

Karolina GOLEMO 

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie

karolina.golemo@uj.edu.pl

LIZBONA – MIASTO ZAWŁASZCZONE

DO KOGO NALEŻY DZISIAJ PORTUGALSKA STOLICA?

ABSTRACT

Lisbon – A City Taken Over. Who Does the Portuguese Capital Belong to?

Dynamic development of tourism is a force transforming many of today's cities. Changes caused by growing tourism mobility are visible at different levels: economic (imbalance of housing market, increasing prices), socio-cultural (gentrification and its consequences: change of inhabitants' profiles, new neighborhood relations, new styles of consumption) and aesthetic-symbolic (intervention in urban landscapes through modernization and reorganization of traditional spaces). As an answer to these processes different forms of social protest appear against the uncontrolled development of mass tourism. The aim of this paper is to show the dynamics between the inhabitants of historical zones of Lisbon and visitors, as well as to explain the consequences of touristification on social relations in urban space.

Key words: Lisbon, urban tourism, tourism gentrification, touristification, social protest

Słowa kluczowe: Lizbona, turystyka miejska, gentryfikacja turystyczna, turystyfikacja, protest społeczny

Jeszcze dekadę temu Lizbonę postrzegano jako urokliwy, zastygły w czasie zakątek Europy. Zawieszona nad Atlantykiem, z dala od ruchu i pośpiechu innych europejskich stolic, była schronieniem dla osób szukających ukojenia i zadumy. Od kilku lat stolica Portugalii cieszy się rosnącą popularnością, a odwiedzający ją turyści coraz mocniej zaznaczają swoją obecność w miejskiej przestrzeni. Pod wpływem tych nowych trendów zmienia się i samo miasto. Budynki popadające w ruinę znajdują inwestorów, którzy przywracają je do życia na nowych rynkowych zasadach. Dawni lokatorzy kamienic w starych zabudowlanych dzielnicach wyprowadzają się na obrzeża miasta, ponieważ nie są w stanie pokrywać wzrastających opłat za wynajem. Ich miejsce zajmują sezonowi turyści lub cudzoziemcy mieszkający w Lizbonie, których stać na wynajęcie lokum na nowych warunkach. Tradycyjne bary ustępują miejsca nowym lokalom o charakterze bardziej kosmopolitycznym, „trendy”, dostosowanym do gustów międzynarodowej klienteli. Stare sklepiki, butiki czy zakłady rzemieślnicze tracą klientów na rzecz sieciowych firm i dużych supermarketów z zagranicznym kapitałem. W centrum miasta – poza muzeami – pozostają głównie hotele, hostele, lokale i restauracje dla turystów oraz sklepy z pamiątkami. Dominującym językiem w kontaktach handlowych i usługowych staje się angielski. Życie codzienne lizbończyków przenosi się coraz dalej na peryferie.

Część lizbończyków, związana z działalnością w sektorze turystyki, czerpie korzyści z nowego stanu rzeczy, ale jest też grupa mieszkańców ponoszących negatywne konsekwencje tego zjawiska. Umasowienie turystyki oddziałuje na miasto na różnych poziomach: ekonomicznym (kurcząca się oferta mieszkań na wynajem długoterminowy jako skutek działalności serwisów Airbnb czy Booking.com, wzrost cen produktów żywnościowych), społeczno-kulturowym (zjawisko gentryfikacji i jego konsekwencje: zmiana profilu mieszkańców historycznych dzielnic Lizbony, nowy typ relacji sąsiedzkich, nowe style konsumpcji) czy estetyczno-symbolicznym (ingerencja w krajobraz miejski poprzez modernizację i reorganizację tradycyjnych przestrzeni: użycie nowych stylów architektonicznych, przebudowa ciągów komunikacyjnych – budowa schodów ruchomych, wind etc.). Omówienie wszystkich tych kwestii wymagałoby rozbudowanego opracowania, dzisiejsza turystyfikacja Lizbony jest bowiem zjawiskiem na tyle złożonym, że może być analizowana z różnych perspektyw. W tym artykule, mającym charakter wstępnego studium opartego na obserwacji uczestniczącej i źródłach wtórnych, odnoszę się przede wszystkim do dynamiki pomiędzy przyjezdnymi i miejscowymi, próbując pokazać, jakie skutki może mieć intensyfikująca się turystyka kulturowa w Lizbonie dla mieszkańców historycznego centrum miasta. Poruszam także temat protestów społeczności lokalnych przeciwko wysiedleniom i wykluczeniu społecznemu, analizowany już wcześniej w kontekście innych miast europejskich¹.

¹ Zob. na ten temat np. J. Kowalczyk-Anioł, *Syndrom wenecki. Dysfunkcje współczesnej turystyki w miastach cennych kulturowo*, [w:] *Przestrzeń w turystyce. Znaczenie i wykorzystanie*, red. M. Durydiwka, K. Duda-Gromada, Warszawa 2015; J. Kowalczyk-Anioł, P. Zmysłony, *Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony*, „Turystyka Kulturowa” 2017, nr 2. Pracę nad artykułem zakończyłam w maju 2018 r. Dotyczy on procesów bardzo dynamicznych, sytuacja związana z rozrostem turystyki w Lizbonie podlega nieustannym zmianom, dlatego w momencie ukazania się

TURYSTYKA KULTUROWA, TURYSTYFIKACJA, GENTRYFIKACJA TURYSTYCZNA

Turysta kulturowy to osoba, dla której *kultura odgrywa kluczową rolę podczas selekcji kierunku podróży i aktywności, które podejmuje w czasie pobytu*². Nastawiony jest na poszukiwanie autentyczności miejsc, zagłębianie się w nie poprzez zdobywanie wiedzy, kontakty z miejscowymi ludźmi i doświadczanie emocji związanych z odkrywaniem „nowego”. Turystą kulturowym kieruje ciekawość świata, a nie chęć czystej rozrywki. Takie ujęcie zjawiska na poziomie teoretycznym często jednak nie idzie w parze z jego przejawami w praktyce. Turysta „kulturowy”, jeżeli brakuje mu empatii, uważności oraz poczucia etyki i granic, może stać się dla przyjmujących go społeczności lokalnych równie uciążliwy, co poszukujący łatwo dostępnych rozrywek turysta „masowy”. W dobie nasilającej się turystyki o różnym profilu, rozróżnienie na turystę masowego i indywidualnego (kulturowego?) nie znajduje już chyba większego uzasadnienia. Lizbona, z uwagi na swoje bogate wielokulturowe dziedzictwo, jest miejscem, które przyciąga dzisiaj turystów – także kulturowych – w wymiarze masowym. Tysiące osób przenikające do tkanki miasta, obojętnie, czy są to konglomeraty, czy jednostki i kameralne grupki, tworzą razem masę, która staje się dla Lizbony coraz bardziej uciążliwa³.

Termin turystyfikacja odnosi się do procesów zmian, przewidywanych i niezamierzonych, powodowanych przez masowy napływ turystów. Pojęcie to towarzyszy współcześnie dyskusjom wokół turystyki w Portugalii, szczególnie w odniesieniu do negatywnych aspektów, jak wykluczenie i nierówności społeczne czy niepożądane przemiany krajobrazu kulturowego⁴. Warto zaznaczyć, że słownik języka portugalskiego

tekstu niektóre z treści w nim zawartych mogą stracić na aktualności. Artykuł ten traktuję więc jako przyczynek do dalszych obserwacji i analiz.

² C. Henriques, *Turismo, cidade e cultura. Planeamento e gestão sustentável*, Lisboa 2003, s. 105. Istnieją też bardziej szczegółowe definicje tego zjawiska: *Nazwą turystyki kulturowej możemy określić te wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu albo wzięciu w niej udziału*, A. Mikos von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno 2008, s. 31. W jeszcze innym ujęciu jest to: *zespół zachowań turystów związanych z ich autentycznym zainteresowaniem dziedzictwem kulturowym, a z drugiej strony ich uczestnictwem w szeroko rozumianym współczesnym życiu kulturalnym*. A. Kowalczyk, *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Warszawa 2008, s. 13.

³ Pojawiają się głosy, że turysta – obojętnie, czy masowy, czy przestrzegający zasad etyki – jest ciężarem dla świata, zob. J-P Tuquoi, *Qu'il soit «éthique» ou de masse, le tourisme épuise le monde*, „Reporterre. Quotidien de l'écologie” 2018, [online] <https://reporterre.net/Qu-il-soit-ethique-ou-de-masse-le-tourisme-epuise-le-monde>, 4 V 2018.

⁴ Myriam Jansen-Verbeke traktuje turystyfikację jako rezultat procesów zmian powodowanych przez turystyzm. Turystyfikacja, zdaniem autorki, prowadzi do metamorfozy krajobrazów kulturowych. M. Jansen-Verbeke, *Paradygmat terytorialności w turystyce kulturowej*, „Turyzm” 2009, vol. 19, nr 1-2, s. 25 i 27.

podaje dość neutralną definicję tego zjawiska⁵. Turystyfikacja bywa określana jako proces, w którym dane terytorium staje się turystyczne, to znaczy podejmowane wybory i strategie dotyczące rozwoju danego miejsca mają na celu przede wszystkim uczynienie go atrakcyjnym dla odwiedzających⁶. W skrajnych przypadkach proces ten powoduje, że pewne obszary miasta zmieniają się w symulakry czy parki tematyczne, tracąc swój wyjściowy, oryginalny charakter⁷. Turystyfikację można też odnieść do kontekstu lokalnego dziedzictwa kulturowego, które na skutek zachodzących zmian zaczyna być traktowane jako atrakcja czy artefakt. Traci swoją kulturową wartość, zmieniając się w wyestetyzowany produkt turystyczny⁸. W procesie turystyfikacji lokalna przestrzeń zatracza swoje oryginalne cechy, osiągając poziom turystycznego widowiska (*tourist performed state*). Zacierają się granice pomiędzy tym, co należy do społeczności pozostającej „wewnątrz” i do turystów przybywających „z zewnątrz”⁹. Wraz z nasileniem się globalnej turystyki, kultury stają się coraz bardziej „uturystycznionymi” (*touristified*) przedstawieniami lokalnego życia¹⁰.

