

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

FELIPE ISHARA RODRIGUES

Overtourism – As novas e velhas questões do turismo de massa

São Paulo

2021

FELIPE ISHARA RODRIGUES

Overtourism – As novas e velhas questões do turismo de massa

Trabalho de Graduação Individual
apresentado ao Departamento de Geografia
da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências
Humanas da Universidade de São Paulo.

Área de concentração: Geografia Humana

Orientadora: Prof^a. Dr^a Rita de Cássia Ariza
da Cruz

São Paulo

2021

AGRADECIMENTOS

Às amizades que fiz durante a graduação: Helena, William, Sara, Felipe, Gabriel, Ildefonso e Daniela. Compartilhamos as alegrias e angustias da graduação e nos ajudamos durante todo o processo.

Agradeço à minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Rita de Cássia Ariza da Cruz. Minha orientação foi marcada por um profissionalismo impecável e por uma amizade que foi construída durante esse processo. Sua orientação tornou possível a realização dessa pesquisa e não há como resumir aqui toda sua ajuda. Muito obrigado professora !

Agradeço à minha namorada, Daniela Yukimi Tina, tanto pelo suporte emocional quanto por ter disponibilizado tempo para a revisão deste trabalho. Essa pesquisa foi desenvolvida durante muitas turbulências pessoais que foram agravadas pela situação de pandemia, logo, sem a sua ajuda, seria impossível realizar esse trabalho.

Agradeço à minha mãe, Eliane Regia Rodrigues, sem a senhora não seria capaz de realizar essa graduação e a presente pesquisa. Me faltam palavras para agradecer alguém tão fundamental para essas conquistas

Por fim agradeço à Deus, pela força que me deu em meio a tantas inseguranças.

RESUMO

RODRIGUES, Felipe Ishara. **Título.** 2021. ___. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Essa pesquisa teve como objetivo uma análise sobre o *overtourism* a partir de uma ampla revisão bibliográfica sobre o tema e sobre conceitos como turismo de massa, capacidade de carga, o Irridex de Doxey, e o Ciclo de Vida das Destinações Turísticas de Buttler. Para a análise do *overtourism* buscou-se entender e discutir o seu significado, as definições acadêmicas para o termo, os problemas relacionados ao tema e as relações desse neologismo com o chamado turismo de massa. À medida que evoluímos na leitura quanto ao *overtourism* identificamos a necessidade de discutir se esse termo se refere a uma problemática que se manifestou nos últimos anos ou se o termo se desdobra sobre questões já englobadas por conceitos anteriores. Além da revisão de artigos acadêmicos sobre *overtourism* analisou-se notícias e artigos de opinião sobre o tema com intuito de compreender como o fenômeno tem sido descrito e quais problemas aparecem relacionados ao termo, também, as notícias e artigos foram utilizados para a descrever os casos das cidades de Amsterdã, Barcelona e Veneza.

Palavras-chave: Turismo; Overtourism; Turismo de massa; Capacidade de carga; Irridex; Barcelona; Amsterdã; Veneza;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Características do destino e a capacidade de carga.....	39
Figura 2- Primeiras postagens que utilizaram a palavra overtourism.....	45
Figura 3- Turista relatando experiência perigosa na Tailândia.....	46
Figura 4 - Residente questiona o prefeito de Barcelona com relação a problemas de lotação em La Boqueria.....	46
Figura 5 - Aglomeração de turistas em Old Town na cidade de Dubrovnik.....	53
Figura 6 - Séculos 18 e 19 – Início do século 20. A invenção de distinção e a imitação no turismo.....	69
Figura 7 - Século 20: entre 1920 e 2000. A invenção de distinção e a imitação no turismo.....	69
Figura 8 - Proporção de turistas que viajam para a mesma região da qual partiram.....	89
Figura 9 - Esquema da troca voluntária entre passageiros e companhias de cruzeiros e as externalidades custeadas pelos residentes.....	111
Figura 10 - Beer-Bike em Amsterdam.....	129
Figura 11 - Quokka selfies na ilha Rottnest, Austrália.....	138
Figura 12 - Turistas no letreiro “I Amsterdam”.....	145
Figura 13 - Protesto em Veneza para bloquear um navio de cruzeiro no ano de 2013.....	158
Figura 14 - Navio de cruzeiro próximo ao centro histórico de Veneza.....	159
Figura 15 - Um pianista em uma barcaça durante um evento organizado para marcar o declínio da população local.....	161
Figura 16 - Grupo Venessia fazem funeral simbólico para marcar o declínio da população da cidade abaixo de 60.000 habitantes.....	161
Figura 17 - Protesto de venezianos com a mala representando o processo de “êxodo” da cidade.....	163
Figura 18 - Protesto de venezianos em passarela sobre um dos canais da cidade contra o processo de “exôdo” da cidade.....	163
Figura 19 - Flyers jogados ao ar por manifestantes do “Gruppo 25 aprille” na inauguração da casa de ópera Fenice.....	168

Figura 20 - Jornal noticiando o protesto “MI NO VADO VIA” do "Gruppo 25 Aprile".	169
Figura 21 - Turistas italianos nus pelas ruas de Barcelona.	175
Figura 22 - Manifestação contra o “turismo de farra” e acomodações ilegais no bairro de La Barceloneta, Barcelona.	177
Figura 23 - Banner de protesto contra a gentrificação e a especulação imobiliária no Bairro Gótico.	178
Figura 24 - Manifestação contra o turismo de massa em uma praia de Barcelona.	178
Figura 25 - Mensagem incentivando turistas a irem para casa.	179
Figura 26 - Protestantes carregam faixa que diz “Barcelona não está à venda”.	180
Figura 27 - Ônibus com spray no para-brisa - “Turismo mata bairros”....	185

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução hipotética de uma área turística.	32
Gráfico 2 - Tendência de buscas do termo overtourism ao longo do tempo.	48
Gráfico 3 - Cruzando o modelo de Doxey (1975) com o overtourism e a turismofobia e a estratégia de saída (Texit).....	61
Gráfico 4 - Variação de chegadas internacionais (%).	84
Gráfico 5 - Variação de chegadas internacionais por região (%).	85
Gráfico 6 - Top 10 destinos por chegadas internacionais em 2017 (milhões).	88
Gráfico 7 - Top 10 destinos por chegadas internacionais em 2017 (milhões).	90
Gráfico 8 - Receitas de exportação por categoria de produto (USD bilhões).	90
Gráfico 9 - Evolução das receitas turísticas e chegadas internacionais entre 2008 e 2019 (%).	91
Gráfico 10 - Evolução das receitas turísticas e chegadas internacionais entre 1995 e 2019.	92
Gráfico 11 - Estimativas do tamanho da classe média global, 1950-2030.	99
Gráfico 12 - Apresentação da mídia quanto a manifestação do overtourism na Islândia.....	133
Gráfico 13 - Número de turistas (overnight stays) em Veneza.	154
Gráfico 14 - Decréscimo populacional no centro histórico de Veneza.....	156
Gráfico 15 - Evolução do número de turistas (overnight stays) na Catalunia.	171
Gráfico 16 - Evolução do número de turistas (overnight stays) em Barcelona.	172
Gráfico 17 - Percepções negativas do turismo em Barcelona (Qual você considera se o problema mais sério na cidade de Barcelona nos dias de hoje?).	173
Gráfico 18 - Percepções negativas pessoais do turismo em Barcelona (Pessoalmente, qual problema te afeta mais?).	174
Gráfico 19 - Evolução no número de hotéis em Barcelona (1990 – 2016).	182
Gráfico 20 - Evolução no número de hotéis em Barcelona (1990 – 2016).	182
Gráfico 21 - Evolução no preço do metro quadrado em Barcelona (2008 – 2017)..	183

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Modelo Irridex de Doxey (1975)	26
Quadro 2 - Questões atribuídas ao turismo.....	106
Quadro 3 - Questões atribuídas ao turismo.....	108
Quadro 4 - Gastos de turistas de cruzeiros em Veneza, em euros.	112
Quadro 5 - Receitas, custos e benefícios dos cruzeiros marítimos em milhões de euros.	164

SUMÁRIO

Introdução	11
Capítulo 1 – <i>Overtourism</i> : origem, precedentes teóricos e definições	13
1.1 Precedentes Teóricos	13
1.1.1 Do conceito de capacidade de carga a outras estruturas de manejo de visitantes.....	14
1.1.2 - A perspectiva dos residentes e o modelo Irridex de Doxey	25
1.1.3 – O ciclo de vida das destinações turísticas (TALC).....	30
1.2 Origem do termo e definições	43
1.2.1 Origem do termo/conceito <i>overtourism</i>	44
1.2.2 Definições do conceito de <i>overtourism</i>	49
Capítulo 2 – <i>Overtourism</i> : A Relação do <i>overtourism</i> com o Turismo de Massa e as causas do fenômeno	62
2.1 Turismo de massa: os discursos relacionados ao conceito, sua história, e sua relação com o <i>overtourism</i>	64
2.2 - As causas do <i>overtourism</i>	82
2.2.1 O aumento do número de turistas e de chegadas internacionais e a mentalidade pro-crescimento econômico	83
2.2.2 A acessibilidade e o barateamento das viagens aéreas, a popularização dos cruzeiros, e a pressão sobre o meio físico das cidades.....	98
2.2.3 O impacto de plataformas de acomodação como o AirBnB e a produção despaço urbano da cidade.....	112
2.2.4 O comportamento dos visitantes, as redes sociais e o impacto dos veículos de comunicação na percepção dos residentes quanto ao <i>overtourism</i>	125
Capítulo 3 – <i>Overtourism</i> : as manifestações do fenômeno em cidades patrimoniais europeias.....	142
3.1 O caso de Amsterdã	143
3.2 O caso de Veneza.....	153

3.3 O caso de Barcelona.....	171
A guisa de conclusão: há <i>overtourism</i> no Brasil? Uma breve reflexão sobre o caso do Rio de Janeiro.	189
Referências Bibliográficas	194

Introdução

Overtourism é uma palavra cada vez mais popular entre os veículos de informação internacionais, líderes governamentais e residentes de cidades que sofrem com os impactos negativos da indústria turística. Por mais que alguns autores admitam que o termo também pode ser aplicado em localidades rurais, o *overtourism* quase sempre é utilizado para se referir ao congestionamento de visitantes em espaços urbanos e aos impactos econômicos, sociais e ambientais decorrentes do crescimento descontrolado da atividade.

Em 2019, o número de chegadas internacionais chegou a 1,5 bilhões segundo a OMT¹ (Organização Mundial do Turismo). O grande crescimento da indústria de viagens não é um fenômeno recente, porém a última década tem colocado a atividade em evidência. O turismo tem apresentado crescimento maior do que o PIB mundial e como consequência é cada vez mais relevante na composição deste, chegando a representar 10,4%². Com relação a postos de trabalho, dados da WTTC (World Travel & Tourism Council) apontam que a atividade é responsável por 1 a cada 10 postos de trabalho no mundo e 1 a cada 5 de todos os trabalhos criados em 2017³.

Esse crescimento da atividade é impulsionado por mudanças e novidades no setor, principalmente após a crise econômica global de 2007/2008. Dentre as mudanças destacam-se, inicialmente, as novas plataformas de negócio digital, mais especificamente as de alojamento como o Airbnb, o menor preço de passagens aéreas e o crescimento do turismo por cruzeiros marítimos. Esses fatores, somados à concentração geográfica dos fluxos turísticos têm, no entanto, forte relação com o

¹ BRITO, Janaina. Turismo mundial sobe e registra 1,5 bi de chegadas de turistas internacionais em 2019. Disponível em: <https://www.mercadoeeventos.com.br/_destaque_/_turismo-mundial-sobe-e-registra-15-bi-de-chegadas-de-turistas-internacionais-em-2019-diz-omt/>. Acesso em: 20 de set. 2020.

² SANTIAGO, Henrique. Turismo cresce mais que PIB mundial pelo 7º ano seguido. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/economia-e-politica/pesquisas-e-estatisticas/2018/03/turismo-cresce-mais-que-pib-mundial-pelo-7o-ano-seguido_154259.html>. Acesso em: 20 jul. 2020.

³ TERRA. Turismo cresce mais que PIB mundial pelo 7º ano seguido. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/turismo-ja-representa-104-no-pib-mundial-e-esta-entre-as-tendencias-globais,0af5f07d5dfd0e9adf5e4dbd2519c06a0ho42xe5.html>>. Acesso em: 20 jul. 2020.

chamado *overtourism*, sendo muitas vezes citados como causas do congestionamento de pessoas nos destinos turísticos.

O conceito de *overtourism* parece englobar diversos problemas relacionados ao crescimento desenfreado do turismo e seus impactos negativos na qualidade de vida dos moradores e/ou na experiência dos visitantes. Dentre eles podemos citar o congestionamento de pessoas em espaços públicos, privatização de patrimônios culturais, “turistificação” dos espaços e dos produtos locais, diminuição da oferta de residências para os moradores, danos ambientais e infraestruturais locais, conflitos entre turistas e residentes, entre outros.

Por estar relacionado com fenômenos recentes, como o Airbnb e também com problemas já extensamente discutidos derivados dos impactos negativos da atividade turística, o conceito de *overtourism* é questionado por conta de sua abrangência e por possivelmente encapsular conceitos e modelos já existentes quanto aos impactos negativos da atividade.

Talvez o centro histórico de Veneza, na Itália, e a cidade de Barcelona, na Espanha, sejam os exemplos atuais mais emblemáticos referentes a esse neologismo. Os residentes das duas cidades sofrem há décadas com a pressão da atividade turística, ainda assim os impactos negativos da atividade parecem ter tomado uma nova proporção.

Essa proporção é evidenciada por protestos e conflitos com visitantes que são cada vez mais comuns e noticiados. Parte significativa dos moradores dessas cidades clamam por limites e novas regras de gerenciamento da atividade, uma vez que os custos do turismo sobre a qualidade de vida dos residentes parecem ter ultrapassado os benefícios. A insatisfação com a atividade tem sido cada vez mais aparente e o assunto tornou-se mais relevante para o poder público, que já não pode ignorar a pressão do turismo sobre a qualidade de vida dos residentes.

A presente pesquisa foi orientada pelas seguintes perguntas: o que significa *overtourism*? Quais são os problemas relacionados ao conceito de *overtourism*? Quais as especificidades explicativas desse novo conceito? Quais são as relações do *overtourism* com o chamado turismo de massa? Quais modelos e conceitos pré-existentes sobre os impactos negativos do turismo podem ser relacionados ou encapsulados pelo conceito de *overtourism*?

O levantamento bibliográfico realizado no início da pesquisa demonstrou que, para muitos autores, o fenômeno do *overtourism* não é recente, enquanto outros referem-se ao fenômeno como algo que surgiu nos últimos anos. Logo, outro objetivo dessa pesquisa foi analisar se o conceito busca abarcar problemáticas já discutidas ou se desdobra-se sobre problemáticas recentes.

Dessa forma, para a resolução dos problemas de pesquisa levantados acima, esta pesquisa baseou-se em uma ampla revisão bibliográfica sobre *overtourism* e o chamado turismo de massa, bem como sobre conceitos citados como “antecessores” ao *overtourism* como capacidade de carga, o modelo Irridex, de Doxey, e o Ciclo de Vida das Destinações Turísticas, de Richard Butler. Além da revisão bibliográfica, foram analisadas notícias e artigos de opinião com intuito de compreender como o fenômeno tem sido descrito e quais problemas aparecem relacionados ao termo.

Capítulo 1 – *Overtourism*: origem, precedentes teóricos e definições

1.1 Precedentes Teóricos

O *overtourism* está longe de ser o primeiro conceito relacionado aos impactos do turismo nos destinos. Para Koens et al. (2017), a questão que o conceito descreve, um impacto excessivamente negativo nas comunidades locais e/ou no ambiente natural, tem sido uma preocupação crítica dentro da academia por muitos anos. No entanto, um levantamento detalhado da bibliografia dos impactos negativos do turismo está fora do escopo dessa pesquisa; o objetivo desse subcapítulo será levantar e discutir os principais conceitos, trabalhos e modelos já discutidos na academia e que dialogam com o *overtourism* e as questões relacionadas a esse.

Dessa forma o levantamento bibliográfico dessa pesquisa identificou três conceitos e modelos principais. Sendo eles, o conceito de capacidade de carga recreativa/turística, o modelo Irridex de Doxey, e o Ciclo de Vida das Destinações Turísticas de Butler. Cada um terá um item específico no presente subcapítulo com o objetivo de relacioná-los ao *overtourism*.

1.1.1 Do conceito de capacidade de carga a outras estruturas de manejo de visitantes

Em 1964, John Forster publicou o artigo 'The sociological consequences of tourism'. O artigo de Forster é citado como um dos primeiros esforços para discutir os impactos negativos do Turismo (Koens et al, 2018, p.2; Mihalic, 2020, p.1964). Porém, mais importante para o presente trabalho, é o artigo de Wagar (1964), que buscou identificar e analisar fatores que determinariam a capacidade de carga recreativa de áreas naturais.

O conceito de capacidade de carga definido por Wagar (1964) como "o nível de uso que uma área pode suportar sem afetar a sua qualidade" foi inicialmente aplicado em trabalhos voltados ao manejo de visitantes em parques e reservas naturais protegidas (Pires, 2005). Essa definição se refere à capacidade de carga recreativa. Hoje, a denominação mais comum seria a capacidade de carga turística, termo mais comumente adotado devido ao conceito de capacidade de carga não se restringir mais somente ao manejo de áreas naturais, mas também a espaços urbanos.

O artigo de Wagar evidencia que discussões quanto ao impacto excessivo de visitantes nos parques nacionais americanos data de antes da segunda guerra mundial.

Quando muitas pessoas usam a mesma área, alguns valores tradicionais das terras selvagens são perdidos. Adams (1930), Meinecke (1932) e Leopold (1930) escreveram sobre isso antes mesmo do grande aumento na recreação ao ar livre após a Segunda Guerra Mundial. E artigos como "Vamos fechar os parques nacionais" (DeVoto, 1953), "Está ficando lotado no ar livre" (Anonymous 1957) e "Crise na recreação ao ar livre" (Clawson 1959) aparecem com maior frequência. (Wagar, 1964, p.2, tradução nossa)⁴

Uma maior preocupação com o número de pessoas coincide com o aumento de visitantes nessas áreas que ocorreu de forma exacerbada após a Segunda Guerra Mundial. Com o aumento dos visitantes, aumenta também a pressão sobre os componentes naturais e sociais desses locais o que pode prejudicar a experiência dos visitantes e, obviamente, o meio natural no qual a atividade recreativa é realizada.

Preocupações quanto a capacidade dos parques e áreas protegidas de absorver turistas e seus impactos se desenvolveu inicialmente na década de 1930, mas foram

⁴ No original lê-se: When too many people use the same area, some traditional wildland values are lost. Adams (1930), Meinecke (1932), and Leopold (1930) wrote of this even before the big increase in outdoor recreation after World War II. And articles such as "Let's Close the National Parks" (DeVoto, 1953), "It's getting Crowded in the Great Outdoors" (Anonymous 1957), and "Crisis in Outdoor Recreation" (Clawson 1959) appear with increasing frequency. (Wagar, 1964, p. 2)

interrompidas pela Segunda Guerra Mundial. Após grandes aumentos na visitação a parques nacionais e florestas nos Estados Unidos durante a década de 1950, houve um aumento de demandas pelo gerenciamento das condições aparentemente superlotadas encontradas lá. (McCool and Lime, 2001, p.375, tradução nossa)⁵

Em 1983 a Organização Mundial do Turismo definiu que: “capacidade de carga é a capacidade de suporte ou tolerância de uma área para acolher um número de visitantes sem alterar o seu estado natural, o que implica um limite ao crescimento turístico em uma área sem que se modifique o seu entorno” (PIRES, 2005, p.8).

Admitir um limite para o crescimento da atividade é coerente com o contexto da época na qual as discussões sobre o meio ambiente e sustentabilidade ganhavam popularidade e importância devido ao agravamento dos impactos ambientais, ou seja, em um contexto no qual o paradigma do desenvolvimento sustentável se estabelecia no âmbito dos estudos econômicos, logo sendo adotado por estudiosos do turismo.

As soluções propostas para problemas de aglomeração em contexto recreativo estão sob uma perspectiva de que essa problemática pode ser solucionada por uma gestão mais eficiente dos recursos, o que remete ao paradigma da sustentabilidade. O conceito de capacidade de carga ou capacidade de suporte no âmbito turístico tomados em seu sentido operacional poderiam ser descritos como “a capacidade que um determinado meio ou ambiente possui para suportar o afluxo de visitantes e turistas sem perder as características de sua originalidade ou ter ameaçada sua integridade” (Pires, 2005, p.7).

Pires (2005) ainda argumenta que essa definição infere a ideia de inevitabilidade do impacto humano sobre o meio, e também de que o meio poderá absorver ou tolerar impactos que resultem em alterações aceitáveis. Ora, tais inferencias também são aparentes nas discussões referentes ao chamado *overtourism*. Assume-se que existe uma forma de turismo na qual o lugar onde a atividade é realizada não perca seu conteúdo, sua originalidade e que com estratégias de gestão, os problemas podem ser gerenciados.

O conceito de capacidade de carga inclui a necessidade de impor um limite máximo de visitantes para as áreas recreativas e a preocupação com a experiência

⁵ No original lê-se: *Concerns about the ability of parks and protected areas to absorb tourists and their impacts developed initially in the 1930s, but were interrupted by World War II. Following large increases in visitation to national parks and forests in the US during the 1950s, there were increased calls for managing the apparently crowded conditions found there (Clawson, 1963). (McCool and Lime, 2001, p.375)*

do visitante. Boo (1990 apud PIRES, 2005) define capacidade de carga como “a quantidade máxima de visitantes que uma área pode acomodar mantendo poucos impactos negativos sobre os recursos e, ao mesmo tempo, altos níveis de satisfação para os visitantes”

No período inicial transcorrido desde o advento da concepção da capacidade de carga turística e recreativa aplicada, sobretudo, a ambientes naturais (década de 1970), prevaleceu no bojo das iniciativas e experiências empreendidas nesse sentido a preocupação em relação a dois aspectos principais: a manutenção da integridade da base de recursos e a oferta de uma experiência recreativa de qualidade para os usuários (Sowaman, 1987). Essa preocupação refletiu-se nas próprias definições ou aproximações conceituais sobre capacidade de carga turística, encontradas na literatura que cobriu o período transcorrido até o início da década de 1990. (Pires, 2005, p.8)

Mas afinal, por que o conceito de capacidade de carga dialoga com o chamado *overtourism*? Um primeiro ponto seria a própria conotação da palavra *overtourism* que implica que haveria um limite para atividade turística ao utilizar o prefixo ‘over’. A palavra é de difícil tradução para as línguas latinas, porém, implica em algo como “turismo excessivo”.

Um segundo ponto, é a associação dos dois conceitos que é feita pelos trabalhos e estudiosos do tema. Um exemplo dessa associação está em uma publicação feita em setembro de 2018, viabilizada pela OMT em cooperação com a Universidade de Breda e a Universidade de Ciências Aplicadas de Stenden. Segundo os colaboradores:

Gerenciar o turismo de forma adequada para o benefício dos visitantes e os residentes sempre foi uma questão fundamental para o setor. Muito antes do surgimento da palavra da moda *overtourism*, a OMT definiu a capacidade de carga turística como ‘o número máximo de pessoas que podem visitar um destino turístico ao mesmo tempo, sem causar destruição do ambiente físico, econômico e sociocultural e uma diminuição inaceitável da qualidade da satisfação dos visitantes. (Peeters et al, 2018, p.3)⁶

O relatório é um dos primeiros esforços da OMT para tratar do *overtourism* como um verdadeiro problema contemporâneo e a relação do conceito discutido com

⁶ No original lê-se: Adequately managing tourism to the benefit of visitors and residents alike has always been a fundamental issue for the sector. Long before the emergence of buzzwords such as overtourism, UNWTO defined tourism's carrying capacity as “the maximum number of people that may visit a tourist destination at the same time, without causing destruction of the physical, economic and sociocultural environment and an unacceptable decrease in the quality of visitors' satisfaction”. (Peeters et al, 2018, p.3)

o conceito/paradigma da capacidade de carga é expressa ao longo do relatório. As seguintes citações foram consultadas na seção de conclusões do relatório.

Overtourism é uma nova palavra da moda para conceitos existentes de gestão de congestionamentos turísticos e da capacidade de carga turística. (UNTWO et al, 2018, p. 7, tradução nossa)⁷

Ao definir e configurar mecanismos para monitorar e gerenciar os congestionamentos turísticos, a capacidade de carga e "os limites da mudança aceitável" (LAC), é essencial considerar indicadores quantitativos e qualitativos para garantir uma visão abrangente do impacto do turismo no destino e em seus residentes; (UNTWO et al, 2018, tradução nossa)⁸

Um outro exemplo de relação direta entre os dois conceitos está no trabalho de Wall (2020) no qual o autor também enfatiza que as pesquisas quanto ao impacto de visitantes em áreas recreativas foi pioneira nos Estados Unidos.

Muitas das pesquisas acima foram iniciadas na América do Norte sob o pretexto de gestão de recreação com foco em áreas relativamente naturais onde a maioria dos usuários eram domésticos, embora possam ter viajado distâncias consideráveis. A palavra "Turismo" raramente era usada. Consequentemente, houve um lapso de tempo na disseminação dessas idéias na literatura de turismo, especialmente na Europa, onde noções de capacidade foram adotadas mais recentemente, muitas vezes sem plena apreciação de sua origem e história, agora atraindo atenção especialmente em ambientes urbanos complexos, como Veneza e Barcelona, onde existem inúmeras atrações, visitantes massivos e várias partes interessadas. Portanto, a preocupação e a aplicação da capacidade de carga migrou entre continentes, de ambientes naturais para urbanos, e ressurgiu como *overtourism*. (Wall, 2020, p. 2, tradução nossa)⁹

Um terceiro ponto, são as críticas semelhantes feitas aos dois conceitos, uma vez que, como visto, os dois aparecem associados em artigos onde o tema é o *overtourism* (Wall, 2020; Koens et al., 2018; Goodwin, 2017; Peeters et al., 2018;

⁷ No original lê-se: Overtourism is a new buzzword for existing concepts of tourism congestion management and tourism carrying capacity. (UNTWO et al, 2018, p.7)

⁸ No original lê-se: When defining and setting mechanisms to monitor and manage tourism congestion, carrying capacity and 'the limits of acceptable change' it is essential to consider quantitative as well as qualitative indicators to ensure a comprehensive vision of tourism's impact on the destination and its residents. (Ibidem)

⁹ Much of the above research was pioneered in North America under the guise of recreation management with a focus upon relatively natural areas where most users were domestic, even though they may have travelled considerable distances. The word "tourism" was seldom used. Consequently, there has been a time lag in the dissemination of these ideas into the tourism literature, especially in Europe, where notions of capacity have been adopted more recently, often without full appreciation of their origin and history, now attracting attention especially in complex urban settings, such as Venice and Barcelona, where there are numerous attractions, massive visitor numbers and multiple stakeholders. Hence, concern with and application of carrying capacity has migrated across continents, from natural to urban settings, and has re-emerged as "overtourism". (Wall, 2020, p. 2)

Dodds e Butler, 2019; OMT, 2018). Apesar do relatório afirmar ser essencial considerar os indicadores quantitativos e qualitativos, ambos os conceitos, *overtourism* e capacidade de carga, são criticados pela ênfase demasiadamente quantitativa. Também, a relação entre os dois conceitos ocorre devido aos mesmos serem formulados em um contexto onde medidas 'sustentáveis' são vistas como soluções para diversos problemas sociais causados pelas atividades econômicas.

O levantamento bibliográfico do tema *overtourism* revela que grande parte dos trabalhos tem uma sessão de propostas para solucionar o 'problema'. Tais propostas serão discutidas em outra sessão do presente trabalho, mas, por hora, destacamos uma influência clara do paradigma do chamado 'desenvolvimento sustentável' nessas propostas e trabalhos. Ou seja, pouco se discute sob a estrutura do sistema capitalista e suas contradições. Admitir um limite para o crescimento não mudou o fato de que a reprodução do capital e suas contradições estão, ao nosso ver, na raiz dos problemas associados ao *overtourism*.

No relatório de 2018 publicado pela OMT, já citado acima, e em outros trabalhos no qual o tema é o chamado *overtourism*, fica evidente que a problemática é colocada sob a perspectiva de que os problemas se devem, principalmente, à gestão e ao planejamento das atividades turísticas/recreativas, ou a falta desses, logo, tais ferramentas também são vistas como soluções para os problemas do qual o conceito de *overtourism* se desdobra. Não afirmamos neste trabalho que os esforços para gerenciar o *overtourism* não têm nenhum efeito, porém, percebeu-se durante o levantamento bibliográfico do tema, uma carência de discussões sobre os problemas estruturais que causam o *overtourism*.

Uma vez feita a relação dos conceitos de capacidade de carga turística com o *overtourism*, seguimos discutindo as críticas levantadas ao primeiro. Os problemas relativos a aglomerações e a impactos sob o ambiente recreativo, seja ele natural ou urbano, seriam resultado de uma má gestão e/ou falta de planejamento adequado. A crítica se desdobra, principalmente, sobre a ideia de que cada ambiente recreativo, ou turístico, pode suportar um número máximo de visitantes. Mccool e Lime (2001) usam a expressão 'numero mágico', para se referir a tal limite numérico.

Livros e artigos recentes (por exemplo, Gartner, 1996; Inskeep, 1991; Saveriades, 2000; Wahab & Pigram, 1997) refletem esse interesse e sugeriram que os destinos não sejam desenvolvidos além de seus pontos de saturação ou "capacidades inatas" para turismo. Para esses autores e muitos outros, escritores, planejadores e cientistas deveriam especificar as capacidades numéricas para garantir que o meio ambiente, as

experiências turísticas e o tecido social da comunidade não sofram consequências indesejáveis. Se ocorrer degradação, a ação de gerenciamento é implementada para retornar a área para dentro de sua capacidade de carga numérica. Reduzindo efetivamente o complexo conjunto de questões associadas ao desenvolvimento do turismo para um cientificamente determinado 'número mágico', os defensores da capacidade de carga prometem que as soluções tecnológicas serão apropriadas. (MCCOOL; LIME, 2001, p.372, tradução nossa)¹⁰

A ênfase demasiadamente quantitativa do conceito é criticada pelos mesmos autores que sugerem que o foco em questão deveria migrar de um número, uma quantidade de pessoas, para as "condições sociais e biofísicas desejadas ou apropriadas a um destino" (Ibidem). Ademais, os autores colocam em xeque a possibilidade de um número específico pois isso implica um ambiente estático e não dinâmico.

No entanto, as mudanças que ocorrem nesses ambientes, bióticos ou abióticos, causados pela própria população ou por outros fatores e variações naturais no ambiente indicam que uma determinação logística de uma única capacidade de carga é quase impossível. Seidl e Tisdell (1999:401) concluem: "... o conceito de capacidade de carga só pode ser calculado para sistemas determinísticos e com poucas variáveis, e apenas para os casos em que o comportamento e as relações ecológicas das espécies mudam lentamente na escala de tempo humano". (MCCOOL; LIME, 2001, p.374, tradução nossa)¹¹

É importante notar que as críticas até aqui expostas pelos autores citados se referem, principalmente, a aplicação do conceito de capacidade de carga a áreas naturais. Pode-se afirmar que a operacionalização desse conceito em ambientes urbanos implicaria em ainda mais variáveis o que dificulta muito sua efetividade como paradigma de gestão turística/recreativa e talvez esteja aí a necessidade de um outro conceito que desse conta das variáveis do ambiente urbano. No entanto, as pesquisas iniciais e até mesmo recentes sugerem haver pelo menos duas capacidades de carga.

¹⁰ No original lê-se: Recent textbooks and articles (e.g. Gartner, 1996; Inskeep, 1991; Saveriades, 2000; Wahab & Pigram, 1997) reflect this interest and have suggested that destinations not be developed beyond their saturation points or 'innate capacities' for tourism. To these authors and many others writers, planners and scientists should specify numerical capacities to ensure that the environment, tourism experiences and the community social fabric do not suffer unwanted consequences. If degradation occurs, then management action is implemented to return the area to within its numeric carrying capacity. By effectively reducing the complex set of issues associated with tourism development to a scientifically determined 'magic number', advocates of carrying capacity promise that technological solutions will be appropriate.

¹¹ No original lê-se: However, changes occurring in these environmental factors, biotic or abiotic, caused by the population itself or by other factors and natural variation in the environment indicate that a logistic determination of a single carrying capacity is all but impossible. Seidl and Tisdell (1999: 401) conclude: "...the concept of carrying capacity can only be calculated for deterministic and slightly variable systems, and only for cases where behaviour and ecological relationships of the species change slowly on the human time scale'.

As primeiras pesquisas sobre a questão (Lucas, 1964; Wagar, 1964) sugeriram que parecia haver capacidades de suporte biofísicas e sociais, observações que continuam nas pesquisas de hoje. (MCCOOL; LIME, 2001, p.376, tradução nossa)¹²

A última citação remete a mais uma questão importante que parece ser encoberta pelos entusiastas do conceito de capacidade de carga. De um lado, admite-se que é necessário contar com fatores quantitativos e qualitativos, porém, tal capacidade, expressa numericamente, é resultante de motivações e interesses sociais e políticos. Ou seja, não se pode afirmar que há apenas uma capacidade de carga para os meios recreativos, pois o estado desejável para um ambiente recreativo varia conforme as condições almejadas pelos gestores, políticos, visitantes e residentes. Ou seja, a natureza não pode, obviamente, definir uma condição aceitável, tal condição ou estado são subjetivos. Porém, Mccool e Lime ponderam que a ciência tem um papel importante, pois pode oferecer as informações sobre determinado ambiente para que a sociedade discuta e decida as condições desejadas para a localidade:

Após esses esforços iniciais, uma variedade de pesquisadores nos Estados Unidos se engajou em trabalhos adicionais no final dos anos 1960 e 1970 que culminou em uma série de observações sobre a questão da capacidade de carga (por exemplo, Frissell & Stankey, 1972; Lime, 1970; Lime e Stankey, 1971; Stankey, 1973). Estes e outros cientistas sugeriram que o objetivo para o qual uma área foi estabelecida foi fundamental para determinar capacidade de carga, sugerindo assim que, para qualquer área, havia várias capacidades: "nenhuma capacidade pode ser atribuída a uma área inteira" (Lime, 1970, p. 9). Eles também indicaram que o uso recreativo induz mudanças quantitativas e qualitativas no ambiente, levando à questão de quanto uso e qual tipo de mudança seria aceitável - uma questão que poderia ser melhor abordada através da compreensão dos objetivos estabelecidos. (MCCOOL; LIME, 2001, p.376, tradução nossa)¹³

A perspectiva de que um mesmo ambiente pode ter diversas capacidades de carga, o que resulta em uma maior dificuldade, ou até mesmo impossibilidade de

¹² No original lê-se: The early research on the question (Lucas, 1964; Wagar, 1964) suggested that there appeared to be both biophysical and social carrying capacities, observations that carry on in today's research.

¹³ No original lê-se: Following these initial efforts, a variety of researchers in the US engaged in additional work in the late 1960s and 1970s that culminated in a series of observations about the carrying capacity issue (e.g. Frissell & Stankey, 1972; Lime, 1970; Lime & Stankey, 1971; Stankey, 1973). These and other scientists suggested that the *objective* for which an area was established was critical in determining carrying capacity, thus suggesting that for any area, there were multiple carrying capacities: 'no single capacity can be assigned to an entire area' (Lime, 1970, p. 9). They also indicated that recreational use induces both quantitative and qualitative changes in the environment, leading to the question of how much use and what type of change would be *acceptable* – a question that could be best addressed through understanding the objectives established. (MCCOOL; LIME, 2001, p.376)

aplicar o conceito a longo prazo, gerou diversos enfoques do conceito, aumentando assim, sua abrangência. A título de exemplo, podemos citar os enfoques levantados e explicados por Pires (2005), sendo o qual se poderia falar em: capacidade ambiental; capacidade física; capacidade econômica; capacidade paisagística; capacidade material; capacidade perceptiva/psicológica/social.

Capacidade de carga recreativa passou a ser definida como a quantidade de uso recreativo permitida pelos objetivos de gestão de uma área. Esta definição leva a duas conclusões fundamentais: (1) não existe capacidade de suporte intrínseca ou inata; e (2) uma área pode ter múltiplas capacidades, dependendo de qual objetivo é articulado para a área. Assim, uma área protegida individual - digamos um parque marinho - pode ter uma capacidade muito baixa se for projetada para fornecer oportunidades de solidão em um ambiente intocado; ou uma capacidade superior, se o objetivo é fornecer oportunidades de caráter mais social e onde há menos restrições aos impactos causados pelo público em recriação. (MCCOOL; LIME, 2001, p.372, tradução nossa)¹⁴

Se não é possível chegar em uma capacidade de carga recreativa ‘intrínseca’ de um determinado local, assume-se que as múltiplas capacidades que dependem dos objetivos propostos a determinados locais, o que enfatiza a subjetividade do conceito. Um dos problemas que derivam dessas conclusões é que tais objetivos podem ser os mais diversos e muitas vezes vagos como por exemplo, ‘proteger os recursos’.

Esses objetivos vagos podem ser interpretados de muitas maneiras diferentes, levando novamente a muitas capacidades, o processo de articulação de objetivos e seleção entre eles são um processo exclusivamente humano e político; a própria terra não fala neste processo, e nem a ciência (embora os cientistas possam falar usando os chapéus de cidadãos preocupados). (MCCOOL; LIME, 2001, p.372, tradução nossa)¹⁵

Os mesmos autores (*op cit*) dizem que a constatação de que a capacidade de carga é dependente de objetivos foi um “grande avanço no campo da recreação e do gerenciamento turístico” (MCCOOL e LIME, 2001, p.377). Tal constatação forçou gerenciadores e cientistas a serem mais específicos quanto aos objetivos para

¹⁴ No original lê-se: Recreational carrying capacity came to be defined as the amount of recreational use allowable by an area's management objectives. This definition leads to two fundamental conclusions: (1) there is no such thing as an intrinsic or innate carrying capacity; and (2) an area may have multiple capacities, depending upon what objective is articulated for the area. Thus, an individual protected area – say a marine park – may have a very low capacity if it is designed to provide opportunities for solitude in a pristine setting; or a higher capacity, if the objective is to provide opportunities that are more social in character and where there are fewer constraints on the impacts caused by the recreating public. (MCCOOL; LIME, 2001, p.372)

¹⁵ No original lê-se: These vague objectives can be interpreted in many different ways, leading again to many different capacities. In addition, the process of articulating objectives and selecting among them is a uniquely human and political process; the earth itself does not speak in this process, and neither does science (although scientists may speak wearing the hats of concerned citizens). (Ibidem)

determinada área. E ainda mais importante, a constatação levou a realização de que tais objetivos são resultados de um processo social e não de um processo ou necessidade física ou biológica. Uma perspectiva semelhante está no artigo de Wall (2020).

Com a experiência acumulada, reconheceu-se que é simplista focar apenas nos números com a exclusão de outras variáveis, como tipo de visitante, tempo de permanência, atividades realizadas e composição do grupo. Determinou-se que as relações entre os níveis de uso e as mudanças ambientais não são lineares e não existe uma ligação simples entre a densidade de uso e a aglomeração (Wall e Wright, 1977). Além disso, a própria capacidade pode ser influenciada pelo manejo, por exemplo, o plantio de arbustos em uma área previamente aberta cria mais bordas entre diferentes tipos de vegetação, aumentando o número de áreas isoladas, com implicações positivas tanto para a vida selvagem quanto para o comportamento humano. Além disso, embora locais específicos possam ser mais ou menos adequados para usos específicos, com resistência variável à mudança, a terra não tem uma capacidade inherente. Em vez disso, os níveis apropriados de uso variam de acordo com as metas e objetivos estabelecidos. Assim, por exemplo, a mesma área pode ser designada para uso como reserva natural, campo de golfe ou parque temático com diferentes implicações para atividades e níveis de uso apropriados. (Wall, 2020, p.2, tradução nossa)¹⁶

Uma observação deve ser feita, o período discutido até aqui, no qual se formulou e evoluiu o conceito de capacidade de carga, coincide com o contexto de estabelecimento do chamado “turismo de massa”. Uma discussão mais extensa sobre a relação do *overtourism* com o turismo de massa será exposta em outra sessão do presente trabalho. No entanto, essa contextualização se faz importante na presente sessão por dois motivos. Primeiro, o turismo deixa de ser uma atividade majoritariamente elitista. Segundo, a atividade turística passa a ser realizada com maior intensidade nos ambientes urbanos.

Logo, esses dois pontos, o maior número de turistas e a realização da atividade nos ambientes urbanos, coloca uma pressão maior sobre os espaços públicos das cidades, suas infraestruturas e sobre os residentes das mesmas o que envolve um

¹⁶ No original lê-se: As experience accumulated, it was recognized that it is simplistic to focus solely on numbers to the exclusion of other variables, such as type of visitor, length of stay, activities undertaken and group composition. It was determined that relationships between levels of use and environmental change are not linear and there is not a simple link between density of use and crowding (Wall and Wright, 1977). Also, capacity itself can be influenced by management, for example, the planting of bushes in a previously open area creates more edges between different vegetation types, increasing the number of secluded areas, with positive implications for both wildlife and human behaviour. Furthermore, although particular places may be more or less suitable for specific uses, with varying resilience to change, land does not have an inherent capacity. Rather, appropriate levels of use vary with the goals and objectives that are established. Thus, for example, the same area might be designated for use as a nature reserve, a golf course or a theme park with different implications for appropriate activities and levels of use.

número ainda maior de variáveis a serem consideradas para o estabelecimento de uma capacidade, ou capacidades de carga.

Um exemplo a se destacar é o centro histórico da cidade de Veneza que há décadas já sofria muito com os impactos negativos da atividade turística, o que coloca a discussão do *overtourism* como problema recente em xeque, uma vez que Veneza aparece em trabalhos e notícias como uma cidade que sofre com o “recente” *overtourism*. Por outro lado, apesar dos impactos do turismo de massa em Veneza datarem do século XX, a perspectiva negativa dos visitantes quanto a atividade parece ter uma nova intensidade e o turismo passa a ser visto, cada vez mais, como um problema para a vida dos venezianos que demonstram sua insatisfação com o desenvolvimento da atividade por meio de protestos e declarações a mídia ou em redes sociais

A conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento em 1992, ou simplesmente Rio-92, é um marco para as questões ambientais e para a consagração do paradigma do “desenvolvimento sustentável” (PIRES, 2005). Nesse período, segundo Pires, há uma ampliação das preocupações envolvendo a concepção de “capacidade de carga”. Agora, além da preocupações com a manutenção da integridade do ambiente e da proporção de uma experiência de qualidade para os visitantes, estabelece-se uma preocupação maior com a questão sociocultural, psicológica e econômica dos residentes. Tal preocupação também está relacionada, como mencionado acima, ao desenvolvimento do turismo em espaços urbanos.

O caminho traçado nesse subcapítulo contextualizou o paradigma da chamada ‘capacidade de carga’ como ferramenta de gestão de atividades recreativas, sua evolução como conceito, as críticas, e sua relação com o conceito de *overtourism*. Também, destacamos que os trabalhos e artigos relacionados ao tema estão relacionados ao paradigma do desenvolvimento sustentável e, portanto, muitos desses trabalhos discutem soluções no plano da gestão e do planejamento como exemplificado na seguinte citação:

As preocupações com o número excessivo de visitantes aumentaram junto com o número de turistas. Discussões sobre a pressão das pessoas sobre os recursos tem uma longa história, mas, no contexto do turismo, a pesquisa foi pioneira nos parques nacionais da América do Norte com foco na capacidade de carga. Assim, tem-se argumentado que o *overturism* não é um conceito novo, mas as ideias cruzaram continentes e agora estão sendo calorosamente debatidas, em um contexto diferente, particularmente no que diz respeito às cidades históricas da Europa, estimulando a produção de um literatura florescente (Dodds e Butler, 2019). O problema chama a atenção para a necessidade de um planejamento e gestão do turismo cuidadoso, bem

como respeito ao bem-estar dos residentes permanentes de destinos turísticos, que serão constantes preocupações de ambos pesquisadores e gestores. (Wall, 2020, p.2, tradução nossa)¹⁷

Por fim, enfatizamos que os autores que foram citados como críticos à ênfase quantitativa do conceito de capacidade de carga recreativa/turística (Wall, 2020; MCCOOL e LIME, 2001) propõem uma migração da questão de ‘quantos são demais?’ para ‘quantas mudanças são aceitáveis dados os objetivos e metas para determinada área?’. Mccool e Lime destacam outros métodos para o gerenciamento das áreas recreativas ou turísticas, como por exemplo a LAC (*Limits of acceptable change*), VERP (*Visitor Experience and Resource Protection*), VIM (*Visitor Impact Management*), VAMP (*Visitor Activity Management Planning*) e TOMM (*Tourism Optimization Management Model*).

Os autores afirmam que a diferença entre essas sugestões e a capacidade de carga é que se tratam de estruturas de tomada de decisão. A seguinte citação ilustra o pensamento crítico dos autores quanto ao conceito de capacidade de carga. Também é demonstrativa de que as estruturas e métodos que os mesmos visam como alternativas para o manejo de áreas recreativas se encontram dentro do escopo do paradigma do chamado desenvolvimento sustentável ao utilizarem o termo turismo sustentável.

Estruturas de planejamento como LAC, VERP ou TOMM não fornecem respostas às difíceis questões colocadas pelo desenvolvimento e impacto do turismo - mas também não, as tentativas de estabelecer capacidades numéricas de carga. Além disso, essas estruturas fornecem uma maneira de pensar e responder a esses desafios legítimos, mas difíceis. Elas são adaptáveis a uma variedade de situações. Elas não são baseadas em uma aparente teoria científica que liga o uso ao impacto. No entanto, essas estruturas para o pensamento representam uma reformulação significativa de questões enfrentadas pelas comunidades, cientistas e planejadores ao contemplar o desenvolvimento do turismo sustentável. (MCCOOL; LIME, 2001, p.372, tradução nossa)¹⁸

¹⁷ No original lê-se: Concerns about too many visitors have grown along with the number tourists. Discussions about the pressure of people on resources have a long history but, in the context of tourism, research was pioneered in the national parks of North America focussing upon carrying capacity. Accordingly, it has been argued that overtourism is not a new concept but the ideas have crossed continents and are now being hotly debated, in a different context, particularly pertaining to the historic cities of Europe, stimulating the production of a burgeoning literature (Dodds and Butler, 2019). The issue attracts attention to the need for careful planning and management of tourism, as well as respect or the well-being of the permanent residents of tourism destinations, which will be ongoing preoccupations of both researchers and managers. (Wall, 2020, p.2)

¹⁸ No original lê-se: Planning frameworks such as LAC, VERP or TOMM do not provide simple answers to the difficult questions posed by tourism development and impact – yet neither do attempts to establish numerical carrying capacities. Moreover, these frameworks provide a way of thinking about and responding to these legitimate, yet difficult challenges. They are adaptable to a variety of situations. They are not based on an apparent scientific theory linking use to impact. Nevertheless, these

As diversas estratégias/métodos citados também aparecem nos artigos levantados pelo presente trabalho, em especial a LAC, porém como afirmamos no começo desse capítulo, não pretendemos fazer uma revisão bibliográfica de todos os conceitos que tratam dos impactos do turismo, o objetivo é discutir e levantar os modelos e conceitos que aparecem com mais frequência nos trabalhos sobre o *overtourism* e, portanto, um detalhamento das estratégias de manejo citadas acima está fora do escopo da presente pesquisa. Uma outra justificativa para o não aprofundamento da bibliografia nessas estratégias se deve ao fato de as mesmas serem operalizadas, principalmente, no manejo de áreas naturais, enquanto o *overtourism* é um conceito relacionado, majoritariamente, aos impactos do turismo em espaços urbanos, e mais especificamente, a impactos em cidades e centros históricos da Europa, como é o caso de Veneza, Barcelona e Amsterdam.

1.1.2 - A perspectiva dos residentes e o modelo *Irridex* de Doxey

Como visto anteriormente, a discussão sobre os impactos do turismo/recreação foram intensificadas nos Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial, em um contexto no qual os impactos negativos da recreação em parques e em outras áreas naturais começavam a se intensificar. Tais discussões e conceitos têm seu desenvolvimento a partir da década de 1960.

Uma das críticas elaboradas no item anterior, referente a capacidade de carga e as estratégias de manejo derivadas desse conceito, foi a ênfase em aspectos quantitativos, porém, pouco se discutiu até a presente sessão, sobre o impacto que a atividade turística tem em espaços urbanos e seus residentes. Por mais que o conceito de capacidade de carga tenha enfoques sociais, culturais e psicológicos, foi esclarecido que o conceito e outras abordagens de manejo de áreas recreativas foram operacionalizadas e estudadas, principalmente, em áreas naturais. Também, o enfoque social do conceito de capacidade de carga visava, inicialmente, a perspectiva do visitante.

O Modelo *Irridex* de Doxey (1975, *apud* Aires e Fortes, 2011) buscou identificar e explicar as mudanças de comportamento das populações locais diante do

frameworks for thinking represent a significant reframing of the questions confronting the communities, scientists and planners as they contemplate sustainable tourism development. (Mccool; Lime, 2001, p.372).

desenvolvimento da atividade turística. Assumindo que conforme o turismo se desenvolve, ocorrem estágios, ou momentos, que vão desde a euforia (1), passando por fases de apatia (2) e irritação (3), até uma fase de antagonismo (4).

Assim como o conceito de capacidade de carga turística e a LAC, o *Irridex* de Doxey é comumente citado em trabalhos que se referem ao overtourism (Dredge, 2017; Milano et al., 2019; Mihalic, 2020; Peeters et al., 2018; Butler e Dodds, 2019). Diante desse modelo, o *overtourism* poderia corresponder às fases de irritação e antagonismo, o que implica que o *overtourism* seria consequência da evolução do turismo nas localidades.

Infelizmente, durante o levantamento bibliográfico para o presente trabalho, não tivemos acesso ao artigo original de Doxey, 'Development of tourism destinations', porém, na aplicação do *Irridex* em Ponta Negra (Natal-RN), as autoras Aires e Fortes (2011) disponibilizaram o seguinte quadro:

Quadro 1 - Modelo *Irridex* de Doxey (1975).

MODELO IRRIDEX DE DOXEY	
Fase	Relações Sociais
Euforia	Fase inicial do desenvolvimento turístico, na qual visitantes e investidores da atividade são bem vindos. O turismo é visto como fonte de emprego e renda pelos residentes
Apatia	Os visitantes são valorizados. O turismo é visto como uma atividade de lucros. O contato entre visitantes e visitados é mais formal. Existe o predomínio de interesses comerciais no contato com turistas por parte dos residentes
Irritação	Residentes tornam-se saturados com a chegada de turistas e passam a desconfiar e duvidar dos benefícios da indústria turística
Antagonismo	O nível de irritação dos residentes é amplamente expresso. Os visitantes são vistos como a causa de todos os problemas.

Fonte: Mowforth e Munt (2003) apud Aires e Fortes (2011)

O artigo tem por objetivo “discutir a aplicação do modelo *Irridex* de Doxey em Ponta Negra” (Aires e Fortes, 2011, p.24), porém, mais interessante para o presente trabalho, é a descrição do modelo de Doxey e a posição que as autoras adotam com relação ao turismo que segundo as mesmas não pode ocorrer sem que haja um ‘planejamento sustentável’, dessa forma, as autoras também reforçam o paradigma do ‘desenvolvimento sustentável’:

Uma atividade de natureza impactante como o turismo não pode ocorrer sem que haja um planejamento sustentável, científico e responsável, que busque ao máximo reduzir esses impactos negativos e aumentar a qualidade de vida das comunidades atuais e futuras. Para tanto, é imprescindível nortear-se por modelos, teorias e conceitos mais específicos. (Aires e Fortes, 2011, p.25)

Afirmamos no item anterior que a aplicação de conceitos ou estruturas de manejo em espaços urbanos envolvem mais variáveis do que em ambientes naturais, dificultando assim, a precisão e a operacionalização de tais conceitos e estruturas. Ao dar enfoque a perspectiva dos residentes, o conceito de Doxey busca retratar justamente as mudanças nas relações sociais entre turistas e residentes por conta do estabelecimento da atividade turística, no entanto, a operacionalização do *Irridex* esbarra em questões difíceis de solucionar e gerenciar.

Segundo as mesmas autoras “há um consenso entre os cientistas de que os impactos da atividade turística na qualidade de vida das populações receptoras é de difícil aferição” (Aires e Fortes, 2011, p.25). Tal constatação tem implicações no conceito de *overtourism* uma vez que uma característica do mesmo, seria, em tese, a redução da qualidade de vida dos residentes frente a pressão da atividade turística.

Evidentemente, esse modelo apresenta caráter qualitativo, sendo considerado para os estudiosos do setor, tais como Mowforth e Munt (2003), Agnol (2008), Brunt e Courtney (1999) e Barreto (2005), um modelo generalizado, porém de considerável valor teórico e de destaque para a teoria do turismo. (Aires e Fortes, 2011, p.25)

O irridex de Doxey é criticado por se tratar de um modelo unidirecional e determinista, ou seja, existe uma presunção de que o turismo irá se desenvolver de forma evolutiva, o que pode não ocorrer. Diversas variáveis podem alterar o desenvolvimento da atividade resultando em estagnação ou declínio do setor. Ademais, a fase inicial (euforia) pode, na realidade, simplesmente não se realizar, uma vez que há exemplos de locais onde a atividade turística não teve uma evolução gradativa e sim um surgimento planejado, a exemplo de Cancún no México¹⁹.

Hoje, as tentativas de modelar as atitudes dos residentes em relação ao turismo são relativamente simplistas. Doxey (1975) desenvolveu uma escala Irridex unidirecional que sugeria que, à medida que o número de turistas aumenta e os resorts se

¹⁹ A ilha de Cancún era praticamente deserta até a segunda metade do século XX, quando investimentos em obras de infraestruturas iniciadas nos anos 1970 forneceram as condições para o rápido desenvolvimento turístico.

desenvolvem, as atitudes mudam de euforia para apatia, para irritação e antagonismo. Na realidade, devemos reconhecer que, devido às complexidades dentro das comunidades, especialmente comunidades anfitriãs duplas, diferentes residentes em um determinado período de tempo podem exibir toda a gama de sentimentos na escala de Doxey. (Carmichael, 2000, p. 603)

Também é criticado o caráter generalista do *Irridex* uma vez que utiliza categorias genéricas como ‘visitantes’ e ‘residentes’. A questão é que tais categorias não constituem um grupo homogêneo, a percepção de visitantes e residentes podem ser as mais diversas, por exemplo, um comerciante pode ter uma percepção positiva devido ao aumento da demanda causada pelos turistas, porém o mesmo aumento de demanda pode encarecer determinados produtos para outro residente, provocando assim, percepções diferentes de um mesmo grupo. As autoras, Aires e Fortes, admitem esses problemas em seu trabalho, apesar da tentativa de operalizar o modelo para Ponta Negra.

O Modelo de Doxey, apesar de ser considerado de grande valia para muitos experts do turismo, foi percebido na pesquisa como sendo de fato generalista e determinista, o que confirma a opinião de Carmichael (2000), Brunt e Courtney (1999) e Masson et al.(2000). (Aires e Fortes, 2011, p. 30).

Carmichael afirma que apesar de haver numerosos estudos com o foco na atitude dos residentes frente ao desenvolvimento turístico, ainda há um entendimento limitado com relação as respostas dos residentes aos impactos da atividade e sob quais condições os mesmos reagem a esses impactos.

Essa falta de compreensão é parcialmente explicada pela diversidade na gama de comunidades em que o turismo ocorre, bem como a diversidade dentro de uma comunidades anfitriãs. A maioria das comunidades é composta por diferentes bairros socioeconômicos. Às vezes, essas diferenças são reforçadas por fatores culturais e divisões étnicas. (Carmichael, 2000, p. 601)²⁰

As categorias generalistas, residentes e visitantes, também são utilizadas em definições do chamado *overtourism*. O processo (ou a situação) de *overtourism* seria caracterizada, entre outros fatores, por uma pressão excessiva da atividade turística resultando em declínio da qualidade de vida dos habitantes e/ou redução da qualidade da experiência dos turistas, gerando assim, uma perspectiva negativa da atividade no local.

²⁰ No original lê-se: This lack of understanding is partly explained by the diversity in the range of communities in which tourism occurs as well as the diversity within specific host communities. Most communities are composed of social areas of different socio-economic neighbourhoods. Sometimes these differences are reinforced by cultural and ethnic divisions. (Carmichael, 2000, p. 601)

As definições do *overtourism* apresentam as mesmas generalizações criticadas no *Irridex*, tais semelhanças reforçam o argumento de Dredge (2017) de que o *overtourism* é apenas um termo novo para questões já discutidas e englobadas por outros conceitos. No entanto, mesmo se considerarmos que o *overtourism* é apenas uma nova ‘roupagem’ para questões já discutidas, podemos assumir que os questionamentos aos antecedentes teóricos do conceito ainda estão pendentes. Ou seja, os diferentes fatores que envolvem as atividades turísticas, sejam eles sociais ou naturais, e a heterogeneidade dos grupos sociais envolvidos ainda é um desafio para os teóricos e planejadores da atividade.

