarem as suas casas. Com o seu progressivo desaparecimento, os descendentes daqueles, também não tinham grandes motivos para investir em casas que não tinham valor, nem potenciais compradores. Muitas ruas ficaram vazias, dezenas de casas foram abandonadas à ruína e muitos edifícios, outrora armazéns das velhas fábricas ou oficinas de artesãos, foram esquecidos e emparedados.

Com cerca de 28 000 habitantes, atualmente a cidade de Olhão é sede do Concelho com o mesmo nome que, com uma população de mais de 45 000 habitantes é quarto mais populoso da região do Algarve. No coração da cidade, de frente para a Ria Formosa, situa-se o centro histórico que integra a freguesia de Olhão, cuja população ronda os 15 000 habitantes.

## **6. OS DOIS PROCESSOS DE GENTRIFICAÇÃO**

Pelo menos desde os anos 1930 que Algarve teve turistas que se tornaram residentes, (Williams & Patterson, 1998), contudo, a tendência foi que novos residentes se instalassem preferencialmente nas zonas rurais ou perto das praias, dos campos de golfe ou nas urbanizações turísticas e não nos centros urbanos. É por isso que o caso de Olhão é surpreendente. Foi em finais da década de 1980 que os primeiros estrangeiros se começaram a

instalar em Olhão. O seu número foi sempre aumentando até 2012, quando se tornou evidente que a maior parte vivia no Bairro da Barreta ou na zona histórica envolvente.

O fluxo de estrangeiros do Norte e do centro da Europa surpreendeu toda a gente. Olhão não tinha atrações turísticas, não era promovida no estrangeiro e não era reconhecida como destino turístico. Localizada a dez quilómetros de Faro, a capital da região, Olhão funcionava como dormitório; era um mero ponto de passagem para localidades propriamente turísticas como Tavira ou Monte Gordo.

*Olhão não tinha uma boa reputação. Mas nós não tivemos isso em conta. Nós não sabíamos. Mas quando conseguimos vender a casa que tínhamos no Algoz, houve várias pessoas que nos perguntaram: “agora que venderam a casa, para onde é que vão?” Nessa altura já estávamos a considerar a hipótese de Olhão e respondíamos: “bem, estamos a pensar ir viver para Olhão.” E ficavam a olhar para mim. Eu sabia no que estavam a pensar, pois eu também hesitei. Mas depois viemos cá, vimos e pensámos: “- Ok, vamos tentar!” [E5, 73 anos americana e E6, 60 anos, britânico].*

Estes “gentrificadores” pioneiros eram sobretudo artistas e intelectuais, desencantados com as suas terras, a quem o estilo de vida “comunitário” numa pequena cidade à beira-mar transportava para as experiências da infância. Não é coincidência o facto de se terem apaixonado pela arquitetura da cidade e de terem dado origem ao movimento de recuperação dos edifícios antigos.

*Primeiro vim com a minha filha. Viemos de férias para casa de um amigo que já cá vive há mais de vinte e cinco anos. Adorámos. E eu tinha andado a pensar em ter um sítio para passar as férias então comprei uma casa e descobri que passava aqui cada vez mais tempo e que isso era bom para mim. Como sou pintora, posso trabalhar em qualquer lado [...] Estava a considerar arranjar uma casa de férias. Pensei em Ibiza, mas era muito caro... Foi uma agradável surpresa quando percebi que Olhão era muito barato. Estava dentro dos critérios porque tinha todas as vantagens que estava a procura. Se quiseres uma casa num sítio que não seja demasiado turístico. Eu prefiro viver no local. Escolhi uma casa antiga porque tem mais carácter. A casa que tenho aqui tem um pé direito de quatro ou cinco metros e o tecto decorado com estuques. Isto já não se arranja em Inglaterra e se se arranja é por muito dinheiro. Aqui consigo viver em grande estilo, com mais luxo. As portas são altas, o tecto é alto, as divisões são grandes e têm muita luz natural, o que faz toda a diferença aqui no sul. É um lugar tão bonito.*

[...]