Pojęciem często używanym w portugalskiej debacie na temat negatywnych skutków turystyki jest też gentryfikacja. W ogólnym ujęciu można określić to zjawisko jako napływ nowych mieszkańców o wyższym statusie społecznym do obszarów zdegradowanych¹¹. Joanna Kowalczyk-Anioł wskazuje, że różnymi autorami, na związek gentryfikacji z globalizacją i przestrzenną ekspansją. Może być ona również traktowana jako strategia przekształcania centrów miast i wyraz neoliberalnego urbanizmu¹². Proces gentryfikacji bywa zarówno pochodną „wolnorynkowych sił miejskiej odnowy”, jak

⁵ *Proces rozwoju aktywności turystycznej w danym mieście, regionie; zjawisko przemiany społeczno-ekonomicznej poszczególnych miejscowości lub obszarów, zazwyczaj miejskich, uznanych za turystyczne lub mających turystyczny potencjał, w odpowiedzi na wzrastający popyt na pewne kierunki turystyczne, obejmujący tworzenie miejsc czasowego zakwaterowania, wprowadzanie nowych narzędzi wsparcia, rewitalizację nieruchomości, i – w konsekwencji – zmianę profilu mieszkańców, turistificação*, [w:] *Dicionário infopédia da Língua Portuguesa*, Porto 2003-2018, [online] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/turistificação>, 4 V 2018.

⁶ Zob. M.F.J. Muselaers, *Touristifying Mouraria. The Impacts of Touristification and Responses of the Local Community, in Mouraria (Lisbon)*, Utrecht University (praca magisterska z 2017 r.), [online] <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/354127>, 4 V 2018; J.R. Fernandes, *Area-Based Initiatives and Urban Dynamics. The Case of the Porto City Centre*, „Urban Research & Practice” 2011, vol. 4, nr 3.

⁷ J.R. Fernandes, *Area-Based Initiatives...*

⁸ O instrumentalnym użyciu etniczności w celach turystycznych i związanych z tym dylematami dotyczącymi autentyczności pisze R. de Azeredo Grunewald, *Turismo e etnicidade*, „Horizontes Antropológicos” 2003, nr 20.

⁹ M.F.J. Muselaers, *Touristifying Mouraria...*, s. 12.

¹⁰ N.B. Salazar, *Touristifying Tanzania. Local Guides, Global Discourse*, „Annals of Tourism Research” 2006, vol. 33, nr 3, s. 836.

¹¹ Definicja podana przez geografa L. Mendesa na spotkaniu poświęconym polityce mieszkaniowej w Lizbonie, „Nova Geração das Políticas de Habitação”, księgarnia Tigre de Papel, 20 III 2018.

¹² J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta. Przykład Meszhed w Iranie*, „Turystyka Kulturowa” 2018, nr 2, s. 8-9. Por. N. Smith, *New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy*, „Antipode” 2002, vol. 34, nr 3.

i rezultatem działań podejmowanych przez lokalne władze¹³. Szczególnym rodzajem gentryfikacji jest gentryfikacja turystyczna¹⁴, wynikająca z połączenia różnych czynników: publicznych strategii rozwoju turystyki, wzrostu wartości ekonomicznej oraz symbolicznej poszczególnych obszarów miejskich, rewitalizacji pewnych części miasta. Wzrost turystyki wiąże się z wypychaniem lokalnej społeczności do innych obszarów miejskich, często na peryferia. Na te przesiedlenia oddziałują zarówno bezpośrednie czynniki ekonomiczne (podwyżka cen wynajmu mieszkań)¹⁵, jak i – pośrednio – procesy zachodzące w płaszczyźnie społeczno-kulturowej i środowiskowej (zmiana relacji sąsiedzkich, zmiana profilu lokalnych sklepików, zatłoczenie, zanieczyszczenie ulic)¹⁶. Gentryfikacja turystyczna może wynikać zarówno z dynamiki rynkowej, jak i być rezultatem prowadzonej polityki. Badacze rozróżniają także gentryfikację mieszkaniową i handlową¹⁷.

LIZBONA „TURYSTYCZNA”

Jeszcze kilka lat temu Lizbona była opisywana jako peryferyjny, zawieszony nad oceanem skrawek europejskiego kontynentu. *Działa czar miejsca na uboczu, zapomniane go przez zdyszaną, zatłoczoną Europę* – pisał o niej Marcin Kydryński w swojej książce będącej pochwałą portugalskiej stolicy, a szczególnie jej warstwy muzycznej¹⁸. Takie wyobrażenie o wyjątkowości Lizbony najwyraźniej przybrało na sile w ostatnim czasie, a niekwestionowany czar miasta nad Atlantykiem, jego magia i „inność” zaczęły coraz mocniej oddziaływać na zabieganych i zmęczonych innymi kierunkami przyjezdnych.

¹³ J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta...*, s. 8-9.

¹⁴ Koncepcję gentryfikacji turystycznej rozpowszechnił K.F. Gotham w swoim studium na temat Nowego Orleanu, zob. tegoż *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)*, „Urban Studies” 2005, vol. 42, nr 7. W polskiej literaturze syntetyczną definicję gentryfikacji turystycznej zaproponowała J. Kowalczyk-Anioł, opisując ją jako *równoczesny ekonomiczny, fizyczny, społeczny i kulturowy wpływ wywierany przez rozwój turystyki i sprzyjających jej procesów rewitalizacji (uruchamianych przez siły rynku i działania władz), nierozłącznie związany z wyparciem mieszkańców powodowanym przez działalność turystyczną i aktywność turystów. Jego skutkiem jest przekształcenie miejskiej przestrzeni społecznej w przestrzeń konsumpcji turystyczno-rozrywkowej*, J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta...*, s. 10.

¹⁵ Wzrost cen wynajmu na dłuższy okres (skierowanego do społeczności lokalnej) wiąże się z rozrastaniem się oferty lokalowej skierowanej do turystów, tzw. zakwaterowania krótkoterminowego. Formy bezpośredniego krótkoterminowego wynajmu turystycznego rozpowszechniane są za pomocą globalnych portali internetowych np. Airbnb, zob. szerzej na ten temat: *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises. International Perspectives*, red. M. Gravari-Barbas, S. Guinand, London 2017.

¹⁶ M.F.J. Muselaers, *Touristifying Mouraria...*, s. 15.

¹⁷ Pierwsza wiąże się ze wzrostem wartości nieruchomości i kosztów wynajmu mieszkań oraz z ekspansją kwater turystycznych (hotelii, hosteli, obiektów B&B) czy drugich/wakacyjnych domów. Druga przekształca lokalny rynek handlowo-usługowy „na potrzeby gościnności”, J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta...*, s. 10.

¹⁸ M. Kydryński, *Lizbona. Muzyka moich ulic*, Warszawa 2013, s. 26.

Dzisiaj można wręcz powiedzieć, że z „miejsca na uboczu” przeobraziła się ona w jedno z coraz częściej odwiedzanych, tłocznych miejsc na kontynencie.

Turyści przyjeżdżający do Lizbony mają współcześnie do dyspozycji bogaty repertuar środków i możliwości zwiedzania. Ceniący wygodę i przewidywalność obserwują miasto z pokładu piętrowych autobusów oferujących turystom standardowe *must see*, pozwalając przy tym zaoszczędzić na czasie; spragnieni bliższego kontaktu z miejską tkanką korzystają z przemykających wąskimi uliczkami centrum tuk-tuków¹⁹, a poszukiwacze oryginalniejszych wrażeń stawiają na przejażdżkę lizbońską amfibią, mogąc dzięki temu odkryć nie tylko zaułki miasta, ale i sprawdzić, co kryje się pod powierzchnią opływającego Lizbonę Tagu. Współczesny turysta chcący poznać portugalską stolicę ma do dyspozycji także inne środki transportu: segway, gocar, helikopter, prom, pojazdy w stylu *vintage* (Beetle) czy tradycyjne żółte tramwaje, szczególnie linię 28. Szeroki jest też wachlarz proponowanych „opcji tematycznych”²⁰: Fado Tour, Living Fado, Surf Tour, Street Art Tour, Pub Crawl, Wine Adventure, Ghost Tours, Lisbon with Fernando Pessoa, Sunset on the Hills, Lisbon Lovers, The Moorish Lisbon.

Tabela 1. Przykłady ofert (pakietów) lizbońskich agencji turystycznych na podstawie przeanalizowanego materiału

<i>Lisboa Autêntica – Real Walks</i> spacery po „autentycznej Lizbonie”	<i>Walking Tours – Lisbon Spirit</i> spacery w „lizbońskim duchu”
<ul style="list-style-type: none"> – <i>Lisbon Gastronomy</i> – <i>Lisbon Essential – an historic and practical guide to Lisbon</i> – <i>Old Lisbon – Alfama & the Castle</i> – <i>Lisbon of Fado – followed by signer</i> – <i>Lisbon Wine – wine, food and friends</i> 	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Lisbon from the other side – Across the Tejo River</i> – <i>Chiado & Bairro Alto – The bohemian side of Lisbon Beyond the tram n. 28 – from breathtaking viewpoints to the streets of Alfama</i> – <i>Baixa, the Downtown – a new city built after the 1755 earthquake</i> – <i>Belém – new world to be discovered...</i>

Z przywołanych wyżej przykładów wynika, że odwiedzający Lizbonę mogą liczyć na bogaty zestaw „pakietów” i wizyt tematycznych: od poznawania przysmaków lokalnej kuchni i wina, przez „włóczenie się po pubach”, tropienie duchów, oglądanie zachodu słońca z lizbońskich wzgórz, romantyczne zwiedzanie dla zakochanych, eksplorowanie miejsc związanych z portugalskim poetą Fernandem Pessoa czy podziwianie lizbońskiego graffiti.

Zindywidualizowany turysta dąży do znalezienia takiego produktu, który będzie unikatowy, skrojony jakby specjalnie dla niego, zaspokajający jego osobiste potrzeby²¹.

¹⁹ Tuk-tuk – inaczej autoriksza. Rodzaj zmotoryzowanej, zazwyczaj trójkołowej rikszy używanej jako środek transportu głównie w krajach azjatyckich (Indie, Pakistan, Nepal, Bangladesz czy Sri Lanka).

²⁰ Zestawienie opracowałam na podstawie materiałów zebranych w czerwcu 2015 r. i uzupełnionych latem 2017 r. w punktach informacji turystycznej w okolicach Rossio i Praça do Comércio. Zachowałam oryginalne angielskie nazwy używane w folderach i ulotkach. Nie jest to próba ukazująca cały potencjał oferty turystycznej miasta, ale może stanowić jego egzemplifikację.