Por outro lado, se considerarmos o *overtourism* um problema contemporâneo, ou um conceito que trata de novas problemáticas, devemos assumir que as mesmas ainda persistem apesar de décadas de ‘desenvolvimento sustentável’ como paradigma econômico. Fato que coloca em xeque as diversas estruturas de manejos citadas no item anterior uma vez que muitos problemas ainda permanecem.

O termo ‘turismofobia’ popularizado também no século XXI, seria uma reação por parte dos residentes, comumente citada em trabalhos onde o tema é o *overtourism* compreendida então como uma consequência do mesmo, ou seja, infere-se a ideia de que há um momento em que os residentes passam a ter a percepção de que o turismo é um dos principais fatores no declínio de sua qualidade de vida, e/ou do ambiente que residem, seja pela pressão sobre os recursos naturais, seja pelo sobrecarregamento das infraestruturas locais. Exemplos de trabalhos que relacionam o *Irridex* com o termo turismofobia podem ser encontrados em Domínguez (2018) e em Blanco-Romero et al. (2019).

No debate sobre a chamada turismofobia, frequentemente se faz referência ao célebre índice de irritabilidade de Doxey, um dos primeiros e mais influentes modelos teóricos que tentaram explicar a relação entre desenvolvimento turístico e impacto social no destino turístico. (Domínguez, 2018, p.27)

A fase de antagonismo do *Irridex*, que é caracterizada por uma irritação amplamente expressada dos residentes frente a pressão do turismo parece espelhar protestos atuais em cidades como Barcelona e Veneza, locais onde o termo ‘turismofobia’ é utilizado para descrever algumas reações dos residentes e, por conta dessas semelhanças, o modelo de Doxey está longe de ser enterrado pelos teóricos apesar das diversas críticas levantadas nesse item.

O debate com relação a contemporaneidade do *overtourism* é colocada em questão novamente em Butler e Dodds (2019). Os autores citam o artigo e modelo criado por Doxey em 1975 como um dos primeiros artigos acadêmicos a dar atenção as reações negativas dos residentes frente ao excessivo número de visitantes. Os autores afirmam que trabalhos como o de Doxey revelam que o *overtourism* é um fenômeno já existente há muito tempo em locais específicos.

Assim, o fenômeno do *overtourism* existe há muito tempo em destinos turísticos específicos. Muitos desses destinos são centros urbanos, já que as grandes cidades oferecem uma ampla variedade de atrações e instalações, muitas vezes incluindo características icônicas e exclusivas, como a Torre Eiffel em Paris, o Templo do Buda Esmeralda em Bangkok e Times Square em Nova York. A presença de tais atrações específicas muitas vezes tornam difícil persuadir turistas em potencial a visitar outros locais e, assim, renunciar a ver o que são locais e pontos turísticos mundialmente famosos.(Butler e Dodds, 2019, p.1)²¹

Apesar de citarem o modelo Iridex e por em xeque o *overtourism* como fenômeno contemporâneo, os autores admitem a dificuldade de operacionalizar o modelo empiricamente, evidenciando mais uma vez que, apesar dos esforços acadêmicos, ainda há muitas questões antigas a serem resolvidas que os modelos e conceitos desenvolvidos até então não dão conta de explicar.

Os argumentos tradicionais sobre benefícios econômicos versus os custos sociais e ambientais tem sido há muito tempo debatido na literatura do turismo (e outras) (Mathieson e Wall, 1982) e na maioria dos casos os argumentos econômicos venceram. Na realidade, a vida não é tão simples quanto o exemplo *Iridex* de Doxey's (1975), e as atitudes dos residentes não mudam necessariamente de forma consistente e unidirecional com o aumento do número de turistas (Brougham e Butler, 1981; Butler, 1975), mas grandes aumentos repentinos no número de turistas são muito prováveis de produzir reações negativas, especialmente se resultarem na percepção de aumento de perturbação e perda de qualidade de vida para os residentes. (Butler e Dodds, 2019, p.4)²²

1.1.3 – O ciclo de vida das destinações turísticas (TALC)

²¹ No original lê-se: Thus, the phenomenon of overtourism has existed for a long time in specific tourist destinations. Many of these destinations are urban centres, as major cities offer a wide range of attractions and facilities, often including iconic and unique features such as the Eiffel Tower in Paris, the Temple of the Emerald Buddha in Bangkok and Times Square in New York. The presence of such specific attractions often makes it difficult to persuade potential tourists to visit other locations and thus forego seeing what are world-famous sites and sights. (Butler e Dodds, 2019, p. 1)

²² No original lê-se: The traditional arguments over economic benefits vs social and environmental costs have long been debated in the tourism (and other) literature (Mathieson and Wall, 1982) and in most cases the economic arguments have won out. In reality, life is not as simple as the example of Doxey's (1975) Iridex, and resident attitudes do not necessarily change consistently and uni-directionally with increasing tourist numbers (Brougham and Butler, 1981; Butler, 1975), but sudden large increases in tourist numbers are very likely to produce negative reactions, particularly if they result in perceived increased disturbance and loss of quality of life for residents. (Ibidem, p. 4)

Um dos desafios para os gestores e teóricos que adotaram o conceito de capacidade de carga se encontra no fato de que as localidades são dinâmicas, ou seja, os componentes sociais e naturais de determinado local podem se alterar em diferentes escalas de tempo. Dessa forma, a operacionalização do conceito de capacidade de carga esbarra nesse dinamismo, uma vez que o cálculo das diversas capacidades de um mesmo local pode ser diferente com o passar do tempo ou até mesmo devido a sazonalidade, fator de grande impacto sobre o turismo.

Ao desenvolver o ciclo de vida das destinações turísticas, TALC (Tourism Area Life Cycle), Butler (1980) enfatiza justamente o dinamismo das localidades e a inevitabilidade de mudanças causadas pelo impacto do turismo.

Há poucas dúvidas de que as áreas turísticas são dinâmicas, que evoluem e mudam com o tempo. Esta evolução é provocada por uma variedade de fatores, incluindo mudanças nas preferências e necessidades dos visitantes, a deterioração gradual e possível substituição das plantas e instalações físicas, e a mudanças (ou mesmo desaparecimento) das atrações naturais e culturais originais que foram responsáveis pela popularidade da área. (Butler, 1980, p.1, tradução nossa)²³

Butler toma certos cuidados ao expor a TALC em seu trabalho pois modelos unidirecionais já haviam sido criticados anteriormente, a exemplo do Iridex de Doxey exposto no item anterior. No entanto, apesar de críticas como a de Cohen (1978 apud BUTLER, 1980), o autor enfatiza que há evidências de padrões gerais na evolução de áreas turísticas.

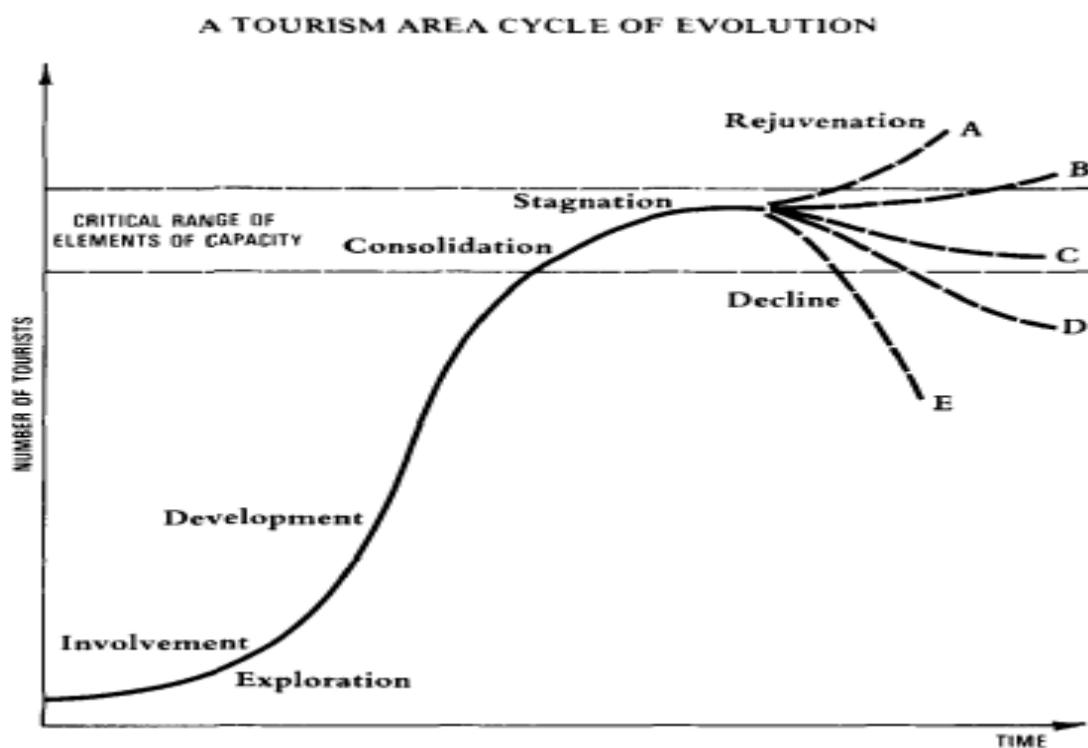
Podemos visualizar um destino movendo-se em um espectro, no entanto gradualmente ou lentamente, mas com demasiada frequência em direção ao potencial de sua própria destruição. As áreas de destino carregam consigo as sementes potenciais de sua própria destruição, pois se permitem ser mais comercializadas e perdem suas qualidades que originalmente atraíram turistas. (Plog, 1972 apud BUTLER, 1980, tradução nossa)²⁴

²³ No original lê-se: There can be little doubt that tourist areas are dynamic, that they evolve and change over time. This evolution is brought about by a variety of factors including changes in the preferences and needs of visitors, the gradual deterioration and possible replacement of physical plant and facilities, and the change (or even disappearance) of the original natural and cultural attractions which were responsible for the initial popularity of the area. In some cases, while these attractions remain, they may be utilized for different purposes or come to be regarded as less significant in comparison with imported attractions. (Butler, 1980, p.1)

²⁴ No original lê-se: We can visualize a destination moving across a spectrum, however gradually or slowly, but far too often inexorably toward the potential of its own demise. Destination areas carry with them the potential seeds of their own destruction, as they allow themselves to become more commercialized and lose their qualities which originally attracted tourists. (Plog, 1972 apud BUTLER, 1980)

O ciclo de Butler, ou simplesmente TALC, é caracterizado por estágios hipotéticos onde uma determinada área turística inicia-se com a fase de exploração (1), passando por fases de envolvimento (2), desenvolvimento (3), consolidação (4) e estagnação (5) chegando até uma fase de Declínio ou Rejuvenescimento, a depender da gestão e do contexto do local. A seguir explicaremos as fases contidas no grafico 1, a partir do artigo de Butler (1980), destacando os pontos mais relevantes para a presente discussão.

Gráfico 1 - Evolução hipotética de uma área turística.



Fonte: Butler (1980)

A fase de exploração é caracterizada pelo pequeno número de turistas, majoritariamente e/ou provavelmente, atraídos pelas características únicas do destino, sejam elas fatores naturais ou culturais. Nessa fase, não há estruturas específicas para turistas o que leva os mesmos a usarem as instalações locais, apontando assim, para uma relação mais próxima entre os visitantes e residentes uma vez que para utilizar intalações locais o visitante deve, provavelmente, ter contatos prévios no local.

A fase de envolvimento seria quando alguns residentes começam a prover instalações exclusivas para os visitantes, espera-se que o contato com os visitantes

mantenha-se alto, podendo até aumentar para entre os locais que se envolvem com a prestação de serviços aos visitantes.

O estágio ou fase de desenvolvimento reflete uma área turística bem definida. Com o desenvolvimento desse estágio, o envolvimento local e controle sob esse desenvolvimento declinam. Algumas instalações locais pequenas desaparecem, suprimidas por outras mais elaboradas providas por organizações externas. Mudanças físicas passam a ser mais notáveis e pode-se afirmar que essas não agradam a toda população local que já apresenta certo grau de desconforto.

O número de turistas em períodos de pico provavelmente será igual ou excederá a população local. Conforme esta fase se desenrola, mão de obra importada será utilizada e instalações auxiliares para a indústria do turismo (como lavanderias) fazem sua aparição. (Butler, 1980, p. 8, tradução nossa)²⁵

Na fase de consolidação, a taxa de crescimento de visitantes diminui, embora ainda aumente o número total dos mesmos que passa a exceder o número de residentes permanentes. Butler afirma que grande parte da economia local estará amarrada ao turismo. Devido ao aumento de grandes instalações turísticas e dos números de visitantes, é esperado um grau maior de descontentamento, principalmente para os residentes não envolvidos diretamente no setor turístico.

A fase de estagnação é onde o pico no número de visitantes é alcançado. "Os níveis de capacidade para muitas variáveis terão sido alcançados ou excedidos, com os problemas ambientais, sociais e econômicos concomitantes. A área terá uma imagem bem estabelecida, mas não estará mais na moda."(Butler, 1980, p. 8, tradução nossa)²⁶. Nesse ponto, começam a ficar claras as influências dos conceitos de capacidade ou capacidades de carga e do modelo *Irridex* de Doxey no ciclo exposto por Butler. O autor também destaca as mudanças espaciais ao expor as fases da TALC como exemplificado na próxima citação.

As atrações culturais e naturais genuínas provavelmente terão sido substituídas por instalações "artificiais" importadas. A imagem do resort se divorciou de seu entorno geográfico. Os novos empreendimentos serão periféricos à área turística original e as

²⁵ No original lê-se: The number of tourists at peak periods will probably equal or exceed the permanent local population. As this stage unfolds, imported labour will be utilized and auxiliary facilities for the tourist industry (such as laundries) will make their appearance. (Butler, 1980, p. 8)

²⁶ No original lê-se: Capacity levels for many variables will have been reached or exceeded, with attendant environmental, social, and economic problems. (Ibidem)

propriedades existentes provavelmente experimentarão mudanças frequentes de propriedade. (Butler, 1980, p. 9, tradução nossa)²⁷

O estágio de declínio ocorre quando a área não é mais capaz de competir com atrações novas e como consequência sofrerá com o mercado em declínio caso não haja mudanças e outras estratégias de gestão, tanto espacial quanto em números.

A rotatividade das propriedades será alta e as instalações turísticas serão frequentemente substituídas por estruturas não relacionadas ao turismo, conforme a área se move fora do setor. Este último fator, é claro, é cumulativo. Mais instalações turísticas desaparecem à medida que a área se torna menos atraente para os turistas e a viabilidade de outras instalações turísticas torna-se mais questionável. O envolvimento local no turismo é provável de aumentar nesta fase, à medida que os funcionários e outros residentes podem comprar instalações a preços significativamente mais baixos à medida que o mercado diminui. A conversão de muitas instalações para atividades relacionadas é provável. Hotéis podem se tornar condomínios, casas de convalescença, lares de idosos ou apartamentos convencionais, uma vez que as atrações de muitas zonas turísticas os tornam igualmente atractivos para assentamento permanente, particularmente para os idosos. (Butler, 1980, p. 9, tradução nossa)²⁸

Por outro lado, o autor afirma que pode ocorrer um estágio de rejuvenescimento, a partir do aproveitamento das antigas instalações e/ou das áreas naturais não aproveitadas em outros estágios.

O desenvolvimento de novas instalações torna-se economicamente viável, e simultaneamente serve para revitalizar o antigo comércio de férias de verão. Como novas formas de recreação, não é impossível que outras áreas turísticas encontrem anteriormente recursos naturais não apreciados para se desenvolver. (Butler, 1980, p. 9, tradução nossa)²⁹

²⁷ No original lê-se: Natural and genuine cultural attractions will probably have been superseded by imported 'artificial' facilities. The resort image becomes divorced from its geographic environment. New development will be peripheral to the original tourist area and the existing properties are likely to experience frequent changes in ownership. (Butler, 1980, p. 9)

²⁸ No original lê-se: Property turnover will be high and tourist facilities often replaced by non-tourist related structures, as the area moves out of tourism. This latter factor, of course, is cumulative. More tourist facilities disappear as the area becomes less attractive to tourists and the viability of other tourist facilities becomes more questionable. Local involvement in tourism is likely to increase at this stage, as employees and other residents are able to purchase facilities at significantly lower prices as the market declines. The conversion of many facilities to related activities is likely. Hotels may become condominiums, convalescent or retirement homes, or conventional apartments, since the attractions of many tourist areas make them equally attractive for permanent settlement, particularly for the elderly. (Butler, 1980, p. 9)

²⁹ No original lê-se: The development of new facilities becomes economically feasible, and simultaneously serves to revitalize the older summer holiday trade. As new forms of recreation appear, it is not impossible that other tourist areas will find previously unappreciated natural resources to develop. (Butler, 1980, p. 9)

Apesar de apresentar diversos estágios evolutivos que poderiam ser comparados com o modelo unidirecional de Doxey, Butler admite que nem todas as áreas que passam pelo desenvolvimento da atividade turística experimentam todos os estágios do ciclo proposto. O exemplo de Cancun, já citado no item que trata do Irridex, é citado por Butler como uma área onde as fases iniciais de exploração e envolvimento tem pouca significância.

Também, levanta a possibilidade da área receber os primeiros visitantes e perder atratividade antes de atingir os níveis de capacidade. Butler cita o modelo de Doxey, Irridex, para enfatizar que a relação dos residentes perante os visitantes sofrerá mudanças ao longo do tempo, porém, pondera que pesquisas da época já apontavam que a reação dos visitantes aos turistas não é necessariamente explicada somente pelo aumento do contato entre os mesmos ou pelo aumento de visitantes, trata-se de uma questão mais complexa.

Entender os fatores que levam os visitantes a reagirem aos impactos do turismo é uma das questões mais importantes para o entendimento do *overtourism* uma vez que as definições desse conceito, frequentemente, enfatizam a percepção dos residentes quanto ao impacto negativo da atividade. Tal percepção negativa, pode ser constatada em cidades como Barcelona e Veneza, nas quais houveram protestos que levaram a medidas políticas concretas para o gerenciamento do turismo.

Essas medidas e protestos serão analisados em outra sessão do presente trabalho, porém, adiantamos que reações individuais e coletivas contra a atividade turística pode ser um dos fatores que distinguem um local que sofre com os impactos do turismo de massa de outro no qual esses impactos são percebidos por residentes e turistas como fatores que prejudicam a qualidade de vida e da experiência turística.

Por hora, enfatizamos que o entendimento da complexidade da relação residente-turista é relatada por acadêmicos há anos o que aponta para uma dificuldade que permanece até hoje nas discussões dos impactos do turismo e da reação dos residentes a tais impactos. O Ciclo de Vida das Destinações Turísticas (TALC) parece acolher os conceitos e críticas elaboradas até sua formulação e engloba tanto a concepção de limites de capacidade, derivada do conceito de capacidade de carga, quanto as mudanças das relações frente ao aumento de visitantes apontada pelo modelo de Doxey. No entanto, no ciclo de Butler, a capacidade de carga não aparece tão claramente relacionada a um número

específico, mas sim como um limiar mais complexo onde um conjunto de capacidades são excedidos caracterizando uma fase de estagnação devido a saturação das mesmas.

Butler afirma que há uma suposição no planejamento turístico de que áreas turísticas permanecerão como tal. “Agências privadas e públicas, raramente, ou nunca referem-se à expectativa de vida de uma área turística ou de suas atrações” (Butler, 1980, p. 10, tradução nossa)³⁰. Por conta do crescimento da atividade turística que mostrava-se, segundo o autor, um potencial ilimitado, assumia-se que o número de turistas continuaria a aumentar, uma presunção falaciosa e não comprovada empiricamente. Um exemplo atual seria Atlantic City que registrou em 2017 o menor número de visitantes desde 1982.³¹

Butler é um dos autores mais relevantes para a presente pesquisa pois além da TALC continuar relevante nos estudos turísticos e apontada como precedente teórico do *overtourism* por outros autores (Koens et al., 2018; Goodwin, 2017; Mihalic, 2020; Peeters et al., 2018;), o mesmo também possui artigos e contribuições recentes quanto ao entendimento do *overtourism* e sua relação com o ciclo proposto por ele publicado a mais de 40 anos.

O livro “Overtourism – Issues, realities and solutions” foi organizado por Dodds e Butler e conta com um artigo do último que relaciona diretamente o *overtourism* a TALC, “Overtourism and the Tourism Area Life Cycle”. Nesse artigo Butler (2019) resume, inicialmente, o ciclo discutido até aqui, e os possíveis caminhos de um destino que atingiu a fase de estagnação e o associa ao Ciclo de Vida dos Produtos.

O modelo do Ciclo de Vida das Destinações Turísticas (TALC) propõe que a maioria dos empreendimentos turísticos passam por meio de um processo de desenvolvimento semelhante ao do ciclo de produtos em negócios convencionais, começando com um início lento com poucos visitantes e pouco ou nenhum desenvolvimento turístico, para um período de crescimento do número de visitantes e instalações para atendê-los, a um período de rápido crescimento, seguido por um período de crescimento limitado e cessação da taxa de crescimento do número de visitantes e desenvolvimentos. Esses estágios foram chamados de Exploração, Envolvimento, Desenvolvimento, Consolidação, Estagnação, seguidos por uma série de opções, incluindo Declínio e Rejuvenescimento. [...] À medida que um destino se move ao longo do ciclo, ele pode continuar a crescer a uma taxa reduzida, pode passar por um período de não crescimento ou pode entrar em declínio, ilustrado por uma queda no número de

³⁰ No original lê-se: Public and private agencies alike, rarely, if ever, refer to the anticipated life span of a tourist area or its attractions. (Butler, 1980, p. 10)

³¹ DANZIS, David. 2017 Atlantic City visitors lowest in 30 years, report says. Disponível em: <https://pressofatlanticcity.com/news/casinos_tourism/2017-atlantic-city-visitors-lowest-in-30-years-report-says/article_ab5988c5-e461-5223-9ad8-c39d7355702e.html> Acesso em: 10 mar. 2021.

visitantes e um desaparecimento de algumas instalações, com poucas ou nenhuma instalação nova sendo criada (Butler, 1980). (Butler, 2019, p. 76, tradução nossa)³²

Nesse item, e nos items anteriores, foram levantados questionamentos e críticas quanto aos conceitos e modelos expostos. A TALC, apesar de sua inquestionável relevância para os estudos dos impactos do desenvolvimento turístico, não escapa de questionamentos similares feitos aos conceitos de capacidade de carga e ao modelo de *Irridex* de Doxey. Butler (2019) reconhece e resume algumas dessas críticas.

Uma objeção é que ela não se encaixa em certas escalas (Choy, 1992); Outra é que um foco uni-direcional, como no *Irridex* do Doxey, não é necessariamente apropriado (E. Cohen, correspondencia pessoal), e outra é se o modelo poderia, de fato, ser operacional (Haywood, 1986). Outros pesquisadores, como Agarwal (1994, 2002), argumentaram que deve haver etapas adicionais ou alternativas de desenvolvimento no modelo, enquanto o Weaver (1988), por exemplo, postulou que a entrada inicial de um destino no turismo pode ser diferente no que ele categorizou como "economias de plantação". (Butler, 2019, p. 78, tradução nossa)³³

Butler (2019) não tem por objetivo fazer um revisão extensa da literatura da TALC e o presente item também não segue nessa direção. O proprio autor sugere uma literatura para quem pretende fazer tal revisão: (Butler, 2006; Butler 2015 apud Butler, 2019). Uma vez apresentado e resumido o ciclo de Butler e suas críticas, seguiremos com o objetivo principal do presente item, a relação que é feita entre a TALC e o fenômeno do *overtourism*.

Butler distingue o conceito de *overtourism* de *overdevelopment*, segundo o autor, o desenvolvimento excessivo da atividade turística, ou *overdevelopment*, possui muitas semelhanças com o *overtourism* dado que, como visto até aqui, o

³² No original lê-se: The Tourism Area Life Cycle (TALC) model proposes that most tourist resorts progress through a development process similar to the conventional business product cycle, beginning with a slow start with few visitors and little if any tourism development, through a period of growth of both numbers of visitors and facilities to cater for them, to a period of rapid growth, followed by a period of limited growth and a cessation of the rate of growth of visitor numbers and developments. These stages were named Exploration, Involvement, Development, Consolidation, Stagnation, followed by a number of options including Rejuvenation and Decline. [...] As a destination moves through the cycle it may continue to grow at a reduced rate, may go through a period of no growth or may enter into a decline, illustrated by a drop in visitor numbers and a disappearance of some facilities, with few or no new facilities being created (Butler, 1980, p.78). (Butler, 2019, p. 76)

³³ No original lê-se: One objection is that it does not fit reality at certain scales (Choy, 1992); another is that a uni-directional focus, as with Doxey's *irridex*, is not necessarily appropriate (E. Cohen, personal correspondence), and another is whether the model could in fact be made operational (Haywood, 1986). Other researchers, such as Agarwal (1994, 2002), have argued that there should be additional or alternative stages of development in the model, while Weaver (1988), for example, postulated that the initial entry of a destination into tourism may be different in what he categorised as "plantation economies". (Ibidem, p.78)

desenvolvimento da atividade turística resulta em diversos impactos no local onde se realiza podendo gerar aglomerações e distúrbios tanto para os residentes como para os turistas.

Porém, para o autor, o que caracteriza o *overtourism* é primariamente uma situação experenciada por um destino que recebe o que muitos residentes, e talvez visitantes, percebem como muitos turistas e isso pode ou não estar relacionado com o nível de desenvolvimento do destino. Ou seja, um destino pode ter o desenvolvimento turístico com crescentes números de visitantes e ainda assim não estar em uma situação de *overtourism* pois esse está relacionado com a percepção, a subjetividade, dos grupos envolvidos.

Um bom exemplo de tal situação seria Las Vegas, que mostrou desenvolvimento e expansão contínua há mais de meio século, com poucas críticas de tal desenvolvimento, embora haja alguma insatisfação com aspectos das atrações oferecidas. Aos visitantes, tal situação é ainda menos provável que seja percebida como *overtourism*, pois enquanto um destino pode estar ocupado, pode não ser congestionado ou lotado, desde que a capacidade da infraestrutura não esteja sendo excedida. (Butler, 2019 p. 79, tradução nossa)³⁴

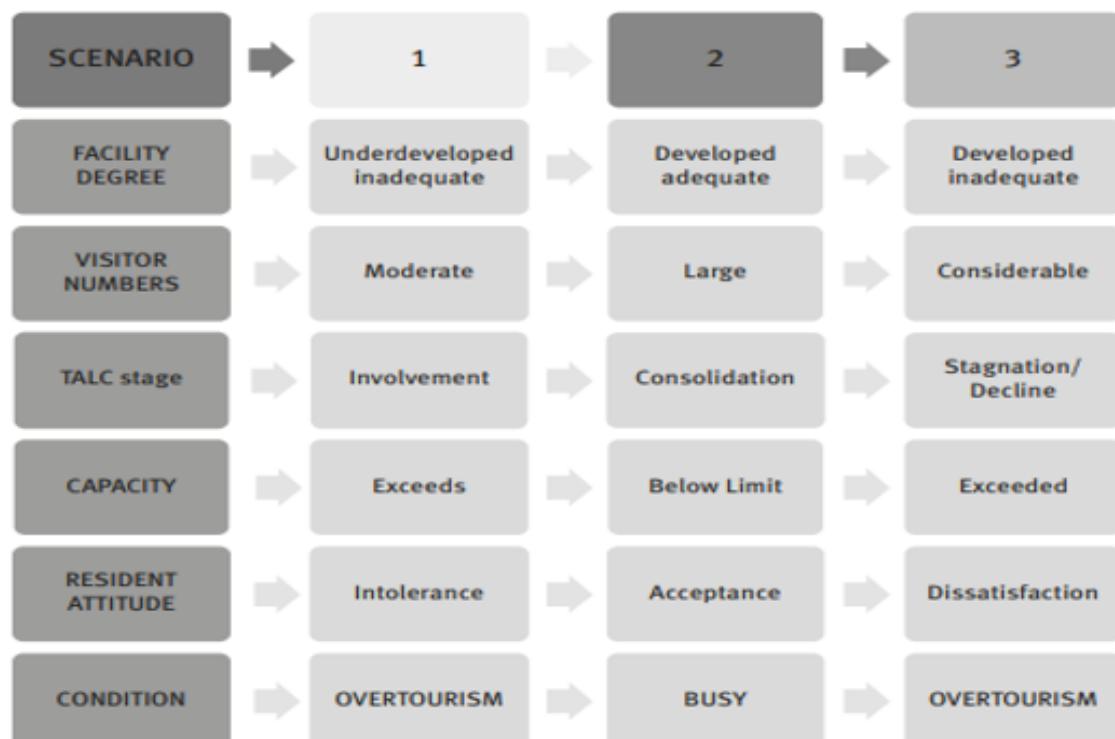
É no mínimo curioso Butler admitir uma dissociação entre o *overdevelopment* e o *overtourism* pois o mesmo traz na formulação TALC em 1980, influências do trabalho do modelo Irridez de Doxey, onde a relação entre os visitantes e residentes é modificada e passa por estágios conforme aumentam os números de visitantes e o turismo se desenvolve em determinada localidade. Porém, apesar de carregar as influências do modelo mencionado, Butler admite que a relação dos residentes com os visitantes são mais complexas e não podem ser explicadas somente pelo aumento do número de turistas e/ou desenvolvimento da atividade. A percepção dos residentes é complexa e envolve diversos fatores que fazem com que seja difícil relacionar estágios hipotéticos a reações dos mesmos.

A figura 1 foi retirada do artigo de Butler (2019) e representa situações hipotéticas que relacionam a condição do local com os modelos e variáveis discutidas até aqui. O cenário 3 representaria uma localidade onde os números de visitantes são moderados mas excede as capacidades do local causando intolerância como atitude

³⁴ No original lê-se: A good example of such a situation would be Las Vegas, which has shown continual development and expansion for over half a century, with little criticism of such development, although some dissatisfaction with aspects of the attractions offered there. To visitors, such a situation is even less likely to be viewed as overtourism, for while a destination may be busy, it may not be congested or crowded as long as the capacity of the infrastructure is not being overtaxed. (Butler, 2019 p. 79)

dos residentes o que configuraria uma situação de *overtourism*. Esse cenário poderia ocorrer em contextos de *overtourism* em áreas rurais por exemplo, onde números absolutos de visitantes podem ser baixos mas ao mesmo tempo causar distúrbios devido a sensibilidade do meio natural e cultural dessas áreas e/ou sobrecarregamento das infraestruturas que tendem a ser menos desenvolvidas do que aquelas em ambientes urbanos.

Figura 1 - Características do destino e a capacidade de carga.



Fonte: Butler (2019)

O interessante desses cenários é também a constatação de que, para Butler (2019), o 'overtourism' não está associado, necessariamente, a um estágio específico da TALC, percebe-se que os cenários 1 e 3, que estão na condição de overtourism, estão em estágios diferentes do Ciclo de Vida das Destinações Turísticas. Porém, os cenários que têm a condição de overtourism aparecem com a capacidade excedida e em estágios de intolerância e insatisfação.

De fato, Butler (2019) destaca o conceito de capacidade de carga para discutir o *overtourism* pois "Quando os níveis de desenvolvimento e visitação permanecem inferiores a capacidade de carga do destino, não há verdadeiro *overtourism*". (Butler,

2019, p. 80, tradução nossa).³⁵ O autor enfatiza que a condição de ocupado (*busy*) é diferente da condição de *overtourism*.

Contanto que a capacidade de carga (potencialmente definida no contexto de uma série de variáveis) do destino não é ultrapassado, é difícil usar o termo *overtourism* corretamente, pois “ocupado” e “*overtourism*” não são sinônimos. “Congestionamento” e “superlotação” são termos muito mais relevantes e apropriados para descrever o *overtourism* e esses termos implicam uma perda da qualidade da experiência dos visitantes, caracterizada por atrasos no atendimento, instalações inadequadas como estacionamentos, locações inadequadas e acesso limitado ou inadequado a atrações como praias ou parques. Aglomeração e congestionamento também afetam os residentes dos destinos, tanto pela insuficiência de instalações para suas atividades diárias, como compras e serviços de visitas, mesmo que usem serviços diferentes daqueles usados pelos visitantes, atrasos no serviço devido ao tráfego excessivo, infraestruturas sobrecarregadas e competição com turistas por outras instalações. (Butler, 2019, p. 80, tradução nossa) ³⁶

No entanto, apesar de constatar que a capacidade de carga do local deve ser excedida para que haja a condição de *overtourism*, Butler(2019) esclarece que a atitude dos residentes, apesar de não se manterem constantes em nenhum destino, aparenta ser o fator principal em um destino que está em situação de *overtourism*. Em suma, para Butler, a condição de *overtourism* está fortemente relacionada com a capacidade de carga do local excedida. Porém, como dito, a atitude e a percepção negativa dos turistas com relação a atividade seria, para o autor, o fator principal para constatar o *overtourism*, diferenciando assim, um local ocupado/lotado, de outro que está em condição de *overtourism*.

No Ciclo de Vida das Destinações Turísticas em sua formulação original, Butler (1980), não lidou diretamente com o sobreuso ou o *overtourism*, uma vez que esse ultimo termo nem era citado na época. No entanto o artigo original da TALC discutiu o que Butler (2019) chama de *overdevelopment* e suas possíveis consequências para o destino na ausência de um gerenciamento apropriado. A premissa do modelo era

³⁵ No original lê-se: When the levels of development and visitation remain under the carrying capacity of the destination there is no true overtourism, although some or many residents may still feel there are excessive numbers of tourists (Butler, 2019, p. 80)

³⁶ No original lê-se: As long as the carrying capacity (potentially defined in the context of a range of variables) of the destination is not exceeded, it is hard to use the term overtourism correctly, for “busy” and “overtourism” are not synonymous. “Congestion” and “overcrowded” are much more relevant and appropriate terms by which to describe overtourism and these terms imply a loss of quality of experience for visitors, characterised by delays in service, inadequate facilities such as parking, inadequate rental facilities, and limited or inadequate access to attractions such as beaches or parks. Crowding and congestion also affect residents of destinations, both through insufficient facilities for their daily activities, such as shopping and visiting services, even if using different services to those used by visitors, delays in service through traffic and infrastructure overuse, and competition with tourists for other facilities. (Ibidem)

essencialmente evolucionista, no entanto, é preciso ter cuidado ao afirmar que o modelo e as reflexões do autor são determinísticas, uma vez que o mesmo pondera que o planejamento e/ou gerenciamento podem dar um rumo diferente aos destinos e também admite que diferentes contextos podem fazer com que a evolução da atividade turística não ocorra conforme o modelo exposto.

O argumento no artigo original da TALC era que conforme o desenvolvimento ocorria em um destino, o número de visitantes aumentaria e vice-versa (qual é a galinha e qual é o ovo nessa situação não foi resolvido), e se tal desenvolvimento não for administrado de forma adequada e apropriadamente, o resultado provável seria uma perda de qualidade e atratividade do destino e um consequente declínio na visitação e no futuro investimento e desenvolvimento. O conceito de *overtourism* não foi expresso como tal, o que não é de surpreender, já que o termo não entrou em voga naquela época, mas havia uma discussões sobre as implicações sobre o que ultrapassar a capacidade de carga de um destino poderia ocasionar. (Butler, 2019, p.84, tradução nossa)³⁷

O conceito de capacidade de carga é novamente enfatizado como limitar de determinados impactos do desenvolvimento turístico, limitar esse, que poderia ter, entre outras consequências, o *overtourism*. No entanto, como discutido em item anterior, a capacidade de carga é de difícil operacionalização e resultou em diversos enfoques e também em outras formas de manejo, pois as diversas críticas e a dificuldade de calcular a capacidade de carga em locais com muitos residentes fizeram com que esse conceito declinasse na literatura dos estudos turísticos. Para Butler:

Conforme observado anteriormente, o conceito de capacidade de carga era significativo na literatura inicial do turismo e uma série de destinos e agências começaram a examinar o conceito e considerar como lidar com números excessivos. As dificuldades na implementação de estratégias de controle, no entanto, e o surgimento de teorias relacionadas, mas menos restritivas, como os limites de mudança aceitável (LAC) (Stankey et al., 1985) significou que a capacidade de carga diminuiu em consideração e nas prioridades de pesquisa (Butler, 2010). (Butler, 2019, p.85, tradução nossa)³⁸

³⁷ No original lê-se: The argument in the original TALC article was that as development took place in a destination, numbers of visitors would increase, and vice versa (which is the chicken and which is the egg in that situation has not been resolved), and if such development was not adequately and appropriately managed, the likely result would be a loss of quality and attractiveness of the destination and a resulting decline in visitation and future investment and development. The concept of overtourism was not expressed as such, hardly surprising as the term had not come into vogue at that time, but there was discussion of the implications that exceeding the carrying capacity of the destination might bring about. (Butler, 2019, p.84)

³⁸ As noted earlier, the concept of carrying capacity was significant in the early tourism literature and a number of destinations and agencies had begun to examine the concept and consider how to handle excessive numbers. The difficulties in implementing controlling strategies, however, and the emergence of related but less restrictive theories, such as the limits of acceptable change (LAC) (Stankey et al.,

A opinião de Butler quanto ao conceito de capacidade de carga parece, por vezes, conflituosa. De um lado, o autor utiliza o conceito em seu ciclo (TALC) e admite que os locais possuem limites de capacidade e que ao exceder esses limites, o destino poderia sofrer diversos impactos negativos e provavelmente um declínio da atividade turística. Também, destaca no seu artigo de 2019, que a constatação de um *overtourism* é condicionada a capacidade de carga excedida.

Por outro lado, como percebido na citação acima, a dificuldade de implementar o conceito de capacidade de carga e seu declínio na literatura turística é admitida pelo autor apesar do mesmo considerar o conceito fundamental para tratar o tema do *overtourism*. Uma das maiores dificuldades, no entanto, é que a operacionalização do conceito de capacidade de carga, como visto anteriormente, foi aplicado majoritariamente em espaços recreativos de áreas naturais e/ou em locais com poucos residentes.

O conceito de capacidade de carga é fundamental para a discussão da questão do *overtourism*. Desde os anos 1960 e 1970, a capacidade de carga declinou nas pesquisas do turismo em termos de ser um tópico de relevância no turismo e recreação (Butler, 1997). Conduzindo pesquisadores, como Lucas (1964), Wagar (1964) e Lime e Stankey (1971), produziram estudos altamente relevantes e importantes aplicando o conceito de capacidade de carga ao campo da recreação ao ar livre. Esses estudos mostraram ligações claras entre as percepções dos visitantes sobre o nível de uso de uma área e a qualidade de sua experiência. O que os visitantes sentiram ser uma aglomeração (uso excessivo) dos destinos estava fortemente relacionado com um declínio na percepção do prazer dos visitantes. A implicação direta desta pesquisa para destinos turísticos foi enfraquecida, no entanto, pelo fato de que a maioria desses estudos foi realizada com pesquisas de visitantes em áreas selvagens ou rurais que tinham poucos ou nenhum residente. Da mesma forma, a maioria dos usuários entrevistados eram semelhantes em termos de atividades, dados demográficos e preferências, ao contrário das populações variadas de turistas na maioria dos destinos turísticos. (Butler, 2019, p.81, tradução nossa)³⁹

1985) meant that carrying capacity declined in consideration and in research priorities (Butler, 2010). (Butler, 2019, p.85)

³⁹ No original lê-se: The concept of carrying capacity is critical to discussion of the issue of overtourism. Since the 1960s and 1970s carrying capacity in tourism research has declined in terms of being a topic of relevance in tourism and recreation (Butler, 1997). Leading researchers, such as Lucas (1964), Wagar (1964) and Lime and Stankey (1971), produced highly relevant and important studies applying the concept of carrying capacity to the field of outdoor recreation. These studies showed clear links between visitors' perceptions of the level of use of an area and the quality of their experience. What visitors felt to be crowding (overuse) of destinations was strongly related to a decline in the perceived enjoyment of the visitors. The direct implication of this research to tourism destinations was weakened, however, by the fact that most such studies were conducted with surveys of visitors in wilderness or rural areas that had few or no residents. As well, most of the users interviewed were similar in terms of their activities, demographics and preferences, unlike the far more varied population of tourists at most tourist destinations. (Butler, 2019, p.81)

Sendo assim, apesar das diversas críticas e questionamentos levantados nesse subcapítulo, os modelos e conceitos apresentados têm grande relevância nos estudos turísticos e no gerenciamento de áreas recreativas. Contudo, tais questionamentos ainda precisam ser trabalhados pois com a popularização do conceito *overtourism*, as discussões quanto aos precedentes teóricos apresentados até aqui ganham impulso novamente.

A constatação de que os locais possuem um limite, ou limites, foi um avanço nos estudos turísticos e o presente trabalho reconhece que, apesar das limitações do paradigma do desenvolvimento sustentável para questões estruturais, essa ideologia coloca em xeque a ideia de crescimento econômico infinito, reconhecendo assim que os recursos naturais e sociais são limitados e que essas limitações devem ser consideradas pelas partes interessadas de um determinado local ao desenvolver a atividade turística.

Porém, apesar de os paradigmas citados nesse subcapítulo estarem presentes nos trabalhos e nas reflexões de diversos autores que se debruçaram sobre os impactos do turismo, a realidade transparece a ineficácia desses paradigmas quanto a mitigação desses impactos. Ou seja, apesar de décadas do paradigma do desenvolvimento sustentável do qual deriva o chamado turismo sustentável, os problemas ambientais e sociais sobre o qual esses paradigmas se dedicaram a reduzir permanecem.

Com relação ao turismo, pode-se dizer que os problemas tomaram uma proporção ainda maior nos últimos anos, culminando no conceito que é tema da presente pesquisa. Poderíamos argumentar que apesar do tratamento desses paradigmas pela academia, tais conceitos e enfoques não foram aplicados de forma adequada, porém, dedicaremos uma outra sessão para discutir o desenvolvimento do turismo de massa e sua relação com o *overtourism*, bem como as medidas propostas e colocadas em prática para conter os impactos da condição de *overtourism* nas localidades uma vez que as propostas encontradas pelo levantamento bibliográfico dessa pesquisa tendem a soluções por meio de planejamento e gestão, raramente discutindo problemas sistêmicos/estruturais.

1.2 Origem do termo e definições

A palavra *overtourism* ganhou popularidade no ano de 2017. O termo, impulsionado por protestos de residentes em Barcelona que depois se expandiram para outras cidades europeias, começou a ser utilizado por veículos de informação para se referir a localidades sobrecarregadas pelo crescimento da atividade turística.

Na academia, apesar de ser praticamente não existente antes de 2017, o termo também se popularizou rapidamente e o assunto foi tema principal de 4 jornais acadêmicos e 3 livros entre 2018 e 2019 (Koens et al., 2018). Segundo os autores:

A comercialização e popularidade do termo *overtourism* parece ser pelo menos parcialmente responsável por sua entrada na academia, ao invés de seu valor explicativo, como exemplificado por um artigo recente que usa o termo *overtourism* em seu título, mas não o menciona em seu texto principal. (Koens et al., 2018, p. 2, tradução nossa).⁴⁰

A capacidade explicativa do conceito também é questionada por Dredge (2017) no artigo “*Overtourism, Old wine in new bottles?*”. A autora conclui que o foco no *overtourism* como uma questão nova e urgente ofusca conhecimentos já estabelecidos com relação aos impactos negativos do turismo.

Logo, como se trata de um termo/conceito recente, com diversas tentativas de definição, onde essas, muitas vezes, são vagas ou abrangentes demais, faz-se necessário revisar as principais definições e a origem do termo. Sendo uma das prioridades verificar se a condição de *overtourism* trata de algo novo ou se somente recicla e engloba questões antigas e já discutidas.

1.2.1 Origem do termo/conceito *overtourism*

Goodwin (2017) menciona que o conceito foi primeiramente usado no twitter como uma *hashtag* (#*overtourism*) em agosto de 2012. Para o autor: “O termo é passível de reconhecimento imediato, um rótulo, que possibilita as pessoas, sejam residentes ou visitantes, a expressarem suas preocupações com o excesso de turismo” (Goodwin, 2017, p. 1, tradução nossa)⁴¹.

⁴⁰ No original lê-se: The marketability and popularity of the term *overtourism* appears to be at least partially accountable for its entry in academia, rather than its explanatory value, as exemplified by a recent paper that uses the term *overtourism* in its title, yet does not mention it in the main text at all. (Koens et al., 2018, p. 2)

⁴¹ No original lê-se: The term is capable of immediate recognition, a label which enables people, whether visitors or locals, to voice their concerns about too much tourism. (Goodwin, 2017, p. 1)

Uma rápida pesquisa no twitter não mostrou o uso dessa *hashtag* especificamente em agosto de 2012, porém ao utilizar a ferramenta de busca avançada fornecida pela mesma rede social, encontramos postagens que utilizaram a palavra em 2011 para se referir ao fechamento de dezenas de locais de mergulho para turistas depois que águas excepcionalmente quentes causaram sérios danos aos recifes de coral no Mar de Andaman na Tailândia⁴². A figura 2 mostra a primeira postagem encontrada na rede social que utiliza a palavra *overtourism* e uma repostagem da primeira.

Figura 2- Primeiras postagens que utilizaram a palavra *overtourism*.

Michael Hodson @GoSeeWrite · 25 de jan de 2011

Sad and not surprising RT @JacknJillTravel: Closure of Thai Diving spots due 2 coral bleaching & **overtourism** -- http://bit.ly/fvJloN #scuba

Jill @JacknJillTravel · 25 de jan de 2011

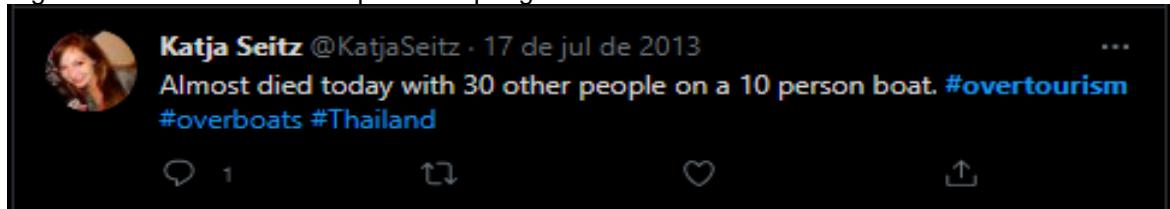
Closure of Thai Diving spots due to coral bleaching and **overtourism** -- s7.addthis.com/static/t00/log... via @cnn

Fonte: Twitter. Acesso em: 10 de mai. 2021

As postagens da figura 2 mostram o uso da palavra *overtourism*, porém, Goodwin se refere ao uso da *hashtag* (#*overtourism*). Uma busca por essa *hashtag* no twitter também não retornou resultados em agosto de 2012; as primeiras utilizações dessa *hashtag* refletem insatisfações de turistas e residentes. Por exemplo, uma turista que retrata sua experiência quase mortal devido a sobrelotação de um barco em 2013 na Tailândia (Figura 3).

⁴² SKULPICHETRAT, Jutarat. 2011. Thailand closes dive sites to halt damage to reefs. Disponível em: <https://www.reuters.com/article/uk-thailand-reefs/thailand-closes-dive-sites-to-halt-damage-to-reefs-idUSLNE70J02220110120>. Acesso em: 19 mar. 2021.

Figura 3- Turista relatando experiência perigosa na Tailândia.



Fonte: Twitter. Acesso em: 10 de mai. 2021

Do lado dos residentes, a figura 4 retrata uma indagação ao prefeito de Barcelona quanto a superlotação do famoso Mercado de São José, conhecido popularmente como *La Boqueria*. A matéria compartilhada pela residente é um dos diversos exemplos de como o turismo de massa pode afetar diretamente o cotidiano dos moradores.

La Boqueria é o mais antigo dos mercados municipais de Barcelona e tem servido aos residentes catalães e espanhóis a anos, fornecendo produtos típicos da culinária da região. Com o tempo, se tornou um dos pontos turísticos da cidade e a grande quantidade de turistas dificultou o acesso ao mercado por parte dos residentes. Até mesmo os comerciantes do mercado reclamam do fluxo excessivo de turistas, uma vez que muitos desses visitam o local apenas para conhecer e tirar fotos.

Figura 4 - Residente questiona o prefeito de Barcelona com relação a problemas de lotação em *La Boqueria*.



Fonte: Twitter. Acesso em: 10 de mai. 2021

Adiantamos que não temos como especificar quem foi a primeira pessoa a utilizar a palavra *overtourism*, porém o surgimento e utilização da mesma se dá em um contexto resultante de décadas do chamado turismo de massa. Essa forma de turismo parece ter tomado tamanha proporção que residentes e turistas levantam suas vozes, por meio de protestos, postagens nas redes sociais e entrevistas, para apontar a questão de que os impactos negativos da atividade, para muitos, estão cada vez mais se sobrepondo aos benefícios.

Os termos *overtourism* e turismofobia têm sua gênese no rápido desdobramento de práticas insustentáveis de turismo de massa e as respostas que elas geraram entre acadêmicos, profissionais e movimentos sociais preocupados com o uso prejudicial dos espaços urbanos, rurais e litorâneos, entre outros, para fins turísticos. As práticas comercialmente convenientes dos políticos, gestores do destino e das empresas-chave no setor do turismo (especialmente companhias aéreas), evidentemente levou a resultados insustentáveis e inadvertidos do turismo e a dependência excessiva do turismo em detrimento de setores econômicos alternativos. (Milano et al, 2019, p. 2, tradução nossa)⁴³

No artigo publicado pela revista Skift, ‘The Genesis of Overtourism: Why We Came Up With the Term and What’s Happened Since’, Rafat Ali (2018) afirma ter cunhado a palavra *overtourism* no dia 14 de junho de 2016, o que, efetivamente, é contrariado pelas postagens no twiter, datadas do início dos anos 2010.

Overtourism é uma palavra que eu inadvertidamente cunhei em 14 de junho de 2016. Aconteceu como normalmente acontece comigo quando eu trabalho conceitos na minha cabeça: com um e-mail para as duas pessoas com quem tenho trabalhado desde que começamos o Skift: Jason e Dennis. Rapidamente criei um Google Doc descrevendo o que eu tinha em mente e compartilhei internamente. (Ali, 2018, n. p, tradução nossa)⁴⁴

Nesse mesmo artigo da Skift o autor revela o motivo de ter cunhado o termo, segundo o mesmo:

⁴³ No original lê-se: The terms overtourism and tourismphobia have their genesis in the rapid unfolding of unsustainable mass tourism practices and the responses that these have generated amongst academics, practitioners and social movements concerned with the detrimental use of urban, rural and coastal spaces, among others, for tourism purposes. The commercially expedient practices of policymakers, destination managers and key firms in the tourism sector (especially airlines), has evidently lead to unsustainable and inadvertent tourism outcomes, and excessive dependency on tourism at the expense of alternative economic sectors. (Milano et al, 2019, p. 2)

⁴⁴ No original lê-se: Overtourism is a word that I inadvertently coined on June 14, 2016. It happened as it usually does for me when I work out concepts in my head: with an email to the two people I have been working with since we started Skift: Jason and Dennis. I quickly created a Google Doc outlining what I had in mind and shared it internally. (Ali, 2018, n.p)

Eu vim com o *overtourism*, um simples *portmanteau*⁴⁵ para apelar aos instintos básicos das pessoas como um elemento de alarme e medo. Essa é precisamente a razão pela qual ele pegou fogo desde então, porque é autoexplicativo e tem uma intenção alarmista. (Ali, 2018, n. p, tradução nossa)⁴⁶

De fato, o termo *overtourism* é de fácil apreensão, pois como já discutido em outro subcapítulo, a conotação da palavra remete a ideia de que há turismo ou turistas demais em um local. Essa facilidade de empregar a palavra é um dos motivos para a mesma ter se tornado uma palavra da moda nos últimos anos e por sua inclusão em dicionários online.

Dickinson (2018) argumenta em seu artigo os motivos pelos quais a palavra *overtourism* deveria ser a palavra do ano para os dicionários em 2018. Entre os argumentos constavam os números crescentes de turistas e as notícias de insatisfação que foram impulsionadas pelos protestos em cidades como Veneza e Barcelona. Também mostrou um gráfico de tendências de buscas do Google (ver grafico 2), onde o pico do *overtourism* como tendência teria sido justamente em 2018.

Gráfico 2 - Tendência de buscas do termo *overtourism* ao longo do tempo.



Fonte: Dickinson 2018. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/overtourism-word-of-the-year/>>. Consulta em: 05 abr. 2021

⁴⁵ Uma palavra que é resultado da junção de outras duas, no caso, ‘over’ e ‘tourism’.

⁴⁶ No original lê-se: I came up with “Overtourism,” a simple portmanteau to appeal to people’s baser instincts with an element of alarm and fear in it. That is precisely the reason why it has caught on like fire since then, because it is self explanatory and alarmist in intent. (Ali, 2018, n.p)

A palavra foi adicionada nos dicionários “*Collins Online Dictionary*” e “*Oxford English Dictionary*”. Nesse último, foi considerada uma das palavras do ano juntamente como *orbiting*, *gaslighting*, *techlash*, *gammon* e a palavra vencedora de 2018: *toxic*. Segundo o site de notícias turísticas “*Telegraph Travel*”, a inclusão da palavra segue a campanha feita para que o *overtourism* fosse adicionado a esses dicionários. O artigo da campanha mencionada é o de Dickinson (2018) que foi apresentado acima.

Nesse item buscou-se identificar a origem da palavra ou do termo *overtourism*. Porém, como visto, é difícil definir precisamente uma pessoa ou grupo específico que inventou o termo. O que podemos afirmar é que apesar da revista Skift dizer ter cunhado a palavra *overtourism*, verificou-se que essa palavra já havia aparecido no twitter em 2011 o que aponta para uma apropriação da palavra pela revista que projeta a mesma como se fosse sua.

Logo, percebeu-se que o chamado *overtourism* surgiu sem muita fundamentação teórica, a popularidade do termo parece estar relacionada a aparente facilidade de entendimento que o mesmo fornece devido a sua conotação e tem sido uma ferramenta poderosa para residentes e turistas expressarem suas insatisfações frente o desenvolvimento da atividade.

1.2.2 Definições do conceito de *overtourism*

O item anterior buscou as origens do termo *overtourism* e como visto, a palavra começou a ser utilizada sem fundamentação teórica. Ou seja, a conceitualização da palavra pela academia é posterior ao seu uso popular. O presente item buscará expor e discutir as principais definições de *overtourism* encontradas no levantamento bibliográfico dessa pesquisa, destacando as semelhanças e diferenças nas definições apresentadas. Porém, antes de discutir as definições propostas em trabalhos e artigos acadêmicos, iremos expor as definições da palavra *overtourism* nos dicionários citados no item anterior: *Collins* e *Oxford*.

Dickinson (2018) promoveu uma campanha para a inclusão da palavra *overtourism* nos dicionários digitais, argumentando que a mesma deveria ser uma das palavras do ano. Porém, antes mesmo de escrever seu artigo para o site de notícias “*The Telegraph*”, o autor já havia proposto uma definição da palavra para o ‘*Collins*

Online Dictionary' onde o mesmo definiu *overtourism* como: "O fenômeno de um destino ou paisagem popular que se torna sobrecarregado por turistas de uma forma insustentável." (OVERTOURISM, 2018, tradução nossa)⁴⁷.

A definição de *overtourism* do "Oxford English Dictionary", que na versão *online* é nominado "Lexico"⁴⁸, é a seguinte: "Fenômeno pelo qual determinados locais de interesse são visitados por um número excessivo de turistas, causando efeitos indesejáveis para os locais visitados" (OVERTOURISM, 2018, tradução nossa)⁴⁹

As definições da palavra *overtourism* nesses dicionários são vagas. As duas destacam uma certa popularidade do local onde ocorre o *overtourism*, definem o *overtourism* como fenômeno e são vagas quanto aos impactos causados por esse suposto fenômeno. Também o associam a um número excessivo de turistas, ou sobrecarga dos mesmos. Entendemos que definições de dicionários não são complexas como definições conceituais acadêmicas e geralmente são simplificadas. Entretanto, essas simplificações têm consequências no que a população e os meios de comunicação entendem como *overtourism*.

Quando a palavra começa a ser adotada em artigos e livros acadêmicos, o conceito de *overtourism* começa a ganhar definições que incluem mais características. Porém, como visto no ítem sobre precedentes teóricos, o conceito de *overtourism* carrega consigo questões ainda não resolvidas por conceitos e modelos anteriores a ele. Logo, até mesmo nas definições acadêmicas, incluindo aquelas publicadas por órgãos internacionais como a OMT e a TRAM (Comissão dos Trasportes e do Turismo) do Parlamento Europeu, também são consideradas vagas ou muito abrangentes por estudiosos da área.