*Porque vivo aqui na cidade? Bem, talvez porque sou solteira. Se fosse casada ou tivesse um parceiro talvez não vivesse aqui, mas como sou solteira, há aqui imensa gente. A maior parte dos meus amigos são solteiros, então, estamos a cinco ou dez minutos uns dos outros. E tudo o que queremos é bom. Não ter de*

*conduzir à noite se bebemos um copo, faz toda a diferença. Julgo que é muito mais fácil assim. Quase todas as noites vou ver um amigo ou outro, então é mais fácil ir a pé de uma casa para outra. Se estivesse no campo pensava: “não me vou incomodar e sair à noite”. Sentimo-nos mais sós no campo. Não é seguro. Eu não me sentiria segura no campo. [E7, 74 anos, britânica].*

Um dos factos mais curiosos é que estes estrangeiros estavam interessados, fundamentalmente, nas casas tradicionais, mesmo que estas tivessem mais de cem anos. Daqui resultou que o centro histórico se tornou num local de convergência para os norte-europeus que desejavam viver em Olhão, pois casas com aquelas características não existem noutros locais, e eles não queriam viver em apartamentos modernos nem em propriedades rurais. A maior parte dos novos residentes adquiriram edifícios antigos para restaurar ou compraram casas já restauradas e prontas a habitar.

*Sinto que aqui as casas são uma coisa viva. Nunca se sabe o que se pode encontrar [lá dentro]. A Anne encontrou uma lata de sardinhas com mais de cem anos, eu encontrei um par de sapatos feitos à mão, daqueles que já ninguém sabe fazer [...]. Quando limpei a minha casa senti-me como um arqueólogo a achar artefactos de épocas passadas. Não se tem isso numa casa nova. Aí não há história [E2, 56 anos, britânica].*

*Olhão era tão único. Aqui viviam apenas pescadores e senhoras idosas que todos os dias iam ao mercado do peixe que fica em frente do mar. Todos as manhãs, em frente da minha casa, sentavam-se quinze ou vinte velhotas a falar sobre tudo e mais alguma coisa. Nunca percebi o que diziam, mas provocava-me um sentimento especial. Todas as manhãs, se sentavam ali a partir das sete horas [...] [Nos anos 80] vi que muitas casas estavam em muito más condições e disse: “ - Sinto que os jovens não querem saber destas casas, só os velhos, mas esses não têm dinheiro.” Desde então muita coisa mudou. Agora os estrangeiros chegam e restauram as casas. Não sei se concordo com isso. Acho que devíamos fazer isto em conjunto com os portugueses; em vez de os pormos de lado e deixar os estrangeiros fazer tudo sozinhos [E1, 64 anos, alemão].*

Durante os anos que se seguiram à crise do *subprime* de 2008, Olhão registava dos preços mais baixos do imobiliário urbano em Portugal. Os valores no centro histórico eram ainda mais baixos, pois ninguém queria ir morar para lá. A partir de 2012, o número de estrangeiros cresceu exponencialmente e em 2015 Olhão era um dos destinos mais populares para os estrangeiros que queriam vir viver para o Algarve. Depois de 2015, o cenário começou a mudar: os preços do imobiliário dispararam e ruínas que antes não tinham qualquer valor começaram a alcançar valores comparáveis aos de apartamentos novos. Desde então tem sido este o padrão e desde 2019 que praticamente não há edifícios disponíveis nesta zona da cidade.