²¹ Zob. C. Henriques, *Turismo, cidade e cultura...*

Istnieją miasta oferujące zwiedzającym możliwość doświadczeń i przyjemności, które niekoniecznie pociągają za sobą dodatkowe koszty. Lizbona zdobyła uznanie przyjezdnych ze względu na specyficzny klimat, wyjątkową atmosferę, którą się „chłonie”, wibracje w powietrzu, którymi się oddycha. Zaistniała w wyobrazeniach turystów i stała się popularna jako miejsce wytwarzające wyjątkową aurę. W portugalskiej stolicy przez cały rok odbywają się różnego typu wydarzenia kulturalne i artystyczne, znaczną ich część stanowią wydarzenia muzyczne²². Wiele przedsięwzięć o charakterze kulturalnym jest bezpłatnych. Ofertę kulturalną Lizbony prezentują wydawane co miesiąc informatory „Agenda Cultural de Lisboa” czy „Follow me Lisboa”, dostępne w kilku wersjach językowych w punktach informacji turystycznej oraz w Internecie. Turyści mogą więc, przy odpowiedniej motywacji i odrobinie ciekawości, wyszukać dla siebie coś wychodzącego poza oficjalne pakiety dla zwiedzających²³.

Rachid Amirou w książce *Imaginaire du tourisme culturel* (*Wizerunek turystyki kulturowej*) pisze o poszukiwaniu „autentyczności turystycznej”, nostalgicznym dążeniu do „prawdziwego życia” zachowanego w dawnych społecznościach, które w swej wierności tradycji zachowały antyczny-egzotyczny posmak²⁴. To usilne tropienie „realności” widać u przyjezdnych odwiedzających historyczne, kiedyś zupełnie zdegradowane obszary Lizbony. Są turystami *par excellence*, wkraczają bez żadnych zahamowań w prywatno-publiczną przestrzeń wyznaczaną przez zaułki i patia ukryte między murami starych dzielnic²⁵, bez skrupowania zaglądają do okien, podsłuchują sąsiedzkie rozmowy, fotografują suszącą się na sznurkach przed domami bieliznę, głośno komentują prowizoryczne warunki mieszkaniowe lokalnej społeczności. Ale jednocześnie usilnie starają się pozbyć etykiety „turysty masowego”, uporczywie wypytują o „nieturystyczne” knajpki i zakątki, dzikie plaże – najlepiej nieznane turystom, bary z prawdziwym fado – „nie dla turystów”. Podkreślają chęć przeżywania miasta tak jak ludzie miejscowi.

Ważnym elementem promocji turystycznej jest wykreowanie wizerunku danej przestrzeni, turyści kierują się bowiem przede wszystkim obrazem, jaki posiadają na temat określonego miejsca, oczekując, że spełni ono ich oczekiwania, marzenia etc. Wizerunek musi być ściśle powiązany z tożsamością miejsca, prezentując je jako unikatowe, odmienne niż pozostałe, rozbudzając emocje. W procesie budowania marki miasta muszą

²² Szerzej na ten temat piszę w artykule: K. Golemo, *Zwiedzanie dźwiękami. Muzyczne podróże po Lizbonie*, „Folia Turistica” 2016, nr 39.

²³ Są to oferty przeznaczone dla „nowych konsumentów”, nowych turystów, którzy oczekują po swoich podróżach czegoś więcej niż zwiedzania miejsc typu *must see*, zob. S. Cunha Ferreira, *Oferta no centro estava em crescendo*, „Turisver” 2015, nr 6.

²⁴ R. Amirou, *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris 2000, s. 29-30.

²⁵ Powstałe jeszcze w średniowieczu obszary Lizbony zachowały swój tradycyjny koloryt, m.in. sposoby użytkowania przestrzeni przez mieszkańców. Wąskie ulice, placzki, schodki i zaułki na co dzień wypełniają się ludźmi, którzy traktują je jako przedłużenie swoich ciasnych mieszkań. Bogaty repertuar nazw, którymi określa się te różne typy miejsc – *beco*, *calçada*, *escadinhas*, *travessa*, *largo*, *patio*, *praça* – świadczy o szczególnym znaczeniu, jakie przypisuje im lokalna społeczność. Przestrzeń prywatna, domowa, łączy się w kreatywny sposób z przestrzenią publiczną, wspólną. Ulica staje się więc areną relacji nieformalnych, zob. na ten temat T. Sieber, *Ruas da cidade e sociabilidade pública: um olhar a partir de Lisboa*, [w:] *A Rua: espaço, tempo, sociabilidade*, red. G.I. Cordeiro, F. Vidal, Lisboa 2008.

z jednej strony otworzyć się na zwiedzających, zaistnieć w światowej sieci kierunków turystycznych, komunikować się z potencjalnymi odwiedzającymi w sposób globalny, ale jednocześnie muszą także zawalczyć o swoje „ulokowanie w świecie”, w konkretnym miejscu, a więc przejść przez odwrotny proces „de-globalizacji” (*desglobalização*)²⁶. Można odnieść wrażenie, że ta unikatowość i autentyczność Lizbony w ostatnich latach coraz bardziej ulega siłom światowego rynku. Komercjalizacja, utowarowienie i standaryzacja kultury prowadzą do nieodwracalnych zmian, powodując stopniową utratę przez miasto jego tożsamości. Na bardzo namacalne skutki tych przemian wskazują wypowiedzi mieszkańców, że za parę lat odwiedzający dzielnicę Alfama będą oglądać i fotografować siebie nawzajem (bo społeczność lokalna zostanie wyeksmitowana) albo że w tradycyjnych dzielnicowych pochodach organizowanych w czerwcu (*marchas populares*) historyczne dzielnice miasta będą reprezentować przyjezdni-turyści, a nie lizbończycy²⁷.

SKUTKI UBOCZNE POPULARNOŚCI – LIZBONA JUŻ NIE DLA LIZBOŃCZYKÓW?

Ogromny wzrost turystyki to kwestia, która dzieli Portugalczyków. Pojawiają się skrajne opinie: jedni demonizują napływ turystów, traktując go jako wielkie zagrożenie i podając za przykład inne europejskie miasta – ofiary własnej popularności (Barcelona, Wenecja), inni uznają obecność turystów za wybawienie dla podupadłego i wychodzącego z kryzysu kraju. Entuzjastką turystycznego rozwoju Portugalii jest np. Ana Godinho, sekretarz stanu ds. turystyki, która twierdzi, że rosnąca liczba przyjeżdżających jest wciąż daleko poniżej możliwości recepcyjnych kraju²⁸. Specjaliści branży turystycznej przekonują, że dzisiejszy klient-turysta wybierający się do Portugalii poszukuje czegoś więcej niż „morza, słońca i golfa” (portugalskiego odpowiednika teorii 3s: *sand, sea, sun*)²⁹. Alternatywą dla takiej oferty spędzania czasu jest odwiedzanie miast, przede wszystkim Porto i stolicy. Budowa nowego lotniska dla linii typu *low-cost* w Montijo (po drugiej stronie rzeki Tag) jest dowodem na to, że Lizbona wychodzi naprzeciw aktualnym trendom i szykuje się na przyjęcie jeszcze większej liczby gości.

²⁶ C. Henriques, *Turismo, cidade e cultura...*, s. 135.

²⁷ Na podstawie ulicznych rozmów z lizbończykami. Zob. także G. Pera, *Um dia, os turistas vêm a Alfama para se verem uns aos outros*, [online] <https://www.noticiasao minuto.com/vozes-ao-minuto/834671/um-dia-os-turistas-vem-a-alfama-para-se-verem-uns-aos-outros>, 4 V 2018.

²⁸ W wywiadzie wiosną 2017 r. stwierdziła, że nieco ponad 5 milionów turystów odwiedzających rocznie Lizbonę (i 19 milionów – cały kraj) to nic w porównaniu z 35 milionami ludzi corocznie przejeżdżających przez Barcelonę. Podkreśliła też, że turystyka „wakacyjno-wypoczynkowa” nie jest już priorytetem, Portugalia ma bowiem turystom o wiele więcej do zaoferowania niż słońce i plaże. Godinho poinformowała też, że tworzone są nowe strategie promocji i programy zachęcające turystów do poznawania także innych, do tej pory mało znanych obszarów kraju, szczególnie jego północnych rejonów, zob. [online] <https://www.tsf.pt/politica/interior/easyjet-pode-instalar-sede-em-portugal-garante-secretaria-de-estado-do-turismo-5733993.html>, 4 V 2018.

²⁹ S. Cunha Ferreira, *Qual a melhor estratégia para promover Portugal?*, „Turisver” 2015, nr 6, s. 15.

Wraz ze wzrostem widoczności turystów w Lizbonie zaognieniu ulega debata publiczna na temat wpływu ich obecności na społeczność lokalną. Najwięcej emocji i protestów wzbudza kwestia wypierania, relokacji rdzennych mieszkańców z historycznych części miasta. Jest to współcześnie konstytutywny element gentryfikacji turystycznej³⁰. Trudna sytuacja mieszkaniowa, w której znajdują się dzisiaj mieszkańcy historycznych dzielnic Lizbony, nie wynika jednak tylko ze wzmożonego ruchu turystycznego. Składają się na nią także inne czynniki: niedawny kryzys ekonomiczny i potrzeba inwestycji³¹, które spowodowały napływ kapitału zagranicznego do Portugalii (lokowanego przede wszystkim w przedsięwzięcia o charakterze komercyjnym)³²; zmiana polityki mieszkaniowej (Ustawa o Wynajmie – *Lei das Rendas* z 2012 r.³³), która przyniosła urynkowanie opłat za wynajem (do tego czasu obowiązywały państwowe limity dotyczące wysokości czynszu, jaki właściciele mogli wyznaczać wynajmującym), zniesienie obowiązku płacenia podatku dochodowego przez zagranicznych emerytów³⁴. Połączenie wszystkich tych okoliczności poskutkowało drastycznymi zmianami na rynku mieszkaniowym (przede wszystkim w dwóch największych ośrodkach miejskich – w Lizbonie i Porto). Nastąpiło więc szybkie przesunięcie z jednego ekstremum do drugiego: najpierw właściciele latami nie mogli przeprowadzić remontu w kamienicach z powodu znikomych wpłat od wynajmujących, za które trudno było utrzymać nieruchomość w stanie używalności, a po zmianie i urynkowaniu wartości nieruchomości nastąpiły fale eksmisji lokatorów, ponieważ budynki umiejscowione w atrakcyjnych lokalizacjach stały się celem dla branży turystycznej. Mimo że problem jest złożony, można odnieść wrażenie, iż w obiegowym dyskursie głównym obiektem niechęci i „winnym” takiego stanu rzeczy jest turysta, podczas gdy odpowiedzialność innych podmiotów ulega rozproszeniu. Władze miasta, które nie potrafią umiejętnie zarządzać ruchem turystycznym, ograniczać spekulacji na rynku nieruchomości ani przewidywać i amortyzować negatywnych oddziaływań na społeczność lokalną – pozostają na drugim planie.