Uma dificuldade prática que deriva dessas definições vagas é a de apontar e quantificar indicadores para o *overtourism*. Em relatório solicitado pela TRAM, Peeters et al (2018) afirmam:

Uma definição clara de *overtourism* não está disponível. Por sua própria natureza, o fenômeno *overtourism* está associado ao número de turistas, o tipo e período de visita, e a capacidade de carga do destino. As perspectivas sobre o *overtourism* podem incluir

⁴⁷ No original lê-se: The phenomenon of a popular destination or sight becoming overrun with tourists in an unsustainable way. (OVERTOURISM, 2018)

⁴⁸ Lexico é uma colaboração com o Oxford Dictionary e hospedada por Dictionary.com oferecendo definições em inglês e espanhol

⁴⁹ No original lê-se: The phenomenon whereby certain places of interest are visited by excessive numbers of tourists, causing undesirable effects for the places visited.

as várias partes interessadas, como residentes, turistas ou empresas. (Peeters et al, 2018, p. 21, tradução nossa)⁵⁰

Contudo, um dos objetivos do relatório solicitado pela TRAM era justamente fornecer critérios para identificar sintomas precoces do fenômeno do *overtourism* a partir de locais que sofriam com o mesmo e para isso foi necessário, na visão dos autores, apontar indicadores do *overtourism* a fim de poder qualificar uma cidade, ou localidade, que estavam, ou poderiam estar, sofrendo com o fenômeno.

Um dos objetivos do estudo era definir um conjunto de critérios a serem usados pelos formuladores de políticas para identificar precocemente sintomas e ameaças do *overtourism* na UE, com atenção específica às capitais, bem como alguns dos destinos turísticos mais populares da UE. (Peeters et al, 2018, p. 108, tradução nossa)⁵¹

Logo, adotaram a seguinte definição:

Overtourism descreve a situação na qual o impacto do turismo, em determinados momentos e em determinados locais, excede os limites de capacidade física, ecológica, social, econômica, psicológica e / ou política. (Peeters et al, 2018, p. 21, tradução nossa)⁵²

Na definição acima, percebe-se uma influência clara do conceito de capacidade de carga uma vez que implica que o *overtourism* é consequência de capacidades de carga excedidas, mas, como visto anteriormente, tais capacidades são de difícil mensuração e podem variar ao longo do tempo. As capacidades de carga social, econômica, psicológica e política são especialmente difíceis de se calcular dado que envolvem mais variáveis e são mais dinâmicas ao longo do tempo.

A questão do dinamismo dessas variáveis tem grande impacto nessa problemática, pois a velocidade das mudanças causada pelo turismo pode, por si só, ser um fator que altere as percepções dos residentes e dos turistas sobre os locais. O capítulo dois do relatório discutido acima inicia expondo conhecimentos atuais sobre

⁵⁰ No original lê-se: A clear definition of overtourism is not readily available. By its very nature, the overtourism phenomenon is associated with tourist numbers, the type and time frame of their visit, and a destination's carrying capacity. Perspectives on overtourism may include those of various stakeholders, such as residents, tourists, or businesses. (Peeters et al, 2018, p. 21)

⁵¹ No original lê-se: One goal of the study was to define a set of criteria to be used by policymakers to identify early symptoms and threats of overtourism in the EU, with specific attention given to capital cities as well as some of the most popular tourist destinations in the EU. (Peeters et al, 2018, p. 108)

⁵² No original lê-se: Overtourism describes the situation in which the impact of tourism, at certain times and in certain locations, exceeds physical, ecological, social, economic, psychological, and/or political capacity thresholds. (*Ibidem*, p. 22)

o fenômeno e aponta que o *overtourism* está associado, entre outros fatores, à velocidade das mudanças causadas pelo turismo nos locais.

Essa velocidade pode ser assustadora quando pensamos em localidades que vivenciaram um aumento repentino de visitantes. A influência das redes sociais como Instagram ou de artistas e séries de televisão podem fazer o interesse por um determinado local aumentar subitamente.

Por exemplo, a cidade de Dubrovnik na Croácia vivenciou um número crescente de visitantes devido, entre outros fatores, ao sucesso da série “*Game of Thrones*”⁵³ que teve parte de suas cenas filmadas na cidade (ver figura 5). Outro exemplo é o fechamento do Canyon *Fjaðrárgljúfur* na Islândia por conta do aumento do número de visitantes que ocorreu após a gravação do clipe “*I'll Show You*” do cantor Justin Bieber que obteve mais de 440 milhões de visualizações no Youtube⁵⁴. O local já era popular devido à sua paisagem, mas teve de ser fechado para turistas por conta dos impactos ambientais causados pelo aumento de visitantes. Ambos exemplos são citados em notícias como locais que sofrem com o fenômeno do *overtourism*.

⁵³ SIMMONS, Joanna. [entre 2019 e 2020], Overtourism in Dubrovnik. Disponível em: <<https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-dubrovnik>> Acesso em: 25 mar. 2021.

⁵⁴ MARCUS, Lilit, 2019, Iceland Beauty spot *Fjaðrárgljúfur* closing to tourists. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/travel/article/iceland-canyon-closing-overtourism-justin-bieber/index.html>> Acesso em 25 mar. 2021

Figura 5 - Aglomeração de turistas em *Old Town* na cidade de *Dubrovnik*.



Fonte: Matt Zimmerman [entre 2019 e 2020]

Peeters et al (2018), a partir da definição exposta acima, apontam no capítulo 3 do relatório os cinco principais indicadores do *overtourism* que segundo os autores são: densidade turística (turistas por km²), intensidade turística (o número de turistas por habitante), densidade do transporte aéreo, participação do Airbnb e a participação do turismo na economia local. Há outros indicadores apontados pelos autores que serão discutidos em outro capítulo dessa pesquisa.

Por ora, destacamos a necessidade que o estudo teve de aderir a uma definição de *overtourism* para buscar indicadores do fenômeno. Porém, a definição genérica de *overtourism* adotada pelo relatório resultou em uma dificuldade de obter conclusões a partir dos indicadores citados. Nas conclusões dos estudos de caso expostas no capítulo seis os autores afirmaram:

No entanto, não foi possível atribuir um valor ou limiar geral a qualquer um dos indicadores em que se diagnosticou um estado de *overtourism*. Neste ponto, a definição de *overtourism* ainda é muito vaga, e os indicadores que este estudo desenvolveu carecem de limiares bem definidos para definir quantitativamente quando um estado de *overtourism* é atingido. (Peeters et al, 2018, p. 109, tradução nossa)

O conceito de *overtourism* definido a partir da extrapolação das diversas capacidades de carga esbarra nos mesmo problemas e críticas discutidas no item dedicado a esse último conceito. Por mais que se levante indicadores e dados, a percepção dos moradores e dos visitantes são, provavelmente, o fator mais

importante para classificar o *overtourism* em uma cidade ou localidade e tais percepções são difíceis de serem quantificadas.

Mesmo se assumirmos que a definição e os indicadores apontados pelo relatório sejam apropriados para classificar uma situação de *overtourism*, não está claro quais são as capacidades de carga mais relevantes para tal classificação. Também, ao abordarmos os indicadores individualmente percebe-se, como visto na citação acima, que os mesmos carecem de limiares claros que possibilitem uma possível classificação.

Esses problemas derivam de uma discussão já exposta nos precedentes teóricos dessa pesquisa e, como visto anteriormente, a Terra não possui uma capacidade 'inerente' (Wall, 2020), ou seja, os locais podem não ter uma capacidade natural ou social intrínseca que devem ser desvendadas pela ciência, e mesmo se tiverem, a quantidade de variáveis envolvidas nas atividades recreativas, suas relações e o dinamismo dessas variáveis faz com que uma abordagem meramente quantitativa seja inapropriada ou simplesmente insuficiente.

Isso não quer dizer que não se possa atribuir limites de uso a um local, mas sim assumir que tais limites passam pela subjetividade humana pois é essa subjetividade que define as condições desejadas e/ou esperadas para um local. Apesar de alguns enfoques, ou capacidades, serem mais passíveis de quantificação, a exemplo do número de acomodações disponíveis em um local, outras capacidades têm o seu limiar definido por partes interessadas e passam pela subjetividade dos mesmos, como por exemplo a chamada capacidade de carga psicológica.

Embora a capacidade de carga continue a ser um conceito popular para avaliar as consequências negativas do turismo, a utilidade dessa perspectiva tem sido questionada. O principal problema é seu foco nos números do turismo, o que traz consigo que os efeitos negativos são comparados ao turismo de massa ou aumento do número visitantes [...]. Na verdade, já em 1979, Rosenow e Pulsipher [...] reconheceram três principais causas subjacentes diferentes do que eles chamam de "overkill" dos visitantes: (1) Muitos visitantes, possivelmente agravados pela sazonalidade; (2) Muitos impactos adversos dos visitantes (por exemplo, barulho, confusão e outros incômodos); (3) Impacto físico excessivo da economia do visitante (por exemplo, centros de cidades turísticas e destruição de recursos naturais). Pesquisas posteriores confirmaram que o comportamento do visitante, o tempo, a concentração, a localização, a experiência local com turismo, a etiqueta local, etc. são de fato tão importantes quanto o número de turistas [...]. Além disso, enquanto o impacto dos turistas no ambiente físico pode ser determinado, isso é mais difícil para o ambiente social, que se baseia na tolerância da comunidade anfitriã em relação à turistas. Não é apenas um conceito subjetivo, que é difícil de medir dentro de constantes mudanças

dos indivíduos, mas também os níveis de tolerância entre residentes com interesses diferentes [...]. (Koens et al., 2018, p.2, tradução nossa)⁵⁵

Como poderíamos quantificar o incômodo de residentes que cada vez mais perdem a capacidade de se apropriarem dos locais que antes constituíam seus cotidianos? Como mensurar as implicações psicológicas e sociais causadas pela desconcentração de turistas para áreas residenciais por conta de plataformas como o Airbnb? É possível quantificar o sentimento de perda de identidade com o local que é relatado por residentes que sofrem com o aumento de visitantes?

Não afirmamos nessa pesquisa que os questionamentos acima são impossíveis de serem levados em consideração, porém, uma abordagem meramente quantitativa parece não dar conta da complexidade de fatores que envolvem o *overtourism* principalmente por conta do fenômeno/situação estar sujeito, em muitas definições e reflexões sobre o tema, a percepção das pessoas, sejam elas residentes ou visitantes.

No entanto, nos últimos anos, a percepção do turismo urbano mudou drasticamente. Transportes públicos, infraestruturas, estradas, museus, atrações e outros serviços que foram criados principalmente para uso local sofrem com o aumento do número de turistas. A popularidade crescente de serviços de acomodação online (por exemplo, AirBnB, HomeAway, Uber) e um desejo de ver a 'real' e "autêntica" vida cotidiana da cidade significou que as atividades de turismo se tornaram ainda mais interligadas com a vida local, também fora das áreas turísticas principais das cidades. (Koens et al., 2018, p.1, tradução nossa)⁵⁶

55 - No original lê-se: While carrying capacity continues to be a popular concept to appreciate the negative consequences of tourism, the usefulness of this perspective has been questioned. The main issue is its focus on tourism numbers, which brings with it that negative effects are equated with mass tourism or increasing visitor numbers [14]. In fact, as early as 1979, Rosenow and Pulsipher [15] recognized three main underlying different causes of what they called visitor 'overkill': (1) Too many visitors, possibly aggravated by seasonality; (2) Too much adverse visitor impact (e.g., noise, rowdiness and other annoyances); (3) Too much physical impact of the visitor economy (e.g., touristified city centers and destruction of natural resources). Later research confirmed that visitor behavior, timing, concentration, location, experience with tourism, local etiquette, etcetera are indeed as important as tourist numbers [16,17]. In addition, whereas the impact of tourists on the physical environment can be determined, this is more difficult for the social environment, which is based on the tolerance of the host community towards tourists. Not only is this a subjective concept, which is difficult to measure within ever-changing individuals, but also the tolerance levels among residents with different interests do differ [14,18]. (Koens et al., 2018, p.2)

56 No original lê-se: However, in the last years, the perception of city tourism has changed dramatically. Public transportation, infrastructure, roads, museums, attractions and other services that were primarily created for local use suffer under increasing tourist numbers. The growing popularity of online accommodation services (e.g., AirBnB, HomeAway, Uber) and a desire to see 'real' and 'authentic' everyday city life has meant that tourism activities become further intertwined with local life, also outside of the main tourist areas in cities. (Ibidem, p.1)

Uma das questões que nortearam a presente pesquisa é se o *overtourism* é um conceito que busca explicar algo novo, uma dinâmica recente que outros conceitos não deram conta de solucionar e/ou desvendar. No entanto, percebe-se que os problemas e questionamentos quanto a definição do conceito e seus indicadores derivam, em parte, de discussões que datam da segunda metade do século XX.

Também pode-se levantar um questionamento quanto a efetividade do paradigma da sustentabilidade para lidar com as problemáticas contemporâneas. Mihalic reafirma que “O turismo sustentável é agora um paradigma de turismo dominante, principalmente com base em um equilíbrio entre economia, sustentabilidade ambiental e sociocultural, e codificados pela definição da OMT” (Mihalic, 2020, p. 1, tradução nossa)⁵⁷

A autora Tanja Mihalic, em um artigo de 2020 buscou conceitualizar o *overtourism* a partir de uma abordagem sustentável, porém, a autora pondera: “No entanto, na realidade, os destinos turísticos continuam a encorajar o crescimento econômico - com certeza, estamos fortemente inseridos em um sistema sócio-político capitalista (Bramwell, Higham, Lane, & Miller, 2017; Hall, 2011; Hunter, 1997)”. (Mihalic, 2020, p. 1, tradução nossa)⁵⁸

O *overtourism* é, entre outras coisas, a aceleração e o crescimento da oferta e demanda de turismo, o uso de bens ecológicos naturais dos destinos turísticos, a destruição de seus atrativos culturais e impactos negativos em seus ambientes sociais e econômicos. Isso causou o turismo irresponsável - e isso levou ao foco mais forte de hoje na implementação de paradigmas de turismo responsável com base na sustentabilidade (Goodwin, 2011; Mihalic, 2016, 2020; UNWTO, 2012). (Mihalic, 2020, p. 1, tradução nossa)⁵⁹

Ao oferecer uma visão geral do *overtourism* na citação acima, a autora associa o fenômeno ao crescimento da atividade turística e aos impactos negativos do desenvolvimento da atividade focado apenas em crescimento. Os fatores citados

⁵⁷ No original lê-se : Sustainable tourism is now a mainstream tourism paradigm, primarily based on a balance between economic, environmental, and socio-cultural sustainability, and coded by the UNWTO definition. (Mihalic, 2020, p. 1)

⁵⁸ No original lê-se : However, in reality, tourism destinations continue to encourage economic growth—to be sure, we are strongly embedded in a capitalistic socio-political system (Bramwell, Higham, Lane, & Miller, 2017; Hall, 2011; Hunter, 1997). (*Ibidem*)

⁵⁹ No original lê-se : Overtourism is, among other things, the acceleration and growth of tourism supply and demand, the use of tourism destinations' natural ecological goods, the destruction of their cultural attractions, and negative impacts on their social and economic environments. These have rendered tourism irresponsible—and this has led to today's stronger focus on implementing responsible tourism paradigms based on sustainability (Goodwin, 2011; Mihalic, 2016, 2020; UNWTO, 2012). (*Ibidem*)

acima não seriam consequências do desenvolvimento desenfreado do turismo de massa? Iremos discutir melhor a relação do *overtourism* com o turismo de massa em outro capítulo, porém, percebe-se uma clara tentativa de implementar o paradigma de um turismo responsável em oposição ao *overtourism*, que a autora chama de “turismo irresponsável”.

Essa mesma perspectiva é encontrada em Goodwin (2017) que define:

Overtourism descreve destinos onde os anfitriões ou convidados, locais ou visitantes, sentem que há também muitos visitantes e que a qualidade de vida na área ou a qualidade da experiência se deteriorou inaceitavelmente. É o oposto do Turismo Responsável, que trata de usar o turismo para produzir melhores lugares para morar e melhores lugares para visitar. Frequentemente, tanto visitantes quanto convidados experimentam a deterioração concomitantemente e rebelam-se contra ela. (Goodwin, 2017, p. 1, tradução nossa)⁶⁰

Essa definição fornece um destaque maior à percepção das pessoas quanto ao fenômeno ao utilizam a palavra “sentem”. Ou seja, nesse sentido, o *overtourism* ocorre quando a atividade turística é percebida por visitantes e/ou residentes como sendo um dos fatores responsáveis pelo declínio da qualidade de vida e/ou da viagem.

Nesse ponto, talvez, possamos pensar o *overtourism* como um fenômeno recente, pois a percepção de que há “muito turismo” e que o mesmo está afetando a qualidade de vida local e/ou a experiência dos visitantes é destacada na definição. Logo, aí pode estar a disruptão entre um local que sofre com os impactos negativos do turismo de massa e outro que possui residentes ou visitantes que percebem esses impactos e por vezes, levantam suas vozes em resistência a essas mudanças.

O destaque para a percepção das pessoas (locais ou visitantes) quanto a queda da qualidade de vida local ou da experiência turística também é colocada na definição de uma publicação da OMT em colaboração com as Universidades de Stenden e Breda. A definição a seguir é uma das mais adotadas e citadas por trabalhos cujo o tema é o *overtourism*.

Em 2016, Skift diz ter criado (e mais tarde registrado) a palavra ‘*overtourism*’. Várias definições de *overtourism* surgiram desde então. De acordo com as universidades colaborando neste projeto, ‘*overtourism*’ pode ser definido como “o impacto do turismo em um destino, ou parte dele, que influenciam excessivamente a percepção da

⁶⁰ No original lê-se: Overtourism describes destinations where hosts or guests, locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably. It is the opposite of Responsible Tourism which is about using tourism to make better places to live in and better places to visit. Often both visitors and guests experience the deterioration concurrently and rebel against it. (Goodwin, 2017, p. 1)

qualidade de vida dos cidadãos e / ou da qualidade das experiências dos visitantes de forma negativa " (OMT, 2018, p. 4, tradução nossa)⁶¹

Essas definições que enfatizam a subjetividade do conceito de *overtourism* parecem ser mais apropriadas para explicar os recentes protestos contra os impactos negativos da atividade turística do que as definições que enfatizam a extração da chamada capacidade de carga. No entanto, a capacidade de carga não é ignorada pelo relatório publicado pela OMT que enfatiza que antes do surgimento da "palavra da moda" *overtourism*, já haviam definido o conceito de capacidade de carga.

Muito antes do surgimento de palavras da moda tal como o 'overtourism', a OMT definiu a capacidade de carga turística como "o número máximo de pessoas que podem visitar um destino turístico ao mesmo tempo, sem causar destruição do meio físico, econômico e sociocultural e uma diminuição inaceitável da qualidade da satisfação dos visitantes ". (OMT, 2018, p. 4, tradução nossa)

Essa definição de capacidade de carga turística possui também uma certa subjetividade pois utiliza o qualificativo "inaceitável", o que aproxima o conceito da LAC, como foi discutido nos precedentes teóricos dessa pesquisa. Dessa forma, percebemos uma evolução dos conceitos que tratam dos impactos negativos do turismo no qual inclui-se o *overtourism* no sentido de incorporarem essa subjetividade aos conceitos que antes possuíam uma ênfase excessivamente quantitativa.

Outro destaque da definição de *overtourism* exposta pela OMT é a constatação, para o órgão internacional e para as universidades colaboradoras, de que o fenômeno pode ocorrer somente em partes do destino. A questão da escala do fenômeno deve ser tratada com cuidado, visto que o fato dos congestionamentos de pessoas serem localizados podem afetar mais do que simplesmente o local congestionado. Ou seja, segundo essa definição, poderíamos inferir que o *overtourism* é um fenômeno que pode ocorrer de forma muito localizada e isso pode tornar confuso o "diagnóstico" de *overtourism* para as localidades.

Por exemplo, a cidade do Rio de Janeiro é citada em alguns artigos como sendo uma das cidades que sofrem com o *overtourism* (Dodds e Butler, 2019; Peeters et al., 2018). Se pensarmos em atrações muito populares como o Trem do Corcovado que leva as pessoas até o Cristo Redentor, poderíamos argumentar que a experiência

⁶¹ No original lê-se: In 2016, Skift is said to have created (and later trademarked) the word 'overtourism'.² Several definitions of 'overtourism' have emerged since. According to the universities collaborating on this project, 'overtourism' can be defined as "the impact of tourism on a destination, or parts thereof, that excessively influences perceived quality of life of citizens and/or quality of visitors experiences in a negative way". (OMT, 2018, p. 4)

turística é percebida, por vezes, de forma negativa devido à aglomeração de pessoas que dificultam a apreciação do passeio. No entanto, a aglomeração em pontos turísticos é o suficiente para definir que o Rio de Janeiro sofre com o *overtourism*? Ou teríamos que definir apenas os locais diretamente afetados pela aglomeração de pessoas como é o caso do Cristo Redentor?

Tais perguntas são difíceis de serem respondidas e vale a pena serem melhor elaboradas se se pretende operacionalizar o conceito de *overtourism* com mais precisão. A escala do fenômeno é fundamental para o entendimento do mesmo e talvez esteja aí mais uma questão importante da qual os conceitos geográficos poderiam contribuir para o entendimento do *overtourism*. A contribuição dos conceitos geográficos para o entendimento desse fenômeno será elaborada em um capítulo posterior.

Bourliataux-Lajoinie, Dosquet e Arriaga (2019) afirmam que o *overtourism* é um sentimento, destacando ainda mais a subjetividade do conceito que é justamente o ponto que parece diferenciar o *overtourism* de outros conceitos.

Overtourism é um sentimento de sofrimento devido à sobrecarga de turistas (Borg et al., 1996) em um local, expressa através de uma reação individual ou coletiva às autoridades locais ou na imprensa - os turistas raramente são questionados. O *overtourism* tem a particularidade de envolver tanto locais quanto turistas no destino, pois estes também sofrem com a promiscuidade e a densidade dos visitantes. A pressão turística degrada a experiência de viver ou visitar um lugar como turista e o transforma em uma experiência negativa. O *overtourism* é uma percepção subjetiva da pressão turística em um local, geralmente calculada pela razão entre o número de habitantes e o número de turistas diários. A topografia do local e a densidade dos monumentos turísticos em um local modulam essa percepção. (Bourliataux-Lajoinie, Dosquet e Arriaga, 2019, p. 583, tradução nossa)⁶²

A citação acima é a mais clara, dentro do levantamento bibliográfico realizado por essa pesquisa, quanto a subjetividade do conceito de *overtourism*. Porém, todas as citações levantadas até aqui dialogam com o conceito de capacidade de carga. Algumas definições, como a de Peeters et al. (2018), colocam claramente o *overtourism* como consequência da extração das capacidades de carga. Em

⁶² No original lê-se: Overtourism is a feeling of suffering due to tourist overload (Borg et al., 1996) in a place, expressed through an individual or collective reaction to the local authorities or in the press – tourists are rarely if ever taken to task. Overtourism has the peculiarity of involving both local and tourists at the destination, as these also suffer from promiscuity and visitor density. Tourist pressure degrades the experience of living in or visiting a place as a tourist and turns it into a negative experience. Overtourism is a subjective perception of the tourist pressure in a place, usually calculated by the ratio between the number of inhabitants and the number of daily tourists. The topography of the site and the density of tourist monuments on a site modulate this perception.

outras, como por exemplo a citação acima, deixam o conceito de capacidade de carga mais implícito ao utilizarem palavras como “sobrecarga” ou “excessivamente”.

Apesar da citação enfatizar novamente a subjetividade do conceito de *overtourism*, as autoras afirmam que o fenômeno é geralmente calculado pela razão entre o número de habitantes e o número de turistas diários o que parece ser abstrato demais para lidar com lugares concretos. Parece contraditório, ao nosso ver, enfatizar a percepção subjetiva da pressão turística e em seguida afirmar que a mesma pode ser calculada por uma razão entre números de habitantes e turistas diários. Ao mesmo passo que as autoras vão de encontro com uma percepção subjetiva do conceito, parecem ainda atrelar o mesmo a um indicador meramente quantitativo.

Também, mesmo se assumissemos a razão entre habitantes e turistas como apropriada, seria preciso uma análise integrada dos fatores espaciais, naturais e sociais das cidades, ou localidades, para que o uso do conceito fosse mais preciso, ou seja, os diferentes espaços precisam ser considerados caso a caso e não somente como um fator abstrato pois a constituição do mesmo é de muita importância para a percepção das pessoas quanto ao turismo local.

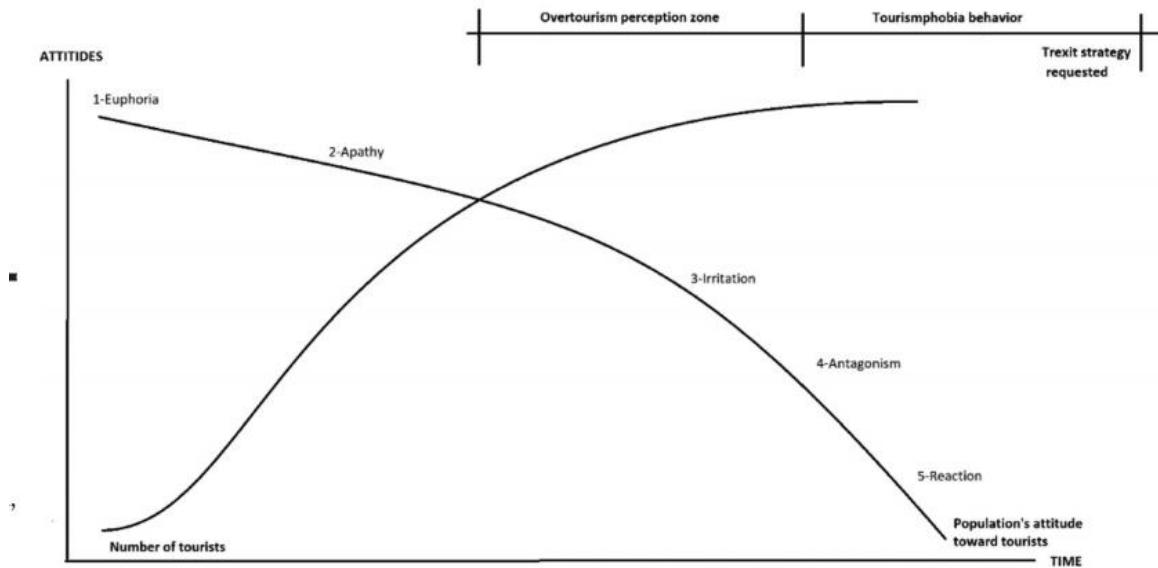
Por exemplo, uma cidade com urbanização horizontal onde os habitantes não estão muito concentrados pode ser um fator espacial significativo na percepção dos mesmos com relação a pressão turística. As aglomerações em atrações turísticas como patrimônios arquitetônicos ou cassinos podem não ter grande impacto sobre o cotidiano dos habitantes. Até mesmo o tamanho ou formato das calçadas é um fator a se considerar ao enfatizarmos a percepção das pessoas quanto as aglomerações.

O espaço produzido não pode ser meramente abstraído pois esse é constituinte de como os moradores se apropriam da cidade e de como os turistas consomem o espaço. Ao nosso ver, as conceitualizações do *overtourism* parecem captar a importância da percepção subjetiva dos envolvidos na atividade turística, porém, ainda precisam fazer muitas abstrações, no sentido de subtração, pois a ideia de limite remete ao quantitativo e o *overtourism* carrega, tanto na conotação quanto em seus precedentes teóricos, uma ênfase quantitativa.

Logo, apesar da ênfase na percepção de turistas e visitantes e suas reações aos impactos negativos da atividade aproximarem mais o conceito de *overtourism* do *Irridex* de Doxey, gerando até adaptações do modelo (ver grafico 3), isso não

significou um abandono do conceito de capacidade de carga, pois essa concepção de limites de uso esteve presente em todas as definições expostas.

Gráfico 3 - Cruzando o modelo de Doxey (1975) com o *overtourism* e a turismofobia e a estratégia de saída (Texit).



Fonte: Zaidan and Kovacs (2017) apud Bourliataux-Lajoinie, Dosquet e Arriaga (2019)

O gráfico 3 associa o aumento do número de turistas a evolução das fases do *irridex* de Doxey ao longo do tempo, contudo, também associa as fases do *irridex* ao fenômeno do *overtourism* que no gráfico aparece como “zona de percepção do *overtourism*”. As fases finais remetem a ideia que as percepções negativas começaram a gerar reações por parte dos residentes o que está associado a turismofobia. Por fim, após a zona de percepção de *overtourism* e de comportamentos classificados como turismofobia, haveria uma necessidade do *Texit* (Uma estratégia de diminuição da pressão turística, geralmente associada a medidas de desconcentração de turistas ou diminuição dos mesmos).

Esse esforço de associação entre o *Irridex* e os novos conceitos, no caso, *overtourism*, turismofobia e *trexit*, resultaram em um gráfico muito simplificado, e ao que parece, determinista. Pressumem fatores que podem não se concretizar como por exemplo o aumento de turistas ao longo tempo, ou a inevitabilidade do *overtourism* devido a esse aumento. No entanto, não tivemos acesso ao trabalho de Zaidan e Kovacs o que dificulta uma crítica mais precisa quanto ao gráfico exposto pelas autoras.

Capítulo 2 – Overtourism: A Relação do *overtourism* com o Turismo de Massa e as causas do fenômeno

Esse capítulo buscará as relações do *overtourism* com o chamado turismo de massa e as causas, apontadas por diversos autores, para a ocorrência desse fenômeno. A necessidade de recorrer aos precedentes teóricos do *overtourism* nessa pesquisa, justifica-se pela constatação de que este conceito é, por vezes, depreciado por alguns autores devido ao fato de ele se desdobrar sobre problemáticas já discutidas há décadas na academia. Esse é o caso de artigos como o de Dredge (2017) e Koens et al (2018) por exemplo. Esses últimos autores trazem a seguinte conclusão sobre o próprio artigo:

O artigo conclui argumentando que, embora o debate sobre o *overtourism* tenha chamado a atenção novamente para o velho problema de gestão dos impactos negativos do turismo, ele não está bem conceituado. (Koens et al., 2018, p. 1, tradução nossa)⁶³

Koens et al (2018) ainda levantaram sete mitos com relação ao *overtourism*, porém, iremos expor todos os mitos em outra seção dessa pesquisa, por ora, destacaremos apenas dois deles pois esses dialogam com o presente capítulo:

O *overtourism* não é um fenômeno recente - Apesar do recente aumento da atenção ao *overtourism*, as questões subjacentes em que se baseia não são novas, mesmo que possam ser mais intensas e expressas de novas maneiras (por exemplo, plataformas de economia compartilhada). (Koens et al., 2018, p. 9, tradução nossa)⁶⁴

Overtourism não é o mesmo que turismo de massa - embora o número crescente de turistas seja uma causa do *overtourism*, algumas áreas têm capacidade para receber um grande número de turistas. É sobre a percepção dos encontros de turísticos, mudanças ambientais e infrações na vida das pessoas [...]. De fato, mesmo um pequeno aumento absoluto do número de turistas, em áreas turísticas em desenvolvimento, pode ter grandes impactos negativos; (Koens et al., 2018, p. 9, tradução nossa)⁶⁵

⁶³ No original lê-se: The article concludes by arguing that while the debate on overtourism has drawn attention again to the old problem of managing negative tourism impacts, it is not well conceptualized. (Koens et al., 2018, p. 1)

⁶⁴ No original lê-se: Overtourism is not a recent phenomenon—In spite of the recent increase of attention to overtourism, the underlying issues on which it is predicated are not new, even if they may be more intense and expressed in new ways (e.g., sharing economy platforms). (Koens et al., 2018, p. 9)

⁶⁵ No original lê-se: Overtourism is not the same as mass tourism—Whilst increasing tourist numbers are a cause of overtourism, some areas are able to cope with large numbers of tourists. It is about perceived tourism encounters, environmental changes and infringements on people's lives [17]. Indeed, even a small absolute increase of tourist numbers in newly developing tourist areas can have great negative impacts. (*Ibidem*)

Os problemas sociais e ambientais causados pelo turismo não são recentes e esses problemas se intensificaram no decorrer do século XX, mais especificamente na sua segunda metade. Como visto, tais problemas também já foram discutidos e a literatura sobre eles é extensa. Uma discussão quanto a atualidade do *overtourism* também é colocada por Capocchi et al (2019):

Overtourism, como um novo termo, ainda está nos estágios iniciais, e não há uma definição reconhecida na literatura. As raízes do *overtourism* têm sido amplamente debatidas desde o início dos anos setenta (Boissevain, 1977; Cohen, 1978, 1987) e é razoável supor que este termo não representa um novo fenômeno (Perkumiene and Pranskuniené, 2019). Embora este termo específico tenha sido intensamente usado por ao menos três anos, as questões que ele representa foram discutidas na literatura nos últimos 40 anos, e muitos destinos turísticos globais lidam com esse fenômeno desafiador há muito tempo. (Capocchi et al., 2019, p. 1, tradução nossa)⁶⁶

Esses problemas acompanharam o desenvolvimento da atividade durante o século XX e é justamente nesse contexto que o turismo de massa passa a ser utilizado como um conceito que busca definir essa forma de turismo contemporâneo/moderno. Logo, especulamos que algumas das causas apontadas por autores que se desdobraram sobre o tema do *overtourism* possam ser relacionadas ao chamado turismo de massa, e não somente ao primeiro. E, talvez, esteja aí o questionamento de alguns autores quanto ao fenômeno do *overtourism* ser recente ou não.

Dessa forma, primeiramente iremos expor o que a presente pesquisa entende ao utilizar o termo/conceito “turismo de massa”. Isso se faz necessário pois, apesar da populariedade do conceito e de sua utilização ampla nos estudos turísticos, o mesmo é operacionalizado por autores sem que eles definam o que entendem do conceito ao utilizá-lo.

Em outras palavras, parece que o conceito de turismo de massa vem sendo utilizado como se estivesse claro e bem definido o que se entende ao empregá-lo. Uma vez esclarecido o entendimento que essa pesquisa possui com relação ao

⁶⁶ No original lê-se: Overtourism, as a new term, is still in the early stages, and there is no recognized definition in the literature. The roots of overtourism have been widely debated since the early seventies (Boissevain, 1977; Cohen, 1978, 1987) and it is reasonable to suppose that this term does not represent a new phenomenon (Perkumiene and Pranskuniené, 2019). Although this specific term has been intensively used for less than three years, the issues it represents have been discussed in the literature over the last 40 years, and many global tourist destinations have long been dealing with this challenging phenomenon. (Capocchi et al., 2019, p. 1)

emprego do conceito de turismo de massa, buscaremos a relação deste com o *overtourism*.

O turismo de massa faz parte das discussões acadêmicas há décadas. No entanto, conceitualmente parece permanecer um termo "ambíguo", sem uma definição claramente acordada (Torres, 2002: 89), talvez porque seu caráter multidimensional evoque significados diferentes para pessoas diferentes (Miller e Auyong, 1998: 11) e, no geral, a natureza do turismo é multifacetada (Pearce, 1992). (Vainikka, 2013, p. 268, tradução nossa)⁶⁷

Assim, após discutirmos e tomarmos uma posição quanto ao turismo de massa, iremos expor e discutir as causas apontadas pelos autores que se desdobraram sobre o tema do *overtourism*.

2.1 Turismo de massa: os discursos relacionados ao conceito, sua história, e sua relação com o *overtourism*

A história do desenvolvimento do turismo de massa é bem elaborada por Boyer (2003) e não é o objetivo desse subcapítulo discorrer os detalhes históricos (datas, por exemplo) sobre como o mesmo foi gestado. Porém, não podemos ignorar os fatores históricos mais relevantes para o seu desenvolvimento pois esses são constitutivos da posição que a presente pesquisa adotará para que possamos relacioná-lo com o *overtourism*.

As novas formas de se viajar, possibilitadas pelo barateamento de viagens aéreas e marítimas e o surgimento de plataformas digitais como Uber, Airbnb e Trip Advisor possibilitaram que turistas fossem mais ativos quanto ao planejamento de suas viagens. Ou seja, a utilização de guias e operadoras turísticas para viajar a lugares populares, que caracterizavam uma viagem programada e padronizada não é mais a única forma de viajar nos dias de hoje.

Se assumirmos o conceito de "massa" como algo homogêneo, a atual conjuntura turística poderia ser vista como possibilitadora do fim do chamado turismo de massa, pois além de uma possível despadronização das viagens, popularizam-se "alternativas" ao turismo de massa (em seu sentido determinístico) como o turismo rural, turismo de base comunitária, ecoturismo, entre outros.

⁶⁷ No original lê-se: Mass tourism has been part of academic discussions for decades. However, conceptually it seems to remain an 'ambiguous' term, lacking a clearly agreed definition (Torres, 2002: 89), perhaps because its multidimensional character evokes different meanings for different people (Miller and Auyong, 1998: 11), and overall, the nature of tourism is multifaceted (Pearce, 1992). (Vainikka, 2013, p. 268)

É amplamente reconhecido que a oferta e a procura turística estão a tornar-se mais independentes, ativas, individuais e flexíveis (por exemplo, Boissevain, 1996; Ioannides e Debbage, 1998; Kontogeorgopoulos, 2004; Poon, 1993; Swarbrooke e Horner, 2007; Torres, 2002), o que é interpretado como o fim do turismo de massa (por exemplo, Poon, 1993) ou sua mudança em formas mais múltiplas (por exemplo, Ioannides e Debbage, 1998; Torres, 2002). (Vainikka, 2013, p. 268, tradução nossa)⁶⁸

Por outro lado, a conjuntura mencionada acima permitiu que mais pessoas pudessem viajar e ainda que existam possibilidades de viagens não padronizadas, o papel dos guias turísticos e das operadoras de viagens ainda é de grande destaque. Nessa perspectiva, constata-se uma concentração das atividades turísticas em locais populares há décadas e as formas “alternativas” ao turismo de massa podem ser vistas como uma expansão do mesmo. Em outras palavras, as formas “alternativas” revelariam, na verdade, novas formas de manifestação do turismo de massa.

Essas diferentes interpretações sugerem que o termo turismo de massa deve ser criticamente examinado e atualizado. Turismo de massa é um termo usado em pesquisas, o que implica que ainda é importante no contexto acadêmico. A forma como os pesquisadores o definem é uma questão importante, e tem sérias implicações. Se termos como turismo de massa não forem explicados, as comparações entre as diferentes formas de turismo não têm relevância, pois não é óbvio para o leitor exatamente o que está sendo comparado ou discutido. Um bom exemplo dessa possível polêmica é o caso de massa, alternativa e ecoturismo. O ecoturismo tem sido considerado não apenas como oposto ao turismo de massa (Walpole e Goodwin, 2000), mas também como sua variante (Weaver, 2001), ou a separação entre eles é vista como turva (Collins-Kreiner e Israeli, 2010). Este tipo de situação afeta, ainda mais como o turismo de massa é percebido: homogêneo ou heterogêneo, estático ou dinâmico. (Vainikka, 2013, p. 268, tradução nossa)⁶⁹

A utilização do termo turismo de massa, como visto acima, tem sido realizada pela academia, o que revela sua importância nesse contexto. No entanto, ao

⁶⁸ No original lê-se: It has been widely acknowledged that the tourism demand and supply are becoming more independent, active, individual and flexible (e.g. Boissevain, 1996; Ioannides and Debbage, 1998; Kontogeorgopoulos, 2004; Poon, 1993; Swarbrooke and Horner, 2007; Torres, 2002), which is interpreted either as the end of mass tourism (e.g. Poon, 1993) or its change into more multiple forms (e.g. Ioannides and Debbage, 1998; Torres, 2002). (*Ibidem*, p. 269)

⁶⁹ No original lê-se: These different interpretations suggest that the term mass tourism should be critically scrutinized and updated. Mass tourism is a used term in research, which implies it is still important in academic context. The way the researchers define it is an important issue, and it has serious implications. If terms such as mass tourism are not explained, comparisons between different forms of tourism do not have relevance, as it is not obvious to the reader exactly what is being compared or discussed. A good example of this possible controversy is the case of mass, alternative and ecotourism. Ecotourism has been regarded not only as being opposite to mass tourism (Walpole and Goodwin, 2000) but also as its variant (Weaver, 2001), or the separation between them is seen as blurred (Collins-Kreiner and Israeli, 2010). This kind of situation further affects how mass tourism is perceived: homogeneous or heterogeneous, static or dynamic. (*Ibidem*)

pesquisar definições para o conceito de turismo de massa o resultado foi surpreendentemente escasso.

O levantamento bibliográfico dessa pesquisa utilizou, principalmente, o Google Acadêmico, e ao pesquisar sobre definições de turismo de massa o trabalho de Vainikka (2013) foi um dos poucos que se debruçaram sobre esse problema de conceitualização. Trabalhos que definem o *overtourism* por exemplo, foram mais fáceis de serem encontrados apesar do conceito se popularizar somente em 2017.

Os escritos sobre turismo de massa per se são surpreendentemente escassos, especialmente aqueles que estão interessados em sua conceituação. É comum que pesquisadores usem o termo sem defini-lo (Miller e Auyong, 1998: 13). Existem estudos sobre turismo de massa com um estrutura específica, mas os escritores geralmente preferem citar outras do que simplesmente definir turismo de massa em suas próprias palavras. O turismo de massa às vezes é "definido" por uma narrativa histórica de seu desenvolvimento ou por números que demonstram o papel do turismo (por exemplo, Bramwell, 2004; Seckelmann, 2002). (Vainikka, 2013, p. 268, tradução nossa)⁷⁰

Vainikka destaca duas práticas discursivas quanto ao turismo de massa, sendo uma determinística e outra flexível. O discurso determinístico aborda o turismo de massa como uma forma específica de turismo, uma força por si com suas regras sendo aplicadas a todas as pessoas envolvidas. Na verdade as regras aparecem, para a autora, aplicadas a todas as coisas envolvidas nessa forma de turismo o que caracterizaria esse discurso como determinístico.

É um discurso determinístico no sentido de que entende "massa" como algo homogêneo e estático, ou seja, o turismo de massa caracterizaria uma forma padronizada e passiva de se viajar e os turistas também são vistos com as mesmas características. Ao classificar o turismo de massa como uma forma distinta de turismo, fica implicado nesse discurso a existência de alternativas ao mesmo, como é o caso do ecoturismo por exemplo.

Isso decorre das noções históricas do turismo de massa como um fenômeno inherentemente homogêneo e renova seu sentido estático. Por exemplo, Auliana Poon (1993: 32, 2003) argumenta que o turismo de massa só existe se quatro condições forem mantidas: o feriado é 'padronizado' e 'rigidamente embalado', é produzido em massa, é comercializado em massa para uma "clientela indiferenciada" e é "consumido

⁷⁰ No original lê-se: Writings on mass tourism per se are surprisingly scarce, especially those that are interested in its conceptualization. It is common for researchers to use the term without defining it at all (Miller and Auyong, 1998: 13). There are studies on mass tourism with a specific framework, but writers often prefer to cite others than simply defining mass tourism in their own words. Mass tourism is sometimes 'defined' by a historical narrative of its development or by numbers demonstrating the role of tourism (e.g. Bramwell, 2004; Seckelmann, 2002). (*Ibidem*, 270)

em massa" por turistas sem consideração pelas normas ou cultura local. (Vainikka, 2013, p. 271, tradução nossa)⁷¹

Para a autora, massa não é vista de forma unicamente quantitativa nesse discurso, mas também "marca a qualidade de suas diferentes dimensões" (Vainikka, 2013, p. 271). Isso significaria que a maneira como os turistas praticam essa "modalidade" turística é percebida como homogênea por alguns autores.

De acordo com Poon (1993), se a direção da mudança é no sentido de formas mais flexíveis e individuais de viajar, isso é sempre uma mudança do turismo de massa, cuja substituição é chamada de "novo turismo" em vez de "novo turismo de massa". Aqui chegamos à própria ideia de turismo de massa como visto pelo discurso determinista: é estático e homogêneo por sua própria natureza. (Vainikka, 2013, p. 271, tradução nossa)⁷²

Essa forma de interpretar o turismo de massa possui uma carga pejorativa. O caráter alienante das viagens padronizadas é visto como inferior à viagens "genuínas" de outrora.

Os lugares onde ocorre o turismo de massa, como destinos turísticos de massa, têm sido abordados no discurso determinístico como inferiores a outros lugares ou ao que o lugar costumava ser. O papel do turismo de massa é visto como uma força destrutiva que transforma os terrenos valiosos em "periferias de prazer", construídas com propósito, resorts ou cidades de férias construídas artificialmente e às vezes às pressas, oferecendo o mesmo produto dos quatro S⁷³ (Butler, 1980; Krippendorf, 1987; Rivers, 1972; Shaw e Williams, 1994; Turner e Ash, 1975), novamente padronizando o local (Cohen, 1972). (Vainikka, 2013, p. 273, tradução nossa)⁷⁴

Ao discutir o significado que o turismo tem na sociedade contemporânea, Henriques (1996) afirma que a compreensão do fenômeno turístico defronta-se com

⁷¹ No original lê-se: This stems from the historical notions of mass tourism as an inherently homogeneous phenomenon and renews the static sense of it. For example, Auliana Poon (1993: 32, 2003) argues that mass tourism only exists if four conditions are upheld: the holiday is 'standardized' and 'rigidly packaged', it is mass produced, it is mass marketed to an 'undifferentiated clientele', and it is 'consumed en masse' by tourists without consideration of local norms or culture. (Ibidem, p. 271)

⁷² No original lê-se: According to Poon (1993), if the direction of change is towards more flexible and individual ways of travelling, this is always a change away from mass tourism, the replacement of which is named 'new tourism' rather than 'new mass tourism'. Here we come to the very idea of mass tourism as seen by deterministic discourse: it is static and homogeneous by its very nature. (Ibidem)

⁷³ "The four S's", ou os quatro S, no contexto dos estudos turísticos se referem aos elementos mais buscados pelos turistas ao viajarem: Sol, Mar, Areia, e Sexo (*Sun, Sea, Sand, Sex*).

⁷⁴ No original lê-se: The places where mass tourism occurs, such as mass tourist destinations, have been approached in deterministic discourse as inferior to other places or to what the place used to be like. Mass tourism's role is seen as a destructive force that turns the previously valuable land into 'pleasure peripheries', purpose-built, artificially and sometimes hastily erected resorts or holiday towns offering the same product of the four S (Butler, 1980; Krippendorf, 1987; Rivers, 1972; Shaw and Williams, 1994; Turner and Ash, 1975), again standardizing the local (Cohen, 1972). (Vainikka, 2013, p. 273)

a problemática do “entendimento da própria natureza do fenômeno turístico, das forças que o originaram e o têm modelado” (Henriques, 1996, p. 25).

Segundo o autor, as opiniões quanto ao entendimento dessa natureza têm se dividido entre aquelas que vêm um caráter trans-histórico das motivações turísticas e os que defendem que o turismo é um artefato social produzido por contextos históricos precisos.

No caso das opiniões que percebem uma persistência histórica das características do turismo, argumenta-se, segundo o autor, que essa persistência ou o caráter trans-histórico das motivações turísticas releva aspectos estruturais da própria natureza humana enquanto outros enfatizam o contexto histórico e material como fundamentais para explicar o desenvolvimento das viagens ao longo da história.

As evidências parecem ser, na verdade, contraditórias: se por um lado a maior parte das características actuais do turismo são factos da história recente (designadamente, a participação social alargada, as infra-estruturas materiais que o suportam, certas modalidades como o turismo balnear ou de neve...), por outro lado há traços que revelam uma surpreendente persistência histórica. (Henriques, 1996, p. 25)

Essa perspectiva de que as viagens possuem um caráter trans-histórico ligado a estruturas da própria natureza humana podem estar por trás das qualificações negativas quanto ao turismo de massa pois segundo essa visão as viagens seriam resultantes, principalmente, de uma busca por uma identidade própria da natureza humana ou de uma necessidade fisiológica, como é o caso da busca por ambientes favoráveis ao repouso e/ou esportes.

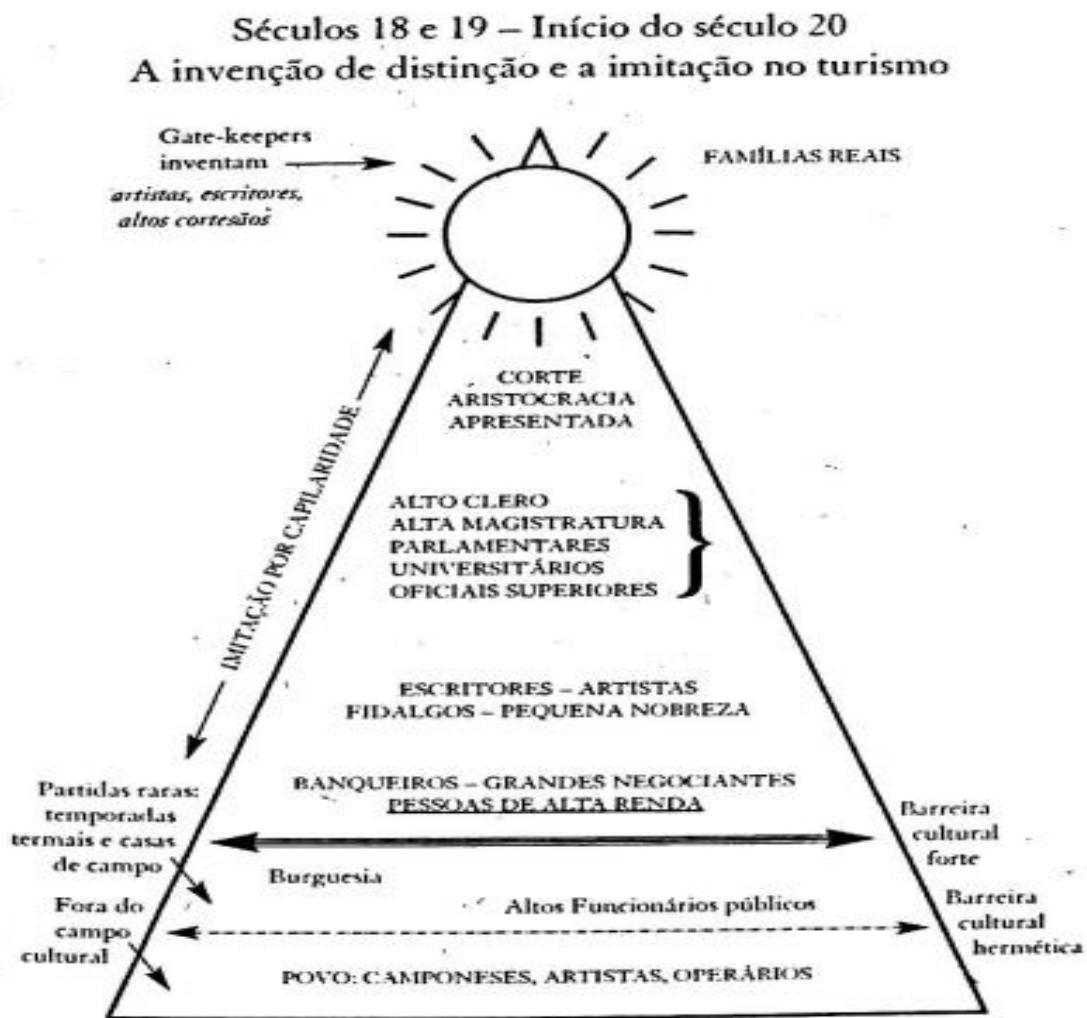
Tanto o termalismo como o interesse pela talassoterapia nos finais do século passado, o gosto recente pelo turismo desportivo ou a procura de ambientes favoráveis ao repouso e à recuperação das energias podem ser associados a esta ordem de motivações fundamentais. (Henriques, 1996, p. 26)

Nesse sentido, parece que as motivações das viagens é definidor, ou pelo menos um fator de destaque, da massificação ou não do turismo. Utilizando um exemplo do autor, “o Grand Tour estava longe de constituir um facto turístico tal como hoje entendemos” pois o mesmo era “fundamentalmente um exercício intelectual e cumpria um objetivo didático e utilitário” (Henriques, 1996, p. 26).

As citações ao trabalho de Henriques nessa pesquisa são um esforço para entender o surgimento, dentro dos discursos determinísticos sobre o turismo de massa, de uma qualificação pejorativa quanto a essa “forma” de turismo. Nesse ponto, também podemos nos remeter ao trabalho de Boyer que no livro “História do Turismo

de Massa" esclarece como a atividade turística passou das elites e dos artistas para as outras classes por capilariedade/imitação (ver figura 2 e 3).

Figura 6 - Séculos 18 e 19 – Início do século 20. A invenção de distinção e a imitação no turismo.



Fonte: Boyer (2003)

Na origem de tudo está a invenção do inútil: uma nova prática, um lugar desconhecido são identificados por alguém original, marginal, na alta sociedade, um marginal secente, como dizem certos sociólogos; ele não está no centro das atenções, mas suas inovações são imediatamente conhecidas pois ele é um *gate-keeper*: ele tem as chaves da Cultura. Os grupos de famosos ou *stars* da sociedade hierarquizada garantem a manutenção das práticas: eles as adotam, consagram as atrações. A durável reputação, por sua vez, nos séculos 18 e 19 e até mesmo no início do século 20, provém da vinda dos membros das famílias reais. A guerra de 1914 e em seguida a crise de 1929 modificam a Sociedade que continua a ser uma pirâmide, mas cujos princípios são substituídos por novas estrelas, as do cinema (Hollywood), do teatro, da arte e da grande literatura, e até mesmo do *show-biz*. O processo da invenção de distinção atravessa os séculos.' (Boyer, 2003, p.31)

Figura 7 - Século 20: entre 1920 e 2000. A invenção de distinção e a imitação no turismo.

Século 20: entre 1920 e 2000
A invenção de distinção e a imitação no turismo



Fonte: Boyer (2003)

Ao citar Boyer e Henriques não estamos afirmando que os autores possuem um discurso determinístico com relação ao conceito de turismo de massa. O que estamos destacando é como a gênese das viagens turísticas diferem do turismo contemporâneo, ou do chamado turismo de massa na medida em que as viagens eram motivadas por algum objetivo específico e eram praticadas por poucos.

A mudança se situa na difusão. Por muito tempo ela se fez somente pela imitação através das altas camadas da Sociedade, os que eram chamados de "o mundo". Imitação capilar, pois cada estrato copiava os comportamentos e as escolhas da categoria imediatamente superior. Durante os dois séculos de turismo elitista, o fato de ser turista, de passar uma temporada em certa estação da moda, conferia um status. (Boyer, 2003, p. 32)

Talvez essas duas características históricas das viagens, a necessidade de uma finalidade para a viagem e o elitismo, estejam por trás da qualificação negativa do turismo de massa em discursos determinísticos que veem nessa massa, padronizada e homogênea, um sentido pejorativo. A propagação das viagens a outras classes e o “viajar pelo viajar” seriam características de um turismo que se opõe a “turismos alternativos” que buscam algo mais “genuíno” ou mais “sustentável”.

Vainikka (2003) ainda ressalva que as práticas discursivas determinísticas quanto ao turismo de massa possuem uma versão mais “leve” no qual o mesmo é visto como sinônimo para pacotes turísticos em massa, sendo a forma como a atividade é organizada: em massa, padronizada, com baixos custos e controlada por operadoras.

O discurso determinístico aborda a relação entre o turismo de massa e a produção, o consumo e a espacialidade como generalizantes. A produção do turismo de massa está ligada ao fordismo, que é grande em escala e controlada por operadoras turísticas. É responsável pela padronização do produto - o pacote turístico - em algo inflexível e barato com um itinerário pré-determinado (Boorstin, 1964; Cohen, 1972; Enoch, 1996; Poon, 1993; Rivers, 1972; Shaw e Williams, 2004; Torneiro e Ash, 1975). (Vainikka, 2013, p. 272, tradução nossa)⁷⁵

Essa posição mais “leve” que caracteriza o turismo de massa pela forma como a atividade é realizada se aproxima um pouco da visão que a presente pesquisa entende por turismo de massa mas ainda não define precisamente nossa posição. Um dos questionamentos que dificultam a adoção desse discurso determinístico é como são vistas as formas “alternativas” ao turismo de massa nesse discurso.