*Quando vejo casas antigas a cair e a serem substituídas por prédios com mais de três andares, choro para dentro. Estas casas são a alma de Olhão. Isto é único, porque não foi transformado e o verdadeiro tesouro de Olhão são estas casinhas brancas, estas pessoas autênticas, sempre boas pessoas. Mas isso está a mudar. Alojamentos locais, condomínios fechados, isso não é Olhão. No dia em que tudo aqui ficar como um hostel, perde todo o interesse. Este é o problema. Portanto, não modernizem Olhão, mantenham-na autêntica [E3, 53 anos, francesa].*

Muitos destes pioneiros da gentrificação, queixam-se agora de que Olhão está a mudar demasiado depressa e temem que o estilo de vida que os fez apaixonarem-se pela cidade esteja ameaçado pelo desenvolvimento turístico.

*Isto está a acontecer muito depressa. Eu acho que é demasiado depressa. Está tudo a mudar. Muitos franceses estão a vir para cá. Os impostos lá são muito altos e eles estão a vender as propriedades na Côte d'Azur porque Portugal é mais barato e eles vêm para cá. Agora, metade das casas são de franceses [E1, 64 anos, alemão].*

Muitos sublinham que é o sentimento de comunidade que faz com que Olhão seja único: os velhos a tomar café nas esplanadas, de manhã e à noite, o vaivém dos pescadores, as pessoas a falarem alto a beberem nas ruas em grupos; receiam que tudo isto venha a ser substituído por hordas de turistas munidos de *smartphones*, câmaras fotográficas, mapas e bengalas de caminhada, como se vê no resto do Algarve.

*É formidável, ao sábado, ver gente vinda de todo o lado, vender [no mercado de rua] as cenouras que plantaram a alguns quilómetros daqui. Eu penso que isto é que é vida. É isto que significa viver numa pequena comunidade e foi isto que se perdeu completamente em França, com os grandes supermercados. Nós não precisamos de supermercados, precisamos de pessoas [...] Para mim é um prazer perguntar aos meus vizinhos: “- Olá como está?” Aqui podemos ver as pessoas... podemos ver as pessoas a trabalhar, podemos vê-las sozinhas. Como o meu vizinho, de quem eu gosto muito: eu sei que a casa dele é fria, então quando o vejo na rua, ao sol, sei que é porque está frio lá dentro. É bom conhecer as pessoas que vivem à nossa volta. Em França, vivia nos subúrbios, tinha uma boa casa, mas era difícil conhecer os vizinhos [...] nunca tivemos qualquer relação [E3, 53 anos, francesa].*

Nos últimos anos, um tipo diferente de estrangeiros – que podem ser descritos como membros das elites transnacionais (Aalbers, 2019; Rofe, 2003) – tem vindo a comprar casas em Olhão. Os novos residentes diferem dos “pioneiros” quer pelos volumes de capital económico, pelo *status* social, ou pelo estilo de vida. As elites transnacionais dividem o seu tempo entre diversos destinos espalhados pelo mundo, procuram as modas e as novas tendências de cada época e estão mais interessados em consumir os lugares do que em viver realmente neles. Assiste-se, assim, a um processo de *supergentrificação*, isto é, a uma nova

gentrificação de áreas proviamente gentrificadas e a uma mudança nas relações sociais e nas dinâmicas culturais (Butler & Lees, 2006).

*Isto preocupa-me, uma vez que as pessoas que costumavam vir para cá viver, não eram pessoas ricas. Isto não é para ricos e por isso é que é bom. Isto é para aqueles que querem ter uma relação autêntica com as pessoas de cá. Se não quiserem aprender português, não venham para cá, vão para Vilamoura, vão para qualquer lado onde haja Ingleses, Franceses, Alemães... Mas quando estamos aqui, estamos envolvidos com a comunidade. Mas alguns dos que se estão a mudar para cá, não ligam a isso. Vêm apenas por alguns dias, fazem as suas festas, conduzem Porches, Mercedes, Aston-Martins, alugam yates na marina e depois deixam as casas fechadas durante os meses seguintes [E3, 53 anos, francesa].*