Od miesięcy problem eksmisji jest wiodącym tematem w lokalnej prasie i wiadomościach telewizyjnych. Dziennikarze podają do wiadomości publicznej przypadki, w których właściciele nieruchomości przekwalifikowują mieszkania na lokale pod wynajem turystyczny albo sprzedają całe budynki inwestorom z branży hotelarskiej. Problem masowej turystyki stanowi istotny element dyskusji dotyczących sytuacji

³⁰ Zob. szerzej na ten temat: *Protest and Resistance in the Tourist City*, red. C. Colomb, J. Novy, London 2016; J. Kowalczyk-Anioł, P. Zmysłony, *Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych...*

³¹ M. Giroud, J. Malheiros, *La métropole lisboète: une ambition euroatlantique mise à l'épreuve*, [w:] *D'une métropole à l'autre*, red. Ch. Imbert et al., Paris 2014.

³² Aby zachęcić zagranicznych inwestorów do podejmowania inicjatywy gospodarczej w Portugalii, rząd wprowadził w 2012 r. program „Złota Wiza” / *Visto Gold*, przewidujący przyznawanie osobom spoza Europy prawa zamieszkania pod kilkoma warunkami, m.in. zakupu nieruchomości w wysokości co najmniej pół miliona euro.

³³ *Novo Regime de Arrendamento Urbano* (NRAU).

³⁴ Dodatkowo, nowe rozwiązanie podatkowe dla rezydentów okazjonalnych (*Residentes Não Habituais* / „NHR”) daje szansę uzyskania statusu rezydenta podatkowego w Portugalii i skorzystania z uprzywilejowanego systemu opodatkowania, zob. [online] https://www.macedovitorino.com/xms/files/20150721-Portugalski_System_Podatkowy_NHR.pdf, 4 V 2018.

mieszkaniowej i prawa lizbończyków do przestrzeni miejskiej. Pojawiają się głosy wśród mieszkańców, że Lizbona jest kolonizowana przez turystów, głównie z bogatszych krajów Europy, i staje się coraz bardziej miastem dla nich³⁵. W Lizbonie funkcjonuje obecnie kilka organizacji i stowarzyszeń zajmujących się tym problemem: *Direito à Cidade* (Prawo do Miasta), *Morar em Lisboa* (Mieszkać w Lizbonie), *Academia Cidadã* (Akademia Obywatelska), *Stop Despejos* (Zatrzymać eksmisje), *Habita! Associação pelo direito à habitação e à cidade* (Mieszkaj! Stowarzyszenie na rzecz prawa do mieszkania i do miasta). Organizują debaty z udziałem specjalistów i naukowców, spotkania z mieszkańcami i przedstawicielami władz, manifestacje. Pomocy i konsultacji prawnych ludziom zagrożonym eksmisją udzielają także pracownicy stowarzyszenia społeczno-kulturalnego *Renovar a Mouraria* (Odnowić Mourarię).

W 2015 r. władze Lizbony uruchomiły specjalny program ochrony i wsparcia finansowego dla tradycyjnych sklepów i zakładów – *Lojas com Historia* (Sklepy z historią)³⁶. Najwyraźniej jednak program nie działa wystarczająco efektywnie: nieco ponad rok temu prasa informowała, że z 300 objętych nim obiektów zamknięto 120³⁷. W ciągu kilku ostatnich miesięcy lizbońskie dzienniki pisały o kolejnych sklepach, które zakończyły swoją działalność. Nie udało się uratować m.in. kilku księgarni i antykwariatów na ulicy Rozmarynowej³⁸ czy tradycyjnego sklepu z tkaninami *Casa Frazão*; zagrożony eksmisją jest także butik *Paris em Lisboa*, działający od 1888 r. Podobny los spotyka lizbońskie domy kultury, zrzeszenia sąsiedzkie i dzielnicowe kluby sportowe, niektóre z ponadstuletnią tradycją. *Clube Lusitano*, *Amigos do Minho*, *Sport Clube Intendente*, *Ateneu Comercial de Lisboa* – to niektóre z obiektów, które nie wytrzymały presji rynku i w ostatnim czasie stały się ofiarami komercjalizacji miasta.

³⁵ Już latem 2015 r. na ścianie jednej z kamienic przy ulicy Rua do Sol à Graça w dzielnicy Graça widniał napis: „Tuk-tuki to nie jest prawdziwa Lizbona!”, odwołujący się do coraz bardziej popularnego, importowanego środka lokomocji chętnie używanego przez zwiedzających. Wówczas tego typu krytyczne komentarze w przestrzeni publicznej były jednak rzadkością. Współcześnie przejawy niechęci miejscowych przybierają na sile i są skierowane już nie tylko wobec ciągle rosnącej liczby tuk-tuków, ale także wobec samych turystów. Rok temu, w sezonie wakacyjnym, na ścianach kamienic w dzielnicy Baixa można było zobaczyć hasła *Tourists go Home*, *Mass Tourism = Human Pollution*.

³⁶ O inicjatywie można przeczytać na stronie <http://www.lojascomhistoria.pt/> (jest również dostępna wersja po angielsku), 3 III 2018.

³⁷ Lusa, *Cerca de 120 lojas históricas de Lisboa encerraram desde 2015 e há mais uma em risco*, „Jornal de Negócios” 2017, [online] <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/cerca-de-120-lojas-historicas-de-lisboa-encerraram-desde-2015-e-ha-mais-uma-em-risco>, 3 III 2018.

³⁸ *Rua do Alecrim*. W pierwszych miesiącach 2018 r. zapowiedziały koniec działalności i pożegnały się ze swoimi wieloletnimi klientami księgarnie Trindade, Campos Trindade i Centro Antiquário do Alecrim. Jeszcze wcześniej zamknięto lizbońskie księgarnie Aillaud & Lellos i Pó dos Livros. Mimo że właściciel księgarni Trindade zaakceptował podwyższony w 2013 r. czynsz (po 30 latach funkcjonowania w tym miejscu), po kolejnych pięciu latach właściciel nie przedłużył mu umowy. Księgarz dostał wypowiedzenie z nakazem wyprowadzki do września 2018 r. To tylko jeden z wielu przykładów takich działań. Jak twierdzi Antonio Trindade, połowa mieszkańców ulicy Rozmarynowej (łącznie obszar przy Cais do Sodré z Bairro Alto, czyli dwie popularne strefy nocnego życia) dostała nakaz eksmisji. Zob. R. Farinha, *Vão fechar mais três livrarias históricas na Baixa de Lisboa*, „NiT”, 20 III 2018, [online] <https://nit.pt/coolt/livros/vao-fechar-tres-livrarias-historicas-na-baixa-lisboa>, 4 V 2018.

O tym, że gentryfikacja może pojawić się jako sprzężenie zwrotne procesów rewitalizacji zdegradowanych terenów miejskich³⁹, świadczy przykład lizbońskiej dzielnicy Mouraria. Została założona w XII w. jako enklawa poza murami miasta, w której po rekonkwiescie osadzono muzułmanów. Była więc przytułkiem dla ludzi „innych” niż chrześcijanie, a potem, na przestrzeni wieków, przyjmowała wszystkich przybywających z zewnątrz: imigrantów spoza Lizbony, a następnie z innych części Europy i świata. Etniczny charakter tej ubogiej, „ludowej” (*popular*) części starego miasta to do dzisiaj jej główny wyróżnik⁴⁰. Dekadę temu rozpoczęły się prace nad zmianą wizerunku tej przestrzeni, w które włączyły się zarówno władze miasta, jak i lokalne organizacje i stowarzyszenia, przede wszystkim powstałe wówczas *Renovar Mouraria* (Odnowić Mourarię)⁴¹. Postrzegana jako niebezpieczna, nieprzyjazna i obskurna, dzielnica pozostawała przez długie lata poza głównymi szlakami turystycznymi, mimo jej centralnego położenia. Jeszcze parę lat temu turyści wychodzący poza strefę dzielnicy Baixa zatrzymywali się na placu Martim Moniz i zazwyczaj nie podążali dalej. Plac Intendente Pina Manique (potocznie Intendente) i przylegające do niego ulice Benfornoso czy Anjos (po portugalsku: Aniołów) miały etykietkę miejsc niebezpiecznych: były to przede wszystkim rewiry handlarzy narkotyków, alfonsów i prostytutek. Obecnie krajobraz tej części miasta ulega coraz większej przemianie – przy placu Intendente stoi jeden z bardziej luksusowych hoteli w rejonie, a pobliskie kafejki i kluby cieszą się ogromną popularnością wśród zagranicznych turystów czy studentów przebywających na stypendium Erasmusa⁴². Na wzrost popularności Mourarii wpłynęła jej rewitalizacja, szczególnie projekty promujące wielowiekowe tradycje i wieloetniczne dziedzictwo kulturowe dzielnicy. Jej specyfikę stanowi przenikanie się i dopełnianie przeciwieństw: sacrum (celebrowane z rozmachem procesje i różne uroczystości religijne, np. pochody ku czci świętych) i profanum (prostytycja, narkotyki, przestępczość, fado, bohema, włóczęgostwo). To, co tradycyjne, łączy się z tym, co wielokulturowe⁴³. Skutkiem pro-

³⁹ J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta...*; A. Jadach-Sepiolo, *Gentryfikacja w kontekście rewitalizacji*, [w:] *Demograficzne i społeczne uwarunkowania rewitalizacji miast w Polsce*, red. A. Zborowski, Kraków 2009; I. Sagan, *Miasto. Nowa kwestia i nowa polityka*, Warszawa 2017.

⁴⁰ Por. M.M. Mendes, B. Padilla, *Bairro da Mouraria em Lisboa*, „Estudo Prévio” 2013, [online] <http://www.estudoprevio.net/artigos/22/maria-manuela-mendes-beatriz-padilla-.bairro-da-mouraria-em-lisboa>, 4 V 2018.

⁴¹ Na ten temat pisali m.in. S. Tulumello, *Reconsidering Neoliberal Urban Planning in Times of Crisis: Urban Regeneration Policy in a „Dense” Space in Lisbon*, „Urban Geography” 2015, vol. 37, nr 1; M.F.J. Muselaers, *Touristifying Mouraria...*; M.M. Mendes, B. Padilla, *Bairro da Mouraria...*; K. Martos, *De la ‘merceria’ du coin à chez l’Indien. Commerce et altérités dans un quartier populaire à Lisbonne*, Université de Lille (praca magisterska z 2017 r., maszynopis udostępniony przez autorkę).