O discurso determinista sobre o turismo de massa alcançou novo poder e direção a partir das questões de turismo alternativo e sustentabilidade desde a década de 1980 (ver também Butler, 1990; Clarke, 1997; Sharpley, 2000), abordando alternativas ou novas formas de turismo, como *backpacking* e ecoturismo (por exemplo, Desforges, 1998; Shepherd, 2002; Welk, 2004). Turismo de massa serve aqui como um oposto ou uma comparação ao turismo que se considera ser atencioso com o local, economicamente amigável e não comercial e que tenha uma ideologia significativa. As listas de diferenças ou continuums em que o turismo de massa é colocado a fim de representar o extremo negativo ou mais suave da característica em questão destacam o posicionamento hierárquico dualístico entre o turismo ruim e o outro, bom (Kontogeorgopoulos, 2003; Poon, 1993; Shaw e Williams, 1994, 2004; Weaver e Lawton, 2002; ver também Butler, 1990), ou pelo menos eles levam à impressão de que algo está faltando na massa. O turismo de massa representa empreendimentos

⁷⁵ No original lê-se: Deterministic discourse addresses the relationship between mass tourism and production, consumption and spatiality as being pervasive. The production of mass tourism is linked to Fordism, which is large in scale and controlled by tour operators. It is blamed for standardizing the product – the package tour – into something inflexible and cheap with a predetermined itinerary (Boorstin, 1964; Cohen, 1972; Enoch, 1996; Poon, 1993; Rivers, 1972; Shaw and Williams, 2004; Turner and Ash, 1975).

em grande escala em comparação com o desenvolvimento alternativo em pequena escala (Bramwell, 2004; Gursoy et al., 2010), mas às vezes, qualquer atividade além do sol e da areia é categorizada como alternativa, como *hiking* e golfe (Baysan, 2001). (Vainikka, 2013, p. 272, tradução nossa)⁷⁶

Usamos aspas ao citar as formas “alternativas” ao turismo de massa justamente por não entendermos essas práticas como alternativas. Em outras palavras, consideramos o ecoturismo, o turismo educacional, sustentável ou de base comunitária como formas alternativas do próprio turismo de massa e não da atividade turística como um todo. Ou seja, há algo no turismo contemporâneo, chamado turismo de massa, que o diferencia das viagens do passado pois além do contexto histórico, espacial e material serem possibilidades da forma como o turismo se estabeleceu na contemporaneidade, também diferencia-se pelo fato da viagem ser, por si só, uma mercadoria a ser consumida.

Esse último fator, a transformação das viagens na forma de mercadoria, caracteriza o que entendemos por turismo de massa e é por isso que o mesmo é comumente relacionado às operadoras e guias turísticos pois esses possibilitaram que o turismo fosse, ao longo das últimas décadas, se transformando em um produto que se realiza em espaços e tempos singulares. Portanto, as formas “alternativas” de turismo também podem ser classificadas como turismo de massa pois a viagem igualmente remete a forma da mercadoria, o turismo transformado em negócio.

Logo, adotaremos um discurso flexível quanto a definição de turismo de massa pois entendemos que esse conceito representa a forma como o turismo se manifesta nos dias de hoje e que as formas “alternativas” são, na verdade, variantes turísticas que também se apresentam sob a forma de mercadorias.

O turismo de massa é cada vez mais abordado com um tom de possibilidade, reconhecendo seu caráter dinâmico. Essa abordagem é denominada discurso flexível e difere do determinístico de várias maneiras. No discurso flexível, o turismo de massa é visto como um termo genérico ou uma combinação multidimensional de muitas

⁷⁶ No original lê-se: The deterministic discourse on mass tourism has achieved new power and direction from the issues of alternative tourism and sustainability since the 1980s (see also Butler, 1990; Clarke, 1997; Sharpley, 2000) by addressing alternative or new forms of tourism such as backpacking and ecotourism (e.g. Desforges, 1998; Shepherd, 2002; Welk, 2004). Mass tourism serves here as an opposite or a comparison to the tourism which is considered to be considerate to the local, economically friendly and non-commercial and which has a meaningful ideology. The lists of differences or continuums in which mass tourism is placed in order to represent the negative or milder extreme of the characteristic at hand highlight the hierarchical dualistic positioning between the bad and the other, good tourism (Kontogeorgopoulos, 2003; Poon, 1993; Shaw and Williams, 1994, 2004; Weaver and Lawton, 2002; see also Butler, 1990), or at least they lead to the impression that something is missing from the mass. Mass tourism represents large-scale developments compared to small-scale alternative development (Bramwell, 2004; Gursoy et al., 2010), but sometimes, any activity beyond sun and sand is categorized as alternative, such as *hiking* and golfing (Baysan, 2001). (Vainikka, 2013, p. 272)

formas populares e de grande escala de turismo com características diversas. É referido como um fenômeno mundial moderno e duradouro (Aramberri, 2010; Wheeler, 2003), que possui uma dimensão doméstica ainda maior (Aramberri, 2010; Ghimire, 2001). Na verdade, todos os turistas podem ser considerados turistas de massa, uma vez que fazem parte desse fenômeno de lazer de massa (Sharpley, 2000). (Vainikka, 2013, p. 275, tradução nossa)⁷⁷

Porém, apesar de adotarmos esse discurso flexível quanto ao turismo de massa, isso não significa que devemos simplesmente anunciar que essa é a forma de turismo contemporânea sem a necessidade de discutir os fatores históricos e espaciais que permitiram a transformação das viagens em mercadorias, ou seja, precisamos discutir o porquê de esse tipo de turismo ter se desenvolvido na segunda metade do século XX pois essa discussão nos possibilitará relacionar o turismo de massa com o *overtourism*.

Como visto anteriormente, em Henriques (1996), o entendimento da natureza do fenômeno turístico divergiu as opiniões. De um lado, sublinharam-se argumentos quanto a persistência histórica de algumas características associadas a estruturas da própria natureza humana. Contudo o autor afirma que tais argumentos são frágeis uma vez que descolam a atividade de seu “pano de fundo”, ou seja de seu contexto.

Muito embora a existência de manifestações turísticas ao longo da história nos remeta para este domínio profundo e intemporal, as explicações baseadas nos aspectos estruturais da motivação não chegam para caracterizar a natureza do fenômeno turístico. Os argumentos que oferecem acabam por se revelar frágeis, já que separam e retiram as manifestações turísticas do pano-de-fundo da cultura de que participam, (Henriques, 1996, p. 27)

Dessa forma o autor enfatiza a importância do contexto histórico em que se desenvolvem as atividades turísticas apesar de assumir que alguns aspectos têm uma certa intemporalidade. Utilizando novamente um exemplo do autor, pode-se pensar no uso turístico da montanha. Para Henriques, não podemos apenas considerar a “necessidade fundamental de repouso e recuperação de energias”. Devemos nos atentar para o fato de o uso turístico das montanhas ter se desenvolvido somente no final do século XVIII e início do XIX na Europa. Ao contextualizar esse uso turístico,

⁷⁷ No original lê-se: Mass tourism is increasingly being addressed with a tone of possibility, acknowledging its dynamic character. This approach is termed flexible discourse, and it differs from the deterministic in many ways. In flexible discourse, mass tourism is seen as a loose umbrella term for a multidimensional combination of many different popular and large-scale forms of tourism with diverse characteristics. It is referred to as an enduring modern worldwide phenomenon (Aramberri, 2010; Wheeler, 2003), which has an even larger domestic dimension (Aramberri, 2010; Ghimire, 2001). In fact, all tourists can be considered mass tourists since they are part of this mass leisure phenomenon (Sharpley, 2000). (Vainikka, 2013, p. 275)

Henriques (1996, p. 27) destaca as possibilidades que a revolução dos transportes permitiu. Ou seja, como seria possível uma apreciação estética da montanha ou “valorizar o que esta tem de sublime e majestoso, de arrebatador e virginal” sem contextualizar as infraestruturas e novos aspectos culturais que fizeram tal apreciação possível?

Como este, muitos outros exemplos denunciam a dimensão histórica do turismo. Se, por um lado, há aspectos que sugerem uma certa intemporalidade da motivação turística, por outro, enquanto facto de cultura e sociedade, o turismo não pode ser dissociado do contexto histórico que o configura. [...] O significado que o turismo em geral assume na sociedade e economia contemporânea só pode ser entendido, deste modo, no espírito do tempo e dos lugares que o produziram. (Henriques, 1996, p. 28)

Portanto, os fatores históricos, espaciais, culturais e materiais são indissociáveis da forma como o turismo se manifesta na contemporaneidade. Ainda segundo Henriques, os dois últimos séculos acumularam as condições necessárias para tal manifestação o que também associa o desenvolvimento do turismo ao desenvolvimento do capitalismo. Segundo o autor: “Foi a nova ordem social, econômica e cultural instaurada pela Revolução Industrial que possibilitou em última análise, o desenvolvimento do turismo moderno.” (Henriques, 1996, p. 28).

Destaca-se para o turismo, na visão do mesmo autor, as mudanças que causaram “uma nova experiência do tempo e na redefinição da geografia do quotidiano”. Evidencia-se nesse período uma separação dos tempos e espaços de produção e reprodução social, ou seja, uma separação mais clara do tempo do trabalho e do tempo do não trabalho.

Ao impor o tempo da produção no lugar dos ciclos naturais (dia e noite, estações do ano), elabora-se um controle sobre o tempo produtivo e consequentemente sobre o tempo não produtivo. Ao “dessacralizar o tempo” pela imposição do tempo produtivo, há uma definição do tempo próprio para a recuperação das energias e para o lazer.

Devemos ter cuidado ao colocar a industrialização como única causa das definições dos tempos de trabalho e não trabalho pois a luta ideológica pelo direito a folgas e férias remuneradas também desempenhou papel fundamental na legitimação do tempo do não-trabalho. As mudanças morais e éticas que ocorreram para que o tempo livre fosse associado a produtividade são devidamente destacadas por Henriques que associa novos modos de produção a reajustes da ética dominante.

Ao tempo extra-laboral associava-se agora a reprodução da força de trabalho e, por extensão, a própria subsistência do capitalismo. O tempo livre deixava assim de ser visto como período de vícios e improdutividade para passar a ser entendido, progressivamente, como necessidade (recuperação das forças), recompensa pelo esforço laboral ou estímulo à produção. (Henriques, 1996, p. 29)

Ao associar o turismo com o contexto histórico e cultural, também devemos destacar o progresso material, mais especificamente o desenvolvimento dos transportes que já se destacavam no período das Revoluções Industriais mas ganharam mais impulso com o processo de globalização que se desdobrou na segunda metade do século XX.

Ao mesmo tempo que se assistia à progressiva legitimação dos lazeres, o progresso no domínio dos transportes permitia o aumento da mobilidade, alterando a experiência das distâncias e do espaço; Sobretudo o caminho-de-ferro, mas também as formas motorizadas de navegação, tornaram as viagens mais rápidas, fáceis e cómodas. Estavam assim criadas as bases do desenvolvimento das viagens de fruição. (Henriques, 1996, p. 29)

A redução do tempo de trabalho semanal e o direito à folgas e férias remuneradas foi se estabelecendo ao longo da primeira metade do século XX, apesar dos ritmos distintos devido as especificidades dos locais. Há uma generalização, segundo o mesmo autor, da tentência estadunidense de redução da jornada de trabalho e a consequente expansão do tempo livre. Boyer (2003) também se debruça sobre a discussão do estabelecimento do turismo de massa e destaca:

Dois fenômenos reuniram-se para fazer o turismo de massa contemporâneo: o fenômeno da prática e da invenção elitistas e o fenômeno que produziu o tempo livre, a partir do tempo social. A sua junção exigiu a indignação da população diante da monopolização pelos ricos geralmente ociosos, dos valores da Cultura e da Arte, dos locais de turismo e das práticas de distração e de desenvolvimento como o Esporte. Isto aconteceu principalmente entre 1919 e 1939. (Boyer, 2003, p.99)

Até aqui, ao destacar as bases materiais, enfatizamos o desenvolvimento dos transportes. Contudo devemos destacar também os meios de comunicação e informação (expoentes do processo de globalização) que tiveram papel fundamental na gestão do tempo livre dos trabalhadores. “A publicidade, o rádio e a televisão, agindo sobre o tempo livre, condicionam as massas e suscitam vontades que logo são percebidas como necessidades” (Boyer, 2003, p. 149).

Com a legitimação do tempo livre (processo que se desenvolveu com temporalidades singulares nos espaços) e das possibilidades abertas pelo desenvolvimento dos transportes e dos meios de comunicação e informação estabelecia-se a base para o desenvolvimento de um turismo para além das estrelas

de Hollywood e das elites. Porém, o turismo do início do século XX ainda não atingia grande parte das camadas populares e foi somente após a Segunda Guerra Mundial que a atividade começa a tornar uma proporção maior, fazendo do tempo-livre um tempo produtivo por meio do lazer.

Com a Primeira Guerra Mundial (1914 a 1919), houve uma interrupção nas viagens. Logo após a guerra, os aviões militares foram modificados para o uso comercial (1919- primeiro vôo comercial de Paris a Londres), encurtando as distâncias e acelerando o desenvolvimento aéreo. [...] No período Entre Guerras (1919 a 1939) o turismo voltou a crescer, mas foi interrompido pela depressão econômica de 1929 (data da abertura do primeiro albergue da juventude em Bierville - França, por Marc Sangnier). A Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945) teve conflitos maiores, gerando um pós-guerra de quatro anos com dificuldades na retomada do turismo. A partir de 1949 o turismo renasce, então com características crescentes do "turismo de massa" (Montejano,2001). (Panazzolo, 2005, p. 5)

Não entraremos no debate da importância do ano de 1936⁷⁸ pois esse debate já é elaborado por Boyer (2003). Para a presente pesquisa interessa, principalmente, as características associadas ao turismo de massa e como esse se manifesta nos dias de hoje.

Dessa forma, durante os "30 anos gloriosos" no pós Segunda Guerra Mundial, consolida-se o turismo de massa, apesar das bases para seu estabelecimento terem sido desenvolvidas ao longo dos últimos dois séculos. Sendo assim, o turismo de massa se refere a um arranjo de características, uma forma que se desenvolveu ao longo do século XX que consolidaram a viagem como um negócio, uma mercadoria a ser consumida por um número cada vez maior de pessoas.

Os discursos deterministas e flexíveis não são excludentes entre si e autores que adotaram diferentes discursos podem concordar com relação a fatores históricos que possibilitaram o turismo de massa. A diferença entre os dois discursos parece ser mais com relação a questões quantitativas e qualitativas que caracterizam o turismo de massa. Por exemplo, o trabalho de Panazzolo, citado acima, faz a seguinte afirmação quanto a diferenciação entre turismo e turismo de massa:

O conceito de turismo, num sentido amplo muitas vezes, se confunde com o de turismo de massa, uma vez que ambas as definições sugerem o deslocamento de pessoas para um determinado destino. No entanto, existe uma sutil diferença entre tais conceitos e essa se deve ao fato de o primeiro não estabelecer a quantidade de pessoas que se dirigem ao local escolhido. Já o segundo trata, especificamente, do deslocamento em massa, ou seja, de um grande número de pessoas. Para Barreto (1995,p.48), esse mesmo tipo de turismo se dá conforme o tamanho da demanda, ou

⁷⁸ Ano da criação das férias remuneradas na França que para alguns autores é um marco para o turismo de massa.

seja, em locais onde a procura para a visitação é alta, se tem um turismo de massa. Desse modo, o turismo de massa vem crescendo com o passar dos anos desde as épocas mais remotas até os dias atuais. Há evidências históricas que comprovam a existência de deslocamentos em massa para os mais diversos locais e com inúmeros fins. (Panazzolo, 2005, p. 1)

Ao condicionar o turismo de massa a quantidade de pessoas que se deslocam podemos captar que o discurso adotado pela autora se enquadra nos discursos determinísticos uma vez que, para discursos mais flexíveis, o turismo de massa não está necessariamente relacionado a um número massivo de pessoas a locais de visitação alta. Caso assumíssemos que para ocorrer o turismo de massa seria preciso um deslocamento massivo de pessoas para um local popular, não poderíamos classificar formas alternativas de viagem (a exemplo do ecoturismo) como formas de turismo de massa.

No entanto, apesar de adotarmos um discurso mais flexível quanto ao turismo de massa daquele tomado pela autora, concordamos com os fatores que contribuíram para o crescimento do turismo de massa citados pela mesma. Segundo Rejowski (2002, p. 85 apud Panazzolo, 2005, p. 7) esses fatores são:

- Paz prolongada em zonas de estabilidade política – Mediterrâneo, centro da Europa, Estados Unidos, etc...;
- Consolidação do poder aquisitivo de amplas camadas da população em países ocidentais, e aumento do tempo livre com mais dias de férias;
- Maior interesse em conhecer outros povos e civilizações pela expansão da educação e da cultura;
- Desejo de evasão, descanso e recreação para ambientes próximos à natureza, em face de problemas decorrentes da industrialização e do crescimento populacional inseridos no processo de urbanização;
- Redução das jornadas de trabalho e criação de férias anuais remuneradas;
- Desenvolvimento da tecnologia principalmente dos transportes(trens, aviões, navios, carros)
- Incremento da publicidade e aplicação de técnicas de marketing, aumentando a motivação para as atividades de lazer, e dentre estas, o turismo.

O fato de os discursos, em alguns casos, concordarem com os fatores que possibilitaram o turismo de massa pode deixar confusa a distinção entre eles. Para que fique claro, para essa pesquisa, o turismo de massa se manifesta, majoritariamente, da forma como é caracterizado pelos discursos determinísticos na sua versão mais “leve”. Ou seja, a viagem padronizada, o controle das operadoras e dos guias turísticos, o número massante de turistas, e a populariedade do local são características da forma como o turismo de massa se manifesta mais claramente.

Porém, tais características não são determinantes para conceitualizar o turismo de massa pois esse tipo de turismo se manifesta de outras formas. Ou seja, uma

viagem de um grupo pequeno a um local mais reservado pode ser colocado dentro do conceito “guarda-chuva” de turismo de massa nos discursos flexíveis. A confusão quanto a conceitualização aparece também quando o turismo de massa é apontado como oposto de práticas sustentáveis ou dos chamados “turismo sustentável” e “turismo responsável”.

Para esclarecer ainda mais nosso posicionamento e classificar as formas “alternativas” ao turismo de massa como manifestações do próprio turismo de massa devemos nos remeter a pressupostos lógicos e históricos do turismo como atividade econômica dentro do capitalismo. Isso se deve ao fato de que ao olhar para essas formas “alternativas” sem contextualizá-las dentro do processo de (re)produção do capital, podemos ter uma perspectiva equivocada quanto a essas alternativas.

A noção de turismo de massa aqui não relaciona-se apenas àquelas atividades que são feitas por grandes quantidades de turistas, tais como o de mar, sol e praia. Pelo contrário, refere-se a toda e qualquer atividade turística que permite uma ilusão sobre os processos sociais pressupostos da separação entre o natural e não natural que resultam numa apropriação privada da natureza e do natural. Assim, o turismo ecológico, de trilha, o calculado pela capacidade de carga, etc. constituem de massa porque massificam os indivíduos por uma falsa consciência. (Alfredo, 2001, p. 56)

Essa discussão parece disfocar o tema da presente pesquisa, o *overtourism*. No entanto, é justamente por conta do “pensamento promotor” (Alfredo, 2001) presente nos trabalhos sobre o *overtourism* que essa discussão ganha tanta importância. Já discutimos como o *overtourism* e seus pressupostos teóricos se constituíram sob o paradigma do desenvolvimento sustentável que aparece para o turismo na forma de “turismo sustentável” sendo esse último um dos objetivos destacados pela Organização Mundial do Turismo.

Ao se debruçar sobre a temática do *overtourism*, muitos autores fornecem uma receita para “curar” o problema. É comum, nesses trabalhos, ter uma seção dedicada a recomendações para “gerenciar” o *overtourism* e muitas dessas soluções estão sob influência da ideologia do desenvolvimento sustentável onde é evidente o “método promotor”.

A perspectiva, portanto, de um método “promotor” ou seja, aquele que promove e propõe ações sobre o real, além de repor os pressupostos do presente - [...] – incorre no caminho de discutir o como deveria ser ao invés de colocar o assento no real e nas suas determinações do devir. Portanto, o método “promotor” é mais realista do que pretende ser, no sentido de que o real é tão real que nada há além do presente, por isso tal método permanece sempre nos níveis reformadores, pois do seu ponto de vista

só há mudança na medida em que se repõem as categorias críticas do presente, dentre elas a do trabalho e a do valor. (Alfredo, 2001, p. 38)

Alfredo (2001) enfatiza a importância dos pressupostos lógicos e históricos para se analizar o presente, evitando assim, o “pensamento promotor” que não leva em consideração a formação estrutural dos fenômenos e apesar de não fazê-lo, propõe soluções no âmbito da gestão e do planejamento. Então, se recuperarmos o sentido histórico do turismo na sociedade contemporânea a partir desses pressupostos, nos aproximaremos da compreensão do turismo de massa e consequentemente do *overtourism*.

Por ora, devemos dar sentido a posição discursiva que adotamos, temos que, por exemplo, justificar o porquê de classificarmos o turismo rural, ecoturismo e outras alternativas como turismo de massa. Nessas modalidades turísticas, muitas vezes, está embutida uma perspectiva de retorno a um mundo equilibrado e natural e quando pensamos o turismo de massa como um turismo destrutivo, elucida-se os discursos determinísticos que opõem o turismo de massa, ou o *overtourism*, a formas mais “sustentáveis” de turismo

É notório que em diversas modalidades de turismo está embutida uma perspectiva de retorno a um mundo equilibrado e natural. São esses os sentidos que carregam as expressões como turismo rural, ecológico ou mesmo turismo local. (Alfredo, 2001, p. 38)

Para nos distanciarmos desse discurso determinístico, que ao nosso ver, também carrega características do paradigma do desenvolvimento sustentável, devemos “compreender que a produção sob o capitalismo não visa, de forma alguma, a satisfazer necessidades sociais, mas está sob a racionalidade do valor [...]” (Alfredo, 2001, p. 39). Logo, aquele discurso sobre a natureza do fenômeno turístico, exposto por Henriques, que dava ênfase a características trans-históricas ligadas a natureza humana é submetida a racionalidade do valor. Ou seja, o turismo na contemporaneidade, sob a forma de turismo de massa que também inclui as diversas modalidades citadas acima, se realiza em função da reprodução do capital.

Alfredo enfatiza que o chamado turismo rural, na verdade, revela uma adequação do meio rural a formas urbanas, ou seja, no lugar de pensar a atividade turística em ambientes naturais como uma busca pelo natural, enfatiza-se a transformação da natureza, ou do rural, em mercadoria por meio da imposição de sociabilidades capitalistas e de formas urbanas (hoteis, estradas, iluminação noturna).

Torna-se claro, portanto, que a adequação confessadamente urbana ao rural reinstitui sob uma nova forma uma subordinação do rural, além disso, vale dizer que, ao produzir um espaço urbano nisto que tem-se chamado de rural, transforma o próprio rural, com as suas características naturais, em representação de si mesmo. O retorno passadista, portanto, restaura o rural numa imagem idílica, sobre um espaço urbano que realiza a "escassez" do natural como uma nova mercadoria. Se existe uma utopia urbana até nossos dias, de uma sociabilidade não rompida com os ciclos naturais, a perspectiva turística põe a mesma nos padrões de uma indústria lucrativa, o que, por si só, reproduz uma hierarquia social própria do mundo da mercadoria. (Alfredo, 2001, p. 38)

O artigo de Alfredo argumenta que o turismo na contemporaneidade revela uma nova relação sociedade x natureza onde essa última em vez de ser apenas um pressuposto do processo social passa à condição de produto, realizando-se como fetiche. "A expansão do moderno, portanto, visa muito mais a solucionar a crise do valor referente ao mundo urbano industrial do que permitir uma integração entre o rural e o urbano" (Alfredo, 2001, p. 38). Nesse sentido, argumenta, ainda, o autor:

Defendemos aqui que o turismo, na sua expressão moderna e contemporânea, ou seja, de massa, revela uma nova relação sociedade x natureza a qual não pode mais ser compreendida apenas nos termos em que esta última realiza-se como recurso natural. (Alfredo, 2001, p. 41)

Nessa perspectiva, o impulso à novas modalidades turísticas ligadas ao aproveitamento do meio natural não divergem de outras tentativas de subjugar a natureza à lógica da produção e do consumo. Diante do contexto de crise de reprodução do capital pela indústria, podemos entender a necessidade de utilizar os espaços, sejam naturais ou urbanos, como formas de repor o capital que deixa de ser gerado pela indústria mas passa a ser movimentado e reproduzido por outras atividades econômicas, como o turismo.

O turismo de massa é entendido de forma mais flexível como motivos e características organizacionais diversas, cuja composição muda de acordo com a viagem avaliada. Por exemplo, o turismo ecológico pode ser uma variante do turismo de massa e não o seu oposto, porque os turistas usam os mesmos serviços básicos durante a viagem, como grandes companhias aéreas, veículos produzidos em massa e grandes hotéis urbanos (Weaver, 2001: 109). Por razões semelhantes, outras formas de viagem, como negócios, visitas a amigos e parentes e turismo religioso, compartilham um grande número de funcionalidades com turismo de massa orientado para o lazer e as férias, permitindo ligá-las ao turismo de massa, "embora não sejam completamente idênticas" (Aramberri, 2010: 9). (Vainikka, 2013, p. 275, tradução nossa)⁷⁹

⁷⁹ No original lê-se: Mass tourism is understood more flexibly as diverse motives and organizational features, the composition of which changes according to trip evaluated. For example, ecotourism could be a variant of mass tourism and not its opposite, because the tourists use the same core services during their trip, such as major airlines, mass-produced vehicles and large urban hotels (Weaver, 2001: 109). For similar reasons, other forms of travel, such as business, visiting friends and relatives and religious tourism, share a large number of

Segundo Alfredo (2001, p. 40) a perspectiva do método promotor, do ponto de vista da análise turística, “é aquela que busca detectar se o turismo destrói ou não o meio ambiente”, por conta disso, segundo o autor, há uma relevância do conceito de capacidade de carga para “avaliar qual a capacidade que um determinado meio tem de receber a atividade turística de modo a não causar danos ao meio visitado”.

Contudo, do nosso ponto de vista, esta perspectiva contorna um problema histórico e categorial, de modo a não refletir processos anteriores que são pressupostos do próprio turismo, o que permitiria de um modo mais conceptual, portanto, compreender qual é o papel do turismo como condição de algo. O que ocorre de fato, é que o turismo passa a ser encarado como objeto de análise e aí o pensar sobre o mesmo recai numa busca descritiva. Em outras palavras, o fato de ele não ser admitido como fenômeno impede que o conhecimento faça o seu profundo e necessário caminho para encontrar a essência, ou seja, o movimento do vir-a-ser existente no próprio presente. Somente uma perspectiva processual permite compreender o atual como momento de um percurso maior. Não se pode, do ponto de vista aqui expresso, portanto, eleger o turismo como objeto de estudo, mas sim como fenômeno através do qual caminha-se para um percurso de maior profundidade. O fenômeno turismo, portanto, carrega com ele, talvez, a história do processo de modernização ocidental e propõe a sua reprodução sobre novos termos. Daí um a postura metodológica teórica que vá de encontro a outra pragmática e a-conceptual. (Alfredo, 2001, p. 40)

Ao encarar o turismo como fenômeno podemos captar o momento atual do turismo de massa como parte de um processo maior que diz respeito ao desenvolvimento das forças capitalistas sobre o espaço. Sobre essa perspectiva podemos relacionar o *overtourism* como um resultado bem sucedido das forças produtivas do capital que busca, na reprodução do espaço urbano, compensar suas contradições.

Em outras palavras, se pensarmos o turismo de massa como a forma que o turismo se expressa na modernidade, a viagem como mercadoria, podemos associar esse turismo, visto agora como fenômeno, ao *overtourism*. O *overtourism*, portanto, pode passar a ser visto como um desdobramento do turismo de massa pois esses conceitos buscam dar conta de uma realidade dinâmica mas ainda subjugada pelas forças capitalistas.

Desse modo, podemos pensar o *overtourism* e o turismo de massa como consequências do sucesso da reprodução capitalista sobre o espaço. Assim, apesar do *overtourism* ser tratado como um problema social, ambiental e urbano o mesmo pode ser visto como sucesso das forças de (re)produção capitalista sobre os espaços

features with more leisure and vacationing oriented mass tourism, allowing one to call them mass tourism, 'even though they are not completely identical' (Aramberri, 2010: 9). (Vainikka, 2013, p. 275)

pois o objetivo desse modo de produção, como citado anteriormente, não visa satisfazer as necessidades sociais mas sim os da reprodução do capital.

Isso não implica, no entanto, que o conceito de *overtourism* seja igual ou uma variante do turismo de massa. O *overtourism* é um fenômeno percebido por indivíduos ou grupos sociais enquanto o turismo de massa reflete a forma como o turismo de manifesta na modernidade. Para que fique claro, podemos ter um local no qual o turismo de massa se manifesta mas não está associado ao *overtourism* pois esse último passa pela subjetividade dos residentes e/ou dos turistas sobre impactos compreendidos como negativos da atividade.

Exemplos contemporâneos incluem os diversos locais no qual ocorre a atividade turística, e consequentemente seus impactos positivos e negativos, mas os residentes e/ou turistas não identificam uma redução da qualidade de vida local ou um declínio significante da experiência turística. Talvez, novamente, o melhor exemplo seja a cidade de Las Vegas que claramente apresenta um espaço configurado para atividades de lazer e recreação mas seus habitantes não estão necessariamente revoltados com a situação pois não há uma percepção negativa da atividade no local.

Esse subcapítulo buscou esclarecer o que a presente pesquisa entende por turismo de massa a partir dos discursos determinísticos e flexíveis apontados por Vainikka. Também, buscou-se identificar o turismo, e consequentemente o turismo de massa, como um fenômeno contemporâneo no qual as viagens se tornaram um negócio. Parte da relação do conceito de turismo de massa com o *overtourism* foi realizada acima ao encararmos esses fenômenos como resultantes do processo de reprodução capitalista, porém, ao discutirmos as causas apontadas por outros autores para o *overtourism*, poderemos elaborar melhor a relação entre os dois conceitos ao longo desse capítulo.

2.2 - As causas do *overtourism*

As causas que serão expostas nesse subcapítulo, separadas em items, são aquelas encontradas no extenso levantamento bibliográfico realizado por essa pesquisa. Ao expor uma causa para o fenômeno do *overtourism*, não estamos necessariamente concordando e reafirmando que essa causa é exclusiva do fenômeno.

O *overtourism* é um fenômeno multidimensional que envolve fatores que vão além da atividade turística e, portanto, as diferentes causas apontadas para o fenômeno podem ser melhor relacionadas com o desenvolvimento do turismo de massa, ou até mesmo com o desenvolvimento do capitalismo, do que diretamente com o *overtourism*.

Isso não implica que uma consequência do turismo de massa, ou do desenvolvimento desigual do sistema capitalista não sejam também uma causa para o *overtourism*, o que queremos enfatizar é que há causas, que ao nosso ver, estão mais diretamente relacionadas com o fenômeno do que outras que além de serem causas do *overtourism*, são consequências do desenvolvimento do turismo de massa e do capitalismo.

Essa ênfase é relevante, pois como visto anteriormente, o turismo de massa pode se manifestar sem que haja *overtourism*. No entanto, o raciocínio inverso não é possível. Ou seja, para que haja uma percepção negativa quanto a atividade turística, é necessário que o turismo de massa esteja manifestado no lugar. Em outras palavras, pode haver turismo de massa sem *overtourism* mas não poderia haver o *overtourism* sem o desenvolvimento do turismo de massa.

2.2.1 O aumento do número de turistas e de chegadas internacionais e a mentalidade pro-crescimento econômico

O aumento do número de turistas e de chegadas internacionais são fatores citados em praticamente todos os trabalhos consultados pela bibliografia dessa pesquisa (Peeters et al., 2018;).

No nível mais fundamental, o *overtourism* está diretamente ligado ao crescimento das chegadas de turistas, refletindo o paradigma de crescimento do turismo global que tem caracterizado o desenvolvimento do setor desde década de 1960. (Peeters et al., 2018, p. 28, tradução nossa)⁸⁰

Sem dúvida, a percepção de que há “muito turismo” em um local e que essa atividade tem impactos negativos na qualidade de vida dos residentes e/ou na experiência turística está relacionada ao aumento do número de turistas.

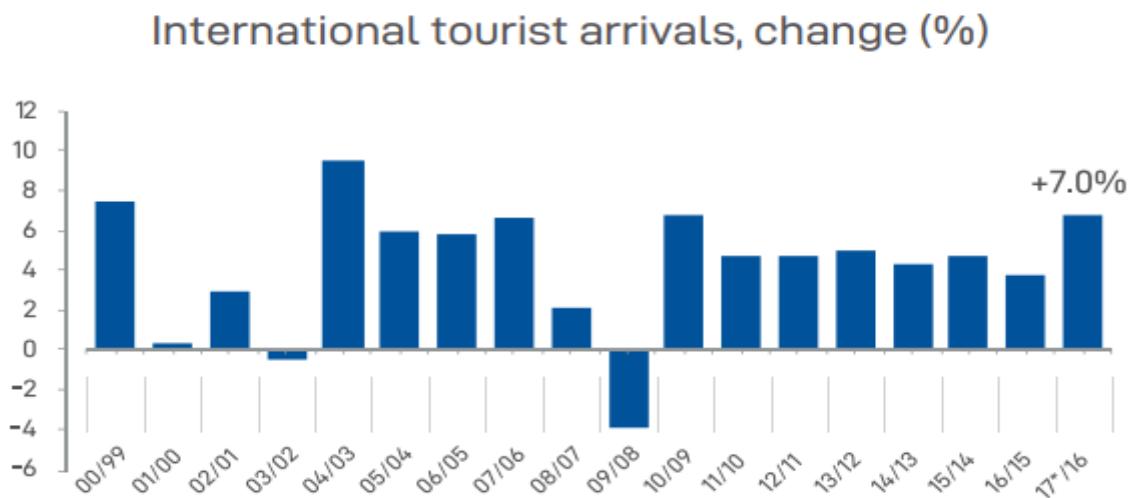
⁸⁰ No original lê-se: Causes of overtourism also include the global growth of tourism hotspots beyond the most famous destinations. On the most fundamental level, overtourism is directly linked to growth in tourist arrivals, reflecting the global tourism growth paradigm that has characterised the sector's development since the 1960s. (Peeters et al., 2018, p. 28)

O número de chegadas internacionais é monitorado pela OMT que divulga relatórios anuais, nomeados “*UNTWO Tourist highlights*”, que destacam os principais indicadores do turismo internacional como o número de chegadas internacionais por região, a receita turística dessas regiões, as cidades que mais se destacaram, enfim, mostram os destaques do ano anterior com relação a viagens internacionais.

Como a edição de 2021 não foi publicada até o momento de elaboração da presente pesquisa, utilizaremos os dados e gráficos das edições de 2020 e 2018 que retratam os destaques no turismo internacional dos anos de 2019 e 2017 respectivamente. A escolha dessas duas edições é justificada pela atualidade dos dados expostos e pelo contexto de publicação que coincide com a popularização do conceito de *overtourism*.

O ano de 2017 tem como destaque o maior crescimento no número de chegadas internacionais desde 2010. O número é surpreendente e só é superado pelo ano de 2010 pois em 2009 o turismo teve, pela segunda vez no século XXI, um decréscimo no número de chegadas internacionais que foi resultado, principalmente, da crise econômica de 2007/2008 (ver gráfico 4). A passagem do ano de 2002 para 2003 também apresentou um decréscimo que é, geralmente, associado aos atentados terroristas ocorridos em 2001 nos Estados Unidos.

Gráfico 4 - Variação de chegadas internacionais (%).



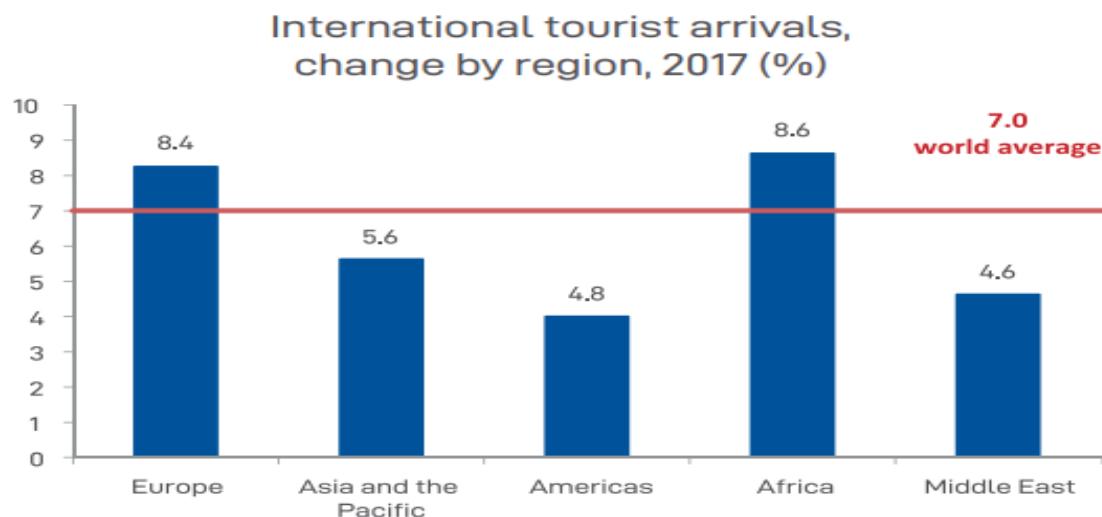
Fonte: OMT (2018). Disponível em:<<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>> Acesso em: 23/03/2021.

O ano de 2017 apresentou um aumento de 7% das chegadas de turistas internacionais, chegando ao número de 1,326 milhões. Nesse ano, o turismo se tornou

o terceiro maior setor exportador do mundo e o ano foi nomeado pela OMT como o ano internacional do turismo sustentável. Além do crescimento de chegadas turísticas, o relatório destaca o aumento da demanda para o continente Europeu e Africano que foram de 8% e 9% respectivamente, ambos acima da média internacional (ver gráfico 5).

O ano de 2017 é marcante pois ao mesmo tempo em que houve o maior crescimento de chegadas internacionais desde 2010 também é o ano em que os protestos com relação a atividade eclodiram em Barcelona, Veneza e outras cidades europeias. Ou seja, o sucesso da atividade econômica começou a ser percebida de forma negativa no âmbito social.

Gráfico 5 - Variação de chegadas internacionais por região (%).



Fonte: OMT (2018b). Disponível em:<<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>> Acesso em: 23/03/2021.

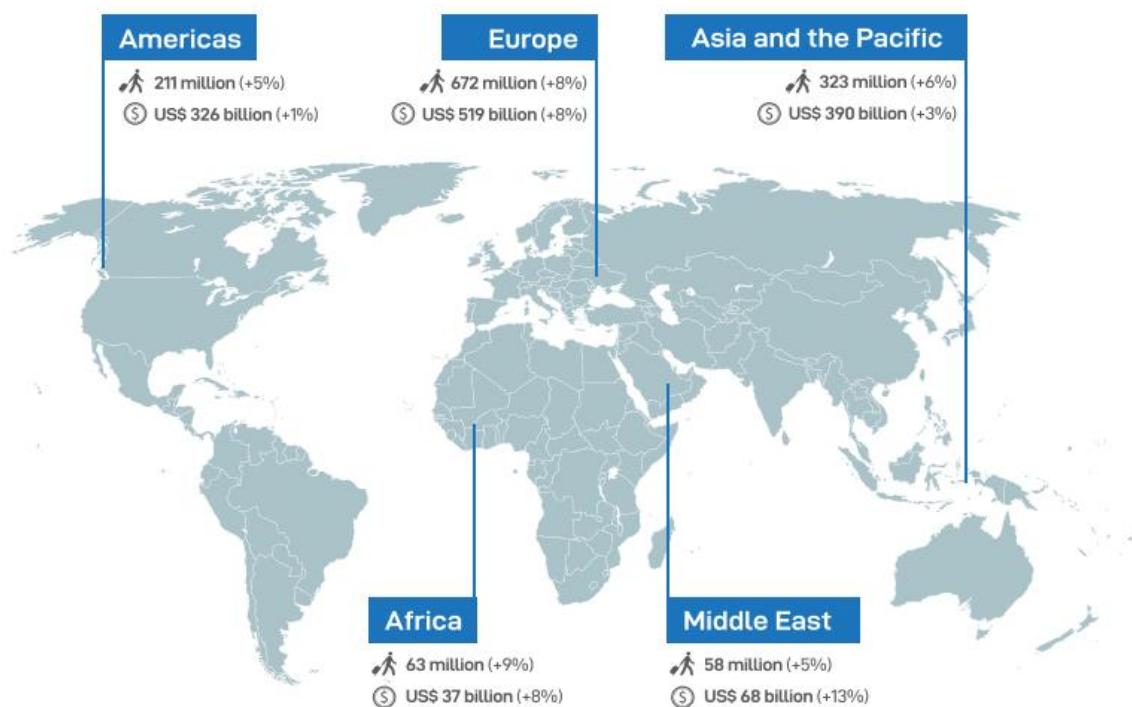
O mapa da figura 4 também revela o crescimento do número de viagens internacionais, porém, apresenta o número absoluto além das porcentagens e a receita da indústria turística por região. O mapa também é revelador de como a atividade turística tem maior destaque no continente europeu. Fator que aponta novamente para uma relação entre o número de turistas e o *overtourism*, uma vez que os locais/cidades que mais claramente manifestam o fenômeno (Veneza, Barcelona, Amsterdam, Dubrovnik) estão nesse continente.

Atualmente, o rápido crescimento do turismo está provocando muitas discussões sobre a capacidade de carga dos destinos e sua capacidade de lidar com o afluxo esmagador de visitantes versus manter um equilíbrio com número de residentes. Mais uma vez, este debate relembraria questões que surgiram de estudos anteriores, como um estudo

sobre turismo em cidades históricas europeias que destacou claramente as questões do crescimento do turismo, equilíbrio no destino e a capacidade de carga (Van Der Borg et al., 1996). (Peeters et al., 2018, p. 26)⁸¹

A citação acima remete mais uma vez a ênfase quantitativa derivada do conceito de capacidade de carga. É notável também que o fenômeno do *overtourism* está mais claramente associado/manifestado em cidades históricas européias, no entanto, a pressão do turismo sobre essas cidades não é algo recente e citações ao trabalho de Van Der Borg et al., (1996), “Tourism in European heritage cities”, são comuns em trabalhos cujo tema é o *overtourism* (Peeters et al., 2018; Seraphin et al., 2018; Koens et al., 2018; Seraphin et al., 2020; Capocchi et al., 2019; Bourliataux-Lajoinie et al., 2019;).

Mapa 1 - Mapa do desempenho das regiões quanto a chegada de turistas internacionais e as receitas turísticas.



Note: Revised and updated as of 13 September 2018

Fonte: OMT (2018b). Disponível em:<<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>> Acesso em: 23/03/2021.

⁸¹ No original lê-se: Currently, rapid tourism growth is provoking many discussions on destinations' carrying capacity and their capacity to handle the overwhelming inflow of visitors versus maintaining a balance with residents' numbers. Again, this debate recalls issues that have emerged from earlier studies, such as a study on tourism in European heritage cities that clearly highlighted issues of tourism growth, balance at the destination and carrying capacity (van der Borg et al., 1996). (Peeters et al., 2018, p. 26)

O trabalho de Van der Borg et al (1996) foi um dos pioneiros a estudar a pressão turística em cidades históricas européias o que aponta para a conclusão de que essa problemática não é tão recente, podendo ser relacionada mais precisamente ao desenvolvimento do turismo de massa no lugar de uma relação direta com o *overtourism*. O autor escolheu 7 cidades para pesquisar a pressão turística em cidades históricas das quais todas se situavam na Europa (Aix-en-Provence, Amsterdam, Bruges, Florence, Oxford, Salzburg and Venice). Os estudos de caso já demostravam que o interesse turístico em cidades históricas era crescente:

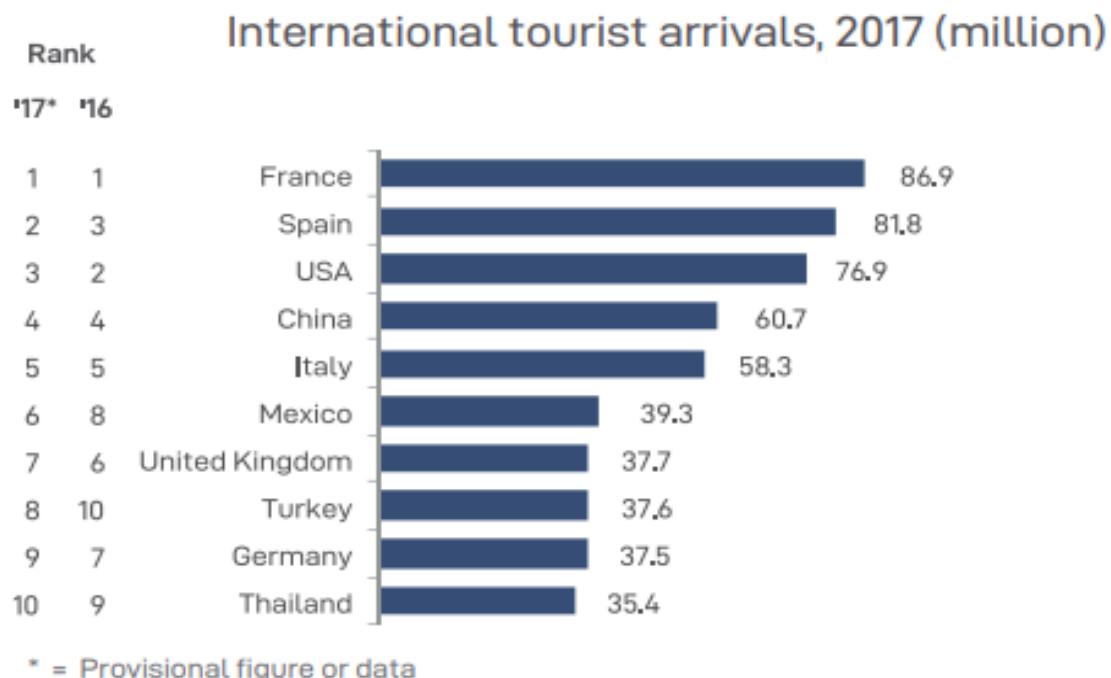
Os estudos de caso demonstram que o interesse dos turistas pelas cidades históricas está crescendo, o que provoca um aumento no número de turistas tradicionais e também no número de excursionistas. A participação do excursionismo na demanda turística já é considerável nas sete cidades estudadas. No entanto, as cidades ainda estão intensificando as atividades promocionais. Tudo isso leva a uma pressão excessiva sobre as cidades patrimoniais vulneráveis, ameaçando não apenas a vitalidade das economias locais, mas também a integridade do patrimônio e a qualidade de vida dos moradores. Os problemas que as cidades enfrentam podem ser resumidos da seguinte forma: problemas de tráfego e estacionamento causados ou agravados pelo turismo, poluição, lotação do centro da cidade, irritação ocasional da população local e “desgaste” do patrimônio. (Van der Borg et al., 1996, p. 320)⁸²

O excursionismo, ou os chamados *daytrippers*, são aqueles que viajam para um local sem passar ao menos uma noite no lugar visitado. Geralmente, associa-se o aumento da proporção excursionistas em detrimento dos turistas (que passam a noite no local) com o *overtourism*. Porém, discutiremos esse fator em outro momento, adiante, e por ora destacamos novamente que as discussões quanto ao impacto do crescente número de viajantes em cidades históricas não é uma novidade do fenômeno do *overtourism*.

A concentração da atividade turística na Europa se mantém, revelando também, a desigualdade espacial da atividade turística e a seletividade espacial do capital que se reproduz de forma desigual no tempo e no espaço. O gráfico 6 mostra os dez países mais visitados por turistas, dos quais cinco estão situados no continente Europeu (França, Espanha, Itália, Reino Unido e Alemanha).

⁸² No original lê-se: The case studies demonstrate that tourists' interest in heritage cities is growing, This causes an increase in the number of traditional tourists and also in the number of excursionists. The share of excursionism in tourism demand is already considerable in the seven cities studied. However, cities are still intensifying promotional activities. This all leads to excessive pressure on the vulnerable heritage cities, menacing not only the vitality of the local economies, but also the integrity of the heritage and the quality of life of residents. The problems the cities face can be summarized as follows: traffic and parking problems caused or aggravated by tourism, pollution, crowding out of the inner city, occasional irritation of the local population and “wear and tear” of heritage. (Van der Borg et al., 1996, p. 320)

Gráfico 6 - Top 10 destinos por chegadas internacionais em 2017 (milhões).



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Fonte: OMT (2018b). Disponível em:<<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>>
Acesso em: 11/04/2021.

Com relação ao lugar de origem dos turistas internacionais, a Europa também se destaca e esse fator relaciona-se, da mesma forma, a desigualdade social e espacial produzida pelo sistema capitalista e, conjuntamente, é preciso destacar que a maioria das chegadas internacionais provém da mesma região de origem. Segundo o relatório da Organização Mundial do Turismo, quatro a cada cinco turistas viajam dentro da própria região (ver figura 5). De acordo com a OMT (2018b, p.14, tradução nossa)⁸³:

- A grande maioria das viagens internacionais ocorre nas próprias regiões dos viajantes (turismo intrarregional).
- Tradicionalmente, as economias avançadas de Europa, Américas e Ásia e Pacífico têm sido os principais mercados-fonte do mundo para turismo internacional.
- A Europa ainda continua sendo a maior região fonte do mundo para o turismo internacional, gerando quase metade das chegadas internacionais do mundo.

⁸³ No original lê-se:

- The large majority of international travel takes place within travellers' own regions (intraregional tourism).
- Traditionally, the advanced economies of Europe, the Americas and Asia and the Pacific have been the world's major source markets for international tourism.
- Europe still remains the world's largest source region for outbound tourism, generating almost half of the world's international arrivals. (OMT, 2018b, p. 14)

Figura 8 - Proporção de turistas que viajam para a mesma região da qual partiram.



Fonte: OMT (2018b). Disponível em:<<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>> Acesso em: 11/04/2021.

Partimos agora para os destaques do ano de 2019, que são expostos pelo relatório de destaques do turismo de 2020 da OMT. Nesse último, destacou-se mais o crescimento das receitas do turismo uma vez que o crescimento de chegadas internacionais não foi maior do que nos últimos dois anos.

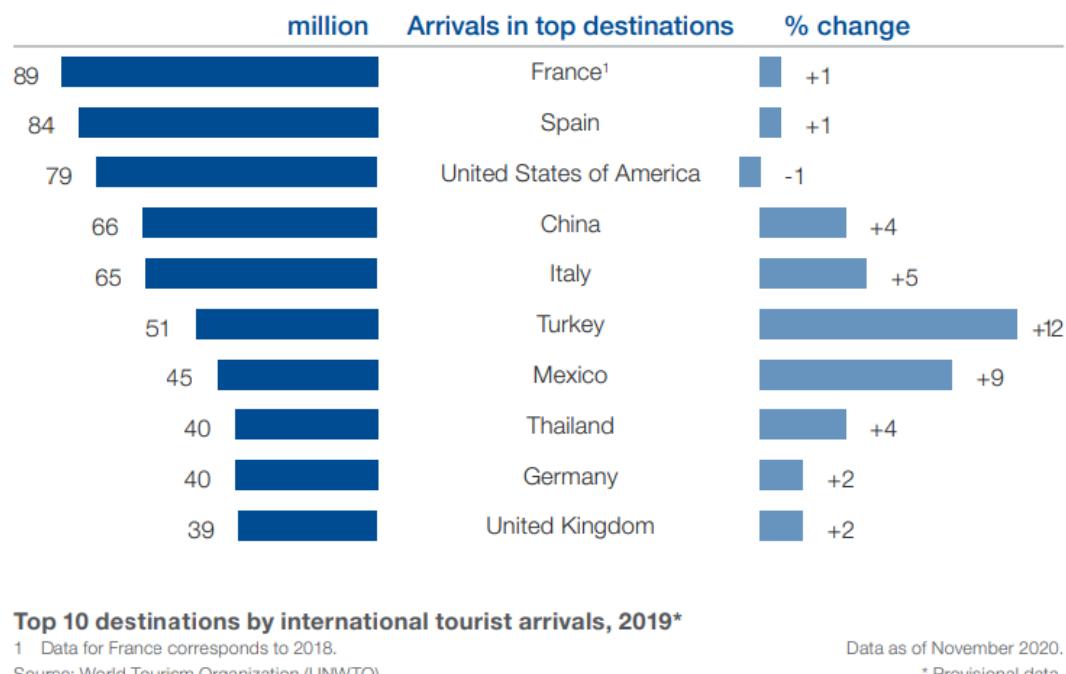
Esse item tem por objetivo discutir o aumento do número de viagens internacionais e consequentemente do número de turistas juntamente com a mentalidade “pro-crescimento” da atividade, logo, a ênfase da edição de 2020 em aspectos econômicos não trouxe tantas novidades quanto ao aumento do número de turistas e não é nosso objetivo expor os dados econômicos da atividade turística, portanto, não iremos discutir esses últimos.

No entanto, é curioso apontar que, apesar do fenômeno do *overtourism* se manifestar nos últimos anos, nenhuma menção a esse problema é feita por esses relatórios. Na verdade, os relatórios anuais de destaques do turismo da OMT não apresentam problemas com relação ao turismo, com a exceção de problemas econômicos relacionados a queda de crescimento da atividade, seja do número de turistas, seja do número de receitas turísticas.

Assim como o relatório de destaques do turismo de 2018, o relatório de 2020 apresentou dados dos dez destinos mais visitados (ver gráfico 7) e apontou novamente o turismo no terceiro lugar quanto as exportações internacionais (ver figura

6). As dez destinações mais visitadas não mudaram de 2017 para 2019 mas apontam mudanças de posições com destaque para o Reino Unido que foi da sétima para a décima colocação, o que pode ser uma consequência do Brexit.

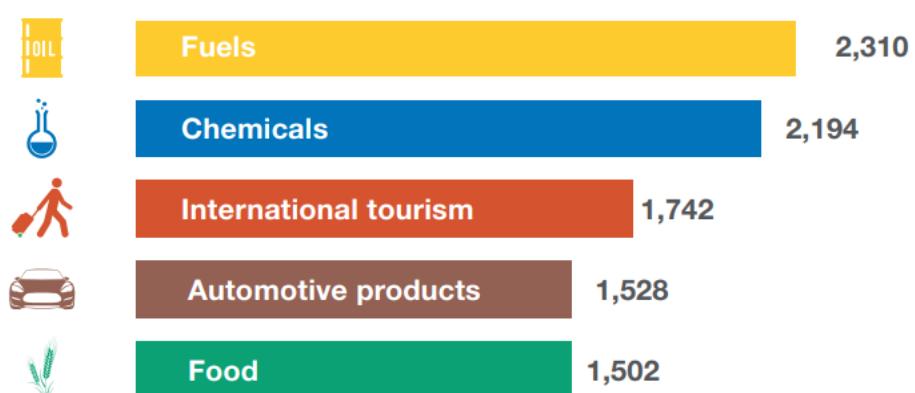
Gráfico 7 - Top 10 destinos por chegadas internacionais em 2017 (milhões).



Fonte: OMT (2020). Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
Acesso em: 11/04/2021.

Gráfico 8 - Receitas de exportação por categoria de produto (USD bilhões).

Tourism is the world's third largest export category after fuels and chemicals, and ahead of automotive products and food (2019)



Fonte: OMT (2020). Disponível em:< <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>> Acesso em: 11/04/2021.

O Brexit aparece no relatório como um dos fatores que influenciaram o menor crescimento da atividade turística no ano de 2019: “Incertezas em torno do Brexit, tensões geopolíticas e comerciais, e a desaceleração econômica global, pesaram sobre crescimento.” (OMT, 2020, p, 2, tradução nossa)⁸⁴

A utilização desses relatórios de destaque do turismo se justificam não somente pelos dados que oferecem mas também por revelarem a ênfase demasiadamente econômica da OMT quanto ao turismo apesar da organização internacional reforçar o paradigma do turismo sustentável. É notável como a OMT concebe o turismo como uma possibilidade para os países ajustarem suas balanças comerciais e defendem uma suposta resiliência da atividade frente a crises econômicas.

O relatório de 2020 destaca que o ano de 2019 foi o décimo ano consecutivo de crescimento sustentável do setor (ver gráficos 8 e 9).

Gráfico 9 - Evolução das receitas turísticas e chegadas internacionais entre 2008 e 2019 (%).