*Nós vivíamos no centro mas nos últimos dois ou três anos, veio muito “dinheiro nórdico... e muitas pessoas “especiais” vieram viver para cá... já são tantos que já não é confortável. No Verão, por exemplo, as pessoas andam aqui como se estivessem na Disneylândia. Já nem sei como descrever... é como uma atração turística e não um sítio para viver. E como têm dinheiro, têm uma importância falsa [...] preferem dizer: “- Eu sou holandês, eu sou alemão, eu sou inglês e sou muito importante, só pessoas pobres é que vivem aqui...” Sabemos que o turismo é importante para o governo, mas alimentamos a esperança de que Olhão seja deixado em paz [E8, 66 anos, americano].*

Nos últimos anos, as agências imobiliárias começaram a dirigir-se agressivamente aos habitantes mais idosos do centro histórico, aliciando-os com propostas de compra das suas casas e tentado-os com a ideia de que, com o lucro da venda poderiam comprar apartamentos novos nos subúrbios. Alguns chegaram a aceitar o negócio e trocaram casas que mal tinham água corrente por apartamentos com o conforto que nunca tinham tido nas suas vidas

*Há tantas viúvas entre nós. Muitas, agora vivem com medo, porque os seus vizinhos partiram ou morreram e já não têm outros familiares. Os agentes imobiliários estão sempre a bater às suas portas e a perguntar: “porque é que não vende a casa e se muda para um apartamento novinho em folha, sem infiltrações nem problemas na canalização?” É por causa disto que eu estou preocupada, porque quanto mais perdemos a integridade cultural que está entretecida na comunicade, mais homogéneas se tornam estas cidades. Porque [estas casas] vão transformar-se naquelas casas brancas para os turistas das cidades fantasma dos Airbnb; onde as pessoas andam na rua a olhar para os telemóveis e nem olham para o ambiente, a tentar perceber onde estão e para onde é suposto irem. Pessoas que não vivem na nossa comunidade, sempre com bagagens de um lado para o outro. Muitas casas brancas, renovadas, sem vida nem famílias lá dentro [E4, 58 anos, americana].*

Curiosamente, têm sido os pioneiros da gentrificação de Olhão que têm exigido da autarquia medidas no sentido de evitar que mais autóctones abandonem o centro histórico. Recentemente foi implementado um programa de rendas acessíveis para fixar jovens, o qual

teve poucos interessados porque as rendas, apesar do apoio da Câmara Municipal, continuaram proibitivamente altas para jovens casais, mas principalmente porque o centro histórico parece não conseguir atrair os mais jovens que continuam a preferir os subúrbios.

Quando foi entrevistado no âmbito desta investigação, o Presidente da Câmara Municipal, António Pina, afirmou que estava seriamente preocupado com a deslocação das populações locais e com a perspectiva de ficarem apenas estrangeiros a viver nos bairros históricos. Mas também lembrou que, durante décadas, ninguém quis ir viver para o centro e que estes bairros estavam em ruínas devido a essa falta de interesse. Embora a perspectiva de o centro histórico vir a perder a sua identidade seja claramente perturbadora, o Presidente da Câmara sente que não há muito que possa vir a ser feito para o evitar a longo prazo. Olhão perdeu a sua cultura piscatória. Apenas os velhos e alguns dos seus descendentes retêm algumas das antigas tradições. Provavelmente, seria impossível impedir o desaparecimento dessa cultura, mesmo se não houvesse estrangeiros a querer viver no centro da cidade

## **7. DIREÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES**

Atualmente Portugal vive uma situação de carência de alojamento para arrendamento a longo prazo. Embora isto aconteça principalmente nas zonas do litoral, já várias cidades do interior começam a experimentar o mesmo fenómeno. Em todo o caso, há uma relação entre o turismo e o aumento do preço das rendas. Nos últimos anos, o arrendamento de curto prazo e o arrendamento através de plataformas digitais aumentou de tal forma que mesmo as famílias de classe média têm dificuldade em encontrar habitações a preços razoáveis. Este fenómeno provocou dificuldades severas à população estudantil das cidades universitárias, pois os estudantes dificilmente conseguem suportar o custo de vida e o do alojamento.