⁴² Od znajomej mieszkającej w Lizbonie usłyszałam kiedyś komentarz dobitnie podsumowujący przemianę, jaka nastąpiła w dawnych zdegradowanych częściach miasta pod wpływem turystycznej popularności: *Wczoraj deptało się tam po śmieciach i zużytych strzykawkach, a dzisiaj mamy trendy bary wypełnione po brzegi hipsterami*.

⁴³ Zob. M. Menezes, *Debatendo mitos, representações e convicções acerca da invenção de um bairro lisboeta*, „Sociologia. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto”, numer tematyczny „Imigração, Diversidade e Convivência Cultural” 2012.

cesu „odnowy” Mourarii był gwałtowny wzrost jej atrakcyjności dla zagranicznych inwestorów i turystów, co obróciło się przeciwko pewnej części mieszkańców dzielnicy⁴⁴. Zrealizował się więc scenariusz rozpoznany już w innych miastach: rewitalizacja spowodowała estetyzację i komodyfikację przestrzeni⁴⁵ oraz rozbudziła zainteresowanie nie tylko turystów, ale także cudzoziemców pragnących osiedlić się w Lizbonie na dłużej. Mouraria, kusząca swoją autentycznością, romantycznym, zastygłym w czasie nieładem i atmosferą bohemy, przyciąga więc głównie artystów i przedstawicieli wolnych zawodów z bogatszych części Europy. Na skutek gentryfikacji handlowej zmienia się też krajobraz dzielnicy. Obok tradycyjnych sklepików miejscowych handlarzy funkcjonują dziś przestrzenie *chic i gourmet* (galerie sztuki, sklepy typu *concept store* z fikuśnymi pamiątkami i gadżetami z wyższej półki, winiarnie i knajpy w nowoczesnym stylu), filia znanej w Lizbonie włoskiej lodziarni etc. W barze-kawiarni O Corvo (Kruk) przy placu Largo dos Trigueiros obsługują czasem kelnerzy niemówiący ani słowa po portugalsku. To wymowny znak, że przestrzeń ta jest w pierwszej kolejności przeznaczona dla przyjezdnych⁴⁶. W sąsiadującej z Mourarią dzielnicy Baixa tradycyjne tawerny z tanim domowym jedzeniem (*tascas, cervejarias*) ustępują miejsca nowym lokalom o zupełnie innym profilu. Jak pisze Kowalczyk-Anioł, *gentryfikacja handlowa przekształca lokalny rynek na potrzeby gospodarki gościnności – zastępuje lokalne niezależne sklepy i usługi podstawowe franczyzowymi, sieciowymi punktami (bary, fast food, kawiarnie), obiektami luksusowej konsumpcji globalnych marek (np. modowych), powoduje wzrost cen wynajmu lokali użytkowych i konsumpcji*⁴⁷.

Można też zaobserwować zmieniające się nastroje społeczne. Mieszkańcy Mourarii, jeszcze dwa, trzy lata temu entuzjastycznie nastawieni do odwiedzających (życzliwi, uśmiechnięci, pozdrawiający turystów z okien, służący radą), dzisiaj coraz częściej okazują znużenie, zniechęcenie, a nawet wrogość⁴⁸. Przyczyny tej zmiany są złożone.

⁴⁴ L. Mendes, *Public Policies on Urban Rehabilitation and Their Effects on Gentrification in Lisbon*, „AGIR – Revista Interdisciplinar de Ciências Sociais e Humanas” 2013, vol. 1, nr 5; S. Tulumello, *Reconsidering Neoliberal Urban Planning*..

⁴⁵ Zob. J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta...*; L. Mendes, *Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado*, „Cadernos Metrôpole” 2011, vol. 3, nr 26.

⁴⁶ Nie jest to wyjątek. W okolicy nadrzecznej stacji Cais do Sodré, gdzie od lat toczy się nocne życie Lizbony (a niektóre kluby i dyskoteki – jak Jamaica, Rotterdam czy Europa – pamiętają czasy sprzed turystycznej inwazji), problemem może być zamówienie czegokolwiek w miejscowym języku. Niektórzy kelnerzy zatrudniani w popularnych, także wśród lizbończyków, lokalach mówią wyłącznie po angielsku, co może wykluczać klientów miejscowych, szczególnie tych mniej „umiędlonych”. Kilko moich lizbońskich przyjaciół doświadczyło w ostatnim czasie takiej sytuacji i odebrało to jako rodzaj kolonizacji.

⁴⁷ J. Kowalczyk-Anioł, *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta...*, s. 10.

⁴⁸ Na placu Largo da Severa od niedawna można spotkać starszego mężczyznę, który wyraża laską przechodzącym turystom, mamrocze portugalskie przekleństwa, czasem wykrzykuje po angielsku, np. „*this is shit*”. Na Largo dos Trigueiros, przy fontannie sąsiadującej z kawiarnią O Corvo (*nota bene* obsługującą głównie turystów), pojawiają się młodzi Portugalczycy – anarchizujący aktywiści, szydzący z turystów i przedrzeźniający ich zachowania (np. robienie zdjęć przy użyciu kijka do selfie).

W dużej mierze do rozpowszechniania negatywnego wizerunku turystów przyczyniają się media (tradycyjne i społecznościowe), obarczające ich winą za negatywne zmiany w mieście (wzrost cen, eksmisje, przeładowaną komunikację miejską, „zanieczyszczenie” – dosłownie i w przenośni – przestrzeni miejskiej). Ta niechęć do turystów może przeradzać się w nieufność względem cudzoziemców w ogóle, także w stosunku do imigrantów mieszkających w Mourarii od lat, którzy – jak mogłoby się wydawać – są już dobrze zintegrowani z lokalną społecznością⁴⁹.

Pojawienie się turystów – nowych użytkowników tradycyjnych dzielnic miasta o zupełnie innym profilu i odmiennych oczekiwaniach – powoduje, że społeczne relacje w tej przestrzeni muszą poukładać się na nowo. We wspólnotach sąsiedzkich tworzy się nowa dynamika zorientowana na zaspokajanie potrzeb zamożnych konsumentów, dochodzi do procesu utowarowienia (*commodification*) lokalnej odrębności i wyjątkowości⁵⁰. Są mieszkańcy, którzy starają się odnaleźć w nowej sytuacji i zamiast kontestować, próbują współistnieć z turystami i przekuć obecność „intruzów” w korzyści dla siebie. Starsza kobieta mieszkająca przy *Beco do Jasmim* za parę euro schodzi czasem na patio i śpiewa turystom fado. Inna, z Alfamy, zaprasza do siebie do mieszkania (działa we współpracy ze znajomym kierowcą tuk-tuka), częstuje nalewką i pokazuje turystom „jak wygląda prawdziwe alfamskie mieszkanie”; jeszcze inna przesiaduje na ławce na skrzyżowaniu turystycznych szlaków Mourarii i pozdrawia przechodzących w kilku językach, wskazując przy tym drogę na zamek. Są też mieszkańcy, którzy dobrowolnie przypisali sobie odpowiedzialne role stróżów dzielnicy: spacerują uliczkami albo czuwają w oknach mieszkań i na bieżąco informują turystów, którędy i kiedy ostatnio przechodzili kieszonkowcy.

Alfamskie staruszki siedzące w progu swoich ciasnych mieszkań i sprzedające, na kieliszki, własnoręcznie robioną wiśniówkę stały się już marką Lizbony, podobnie jak kultowy żółty tramwaj numer 28, którym przejażdżka wiąże się dzisiaj z męczącym oczekiwaniem w niewyobrażalnie długiej kolejce. Kiedyś tramwajem tym jeździli na co dzień lisbończycy. Niestety, jego zbyt atrakcyjna trasa prowadząca przez najpiękniejsze zakątki starego miasta spowodowała, że dzisiaj 28 należy niemal wyłącznie do turystów⁵¹.

⁴⁹ Do takich wniosków doszła w swoich badaniach Karina Martos, przeprowadzając serię wywiadów z mieszkańcami Mourarii. Kategoria „cudzoziemca”/„obcego” odnosiła się w wypowiedziach jej respondentów do wszystkich osób (turystów, imigrantów, zagranicznych studentów etc.), których pobyt w Lizbonie uznawano za prowizoryczny, czasowy, nietrwały, K. Martos, *De la 'merceria' du coin à chez l'Indien...*

⁵⁰ Na temat tych procesów zob. C.A. Gant, *Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront*, „Sociological Research Online” 2016, vol. 21, nr 3, s. 1-9; N.B. Salazar, *Touristifying Tanzania...*

⁵¹ Zaczęły nawet pojawiać się pomysły zróżnicowania cen biletów tramwajowych dla miejscowych i turystów, tak jak to zrobiono w przypadku tramwaju wodnego *vaporetto* w Wenecji, zob. blog „O Voo do Corvo” (Lot Kruka – kruk jest symbolem miasta Lizbony), [online] https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1663638467023109&id=465825430137758, 5 V 2018.



Fotografia 1. Mural na Largo da Achada, Mouraria. Fot. Karolina Golemo



Fotografia 2. Statek wycieczkowy, Alfama. Fot. Karolina Golemo

ZAJĄĆ ULICE, UPOMNIEĆ SIĘ O MIASTO!

Chęć odzyskania prawa do miasta⁵² stała się motorem protestu zorganizowanego przez grupę aktywistów miejskich z kolektywu Rock in Riot. Manifestacja *Ocupar as Ruas*,

⁵² Na temat tej idei zob. m.in. D. Mitchel, *The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space*, New York 2003; M. Mayer, *The 'Right to the City' in the Context of Shifting Mottos of Urban Social Movements*, „City” 2009, vol. 13, nr 2-3.