Tourism has seen continued expansion over time, despite occasional shocks, underlining the sector's strength and resilience

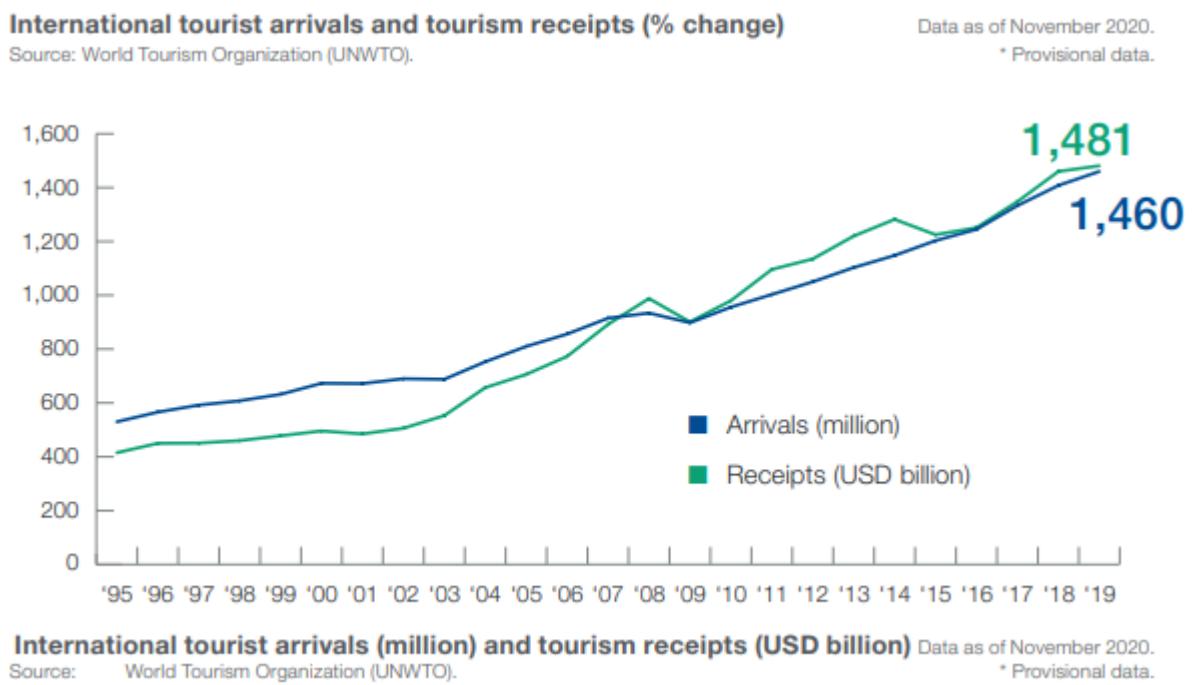


Fonte: OMT (2020). Disponível em:< <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>> Acesso em: 11/04/2021.

⁸⁴ No original lê-se: Uncertainty surrounding Brexit, geopolitical and trade tensions, and the global economic slowdown, weighed on growth. (OMT, 2020, p, 2)

A ideologia do desenvolvimento sustentável é clara nesses relatórios pois apesar do crescimento de turistas e de receitas se manterem, a utilização da palavra sustentável é questionável uma vez que o fenômeno do *overtourism* começou a se manifestar nesse mesmo contexto o que aponta para problemas sociais relacionados a esses crescimentos. O desenvolvimento sustentável apontado nesses relatórios então, se limitam a fatores econômicos.

Gráfico 10 - Evolução das receitas turísticas e chegadas internacionais entre 1995 e 2019.



Fonte: OMT (2020). Disponível em: < <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456> > Acesso em: 11/04/2021.

O Relatório de 2018 da OMT sobre o *overtourism*, já citado em outro capítulo, evidencia ainda mais essa ênfase meramente econômica. Nesse relatório a OMT opõe o *overtourism* ao turismo responsável, seguindo a mesma perspectiva de Goodwin (2007):

A “Responsible Tourism Partnership” se refere ao “*overtourism*” como “destinos onde anfitriões ou convidados, habitantes locais ou visitantes, sintam que existem muitos visitantes e que a qualidade de vida na área ou a qualidade da experiência deteriorou-se de forma inaceitável. É o oposto do Turismo Responsável que se trata de usar o turismo para fazer os lugares melhores para se viver e para se visitar. Frequentemente, tanto visitantes quanto convidados experimentam a deterioração simultaneamente. (OMT, 2018, p. 4, tradução nossa)⁸⁵

⁸⁵ No original lê-se: The Responsible Tourism Partnership refers to ‘overtourism’ as “destinations where hosts or guests, locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably. It is the opposite of Responsible

Por mais que a OMT tenha dedicado relatórios para tratar da problemática do *overtourism*, a organização destaca, com frequência, os benefícios econômicos e sociais do turismo, o que reflete, ao nosso ver, uma tentativa de ofuscar os problemas sociais derivados do crescimento da atividade em detrimento dos benefícios que são, na realidade, apropriados de maneira privada e desigual.

Hoje, a receita gerada pelo turismo nacional e internacional contribui significativamente para o desenvolvimento socioeconômico e cultural de muitas cidades e seus arredores. No entanto, o crescimento do turismo urbano também cria desafios importantes para garantir um crescimento sustentável e práticas que minimizem os efeitos adversos que o desenvolvimento do turismo pode ter em termos de uso de recursos naturais, impacto sociocultural, pressão sobre as infraestruturas, mobilidade e gestão de congestionamentos. (OMT, 2018, p. 4)⁸⁶

O aumento do número de turistas nos últimos anos são reveladores da importância que o setor assumiu dentro do sistema capitalista e a relação desses números com o *overtourism* é inegável uma vez que, apesar das críticas ao conceito de capacidade de carga, os locais possuem limites. Sejam os limites nas infraestruturas, sejam os limites delimitados socialmente. Esses podem ser extrapolados devido ao rápido crescimento do número de turistas. Logo, com o aumento do número de turistas também pode aumentar a percepção de que o uso do espaço está sobrecarregado.

No entanto, é necessário tomar muito cuidado com uma perspectiva meramente quantitativa quando tratamos de um conceito subjetivo como o *overtourism*. Afirmar que o aumento do número de turistas e das viagens internacionais são causas do *overtourism* não é o mesmo que dar exclusividade para esse fator. Nesse ponto, concordamos, em parte, com a seguinte citação:

Os congestionamentos turísticos não são apenas sobre o número de visitantes, mas sobre a capacidade de gerenciá-los. Existem cidades que conseguem lidar com um

Tourism which is about using tourism to make better places to live in and better places to visit. Often both visitors and guests experience the deterioration concurrently. (OMT, 2018, p. 4)

⁸⁶ No original lê-se: Today, the income generated from both domestic and international tourism contributes significantly to the socio-economic and cultural development of many cities and their surroundings. Yet, the growth of urban tourism also creates important challenges to ensure sustainable growth and practices that minimize any adverse effects that the development of tourism may have in terms of the use of natural resources, socio-cultural impact, pressure on infrastructure, mobility and congestion management. (OMT, 2018, p. 4)

grande número de visitantes, enquanto outras tem dificuldades com muito menos visitantes. (OMT, 2018, p. 5, tradução nossa)⁸⁷

Concordamos em parte pois reconhecemos o papel do planejamento e da gestão na mitigação dos problemas relacionados a pressão turística porém, do nosso ponto de vista, essas ferramentas não são suficientes para lidar com esses problemas. Esses são reflexos do desenvolvimento do turismo sob o capitalismo que teve um foco histórico no crescimento econômico, logo, são uma consequência da estrutura do sistema capitalista e refletem o resultado da imposição da forma da mercadoria sobre as viagens e os diferentes espaços.

Como mencionado anteriormente, o *overtourism* é um fenômeno complexo e multidimensional, ainda mais por se manifestar, majoritariamente, em espaços urbanos. Esse fato faz com que uma análise meramente quantitativa seja insuficiente para explicar a percepção negativa da atividade por turistas ou residentes. Ao apontar causas para o fenômeno, a OMT descata a seguinte:

Excesso de visitantes, possivelmente agravado pela sazonalidade: neste caso, são os números absolutos de visitantes que são considerados preocupantes. Isso pode ser uma percepção de superlotação em partes da cidade, ou a sensação de que não há mais espaços agradáveis na cidade onde os residentes possam se esquivar dos visitantes. (OMT, 2018, p. 5, tradução nossa)⁸⁸

Por mais que haja nessa pesquisa críticas quanto aos relatórios e as perspectivas, por vezes contraditórias, da OMT quanto as problemáticas derivadas do turismo, não é possível afirmar que a organização internacional possua uma ênfase meramente quantitativa quando o assunto é o *overtourism*. O mesmo relatório enfatiza a importância de levar em conta tanto os fatores quantitativos como os qualitativos para lidar com o problema do *overtourism*.

Além disso, ao definir e configurar mecanismos para monitorar e gerenciar o congestionamento turístico, a capacidade de carga e "os limites da mudança aceitável", é essencial considerar tanto indicadores quantitativos quanto os qualitativos para garantir uma visão abrangente do impacto do turismo. (OMT, 2018, p. 5, tradução nossa)⁸⁹

⁸⁷ No original lê-se: Tourism congestion is not only about the number of visitors but about the capacity to manage them. There are cities that are able to handle a high number of visitors, while others struggle with far fewer visitors. (OMT, 2018, p. 5)

⁸⁸ No original lê-se: Too many visitors, possibly aggravated by seasonality: in this case it is the absolute numbers of visitors that are seen as disturbing. This can be a perception of overcrowding in parts of the city, or the feeling that there are no pleasant spaces in the city anymore where residents can shy away from visitors. (OMT, 2018, p. 5)

Apesar do discurso “sustentável” que diz olhar para fatores quantitativos e qualitativos, o discurso da organização internacional, das empresas e dos governantes quanto ao turismo parece sempre destacar um otimismo com relação a atividade. Isso relaciona-se a outra causa apontada por estudiosos do tema do *overtourism*. Afirma-se que o fenômeno tem como uma das causas o foco dos destinos e das partes interessadas meramente no crescimento econômico provido pela atividade turística, principalmente, em locais que ainda não têm a atividade muito desenvolvida e, portanto, ofuscaram os problemas derivados do desenvolvimento da mesma.

Como isso se relaciona com o presente item? Relaciona-se na medida que políticas e discursos dedicaram seus esforços, principalmente, a promoção do crescimento da atividade turística em detrimento de discutir socialmente os impactos desse crescimento sobre a população e o ambiente físico dos locais.

Um facilitador chave do *overtourism* é a atitude, ou mentalidade, de empresas, governos, organizações de marketing e provedores de transportes (por exemplo, companhias aéreas, cruzeiros) que favorecem o crescimento acima de tudo. Tem havido várias falhas de projeções e previsões sobre números e impactos - geralmente sempre muito alto no caso dos números e muito vago ou muito baixo quanto aos impactos negativos. Apesar de não ser novidade, esse foco no crescimento é talvez o maior facilitador da expansão do turismo. Entre os tomadores de decisão, tem havido, historicamente, e continua a ser, um foco em números em vez de rendimento. Quando o rendimento é incluído na agenda estratégica, é muitas vezes apenas um valor em dólares, em vez de um objetivo envolvendo a criação de empregos, alívio da pobreza, aumento da qualidade de vida e bem-estar geral da comunidade. (Dodds e Buttler, 2018, p. 10, tradução nossa)⁹⁰

⁸⁹ No original lê-se: Furthermore, when defining and setting mechanisms to monitor and manage tourism congestion, carrying capacity and ‘the limits of acceptable change’ it is essential to consider quantitative as well as qualitative indicators to ensure a comprehensive vision of tourism’s impact. (OMT, 2018, p. 5)

⁹⁰ No original lê-se: A key enabler of overtourism is the attitude, or mindset, of companies, governments, marketing organisations and transportation providers (e.g. airlines, cruise lines) that favour growth above all else. There have been multiple failures of forecasts and predictions about numbers and impacts – generally always too high in the case of numbers and too vague or too low regarding negative impacts. Although not new, this focus on growth is perhaps the biggest enabler of tourism expansion. Among decision makers there has historically been, and continues to be, a focus on numbers rather than yield. When yield is included in the strategic agenda, it is often just a dollar figure, rather than an objective involving job creation, poverty alleviation, increased quality of life and general community well-being. (Dodds e Buttler, 2018, p. 6)

Quando o crescimento se torna um problema, a solução não pode ser o decréscimo da atividade pois isso estaria em contradição com a lógica de reprodução capitalista. Então, geralmente, são propostas soluções para aumentar a chamada “capacidade de carga” dos locais pois o crescimento econômico não pode cessar. Isso que coloca a problemática no âmbito da gestão quando na verdade essa tem suas raízes no modo de produção. É nesse sentido que o crescente número de turistas está associado aos discursos “pró-crescimento” e as necessidades do capital o que justifica essa discussão nesse item.

Um exemplo dessa dinâmica está em Koens et al. (2018), onde, a partir de estudos de caso sobre o *overtourism* em treze cidades européias, concluíram que nas cidades estudadas:

[...] a ênfase continua no aumento da capacidade de carga, desenvolvendo a indústria do turismo e suas atrações ou mitigando os impactos negativos. Em cidades onde o *overtourism* não é um problema, o crescimento do turismo ainda não é questionado, mesmo quando novas formas de gestão são discutidas. (Koens et al., 2018, p. 8, tradução nossa)⁹¹

Entre os atores que promovem esse pensamento “pró-crescimento” no turismo estão as organizações de marketing de destino, ou simplesmente DMOs (Destination Marketing Organization). Segundo Dodds e Butler (2018) poucas dessas organizações procuram gerenciar o turismo em sua complexidade. No lugar do gerenciamento mais geral da atividade (transportes, acomodações, impactos sociais e ambientais), para os autores, essas organizações têm a seguinte perspectiva quanto aos destinos que “gerenciam”:

[...] Destinos lotados nos horários de pico são geralmente considerados desejáveis, ninguém pensa em visitar um resort meio vazio, a menos que pagasse bem menos do que o custo normal. Os preços com desconto são usados, se for o caso, para atrair visitantes em momentos em que os destinos não estão cheios, normalmente início e fim do verão, antes e depois dos períodos de férias escolares, a fim de manter um número de visitantes alto. Muitas vezes, isso é justificado como sendo necessário para manter um mercado grande o suficiente para manter as instalações abertas e o pessoal empregado (Butler, 2001), mas é indicativo de um foco de curto prazo. (Dodds e Buttler, 2018, p. 11, tradução nossa)⁹²

⁹¹ No original lê-se: the emphasis remains on increasing the carrying capacity by developing the tourist industry and its attractions or mitigating the negative impacts. In cities where overtourism is not an issue, tourism growth still mostly goes unquestioned, even when new ways of management are discussed. (Koens et al., 2018, p. 8)

⁹² Destinations crowded at peak times are generally perceived as desirable, no one was thought to want to visit a halfempty resort, unless they paid far less than the normal cost. Discounted prices were used, if at all, to attract visitors at times when destinations are not full, normally early and late summer, before and after school holiday periods, in order to keep visitor numbers high. This is often justified as being

Porém, por maior que seja o papel das DMO's, é preciso levar em consideração que, como apontado anteriormente, a mentalidade “pró-crescimento” da atividade turística é uma constante nos discursos e práticas governamentais e empresariais, como por exemplo as agências de transportes que operam com o desejo geral de promover os serviços o mais próximo possível do nível lotação.

DMOs e outras agências responsáveis pelo turismo não são as únicas forças envolvidas na tentativa de manter o número de visitantes o mais alto possível. Provedores de transporte tradicionalmente desejam que seus serviços sejam executados o mais próximo possível da lotação, e a precificação dinâmica é uma maneira pela qual chegaram perto de atingir essa meta. Com o aumento do número de visitantes, veículos maiores e / ou serviços mais frequentes são necessários para acompanhar e promover mais demanda. Existe, portanto, um ciclo de *feedback* positivo que incentiva constantemente um maior crescimento. Todas as partes interessadas envolvidas no fornecimento de bens e serviços turísticos, incluindo agências de viagens, empresas de reservas online, empresas de transporte, meios de hospedagem e alimentação e negócios de bebidas, aluguel de automóveis, aluguel de instalações e entretenimento, todos a favor de manter, ou de preferência aumentar, o número de visitantes. (Dodds e Buttler, 2018, p. 11, tradução nossa)⁹³

Contudo, a relação entre o número de turistas e chegadas internacionais com o *overtourism* é evidente mas não é suficiente para explicar o fenômeno. Ademais, destacamos o papel dos discursos de diversas partes interessadas que possuem uma mentalidade focada em promover o maior número de turistas possível e assim, podemos associar mais precisamente esses fatores ao desenvolvimento do turismo de massa sob o capitalismo⁹⁴ do que propriamente com o *overtourism* apesar de ser inegável que o aumento do número de turistas possui uma relação com a percepção negativa da atividade.

necessary in order to maintain a market large enough to keep facilities open and staff employed (Butler, 2001), but it is indicative of a short-term focus. (Dodds e Buttler, 2018, p. 11)

⁹³ No original lê-se: DMOs and other agencies responsible for tourism are not the only forces involved in trying to keep visitor numbers as high as possible. Transport providers have traditionally desired their services to be running as close to full as possible, and dynamic pricing is one way they have come close to achieving that goal. As visitor numbers increase, larger vehicles and/or more frequent services are required to keep pace with and promote further demand. There is, therefore, a positive feedback loop that constantly encourages further growth. All of the stakeholders involved in providing tourism goods and services, including travel agencies, on-line booking companies, transport companies, accommodation facilities and the food and beverage, car hire, facility-rental and entertainment businesses all in favour of maintaining, or preferably increasing, visitor numbers. (Dodds e Buttler, 2018, p. 11)

⁹⁴ “Turismo de massa sob o capitalismo” é redundante uma vez que essa forma de turismo é, necessariamente, associada ao modo de produção.

2.2.2 A acessibilidade e o barateamento das viagens aéreas, a popularização dos cruzeiros, e a pressão sobre o meio físico das cidades

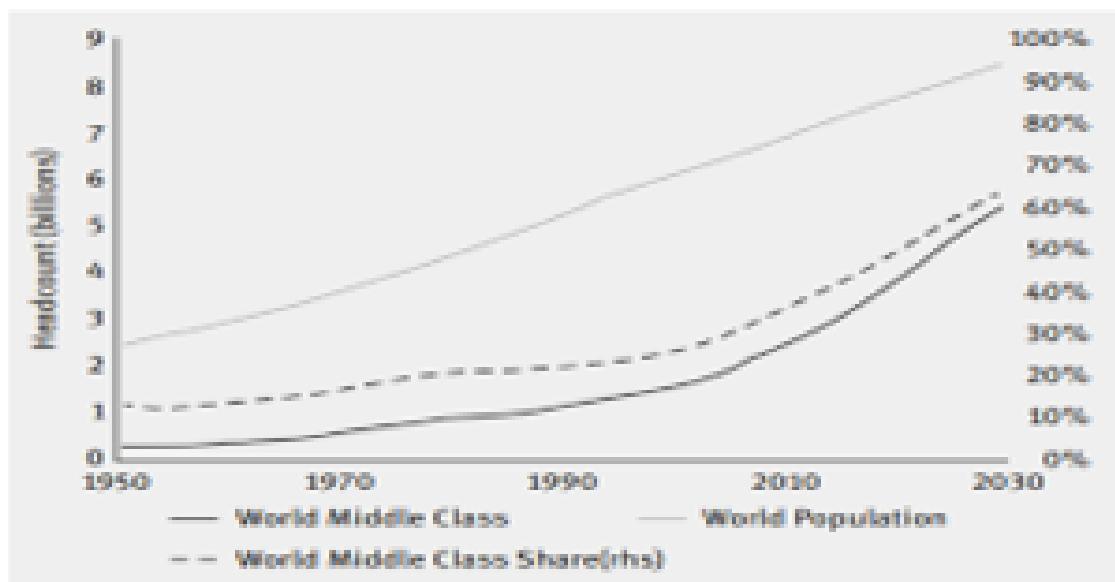
O item anterior tratou do aumento do número de viagens internacionais de uma maneira mais geral, no sentido de ter enfatizado o número de chegadas internacionais ao longo do tempo e os discursos com a mentalidade pró-crescimento econômico que vigoram no setor turístico causando um aumento no número de turistas. No entanto, apesar do aumento do número de turistas ser visto como uma das causas do *overtourism*, os fatores que possibilitaram esse aumento aparecem, por vezes, como causas do fenômeno em si.

As causas tratadas nesse item, a acessibilidade e o barateamento das viagens aéreas e a popularização dos cruzeiros, são vistas como causas do *overtourism*, ou pelo menos são citadas ao destacarem a evolução do turismo nas cidades, para diversos autores (Dodds e Butler, 2018; Goodwin, 2007; Milano et al., 2018; Peeters et al., 2018; Garcia Hernandez et al., 2019). Porém, esses fatores estão relacionados com o desenvolvimento do turismo de massa e são pontuados como fatores possibilidadores ou consequências desse último (Taiminen, 2018). Ou seja, mais uma vez confundem-se fatores relacionados ao turismo de massa com causas do *overtourism*.

Dodds e Butler (2018) afirmam que o crescimento do número de turistas está relacionado ao aumento do número de pessoas no planeta e ao aumento do número de pessoas que podem pagar pelas viagens. Esse último fator estaria relacionado ao aumento da parcela da classe média na população mundial (ver gráfico 10) e a consequente acessibilidade que essa classe possui aos meios de transportes e ao lazer devido ao seu poder de compra.

Entre os meios de transportes que impulsionaram a recreação e o turismo não poderíamos deixar de citar o automóvel, principalmente após a padronização e popularização desses veículos pelo modelo de produção fordista. No entanto, o levantamento bibliográfico dessa pesquisa mostrou que os autores que trabalham o tema do *overtourism* destacam a popularização e o barateamento mais recente de outras formas de viajar: o transporte aéreo e os cruzeiros.

Gráfico 11 - Estimativas do tamanho da classe média global, 1950-2030.



Fonte: Kharas (2017) apud Butler e Dodds (2018)

O barateamento das passagens aéreas tem sido apontado como uma causa direta do *overtourism*. De fato, a relação das viagens aéreas e o turismo é histórica e não poderíamos conceber o turismo internacional contemporâneo sem o transporte aéreo. No entanto, novamente podemos apontar uma relação mais direta com o turismo de massa do que propriamente com o *overtourism*.

O turismo internacional de massa se desenvolveu após a Segunda Guerra Mundial devido à mudanças tecnológicas, culturais, políticas, econômicas e sociais ocorridas. A introdução do Boeing 707 foi o resultado do desenvolvimento de uma tecnologia de aeronaves em 1958. O avanço do turismo de massa ocorreu ao mesmo tempo. Os voos charter mais baratos eram possibilitados por novos motores a jato que tinham recursos que melhoravam a velocidade da aeronave e o alcance. Em 1970, o uso do avião a jato Boeing 747 permitiu que o turismo de massa se expandisse para novos destinos (Cooper 2016, p.8; Kostiainen et al. 2004 p. 224). (Taiminen, 2018, p. 10, tradução nossa)⁹⁵

⁹⁵ No original lê-se: International mass tourism developed after the Second World War due to technological, cultural, political, economic and social changes that took place. The introduction of Boeing 707 was the result of the development in an aircraft technology in 1958. The breakthrough of mass tourism occurred at the same time. Cheaper charter flights were enabled by new jet engines that had features which improved the aircraft's speed and range. In 1970 the use of Boeing 747 jet air craft

Lembramos que os discursos quanto ao turismo de massa foram elaborados em um subcapítulo anterior, no entanto, vale a pena destacar novamente que a visão que a presente pesquisa adotou quanto ao turismo de massa é aquela que entende esse turismo como uma forma pela qual o turismo se manifesta na contemporaneidade e pela popularização das viagens devido a essas terem se transformado em mercadoria.

Logo, queremos apontar que esse movimento de “massificação” das viagens (no sentido de possibilitar mais pessoas a viajarem) passa pela acessibilidade a meios de transportes coletivos capazes de levar as pessoas para lugares cada vez mais distantes e / ou remotos. Ou seja, além de possibilitar o aumento do número de turistas, o barateamento das viagens aéreas ajudou a “levar” o turismo a lugares de mais difícil acesso. É nesse sentido que, cada vez mais, as viagens tornam-se mercadorias acessíveis a um número maior de pessoas e o turismo passa a configurar um setor de destaque no capitalismo contemporâneo.

O melhor uso da capacidade diminuiu os preços das viagens aéreas, o que tornou os pacotes turísticos mais acessíveis para muitos. O uso de aviões possibilitou que o turismo de massa se expandisse para destinos que antes eram de difícil acesso; por exemplo, em ilhas mediterrâneas como Maiorca, Córsega e Sardenha. (Kostiainen et al. 2004 p. 225-227) As ilhas que antes exigiam múltiplas opções de transporte para ter acesso agora eram acessíveis a todos. (Taiminen, 2018, p. 10, tradução nossa)

Então, com o barateamento das viagens aéreas, o turismo internacional passou a ser mais acessível as pessoas o que influenciou diretamente o aumento do número de chegadas internacionais. Reafirmamos que fatores relacionados ao turismo de massa são apontados como causas do *overtourism* e o caso do barateamento das passagens aéreas não difere nesse sentido.

Porém, com a possibilidade de viajar para locais mais distantes e a capacidade de transportar mais pessoas, o transporte aéreo parece ter uma relação mais forte com o *overtourism* do que outras formas de transportes como o automóvel, por exemplo. Isso se deve pelo fato de que as viagens aéreas são, quase sempre, viagens internacionais e essa forma de viajar, juntamente com o transporte marítimo, possibilitam as viagens intercontinentais.

A infraestrutura de transporte é essencial para qualquer destino. Em todo o mundo, 48% de todos os turistas (domésticos e internacionais) viajam de carro, 22% viajam de

enabled mass tourism to expand into new destinations (Cooper 2016, p.8; Kostiainen et al. 2004 p. 224). (Taiminen, 2018, p. 10)

avião e 30% usam outros meios de transporte, como ônibus e trens (P. M. Peeters, 2017). Na UE, a participação do transporte de automóveis e do transporte aéreo é um pouco mais alta. No entanto, o transporte aéreo é considerado como possuidor de um papel crucial no desenvolvimento do *overtourism*. O transporte aéreo é capaz de acomodar de forma relativamente rápida diferentes fluxos de passageiros em comparação com as estradas e ferrovias. Além disso, o transporte aéreo aumenta o mercado potencial, assim como os grandes *hubs* internacionais. (Peeters et al., 2018, p. 61, tradução nossa)⁹⁶

Viagens intercontinentais podem ter uma relação mais forte com o *overtourism* devido a possíveis distâncias culturais o que tem uma influência sobre o comportamento dos turistas que ao não conhecerem a etiqueta local, comportam-se, por vezes, de maneira a incomodar os residentes. As diferenças culturais podem ser percebidas pela etnia e / ou pelas vestimentas dos turistas por exemplo, que passam a ser mais percebidos ao se “destacarem” pelas suas diferenças.

A todo momento dessa pesquisa, e em especial nesse capítulo sobre causas do *overtourism*, buscamos nos afastar de uma análise determinista. Por exemplo, não afirmamos que a porcentagem maior de viagens aéreas é um fator que necessariamente corrobora para o fenômeno do *overtourism*. Todavia, há uma possível relação entre a parcela de turistas aéreos com o *overtourism* como exposto por Peeters et al., em relatório para a TRAM:

Assim, as transportadoras de baixo custo permitem um mecanismo, concentrando um grande número de visitantes em um número relativamente pequeno de destinos. Isso também pode causar uma maior distância física e cultural entre convidados e anfitriões, bem como fortes flutuações, incluindo aumentos, maiores fluxos de visitantes e uma concentração de visitantes, em vez de espalhar em mais lugares, e sistemas de transportes mais densos. (Peeters et al., 2018, p. 61, tradução nossa)⁹⁷

Nessa perspectiva, o simples fato de uma localidade possuir um aeroporto poderia aumentar as possibilidades do local sofrer com o fenômeno do *overtourism*. Essa estrutura estaria relacionada com o maior número de chegadas internacionais e de turistas de outras regiões. Também, como visto na citação acima, há nesse modal

⁹⁶ No original lê-se: Transport infrastructure is essential for any destination. Worldwide, 48% of all tourists (domestic plus international) travel by car, 22% travel by air, and 30% use other means of transport, such as busses and trains (P. M. Peeters, 2017). In the EU, the shares of both car and air transport are somewhat higher. Nevertheless, air transport is considered to play a crucial role in causing overtourism development. Air transport is able to relatively quickly accommodate different flows of passengers compared to roads and railways. Furthermore, air transport increases the potential market, as do large international hubs. (Peeters et al., 2018, p. 61)

⁹⁷ No original lê-se: Thus, low-cost carriers enable a mechanism concentrating large numbers of visitors to a relatively small number of destinations. This also may cause a greater physical and cultural distance between guests and hosts as well as strong fluctuations, including increases, greater inflows of visitors and a concentration of visitors rather than spreading them over more places, and more dense transport systems. (Peeters et al., 2018, p. 61)

uma capacidade de concentrar muitas pessoas em um número reduzido de destinos o que pode resultar em um aumento da percepção de aglomerações por conta do turismo que geralmente é concebido de maneira negativa pelos visitantes.

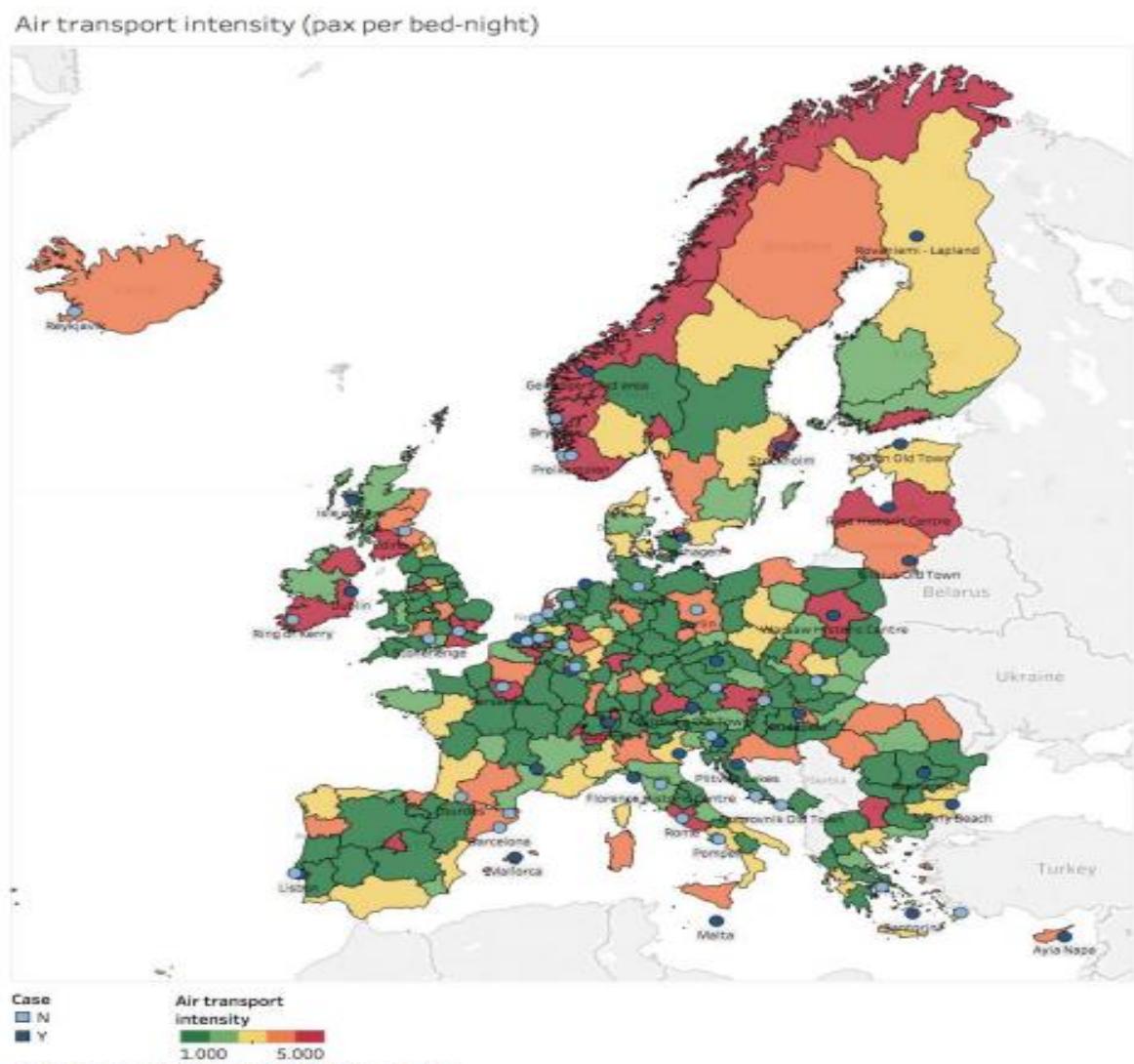
O sobrecarregamento de infraestruturas de transportes e de acomodações e outros problemas relacionados ao fluxo de pessoas provido por transportes aéreos e marítimos como a poluição causada pelos aviões e pelos cruzeiros também destacam essas formas de viajar como causas do *overtourism* pois causam um impacto mais perceptível ao meio físico dos destinos.

Os autores citados acima, que realizaram o relatório para a TRAM, apontam a intensidade do transporte aéreo como um dos cinco principais indicadores do *overtourism*. A intensidade do transporte aéreo seria, para Peeters et al. (2018), a razão entre o número de passageiros aéreos e o número de pernoites (turistas) e o resultado desse indicador para a região NUTS 2 da Europa pode ser verificado no mapa da figura 7.

O mapa revela que uma maior intensidade do transporte aéreo não está necessariamente relacionado ao *overtourism* pois verifica-se que há locais que sofrem com o fenômeno (pontos azuis claros e escuros) que possuem a intensidade do transporte aéreo baixa (em verde no mapa). Os pontos azuis escuros são localidades que fizeram parte dos estudos de caso do relatório enquanto os pontos azuis claros seriam outros locais que sofrem com o *overtourism*.

Uma observação deve ser feita sobre esse estudo, pois não ficaram claros. do nosso ponto de vista, os critérios para a constatação de que um local está sofrendo com o fenômeno. Por mais que o estudo aponte indicadores, os mesmos não parecem ser suficientes para constatar o fenômeno uma vez que carecem de limiares claros o que é admitido pelos próprios autores nas conclusões dos estudos de caso onde os mesmos afirmam que a definição vaga de *overtourism* dificulta uma classificação precisa. Também, não ficou claro como os autores classificaram os locais que não estavam nos estudos de caso (pontos azuis claros).

Mapa 2 - Mapa de intensidade do transporte aéreo na região NUTS 2 (Europa).



Fonte: Peeters et al. (2018)

Goodwin levanta diversas causas para o *overtourism* das quais duas dialogam com o presente item (Goodwin, 2017, p. 5, tradução nossa):

A queda do custo das viagens - a ascensão das companhias aéreas de baixo custo e as viagens de ônibus baratas tornaram mais fácil para as pessoas pagarem o preço das viagens, enquanto o tempo de férias e o pagamento dos feriados são restritos, mais pessoas estão fazendo pausas da cidade, frequentemente voos de curta distância

partem a cada ano. Os voos são frequentemente mais baratos do que as ferrovias porque o combustível da aeronave não é tributado e o poluidor não está pagando pelos impactos ambientais das emissões de gases de efeito estufa.⁹⁸

O transporte está em maior escala do que há dez anos. Aeronaves, ônibus, trens e navios de cruzeiro depositam mais passageiros a cada chegada, e eles chegam com mais frequência. É muito difícil para os destinos impedir esses fluxos; Autoridades nacionais com prioridades diferentes administram as instalações, ou elas são independentes do controle da autoridade local ou do parque nacional. Há geralmente mais oportunidade de controlar carros por meio de cobrança de congestionamento e estacionamento restrições.⁹⁹

O desenvolvimento dos transportes em geral é um fator que corrobora para o maior número de turistas, no entanto, a última citação revela mais um fator do por que o destaque aos transportes aéreos e aos cruzeiros serem apropriados na problemática do *overtourism*. O fato é que o tráfego de pessoas por esses modais é de difícil controle, diferentemente dos automóveis que podem ser mais facilmente taxados ou restringidos.

Por mais que o turismo de massa tenda a globalidade, ou seja, a expansão da atividade para o máximo de lugares possíveis, a realização da atividade ocorre na escala local. Como uma cidade, ou partes de uma cidade, podem controlar o fluxo de turistas internacionais vindos de aviões ou cruzeiros? O gerenciamento do fluxo de chegadas internacionais por esses modais não são, geralmente, controlados na escala municipal, o que dificulta ainda mais uma intervenção no fluxo desses passageiros.

Partimos agora para uma discussão mais focada nos cruzeiros marítimos pois, assim como o transporte aéreo, a popularização dos cruzeiros é vista como um dos fatores que impulsionam o *overtourism*. Diversos fatores discutidos até aqui se aplicam as duas formas de transportes tratadas nesse item: viagens de longas distâncias, mobilização de um grande número de pessoas em poucos destinos, possíveis aglomerações e diferenças culturais, impactos sobre o meio físico urbano e / ou natural, entre outros.

⁹⁸ No original lê-se: The falling cost of travel – the rise of the budget airlines and cheap coach travel have all made it easier for people to pay the price of the journey, while holiday time and holiday pay are constraints, more people are taking city breaks, often multiple short haul flights each year. Flights are very frequently cheaper than rail because aircraft fuel is untaxed and the polluter is not paying for the environmental impacts of greenhouse gas emissions. (Goodwin, 2017, p. 5)

⁹⁹ No original lê-se: Transport is larger scale than it was ten years ago. Aircraft, coaches, trains and cruise liners deposit more passengers with each arrival, and they arrive more often. It is very difficult for destinations to impede these flows; national authorities with different priorities manage the facilities, or they are independent of control by the local authority or national park. There is usually more opportunity to control cars through congestion charging and parking restrictions. (Goodwin, 2017, p. 5)

No entanto, os cruzeiros possuem particularidades que fazem com que os mesmo se tornem um símbolo do *overtourism*. Muitos viajantes que escolhem os cruzeiros marítimos como forma de viagem não são turistas, mas sim, *daytrippers*, ou excursionistas. Esses viajantes não passam a noite no local e têm um período pré-definido para consumir o “espaço turístico” dos locais.

[...], o turismo de cruzeiros marítimos e fluviais é visto como um (potencial) problema em cidades como Amsterdam, Barcelona, Bruges, Copenhagen, Lisboa, Salzburg e Tallinn, pois causam grandes números de pessoas que se aventuram nas cidades em horários determinados, obstruindo assim, a cidade. Achados como este confirmam críticas sobre o uso da capacidade de carga como um meio “objetivo” para medir os impactos do turismo e servem como um ponto de cautela para as autoridades municipais que buscam administrar o turismo espalhando os visitantes no tempo ou no espaço ou buscam promover o crescimento do turismo de cruzeiros. (Koens et al., 2018, p. 6, tradução nossa)¹⁰⁰

A pesquisa dos autores citados acima teve como base duas outras pesquisas, uma em cidades maiores (Amsterdam, Barcelona, Berlin, Copenhagen, Lisboa, e Munique) e outra em cidades menores com relação ao desenvolvimento do turismo (Antuérpia, Bruges, Guent, Leuven, Mechelen, Salzburg e Tallin). As pesquisas tiveram um caráter exploratório com ênfase na percepção e nas maneiras de gerenciar o *overtourism* juntamente com o levantamento de possíveis causas para o fenômeno, no lugar de comparar as cidades, suas capacidades de carga ou os níveis de mudança aceitável (LAC).

Em cada cidade, cinco a dez participantes das partes interessadas (*stakeholders*) foram identificadas em cooperação com o governo da cidade ou a organização de gerenciamento de destino local. Os participantes foram propositalmente escolhidos para representar uma série de partes interessadas (residentes, empresas de turismo, fornecedores de serviços de transporte, legisladores e políticos). (Koens et al., 2018 p. 4, tradução nossa)¹⁰¹

Além dos entrevistados citados acima a pesquisa contou com a participação de 150 residentes para entrevistas nas quais buscou-se apreender como esses residentes experenciaram seus encontros com os turistas. O estudo levantou

¹⁰⁰ No original lê-se: [...], sea and river cruise tourism is seen as a (potential) problem in cities like Amsterdam, Barcelona, Bruges, Copenhagen, Lisbon, Salzburg and Tallinn, as it causes large numbers of people to venture into the cities at set times, thus clogging up the city. Findings like this confirm criticisms on using carrying capacity as an ‘objective’ means for measuring tourism impacts and serve as a point of caution for city authorities that seek to manage tourism by spreading visitors in time or place or seek cruise tourism growth. (Koens et al., 2018, p. 6)

¹⁰¹ No original lê-se: In each city, five to ten stakeholders were identified in cooperation with the city’s government or the local destination management organization. Participants were purposefully chosen to represent a range of stakeholders (residents, tourism businesses, transport service providers, policymakers and politicians). (Koens et al., 2018 p. 4)

questões com diferentes impactos e distribuições espaciais que buscaram a percepção dos turistas quanto ao turismo (ver quadro 2).

Os autores afirmam que alguns entrevistados preferiram se referir a pressão dos visitantes em vez de se referirem ao *overtourism*:

Embora os entrevistados tenham considerado, principalmente, o fato de que essas questões têm diferentes impactos, distribuições espaciais e causas, o *overtourism* cada vez mais tornou-se um denominador abrangente para tudo à medida que a pesquisa progredia. Isso fez com que alguns participantes confundissem causas e efeitos de diferentes questões ou mesmo minimizarem a importância do *overtourism*. De fato, participantes preferiram falar sobre a pressão do visitante, pois isso foi considerado mais neutro e não limitou-se ao turismo, mas também a outros visitantes. (Koens et al., 2018 p. 5, tradução nossa)¹⁰²

Quadro 2 - Questões atribuídas ao turismo.

Issue	Type of Impact	Spatial Distribution
Overcrowding in city's public spaces	Overcrowding on streets and pavements, as well as public transport, heavy traffic, loss of local identity	Tourist hotspots and newly developing tourist areas
Pervasiveness of visitor impact due to inappropriate behavior	Noise, disturbance, loss of local identity	Tourist hotspots and newly developing tourist areas
Physical touristification of city centers and other often-visited areas	Loss of amenities for residents due to mono-culture of tourist shops and facilities	Tourist hotspots and city centers
Residents pushed out of residential areas due to AirBnB and similar platforms	Less availability of housing, loss of sense of community and security	Throughout city, mainly near tourist hotspots
Pressure on local environment	Increased waste, water use, air pollution	Throughout the city, near specific sites (harbor, road junctions)

Fonte: Koens et al. (2018)

Levantamos a metodologia e algumas observações dos autores como uma forma de demonstrar a dificuldade em separar os impactos dos turistas dos excursionistas. De fato, quando nos referimos nessa pesquisa a pressão turística ou ao *overtourism*, não estamos nos referindo somente aqueles viajantes que passam a noite no local, chamados propriamente de turistas. Também incluímos na problemática os excursionistas pois esses compõem o conjunto de viajantes que causam percepções negativas quanto a indústria turística nos destinos.

¹⁰² No original lê-se: While interviewees mostly appreciated the fact that these issues have different impacts, spatial distribution and causes, overtourism increasingly became an overarching denominator for all as the research progressed. This made some participants conflate causes and effects of different issues or even play down the importance of overtourism. Indeed, participants preferred to talk about visitor pressure, as this was deemed more neutral and did not limit itself to tourism, but also other visitors. (Koens et al., 2018 p. 5)

Ademais, por mais que se separe esses grupos em duas categorias, turistas e excursionistas, a percepção dos residentes é provavelmente voltada para os visitantes de uma forma geral, ou seja, o *overtourism* se relaciona com a pressão de visitantes, não somente com a pressão dos turistas.

Embora os turistas internacionais sejam frequentemente o grupo mais visível para contribuir com as percepções de *overtourism*, um número grande e crescente de pessoas também utiliza o espaço físico das cidades para outras finalidades. Os visitantes diurnos constituem até 50% das pessoas que visitam a cidade para fins de lazer. Embora esses visitantes se misturem relativamente bem e muitas vezes não sejam vistos como turistas pelos residentes, eles também causam superlotação e aborrecimentos.). (Koens et al., 2018 p. 7, tradução nossa)¹⁰³

O quadro 2 mostra questões interessantes e que dialogam com o *overtourism*, no entanto, destacaremos duas questões: a aglomeração em espaços públicos e a pressão no ambiente local. Tais questões se relacionam com o presente item uma vez que, como já mencionamos, o fluxo de pessoas mobilizado pelos modais discutidos é abundante, em especial a dinâmica de visitação dos cruzeiros parece ser a mais problemática.

Como um cruzeiro tende a ter diversas paradas, os excursionistas têm um tempo limitado nas cidades e tendem a aglomerar-se nos pontos turísticos mais famosos. Em cidades históricas, esses pontos geralmente são espaços públicos e a aglomeração nesses espaços pode levar a percepção de que esses locais não estão disponíveis para os residentes, ainda mais em horários de picos turísticos, como é o caso do desembarque dos cruzeiros que aglomeram os visitantes no tempo e no espaço.

O uso dos espaços públicos pelos visitantes e o sentimento de perda de identidade com os lugares são apontados como fatores relacionados ao *overtourism*. É interessante perceber que os autores preferem utilizar palavras como fatores, questões, ou impactos do que classificar essas questões como causas ou consequências. De fato, as definições vagas de *overtourism* dificultam essa classificação e essa é uma dificuldade que recai inclusive no presente subcapítulo

¹⁰³ No original lê-se: While international tourists are often the most visible group to contribute to perceptions of overtourism, a large and growing number of people also use the physical space in cities for other purposes. Day visitors constitute up to 50% of the people that visit the city for leisure purposes. While these visitors blend in relatively well and are often not viewed as tourists by residents, they also cause overcrowding and annoyances. (Koens et al., 2018 p. 7)

pois causas, consequência, questões e impactos por vezes se confundem quando o tema é o *overtourism*.

O quadro 3 também trata de questões relacionadas ao turismo mas possuem outros dois campos: um para os desenvolvimentos relacionados ao turismo e outro para desenvolvimentos da cidade e da sociedade que estão relacionados as mesmas questões do quadro 2.

Destacamos que a aglomeração em espaços públicos da cidade foi relacionado pelos autores ao aumento do número de turistas, barateamento dos voos, e ao aumento do turismo de cruzeiros no quadro 3. Essa relação exemplifica uma dificuldade em se definir as reais causas do *overtourism*. A dificuldade se refere ao fato das causas estarem relacionadas entre si, enquanto o subcapítulo está separado em grupos de causas.

A escolha por uma apresentação das causas em itens é para facilitar a apreensão dessa pesquisa em uma tentativa de delimitar os assuntos, no entanto, como apontado a pouco, as causas do *overtourism* não podem ser tratadas de forma isolada pois a relação entre elas é evidente e deve ser mencionada ao tratar das causas de forma singular.

Quadro 3 - Questões atribuídas ao turismo.

Issue	Tourism Related Developments	City and Societal Developments
Overcrowding in city's public spaces	Rise of tourist numbers; cheaper flights, increase of cruise tourism	Increase of residents and commuters; flexible work arrangements; increase of residential leisure; increase of online shopping
Pervasiveness of visitor impact	Rise of tourist numbers; tourists moving deeper into city in search for authentic experiences; increase of cruise tourism; tourism spreading policies	Increase of residential leisure; greater connectedness of residents due to social media; popularity of Instagram and social networks
Physical touristification	Rise of tourist numbers; increased dominance of large tourism businesses	Real estate speculation; city modernization; increased costs of city amenities; limitations on restrictions of urban planning
Residents pushed out of residential areas	Rise of tourist numbers; rise of online platforms like AirBnB; tourist desire for authentic experiences;	Real-estate speculation; increase of internet holiday booking; residential gentrification; rising costs of living; limitations on restrictions of urban planning
Pressure on local environment	Rise of tourist numbers; greater use of resources per tourist	Increase of residents and commuters; increase of extreme weather events.

Fonte: Koens et al. (2018)

A pressão sobre o ambiente local, que pode provocar desperdícios de recursos como a água foram pouco mencionadas pelos entrevistados segundo os autores, com a excessão de residentes em locais que já sofrem com um problema relacionado ao ambiente que pode ser exacerbado pelos turistas. "Por exemplo, a falta de água já é um problema em Barcelona no verão, mas é agravado por turistas que usam uma quantidade desproporcional dela." (Koens et al., 2018 p. 7, tradução nossa)¹⁰⁴

Quando a questão era a pressão sobre o meio ambiente local, os entrevistados pareceram não relacionar esses problemas diretamente ao turismo, a excessão é a poluição do ar causada por cruzeiros que foi identificada pelos entrevistados como um problema puramente turístico. De fato, não só os impactos sobre a atmosfera mas também os diversos impactos ao meio natural causados pelos cruzeiros, como a poluição marinha e a erosão causa pelas embarcações, são mais claramente relacionados ao turismo e ao *overtourism*.

Uma exceção aqui é a poluição do ar causada por cruzeiros, que eram vistos como um puro problema de turismo. Questões globais de longo prazo, como as mudanças climáticas não foram tanto relacionadas ao *overtourism*, sugerindo que estejam relacionadas, predominantemente, a um contexto de cidade. (Koens et al., 2018 p. 7, tradução nossa)¹⁰⁵

A questão dos cruzeiros e seus impactos sociais e ambientais são bem elaboradas por Tattara (2015). Nesse artigo, o autor buscou quantificar o impacto dos cruzeiros na cidade de Veneza e esse trabalho foi norteado pela seguinte problemática: "A chegada de navios de cruzeiro cada vez maiores e em crescentes números representam um fardo econômico ou um benefício para a cidade?" (Tattara, 2015, p. 5, tradução nossa)¹⁰⁶

O estudo argumenta que, desde Adam Smith, há uma presunção dos economistas de que uma troca voluntária seria benéfica para as partes envolvidas. No entanto, geralmente, uma troca tem efeitos em terceiros, e este é o caso das embarcações turísticas.

¹⁰⁴ No original lê-se: For example, a lack of water is already a problem in Barcelona in summer, yet it is exacerbated by tourists who use a disproportionate amount of it. (Koens et al., 2018 p. 7)

¹⁰⁵ No original lê-se: An exception here is the air pollution caused by cruises, which was seen as a pure tourism problem. Long-term global issues like climate change were not so much related to overtourism, suggesting that it is related predominantly to a city context. . (Koens et al., 2018 p. 7)

¹⁰⁶ No original lê-se: Does the arrival of ever larger cruise ships in increasing numbers represent an economic burden or a benefit for the city? (Tattara, 2015, p. 5)

Tattara admite que há impactos positivos como, por exemplo, a infraestrutura portuária. Porém, quando se levantam questões como a superlotação das ruas e dos transportes públicos, a poluição atmosférica e marinha, e a erosão causada pelas ondas geradas pelos navios, ficam evidentes as externalidades causadas pelos cruzeiros que provocam custos que, segundo o autor, são arcados pelos residentes.

O fato de os custos dessas externalidades não serem pagos pelas autoridades portuárias ou pelas empresas de cruzeiros marítimos acabam por resultar em um incentivo para a atividade, o que acarreta em uma permanência e expansão desse modo de viajar.

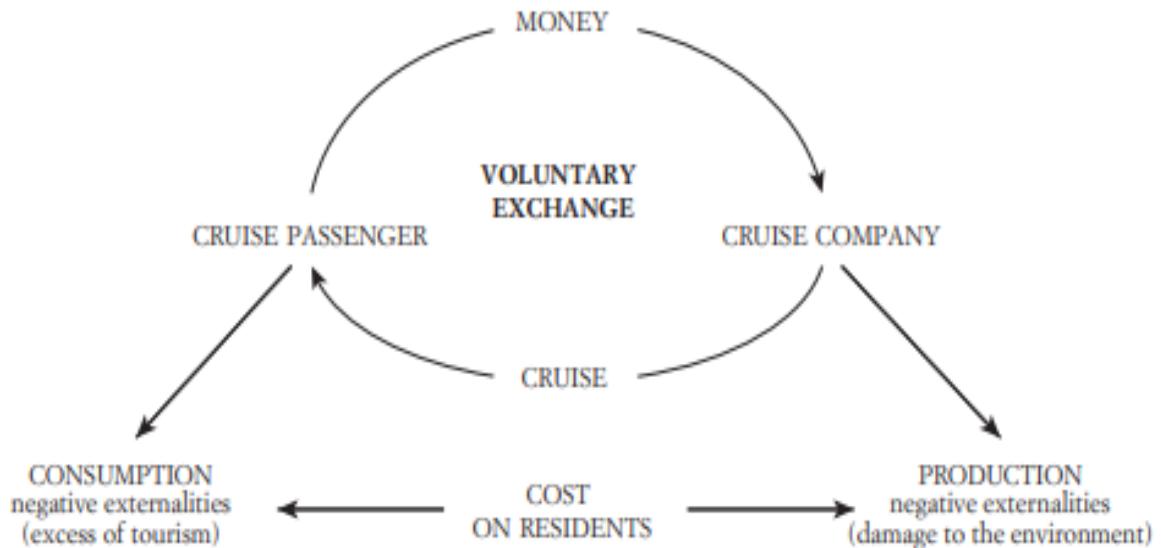
Quem colhe os lucros da atividade de cruzeiros - as empresas, as autoridades portuárias - deixa de fora os custos externos: o custo unitário para as empresas é menor do que o custo unitário que eles teriam que sustentar se suportassem o fardo dos custos externos; considerando que os residentes no centro da cidade não têm escolha senão sustentar esses custos externos. Quando isso ocorre, o frete as empresas têm um forte incentivo para atuar como caronas: isto é, eles se comportam como agentes que obtêm benefícios de recursos ou serviços que exploram, sem pagar o preço relativo por eles. Isso leva a um excesso de produção (oferta excessiva de cruzeiros), resultando em um efeito deletério na vida da cidade. (Tattara, 2015, p. 7, tradução nossa)¹⁰⁷

A palavra *overtourism* não era popular em 2015, logo, o trabalho do autor não menciona o conceito, porém, trata de uma problemática comum aos trabalhos recentes sobre o *overtourism* e utiliza termos como “excesso de turismo”. Dessa maneira, Tattara (2015) argumenta que apesar de haver uma troca voluntária entre os passageiros e as companias de cruzeiros, há externalidades que são custeadas por residentes o que remete a um “excesso de turismo” devido a essa forma de consumo (ver figura 8).

A preocupação com os cruzeiros, portanto, vai além da aglomeração de pessoas no tempo e nos espaços que o desembarque de passageiros pode causar nas cidades, mas também deve-se considerar os impactos ambientais causados pelos mesmos uma vez que são mais perceptíveis pelos residentes o que dialoga com a subjetividade do conceito de *overtourism*.

¹⁰⁷ No original lê-se: Those who reap the profits deriving from cruise activity – the companies, the port authority – leave out of account the external costs: the unit cost for the companies is lower than the unit cost they would have to sustain if they bore the burden of the external costs; whereas the residents in the city centre have no choice but to sustain these external costs. When this occurs, the shipping companies have a strong incentive to act as free riders: that is they behave as agents drawing benefit from resources or services that they exploit without paying the relative price for them. This leads to an excess of production (excessive offer of cruises) resulting in a deleterious effect on the life of the city. (Tattara, 2015, p. 7)

Figura 9 - Esquema da troca voluntária entre passageiros e companhias de cruzeiros e as externalidades custeadas pelos residentes.



Fonte: Tattara (2015)

Ou seja, assim como visto nas entrevistas do trabalho de Koen et al. (2018), os impactos sobre o ambiente são raramente atribuídos ao turismo, no entanto, as externalidades causadas por essas grandes embarcações são percebidas mais claramente como um impacto diretamente relacionado ao turismo.

No entanto, o turismo de cruzeiros, embora numericamente limitado, é especialmente preocupante porque suas multidões visitam a cidade em ondas massivas e concentradas, e porque o meio de transporte utilizado - o grande navio - causa sérios danos ao meio ambiente. (Tattara, 2015, p. 10, tradução nossa)¹⁰⁸

Destacaremos novamente que as aglomerações de visitantes em cidades históricas ocorrem geralmente em espaços públicos, ou seja, os danos a esses espaços também são arcados pelos residentes por meio de impostos o que faz a percepção quanto aos cruzeiros ser cada vez mais negativa pois a apropriação dos benefícios da atividade é privada e desigual enquanto as externalidades são coletivizadas.

Devemos atentar para o fato de que os excursionistas advindos dos cruzeiros marítimos consomem boa parte de suas economias para a viagem no cruzeiro em si.

¹⁰⁸ No original lê-se: Nonetheless, cruise tourism, however numerically limited, is especially worrying because its crowds visit the city in massive, concentrated waves, and because the means of transport used – the large ship – causes serious damage to the environment. (Tattara, 2015, p. 10)

Ou seja, a viagem, as acomodações, a alimentação e outros serviços são oferecidos pelas companias de cruzeiros o que faz com que o consumo nas cidades sejam reduzidos enquanto as externalidades permanecem sendo custeadas pelos residentes.

Por fim, como pontuado acima, os excursionistas gastam menos nas cidades do que os turistas. O quadro 4 compara os gastos dos viajantes de cruzeiros em Veneza. Excursionistas (*No stay*) gastam em torno de 25% daqueles que passam uma noite (*One stay*). A tabela também diferencia os viajantes em transito daqueles que são “*Home port tourists*”, os dados são de 2012.

Quadro 4 - Gastos de turistas de cruzeiros em Veneza, em euros.

	<i>Per capita expenditure*</i>	Transit tourists**	<i>Per capita expenditure*</i>	Home port tourists	<i>Overall expenditure</i>	
					Transit	Home port
No stay	78	198,320	59	462,068	15,478,316	27,509,385
One stay			221	231,034		51,089,374
Two or more stays			332	77,011		25,544,687
Total				770,113		119,621,762

2. Cruise tourist expenditure in the city, in euros.

* Data from *Tourist facilities in ports*.