O turismo tem vindo a ser responsabilizado por todos estes problemas e começa a emergir nalguns locais um certo sentimento antiturismo, principalmente por parte daqueles que defendem que os benefícios do turismo são menores do que as suas consequências negativas. Embora Portugal tenha turismo de massas desde há décadas, as novas formas de turismo urbano não planeado, como o que deriva das plataformas digitais de arrendamento de curta duração, aumentam a pressão sobre o já frágil equilíbrio no mercado imobiliário de cidades que já têm mais visitas do que o previsto, sobrecarregando, ao mesmo tempo, as infraestruturas e serviços públicos já de si deficientes, como a recolha de lixo, os hospitais e centros de saúde, os transportes públicos ou as estradas.

Em Portugal, os impactos das novas formas de alojamento turístico, as consequências da gentrificação turística e até as relações culturais entre *hosts and guests* estão ainda, em grande medida por investigar. Embora ainda longe da situação de Barcelona, Lisboa sofreu, na última década, uma pressão turística imensa e foi a cidade portuguesa onde se verificaram mais protestos e movimentos organizados contra o turismo, contra a gentrificação turística e contra a proliferação do arrendamento de curta duração.

Estes processos vão definir a paisagem urbana portuguesa nas próximas décadas e necessitam, por isso, de ser estudados e acompanhados de perto. A economia portuguesa necessita do turismo como uma das suas principais exportações, mas encontrar alternativas equilibradas ao atual paradigma é essencial para evitar a saturação e a escalada dos sentimentos antiturísticos, principalmente nas cidades.

## 8. CONCLUSÕES

Todas as formas de gentrificação têm uma coisa em comum: sublinham as transformações sociais que resultam da introdução de novas categorias de residentes em determinadas zonas. No caso tratado neste artigo, a gentrificação original dos bairros históricos, levada a cabo inicialmente por artistas e intelectuais do norte e centro da Europa e a subsequente supergentrificação das elites transnacionais, foram o resultado de Olhão se ter tornado num destino turístico. Ainda que a primeira vaga de estrangeiros tenha sido, em parte, responsável por estes processos, são agora eles que vêm denunciar os efeitos da turistificação da cidade e a deslocação quase forçada dos seus residentes originais. Como afirmaram Lees, Slater e Wylie

Uma das tendências mais comumente observadas nos processos de gentrificação é o facto de lugares e pessoas inicialmente considerados típicos, autênticos ou subversivos rapidamente serem apropriados, tornados produtos *kitsch* produzidos em massa para os grupos de rendimentos mais elevados. Se falamos de uma estética de gentrificação, devemos lembrar-nos de que essa estética está longe de ser estática e que dá origem a enormes lucros à medida que o capital cultural se transforma em capital económico (2008: 118).

No caso de Olhão, a gentrificação turística é difícil de explicar. Por um lado, não pode ser vista estritamente como um produto do desenvolvimento turístico pois já havia estrangeiros ali a viver mesmo antes da cidade se ter tornado num destino turístico. Por outro lado, o crescimento do turismo na cidade acompanhou a deslocação dos habitantes locais bem como o aparecimento de alguns elementos da supergentrificação, como a construção de edifícios de

luxo para lazer, condomínios privados com piscina panorâmica nos telhados, uma marina, proliferação de carros de topo de gama e de restaurantes de cozinha étnica e *gourmet*, tal como podem ser vistos em Vilamoura ou Vale do Lobo, dois destinos turísticos para elites no Sul de Portugal.