Reclamar a Cidade (Zająć ulice, upomnieć się o miasto) przeszła 24 marca 2018 r. ulicami Lizbony. W pochodzie na rzecz przywrócenia miasta lizbończykom wzięło udział kilkaset osób, wśród nich przedstawiciele różnych ruchów miejskich, anarchiści, performerzy, artyści. Przy dźwiękach głośnej muzyki różnych gatunków (od rocka, przez sambę po techno) skandowano hasła przeciwko spekulacji na rynku nieruchomości i eksmisjom oraz nawoływano władze miasta do działania. Pojawiły się też slogany skierowane przeciwko turystom: „Turysto, idź się bawić do swojego miasta”, „Turyści to nie mieszkańcy. Przestrzegajcie zasad wynajmu!”, „*Fuck you foto selfie tourist*”, „Hostele – wrogie miastu”⁵³. Jeden z uczestników w przebraniu klauna jeździł na hulajnodze z napisem „Alfama Tours” i, wymachując portugalską flagą, ośmieszał lokalne wycieczki organizowane dla turystów. Pochód zawierał elementy happeningu: dziewczyny w pstrokatych strojach obrzucały kulkami z kolorowego wosku fasady hoteli i hosteli usytuowane na trasie manifestacji. Zaciekawieni turyści wychodzili na balkon, podrygiwali w rytm muzyki i machali w stronę protestujących, nie zdając sobie chyba sprawy, co obserwują. Były też akcenty teatralne i symboliczne, jak jadąca w pochodzie furgonetka wyładowana sprzętami domowymi (stało na niej także pianino, na którym grały dzieci), wywołująca skojarzenia z wyprowadzką. Celem marszu było zwrócenie uwagi opinii publicznej, mediów i władzy na odczucia mieszkańców. Manifestanci wyrazili swoje oburzenie i pokazali, że dzisiejsza Lizbona staje się coraz bardziej przestrzenią konfliktu, w którym jedną ze stron są turyści⁵⁴. Protestujący lizbończycy przywołali mi na myśl obrazy z powieści José Saramago *Kamienna tratwa* (z 1986 r.), w której osią fabuły jest oderwanie się Półwyspu Iberyjskiego od kontynentu europejskiego i konsekwencje tego zdarzenia. Portugalski pisarz z właściwą sobie ironią, przenikliwością i swadą kreśli sceny buntu najuboższej warstwy portugalskiego społeczeństwa, która szturmuje i opanowuje grupę hoteli na południowym wybrzeżu. Nadmorskie kurorty, opustoszałe po tym, jak przerażeni turyści w panice powrócili na „stały ląd” (do Europy), wypełniają się ludźmi miejscowymi. Przestrzenie i obiekty przez nich wybudowane, do których nigdy wcześniej nie mieli wstępu, ponieważ były przeznaczone dla bogatych zagranicznych gości, stają się teraz ich własnością⁵⁵.

Reakcje na protest były mieszane: w prasie i w mediach społecznościowych pojawiły się także opinie krytyczne wobec organizatorów i uczestników marszu, których oskarżano o wandalizm. Po kilkugodzinnym proteście pozostały trudne do usunięcia nadruki na ścianach stacji metra Alameda informujące o akcji, a także nieprzyjazne turystom hasła wypisane na płytach placu Intendente⁵⁶.

⁵³ Po portugalsku była to gra słów: „*Hostel = Hostil à cidade*”.

⁵⁴ Por. J. Kowalczyk-Anioł, B. Włodarczyk, *Przestrzeń turystyczna przestrzenią konfliktu*, „Prace i Studia Geograficzne” 2017, vol. 62, nr 2.

⁵⁵ Saramago pisze o portugalskim ludzie, *co domy stawia, by w nich nie mieszkać, co hotele pobudował i nie stać go, by w nich zamieszkać*, który dopóki byli turyści, poddawał się niedoli życia, a teraz przybył domagać się *bardziej godziwego dachu nad głową*, J. Saramago, *Kamienna tratwa*, przeł. W. Charchalis, Poznań 2003, s. 92.

⁵⁶ Trudno usuwalny napis „*Refugees welcome, tourists fuck off*” był przez wiele miesięcy pamiątką po marszu.



Fotografia 3. Plakat akcji Rock in Riot. Fot. Karolina Golemo



Fotografia 4. Protest Rock in Riot. Fot. Karolina Golemo

„TERRAMOTOURISM” – TURYSTYCZNE TRZĘSIENIE ZIEMI

Pomysłodawcami i autorami filmu dokumentalnego *Terramotourism* (2016) są pochodzący z Barcelony, mieszkający dziś w lizbońskiej dzielnicy Graça aktywiści z grupy Left Hand Rotation. Jak sami twierdzą, dokument jest subiektywnym portretem miasta i przemian zachodzących w nim w ostatnich latach. Tytuł filmu stanowi połączenie dwóch słów: *terramoto* (pt. trzęsienie ziemi)⁵⁷ oraz *tourism*. Radykalny, agresywny, trudny w odbiorze, wywołujący poczucie dyskomfortu dokument pokazuje problem gentryfikacji i turystyfikacji bezkompromisowo. Następujące po sobie ujęcia mas turystów mieszają się w nim z obrazami robót drogowych i nieustannych prac remontowych w Lizbonie. Większość tych inwestycji, jak można się domyślić z filmu, to przedsięwzięcia komercyjne mające służyć branży turystycznej. Specyficzna ścieżka dźwiękowa potęguje u widzów wrażenie niepokoju, zmęczenia i przytłoczenia. Turyści sportretowani są jako intruzy, plaga, kataklizm. W czasie prezentacji filmu w siedzibie stowarzyszenia *Habita!* 10 grudnia 2016 r. jego autorzy odwoływali się do idei „kolonizacji miasta” oraz instrumentalizacji kultury i wielokulturowości na użytek turystyczny. Wyznali swoje zaniepokojenie procesami, które zarejestrowali w Lizbonie i porównali do zjawisk zachodzących współcześnie w Barcelonie. Pokazali, jak pewne obszary miasta zamieniają się w „ładnie opakowane prezenty dla turystów”. W czasie debaty padały też pytania o to, kto będzie mógł mieszkać w Lizbonie w najbliższej przyszłości. Autorzy zastrzegali się jednak, że nie są przeciwnikami turystyki w ogólności i przekonywali, że nie można jej utożsamiać z turystyfikacją. Ostro skrytykowali jednak „totalny neoliberalizm miasta” i coraz bardziej widoczną „monokulturę turystyczną”. Zwrócili też uwagę na postępującą, choć nieco ukrytą inwazję innego typu przybyszów: hipsterów, freelancerów, startupperów czy studentów Erasmus⁵⁸.

Film *Terramotourism* wzbudził w środowisku lizbońskich aktywistów spore zainteresowanie i spotkał się z aprobatą. Pojawiły się jednak także głosy krytyczne, oceniające go jako powierzchowny, efekciarski, utopijny, nieprzynoszący konstruktywnych rozwiązań i pełen hipokryzji⁵⁹.

⁵⁷ Tytuł filmu stanowi analogię do potężnego trzęsienia ziemi, które zniszczyło Lizbonę w 1755 r. i na zawsze nazaczyło historię miasta (dzielnica Baixa została odbudowana w drugiej połowie XVIII w. według oświeceniowego projektu urbanistycznego zakładającego uporządkowanie przestrzeni, przez co diametralnie różni się od przylegających do niej średniowiecznych dzielnic Mouraria czy Alfama).

⁵⁸ O rozwoju przemysłu turystycznego związanego z zagranicznymi studentami i przemianach Lizbony pod wpływem obecności studentów Erasmus mówił pochodzący z Barcelony antropolog Daniel Malet Calvo (obecnie prowadzący badania w ramach programu post-doc w Instituto Universitário de Lisboa). Polscy studenci Erasmus są aktualnie czwartą (po Hiszpanach, Włochach i Niemcach) najliczniejszą grupą narodową w mieście; spotkanie 22 III 2018 w siedzibie stowarzyszenia *Habita!* w Lizbonie.

⁵⁹ Zob. P. Duarte, *TERRAMOTOURISM, um documentário medíocre mas útil*, 2016, [online] <https://obeissancemorte.wordpress.com/2016/12/18/terramotourism-um-documentario-medioce-mas-util/>, 5 V 2018.

hałasowi, zanieczyszczaniu krajobrazu miejskiego. Napiętnowali brak kultury osobistej i obsceniczne zachowania turystów w przestrzeni miejskiej. Z czasem projekt się rozrósł, zaangażowały się w niego inne osoby, zarówno obcokrajowcy, jak i Portugalczycy. Bardzo dynamicznie działający fanpage LDNL na Facebooku zdominował treści zamieszczane na portalu, stając się – szczególnie w ostatnich miesiącach – areną walki mieszkańców z turystami. Inicjatywa przybrała więc nieco inny kształt, niż zakładali jej pomysłodawcy. Zamiast informować i uwrażliwiać turystów, projekt przyczynia się bardziej do polaryzacji nastrojów społecznych, wyostrezenia podziałów na miejscowych i przyjezdnych oraz – w konsekwencji – do zaostrzania konfliktu⁶². Wystarczy spojrzeć na tytuły artykułów prasowych (głównie z dzienników portugalskich, ale także z francuskich, hiszpańskich czy angielskich) oraz komentarze internautów, żeby zorientować się, jaką funkcję spełnia dziś fanpage LDNL⁶³.



Fotografia 6. Plakat *Lisboa Does Not Love*

- ⁶² Komentarze na facebookowej stronie LDNL pochodzą w dużej większości od ludzi miejscowych, którzy zdominowali wirtualną przestrzeń projektu. Pojawiają się nawet uwagi czytelników o tym, że „skoro jest to strona dla miejscowych”, nie powinno być na niej tekstów w innym języku niż portugalski.
- ⁶³ Przykładowe tytuły: *Tradycyjne pochody dzielnicowe [marchas populares] zagrożone z powodu wyprowadzki mieszkańców z centrum miasta*, *Modny kierunek. Portugalia przeżywa skok cenowy i wzrost turyzmofofii*, „Turistas go home”: *od Sewilli po Wenecję Europa jednoczy się przeciwko turystyfikacji*, *Sprzedać duszę turystyce*, *Wyprowadzka mieszkańców i sklepikarzy zmienia centrum Lizbony i wzbudza zaniepokojenie*, *Mimo „dynamicznego rozwoju” w Lizbonie zamyka się więcej sklepów, niż otwiera*, *Turystyka w Alfamie: zmora mieszkańców*, *W Lizbonie coraz wyższe czynsze i coraz krótsze umowy najmu*, *Dzielnice Lizbony pustoszeją przez bullying nieruchomościowy*, *2000 rodzin wyeksmitowanych z centrum w ciągu 4 lat*. Pojawia się też sporo artykułów dotyczących tego, jak inne europejskie miasta (Barcelona, Wenecja, Palma de Mallorca, Amsterdam, Valletta) radzą sobie z nadmiarem turystów, zob. [online] <https://www.facebook.com/lisboadoesnotlove>, 8 V 2018.