** From DOSI, *L'impatto economico*, p. 21-22: computed on a total of 1,738,547.

Fonte: Tattara (2015)

Tattara (2015) usou duas fontes de dados para fazer a tabela e por isso aparecem colunas iguais (colunas 1 e 3), destacamos a coluna 3 que compara os gastos per capita dos viajantes de cruzeiros em Veneza com relação ao número de dias que o viajante passa no local. A coluna 3 é reveladora de como os turistas gastam mais que os excursionistas e isso tem impacto na percepção dos residentes uma vez que os ganhos econômicos são reduzidos.

2.2.3 O impacto de plataformas de acomodação como o AirBnB e a produção despaço urbano da cidade.

Nos últimos itens, além de discutir causas do *overtourism* que se relacionam entre si, enfatizamos o foco “pró-crescimento” das diversas partes interessadas quanto a atividade turística. Também, apontamos possíveis contradições nos

relatórios da OMT argumentando que o ênfoque nos benefícios econômicos do turismo ofusca as contradições e os impactos negativos da atividade uma vez que a organização internacional quase sempre dedica parágrafos de seus relatórios para destacar a impotância do turismo para a economia e uma suposta resiliência do setor turístico frente a crises econômicas.

Um exemplo dessa postura é a posição em relatórios recentes da OMT quanto a crise causada no setor devido ao impacto da COVID-19. Para a OMT, o turismo pode servir como um propulsor da recuperação econômica uma vez que já demonstrou um papel de destaque em outros períodos de crise como é o caso da recuperação pós crise de 2007 / 2008.

A seguinte citação revela a posição da OMT frente a crise atual no setor turístico:

O turismo pode ter sido quase paralisado pela COVID-19, mas a indústria - que responde por 10 por cento do PIB global - encontra-se em uma posição única para ajudar a colocar a economia global de pé, uma vez que a pandemia tenha passado. (UN NEWS, 2020, tradução nossa)¹⁰⁹

Mesmo com o caos do setor turístico provocado pela Covid-19 a OMT, pelo seu secretário-geral, Zurab Pololikashvili, enfatiza que o turismo: “emprega um em cada 10 trabalhadores em todo o mundo e tem um histórico comprovado de resiliência durante a crise financeira de 2008-2009 e o surto de SARS de 2003”¹¹⁰.

Essa última citação é chave para a discussão do presente item pois foi no contexto de recuperação econômica pós-crise de 2008-2009 que instaurou-se o chamado capitalismo de plataforma pelo desenvolvimento da chamada economia compartilhada (*sharing economy*) que teve impactos sobre o desenvolvimento do turismo, especialmente por conta das plataformas digitais de aluguel por curtos períodos de tempo como o Airbnb e a Homeaway.

Os últimos anos viram o surgimento da chamada economia compartilhada (também conhecida como consumo colaborativo), no quadro de um estilo de vida em que se atribui mais importância à partilha de bens do que possuí-los (“usar em vez de possuir”). Com este sistema, os consumidores se beneficiam de menores custos do uso bens e serviços ao mesmo tempo que evitam o desperdício de recursos (Leismann et al.,

¹⁰⁹ No original lê-se: Tourism may have been brought to a near-standstill by COVID-19, but the industry – which accounts for 10 per cent of global GDP – finds itself in a unique position to help put the global economy back on its feet, once the pandemic has passed. (UN NEWS, 2020)

¹¹⁰ TOUGH TIMES FOR TOURISM, BUT UN TRAVEL ORGANIZATION PREDICTS HOLIDAY TRAFFIC WILL RETURN. UN NEWS. 17 de abr. 2020. Disponível em:<<https://news.un.org/en/story/2020/04/1062022>>. Acesso em: 01 de jun. 2021

2013). O consumo colaborativo tem sido impulsionado pelo desenvolvimento de plataformas de Internet que facilitam as relações entre pares. (Gutiérrez et al., 2017, p. 1, tradução nossa)¹¹¹

Apesar dos autores citados acima falarem de uma mudança no padrão de consumo onde o uso se sobressai sobre a posse, ainda há, no nosso entendimento, uma imposição do valor de troca sobre o valor de uso. As plataformas digitais permitiram o acesso a serviços mais baratos devido a negociação pessoa a pessoa (P2P), no entanto, podem se beneficiar economicamente, do lado da oferta, somente aqueles que possuem propriedades.

Ademais, o uso é subjugado pela troca / posse pois o que determina o uso é justamente o consumo, que no caso das plataformas de acomodação, é voltado, principalmente, aos turistas e é justamente por isso que essas plataformas não representam uma mudança na lógica da propriedade privada e na imposição do valor de troca sobre o valor de uso dos espaços. Em suma, no lugar de pensarmos essas plataformas como uma mudança onde o uso se sobressai sobre a posse, vemos, na verdade, novos atores com estruturas disponíveis para consumo o que aumenta a competitividade entre os serviços mas mantém a imposição da lógica da propriedade privada.

Novamente, enfatizamos o contexto de popularização das plataformas digitais pois esse nos fornece a oportunidade de compreendermos melhor a maneira pela qual essas plataformas serviram como uma forma do capitalismo recuperar o crescimento econômico frente a crise imobiliária. Essa perspectiva merece ser melhor estudada pois o chamado “capitalismo de plataforma” pode ser considerado, futuramente, uma mudança radical na forma como o capital busca sua reprodução.

O capitalismo industrial, deu lugar, no século XX ao capitalismo financeiro onde o capital buscou superar a crise do valor por meio da aplicação de capitais em outros setores como é o caso do setor imobiliário e do turismo. Dessa forma, com o sistema imobiliário em crise em 2008/2009 faz sentido o capital voltar-se para outras formas e estratégias de (re)produção e é justamente nesse ponto que podemos conceber o

¹¹¹ No original lê-se: The last few years have seen the emergence of the so-called sharing economy (also known as collaborative consumption), within the framework of a lifestyle in which more importance is attached to sharing goods than to owning them (“using rather than owning”). With this system, consumers benefit from lower costs for using goods and services at the same time as they avoid wasting resources (Leismann et al., 2013). Collaborative consumption has been driven by the development of Internet platforms that facilitate peer-to-peer relations. (Gutiérrez et al., 2017, p. 1)

desenvolvimento do turismo e das plataformas digitais como maneiras pelas quais o capital buscou superar a crise do valor.

Srnicek afirma que a ascensão das plataformas pode ser entendida como uma resposta direta ao Crise de 2008, após a qual “o capitalismo se voltou para os dados como uma forma de manter o crescimento econômico e a vitalidade diante de um setor produtivo lento” (2017, p. 6). As plataformas digitais são uma arena particularmente sedutora para a busca da acumulação de capital em uma era de estagnação, em que “a capacidade de escalar rapidamente muitos negócios de plataforma, contando com a infraestrutura pré-existente e custos marginais baratos significa que há poucos limites naturais para o crescimento” (Srnicek, 2017, p. 45). Desta forma, as plataformas oferecem uma arena inteiramente nova - ciberespaço - em que busca-se soluções de espaço-tempo para a crise de superacumulação. (Fletcher et al., 2019, p. 6, tradução nossa)¹¹²

Assim como os cruzeiros, o Airbnb aparece como um grande “vilão” quando o tema é o *overtourism*. A popularização e instauração da plataforma nas cidades é vista como uma causa direta do *overtourism* por diversos fatores mas destacam-se duas questões principais. A primeira, o Airbnb “espalhou” os turistas para áreas das cidades que haviam poucos hoteis ou outras formas de acomodação. Segundo, essas plataformas causam aumento no preço de alugueis e imóveis que poderiam ser adquiridos por residentes uma vez que é, geralmente, mais vantajoso alugar imóveis por curtos períodos no lugar de alugar para um residente

Mais importante ainda, os custos relativamente baixos do Airbnb são uma grande atração. Os anfitriões do Airbnb podem definir um preço muito competitivo para seus espaços porque os principais custos fixos (por exemplo, aluguel e eletricidade) já estão cobertos; Anfitriões geralmente têm custos de mão de obra mínimos ou nenhum, geralmente não dependem exclusivamente de sua receita do Airbnb e geralmente não cobram impostos (Guttentag, 2013). (Gutiérrez et al., 2017, p. 2, tradução nossa)¹¹³

O impacto da turistificação dos centros das cidades e das plataformas de alojamento *online* também precisam de mais esclarecimentos. Sem dúvida, o turismo impactou fortemente os centros das cidades e os subúrbios, mas esse impacto pode, pelo menos parcialmente, ser atribuído ao desenvolvimento do setor imobiliário. Depois da crise econômica de 2008 e a consequente quebra do mercado imobiliário, tornou-se mais

¹¹² No original lê-se: Srnicek contends that the rise of platforms can be understood as a direct response to the 2008 crisis, in the aftermath of which “capitalism has turned to data as one way to maintain economic growth and vitality in the face of a sluggish production sector” (2017, p. 6). Digital platforms are a particularly seductive arena for pursuit of capital accumulation in an era of general stagnation, in that “the ability to rapidly scale many platform businesses by relying on pre-existing infrastructure and cheap marginal costs means that there are few natural limits to growth” (Srnicek, 2017, p. 45). In this way, platforms offer an entirely new arena – cyberspace – in which to pursue time-space fixes for the overaccumulation crisis. (Fletcher et al., 2019, p. 6)

¹¹³ No original lê-se: Most importantly, Airbnb’s relatively low costs appear to be a major draw. Airbnb hosts are able to price their spaces very competitively because the hosts’ primary fixed costs (e.g. rent and electricity) are already covered; hosts generally have minimal or no labour costs, do not usually depend solely on their Airbnb revenue and generally do not charge taxes (Guttentag, 2013). (Gutiérrez et al., 2017, p. 2)

atraente para proprietários de casas alugar propriedades para turistas, em vez de vendê-las com prejuízo. (Koens et al., 2018, p. 8, tradução nossa)¹¹⁴

A questão dos anfitriões serem expulsos de áreas residenciais próximas ao centro da cidade devido ao AirBnB e plataformas semelhantes aparece como uma questão nos quadros 2 e 3, apresentados no último item, e como impactos associados a essa questão estão a menor disponibilidade de habitação, a perda de senso de comunidade e segurança.

A turistificação física dos centros das cidades e outras áreas turísticas está relacionada, principalmente, a mudanças no cenário de varejo que cada vez mais se adapta às compras voltadas a turistas (*fun-shopping*) e ao consumo de alimentos no lugar de lojas locais. O impacto do AirBnB e de provedores de acomodação semelhantes pode ser visto como uma forma nova e ligeiramente diferente de turistificação. Embora o aluguel de casas privadas tenha um longo histórico, provedores de internet como o AirBnB causaram um crescimento explosivo de tais ofertas de acomodação. Ao contrário de outras formas de turistificação física, AirBnB e provedores semelhantes impactam bairros em toda a cidade, levando a um deslocamento de pessoas ao invés de serviços. Além disso, os moradores reclamam do barulho, mas também de uma sensação mais geral de insegurança, pois nunca tem certeza de quem habita essas propriedades alugadas. (Koens et al., 2018, p. 6, tradução nossa)¹¹⁵

A perda do senso de comunidade ou de identidade com os lugares também é apontada como fator relacionado ao *overtourism* mas é associada a outras causas do mesmo, como as aglomerações em espaços públicos causadas pelo aumento de chegadas internacionais que por sua vez está relacionada com outros fatores como o barateamento das viagens aéreas e a popularização dos cruzeiros. Mais uma vez, as causas / fatores do *overtourism* se manifestam associados entre si.

Além dessa associação de fatores, devemos nos atentar para o fato de que os mesmos têm uma relação com o desenvolvimento do turismo sob o capitalismo. Ao (re)produzir os espaços urbanos espera-se que o capital busque utilizar todos os

¹¹⁴ No original lê-se: The impact of the touristification of city centers and online accommodation platforms also needs further clarification. Undoubtedly, tourism has strongly impacted city centers and suburban neighborhoods, but this impact can at least partially be attributed to real-estate developments. After the economic crisis of 2008 and the subsequent crash of the real-estate market, it became more attractive for house owners to rent out properties to tourists, rather than sell them at a loss. (Koens et al., 2018, p. 8)

¹¹⁵ No original lê-se: Physical touristification of city centers and other tourist areas is related mostly to the changing retail landscape, which increasingly gets tailored to fun-shopping and food consumption rather than local shops. The impact of AirBnB and similar accommodation providers can be seen as a new and slightly different form of touristification. Although private house rental has a long history, internet providers such as AirBnB have caused an explosive growth of such accommodation offerings. Contrary to other forms of physical touristification, AirBnB and similar providers impact neighborhoods throughout the city, leading to a displacement of people rather than services. In addition, residents complain about noise, but also a more general sense of insecurity as they never are quite certain who inhabits these rented properties. (Koens et al., 2018, p. 6)

recursos que tem a disposição em prol da reprodução do mesmo, sendo assim, podemos interpretar esses fatores como novas formas de manifestação do turismo de massa que buscam uma valorização dos espaços ao sobrepor o valor de troca sobre o valor de uso. Sendo assim, as necessidades do turismo de massa e o do capital são assegurados enquanto os custos e contradições permanecem como problemas sociais e não como problemas do sistema econômico.

Porém, apesar dos diversos impactos causados pelos fatores discutidos nesse subcapítulo, é preciso diferenciar um local que sofre com a pressão turística, de outro, onde além dessa pressão manifesta-se o *overtourism*. Dodds e Butler (2018) argumentam que o fenômeno é particularmente notado em centros urbanos. Por mais que alguns autores admitam a possibilidade do *overtourism* em espaços não urbanos, a percepção dos impactos do turismo em uma cidade é maior pois o turismo acaba, por vezes, intensificando problemas urbanos já existentes.

Sobre o *overtourism* e a problemática das plataformas de acomodações os autores afirmam:

É um fenômeno particularmente notado nos centros urbanos: Veneza, Barcelona, Roma, Dubrovnik e Praga são lugares onde manchetes têm sido gravadas sobre protestos contra o número de turistas (Dodds e Butler, 2019). O que esses lugares têm em comum, com muitas outras cidades, é uma proporção relativamente alta de residentes instruídos e articulados, muitos dos quais não estão envolvidos ou não se beneficiam, pelo menos diretamente, do turismo e têm probabilidade de se manifestar em oposição a um número excessivo de visitantes. Para alguns, senão muitos deles, o turismo e os turistas são na melhor das hipóteses, uma necessidade econômica e, em alguns casos, uma inconveniência e um incômodo muito real, competindo por vagas de estacionamento, por serviços em lojas e escritórios, por acomodações (por alugar para férias e comprar para uma segunda casa) e contribuir com lixo, congestionamento e ruído para a paisagem urbana. Tal situação nas cidades foi agravada pelo crescimento de sites baseados em plataformas de alojamento web como o AirBnB, que se argumenta, não estão apenas em competição por unidades residenciais com residentes locais, mas também permitindo e encorajando tacitamente acomodações ilegais e não licenciadas de aluguel, às vezes com resultados anti-sociais (Gutiérrez et al., 2017). Protestos em cidades como Edimburgo, Palma e Paris resultaram em ação do governo local ou ameaça de ação para controlar e limitar tais empreendimentos de acomodação em resposta a tais protestos. (Dodds e Butler, 2019b, n. p, tradução nossa)¹¹⁶

¹¹⁶ No original lê-se: It is a phenomenon particularly noted in urban centres: Venice, Barcelona, Rome, Dubrovnik and Prague are all places in which headlines have been recorded protesting at tourist numbers (Dodds and Butler, 2019). What such places have in common, with many other cities, is a relatively high proportion of educated and articulate residents many of whom are not involved or who do not benefit, at least directly, from tourism and are likely to be vocal in opposition to excessive numbers of visitors. To some, if not many of them, tourism and tourists are at best an economic necessity, and in some cases, a very real inconvenience and nuisance, competing for road and parking space, for service in shops and offices, for accommodation (for rent for holidays and purchase for second homes) and contributing litter, congestion and noise to the urban landscape. Such a situation in cities has been compounded by the growth of web-based accommodation platforms such as AirBnB, which it is argued, are not only in competition for residential units with local residents, but also allowing and tacitly

Nesse ponto podemos, talvez, capturar a disrupção entre o turismo de massa e o *overtourism*. Quando residentes começam a protestar e esses protestos passam a ser destacados por jornais e outros veículos de comunicação está clara a percepção negativa com relação ao turismo. A identificação do turismo como um problema urbano, sendo, por vezes, apontado como protagonista entre outras questões é algo recente.

Plataformas como AirBnB e Homeaway poderiam ser vistas como soluções para a concentração de turistas, no entanto, o que parece ocorrer é que os problemas relacionados aos turistas se expandem para bairros residenciais no lugar de estarem concentrados em pontos turísticos da cidade. Ai está o papel de destaque dessas plataformas quanto ao *overtourism*, pois as mesmas têm impacto na cidade em sua totalidade e não somente em partes dela.

Ao fornecer a oportunidade para residentes comuns (e cada vez mais, grandes empresas também) para oferecer seus espaços privados para aluguel para turistas que chegam, Airbnb, junto com uma série de plataformas semelhantes, embora menores, possibilitaram uma expansão dramática do turismo em áreas que antes estavam fora dos principais circuitos turísticos. Consequências comuns desta expansão incluem aumentos nos preços de imóveis e aluguel e subsequente deslocamento de residentes em favor de visitantes transitórios, transformando assim o caráter de bairros inteiros e paisagens urbanas (ver Blanco-Romero, Blazquez-Salom, & Canoves, 2018; Cocola-Gant & Gago, 2019). (Fletcher et al., 2019, p. 6, tradução nossa)¹¹⁷

A definição da OMT (2018a) quanto ao *overtourism* descreve que este é impacto excessivo do turismo na cidade ou em partes dela. Tais impactos influenciariam a percepção negativa quanto ao turismo devido a associação da atividade a queda na qualidade de vida e / ou da experiência turística. Essa definição admite que o fenômeno pode se manifestar em partes da cidade no lugar de afetar a cidade como um todo.

Esse mesmo relatório ainda argumenta que os congestionamentos turísticos são normalmente localizados no lugar de serem um problema amplo nas cidades.

encouraging illegal and unlicensed rental of accommodation, sometimes with anti-social results (Gutiérrez et al., 2017). Protests in cities such as Edinburgh, Palma and Paris have resulted in local government action or threat of action to control and limit such accommodation enterprises in response to such protests. (Dodds e Butler, 2019b, n. p)

¹¹⁷ No original lê-se: In providing the opportunity for ordinary residents (and increasingly, large firms as well) to offer their private spaces for rental to inbound tourists, Airbnb, along with a number of similar if smaller platforms, has enabled a dramatic expansion of tourism into areas previously outside of the major tourism circuits. Common consequences of this expansion include sharp increases in real estate and rental prices and subsequent displacement of residents in favor of transient visitors, thereby transforming the character of entire neighborhoods and cityscapes (see esp. Blanco-Romero, Blazquez-Salom, & Canoves, 2018; Cocola-Gant & Gago, 2019). (Fletcher et al., 2019, p. 6)

Talvez por isso, a OMT traga na sua definição a possibilidade de somente partes da cidade sofrerem com o fenômeno.

O congestionamento turístico é comumente localizado ao invés de um problema de toda a cidade. Pressão turística está predominantemente ligada a áreas populares da cidade ou atrações principais. No entanto, mesmo na maioria cidades visitadas, é possível encontrar áreas onde apenas poucos ou mesmo nenhum turista pode ser visto. Tais áreas muitas vezes podem ser encontradas perto das principais atrações turísticas ou áreas centrais. (OMT, 2018a, p. 5, tradução nossa)

Koens et al. (2018) seguem uma perspectiva semelhante:

Os impactos do *overtourism* não abrangem toda a cidade - o *overtourism* é predominantemente observado em (cada vez mais) partes populares da cidade, em determinado horário ou durante determinados eventos. Mesmo que isso signifique que existam áreas com atividade turística limitada, os residentes ainda podem perceber o *overtourism*. Não é um conceito que pode ser medido objetivamente; (Koens et al., 2018, p. 9, tradução nossa)¹¹⁸

A citação dos autores acima nos parece contraditória pois admite-se que o *overtourism* não abrangem toda a cidade pois é observado em partes populares da cidade mas ao mesmo tempo ressaltam que os residentes em áreas onde a atividade é limitada podem perceber o *overtourism*. Ora, se os residentes dessas áreas não populares para o turismo percebem o *overtourism*, como não se trata de um problema da cidade como um todo?

Residentes de locais próximos as atividades turísticas possivelmente tendem a uma percepção mais negativa do que outros que estão afastados devido aos problemas relacionados a aglomerações, no entanto, como foi discutido aqui, os impactos do turismo se espalharam para outros pontos da cidade com a popularização das plataformas de acomodação digitais, ou seja, mesmo que os turistas se concentrem em pontos específicos da cidade, os impactos ocorrem na cidade como um todo.

Além disso, em se considerando a cidade como uma totalidade, ainda que fragmentada, faz-se necessário reconhecer que uma vez afetado um fragmento, a totalidade não é mais a mesma. Trazendo-se essa reflexão para a realidade concreta, quando se produz a valorização imobiliária em um fragmento da cidade, toda ela se ressente com esse processo.

¹¹⁸ No original lê-se: Overtourism impacts are not city-wide—Overtourism is predominantly observed in (increasingly) popular parts of the city, at a certain time or during certain events. Even though this means that there are areas with limited tourism activity, residents can still perceive overtourism. It is not a concept that can be objectively measured; (Koens et al., 2018, p. 9)

Gutiérrez et al. (2017), já citados nesse item, realizaram um estudo do impacto das plataformas digitais de acomodação em Barcelona, em especial, buscaram captar a distribuição espacial das acomodações fornecidas pelo Airbnb em comparação a oferta de acomodações formais (hoteis). Os seguintes dados são interessantes para refletir sobre os impactos espaciais do Airbnb e colocam em xeque a questão do fenômeno do *overtourism* ser somente localizado pois verifica-se impactos em diversos pontos da cidade.

Do ponto de vista da distribuição espacial dos impactos do Airbnb dentro das cidades, argumentou-se que as listagens do Airbnb são mais dispersas do que os hotéis, então os hóspedes do Airbnb podem ter uma tendência espacial de dispersar seus gastos em bairros que normalmente não recebem muitos turistas (ver Guttentag, 2014). Estudos sobre o impacto econômico realizados pela Airbnb mostram que a maioria das propriedades da Airbnb (74%) estão fora dos principais distritos hoteleiros, 79% dos viajantes querem explorar um bairro específico, e 42% dos gastos dos hóspedes são nos bairros onde os viajantes ficaram (<https://www.airbnb.co.uk/economic-impact>). (Gutiérrez et al., 2017, p. 3, tradução nossa)¹¹⁹

Um exemplo é a concentração de hoteis e outras acomodações nos centros das cidades que parecem influenciar somente esse local, porém, com o aumento do preço dos alugueis frente a processos de gentrificação e / ou turistificação, os residentes desses locais podem ter dificuldade em se manterem nesses espaços colocando pressão sobre outras áreas da cidade uma vez que aumenta a demanda por residências.

Se o Airbnb mostra uma tendência clara de expansão nos centros históricos, isso poderia agravar os problemas de aglomeração e gentrificação turística que algumas dessas áreas têm de suportar em certas cidades patrimoniais (Russo, 2002; Neuts e Nijkamp, 2012). Esta não é apenas uma questão de coexistir com crescente turismo de massa, mas as casas também sofreriam com o aumento dos aluguéis trazido pela progressiva expansão do Airbnb e outras plataformas de aluguel de apartamentos. O problema não derivaria tanto (pelo menos por enquanto) da quantidade de acomodações fornecidas pelo Airbnb em cada cidade, mas pela concentração em áreas que já estão sujeitas a fortes pressões do turismo e dos processos associados de gentrificação. (Gutiérrez et al., 2017, p. 3, tradução nossa)¹²⁰

¹¹⁹ No original lê-se: From the perspective of the spatial distribution of the Airbnb impacts within the cities, it has been argued that Airbnb listings are more scattered than hotels, so Airbnb guests may be especially likely to disperse their spending in neighbourhoods that do not typically receive many tourists (see Guttentag, 2014). Economic impact studies carried out by Airbnb show that most Airbnb properties (74%) are outside the main hotel districts, 79% of travellers want to explore a specific neighbourhood, and 42% of guest spending is in the neighbourhoods where travellers stayed (<https://www.airbnb.co.uk/economic-impact>). (Gutiérrez et al., 2017, p. 3)

¹²⁰ No original lê-se: If Airbnb shows a clear tendency towards expansion in historic centres, then this could aggravate the problems of crowding² and tourism gentrification³ that some of these areas have to support in certain heritage cities (Russo, 2002; Neuts and Nijkamp, 2012). This is not only a question of coexisting with ever-growing mass tourism, but homes would also suffer from rising rents brought about by the progressive expansion of Airbnb and other apartment rental platforms. The problem would not so much derive (at least for

Logo, a escala do fenômeno deve ser compreendida para que se possa afirmar que o *overtourism* pode ocorrer somente em partes da cidade, não podemos confundir a concentração de pessoas nos locais com a concentração dos impactos. A atividade turística pode ser localizada, porém, seus impactos são mais abrangentes, podendo gerar impactos e percepções negativas de residentes afastados das áreas populares para o turismo.

Porém, essa confusão dos autores é provavelmente derivada da definição vaga e ampla de *overtourism*. Logo, confundem-se os impactos da atividade turística com a percepção desses impactos. Também, parece haver uma dificuldade de capturar a escala do fenômeno do *overtourism* uma vez que esse fenômeno não pode ser quantificado já que se trata da percepção das pessoas e essas podem ser as mais diversas.

O impacto das plataformas P2P também é citado em Goodwin (2017):

As plataformas de desintermediação e P2P estão criando problemas no mercado imobiliário, forçando o aumento dos aluguéis, deslocando aqueles de baixa renda e criando distúrbios em bairros residenciais. Airbnb e portais semelhantes tornaram mais fácil encontrar preços acessíveis para acomodação permitindo que mais pessoas viajem. (Goodwin, 2017, p.5, tradução nossa)¹²¹

A desintermediação permite que a população local e os segundos proprietários maximizem sua receita de propriedades residenciais. Isso também significa que os turistas agora estão hospedados em mais bairros residenciais; eles estão muito mais próximos dos residentes. (Goodwin, 2017, p.5, tradução nossa)¹²²

A proximidade entre turistas e residentes faz com que o comportamento dos primeiros seja mais impactante para os segundos. A discussão quanto ao impacto do comportamento dos turistas será discutida no próximo item. Por ora, voltaremos a discussão para os processos de gentrificação turística ou o chamado processo de turístificação.

Os problemas no mercado imobiliário causado pelas plataformas digitais de acomodação forçam parte da população a procurem outros pontos da cidade para

the time being) from the quantity of accommodations supplied by Airbnb in each city, but from its concentration in areas that are already subjected to strong pressure from tourism and the associated processes of gentrification. (Gutiérrez et al., 2017, p. 3)

¹²¹ No original lê-se: Disintermediation and P2P platforms are creating problems in the housing market, forcing up rents, displacing those on low incomes and creating disturbance in residential neighbourhoods. Airbnb and similar portals have made it easier to find affordable accommodation enabling more people to travel.

¹²² No original lê-se: Disintermediation enables local people and second homeowners to maximise their revenue from residential property. It also means that tourists are now staying in more residential neighbourhoods; they are in much closer proximity to residents.

morar e caracterizam um processo de gentrificação turística. Turística pois o fator que está causando a gentrificação é justamente o aumento dos alugueis e do custo de vida local causado pelas demandas dos turísticos.

Mais do que um aumento nos alugueis e no preço dos serviços, a demanda turística pode descharacterizar um bairro por conta de mudanças no varejo e nos serviços locais disponíveis. Conforme aumenta a pressão turística, seja pelos números de viajantes, seja pela expansão da espacialização dos mesmos, há um incentivo maior para as lojas e serviços locais concentrarem a oferta para os turistas em detrimento dos residentes.

Peeters et al. (2018) apontaram a gentrificação como um impacto do *overtourism* nos estudos de caso das seguintes cidades / locais: Ayia Napa – Cyprus; Byron Bay – Australia; Dublin – Irlanda; Lisboa – Portugal; Mallorca – Espanha; Old Town Square – Praga; Reykjavik – Islândia; centro histórico de Riga – Latvia; Rio de Janeiro – Brasil; centro histórico de Salzburg – Austria; Stockholm – Suécia; Veneza – Itália; Vilnius Old Town – Lituânia; centro histórico de Warsaw – Polônia.

Os autores levantaram a gentrificação como um impacto do *overtourism* nas cidades, porém, seria mais preciso, ao nosso ver, se os mesmos tivessem apontado esse processo como um possível impacto do desenvolvimento do turismo de massa, umas vez que o *overtourism* é constatado a partir de percepções e não diretamente de impactos.

Ou seja, o local pode até sofrer com o processo de gentrificação causado, principalmente, pelo turismo, no entanto, a percepção desse processo pode não ser realizada pelos residentes. Novamente, o relatório solicitado pela TRAM parece confundir um local que sofre os impactos do turismo de massa com outro onde esses impactos são percebidos como causadores da queda da qualidade de vida e / ou da experiência turística no local, o que caracterizaria o *overtourism*.

Não estamos argumentando que as cidades citadas não sofrem com fenômeno do *overtourism*. Para fazer essa afirmação, seriam necessários estudos de caso. No entanto, a classificação do *overtourism* em Peeters et al. (2018) parece englobar diversas cidades onde o turismo de massa se tornou um problema, no lugar de captar a percepção dos residentes ou dos turistas quanto a atividade.

As definições de *overtourism* disponíveis parecem englobar todos os problemas relacionados a atividade em um determinado local, mas, se limitarmos o *overtourism*

aos impactos negativos da atividade turística, não haveria necessidade de cunhar esse novo termo. A problemática do *overtourism* é relevante pois busca tratar de um fenômeno recente, que é, justamente, a percepção negativa das pessoas quanto a atividade, logo, para constatar o *overtourism* em uma cidade, seria necessário captar essas percepções e não somente os impactos que geram tais percepções.

Dodds e Butler (2019a) não chegam a se referir a processos de gentrificação e turistificação mas apontam a competição por espaço, amenidades e serviços como um dos fatores impulsionadores do *overtourism*.

Mais e mais visitantes estão fazendo uso de acomodações privadas, que são agora facilmente acessíveis através da internet e em alguns casos os residentes estão ficando insatisfeitos, tanto com o número de visitantes que chegam quanto com a forma como as acomodações de férias está sendo fornecida. Em essência, o problema é uma incompatibilidade entre instalações e serviços para visitantes (e, em alguns casos, residentes), como estacionamento, ingressos para atrações e shows, espaço nos serviços de transporte, amenidades gerais e fornecimento de acomodações privadas frequentemente não licenciadas e não registradas. O resultado é que os moradores estão sendo expulsos. A plataforma mais bem-sucedida e mais criticada para acessar acomodações privadas é Airbnb, que foi lançado em 2008. O Airbnb dobrou o número de reservas de suas propriedades listadas todos os anos desde 2008, atingindo 130 milhões de hóspedes em 2017 (Somerville, 2018) e globalmente em 2018 havia mais de cinco milhões nas listagens do Airbnb. Essas listagens não estão todas nas áreas de turismo convencional. [...] Isso trouxe o turismo para áreas residenciais, o que significa que o turismo agora impacta as pessoas que não tradicionalmente estão envolvidas com o turismo, e que não têm interesse nisso. Os impactos incluem ter novos vizinhos todos os dias nos apartamentos dos edifícios, longas filas em cafés locais, ônibus e trens lotados, e ausência de locais para estacionamento em lojas locais. Embora popular entre os viajantes, o Airbnb é visto como um inovador disruptivo (Christensen e Raynor, 2003). (Dodds e Butler, 2019, p. 12, tradução nossa)¹²³

Recorremos novamente aos quadros 2 e 3 retirados do trabalho de Koen et al. (2018) onde uma das questões apontadas para o *overtourism* é a “turistificação

¹²³ No original lê-se: More and more visitors are making use of private accommodation, which is now easily accessible via the internet and in some cases residents are becoming unhappy, both with the number of visitors arriving and the way in which holiday accommodation is being provided. In essence, the problem is a mismatch between facilities and services for visitors (and in some cases residents), such as parking, tickets for attractions and shows, space on transportation services and general amenities, and provision of often unlicensed and unregistered private accommodation. The result is that residents are being crowded out. The most successful and most criticised platform for accessing private accommodation is Airbnb, which was launched in 2008. Airbnb has doubled the number of bookings for its listed properties every year since 2008, reaching 130 million guests in 2017 (Somerville, 2018), and globally as of 2018 there were over five million Airbnb listings. These listings are not all in mainstream tourism areas. [...] This has brought tourism into residential areas, which has meant that tourism now impacts people not traditionally involved in tourism, and who have no interest in it. Impacts include having new neighbours every day in apartment buildings, long queues at local coffee shops, crowded buses and trains, and no parking spaces at local stores. While popular among travellers, Airbnb is viewed as a disruptive innovator (Christensen and Raynor, 2003) (Doods e Butler, 2019, p. 12)

física" do local que teria impactos como a perda de serviços por conta da "monocultura do turismo".

Historicamente, a gentrificação se refere a um processo de aburguesamento de certos bairros e áreas da cidade (Mendes, 2017). Ocorreria, geralmente, em bairros com uma história de desinvestimento de capital e uma suposta degradação urbanística. No entanto, o processo de gentrificação:

Corresponde, nos seus mais variados moldes, a um fenômeno de substituição social classista e de reapropriação pela burguesia – e da própria e respectiva ideologia neoliberal e ordem simbólica subjacentes – dos espaços de habitat populares das áreas antigas centrais. É um processo de mudança urbana, no qual a reabilitação de imóveis residenciais situados em bairros da classe trabalhadora ou de gênese popular/tradicional atrai a fixação de novos moradores relativamente endinheirados, levando ao desalojamento e à expulsão de ex-residentes que não podem mais pagar o aumento dos custos de habitação que acompanham a regeneração urbana que o processo comporta, culminando com um aprofundamento da segregação residencial e divisão social do espaço urbano (Smith, 1979). (Mendes, 2017, p. 489)

Segundo Mendes (2017), os processos de gentrificação contemporâneos tornaram-se cada vez mais complexos, não se resumindo mais por mudanças no setor residencial e na habitação mas abraangem também a geografia funcional da cidade, englobando o comércio, o turismo e a governança. É por isso, segundo o autor, que chegou-se a se falar também em gentrificação turística, comercial, ideológica/moral.

Dessa forma, a gentrificação turística seria resultado de uma economia política voltada para o turismo onde essa atividade, por meio da turistificação dos bairros, expulsaria os atuais residentes para requalificar o bairro em função do turismo local. Mendes (2017) traz o exemplo do centro de Lisboa para discutir essa questão:

Especialmente no contexto de pós-crise financeira, a estrutura urbana, social e econômica de Lisboa foi profundamente transformada para acomodar a crescente demanda do turismo internacional. O turismo no centro de Lisboa parece ser percepcionado pelos poderes públicos e pela própria iniciativa privada como uma espécie de "panaceia" que pode curar todas as doenças da crise urbana. Tem havido alguma discussão ultimamente sobre se a turistificação é uma espécie de gentrificação, uma vez que os processos muitas vezes compartilham características comuns um com o outro. (Mendes, 2017, p. 490)

Então adotamos nessa pesquisa o mesmo entendimento de gentrificação turística de Mendes (2017):

[...] entendo a "gentrificação turística" como a transformação dos bairros populares e históricos da cidade/centro em locais de consumo e turismo, mediante a expansão da função de recreação, lazer ou alojamento turístico (como, por exemplo, apartamentos turísticos e arrendamento de curta duração – *short rental*), que começa a substituir gradualmente as funções tradicionais da habitação para uso permanente, arrendamento a longo prazo e comércio local tradicional de proximidade, agravando

tendências de desalojamento e segregação residencial, esvaziando os bairros de sua população original ou impedindo população de baixo estatuto socioeconômico de aceder a habitação nessas áreas. (Mendes, 2017, p. 491)

Esses processos são claramente influentes sobre o *overtourism* pois a turistificação de um bairro dificilmente passa desapercebida por aqueles que moram no local. Quando lojas e serviços, que antes atendiam os residentes, passam a ter a demanda turística como principal fonte de receita, altera-se toda a dinâmica que constituía o bairro o que faz com que os residentes se vejam depreciados pelos serviços locais ou incapazes de competir com o preço que os turistas estão dispostos a pagar pelos diversos serviços e acomodações.

Por fim, a perda de identidade com o local / bairro é mais uma vez um fator que entra nessa relação e pesa sobre a percepção do turismo no local. É como se os residentes perdessem seus espaços para os turistas e para as atividades voltadas para esses últimos. A turistificação tem uma implicação direta no cotidiano dos residentes e por isso é apontada como causa do *overtourism* pois é um problema que relaciona-se mais claramente ao turismo do que com outros fatores urbanos.

2.2.4 O comportamento dos visitantes, as redes sociais e o impacto dos veículos de comunicação na percepção dos residentes quanto ao *overtourism*

No decorrer dessa pesquisa destacamos que o foco quantitativo do conceito de *overtourism*, derivado do conceito de capacidade de carga, seria insuficiente para tratar a problemática e essa é uma opnião comum até mesmo para aqueles que adotam o conceito de capacidade de carga ao discutir o *overtourism*.

O *overtourism* tem menos a ver com o número de turistas e mais com as injustiças sociais e estresse sobre o destino e seus residentes (Butler, 2018), e está relacionado a processos socioespaciais e materiais, como os aumentos de aluguéis e deslocamento de locais (Capocchi et al., 2019). Foi caracterizado de forma mais holística como um "excessivo impacto negativo do turismo" (Capocchi et al, 2019, p. 2), influenciando a autenticidade de cidades e bairros, afetando a experiência turística e a qualidade de vida local, causando irritação e aborrecimento para os residentes (Goodwin, 2017, Milano et al. 2019). (Diaz-Parra e Jover, 2021, p. 2, tradução nossa)¹²⁴

¹²⁴ No original lê-se: Overtourism is less about the number of tourists, and more about social injustices and stress on the destination and its residents (Butler, 2018), and is related to very specific socio-spatial and material processes, such as those of rising rents and displacement of locals (Capocchi et al., 2019). It has been characterised more holistically as an “excessive negative impact of tourism” (Capocchi et al, 2019, p. 2), influencing the “authenticity” of cities and neighbourhoods, affecting tourist experience and local quality of life, causing irritation and annoyance to residents (Goodwin, 2017, Milano et al. 2019). (Diaz-Parra e Jover, 2021, p. 2)

É evidente que a questão do *overtourism* não é resultado exclusivo do crescente número de turistas e envolve diversos fatores. Nesse sub-item iremos abordar a questão do comportamento dos turistas e o impacto das redes sociais e outros veículos de comunicação na percepção das pessoas quanto ao *overtourism*.

Aglomerações causadas por turistas podem resultar em filas, congestionamentos de transportes e vias públicas, barulho, lixo entre outros problemas. No entanto, não são somente as aglomerações que pesam sobre a percepção negativa dos residentes quanto a atividade turística, é preciso levar em conta também, comportamentos que fogem das regras sociais e comportamentos locais que podem causar distúrbios para os residentes.

Também, devemos nos atentar para o fato de que essas aglomerações ocorrem, muitas vezes, em locais públicos como praias, museus, igrejas, e patrimônios públicos ou internacionais. O acesso livre a áreas públicas pode fazer com que esses espaços sejam disputados entre turistas e residentes.

O turismo faz uso extensivo de recursos comuns na esfera pública e aproveita, por exemplo, museus e galerias, que são gratuitos ou com preços irrisórios, inicialmente para benefício dos cidadãos. Os bens comuns do turismo são muito vulneráveis a aglomerações e a degradação pela pressão turística. A indústria tem livre acesso aos bens públicos que muitas vezes são seu produto principal. (Goodwin, 2017, p. 7, tradução nossa)¹²⁵

O comportamento dos turistas também é alvo de políticas proibitivas. Um exemplo é a cidade de Roma que em 2018 passou a ter uma lei banindo a organização de “*pub crawls*”, uma prática onde turistas caminham embriagados em conjunto pela cidade, geralmente de noite. Foram proibidos megulhos nas fontes da cidade, prática comum entre turistas. Também, a cidade começou a multar em 450 euros turistas que tentavam cravar seus nomes na Fonte Trevi.¹²⁶

O convívio entre turistas e residentes pode ser ainda mais conflituoso ou ao menos incômodo quando ocorrem diferentes formas de uso / apropriação dos locais.

¹²⁵ No original lê-se: Tourism makes extensive use of common pool resources in the public realm and takes advantage of, for example, museums and galleries, which are free or merit-priced initially for the benefit of citizens. The tourism commons are very vulnerable to crowding and degrading by tourism pressure. The industry enjoys free access to the public goods which are very often its core product. (Goodwin, 2017, p. 7)

¹²⁶ ITALIAN POLICE FINE TOURISTS €450 FOR CARVING NAMES INTO TREVI FOUNTAIN. The Local, 2020. Disponível em: <<https://www.thelocal.it/20200820/italian-police-fine-tourists-450-for-carving-names-in-trevi-fountain/>>. Acesso em: 30 abr. 2021

Um caso famoso que tomou as manchetes em 2019 ocorreu quando um casal de blogueiros foi filmado desrespeitando uma água considerada sagrada no templo Pura Beji na Floresta Sagrada dos Macacos em Bali na Indonésia.

A mulher aparecia levantando a saia enquanto o homem jogava a água do templo sobre ela o que gerou revolta entre os seguidores mas também entre os residentes e autoridades locais. Esse caso ganhou ainda mais notoriedade quando o senador da ilha, Arya Wedakarna, fez uma repostagem do vídeo do casal em sua página no Instagram.¹²⁷

Casos singulares como esse tomam grande proporção midiática, ainda mais quando impulsionados pelas redes sociais, o que pode causar um mal estar ainda maior quanto a atividade turística e aumentar a percepção negativa dos residentes quanto ao turismo. O casal buscou se desculpar nas redes sociais argumentando que não sabiam sobre a água sagrada do templo.

Esse caso ilustra como os diferentes usos podem ocasionar conflitos pois para os residentes e autoridades locais o templo tem valor religioso, histórico e cultural enquanto para o casal de turistas, o local fazia parte da recreação e do consumo do lugar. Distinções de uso dos locais como essa podem agravar ainda mais a percepção negativa quanto ao turismo.

É claro que residentes e turistas podem consumir / se apropriarem de locais de maneira similar. Ou seja, ambos turistas e residentes podem, por exemplo, visitar a Praça de São Marcos em Veneza com o intuito da recreação. No entanto, essa praça faz parte da produção histórica do espaço da cidade e a sua manutenção e conservação é custeada pelos residentes, logo, até mesmo quando não há diferenças entre os usos do local, pode haver um certo ressentimento pois a atividade se desdobra sobre locais públicos e o número de pessoas no local pode prejudicar a experiência de visitação.

As entrevistas com residentes e outras partes interessadas realizadas por Koen et al. (2018) sugerem que ações individuais podem ter grande impacto sobre a percepção dos residentes:

Uma vez que a superlotação pode, pelo menos até certo ponto, ser monitorada e medida objetivamente, é mais difícil medir o impacto do comportamento inadequado

¹²⁷ PUHAK, J. Tourists at ancient temple in Bali blasted for ‘disgusting’ actions with holy water. New York Post. Disponível em: <<https://nypost.com/2019/08/13/tourists-at-ancient-temple-in-bali-blasted-for-disgusting-actions-with-holy-water/>>. Acesso em: 30 abr. 2021.

dos turistas. Aqui, os excessos individuais podem ter um forte impacto nas percepções de longo prazo, [...] Uma residente compartilhou que sabia que vivia em uma área turística e sabia que isso causaria algum incômodo, mas ver alguém urinar contra sua casa diminuiu sua tolerância ao turismo e aumentou sua consciência dos incômodos do turismo. (Koens et al., 2018, p. 6, tradução nossa)¹²⁸

A relação entre residentes e turistas não é somente uma relação de grupos sociais mas sim uma relação entre indivíduos. Esse fato faz com que experiências singulares possam ter um efeito determinante na percepção que um residente possui sobre o turismo e sobre os turistas.

Outro exemplo é a chamada *beer-bike* (ver figura 9) que se transformou em um símbolo do *overtourism* nos locais, até mesmo onde são vistas em menor número (Koens et al., 2018). As *beer-bike*'s, ou bicicletas de cerveja, são pequenos carrinhos que foram modificados com assentos de bicicleta dispostos ao redor de uma mesa de bar.

No ano de 2016, 6000 residentes de Amsterdam assinaram uma petição para o banimento dessas bicicletas, chamando-as de um terrível fenômeno¹²⁹. O banimento ocorreu em 2017 depois do Tribunal Distrital de Amsterdam declarar que essas bicicletas poderiam ser banidas do centro da cidade para evitar que sejam um incômodo.

¹²⁸ No original lê-se: e or seek cruise tourism growth. Whereas overcrowding can at least to an extent be monitored and measured objectively, it is more difficult to measure the impact of the inappropriate behavior of tourists. Here, individual excesses can have a strong impact on long-term perceptions, [...]. One resident shared that she was aware that she lived in a tourist area, and knew that this would give some disturbance, but seeing someone urinate against her house decreased her tolerance of tourism and increased her awareness of tourism annoyances. (Koens et al., 2018, p. 6)

¹²⁹ Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-europe-41830304>>. Acesso em 30 abr. 2021

Figura 10 - *Beer-Bike* em Amsterdam.



Fonte: BBC NEWS, 2017

Também podemos encarar essa problemática, o comportamento impróprio dos turistas, com uma perspectiva mais estrutural. Como visto anteriormente, o fator mais relevante para a caracterização do turismo de massa é a transformação das viagens em mercadorias. Esse fator traz consigo a fetichização dos locais turísticos resultando em uma visão excessivamente consumista por parte dos turistas o que pode desencadear ações vistas como impróprias pelos residentes.

Quando os locais de visitação são vistos como meras mercadorias a serem consumidas é de se esperar que as pessoas não tenham consciência de que estão realizando a atividade em um local de vivência, com regras, história e costumes locais pois é justamente isso que a imposição da mercadoria proporciona. A imposição da forma da mercadoria abstrai o conteúdo dos diferentes objetos, locais, experiências para transformá-los em algo que pode ser quantificado, uma mercadoria.

Isto porque a forma social fundamental da mercadoria, célula básica da sociedade moderna, realiza-se como forma da equivalência. Ou seja, as diferentes qualidades dos produtos passam a ter uma medida social a qual põe as diferenças na condição de equivalentes. Embora esta relação se estabeleça com um sinal de igualdade a expressão "equivalência" como forma social, desenvolvida por Marx, não deixa enganar que tal relação identificada pelo sinal (=) se estabelece a partir de um processo de abstração no sentido hegeliano do termo, ou seja, no sentido de subtração [...] Abstrair, portanto, é subtrair, neste caso, as diferenças qualitativas, de modo a impor sobre as mesmas as determinações da quantidade, ou ainda, propor a indiferença entre verdade e exatidão. (Alfredo, 2001, p. 42)

Logo, o comportamento que foge às práticas sociais locais pode ser generalizado entre os turistas pois esses passam a consumir o espaço dos residentes sem necessariamente ter a consciência de que estão incomodando ou sendo desrespeitosos uma vez que a imposição da forma da mercadoria abstrai os conteúdos dos locais e os igualam em mercadorias.

Os exemplos de distúrbios e comportamentos impróprios e / ou desrespeitosos causados por turistas são muitos e não pretendemos levantar todos os episódios até por que seria inviável. Partiremos agora, a dar destaque para o impacto das redes sociais e de veículos de informação sobre a perspectiva de residentes e turistas.

A influência dos diferentes meios de comunicação e informação sobre o turismo é histórica e faz parte do desenvolvimento do turismo de massa. Como visto em Boyer (2003), o papel da publicidade, rádios, filmes e da televisão sobre o turismo é fundamental pois esses veículos tem o poder de suscitar vontades e promove-las como necessidades.

Cabe destacar novamente que o turismo se desenvolveu, inicialmente, por imitação / capilaridade das altas camadas da sociedade e posteriormente, também, por influência das estrelas de hollywood e autores de livros (Boyer 2003). Logo, o papel da informação é fundamental na popularização de locais e de formas de se viajar, mais do que isso, os veículos de informação, por meio da publicidade tem o papel de fetichizar os locais turísticos de maneira que a viagem apareça como um consumo necessário durante o tempo livre do trabalhador.

Há muito se reconhece que a mídia tem um papel importante em influenciar o destino turístico, percepção e demanda, bem como trajetórias de desenvolvimento [...] e influência na tomada de decisão [...]. Por exemplo, em estados democráticos, a mídia é geralmente vista como influenciadora e representativa de interesse público em um tópico. O foco da mídia em questões específicas do turismo tem mostrado influenciar atenção dos políticos e tomadores de decisão sobre as preocupações ambientais e as políticas de turismo como parte de um ciclo de atenção de questões pelas quais as questões surgem e caem na mídia e na agenda política. (Sæþórsdóttir et al., 2020, p. 2, tradução nossa)¹³⁰

¹³⁰ No original lê-se: It has long been recognized that the media has a major role in influencing tourist destination perception and demand as well as development trajectories [...] and in influencing decision-making [...]. For example, in democratic states, the media is usually seen as both influencing and being representative of public interest in a topic. Media focus on specific tourism issues has been shown to influence politicians' and decision-makers' attention on environmental concerns and tourism policy as part of an issue-attention cycle by which issues rise and fall on the media and political agenda [...]. (Sæþórsdóttir et al., 2020, p. 2)

Porém, podemos afirmar que o papel da informação / comunicação tomou uma nova proporção nas últimas décadas, principalmente com o advento das mídias sociais que possibilitam que opiniões e relatos de pessoas tenham a possibilidade de se popularizar rapidamente o que faz com que os meios de comunicação e informação tenham papel de destaque no turismo de massa e consequentemente sobre o *overtourism*.

Como visto no subcapítulo que tratava da origem do termo *overtourism*, apesar da revista Skift dizer ter cunhado o termo, mostramos que o mesmo já havia sido utilizado no Twitter por pessoas que buscavam relatar suas experiências negativas quanto ao turismo, sejam elas residentes ou turistas.

Logo, o impacto de redes sociais e veículos de comunicação provavelmente merecem ser melhor estudados e podem ser temas de pesquisas futuras. Há autores que argumentam que uma cidade pode não sofrer com o *overtourism* mas o fenômeno passa a ser constatado devido a artigos e notícias sensacionalistas que utilizam o termo para se referir a qualquer impacto negativo da atividade.

É importante notar que tanto a mídia convencional quanto a *online* contribuem para definição de uma agenda como resultado da atenção dada a questões específicas, incluindo em relação ao meio ambiente [...]. No entanto, a cobertura da mídia não reflete necessariamente o verdadeiro caráter e importância de uma questão [...]. Dada a recente atenção da mídia que o *overtourism* tem recebido e continua a ser dado em comparações com os impactos da COVID-19 em destinos turísticos [...], é, portanto, importante melhorar a compreensão de até que ponto a mídia está refletindo situações reais ou exageradas. (Sæþórsdóttir et al., 2020, p. 6, tradução nossa)¹³¹

Sæþórsdóttir et al. (2020) argumentam nesse sentido ao tratarem a problemática do *overtourism* existir ou não na Islândia. O país insular é comumente citado como um dos locais “amados até a morte” devido ao turismo, e foi por conta de duas visitas na Islândia que o colunista da revista Skift, Rafat Ali, diz ter olhado primeiramente para esse país para tratar da problemática do *overtourism*: “Quanto ao motivo de termos escolhido a Islândia como o espelho para olhar para o *overtourism*

¹³¹ No original lê-se: Importantly, both conventional and online media have been found to contribute to agenda setting as a result of attention being given to particular issues, including in relation to the environment [...]. However, media coverage does not necessarily reflect the true character and importance of an issue [...]. Given the recent media attention that overtourism has received and continues to be given in comparisons with the impacts of COVID-19 on tourism destinations [...], it is therefore of importance to improve understanding of the extent to which the media is reflecting actual or exaggerated situations. (Sæþórsdóttir et al., 2020, p. 6)

em primeiro lugar, isso teve a ver com duas de minhas visitas à Islândia." (Rafat Ali, 2018, n. p, tradução nossa)¹³²

Antes da crise causada pela COVID-19, a Islândia estava sendo frequentemente levantada pela mídia como um dos lugares a não se visitar ("not-to-go lists"). Esse é o caso da lista do jornal britânico *Independent* em um artigo nomeado "Where not to go in 2020" no qual a Islândia aparecia. O jornal afirmou que a ilha estava sofrendo com um "boom" do número de turistas e relacionou esse crescimento ao clipe gravado por Justin Bieber no canyon Fjaorargljufur que mais tarde teve de ser fechado devido a intensa visitação.

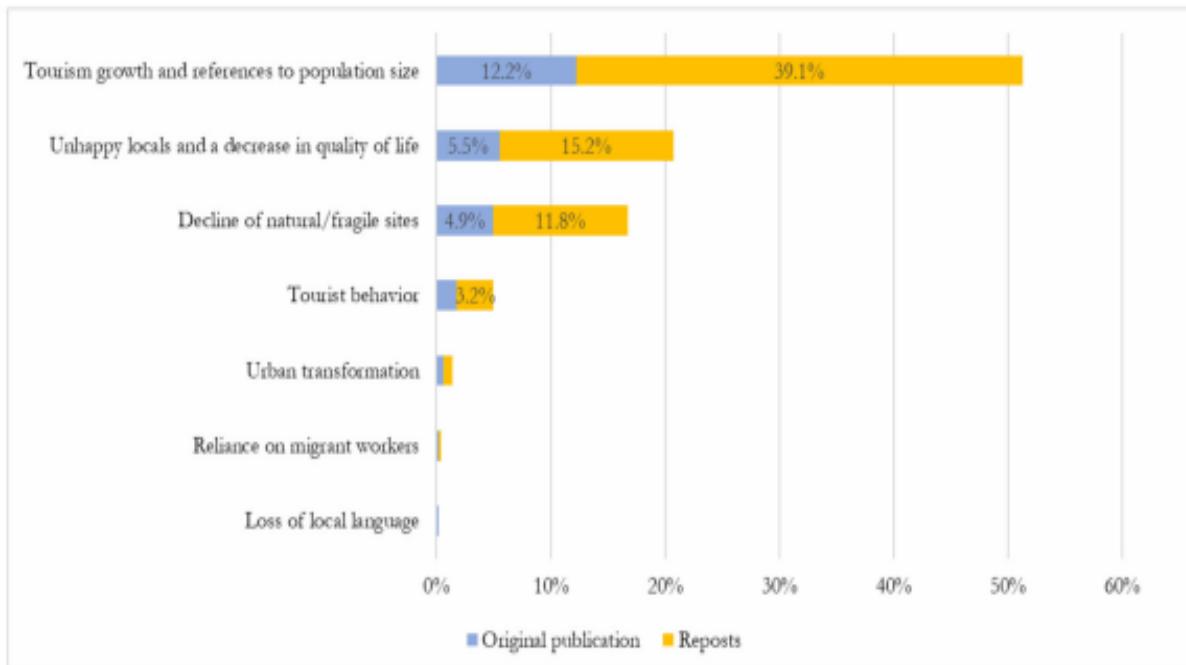
No entanto, para Sæþórsdóttir et al. (2020), a partir de uma análise dos discursos midiáticos quanto ao *overtourism* na Islândia, concluiram que esses discursos representam apenas uma parte do problema e ofuscam as percepções positivas dos turistas e dos residentes quanto a atividade turística no país. Um resumo do resultado dessa análise está na seguinte citação e no grafico 11:

A forma mais comum usada por artigos para pintar um quadro do *overtourism* na Islândia foram referências numéricas ao crescimento da indústria, bem como referências ao tamanho da população da Islândia; isso foi observada em 51,3% dos artigos [...]. Moradores infelizes e uma diminuição em sua qualidade de vida foi a segunda manifestação mais frequente, citada em 20,7% dos artigos. Argumentou-se que os habitantes locais experimentaram uma perturbação do seu dia-a-dia devido ao turismo. Um aumento de preços, em particular para habitação, foi comumente citado como um impacto negativo do *overtourism*. Terceiro, 16,7% dos artigos descreveu como a alta visitação estava tendo um impacto negativo sobre os locais turísticos naturais e / ou frágeis na Islândia e, portanto, refere-se a um declínio em sua qualidade. O fato de alguns locais terem sido fechados para turistas foi comumente considerado uma das principais manifestações do problema do *overtourism*. Quarto, 5% dos artigos apresentavam vários comportamentos turísticos negativos, dos quais resíduos humanos e lixo foram os mais frequentemente mencionados. Sete artigos (1%) também apresentaram que o turismo estava impactando a aparência física não apenas de sítios naturais, mas também de espaços urbanos. (Sæþórsdóttir et al., 2020, p. 14, tradução nossa)¹³³

¹³² No original lê-se: As for why we chose Iceland as the mirror to look at overtourism in the first place, it had to do with two of my visits to Iceland. (Rafat Ali, 2018, n. p)

¹³³ No original lê-se: The most common way used by articles to paint a picture of overtourism in Iceland was numerical references to the industry's growth as well as references to the population size of Iceland; this was noted in 51.3% of the articles (Figure 5). Unhappy locals and a decrease in their quality of life was the second most frequent manifestation, mentioned in 20.7% of the articles. It was argued that locals experienced a disruption of their daily lives due to tourism. An increase in pricing, in particular for housing, was commonly named as a negative impact of overtourism. Third, 16.7% of the articles described how high visitation was having a negative impact on natural and/or fragile tourist sites in Iceland and thus referred to a decline in their quality. The fact that certain sites had been closed off for tourists was often considered a key manifestation of the overtourism problem. Fourth, 5% of the articles presented various negative tourist behaviors, of which human waste and littering were the most frequently mentioned. Seven articles (1%) also presented that tourism was impacting the physical appearance not only of nature sites but also of urban spaces. (Sæþórsdóttir et al., 2020, p. 14)

Gráfico 12 - Apresentação da mídia quanto a manifestação do *overtourism* na Islândia.