Embora ainda seja muito cedo para compreendermos completamente as implicações desta transformação, o facto é que dezenas de moradores originais estão a ser assediados para venderem as suas casas ou a ser despejados pelos senhorios, que preferem optar pelo arrendamento de curto prazo. O aumento do custo de vida está a afetar rapidamente os locais, que têm cada vez mais dificuldade para manter o seu estilo de vida tradicional, uma vez que bares, restaurantes e lojas vão ao encontro da procura de turistas e de estrangeiros residentes.

Contudo, mesmo conhecendo os impactos sociais e culturais negativos dos processos de gentrificação, poder-nos-íamos interrogar sobre qual seria o destino da maior parte dos edifícios tradicionais e das ruas labirínticas dos bairros históricos de Olhão se este fenómeno não tivesse ocorrido. Pelo menos a primeira geração de gentrificadores parece estar verdadeiramente preocupada com o destino dos residentes locais. Mas o mesmo não pode dizer-se da segunda vaga, que vê Olhão como um lugar “na moda” para consumir como qualquer outro destino turístico. Com efeito os pioneiros da gentrificação mostraram-se preocupados com o facto de os residentes idosos dos bairros históricos poderem estar a ser “empurrados” para fora do centro histórico e receiam que Olhão perca aquilo que, aos seus olhos, a torna autêntica – a sua arquitetura e as suas gentes – e se torne uma cidade fantasma de Airbnb ou uma Disneylândia, um “não lugar” (Augé, 1995) desprovido de identidade onde a vida quotidiana é apenas uma encenação para os turistas (MacCannell, 1973, Guerreiro & Marques, 2017)

Olhão chegou tardiamente à turistificação do Algarve. Tal como as outras cidades e vilas piscatórias, antes tinha centenas de barcos de pesca e viu-os, entretanto, substituídos por embarcações de recreio. A pesca está lentamente a perder importância e a cultura pesqueira da região está praticamente desaparecida. Poucos lugares mantêm essa cultura, ainda algo impenetrável às transformações do turismo de massas que ocorreram por todo o Algarve. Cidades como Quarteira, Albufeira, Portimão, Monte Gordo e Lagos, outrora portos ou cidades de pesca, agora são formadas por enormes prédios altos à beira-mar. É isso que os pioneiros da gentrificação do centro de Olhão temem acima de tudo: que Olhão se torne noutra Quarteira ou Albufeira: uma cidade desprovida de identidade e cultura próprias, pouco mais que um local de férias para as elites transnacionais.

Ao mesmo tempo, os residentes portugueses da zona histórica pouco podem fazer para conter esta maré. Enquanto aprovam a recuperação dos prédios antes abandonados, temem que sua cidade lhes seja retirada à medida que mais famílias são despejadas pelos senhorios e os moradores mais velhos vendem suas casas aos estrangeiros.

## AGRADECIMENTO

João Filipe Marques foi financiado por fundos nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, projeto UIDB/04020/2020.