MEDIA I WŁADZE WOBEC PROBLEMU EKSMISJI

Alarmujące informacje na temat eksmisji spowodowanych komercjalizacją i napływem turystów do historycznych dzielnic Lizbony pojawiają się od kilku miesięcy w niemal każdym wydaniu wiadomości telewizyjnych i lokalnej prasy. Media społecznościowe podejmują temat z coraz większym zaangażowaniem i pośredniczą w organizacji protestów społecznych. W odpowiedzi na szum medialny przychodzą reakcje ze strony miejscowych władz. Po okresie entuzjazmu wobec rozwoju turystyki, traktowanej jako remedium na impas społeczno-gospodarczy, którego Portugalia doświadczyła w okresie kryzysu, zaczynają być słyszalne również głosy krytyczne i nawoływanie do racjonalnego, konstruktywnego rozwiązania problemu. Przykładem takich działań może być udział radnej Lizbony Pauli Marques w debacie poświęconej planowanym zmianom w polityce mieszkaniowej miasta⁶⁴. Inicjatywą, która odbiła się ostatnio szerokim echem w przestrzeni publicznej, była kampania informacyjna *Os Rostos dos Despejos* (Twarze eksmisji), której punktem kulminacyjnym było spotkanie Miguela Coelho, przewodniczącego Rady Dzielnic Santa Maria Maior⁶⁵ (gdzie najczęściej dochodzi dziś do eksmisji), z mieszkańcami, wysłuchanie ich i próba znalezienia wyjścia z konfliktowej sytuacji⁶⁶. Ponad 20 osób, które otrzymały nakaz eksmisji, opowiedziało publicznie swoją historię. Jedną z nich była Inês Andrade, szefowa stowarzyszenia *Renovar Mouraria*, która po 20 latach mieszkania w tej dzielnicy musiała się wyprowadzić, ponieważ właściciel podniósł czynsz o 100%. Niektórzy starsi mieszkańcy urodzeni i całe życie mieszkający w Alfamie czy Mourarii oświadczyli zdesperowani, że nie opuszczą domu. Jeden z najstarszych uczestników debaty zapowiedział wręcz, że wyprowadzą go dopiero martwego. Władze Lizbony obiecują w możliwie krótkim czasie wprowadzić istotne zmiany do obowiązującej Ustawy o wynajmie, przewidując m.in. ochronę lokatorów powyżej 65. roku życia, utrudnienie możliwości eksmisji mieszkańców w przypadku remontu nieruchomości, udostępnienie większej liczby mieszkań socjalnych, wprowadzenie ulg podatkowych dla właścicieli wynajmujących na okres długoterminowy, uruchomienie specjalnych licencji na wynajem o charakterze turystycznym (*Alojamento Local*)⁶⁷ i jego

⁶⁴ Spotkanie pod hasłem „Nowe przepisy dotyczące mieszkalnictwa” odbyło się 20 marca 2018 r. w księgarni Tigre de Papel w dzielnicy Arrojos. Udział w nim wziął również geograf z Uniwersytetu Lizbońskiego, a także działacz ruchu *Morar em Lisboa* (Mieszkać w Lizbonie) – Luís Mendes.

⁶⁵ Jeśli chodzi o podział terytorialny, w Lizbonie obowiązują dwa porządki: wyróżnia się dzielnice historyczne/tradycyjne, określane nazwami zwyczajowymi, oraz dzielnice administracyjne. Od 2012 r. do dzielnicy (*Freguesia*) Santa Maria Maior należą historyczne obszary: Castelo, Alfama, Mouraria i Baixa.

⁶⁶ Spotkanie, którego pełny tytuł brzmiał „Twarze eksmisji – na rzecz prawa do mieszkania” odbyło się 5 kwietnia 2018 r. w Palácio da Independência. Po raz pierwszy oddano głos w sprawie mieszkańcom i dopuszczono ich do bezpośredniej konfrontacji z władzami. Szczegółową relację z wydarzenia można znaleźć w biuletynie Rady Dzielnic z pierwszego kwartału 2018 r.: „Revista da Junta de Freguesia de Santa Maria Maior”, janeiro-abril 2018, nr 45, s. 2-7.

⁶⁷ Terminem *Alojamento Local* (zakwaterowanie lokalne), w skrócie AL, określa się w Portugalii wynajem kwater/apartamentów dla turystów, zwykle poprzez portale Airbnb czy Booking.com.

ograniczenie: 30% – turyści, 70% – mieszkańcy⁶⁸. Najbliższe miesiące pokażą, na ile te zapowiedzi władz przełożą się na konkretne zmiany w polityce mieszkaniowej.

KILKA UWAG NA ZAKOŃCZENIE

Dzisiejsza „moda na Lizbonę”, skutkująca wzrostem turystyki i intensywnym napływem zagranicznego kapitału, przynosi miastu zarówno zyski, jak i straty. Na razie trudno przewidzieć, jaki będzie ostateczny bilans tych przemian. Turystyfikacja jest obecnie jednym z ważniejszych problemów, z jakimi Lizbona musi się uporać. Nastroje społeczne związane z napływem turystów i ich oddziaływaniem na życie miasta ulegają coraz wyraźniejszej radykalizacji. Lizbończycy idą w ślady barcelończyków i weneccjan⁶⁹ i próbują odzyskać swoje prawa do miejskiej przestrzeni. Interesujące jest to, że inicjatorami debaty na temat zagrożeń przynoszonych przez wzmożony ruch turystyczny w Lizbonie byli w pewnym stopniu cudzoziemcy (projekty *Terramotourism* i *Lisboa Does Not Love* są nieportugalskiego autorstwa). Pomysłodawcy akcji LDNL sami zresztą twierdzą, że postanowili przejąć inicjatywę, ponieważ miejscowi ludzie początkowo nie reagowali na problem⁷⁰. Podział na zwolenników i przeciwników turystyki w Lizbonie jest niedookreślony, a zajmowane przez nich pozycje wydają się nieco koniunkturalne: działający anonimowo inicjatorzy projektu LDNL od lat pracują oficjalnie jako przewodnicy miejscy dla zagranicznych turystów (zastrzegając jednak, że ich usługi wpisują się w profil turystyki etycznej, zrównoważonej), dokonują więc kategoryzacji na turystykę przyjazną dla miasta (którą sami promują) i szkodliwą. Przewodnicy i piloci biorą udział w spotkaniach i akcjach przeciwko gentryfikacji turystycznej. W szeregach manifestantów podczas akcji „Rock in Riot” maszerowali, obok antyeksmisyjnych aktywistów czy anarchistów z grupy Okupa, także właściciele hosteli, kierowcy tuk-tuków i osoby podnajmujące prywatnie pokoje turystom (najczęściej na czarno). Stanowiska wobec nowego problemu są więc płynne.

Czy miejska turystyka kulturowa, we współczesnym umasowionym wydaniu, może jeszcze dostarczać unikalnych przeżyć i być wydarzeniem prawdziwie ubogacającym? Czy coraz bardziej zatłoczone i ujednolicone miasta mają wciąż ten wyjątkowy potencjał pozwalający na stwarzanie niepowtarzalnych doświadczeń dla zwiedzającego, na „egzystencjalne odczucie przestrzeni”, której nadaje się znaczenie?⁷¹ Czy wkraczanie przez turystę do życiowej przestrzeni społeczności lokalnych może przerodzić się w obustronnie satysfakcjonujące spotkanie, czy może przynosić korzyści pozamaterialne? Indywidualne odczuwanie i doświadczanie odwiedzanych miejsc,

⁶⁸ „Revista da Junta de Freguesia...”, s. 6.

⁶⁹ J. Kowalczyk-Anioł, *Syndrom wenecki. Dysfunkcje współczesnej turystyki...*; J. Kowalczyk-Anioł, P. Zmysłony, *Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych...*

⁷⁰ Rozmowa prywatna, marzec 2018.

⁷¹ *City Spaces – Urban Spaces. Urban Tourist Precincts*, red. B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards, Oxford 2008, s. 11.

subiektywne dekodowanie przestrzeni i uczestnictwo w procesie jej współtworzenia to wyznaczniki nowego typu turystyki, którą określa się mianem „turystyki twórczej”⁷². Nasuwa się jednak pytanie, co pozytywnego takie „twórcze” podejście może przynieść tym, którzy turystę wpuszczają do swojej przestrzeni i dzielą się z nim swoimi prawami do miasta?

Na fali protestów przeciwko turystyfikacji Lizbony pojawiają się też głosy sprzeciwiające się komercjalizacji i prywatyzacji miejsc, które od wieków stanowiły dobro wspólne. Zabudowywanie przez prywatnych deweloperów punktów widokowych i zasłanianie panoramy miasta, a więc ograniczanie dostępu do dobra publicznego, może być przykładem takich działań. Kontrowersje wzbudziły przede wszystkim inwestycje planowane na *Miradouro da Nossa Senhora do Monte*. Publicysta Miguel Sousa Tavares oskarżył Urząd Miasta Lizbony, że chce zabrać mieszkańcom widok, który należy do wszystkich. Odwołując się do rekonkwisty i dzisiejszych zagranicznych inwestycji, pytał prowokacyjnie: *Najpierw Alfons Zdobywca odbił zamek i wzgórze Lizbony z rąk Maurów, a teraz my mamy bronić tych wzgórz przed nową inwazją francuską?*⁷³

Dynamika relacji między przyjezdnymi i społecznościami lokalnymi w Lizbonie skłania do refleksji. Aby nie dopuścić do pogorszenia nastrojów społecznych i dalszej radykalizacji podziałów na „swoich” i „obcych”, należałoby zadbać o zrównoważony⁷⁴ i zracjonalizowany rozwój turystyki, wprowadzając długofalowe rozwiązania natury strukturalnej. Zachowanie tradycyjnego klimatu Lizbony (w tym np. utrzymanie publicznego dostępu do emblematycznych miejsc i panoramicznych widoków, z których słynie położone na wzgórzach miasto), ochrona miejskiego środowiska i dbałość o miejscowe wytwory kultury powinny być priorytetem nie tylko ze względu na atrakcyjność turystyczną miasta, ale także po to, by było ono przyjazne dla ludzi żyjących w nim na co dzień. Turystyczna promocja, pęd do inwestycji zagranicznych oraz stawianie na postęp gospodarczy bez dbałości o solidarność i spójność społeczną – to rozwiązania krótkofalowe. Strategie rozwoju i działania podejmowane przez miejscowe władze muszą odpowiadać przede wszystkim na potrzeby lokalnych mieszkańców, szczególnie tych najbardziej narażonych na wykluczenie. Bo unikalny charakter Lizbony, który tak urzeka przyjezdnych, tworzą w pierwszej kolejności zamieszkujący ją ludzie.