Fonte: Sæbórsdóttir et al., (2020)

Um dos principais argumentos do artigo citado acima é que o turismo conta com o apoio popular dos residentes na Islândia e que esse apoio não é relatado nos artigos sobre o *overtourism*. Ou seja, argumenta-se que as diferentes mídias focam seus argumentos nos impactos negativos do turismo e nos números de chegadas internacionais, no entanto, não relatam as percepções positivas da população e dos turistas quanto a atividade, apesar dos dados estarem disponíveis.

Como a percepção dos visitantes sobre a aglomeração é uma das principais manifestações de *overtourism* [...], é surpreendente que os artigos analisados falhem em discutir as percepções dos visitantes quanto ao *overtourism* em alguns dos destinos naturais mais populares, embora os dados sobre as percepções da Islândia por residentes e turistas estarem prontamente disponíveis nos sites do governo. Em vez disso, os artigos frequentemente culpam a mídia social pela popularidade da Islândia como destino turístico, e eles culpam especialmente o Instagram, com sua função de geotag. No entanto, há pouca evidência empírica de que este é realmente o caso [...]. Esta observação não pretende sugerir que não haja problemas significativos no que diz respeito ao grande número de chegadas de turistas na Islândia [...]. A Agência Ambiental da Islândia fechou algumas áreas para proteger a natureza devido à pressão do turismo, especialmente durante períodos com condições de descongelamento [...]. Comportamentos negativos dos turistas, como dejetos humanos e lixo, foram frequentemente relatados pela mídia islandesa durante a temporada de verão, também prejuízos ao meio ambiente [...]. No entanto, essas são questões relacionadas, principalmente, à demanda sazonal, bem como à área ao redor da capital ao invés de áreas em outras partes do país, que estão, na verdade, buscando maior visitação [...].

Além disso, as pesquisas também sugerem um alto nível de satisfação entre visitantes internacionais com as áreas naturais, [...]. (Sæbórsdóttir et al., 2020, p. 14, tradução nossa)¹³⁴

A problemática da Islândia sofrer ou não com o *overtourism* é complexa, pois as maiores atrações do país são as naturais e isso faz com que a percepção dos residentes quanto aos danos causados por turistas sejam menores do que impactos no meio urbano. Como visto anteriormente, o *overtourism* é um fenômeno que se manifesta, principalmente, em locais urbanos, justamente por depender da percepção negativa das pessoas quanto a atividade.

Quando a problemática do *overtourism* é apontada em locais onde os atrativos são naturais, geralmente, apontam-se os impactos da atividade turísticas para qualificar o *overtourism* no local, os impactos são qualificados como excessivos, revelando a influência do conceito de capacidade de carga. Esse caso da Islândia exemplifica como as definições vagas do conceito de *overtourism* podem distorcer constatações do fenômeno nos lugares.

Também, a questão da escala do fenômeno parece problemática na análise dos discursos midiáticos pois busca-se tratar a Islândia como totalidade o que abre caminho para argumentos como aqueles apontados na citação acima de que há lugares no país que buscam maior visitação. De fato, afirmar que há *overtourism* na Islândia como um todo parece ser problemático e uma análise com escalas municipais ou ao menos regionais poderiam ser mais precisas para constatar o fenômeno.

Portanto, evidencia-se que a questão da escala é fundamental; quando se trata de espaços urbanos, a afetação a um fragmento da cidade implica na afetação, em

¹³⁴ No original lê-se: As visitors' perception of crowding is one of the main manifestations of overtourism [...], it is surprising that the analyzed articles fail to discuss visitors' perception of overtourism at some of the most popular nature destinations, even though data on perceptions of Iceland by both residents and tourists are readily available from government websites. Instead, the articles frequently blame social media for Iceland's popularity as a tourist destination, and they especially blame Instagram, with its geotag function. Yet there is little empirical evidence that this is actually the case [...]. This observation is not to suggest that there are no significant issues with respect to the large numbers of tourist arrivals in Iceland [...]. The Environment Agency of Iceland has closed off a few areas to protect nature due to the pressure of tourism, especially during periods with thawing conditions [...]. Negative tourist behavior, such as human waste and littering, as often reported by Icelandic media over the summer season, also harm the environment [...]. Nevertheless, these are issues primarily related to seasonal demand as well as to the area around the capital rather than areas elsewhere in the country, which are actually seeking increased visitation [...]. Furthermore, surveys also suggest a high level of satisfaction among international visitors with natural areas, with some of the more significant impacts arising because of energy infrastructure rather than tourism developments or tourists. (Sæbórsdóttir et al., 2020, p. 14)

alguma medida, de toda a cidade; mas quando se trata de um país, de uma região, a lógica não é esta.

O maior acesso a mídia e a informação são apontados por Dodds e Butler (2019) como possibilitadores do *overtourism*. Inicialmente, os autores destacam o impacto de filmes e programas de televisão na promoção de locais turísticos:

Nos últimos anos, filmes e programas de televisão tiveram um impacto significativo em termos de promoção dos lugares que aparecem ou são apresentados neles. Os exemplos incluem Game of Thrones, os filmes de Harry Potter, The Beach e Outlander. Estes e outros programas e filmes resultaram em um grande número de visitantes, tanto nos locais reais de filmagem quanto aos locais mencionados, se não realmente mostrados, nos programas. (Dodds e Butler, 2019, p. 13, tradução nossa)¹³⁵

Os autores também destacam, o papel da internet e das redes sociais pois esses possibilitaram as pessoas a receberem, produzirem e compartilharem informações. O impacto do uso dessas ferramentas estão contribuindo para o *overtourism* pois as mesmas possibilitam uma proporção maior na produção e no alcance das informações.

Cada vez mais experiências de viagens são compartilhadas nas redes sociais. Mídias sociais não só permitem que os turistas compartilhem informações com grandes públicos, mas também os permitem compartilhar seu comportamento nos destinos, e tal comportamento é frequentemente copiado por visitantes subsequentes. Assim, a publicidade na mídia de um local não leva apenas a insustentáveis números de visitantes, mas também ao comportamento inadequado contínuo de alguns desses visitantes [...]. Isso muitas vezes leva à insatisfação por parte dos residentes locais com o turismo e com os turistas. (Dodds e Butler, 2019, p. 14, tradução nossa)¹³⁶

Também, mídias sociais como Twitter, Instagram e Facebook permitem o compartilhamento de vídeos que podem servir tanto para promover o turismo nos locais, quanto para expor reclamações e comportamentos de turistas e residentes. Em suma, as experiências com o turismo têm maior visibilidade com o advento das redes sociais.

¹³⁵ No original lê-se: In recent years, films and television programmes have had a significant impact in terms of promoting the places that appear or are featured in them. Examples include Game of Thrones, the Harry Potter films, The Beach and Outlander. These and other programmes and films have resulted in large numbers of visitors both to the actual sites of filming and to places mentioned, if not actually shown, in the programmes. (Dodds e Butler, 2019, p. 13)

¹³⁶ No original lê-se: More and more travel experiences are shared via social media. Social media not only allow tourists to share information with large audiences, but also allow them to share their behaviour at destinations, and such behaviour is often copied by subsequent visitors. Thus, media publicity of a location not only leads to unsustainable numbers of visitors, but also to ongoing inappropriate behaviour by some of those visitors [...]. This often leads to dissatisfaction on the part of local residents with tourism and tourists. (Dodds e Butler, 2019, p. 14)

Enquanto as redes sociais eram, em grande parte, baseadas em texto no início, elas evoluíram rapidamente para incluir áudio, visual e conteúdo animado. Nos últimos anos, tem havido uma mudança perceptível em direção a um conteúdo mais visual e ao vivo, com curtas “histórias” de vídeo se tornando populares em várias plataformas (Gretzel, 2017a; Huertas, 2018). (Gretzel, 2019, p. 62, tradução nossa)

O impacto das mídias sociais sobre o turismo e consequentemente sobre o *overtourism* é discutido em Gretzel (2019). O autor descreve o termo “mídia social” da seguinte maneira:

O termo "mídia social" descreve uma família de plataformas *online* e aplicativos móveis que aproveitam as vantagens das tecnologias Web 2.0 para facilitar a criação fácil, curadoria e compartilhamento de conteúdo pelos usuários sem a necessidade de habilidades técnicas (Gretzel, 2015). As redes sociais permitem que os usuários se afiliem a outros usuários, com conteúdos e com eventos, o que explica por que são chamados de “sociais”. (Gretzel, 2019, p. 62, tradução nossa)¹³⁷

O fato do conceito do *overtourism*, talvez, ter sua origem nas mídias sociais já é um indicativo da importância das mesmas para o fenômeno. Se não podemos afirmar com certeza que a palavra foi usada pela primeira vez na internet, um fator é indiscutível, as mídias formais e sociais foram responsáveis por trazer a consciência da problemática do *overtourism* a um público maior, mesmo que, por vezes, apresentem a problemática de maneira simplista ou imprecisa do ponto de vista conceitual.

Overtourism é um fenômeno da vida real experimentado por destinos e um assunto que estimulou um movimento social cada vez mais destacado e debatido na mídia (Milano, 2018). Dickinson (2018) observa o rápido crescimento do termo de pesquisa “*overtourism*” no Google entre meados de 2017 e o início de 2018, sugerindo que o conceito entrou firmemente na consciência pública. Em um tweet recente, o apresentador da PBS, Darius Arya, destacou até que ponto o termo tem saturado as mídias sociais e os meios de comunicação tradicionais (Twitter, 2018). Brand24.com, uma ferramenta de rastreamento de mídias sociais, mostra que #*overtourism* foi mencionado 283 vezes no Twitter apenas na última semana de agosto de 2018, chegando a mais de um milhão de usuários da mídia social. (Gretzel, 2019, p. 62, tradução nossa)¹³⁸

¹³⁷ No original lê-se: The term “social media” describes a family of online platforms and mobile applications that take advantage of Web 2.0 technologies to facilitate the easy creation, curation and sharing of content by users without requiring technical skills (Gretzel, 2015). Social media allow users to affiliate with other users, with contents and with events, which explains why they are referred to as “social”. (Gretzel, 2019, p. 62)

¹³⁸ No original lê-se: Dickinson (2018) notes the rapid growth of the search term “*overtourism*” on Google between mid-2017 and early 2018, suggesting that the concept has firmly entered public consciousness. In a recent tweet, PBS host Darius Arya highlighted the extent to which the term has saturated social media and traditional news outlets (Twitter, 2018). Brand24.com, a social media tracking tool, shows that #*overtourism* was mentioned 283 times on Twitter in the final week of August 2018 alone, reaching over one million social media users. (Gretzel, 2019, p. 62)

Podemos argumentar também que o turismo tem um papel de relevância no desenvolvimento das mídias sociais, Gretzel aponta que muito dos conteúdos das mídias sociais estão relacionadas ao turismo, sendo que, há até algumas plataformas e aplicações que têm o foco exclusivo no turismo, como o TripAdvisor.

Devido à sua relevância para o turismo, as mídias sociais têm sido amplamente adotada por viajantes e essas influenciam as expectativas dos turistas sobre os destinos e suas tomadas de decisão (Narangajavana et al., 2017; Zeng e Gerritsen, 2014; Yoo e Gretzel, 2008). Como tal, não é de se surpreender que as mídias sociais tenham sido associadas ao fenômeno do *overtourism* em relatórios recentes da mídia. (Gretzel, 2019, p. 63, tradução nossa)¹³⁹

O comportamento dos turistas nos locais de visitação são fortemente influenciados por experiências compartilhadas nas redes sociais. Um exemplo são as fotografias que servem como uma prova de que o turista realmente esteve em atrações populares, o que promove ainda mais esses comportamentos e atrações.

O que os turistas mostram nas suas fotografias sofre influência daquilo que é promovido pelos guias de viagens ou até mesmo por experiências de outros turistas, logo, *selfies* em locais icônicos são cada vez mais comuns e aparecem quase como uma necessidade pois o relato fotográfico, quando compartilhado, promove um certo *status* para os visitantes que prestigiam dos *likes* e compartilhamentos de suas fotos nas mídias sociais. Um exemplo apontado por Gretzel é o fenômeno da Quokka-selfie na Austrália (ver figura 10).

Um exemplo interessante neste contexto é o fenômeno Quokka-selfie na Ilha Rottnest na Austrália Ocidental, em que *selfies* postadas no Instagram levaram a um aumento acentuado na visitação de turistas e um interesse específico em interagir com os animais [...]. Esse fenômeno só foi reconhecido e explorado pelos profissionais de *marketing* de destino depois de já ter se tornado popular entre os viajantes (Acott, 2018). Hoje em dia, visitar a ilha sem tirar uma selfie Quokka se tornou inimaginável para muitos turistas. (Gretzel, 2019, p. 64, tradução nossa)¹⁴⁰

¹³⁹ No original lê-se: Due to their relevance for tourism, social media have been adopted extensively by travellers and such media influence tourists' expectations about destinations and their decision-making (Narangajavana et al., 2017; Zeng and Gerritsen, 2014; Yoo and Gretzel, 2008). As such, it is not surprising that social media have been linked to the phenomenon of overtourism in recent media reports. (Gretzel, 2019, p. 63)

¹⁴⁰ No original lê-se: An interesting example in this context is the Quokka-selfie phenomenon on Rottnest Island in Western Australia, in which selfies posted on Instagram led to a steep increase in tourist visitation and a specific interest in interacting with the animals (see Figure 5.1). This phenomenon was only recognised and exploited by the destination marketers after it had already become popular among travellers (Acott, 2018). Nowadays, visiting the island without taking a Quokka-selfie has become unimaginable to many tourists. (Gretzel, 2019, p. 64)

Figura 11 - Quokka selfies na ilha Rottnest, Austrália.



Fonte: Daria Muller e Jiayi Lee apud Gretzel (2019)

Assim, o uso de mídias sociais associa-se ao turismo de diversas formas, no entanto, o ponto que mais nos interessa é sua relação com o *overtourism*. Um fator já apontado é o de que turistas adotaram as mídias sociais para planejar e relatar suas viagens. Esses turistas podem, por meio das redes, promover locais e atrações específicas o que pode ter um impacto no maior número de visitantes e no comportamento de outros turistas.

Se por um lado, as redes têm o potencial de conscientizar as pessoas quanto ao *overtourism* devido ao compartilhamento de experiências negativas ou, possivelmente, promover locais onde existam menos aglomerações, por outro, o uso das mesmas pode influenciar desejos e comportamentos que corroboram para uma percepção negativa da atividade. Também, o papel de mídias como o TripAdvisor, parecem destacar locais já populares no lugar de promover a visitação em outros locais.

Alonso-Almeida et al. (2019) analisaram o impacto das mídias sociais sobre o turismo com um estudo de caso em Barcelona com destaque para as percepções dos turistas chineses quanto a cidade. Os autores apontam quatro principais fontes de informação sobre os destinos e destacam a “*Word of Mouth*” (boca a boca) como uma fonte de destaque:

De acordo com pesquisas anteriores [...], existem quatro fontes principais de informações sobre certos destinos. Essas fontes são: 1. Informações fornecidas por

destinos [...]; 2. Informações fornecidas por canais de distribuição, como agências de viagens ou operadoras turísticas; 3. Informações fornecidas por terceiros, o chamado boca a boca; e, 4. experiências pessoais reais nos destinos. (Alonso-Almeida et al., 2019, p. 2)¹⁴¹

Para os autores, a informação boca a boca (WoM), é mais efetiva do que aquelas levantadas pelos destinos e outros canais de informação. Nesse sentido, as mídias sociais permitem a rápida expansão desse tipo de informação que relata as opiniões e experiências das pessoas sobre os lugares.

Esta informação, positiva ou negativa, influencia o pensamento dos turistas [...]. Assim, informações positivas nas redes sociais criam nos turistas o desejo de visitar determinados destinos e lugares, enquanto informações negativas podem inibir tais desejos. Portanto, certos destinos podem “morrer de sucesso” devido a um aumento grande e descontrolado dos fluxos turísticos. (Alonso-Almeida et al., 2019, p. 2, tradução nossa)¹⁴²

Uma das estratégias mais discutidas e aplicadas no gerenciamento do *overtourism* é a desconcentração dos visitantes das atrações mais populares. Nesse ponto, as mídias sociais poderiam ser uma ferramenta poderosa de promoção de atrações menos populares, livrando assim lugares mais populares de congestionamentos mais intensos. No entanto, semelhante a problemática do Airbnb, o que parece se manifestar é uma expansão / espalhamento dos turistas e consequentemente de seus impactos para locais não preparados para lidar com um fluxo grande de visitantes.

Algumas das medidas tomadas pelos formuladores de políticas nos destinos estão relacionados à dispersão de viajantes dentro e fora da cidade [...]. No entanto, este tipo de solução pode ser apenas temporária. Em outras palavras, pão agora e fome amanhã, porque viajantes dispersos podem descobrir novos lugares ainda não populares e transformá-los em modas locais por meio de redes sociais. (Alonso-Almeida et al., 2019, p. 2)

¹⁴¹ No original lê-se: According to previous research [5], there are four main sources of information about certain destinations. These sources are: 1. Information provided by destinations [...]; 2. Information provided by distribution channels such as travel agencies or tour operators; 3. Information provided by others, so-called word of mouth; and, 4. real personal experiences at the destinations. (Alonso-Almeida et al., 2019, p. 2)

¹⁴² No original lê-se: This information, positive or negative, has an influence on tourists' thinking [8]. Thus, positive social media information creates in tourists a desire to visit certain destinations and places, while negative information could inhibit such desires. Therefore, certain destinations could “die of success” due to a large and uncontrolled increase in touristic flows. (Alonso-Almeida et al., 2019, p. 2)

Um exemplo concreto de uma mídia social feita para o turismo é o TripAdvisor. Trata-se de uma mídia de colaboração onde as instalações e serviços turísticos são ranqueados o que resulta em uma influência sobre futuros visitantes que, geralmente, irão procurar os lugares e serviços com melhor pontuação ou que fornecem o melhor custo benefício.

O fato dos excursionistas (*daytrippers*) formarem um grupo cada vez maior entre os viajantes, o que é previsto pelo ciclo de vida das destinações turísticas de Butler, tem muita relevância neste caso. Excursionistas, geralmente, possuem menos tempo para planejarem suas viagens e também gastam menos que os turistas. Logo, mídias como o TripAdvisor facilitam a escolha de locais de visitação pois destacam os lugares mais bem avaliados e / ou com melhor custo benefício.

De certa maneira, o TripAdvisor poderia ser visto como uma forma de dispersar os visitantes pois conta com diversas atrações. O que possibilitaria uma possível desconcentração dos visitantes por meio de avaliações positivas em instalações e serviços menos populares. Para Ganzaroli et al. (2017) o TripAdvisor configura uma CGM (*consumer-generated media*), mídia gerada por consumidores.

Os autores desse artigo levantam dois tipos de intervenção para evitar que cidades patrimoniais sejam “puxadas” pelo ciclo vicioso previsto por Butler (1980). As “hard interventions” seriam aquelas que interferem diretamente no acesso a atrações turísticas, seja por meio da contenção dos números de visitantes, seja por uma proibição da visitação de turistas.

Já as “soft interventions” seriam intervenções baseadas em informação, incentivos, preços reduzidos que seduziriam os turistas e excursionistas a tomarem decisões alternativas as mais populares. O estudo de Ganzaroli et al. (2017) focou em mídias geradas por consumidores (CGM), como o TripAdvisor, como um possível instrumento de “soft intervention”.

CGM permite que turistas compartilhem informações sobre destinos turísticos, atrações, acomodações e restaurantes. O e-WOM (boca a boca eletrônico) dos consumidores foi considerado significativo por influenciar a tomada de decisão dos turistas sobre aonde ir no feriado, qual acomodação reservar, quais atrações para visitar e onde comer (Filieri et al., 2015; Dickinger, 2011; Fotis, Buhalis, & Rossides, 2012; Sparks, Perkins, & Buckley, 2013). (Ganzaroli et al., 2017, p. 502, tradução nossa) ¹⁴³

¹⁴³ No original lê-se: CGM enable tourists to share information on tourist destinations, attractions, accommodation, and restaurants. Consumers' e-WOM (electronic word of mouth) have been found significant in influencing tourists' decision making about where to go on holiday, which accommodation

No entanto, apesar de ser uma ferramenta que possivelmente destacaria locais alternativos pela sua qualidade, ao estudarem a possibilidade do TripAdvisor como ferramenta de “soft intervention” em Veneza os autores apontaram dois problemas que dificultam a efetividade dessa mídia social como uma possibilidade de aliviar a pressão turística;

Primeiro, os rankings são baseados nas duas hipóteses de que a maioria das pessoas estão provavelmente corretas em suas avaliações e de que os erros são distribuídos de maneira aleatória. Em outras palavras, assume-se que turistas e excursionistas são capazes de avaliar a qualidade de um local, como por exemplo um restaurante, porém os autores argumentam que dificilmente essas notas refletiriam a qualidade do restaurante pois os visitantes não conhecem a culinária local como os residentes por exemplo. Basicamente, os autores acreditam ser problemático a nota de um visitante ter o mesmo impacto de um residente ou de alguém com experiência culinária por exemplo.

Essas duas hipóteses são aceitáveis na maioria dos casos. No entanto, elas não se satisfazem em Veneza, onde a grande maioria das avaliações é fornecida por qualquer turista ou excursionista que tem pouco conhecimento sobre a qualidade da comida local. [...]. A consequência é que o cliente médio do TripAdvisor superestima a qualidade da experiência que os restaurantes oferecem em Veneza. (Ganzaroli et al., 2017, p. 509, tradução nossa)¹⁴⁴

Segundo, se os *rankings* afetam a populariedade dos restaurantes, seu efeito é fraco. Para os autores, a populariedade de um restaurante é previamente afetada por mecanismos *off-line*. Logo, os restaurantes mais populares se tornam ainda mais populares pois esses são os que recebem mais avaliações, então, a localização do restaurante e estratégias de *marketing* local teriam um impacto maior na populariedade desses estabelecimentos, o que resulta em uma maior visitação independente da qualidade do serviço.

to book, which attractions to visit, and where to eat (Filieri et al., 2015; Dickinger, 2011; Fotis, Buhalis, & Rossides, 2012; Sparks, Perkins, & Buckley, 2013). (Ganzaroli et al., 2017, p. 502)

¹⁴⁴ No original lê-se: These two hypotheses are acceptable in the majority of cases. However, they are not satisfied in Venice, where a large majority of ratings is supplied by either tourists or excursionists who have little knowledge about local food quality. [...]. The consequence is that the average TripAdvisor customer overestimates the quality of the experience restaurants offer in Venice. (Ganzaroli et al., 2017, p. 509)

A popularidade dos restaurantes depende fortemente de mecanismos *off-line* de popularidade já estabelecidos. Assim, os restaurantes mais procurados ficam ainda mais populares, independentemente da qualidade que oferecem e de suas classificações. Existem duas razões possíveis para este resultado, que devem ser investigados mais detalhadamente: localização específica e estratégias de marketing locais. Primeiro, a distribuição espacial dos restaurantes classificados no TripAdvisor [...] mostra de fato que a maioria deles está localizada ao longo das duas principais rotas turísticas. O fato de que 80% dos comentários de clientes serem de restaurantes a 800m da Basílica de São Marcos fornece suporte adicional para essa hipótese. No entanto, para testá-la, seria necessário mapear a rede de ruas em Veneza e definir a visibilidade dos restaurantes no que diz respeito ao fluxo turístico. Em segundo lugar, é possível que a popularidade dos restaurantes dependa de uma rede informal estabelecida por pessoas que são pagas para desviar turistas para determinados restaurantes. (Ganzaroli et al., 2017, p. 509, tradução nossa)¹⁴⁵

Em suma, ao que parece, o TripAdvisor é pouco efetivo como ferramenta de “soft-intervention”. Na verdade, essa mídia pode estar ajudando a popularizar ainda mais locais que já possuem a popularidade alta, o que corroboraria para o aumento da pressão turística e consequentemente da percepção dessa pressão. No entanto os autores admitirem que a ferramenta pode ter um leve impacto positivo na diversificação do consumo em Veneza.

Capítulo 3 – Overtourism: as manifestações do fenômeno em cidades patrimoniais européias

O presente capítulo buscará discutir como o fenômeno do *overtourism* tem se manifestado nos últimos anos através de uma descrição da situação de 3 cidades escolhidas onde o fenômeno parece se manifestar com clareza. São elas: Barcelona, Veneza e Amsterdã.

Até esse ponto da pesquisa, buscamos relacionar o conceito de *overtourism* com o turismo de massa a fim de captar a disrupção que há entre os conceitos. Para essa pesquisa, entendemos que a disrupção se dá quando os impactos do turismo de massa alcançam a percepção das pessoas envolvidas na atividade turística.

¹⁴⁵ No original lê-se: The popularity of restaurants strongly depends on already established off-line mechanisms of popularity building. Thus, the most popular restaurants become even more popular largely independently of the quality they offer and their ranking. There are two possible reasons for this result, which should be further investigated: specific location and local marketing strategies. First, the spatial distribution of restaurants ranked in TripAdvisor [...] indeed shows that the majority of them are located along the two main tourist routes. The fact that 80% of customer reviews are of restaurants within 800 m from St. Mark's Basilica provides additional support to this hypothesis. However, to test it, it would be necessary to map the network of streets in Venice and define the visibility of restaurants with respect to the tourist flow. Second, it is possible that the popularity of restaurants depends on an established informal network of people who are paid to divert tourists into given restaurants.

A escolha dessas cidades se deve, principalmente, a manifestações populares que representam descontentamentos de habitantes e viajantes quanto ao desenvolvimento da atividade turística nesses locais. Também, as escolhas são justificadas devido às cidades apresentarem medidas de gerenciamento dos impactos negativos do turismo, o que demonstra que os problemas relacionados à atividade chegaram ao âmbito das políticas públicas.

Como foi apontado anteriormente nessa pesquisa, o fenômeno do *overtourism* se manifesta, principalmente, em meios urbanos e, em especial, nas cidades patrimoniais europeias. Logo, cada cidade citada terá um subcapítulo dedicado a descrever os impactos do turismo de massa, a percepção desses impactos por residentes e visitantes e as medidas tomadas pelo poder público para restringir os impactos do turismo.

Uma parte dos autores que foram levantados na bibliografia dessa pesquisa afirmam que o fenômeno pode se manifestar em meios naturais, costeiros e rurais. No entanto, a presente pesquisa focará nas cidades patrimoniais já mencionadas a fim de captar a forma mais clara pela qual o *overtourism* vem se apresentando, logo um estudo sobre o fenômeno em ambientes não urbanos pode ser tema de pesquisas futuras.

O trabalho de van der Borg *et al.* (1996) é comumente citado para argumentar que o problema do *overtourism* não é recente. O argumento é sustentado devido à esse trabalho expor problemas relacionados ao turismo de massa em cidades patrimoniais européias já na década de 1990. Porém, nos últimos anos, tais problemas parecem ter tomado uma proporção ainda maior ou, ao menos, os impactos do turismo de massa chegaram a percepção das pessoas de tal maneira que foi necessário cunhar uma palavra / conceito que buscasse representar a problemática atual.

3.1 O caso de Amsterdã

Spinks (2019), colunista da revista Skift, afirma que Amsterdã e os Países Baixos como um todo se tornaram indubidavelmente um dos “hotspots” quanto a lista de destinos associados ao *overtourism*¹⁴⁶. De fato, a vocação turística da cidade é

¹⁴⁶ SPINKS, Rosie. Do the Netherlands Really Want Fewer Tourists? Depends on Who You Ask. **Skift**, 08 de jul. de 2018. Disponível em:<<https://skift.com/2019/07/08/do-the-netherlands-really-want-fewer-tourists-depends-on-who-you-ask>>. Acesso em: 13 de maio. de 2021.

uma de suas características mais marcantes. A cidade tem uma imagem acolhedora com relação aos turistas promovendo um estilo de vida e de recreação liberal com a regulação de drogas e sexo.

As redes históricas de canais e pontes conferiram a cidade de Amsterdã o apelido de “Veneza do Norte”. Porém, como afirma Bryony Cottam em artigo para o site “*Responsible Travel*” a associação com a cidade de Veneza vem tendo uma conotação negativa nos últimos anos¹⁴⁷. No lugar da comparação paisagística, compara-se os problemas com o intenso fluxo de turistas que as duas cidades apresentam.

Após a crise financeira de 2008 a Holanda e especialmente Amsterdã, investiram pesadamente no turismo. Segundo Cottan, as campanhas promocionais do turismo na cidade funcionaram tão bem que a cidade se tornou vítima do próprio sucesso. Desde 2009, visitantes aumentaram de 10 milhões para 19 milhões em 2018. O fato da cidade quase dobrar o número de visitantes pode ser visto como uma das causas do *overtourism*.

Ainda segundo o colunista da *Responsible Travel*, Bryony Cottam, a cidade deve creditar às companhias aéreas e aos baixos custos das viagens como fatores agravantes do *overtourism* na cidade. O autor compara uma viagem de ida e volta entre Londres e Amsterdã com o preço de apenas dois assentos de cinema. Também, destaca-se o aumento da demanda de turistas asiáticos, em especial os chineses.

Somente no ano de 2018 a cidade de 850 mil habitantes recebeu 19 milhões de visitantes e os problemas com relação ao turismo passaram a ser cada vez mais expostos por notícias e artigos científicos. Um símbolo de como a cidade está reavaliando sua relação com a atividade turística foi a retirada do letreiro “/amsterdam” no começo de dezembro de 2018¹⁴⁸. Antes da retirada do letreiro, turistas faziam filas para fotos, escalando as letras e usando a criatividade para mostrar que estavam na cidade por meio das redes sociais (ver figura 11).

¹⁴⁷ COTTAM, Bryony Cottam. Overtourism in Amsterdam. **Responsible Travel**. Disponível em: <<https://www.responsibletravel.com/holidays/the-netherlands/travel-guide/overtourism-in-amsterdam>>. Acesso em: 13 de maio. de 2021

¹⁴⁸ MACHADO, Renato. Amsterdã retira letreiro que foi marco turístico da cidade. **Panrotas**, São Paulo, 03 de dez. 2018. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/destinos/2018/12/amsterdam-retira-letreiro-que-foi-marco-turistico-da-cidade_160778.html>. Acesso em: 13 de maio. de 2021

Figura 12 - Turistas no letreiro “I Amsterdam”.



Fonte: Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/amsterd%C3%A3-remove-famoso-ponto-tur%C3%ADstico/a-46563943>>. Acesso em: 13 de maio. de 2021

Um dos indicativos de que os impactos do turismo de massa chegou a percepção dos residentes é quando a cidade apresenta medidas para conter / restringir o turismo. O surgimento de políticas públicas parece ser um sinal claro de que há problemas a serem gerenciados e a cidade de Amsterdã é uma das cidades que buscam, cada vez mais, soluções para os problemas turísticos com auxílio de diversas tecnologias e técnicas de dispersão.

No caso de Amsterdã, já citamos o banimento das chamadas bicicletas de cerveja (*beer bikes*) em 2016. Outras medidas para lidar com o *overtourism* em Amsterdã foram apontadas por Goodwin (2017): a cidade buscou desconcentrar os turistas ao renomear Zandvoort para "Amsterdam Beach"; usar dados de um chip dentro do "Amsterdam's City Card" para monitorar os turistas, esse cartão garante acesso a varias atrações da cidade e ao transporte público; Transmissão de vídeo das filas fora dos principais locais e atrações da cidade; Experiências ao informar residentes com relação a aglomerações; Introdução de uma linha telefônica 24 horas para residentes levantarem suas preocupações quanto às propriedades do Airbnb;

Essas medidas de gerenciamento e contenção do turismo refletem um esforço do poder público para amenizar os impactos da atividade, no entanto, são também reveladoras de como os impactos turísticos tomaram uma proporção grande na cidade. Amsterdã proibiu, em outubro de 2017, a abertura de novos estabelecimentos

comerciais voltados a turistas como lojas de suvenires e restaurantes *fast-food*. Também, na região central, já havia ocorrido o banimento da circulação de ônibus turísticos e cruzeiros, além da proibição de contrução de novos hotéis.

Em certas partes da cidade o convívio com turistas, especialmente jovens, é conflituoso por conta de problemas como barulho e lixo. A cidade tem uma imagem e postura liberal quanto a drogas e sexo, o que se relaciona com problemas de consumo de intorpecentes em locais públicos e esse fator pode agravar ainda mais o convívio de turistas com os residentes.

Em agosto de 2018 a cidade anunciou novas medidas para combater os incômodos causados pelos turistas. Amsterdã anunciou que pretende monitorar aglomerações, fechar ruas lotadas sem aviso prévio, impor pausas para limpeza na região do Distrito da Luz Vermelha e adotar o pagamento imediato de multas para turistas.¹⁴⁹

Na matéria da Folha de São Paulo referenciada acima, é explicado que as autoridades locais receberão máquinas de cartão para emitir multas e cobrá-las no momento da emissão. Multas de 95 euros para o consumo de álcool em locais públicos e de 140 euros em casos de desordem pública, como por exemplo urinar ou jogar lixo na rua, começaram a ser aplicadas pelas autoridades locais.

Um simbolo da postura liberal de Amsterdã é o Distrito da Luz Vermelha. O lugar é um dos pontos turísticos mais famosos da cidade e tem destaque por constituir uma zona de prostituição legalizada. O bairro é constituído por ruelas estreitas e agrupadas em torno da *Oude Kerk*, Igreja Velha. No local há bares, boates, restaurantes, cinemas eróticos, museu do sexo e a prostituição que é evidente por conta das vitrines vermelhas voltadas para as ruas onde as prostitutas se exibem para os que transitam.

No entanto, em fevereiro de 2021, as autoridades locais aceitaram uma proposta da prefeitura para fechar os bordéis do famoso distrito e retirar as trabalhadoras do sexo do centro da cidade.¹⁵⁰ A maioria da Câmara de Vereadores

¹⁴⁹ AMSTERDÃ SE REBELA CONTRA O TURISMO EM MASSA. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 9 de ago. de 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2018/08/amsterda-se-rebela-contra-o-turismo-em-massa.shtml>>. Acesso em: 08 de jun. de 2021.

¹⁵⁰ MOREIRA, Fernando. Por causa do comportamento de turistas, Amsterdã vai tirar do Centro famoso distrito de prostituição. **Extra**, 3 de fev. de 2021. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/page-not-found/por-causa-do-comportamento-de-turistas-amsterda-vai-tirar-do-centro-famoso-distrito-de-prostituicao-24867653.html>>. Acesso em: 08 de jun de 2021.

da cidade votou a favor do fim da atração turística, supostamente indesejada, mas com a criação de um novo “centro erótico” fora do distrito central. Moreira (2021) afirma que reportagens locais alegam o comportamento de turistas como uma das principais razões para a mudança.

Um dos fatores interessantes dessa medida é o fato dela ser aprovada em um contexto de confinamento devido à pandemia do novo coronavírus. Ver o distrito sem os turistas parece ter causado um alívio aos residentes por conta da redução de distúrbios como aglomerações, barulho e lixo.

É um dos fenômenos estranhos de confinamento (*lockdown*), semelhante a javalis violentos em Barcelona ou cabras montanhas vagando pela cidade galesa de Llandudno - mas no caso do *Red Light District*, como o centro medieval de Amsterdã é mais conhecido, a pandemia trouxe feitiços de uma calma inesperada. Com os turistas de fim de semana em seus próprios países, os moradores encantados recuperaram as ruas ladeadas pelos canais de sua própria cidade. (Kinsella, 2021, n. p, tradução nossa)¹⁵¹

A prefeita da cidade, Femke Halsema, propôs pela primeira vez a mudança do local e o fechamento de vitrines das prostitutas do distrito em 2019. Percebeu-se que muitos turistas aglomeravam nas ruelas apenas para observar as trabalhadoras do sexo em vez de participar dos bordéis legalizados. A cidade de Amsterdã já havia encerrado visitas guiadas ao distrito no início de 2020.

Em 8 de janeiro de 2021, a prefeita de Amsterdã pediu a proibição da compra de *cannabis* por estrangeiros nos famosos cafés da cidade no momento em que o destino for reaberto para viajantes internacionais.¹⁵² Segundo a colunista da “Condé Nast Traveler”, Clodagh Kinsella, a prefeita citou uma pesquisa que sugeriu que para 57% dos turistas com idade entre 18 e 35 os cafés são uma razão muito importante para a escolha de Amsterdã como destino. Nos planos da prefeita, os 166 *shoppings* de cafés, onde a *cannabis* é vendida, devem ser reduzidos a 68, um número sugerido pela pesquisa como suficiente para atender a demanda local.

¹⁵¹ No original lê-se: It's one of the freak phenomena of lockdown, akin to wild boar rampaging through Barcelona or mountain goats roaming the Welsh town of Llandudno—but in the case of the Red Light District, as Amsterdam's medieval city center is best known, the pandemic has brought spells of unexpected calm. With spliff-toting weekenders grounded in their own countries, delighted locals have reclaimed the canal-lined streets of their own city. (Kinsella, 2021, n. p)

¹⁵² KINSELA, Clodagh. Amsterdam Wants to Ban Weed for Tourists. **Condé Nast Traveler (CNT)**. 26 de jan. de 2021. Disponível em: <<https://www.cntraveler.com/story/amsterdam-weed-ban-for-tourists>>. Acesso em: 08 de jun de 2021.

Destacam-se também reclamações quanto à atitudes dos visitantes nas ciclovias da cidade. Estima-se que a cidade possua mais bicicletas do que habitantes e, portanto, o ciclismo faz parte do cotidiano dos cidadãos. Quando turistas entram no caminho o sentimento é de irritação ou frustração uma vez que o ciclismo é o meio de transporte mais comum para as atividades diárias. Logo, há uma série de normas para os ciclistas que os turistas podem não se atentar resultando em uma percepção negativa dos residentes quanto aos visitantes.

Outro símbolo da identidade da cidade que foi apropriado pelos turistas são as flores, em especial as tulipas, "Flores realmente pertencem a nossa cultura, nossa herança," diz o florista Florian Seyd, em entrevista para a CNN¹⁵³.

Embora as tulipas não sejam tão difíceis de encontrar hoje em dia, elas continuam sendo extremamente importantes para o país, com sua região de bulbos de Bollenstreek, localizada nos arredores de Amsterdã, atraindo muitos visitantes durante a primavera. Mas os turistas que procuram selfies têm destruído os campos, levando o conselho de turismo a publicar um guia do que "devemos e não devemos fazer" para tirar fotos ao lado delas. Além disso, placas com o slogan "Aprecie as flores, respeite nosso orgulho" foram erguidas ao redor dos campos da região para impedir que os visitantes pisotem as tulipas enquanto posam para fotos. Alguns fazendeiros até optaram por cercar seus campos para protegê-los. (Quest et al., 2019, n. p, tradução nossa)¹⁵⁴

A turistificação, ou a chamada gentrificação turística também é discutida como uma das causas do *overtourism* neste último capítulo. Esse processo parece ter tomado tamanha proporção que a municipalidade de Amsterdã decidiu, em 2017, que o centro da cidade não irá abrir novos comércios para turistas. O banimento afetou dois tipos de lojas. Primeiro, aquelas que tem como alvo primário os turistas, como lojas de suvenires e empresas de aluguel de bicicletas. Segundo, lojas que vendiam comidas para consumo imediato, como lojas de sorvete.¹⁵⁵

¹⁵³ Richard Quest, Tamara Hardingham-Gill e Lidz-Ama Appiah. How Amsterdam is fighting back against mass tourism. **CNN**. 23 de maio. de 2019. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/travel/article/amsterdam-overtourism/index.html>>. Acesso em: 08 de jun de 2021.

¹⁵⁴ No original lê-se: While tulips aren't as hard to come by here nowadays, they remain enormously important to the country, with its bulb region of Bollenstreek, located just outside Amsterdam, drawing plenty of visitors during spring. But selfie-seeking tourists have been damaging fields, leading the tourist board to issue a "dos and don'ts" guide to taking photos next to them. In addition, signs emblazoned with the slogan, "Enjoy the flowers, respect our pride," have been erected around fields in the region to deter visitors from trampling tulips while posing for pictures. Some farmers have even opted to fence in their fields to protect them. (Quest et al., 2019, n. p)

¹⁵⁵ AMSTERDAM bans new tourist shops from opening in city center. **NL TIMES**. 05 de out. de 2017. Disponível em:<<https://nltimes.nl/2017/10/05/amsterdam-bans-new-tourist-shops-opening-city-center>>. Acesso em 13 de jul. de 2021

Amsterdã também aplicou medidas para conter os cruzeiros na capital. A cidade passou, a partir de janeiro de 2019, a aplicar taxas a viajantes dessas grandes embarcações. Viajantes que começam ou terminam suas viagens na cidade são isentos de pagar a taxa.¹⁵⁶

A partir de 1 de Janeiro, a Câmara Municipal cobra 8 euros por passageiro nos navios de cruzeiro que atracam no seu porto em trânsito. No entanto, quem inicia ou termina uma viagem nesta cidade está isento. As empresas Cruise and Maritime Voyages (CMV) e MSC Cruises decidiram interromper seus portos de escala em Amsterdã e, em vez disso, seguirão para o porto próximo de Rotterdam. (Thompson, 2019, n. p, tradução nossa)¹⁵⁷

Eagan (2017, n. p, tradução nossa) fornece alguns dados quanto ao crescimento da atividade em um artigo para a “TourismReview”: “Em 2016, 121 navios com um total de 281.907 passageiros foram recebidos na cidade. Em 2017, são esperados 144 navios com 340.000 passageiros, enquanto para 2018 já 170 navios solicitaram alvará de fretamento.”

Há planos para interromper a docagem de barcos no porto central de Amsterdã, restringir navegações nos canais e, como citado anteriormente, restringir as viagens por diversão (“fun trips”)¹⁵⁸ que incluem as *beer bikes* mas também os chamados *booze boats*, navegações que promovem festas com consumo de bebidas alcóolicas e outras drogas. Futuramente, barcos que levam turistas para um passeio na cidade deverão fazer o embarque e desembarque fora da área central.

Goodwin (2017) afirma que há um esforço de cidades como Amsterdã e Barcelona em manterem uma imagem de tolerância ao turismo. Esse esforço se deve, em parte, ao sucesso econômico do turismo nessas cidades. As economias dessas cidades se tornaram dependentes da indústria turística o que faz com que as mesmas

¹⁵⁶ THOMPSON, Sara. CRUISE SHIPS FLEEING FROM AMSTERDAM. **TourismReview**. 28 de jan. de 2019. Disponível em: <<https://www.tourism-review.com/cruise-ships-avoid-the-fee-of-amsterdam-news10911>>. Acesso em: 9 de jun. de 2021.

¹⁵⁷ No original lê-se: Starting on January 1, the city council charges 8 euros per passenger on cruise ships that dock at its port in transit. However, those who start or end a trip in this city are exempt. The companies Cruise and Maritime Voyages (CMV) and MSC Cruises decided to stop their port-of-calls in Amsterdam, and instead head to the nearby port of Rotterdam. (Thompson, 2019, n. p)

¹⁵⁸ Rodriguez, Cecilia. Fed up with tourists, amsterdam gets tough on airbnb, tourist taxes and too much partying. **Forbes**. 17 de maio. de 2020. . Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/ceciliarodriguez/2018/05/17/amsterdam-overwhelmed-by-tourists-gets-tough-on-airbnb-tourists-taxes-too-much-partying/?sh=20fb9cd92be5>>. Acesso em: 9 de jun. de 2021.

busquem medidas de gerenciamento de seus impactos, ao invés de considerarem um decréscimo no número de turistas pois isso iria na contramão das imposições da estrutura econômica.

O pensamento “pró-crescimento” que se estabeleceu, principalmente, após a crise de 2008 no setor turístico é hoje questionada pelo poder público de Amsterdã. No início de 2019 a cidade anunciou um relatório com Perspectivas para 2030 no qual parece haver uma mudança de foco da promoção do destino para o gestão do mesmo:

Autoridades turísticas da Holanda recentemente tomaram a ousada decisão de parar de anunciar o país como um destino turístico. O relatório "Perspectiva 2030", publicado no início deste ano, afirmou que o foco agora será na "gestão do destino" ao invés da "promoção do destino". (Quest et al., 2019, n. p, tradução nossa)¹⁵⁹

Com o agravamento da pandemia do novo coronavírus, a atividade turística basicamente paralizou em Amsterdã, assim como em outras cidades e locais. No entanto, opiniões de residentes quanto a essa paralização parecem incentivar ainda mais os planos da cidade de rever sua relação com o turismo. Impressionados com a atmosfera calma dessa conjuntura sem turistas, residentes reclamam seções da cidade de volta, em especial, locais no centro histórico da cidade.¹⁶⁰

Pouco antes da pandemia, os moradores locais reclamaram que sua cidade havia se transformado em um "mundo turístico da Disney". Agora, tendo experimentado a vida sem visitantes turbulentos, as autoridades da cidade estão decididas a não voltar àqueles dias. Antes de qualquer revitalização das viagens de verão com base em vacinas, eles lançaram uma campanha de turismo surpreendente para tentar sacudir a reputação de Amsterdã como a capital das festas. Assim, enquanto os turistas estão sendo incentivados a viajar para a cidade à medida que as restrições de bloqueio diminuem, visitantes desordeiros e despedidas de solteiro com intenção de beber e usar drogas foram explicitamente orientados a ficar longe. O conselho municipal gastou € 100.000 (\$ 119.000) em uma campanha online encorajando as pessoas a visitar o patrimônio cultural da cidade, enquanto também alertava os "turistas incômodos" desrespeitosos que eles não são bem-vindos. (Gerretsen, 2021, n.p, tradução nossa)¹⁶¹

¹⁵⁹ No original lê-se: Netherlands tourist officials recently took the bold decision to stop advertising the country as a tourist destination. Their "Perspective 2030" report, published earlier this year, stated that the focus will now be on "destination management" rather than "destination promotion." (Quest et al., 2019, n. p)

¹⁶⁰ GERRETSEN, Isabelle. 'Don't come to amsterdam.' dutch capital tells rowdy tourists to stay away. CNN. Disponível em:< <https://edition.cnn.com/travel/article/amsterdam-wants-rowdy-tourists-to-stay-away/index.html>>. 30 de jun. de 2021. Acesso em 13 de jul. de 2021

¹⁶¹ No original lê-se: Just before the pandemic, locals were complaining that their city had been transformed into a "tourist Disney world." Now having experienced life without rowdy visitors, city authorities are determined not to return to those days. Ahead of any vaccine-fueled summer travel revival, they've launched a surprising tourism campaign to try to shake off Amsterdam's reputation as a party capital. So while tourists are being encouraged to travel to the city as lockdown restrictions ease, rowdy visitors and bachelor parties intent on drinking and taking drugs have been explicitly told to stay away. The city council has spent €100,000 (\$119,000) on an online campaign encouraging people to visit the city's cultural heritage, while also warning disrespectful "nuisance tourists" that they are not welcome. (Gerretsen, 2021, n.p)

Diferentemente de Barcelona e Veneza, esta pesquisa não encontrou grandes episódios de protestos ou organizações civis em Amsterdã com objetivo central de combate aos impactos do turismo ou de um setor específico dessa atividade. No entanto, a partir dos artigos e notícias citadas é possível capturar, em parte, a percepção negativa de parte da população de Amsterdã com relação ao turismo.

Como visto nos capítulos anteriores dessa pesquisa, o *overtourism* se refere, de maneira simplificada, a percepção negativa da atividade turística no local, seja essa percepção dos residentes, seja ela dos visitantes. As aglomerações, a imagem do destino como local para festas, sexo e drogas, bem como problemas com relação ao mal comportamento de turistas tem sido motivo de reclamações de ambos, residentes e visitantes.¹⁶²

A matéria da NPR citada acima, “Amsterdam, Even The Tourists Say There Are Too Many Tourists”, traz relatos de residentes e turistas quanto aos distúrbios causados pelos visitantes na cidade de Amsterdã. Um exemplo é a reclamação de uma turista de Louisiana que estava em lua de mel com seu marido. Na matéria, a turista afirma que não conseguiu dormir na noite anterior devido aos barulhos que se extenderam até 4 horas da manhã.

Dessa forma, percebemos que além de relatos negativos de residentes e medidas públicas de restrição ao turismo, a cidade também é, por vezes, mal vista pelos próprios turistas. Logo, como visto anteriormente, a cidade busca rever o perfil de seus visitantes em uma tentativa de atrair um público mais interessado em seus aspectos culturais e históricos em detrimento de viajantes que buscam um local para festejar.¹⁶³

Quando a sua cidade é uma exemplo típico para o *overtourism*, você reduz seus esforços de marketing ou tenta atrair um tipo diferente de viajante? Para Amsterdã, a resposta é buscar visitantes sofisticados, aqueles que tendem a aproveitar as atrações mais esotéricas da cidade enquanto gastam mais dinheiro e ficam mais tempo. (Powell, 2019, n.p, tradução nossa)¹⁶⁴

¹⁶² KAKISSIS, Joanna. In amsterdam, even the tourists say there are too many tourists. **NPR**. 07 de Ago. de 2018. Disponível em: <<https://www.npr.org/2018/08/07/632012775/in-amsterdam-even-the-tourists-say-there-are-too-many-tourists>>. Acesso em 13 de jul de 2021.

¹⁶³ POWELL, Laura. Amsterdam turns to luxury to allay overtourism concerns. **SKIFT**. 13 de ago. de 2019. Disponível em: <<https://skift.com/2019/08/13/amsterdam-turns-to-luxury-to-allay-overtourism-concerns/>>. Acesso em 13 de jul de 2021.

¹⁶⁴ No original lê-se: When your city is a poster child for overtourism, do you reduce your marketing efforts, or do you try to attract a different type of traveler? For Amsterdam, the answer is to seek out high-end visitors, those who tend to take in the city's more esoteric attractions while spending more money and staying longer.

A relação conflituosa entre o Airbnb e cidades com desenvolvimento turístico também se manifesta em Amsterdã. Em 2016 a cidade já planejava regular o Airbnb e propôs limitar os anfitriões da plataforma a alugarem suas casa por no máximo 60 dias durante o ano, a medida foi adotada em 2017.¹⁶⁵ Em 2018, o limite passou a ser de 30 dias¹⁶⁶ o que gerou respostas negativas da empresa e de habitantes que alugavam suas casas.

Em resposta ao novo limite de 30 dias de Amsterdã, o gerente de políticas públicas do Airbnb para a Holanda e os países nórdicos, Bo de Koning, disse em um comunicado: 'A comunidade do Airbnb - que consiste de 19.000 anfitriões de Amsterdã - está decepcionada com seu anúncio desta manhã para favorecer grandes hotéis em vez de famílias locais que ocasionalmente compartilham suas casas.' (Locklear, 2018, n.p, tradução nossa)¹⁶⁷

Outro episódio dessa relação ocorreu em 2020 quando a cidade de Amsterdã decidiu proibir o aluguel por curtos períodos em 3 regiões do centro da cidade durante os feriados, as regiões são: Burgwallen-Oude Zijde, Burgwallen-Nieuwe Zijde e Grachtengordel-Zuid¹⁶⁸. Esse episódio foi visto por parte do poder público como ilegal e foi revista em 2021, sendo assim, os anfitriões puderam voltar a utilizar a plataforma Airbnb para alugar suas propriedades nas regiões citadas.¹⁶⁹

Esses episódios destacam que há diferentes atores nas cidades e que, portanto, não se pode definir apenas uma posição como representativa das diversas partes interessadas. Porém, está claro que nos dias atuais os descontentamentos com relação ao turismo massivo tomaram uma nova proporção o que revela que o

¹⁶⁵ COOPER, D. Airbnb will limit amsterdam rentals to 60 days a year. **Engadget**. 12 de jan. de 2016. Disponível em: <<https://www.engadget.com/2016-12-01-airbnb-will-limit-amsterdam-rentals-to-60-days-a-year.html>>. Acesso em 12 de jul. de 2021

¹⁶⁶ LOCKLEAR, M. Amsterdam will limit airbnb rentals to 30 days per year. **Engadget**. 01 de jan. de 2018. Disponível em: <<https://www.engadget.com/2018-01-10-amsterdam-airbnb-rental-30-day-limit.html>> Acesso em 12 de jul. de 2021

¹⁶⁷ No original lê-se: In response to Amsterdam's new 30-day limit, Airbnb's public policy manager for the Netherlands and Nordics, Bo de Koning, said in a statement, "The Airbnb community – which consists of 19,000 Amsterdam hosts – is disappointed by your announcement this morning to favour big hotels over local families who occasionally share their homes." (Locklear, 2018, n.p)

¹⁶⁸ AIRBNB argues july 1 amsterdam vacation rental ban is unfair, illegal. **NL TIMES**. 27 de jun. de 2020. Disponível em:<<https://nltimes.nl/2020/06/27/airbnb-argues-july-1-amsterdam-vacation-rental-ban-unfair-illegal>>. Acesso em 12 de jul. de 2021

¹⁶⁹ AMSTERDAM appeals ruling which blocked airbnb neighborhood ban. **NL TIMES**. 14 de abr. de 2021. Disponível em:< <https://nltimes.nl/2021/04/14/amsterdam-appeals-ruling-blocked-airbnb-neighborhood-ban>>. Acesso em 13 de jul. de 2021

problema possa ter raízes estruturais, uma vez que está relacionado ao turismo de massa e se manifesta em outras cidades.

Fletcher *et al.* (2019) argumentam que apesar dos descontentamentos com o turismo terem sido explorados na literatura sobre a atividade, como é o caso do ciclo das destinações turísticas de Butler e o Irridex de Doxey, parece haver algo particular e imprescindente na atualidade.

Apesar deste longo pedigree de descontentamento em relação ao desenvolvimento do turismo, no entanto, parece haver algo particular e sem precedentes sobre o momento presente, em que um conjunto comum de reclamações foram expressas por diferentes conjuntos de atores em tantos lugares distintos simultaneamente. Este padrão sugere que estamos lidando com algo sistêmico e estrutural que ainda não foi destacado pela literatura do *overtourism* existente. (Fletcher *et al.*, 2019, p. 4, tradução nossa)

Logo, por mais que medidas de gerenciamento possam aliviar, em parte, a pressão causada pelo turismo, é preciso reconhecer que o *overtourism* é uma consequência do desdobramento e desenvolvimento do turismo de massa sob o capitalismo. Ou seja, o *overtourism* não é um problema para o capitalismo mas sim um sintoma do sucesso de sua reprodução nas cidades e é por isso que as medidas tomadas por Amsterdã não devem ser suficientes para lidar com esse problema social, pois o mesmo não é um problema para o sistema econômico.

3.2 O caso de Veneza

Como descrevemos no item anterior, Amsterdã ganhou o apelido de Veneza do Norte devido aos seus canais. No entanto, atualmente, a comparação não se dá apenas pelos canais das cidades mas sim pelos problemas que ambas enfrentam com relação ao turismo de massa e o *overtourism* que se manifesta nas duas cidades.

O *overtourism* se resume ao simples fato de que muitas pessoas visitam o mesmo lugar ao mesmo tempo e Veneza é, infelizmente, um excelente exemplo. Cerca de 20 milhões de visitantes inundam a cada ano; nos dias de maior movimento, cerca de 120.000 pessoas visitam esta cidade que abriga apenas 55.000 residentes permanentes. (Simmons, [2017-2019], n.p, tradução nossa)

A citação acima resume o *overtourism* ao excesso de pessoas e já vimos anteriormente como essa associação é simplista demais. No entanto, é válido analisar os números de visitantes de forma a compará-los com o número de residentes, pois isso nos oferece uma certa dimensão da atividade turística na cidade. O número de turistas em Veneza chega a ser assustador quando comparado ao número de

residentes. Quando Veneza é mencionada em sites e jornais de notícias como o “Responsible Travel”, geralmente a matéria se refere ao centro de Veneza, o que torna os números ainda mais expressivos pois trata-se de um centro histórico com pouco espaço disponível à circulação de pessoas.