## Referencias

- Aalbers, M.B. (2019). Introduction to The Forum: From Third To Fifth-Wave Gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 110(1), 1-11.
- Agarez, R. (2013). Regional identity for the leisure of travellers: early tourism infrastructure in the Algarve (Portugal), 1940-1965, *The Journal of Architecture*, 18(5), 721-743.
- Antunes, A.M., & Azevedo, A. (1988). *Arquitectura Popular em Portugal, 3rd Volume*. Lisbon: Associação dos Arquitectos Portugueses.
- Atkinson, R., & Bridge, G. (2010). Globalisation and the New Urban Colonialism. In J. Brown-Saracino (Ed.), *The Gentrification Debates* (pp. 51-61). New York, NY: Routledge.
- Augé, M. (1995). *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. Verso.
- Baptista, L.V., Nofre, J., & Jorge, M.R. (2018). Mobilidade, Cidade e Turismo: pistas para analisar as transformações em curso no centro histórico de Lisboa. *Revista de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Número temático: Cidade, cultura e turismo: novos cruzamentos, 14-32.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (2008). *¿Qué es la Globalización?*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (1969). Paris: Capital of the Nineteenth Century. *Perspecta*, 12, 163-172
- Benson, M., & O'Reilly, K. (2009). Migration and the search for a better way of life: a critical exploration of lifestyle migration. *The Sociological Review*, 57(4), 608-625.
- Bonança, J. (2014). *O Milagre do 25 de Abril: Transformação de Olhão*. Albufeira: Arandis.
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, 8<sup>th</sup> edition. Cambridge, Harvard University Press.
- Brandão, V.G.J. (2012). *O Compromisso Marítimo de Olhão (1765-1873)*. (Unpublished master's dissertation). University of Algarve.
- Butler, T. (2007). For gentrification?. *Environment and Planning*, 39(1), 162-181.
- Butler, T., & Lees, L. (2006). Super-Gentrification in Barnsbury, London: Globalization and Gentrifying Global Elites at the Neighbourhood Level. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 31(4), 467-487.
- Clark, E. (2005). The order and simplicity of gentrification – a political challenge. In R. Atkinson & G. Bridge (Eds.), *Gentrification in a Global Context: The new urban colonialism* (pp. 261-269). New York, NY: Routledge.
- Cohen, S.A., Duncan, T., & Thulemark, M. (2015). Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration. *Mobilities*, 10(1), 155-172.

- Cresswell, T. (2006). *On The Move – Mobility in the Modern Western World*. United Kingdom: Routledge.
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Durr, E., & Jaffe, R. (2012). Theorizing Slum Tourism: Performing, Negotiating and Transforming Inequality. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, 93, 113-123.
- Featherstone, M. (1987). Lifestyle and Consumer Culture. *Theory, Culture & Society*, 4, 55-70.
- Foulds, A. (2014). Buying a colonial dream: the role of lifestyle migrants in the gentrification of the historic center of Granada, Nicaragua. (Unpublished master's dissertation). University of Kentucky, KY.
- Gent W.V., & Boterman, W. (2018). Gentrification of the Changing State. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 110(1), 35-46.
- Giddens, A. (2000). *As Consequências da Modernidade*. Oeiras: Celta.
- Gotham, K.F. (2005). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans's Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121.
- González-Pérez, J.M. (2019). The dispute over touristic cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain). *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2019.1586986.
- Guerreiro, J.A. (2020). Mobilidades, Estilos de Vida e Autenticidade: O caso dos estrangeiros residentes na zona histórica de Olhão, dissertação de mestrado não publicada, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve.
- Guerreiro, J.A., & Marques, J.F. (2017). Visita Guiada à Fábrica de Antiguidades Sociologia, Turismo e Autenticidade. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, (7)1, 8-22.
- Guerreiro, J.A. & Marques, J.F. (2020). Gentrifiers Against Gentrification: Tourism Gentrification in Algarve, South Portugal, in Pinto, P. & Guerreiro, M. (eds.) *Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations*, IGI Global, 1-23.
- Gustafson, P. (2009). Your Home in Spain: Residential Strategies in International Retirement Migration. In M. Benson & K. O'Reilly (Eds.), *Lifestyle Migrations: Expectations, Aspirations and Experiences* (pp. 69-86). Cornwall: Ashgate.
- Hackworth, J., & Smith, N. (2001). The Changing State of Gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 92(4), 464-477.
- Hackworth, J. (2018). Gentrification as a Politico-economic Window: Reflections on the Changing State of Gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 110(1), 47-53.
- Herrera, L.M., Smith, N., & Vera, M.A.M. (2013). Gentrification, Displacement, and Tourism in Santa Cruz De Tenerife. *Urban Geography*, 28(3), 276-298.
- Hughes, N. (2018). 'Tourists go home': anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movements Studies*, 17(4), 471-477.
- INE (2015). *Anuário Estatístico da Região do Algarve 2014*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Janoschka, M., Sequera, J., & Salinas, L. (2014). Gentrification in Spain and Latin America: a Critical Dialogue. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1234-1265.
- Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. (2008). *Gentrification*. United States: Routledge.
- Lopes, A.C., Rodrigues, E.B. & Vera-Cruz, R. (2019). Tourism Gentrification. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 471.