⁷² Ten nowy paradygmat ma wyznaczać nowy typ relacji między oczekiwaniami klientów-turystów a ofertą turystyczną, współtworzenie doświadczeń między różnymi aktorami przemysłu turystycznego, [...] możliwość komunikacji między przeszłością i przyszłością, między odwiedzającymi i odwiedzanymi. Entuzjaści tego podejścia przekonują, że turystyka twórcza będzie znacząco wpływać na rozwój turystyki kulturowej. C. Oliveira, *Impacto do turismo criativo no desenvolvimento do turismo cultural*, „Publituris” 2014, [online] <https://www.publituris.pt/2014/02/27/impacto-do-turismo-criativo-no-desenvolvimento-do-turismo-cultural/>, 17 XII 2018.

⁷³ N. Nunes Costa, *Afonso Henriques conquistou Lisboa e nós temos de defender as colinas?*, „Notícias ao Minuto”, [online] <https://www.noticiasao minuto.com/pais/1154717/afonso-henriques-conquistou-lisboa-e-nos-temos-de-defender-as-colinas>, 17 XII 2018.

⁷⁴ Zob. S. Bernat, *Soundscapes and Tourism – Towards Sustainable Tourism*, „Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development” 2014, vol. 9, nr 1.

BIBLIOGRAFIA

- Amirou R., *Imaginaire du tourisme culturel*, Paris 2000.
- Bernat S., *Soundscapes and Tourism – Towards Sustainable Tourism*, „Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development” 2014, vol. 9, nr 1, s. 107-117.
- City Spaces – Urban Spaces. Urban Tourist Precincts*, red. B. Hayllar, T. Griffin, D. Edwards, Oxford 2008.
- Cunha Ferreira S., *Qual a melhor estratégia para promover Portugal?*, „Turisver” 2015, nr 6.
- Cunha Ferreira S., *Oferta no centro estava em crescendo*, „Turisver” 2015, nr 6.
- De Azeredo Grünewald R., *Turismo e etnicidade*, „Horizontes Antropológicos” 2003, nr 20, s. 141-159, <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200008>.
- De la Barre J., *Música, cidade, etnicidade: explorando cenas musicais em Lisboa*, „Revista Migrações” 2010, nr 7, s. 147-166.
- Duarte P., *TERRAMOTOURISM, um documentário mediocre mas útil*, 2016, [online] <https://obeissancemorte.wordpress.com/2016/12/18/terramotourism-um-documentario-medio-cre-mas-util/>.
- Farinha R., *Vão fechar mais três livrarias históricas na Baixa de Lisboa*, „NiT”, 20 III 2018, [online] <https://nit.pt/coolt/livros/vao-fechar-tres-livrarias-historicas-na-baixa-lisboa>.
- Fernandes J.R., *Area-Based Initiatives and Urban Dynamics. The Case of the Porto City Centre*, „Urban Research & Practice” 2011, vol. 4, nr 3, s. 285-307.
- Gant C.A., *Holiday Rentals: The New Gentrification Battlefront*, „Sociological Research Online” 2016, vol. 21, nr 3, s. 1-9, <https://doi.org/10.5153/sro.4071>.
- Giroud M., Malheiros J., *La métropole lisboète: une ambition euroatlantique mise à l'épreuve*, [w:] *D'une métropole à l'autre*, red. Ch. Imbert et al., Paris 2014, s. 139-180, <https://doi.org/10.3917/arco.imbe.2014.01.0139>.
- Golemo K., *Zwiedzanie dźwiękami. Muzyczne podróże po Lizbonie*, „Folia Turistica” 2016, nr 39, s. 171-198.
- Gotham K.F., *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)*, „Urban Studies” 2005, vol. 42, nr 7, s. 1099-1121, <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>.
- Henriques C., *Turismo, cidade e cultura. Planeamento e gestão sustentável*, Lisboa 2003.
- Jadach-Sepioło A., *Gentryfikacja w kontekście rewitalizacji*, [w:] *Demograficzne i społeczne uwarunkowania rewitalizacji miast w Polsce*, red. A. Zborowski, Kraków 2009, s. 125-135.
- Jansen-Verbeke M., *Paradygmat terytorialności w turystyce kulturowej*, „Turyzm” 2009, vol. 19, nr 1-2.
- Kowalczyk-Anioł J., *Syndrom wenecki. Dysfunkcje współczesnej turystyki w miastach cennych kulturowo*, [w:] *Przestrzeń w turystyce. Znaczenie i wykorzystanie*, red. M. Durydiwka, K. Duda-Gromada, Warszawa 2015, s. 451-464.
- Kowalczyk-Anioł J., Włodarczyk B., *Przestrzeń turystyczna przestrzenią konfliktu*, „Prace i Studia Geograficzne” 2017, vol. 62, nr 2, s. 53-72.
- Kowalczyk-Anioł J., Zmysłony P., *Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony*, „Turystyka Kulturowa” 2017, nr 2, s. 7-36.

- Kowalczyk-Anioł J., *Gentryfikacja turystyczna jako narzędzie rozwoju miasta. Przykład Meszbed w Iranie*, „Turystyka Kulturowa” 2018, nr 2, s. 7-25.
- Kowalczyk A., *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Warszawa 2008.
- Kydryński M., *Lizbona. Muzyka moich ulic*, Warszawa 2013.
- Lusa, *Cerca de 120 lojas históricas de Lisboa encerraram desde 2015 e há mais uma em risco*, „Jornal de Negócios” 2017, [online] <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/cerca-de-120-lojas-historicas-de-lisboa-encerraram-desde-2015-e-ha-mais-uma-em-risco>.
- Martos K., *De la 'merceria' du coin à chez l'Indien. Commerce et altérités dans un quartier populaire à Lisbonne*, Université de Lille (praca magisterska z 2017 r., maszynopis udostępniony przez autorkę).
- Mayer M., *The 'Right to the City' in the Context of Shifting Mottos of Urban Social Movements*, „City” 2009, vol. 13, nr 2-3, s. 362-374, <https://doi.org/10.1080/13604810902982755>.
- Mendes L., *Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado*, „Cader-nos Metrôpole” 2011, vol. 3, nr 26, s. 473-495.
- Mendes L., *Public Policies on Urban Rehabilitation and Their Effects on Gentrification in Lisbon*, „AGIR – Revista Interdisciplinar de Ciências Sociais e Humanas” 2013, vol. 1, nr 5, s. 200-218.
- Mendes M.M., Padilla B., *Bairro da Mouraria em Lisboa* „Estudo Prévio” 2013, [online] <http://www.estudoprevio.net/artigos/22/maria-manuela-mendes-beatriz-padilla-.bairro-da-mouraria-em-lisboa>.
- Menezes M., *Debatendo mitos, representações e convicções acerca da invenção de um bairro lisboeta*, „Sociologia. Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto”, numer tematyczny „Imigração, Diversidade e Convivência Cultural” 2012, s. 69-95.
- Mikos von Rohrscheidt A., *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno 2008.
- Mitchel D., *The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space*, New York 2003.
- Muselaers M.F.J., *Touristifying Mouraria. The Impacts of Touristification and Responses of the Local Community, in Mouraria* (Lisbon), Utrecht University (praca magisterska z 2017 r.), [online] <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/354127>.
- Nunes Costa N., *Afonso Henriques conquistou Lisboa e nós temos de defender as colinas?*, „Noticias ao Minuto”, [online] <https://www.noticiasao minuto.com/pais/1154717/afonso-henriques-conquistou-lisboa-e-nos-temos-de-defender-as-colinas>.
- Oliveira C., *Impacto do turismo criativo no desenvolvimento do turismo cultural*, „Publituris” 2014, [online] <https://www.publituris.pt/2014/02/27/impacto-do-turismo-criativo-no-desenvolvimento-do-turismo-cultural/>.
- Pera G., *Um dia, os turistas vêm a Alfama para se verem uns aos outros*, „Noticias ao Minuto”, [online] <https://www.noticiasao minuto.com/vozes-ao-minuto/834671/um-dia-os-turistas-vem-a-alfama-para-se-verem-uns-aos-outros>.
- Protest and Resistance in the Tourist City*, red. C. Colomb, J. Novy, London 2016, <https://doi.org/10.4324/9781315719306>.
- „Revista da Junta de Freguesia de Santa Maria Maior”, Lisboa, janeiro-abril 2018, nr 45.
- Sagan I., *Miasto. Nowa kwestia i nowa polityka*, Warszawa 2017.
- Salazar N.B., *Touristifying Tanzania. Local Guides, Global Discourse*, „Annals of Tourism Research” 2006, vol. 33, nr 3, s. 833-852, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.03.017>.

- Sieber T., *Ruas da cidade e sociabilidade pública: um olhar a partir de Lisboa*, [w:] *A Rua: espaço, tempo, sociabilidade*, red. G.I Cordeiro, F. Vidal, Lisboa 2008, <https://doi.org/10.4000/books.etnograficapress.1451>.
- Smith N., *New Globalism, New Urbanism: Gentrification as Global Urban Strategy*, „Antipode” 2002, vol. 34, nr 3, s. 427-450, <https://doi.org/10.1111/1467-8330.00249>.
- Tourism & Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives*, red. M. Gravari-Barbas, S. Guinand, 2017, <https://doi.org/10.4324/9781315629759>.
- Tulumello S., *Reconsidering Neoliberal Urban Planning in Times of Crisis: Urban Regeneration Policy in a „Dense” Space in Lisbon*, „Urban Geography” 2015, vol. 37, nr 1, s. 117-140, <https://doi.org/10.1080/02723638.2015.1056605>.
- Tuquoi J-P., *Qu’il soit «éthique» ou de masse, le tourisme épuise le monde*, „Reporterre. Quotidien de l’écologie” 2018, [online] <https://reporterre.net/Qu-il-soit-ethique-ou-de-masse-le-tourisme-epuise-le-monde>.

Karolina GOLEMO – dr nauk humanistycznych, kulturoznawczyni, adiunkt w Zakładzie Polityki Etnokulturowej w Instytucie Studiów Międzykulturowych Uniwersytetu Jagiellońskiego. Wykładała gościnnie na uniwersytetach we Włoszech (La Sapienza i Roma Tre w Rzymie oraz w Mediolanie), Hiszpanii (w Sewilli, w La Corunii i na Uniwersytecie Castilla La Mancha w Cuence), Portugalii (w Coimbrze) oraz Brazylii (Uniwersytet Stanu Paraná w Kurytybie). Stażystka w Instytucie Etnomuzykologii na Uniwersytecie w Aveiro w Portugalii (2015). Od maja 2019 r. kieruje polską częścią międzynarodowego projektu sieci HERA: „European Music Festivals, Public Spaces and Cultural Diversity”. Zainteresowania badawcze: różnorodność kulturowa Włoch, Hiszpanii i Portugalii, procesy migracyjne, związki migracji i twórczości artystycznej, muzyka w kulturach.