- MacCannell, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *The American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- McIntyre, N. (2013). Mobilities, Lifestyles and Imagined Worlds: Exploring the Terrain of Lifestyle Migration. In T. Duncan, S.A. Cohen & M. Thulemark (Eds.), *Lifestyle Mobilities: Intersections of Travel, Leisure and Migration* (pp. 193-207). Ashgate.
- Mendes, L.M. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009. *Cadernos Metrópole*, 19(39), 479-512.
- Miró, S.V. (2011). Producing a “Successful City”: Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City – The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*, 2011, DOI: 10.1155/2011/989676.
- Nobre, A. (2008). História Breve da Vila de Olhão da Restauração. Olhão: APOS.
- Park, R., Burgess, E., & McKenzie, R.D. (1967[1925]). *The City. Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Patch, J., & Brenner, N. (2007). Gentrification. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (pp. 1917-1920). Singapore: Blackwell Publishing.
- Pinkster, F.M., & Boterman, W.R. (2017). When the spell is broken: gentrification, urban tourism and privileged discontent in the Amsterdam canal district. *Cultural geographies*, 24(3), 457-472.
- Prytherch, D.L., & Maiques, J.V.B. (2009). City profile: Valencia. *Cities*, 26, 103-115.
- Rérat, P., Söderström, O., & Pigué, E. (2009). New Forms of Gentrification: Issues and debates. *Population, Space and Place*, 16, 335-343.
- Ritzer, G. (2011). *Globalization: The essentials*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Rofe, M.W. (2003). ‘I Want to be Global’: Theorising the Gentrifying Class as an Emergent Élite Global Community. *Urban Studies*, 40(12), 2511-2526.
- Sassen, S. (2007). *A Sociology of Globalization*. United States: W. W. Norton & Company.
- Sarafa, J., & Brito-Henriques, E. (2017). O Hotel Santiago de Alfama Como Alegoria da Política Recente de Regeneração Urbana. *Finisterra*, 52(106), 65-84.
- Sheller, M. (2014). The new mobilities paradigm for a live sociology. *Current Sociology Review*, 62(6), 1-23.
- Sheller, M., & Urry, J. (2006). The New Mobilities Paradigm. *Environment and Planning A*, 38, 207-226.
- Sigler, T., & Wachsmuth, D. (2016). Transnational gentrification: Globalisation and neighbourhood change in Panama’s Casco Antiguo. *Urban Studies*, 53(4), 705-722.
- Skoll, G.R., & Korstanje, M. (2014). Urban heritage, gentrification, and tourism in Reverwest and El Abasto. *Journal of Heritage Tourism*, 9(4), 349-359.
- Smith, N. (2002). New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy. *Antipode*, 34(3), 434-457.
- Smith, N. (2010). A Short History of Gentrification. In J. Brown-Saracino (Ed.), *The Gentrification Debates* (pp. 31-36). New York, NY: Routledge.
- Tissot, S. (2015). *Good Neighbors: Gentrifying Diversity in Boston’s South End*. Verso.
- Torkington, K. (2012). Place and Lifestyle Migration: The Discursive Construction of ‘Glocal’ Place-Identity. *Mobilities*, 7(1), 71-92.
- Urry, J. (2002). Mobility and Proximity. *Sociology*, 36(2), 255-274.
- Wallerstein, I. (1999). Análise dos Sistemas Mundiais. In A. Giddens & J. Turner (Eds.), *Teoria Social Hoje* (447-470). São Paulo: UNESP.
- Williams, A.M., & Patterson, G. (1998). 'An Empire Lost but a Province Gained': A Cohort Analysis of British International Retirement in the Algarve. *International Journal of Population Geography*, 4, 135-155.