Momigliano (2020), em matéria para o “The New York Times” cita dados estimados de visitantes na cidade:

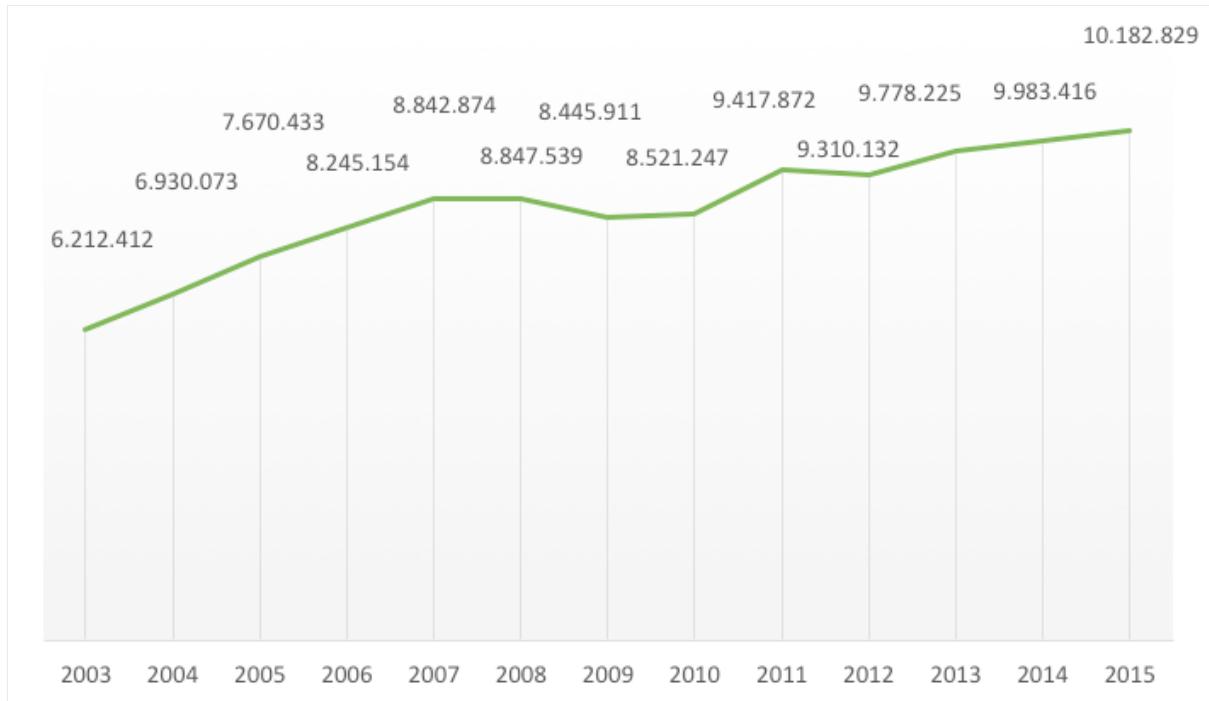
Antes da Covid-19, os hotéis em Veneza e arredores recebiam anualmente 10,2 milhões de hóspedes, em sua maioria internacionais, de acordo com o Bureau de Estatísticas da Itália. Mas esse número - uma estimativa na melhor das hipóteses - não leva em conta os excursionistas, que desembarcam de navios de cruzeiro, da estação ferroviária e de passeios de ônibus. Uma estimativa coloca o número real de turistas em torno de 20 milhões por ano - em grande parte concentrado em uma área de três quilômetros quadrados e 50.000 residentes. Eles contribuíram com 3 bilhões de euros, ou cerca de US \$ 3,3 bilhões, por ano. (Momigliano, 2020, n. p, tradução nossa)¹⁷⁰

Os dados são estimados justamente pela dificuldade de se calcular o número de excursionistas, de fato, a presente pesquisa encontrou fontes que estipularam o número de visitantes em até 30 milhões de pessoas ao ano¹⁷¹. Apesar da dificuldade em precisar o número de visitantes, as estimativas giram em torno de ao menos 20 milhões, sendo 10 milhões de turistas ao ano em 2015 (ver gráfico 12), número que supera a capacidade de carga citada por Tattara (2015).

Gráfico 13 - Número de turistas (*overnight stays*) em Veneza.

¹⁷⁰ No original lê-se: Before Covid-19, hotels in and around Venice annually hosted 10.2 million mostly international guests, according to Italy's bureau of statistics. But this figure — an estimate at best — does not account for day-trippers, who disembark from cruise ships, the train station and bus tours. One estimate puts the actual number of tourists around 20 million annually — largely concentrated in an area of two square miles and 50,000 residents. They contributed 3 billion euros, or about \$3.3 billion, a year. (Momigliano, 2020, n. p)

¹⁷¹ WARREN, Katie. Disappointing photos show what Venice looks like in real life, from devastating floods to cruise ship accidents. **Businessinsider**. 18 de fev. de 2020. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/disappointing-photos-show-venice-italy-expectation-vs-reality-2018-12>>. Acesso em 14 de jul. de 2021



Fonte: Milano (2017)

Porém, mais importante do que o número de visitantes, é analisar o impacto desses na cidade. "A expressão "Síndrome de Veneza" é frequentemente utilizada para designar os fenômenos de saturação do turismo e o êxodo dos residentes locais para os centros urbanos envolventes." (Milano, 2017, p.9, tradução nossa). A síndrome de Veneza faz referência justamente ao declínio da cidade frente ao desenvolvimento turístico. Declínio no sentido populacional e cultural, pois o número de visitantes e de receitas geradas ainda faz de Veneza um dos "hotspots" do turismo.

A evasão dos cidadãos, juntamente com as mudanças causadas pelo turismo na cidade fazem com que artigos científicos e jornalísticos classifiquem a cidade como "amada até a morte".

O turismo pode deslocar outras atividades comerciais e colonizar áreas residenciais de modo que, por exemplo, em 2012 Veneza tem uma população residencial de 57.000, contra 174.000 em 1951, em 70 anos Veneza perdeu dois terços de sua população residente, deslocada pelo turismo. O turismo é a monocultura comercial de Veneza. (Goodwin, 2017, p. 15, tradução nossa)¹⁷²

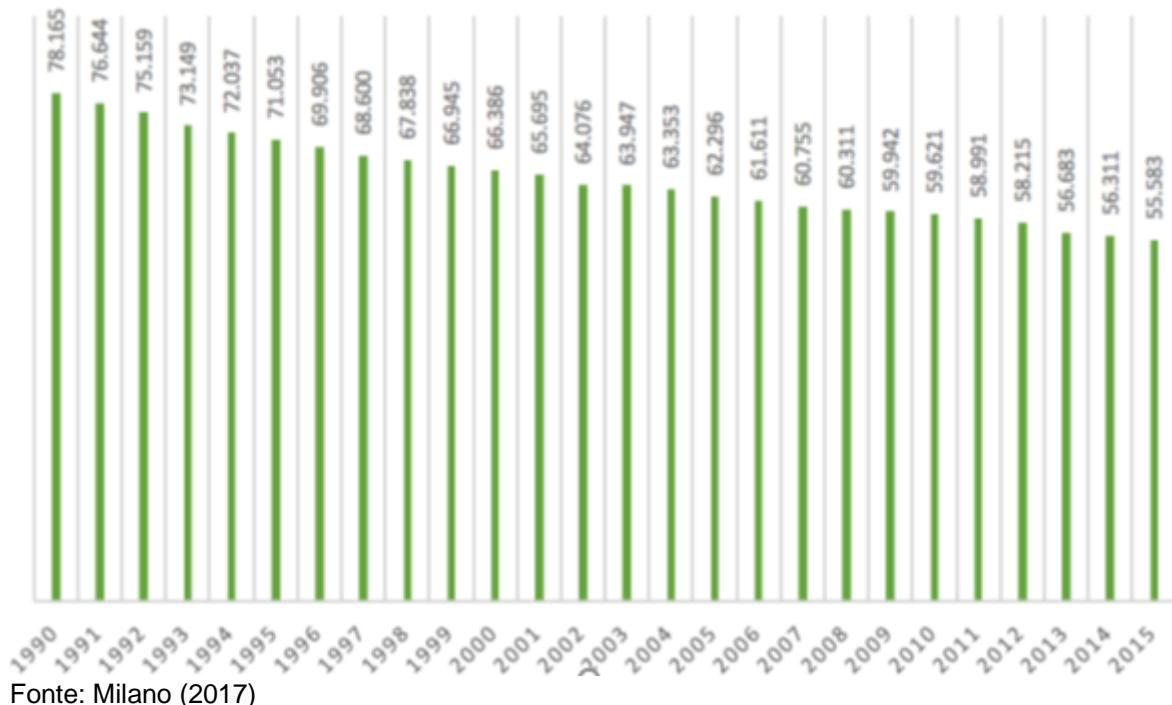
Momigliano (2020) levantou dados do centro histórico da cidade. Constituído por duas ilhas, o centro de Veneza teve seu pico de habitantes em meados do século

¹⁷² No original lê-se: Tourism can displace other commercial activities and colonise residential areas so that, for example, in 2012 Venice now has a residential population of 57,000, down from 174,000 in 1951, in 70 years Venice has lost two-thirds of its resident population, displaced by tourism. Tourism is the commercial monoculture of Venice. (Goodwin, 2017, p. 15)

XX, no entanto, com o desenvolvimento da atividade turística na segunda metade do século, a população chegou a menos de 60 mil residentes em 2009, estima-se que hoje haja cerca de 50 mil residentes. Giussani, uma residente entrevistada por Momigliano, afirma que ser um residente em Veneza é como ser parte de uma resistência.

Outra fonte de dados do declínio no número de habitantes de Veneza pode ser visualizada no gráfico 13:

Gráfico 14 - Decréscimo populacional no centro histórico de Veneza.



Fonte: Milano (2017)

Talvez não haja sintoma mais revelador de problemas com o turismo de massa e a manifestação do *overtourism* do que a evasão de residentes de um lugar por conta do desenvolvimento do turismo. A evasão dos venezianos do centro histórico é reveladora de como aquele espaço deixou de atender às necessidades dos residentes pois a reprodução do capital impôs a esse lugar um papel recreativo, suprimindo portanto, as outras funções da cidade.

Muitos venezianos acharam a situação insustentável, mas, até recentemente, poucos fizeram algo para mudá-la. “Enquanto o turismo de massa existia, havia ideias, mas elas nunca ganharam força porque o status quo era muito conveniente”, disse Costa, o ex-prefeito. (Momigliano, 2020, n. p, tradução nossa)

A resistência dos moradores revelada por organizações e protestos de civis são o que distingue Veneza como um local de manifestação do *overtourism*. Fica evidente a influência negativa do turismo sobre a vida dos residentes uma vez que além da evasão dos mesmos, alterou-se as características das lojas e dos transportes, bem como a circulação nas vielas estreitas próximas aos canais.

Outra questão é que grande parte dos residentes que restaram na cidade têm o turismo como fonte de renda, ou seja, há uma dependência da atividade onde evidencia-se uma contradição na qual o turismo é uma necessidade econômica e um problema para qualidade de vida dos residentes simultaneamente.

“As mesmas pessoas que reclamam que o turismo excessivo está tornando suas vidas impossíveis estão alugando seus apartamentos para turistas no Airbnb”, disse Guido Moltedo, editor da revista Ytali, de Veneza. (Momigliano, 2020, n. p, tradução nossa)¹⁷³

O Sr. Secchi, o concierge do hotel, também é um ativista que luta pelos moradores da lagoa. Quinze anos atrás, ele fundou a organização popular “Venessia” (Veneza, em dialeto veneziano), que monitora o declínio da população local. Mas enquanto sua organização faz lobby com funcionários para criar moradias subsidiadas para os moradores locais e “colocar alguns limites no aluguel de apartamentos para turistas”, Secchi também lista três quartos de seu apartamento no Airbnb. “Eu preciso, se eu quiser pagar meu próprio aluguel.” (Momigliano, 2020, n. p, tradução nossa)¹⁷⁴

Esse impacto direto sobre a qualidade de vida é um dos aspectos mais frequentes em definições do *overtourism*. Declarações como as citadas acima, refletem que os impactos já atingiram a percepção das pessoas envolvidas que é justamente o ponto de disruptão entre o turismo de massa e o *overtourism* o qual foi discutido ao longo dessa pesquisa.

Em agosto de 2016, vários pôsteres e pixações anti-turismo apareceram no bairro de Castello em Veneza. Em inglês, os venezianos mostraram sua insatisfação com o desenvolvimento da atividade por meio de frases como “Turistas vão embora! Vocês estão destruindo essa área”¹⁷⁵. Além dessas manifestações, os venezianos já

¹⁷³ No original lê-se: “The same people who complain that overtourism is making their lives impossible are renting their apartments to tourists on Airbnb,” said Guido Moltedo, editor of the Venice-based magazine Ytali. (Momigliano, 2020, n. p)

¹⁷⁴ No original lê-se: Mr. Secchi, the hotel concierge, is also an activist fighting for the lagoon’s residents. Fifteen years ago, he founded the grassroots organization “Venessia” (Venice, in Venetian dialect), which keeps track of the declining local population. But while his organization lobbies officials to create subsidized housing to locals, and “put some limits to the renting of the apartments to tourists,” Mr. Secchi also lists three rooms of his apartment on Airbnb. “I have to, if I want to pay my own rent.” (*Ibidem*)

fizeram diversos protestos diretamente contra os cruzeiros. Em 2013, milhares de residentes impediram a docagem dos grandes navios no canal de Giudecca enquanto outros protestavam próximos ao canal com bandeiras que diziam não à essas embarcações (Ver figura 12).

O centro histórico de Veneza é separado da área continental da cidade, logo, para visitar a cidade comumente utilizam-se embarcações, como por exemplo, os polêmicos cruzeiros (Ver Figura 13). Polêmicos pois a relação dos mesmos com o centro histórico é conflituosa há anos. Os cruzeiros concentram as pessoas no tempo e no espaço e essas características se destacam em cidades com infraestruturas antigas como Veneza.

Figura 13 - Protesto em Veneza para bloquear um navio de cruzeiro no ano de 2013.



Fonte: SECCHI, Marco. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/ceciliarodriguez/2016/09/29/venice-is-fed-up-with-cruise-ships-and-angry-protesters-are-blocking-them/?sh=39d111d63f61>>.

¹⁷⁵ MARCUS, Lilit. Venice Officials Considering a Cap on Tourists. **Condé Nast Traveler**. 4 de nov. de 2016. Disponível em: <<https://www.cntraveler.com/story/venice-locals-to-tourists-go-away>>. Acesso em: 18 de ago. 2021

Figura 14 - Navio de cruzeiro próximo ao centro histórico de Veneza.



Fonte: DAVISON, Dan. Disponível em: <<https://www.archdaily.com/923713/why-do-we-travel/5d726d5c284dd10d87000001-why-do-we-travel-image>>.

Outro protesto em setembro de 2016 é relatado por Cecilia Rodriguez em um artigo para Forbes:

Não é nenhuma surpresa, então, que centenas de venezianos irados decidiram esta semana resolver o problema com suas mãos, embarcando em gôndolas e pequenos barcos, agitando bandeiras, jogando bombas de fumaça e gritando "Não aos grandes barcos" em um esforço para evitar os gigantescos navios de cruzeiro passando pela lagoa. (Rodriguez, 2016, n. p, tradução nossa)¹⁷⁶

Lilit Marcus, recorda o apelido da cidade, “*La Serenissima*”, de forma a expor como o apelido contradiz a dinâmica da cidade e os sentimentos do venezianos quanto ao turismo. Segundo a mesma autora, até a publicação do artigo realizada em novembro de 2016, a questão do controle do turismo na cidade era de domínio primário de ativistas. No entanto, oficiais locais passaram a considerar diversas opções para regular o número de visitantes na cidade.

A ministra do Turismo de Veneza, Paola Mar, disse ao jornal: "Estamos nas vésperas de uma revolução e, portanto, a participação de todos é essencial. Uma comissão está analisando cada detalhe dos projetos que todos podem apresentar. Então vamos

¹⁷⁶ RODRIGUEZ, Cecília. Venise Is Fed Up With Cruise Ships And Angry Protesters Are Blocking Them. **Forbes**. 29 de set. 2016. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/ceciliarodriguez/2016/09/29/venice-is-fed-up-with-cruise-ships-and-angry-protesters-are-blocking-them/?sh=39d111d63f61>>. Acesso em: 18 de ago. 2021.

decidir. Ela vai ser uma escolha que vai melhorar a qualidade de vida de todos, residentes e visitantes."(Marcus, 2016, n. p, tradução nossa)¹⁷⁷

Dessa forma podemos compreender, pelo menos em parte, como a questão do turismo e a regulação do mesmo passou a ser uma questão importante para grupos locais e como a manifestação dos mesmos gerou uma resposta do poder público local. As diversas manifestações dos venezianos, como os protestos e pixações, juntamente com ações do poder público com relação a regulação do turismo, demonstram como os impactos do turismo na cidade estão perceptíveis. Ou seja, manifesta-se o *overtourism*, fenômeno no qual visitantes e residentes percebem um declínio na qualidade de vida e/ou da experiência turística em determinado local por conta do desenvolvimento da atividade.

Em 2008, quando a população caiu para menos de 60.000 mil pessoas, um grupo local organizou um funeral simbólico para a cidade (ver figura 14 e 15).¹⁷⁸ O grupo "Venessia", organizador do "funeral", se responsabilizou por contabilizar a queda da população local.

¹⁷⁷ No original lê-se: Venice's tourism minister, Paola Mar, told the newspaper, "We are on the eve of a revolution and therefore the participation of all is essential. A commission is analyzing every detail of the projects that everyone can present. Then we will decide. It will be a choice that will improve the quality of life for everyone, residents and visitors alike." (Marcus, 2016, n. p)

¹⁷⁸ DONADIO, Rachel. Mock Funeral for Venice Dramatizes Flight of Residents From City's Heart. **The New York Times**. 14 de nov. 2009. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2009/11/15/world/europe/15venice.html>>. Acesso em: 18 de ago. 2021

Figura 15 - Um pianista em uma barcaça durante um evento organizado para marcar o declínio da população local.



Fonte: Yoder, Dave. The New York Times. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2009/11/15/world/europe/15venice.html>>.

Figura 16 - Grupo Venessia fazem funeral simbólico para marcar o declínio da população da cidade abaixo de 60.000 habitantes.



Fonte: Yoder, Dave. The New York Times. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2009/11/15/world/europe/15venice.html>>.

O artigo do “The New York Times”, que relata o funeral citado acima, também aponta algumas causas para a “morte” de Veneza. Entre elas estão os cruzeiros, mas também a “turistificação” da cidade:

À medida que mais pessoas se mudam para área continental, muitos protestam contra o declínio dos serviços em Veneza, incluindo consultórios médicos, creches, lojas de alimentos e até mesmo sapateiros. Muitos venezianos vêm o fechamento de um vasto complexo hospitalar no Lido, que a cidade colocou à venda para incorporadores, como o símbolo máximo do turismo sobre os interesses locais. (Donadio, 2009, n. p, tradução nossa)¹⁷⁹

O processo de turistificação, entendido nesse trabalho como uma substituição de serviços e lojas locais para serviços e lojas voltados a turistas, está associado com a chamada gentrificação turística da cidade, entendida como a substituição da população de baixa renda local em detrimento de uma população de renda maior ou de turistas que se hospedam em hoteis e Airbnb's. Como consequência desses processos está a evasão, ou êxodo, dos venezianos para a área continental (*mainland*) ou para outras cidades. Nesse sentido, podemos perceber que a escala do fenômeno do *overtourism* não se limita a área central, pois também implica em mudanças na área continental.

A expressão “venexodus” foi utilizada em um protesto no ano de 2016 pelos locais da cidade de Veneza para se referir à evasão dos venezianos da cidade (ver figuras 16 e 17). Os protestantes carregavam malas como símbolo da mudança dos venezianos. Segundo artigo da BBC¹⁸⁰, os residentes dizem que estão sendo forçados a sair por conta dos alugueis altos, falta de moradias, aumento do número de apartamentos alugados para visitantes e preços inflacionados.

¹⁷⁹ No original lê-se: As more people move to the mainland, many protest a decline in services in Venice proper, including medical offices, child care facilities, food shops and even cobblers. Many Venetians see the closing of a vast hospital complex on the Lido, which the city has put up for sale to developers, as the ultimate symbol of tourism over local interests. (Donadio, 2009, n. p)

¹⁸⁰ VENICE #Venexodus protesters oppose tourist numbers. BBC. 12 de nov. 2016. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-europe-37963136>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021.

Figura 17 - Protesto de venezianos com a mala representando o processo de “êxodo” da cidade.



Fonte: Disponível em: < <https://www.bbc.com/news/world-europe-37963136> >. Acesso em: 13 de ago. de 2021

Figura 18 - Protesto de venezianos em passarela sobre um dos canais da cidade contra o processo de “exôdo” da cidade.



Fonte: Disponível em: < <https://www.bbc.com/news/world-europe-37963136> >. Acesso em: 13 de ago. de 2021

Tattara (2015) buscou quantificar os impactos dos cruzeiros sobre a cidade de Veneza. O quadro 5 demonstra dados das receitas e custos dos cruzeiros calculados pelo autor.

Quadro 5 - Receitas, custos e benefícios dos cruzeiros marítimos em milhões de euros.

Revenues	Costs
Tourism 125,1	<i>Air pollution</i> 118,4
Nautical technical services and supplies 41,8	Sea pollution 12,7
Expenses for tourist transport 17,8	Greenhouse gases 56,2
Total 184,7	<i>Total</i> 187,3
Negative externalities	
Tourist congestion (50% of 125,1) - 62,5	Other air pollutants (dioxin, heavy metals, ultrafine dusts) not evaluated
Revenues representing increase of wellbeing 122,2	Pollutants from on board incineration not evaluated
	Damage to monuments not evaluated
	Alteration of morphology of the Lagoon not evaluated

Fonte: Tattara (2015)

A partir do quadro 5, Tattara (2015, p. 32, tradução nossa)¹⁸¹ conclui:

A partir disso, vemos como o custo ambiental das atividades de cruzeiro para a cidade de Veneza (187 milhões de euros) é semelhante às receitas deles decorrentes (185 milhões de euros), que deve ser reduzido em consideração às deseconomias de escala associadas ao excesso de turismo e avaliado, líquido destes custos externos, em cerca de 122 milhões de euros.

Os dados nos ajudam a entender a insatisfação dos venezianos quanto aos cruzeiros e seus impactos, uma vez que o custo benefício para os cidadãos não os favorece. Mesmo se desconsiderarmos às “deseconomias de escala”, representadas no quadro na seção de “outras externalidades negativas”, é preciso ressaltar que as receitas dessa atividade não são distribuídas de forma igualitária. Logo, os custos são arcados pela população enquanto as receitas são apropriadas de maneira desigual, fato que corrobora para a percepção negativa do turismo na cidade.

A República de Veneza e sua lagoa, na qual situa-se seu centro histórico, são compreendidos como uma entidade única e em 1987 foi adicionada aos patrimônios mundiais da UNESCO. Segundo Seraphin et al (2018), não seria exagero imaginar que, devido aos impactos do turismo, a cidade italiana possa ser adicionada a lista de patrimônios em risco. Como previsto pelo autor, a cidade de Veneza está sob a ameaça de entrar na lista de patrimônios em risco pela UNESCO e isso se deve,

¹⁸¹ No original lê-se: From this we see how the environmental cost of cruise activities for the city of Venice (187 million euros) is similar to the revenues deriving therefrom (185 million euros), which must be downsized in consideration of the diseconomies of scale connected with the excess of tourism and evaluated, net of these external costs, at around 122 million euros. (Tattara, 2015, p. 32)

principalmente, aos impactos dos cruzeiros sobre a lagoa na qual o centro histórico está localizado.

Os diversos protestos e manisfetações pressionaram o poder público a tomar uma decisão quanto à presença de cruzeiros na cidade. Em 2017, o comitê governamental italiano votou para banir grandes cruzeiros das águas em frente da Praça de São Marcos¹⁸², um dos pontos turísticos e culturais mais importantes do centro histórico de Veneza. Além de uma resposta a pressão dos residentes, a medida também é uma resposta a UNESCO que havia anunciado a possibilidade de colocar a cidade e sua lagoa como patrimônio em risco.

A agência de patrimônio artístico da ONU disse que examinaria uma proposta para colocar Veneza em sua lista de sitios ameaçadas se a cidade da lagoa não proibir permanentemente navios de cruzeiro que atracem lá, de acordo com a agência de notícias italiana Ansa. (Tondo, 2021, n.p, tradução nossa)¹⁸³

Não é exagero sugerir que em 2017–18 Veneza poderia ser adicionada à lista de locais ameaçados da UNESCO. No entanto, a controvérsia é que a designação de Patrimônio Mundial (WHS) evoluiu ao longo do tempo de uma medida técnica voltada exclusivamente para a preservação para uma marca que os países utilizam para atrair turistas, e que os turistas, por sua vez, dependem para selecionar os destinos que irão visitar (Ryan & Silvanto, 2009). (Seraphin et al., 2018, p. 375, tradução nossa)¹⁸⁴

Em Veneza, a classificação de patrimônio mundial conferiu a cidade mais notoriedade, o que pode, contraditoriamente, ter contribuído para o desenvolvimento desenfreado do turismo na cidade que hoje se manifesta como uma ameaça a conservação do local.

Como apontado anteriormente, a decisão de banir os cruzeiros da lagoa onde está o centro histórico de Veneza foi feita em 2017. Porém, isso não significou o fim dos grandes navios na lagoa. Em 2019, um cruzeiro se chocou contra um barco turístico e cinco pessoas ficaram feridas no canal de Giudecca, que leva a praça de São Marcos. Esse episódio foi amplamente coberto pela mídia e as matérias que

¹⁸² MCCARTHY, Daniel. Venice Bans Cruise Ships from City Center. Travelmarket. 10 de nov. de 2017. Disponível em: <<https://www.travelmarketreport.com/articles/Venice-Bans-Cruise-Ships-from-City-Center>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021.

¹⁸³ No original lê-se: The UN art heritage agency has said it would examine a proposal to put Venice on its endangered list if the lagoon city does not issue a permanent ban on cruise ships docking there, according to the Italian news agency Ansa. (Tondo, 2021, n.p)

¹⁸⁴ No original lê: It is not an exaggeration to suggest that 2017–18 might see Venice being added to the UNESCO list of endangered sites. However, the contention is that the World Heritage Site (WHS) designation has over time evolved from a technical measure aimed exclusively at preservation into a brand that countries use to attract tourists, and that tourists, in turn, rely on in selecting the destinations they will visit (Ryan & Silvanto, 2009). (Seraphin et al., 2018, p. 375)

mencionaram o termo *overtourism* ao relatar o episódio não são difíceis de encontrar¹⁸⁵.

O contexto de pandemia da COVID-19, interrompeu a atividade turística e permitiu aos residentes uma percepção ainda maior de como os visitantes impactam o cotidiano. Um exemplo é a retomada tímida de uma tradição veneziana, o *flânerie*¹⁸⁶. Essa tradição consiste em um passeio sem rumo pelas calçadas da cidade onde os conhecidos se encontram para uma bebida ocasional, *um ombra de vin*, ou “sombra de vinho” como é chamada na lagoa. A tradição encontrava dificuldade de se efetivar devido à frequente lotação das ruas por conta dos visitantes.

Em contexto de retomada das atividades turísticas, outro episódio chamou a atenção e provocou revolta em parte dos residentes. Em junho de 2021, os residentes de Veneza foram surpreendidos com a chegada de um navio de Cruzeiro da MSC Orchestra com 650 passageiros. O aparecimento do navio gerou repostas de ativistas pois o primeiro ministro italiano já havia prometido, em março de 2021, que cruzeiros não navegariam mais na lagoa:

“O governo italiano tem sido ótimo em enganar não apenas os cidadãos de Veneza, mas os jornais e a opinião pública de todo o mundo”, disse Tommaso Cacciari, líder do grupo ativista *No Grandi Navi* (Não návios grandes). (Giuffrida, 2021, n. p, tradução nossa)¹⁸⁷

A matéria da qual a citação acima foi retirada, também revela a existência de um movimento de contraprotesto em Veneza, *Si Grandi Navi* (Sim návios grandes), revelando o conflito de interesses das partes interessadas da cidade. A proibição de

¹⁸⁵ Matérias que mencionam o termo *overtourism* ao relatarem o episódio em que um navio de cruzeiro se chocou no canal de Giudecca:

LEDSOM, Alex. The Venice Cruise Ship Crash Has Reignited Calls For Limiting Tourist Entry. Forbes. 03 de jun. de 2019. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/alexledsom/2019/06/03/how-the-venice-cruise-ship-crash-has-reignited-calls-for-limiting-tourist-entry/?sh=7336c65c3054>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021;

CATHY, Adams. Venice to ban cruise ships from centre. Independent. 08 de ago. de 2019. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/venice-cruise-ships-overtourism-ban-tourists-a9046641.html>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021;

BURDEAL e BRUNO. Cruise Ship Crashes Into Dock and Tourist Boat in Crowded Venice Canal. Skift. 02 de jun. de 2019. Disponível em: <<https://skift.com/2019/06/02/cruise-ship-crashes-into-dock-and-tourist-boat-in-crowded-venice-canal/>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021;

¹⁸⁶ MOMIGLIANO, Anna. Venice Tourism May Never Be the Same. It Could Be Better. The New York Times. 02 de jun de 2020. Disponível em:< <https://www.nytimes.com/2020/07/02/travel/venice-coronavirus-tourism.html>>. Acesso em 19 de ago. de 2021

¹⁸⁷ No original lê-se: “The Italian government has been great at deceiving not only citizens of Venice, but newspapers and public opinion around the world,” said Tommaso Cacciari, leader of the activist group *No Grandi Navi* (No Big Ships). (Giuffrida, 2021, n. p)

navios de cruzeiros em Veneza finalmente entrou em vigor em agosto de 2021. No mesmo mês, a administração local da cidade anunciou que limitaria os visitantes diários (*day trippers*), na segunda metade de 2022¹⁸⁸.

Outra questão relevante para entender o *overtourism* em Veneza, é o mercado imobiliário da cidade e, mais especificamente, o impacto de plataformas de acomodação como o Airbnb sobre esse mercado. Em maio de 2016 o website idealista.it anunciou que Veneza é a cidade mais cara na península italiana (Milano 2017).

Milano argumenta que o problema do mercado imobiliário da cidade não é necessariamente o aumento de preços dos imóveis, mas sim, a baixa disponibilidade de apartamentos para residentes alugarem. “Existe uma relação direta entre o aumento de preços de imóveis residenciais e o aumento da oferta nas plataformas de aluguel de apartamentos turísticos, como o Airbnb” (Milano, 2017, p. 12, tradução nossa)¹⁸⁹.

Mapa 3 - Mapa de oferta de alojamento turístico em Veneza de acordo com o *Inside Airbnb*.



Fonte: Inside Airbnb (2017) apud Milano (2017)

¹⁸⁸ CERINI, Marianna. After Banning Cruise Ships, Venice Puts a Cap on Day Trippers. Condé Nast Traveler. 31 de ago. de 2021. Disponível em: <<https://www.cntraveler.com/story/after-banning-cruise-ships-venice-puts-a-cap-on-day-trippers>>. Acesso em 13 de set. 2021.

¹⁸⁹ No original lê-se: There is a direct relationship between the rise in residential properties prices and the increasing supply on tourist apartment rental platforms, such as Airbnb. (Milano, 2017, p. 12)

A figura 18 revela a distribuição dos 6027 apartamentos turísticos listados no Airbnb em Veneza. Destaca-se a concentração de acomodações listadas no centro histórico que justamente corresponde à localização das principais atrações turísticas da cidade como o Grande Canal de Veneza, a Praça e Basílica de São Marcos, o Palácio Ducal e a Ponte de Rialto.

Além do já citado grupo Venessia, a presente pesquisa levantou a existência de outro grupo civil em Veneza, o “*Gruppo 25 aprile*”. Segundo informações retiradas do *website* do grupo, os mesmos se definem como a maior ONG da cidade que faz campanha pelos direitos dos residentes em Veneza. Dizem ser apartidários e seus 3000 mesmbros são responsáveis por organizar uma série de manifestações criativas como os “*flash mobs*”. O nome do grupo foi escolhido por coincidir com o dia de São Marcos e também com o dia da liberdade para os italianos no fim da Segunda Guerra Mundial e da ocupação nazista do norte da Itália.

Uma manifestação relatada no site do “*Gruppo 25 aprille*” foi realizada na abertura da casa de opera Fenice em novembro de 2017. O grupo lançou 1000 flyers no ar com a mensagem “Chega de hotéis, Veneza quer viver” (Ver figura 19 e 20). As manifestações tem como objetivo a conscientização dos problemas enfrentados pelos venezianos, com destaque para aqueles nos quais as causas se relacionam com o turismo.

Figura 19 - Flyers jogados ao ar por manifestantes do “*Gruppo 25 aprille*” na inauguração da casa de ópera Fenice.



Fonte: Disponível em:<<https://gruppo25aprile.org/who-are-we/>>. Acesso em: 15 de set. De 2021

Outro protesto organizado por este grupo ocorreu no dia 2 de julho de 2017, o protesto foi chamado de “*MiNoVadoVia*” que significa “nós não vamos embora” e

contou com mais de 2000 pessoas marchando pelo centro histórico (Ver figura 20). O grupo é crítico quanto ao desenvolvimento do turismo da cidade e se desdobra, principalmente, sobre a questão imobiliária da cidade, onde os venezianos tem dificuldade de encontrar residências para alugarem. Dessa forma, o grupo publica o “Venice calendar” com objetivo de levantar fundos para ajudar pessoas a buscar acomodações na cidade de Veneza.

Figura 20 - Jornal noticiando o protesto “MI NO VADO VIA” do “Gruppo 25 Aprile”.



Fonte: Disponível em: <<https://gruppo25aprile.org/who-are-we/>>. Acesso em: 15 de set. De 2021

O artigo de Diaz-Parra e Jaime Jover (2020) buscou discutir o *overtourism* juntamente com a questão do “direito à cidade” de Lefebvre na cidade de Sevilha na Espanha, que assim como Veneza, é um centro histórico no mediterrâneo. Nesse artigo, discute-se que uma possível consequência do desenvolvimento do turismo e do *overtourism* é a perda de identidade com o local, ou o que os autores chamaram de “*place alienation*”.

“*Place alienation*” caracteriza o sentimento de deslocamento ou incapacidade de desenvolver um sentimento de pertencer à comunidade atual (Relph, 1976; Hummon, 1992). Gentrificação, deslocamento e *place alienation* são processos socioespaciais entrelaçados que contribuem para a injustiça social. Todos esses elementos são bem

informados pelo trabalho teórico e empírico de Lefebvre sobre o espaço urbano. (Diaz-Parra e Jaime Jover, 2020, p. 3, tradução nossa)¹⁹⁰

Para os autores, o trabalho de Lefebvre pode ser capaz de preencher a lacuna quanto a análise crítica do *overtourism* e concordamos com os autores citados pois o sentimento de perda de identidade e a supressão das funções da cidade por conta do desenvolvimento turístico dialogam com o trabalho de Lefebvre e essa relação poderá ser melhor exploradas em trabalhos futuros sobre o *overtourism*.

Lefebvre (1971, p. 192) afirma que “os turistas fazem desaparecer a autenticidade que buscam na cidade histórica. Veneza, com 200.000 turistas, não é mais Veneza. O objeto se desvanece com a atividade com que é utilizado [...] o turista passa a ser o seu próprio espetáculo”. Discutindo como os turistas desejam vivenciar uma vida elitista em regiões subdesenvolvidas, e novamente se referindo às cidades históricas do Mediterrâneo, ele afirma: “Movimento em massa de hordas de turistas em fuga para espaços urbanos (Veneza, Florença) ou rurais, onde sua chegada equivale à sua destruição, é uma das maiores contradições espaciais da modernidade” (Lefebvre, 1974, p. 176). (Diaz-Parra e Jaime Jover, 2020, p. 8, tradução nossa)¹⁹¹

A citação acima é mais um exemplo de como a problemática do turismo de massa em Veneza e a descaracterização da cidade já estava no horizonte de análise de intelectuais que são referência para os estudos urbanos. A relação entre o desenvolvimento do turismo e a perda de identidade, ou *place alienation*, que é identificada em diversas cidades indica que a problemática tem suas “raízes” na estrutura econômica.

¹⁹⁰ No original: “Place alienation” characterizes the feeling of displacement or inability to develop a sense of belonging towards one’s current community (Relph, 1976; Hummon, 1992). Gentrification, displacement and place alienation are intertwined socio-spatial processes that contribute to social injustice. All these elements are well informed by Lefebvre’s theoretical and empirical work on urban space. . (Diaz-Parra e Jaime Jover, 2020, p. 3)

¹⁹¹ No original lê-se: Lefebvre (1971, p. 192) states that “tourists make the authenticity they seek in the historic city disappear. Venice, with 200,000 tourists, is not Venice anymore. The object vanishes with the activity by which it is used [...] tourists become their own spectacle.” Discussing how tourists want to experience an elitist life in underdeveloped regions, and again referring to Mediterranean historic cities, he states: “Mass movement of tourist hordes escaping towards urban (Venice, Florence) or rural spaces, where their arrival is equal to its destruction, is one of the greatest spatial contradictions of modernity” (Lefebvre, 1974, p. 176). (Diaz-Parra e Jaime Jover, 2020, p. 8)

3.3 O caso de Barcelona

Barcelona definitivamente ficou em primeiro lugar sob os holofotes do *overtourism*, seguido de perto por outros destinos como Veneza, Dubrovnik, Amsterdã e Hong Kong, para citar apenas alguns. (Mihalic, 2020, p.2)¹⁹²

Barcelona, assim como Veneza, é uma citação obrigatória para exemplificar o *overtourism*. O levantamento bibliográfico dessa pesquisa identificou essas duas cidades como os principais casos do fenômeno estudado. Em ambas cidades ocorreram manifestações civis que questionam o desenvolvimento turístico e ações concretas do poder público local para amenizar os impactos da atividade.

Assim como foi feito nas descrições de caso de Amsterdã e Veneza, iremos destacar inicialmente a evolução do número de turistas na cidade catalã, pois o aumento de visitantes é apontado por diversos autores como uma das causas do *overtourism*. Os gráficos seguintes mostram a evolução do número de turistas na Catalunia, região autônoma da Espanha, e de sua capital Barcelona, respectivamente.

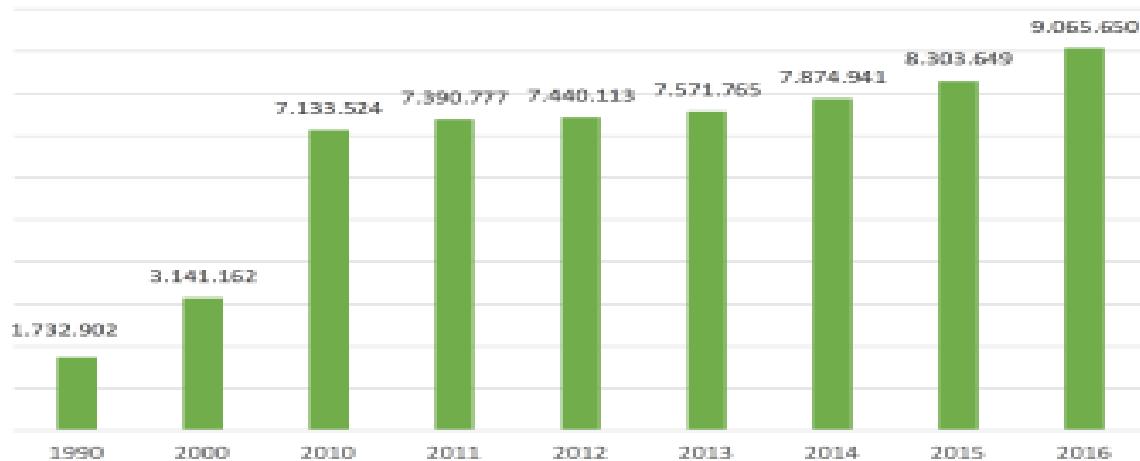
Gráfico 15 - Evolução do número de turistas (*overnight stays*) na Catalunia.



Fonte: Milano (2017)

192 No original lê-se: Barcelona definitely took first place under the overtourism spotlight, followed closely by other destinations such as Venice, Dubrovnik, Amsterdam, and Hong Kong, to name but a few. (Mihalic, 2020, p.2)

Gráfico 16 - Evolução do número de turistas (*overnight stays*) em Barcelona.



Fonte: Milano (2017)

Destaca-se um aumento de mais de 100% no número de turistas em apenas 10 anos na cidade de Barcelona (entre 2000 e 2010), o que demonstra, pelo menos em parte, a importância cada vez maior do turismo para a economia e sociabilidade da cidade que abriga cerca 1,6 milhões de pessoas¹⁹³. Milano *et al* (2018) mencionam um número de visitantes noturnos muito acima daqueles constados nos gráficos 14 e 15.

Barcelona, em particular, está no centro dessas crescentes preocupações sobre o rápido crescimento do turismo nas cidades, especialmente durante os períodos de pico de férias. Na verdade, o destino de Barcelona estima que houve 30 milhões de visitantes noturnos em 2017, em comparação com uma população residente de 1.625.137. (Milano et al., 2018, p. 1, tradução nossa).

Conforme Milano et al (op cit), havia uma estimativa de 30 milhões de visitantes noturnos, porém, acreditamos que esse dado considera visitantes no geral (turistas e excursionistas). Assim como nos outros casos descritos, quantificar com exatidão o número de visitantes é difícil devido aos excursionistas que são de difícil mensuração. Cristina Giner, em matéria para o “Euronews” no ano de 2019, menciona o número de 20 milhões de turistas por ano em Barcelona¹⁹⁴.

¹⁹³ BROWN, Vicki. Overtourism in Barcelona. **Responsible Travel**. [2017 – 2020]. Disponível em: <<https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-barcelona>>. Acesso em: 30 de dez. de 2020.

¹⁹⁴ GINER, Cristina. Barcelona “saturada” de turistas. Euronews. 23 de ago. de 2019. Disponível em: <<https://pt.euronews.com/2019/07/23/barcelona-saturada-de-turistas>>. Acesso em: 15 de set. de 2021

De qualquer maneira, dimensionar o número de visitantes é menos importante do que constatar que há um crescimento no número dos mesmos que parece ter encontrado um limiar, no qual a percepção do turismo na cidade é cada vez mais negativa. Tal limiar não pode ser expresso, do nosso ponto de vista, em um número, mas é evidenciado pelas manifestações de descontentamento dos catalães frente ao turismo de massa na cidade.

Dados quanto a percepção negativa do turismo em Barcelona foram publicados pelo Barómetro Semestral de Barcelona e utilizados no trabalho de Milano (2020). O gráfico 16 aponta para um crescimento muito significativo da percepção negativa do turismo em Barcelona. Apontar o turismo como o principal problema urbano talvez seja uma novidade histórica a qual o conceito de *overtourism* busca englobar.

Gráfico 17 - Percepções negativas do turismo em Barcelona (Qual você considera se o problema mais sério na cidade de Barcelona nos dias de hoje?).



Fonte: Milano (2017), dados do Barómetro Semestral de Barcelona

Como discutido nos primeiros capítulos dessa pesquisa, os impactos negativos do turismo de massa não são uma novidade nos estudos acadêmicos, logo, o surgimento do conceito de *overtourism* é um indício de que, talvez, haja algo novo se manifestando na atualidade. O gráfico 16 revela que: 19% dos entrevistados apontaram o turismo como maior problema de Barcelona em 2017, contra uma

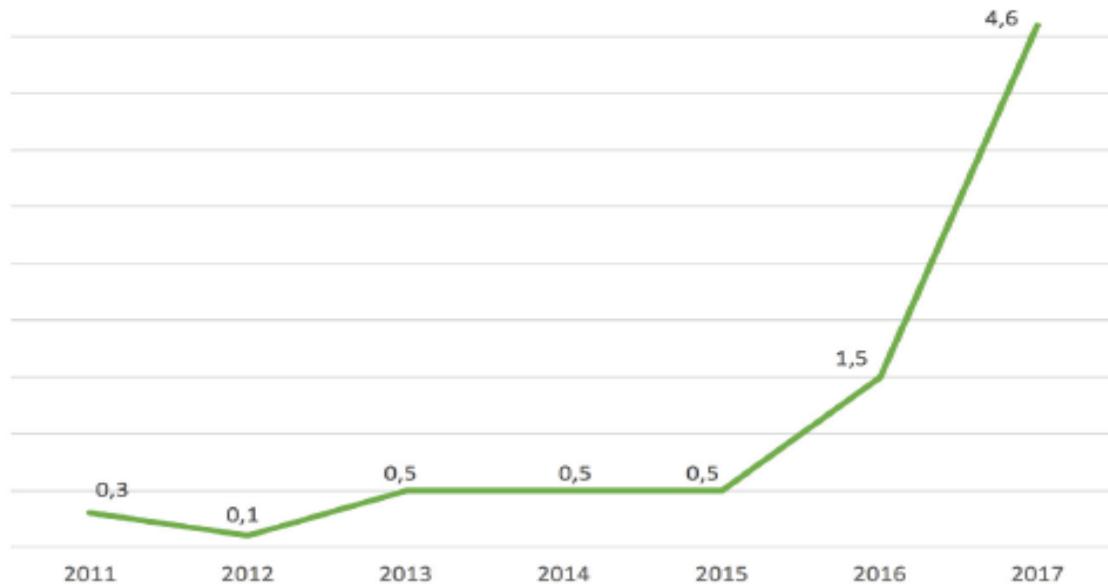
porcentagem de menos de 1% em 2012, o que retrata uma mudança significativa e relativamente recente na percepção dos residentes da capital catalã.

Os gráficos 16 e 17 buscam relatar a percepção negativa do turismo em Barcelona. Contudo, o gráfico 17 retrata qual a porcentagem de pessoas que apontam o turismo como a atividade que mais afeta pessoalmente os entrevistados, enquanto o gráfico 16, retrata qual é, na opinião dos entrevistados, o maior problema da cidade.

Os dois gráficos apontam para uma evolução do número de pessoas que percebem o turismo como negativo, no entanto, é interessante perceber que a porcentagem de pessoas que destacam o turismo como maior problema pessoal é menor do que aquelas que apontam o turismo como maior problema da cidade. Esses dados talvez sejam reveladores de uma consciência coletiva que favorece a percepção dos impactos do turismo em Barcelona.

Gráfico 18 - Percepções negativas pessoais do turismo em Barcelona (Pessoalmente, qual problema te afeta mais?).

Negative personal perception of tourism in Barcelona (Personally, which problem affects you most?)



Fonte: Milano (2017), dados do Barómetro Semestral de Barcelona

Chama muita atenção o aumento da percepção negativa entre os anos de 2015 e 2016. Especulamos que esse aumento se deve, ao menos em parte, a eclosão de manifestações anti-turismo na cidade que definitivamente elevaram a percepção dos residentes quanto a atividade. Ou seja, o fato de ocorrerem manifestações e as

mesmas repercutirem na mídia e nas redes sociais, colocou a questão do desenvolvimento desenfreado do turismo e de seus impactos sobre a qualidade de vida dos residentes nos holofotes.

Em agosto de 2014, uma fotografia circulou pelas redes sociais e causou revolta entre os residentes de Barcelona. O ato e a fotografia de dois italianos pelados nas ruas da cidade (ver figura 21) causou revolta entre os residentes e foi capaz de desencadear diversos protestos com relação ao turismo nos dias posteriores

Figura 21 - Turistas italianos nus pelas ruas de Barcelona.



Fonte: Vicens Forner, 2014.

Como visto no item de causas de *overtourism* dessa pesquisa, experiências negativas pessoais com turistas podem ser fundamentais para uma percepção negativa do turismo. Também, já destacamos o papel das redes sociais como ferramenta pela qual residentes e turistas podem relatar experiências negativas. Os protestos desencadeados pelo caso relatado acima se opuseram a turistas que buscavam a cidade com intuito de festejar, muitas vezes, com consumo de bebidas alcoólicas.

Cerca de cem moradores de Barcelona saíram às ruas em vários protestos espontâneos nesta semana, exigindo que as autoridades municipais façam mais para

ajudar o que eles chamam de praga do "turismo embriagado". (Kassam, 2014, n. p, tradução nossa)¹⁹⁵

Em matéria para o “The Guardian” em 2014, Ashifa Kassam afirmou que o incidente ocorreu em um contexto de discussões em Barcelona quanto ao número e o tipo de turistas que visitam a cidade. Além do combate ao mencionado “turismo embriagado” ou “turismo de farra”, houve um protesto onde locais levaram um mapa detalhando a localização de apartamentos disponíveis para serem alugados por turistas, demonstrando assim, uma insatisfação com plataformas como o Airbnb e a Homeaway¹⁹⁶.

Barcelona vivenciou protestos diários na semana seguinte do ocorrido com os turistas italianos. Um exemplo foi o protesto ocorrido em La Barceloneta, duas semanas após a divulgação da fotografia dos turistas. O protesto seguiu com o mesmo tema de outros ocorridos ao longo daquela semana: pediam o fim do “turismo de farra/bebedeira” (*binge tourism*) e apontavam a existência de acomodações ilegais ou irregulares para turistas no bairro¹⁹⁷.

¹⁹⁵ No original lê-se: A hundred or so Barcelona residents took to the streets in several spontaneous protests this week, demanding that municipal authorities do more to help what they call a scourge of "drunken tourism". (Kassam, 2014, n. p)

¹⁹⁶ KASSAM, Ashifa. Naked italians spark protests against antics of drunken tourists in Barcelona. 21 de ago. de 2014. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2014/aug/21/naked-italians-protests-drunken-tourists-barcelona>>. Acesso em: 17 de set. de 2021.

¹⁹⁷ GILLMAN e BROWN. Brits out! Fury in Barcelona at boozy tourists: Locals in revolt over revellers from UK. 22 de ago. de 2014. Disponível em: <<https://www.dailymail.co.uk/news/article-2732041/Picture-Italian-men-running-naked-Barcelona-supermarket-lunchtime-sparks-mass-anti-drunken-tourists-protests-city.html>>. Acesso em: 17 de set. de 2021

Figura 22 - Manifestação contra o “turismo de farra” e acomodações ilegais no bairro de *La Barceloneta*, Barcelona.



Fonte: MailOnline, 2014.

Nesse contexto, diversas manifestações “anti-turismo” como grafites, pixações, placas, banners entre outros (ver figuras 23, 24 e 25) foram registradas. As figuras seguintes mostram algumas dessas manifestações que revelam a insatisfação de parte da população quanto ao turismo e seus impactos, ao mesmo tempo em que servem para chamar atenção de outros residentes para a problemática do turismo na cidade à medida que essas manifestações repercutem na mídia local e internacional, bem como nas redes sociais.

Figura 23 - Banner de protesto contra a gentrificação e a especulação imobiliária no Bairro Gótico.



Fonte: Robert Esteban, 2017.¹⁹⁸

Figura 24 - Manifestação contra o turismo de massa em uma praia de Barcelona.



Fonte: Albert Salame, 2017.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Disponível em:<<https://www.goethe.de/ins/pt/pt/kul/sup/10k/21275061.html>>. Acesso em: 22 de set. De 2021.

¹⁹⁹ Disponível em:<<https://www.irishtimes.com/life-and-style/travel/strikes-and-protests-rob-barcelona-of-its-tourist-appeal-1.3186412>>. Acesso em: 22 de set. De 2021

Figura 25 - Mensagem incentivando turistas a irem para casa.



Fonte: Miltos Gijas, 2010.²⁰⁰

Em 2015 os problemas com relação ao turismo estavam no foco de discussões em Barcelona, juntamente com a questão do separatismo catalão. Nesse contexto, Ada Colau foi eleita prefeita da capital catalã com fortes discursos quanto ao problema de habitação na cidade, que registrou um número grande de despejos como consequência da crise econômica de 2008 e, posteriormente, dos arrendamentos de apartamentos para turistas.

Muito mudou em Barcelona sob a administração do partido Barcelona en Comú. Ada Colau restringiu o número de licenças para arrendamentos turísticos e conseguiu vencer uma primeira batalha contra o portal Airbnb. Em agosto de 2017, mais de mil arrendamentos ilegais foram retirados do site. A câmara também está a fazer uso do seu direito de preferência, comprando frações e edifícios que necessitam de obras para convertê-los em habitação ou centros comunitários. (Prinz, 2018, n. p, Tradução: Teresa Laranjeiro).

O problema referente à especulação imobiliária na cidade é alvo de diversas manifestações ocorridas nos últimos anos sob o lema: “Barcelona não está à venda”.

²⁰⁰ Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/aries_tottle/4379313909>. Acesso em: 25 de set. de 2021

No entanto, a novidade é que os residentes e o poder público passaram a considerar o turismo como uma das principais causas para a gentrificação dos bairros da cidade. Assim como em Veneza, a questão habitacional relacionada à pressão causada por plataformas como o Airbnb e Homeaway é central na manifestação do *overtourism*.

Em 28 de janeiro de 2017, uma manifestação contra o turismo de massa foi realizada em La Rambla, na qual mais de 60 grupos locais se reuniram sob o lema 'Barcelona no está en venda' ('Barcelona não está à venda'). O movimento afirma que Barcelona está mesmo à venda e que nos últimos 40 anos a cidade se transformou em um grande negócio. Ativistas falam da escassez de moradias, o que levou ao aumento dos preços dos aluguéis e à expulsão da população local de seus próprios bairros - no geral, Ciutat Vella perdeu 11 por cento de sua população desde 2007, com o bairro Gótico sozinho perdendo estonteantes 45 por cento. De acordo com o relatório diagnóstico de 2016 do Ajuntament sobre turismo, a escassez de moradias é resultado direto da transformação de blocos de apartamentos em hotéis e apartamentos turísticos. (Bond, 2017, n. p, tradução nossa)²⁰¹

A manifestação em La Rambla mencionada acima está registrada na figura 26.

Figura 26 - Protestantes carregam faixa que diz “Barcelona não está à venda”.



Fonte: Lluis Gene/AFP/GettyImages, 2017.²⁰²

²⁰¹ No original lê-se: On January 28, 2017, a demonstration against mass tourism was held on La Rambla, in which more than 60 local groups came together under the banner 'Barcelona no está en venta' ('Barcelona is not for sale'). The movement claims that Barcelona is indeed for sale and that over the last 40 years the city has been turned into a big business. Activists speak of the shortage of housing, which has led to soaring rent prices and local people being expelled from their own neighbourhoods—overall, Ciutat Vella has lost 11 percent of its population since 2007, with the Barri Gòtic alone losing a staggering 45 percent. According to the Ajuntament's 2016 diagnostic report on tourism, the housing shortage is a direct result of blocks of flats being turned into hotels and tourist apartments. (Bond, 2017, n. p)

²⁰² Disponível em: < <https://www.theguardian.com/world/2017/jan/29/barcelona-residents-protest-high-rents-fuelled-by-tourism> >. Acesso em: 25 de set. de 2021.

Muito se escreveu sobre a gentrificação, turistificação e gentrificação turística em grandes cidades da Europa e da Espanha. Especialmente em Barcelona, há uma expressão maior desses fenômenos. Segundo Prinz (2018), com a crise financeira de 2008 deu-se também uma quebra no setor imobiliário que atingiu investidores e, particularmente, famílias espanholas. A autora enfatiza que em 2012 e 2013, a cada 15 minutos, uma família recebia ordem de despejo.

A crise deixou milhares de apartamentos vazios. Segundo um censo elaborado pela administração municipal em novembro de 2016, cerca de 80.000 casas estavam vazias. Como a maioria destas casas situava-se em zonas atrativas para o turismo, foram compradas por fundos de investimento, o que significa que saíram do mercado de arrendamento tradicional. Ao mesmo tempo, o aumento da precariedade fez subir a procura por arrendamentos. Segundo dados do portal imobiliário Idealista, o preço dos arrendamentos em Barcelona subiu 59,2% entre 2013 e 2017. Entretanto, devido à atratividade desta cidade mediterrânea, o arrendamento turístico – legal e ilegal – espalhou-se como um cancro. Com a ferramenta da ONG Inside Airbnb, é possível constatar o aumento vertiginoso do número de alojamentos Airbnb nos últimos anos. (Prinz, 2018, n. p, Tradução: Teresa Laranjeiro)

Para Daniel Pardo da ABTS, Associação de Moradores para um Turismo Sustentável, Barcelona passa por uma onda imobiliária e de comercialização do espaço livre que antes focava-se nas hipotecas, porém, agora foca no arrendamento. Com a aceleração do processo de expulsão de inquilinos, impulsionou-se, por outro lado, uma resistência. Um exemplo dessa resistência é a organização civil PAH (*Plataforma de Afectados por la Hipoteca/Stop Desgaucios*) que foi criada no contexto de despejos durante a crise econômica (Prinz, 2018).

O movimento anti-austeridade 15-M e a PAH deram origem a uma plataforma de cidadãos chamada Barcelona en Comú, cuja antiga porta-voz, Ada Colau, é a atual presidente da câmara de Barcelona. Muitos dos seus antigos companheiros de luta estão agora a trabalhar em instituições municipais e tentam mudar o sistema de dentro para fora. (Prinz, 2018, n. p, Tradução: Teresa Laranjeiro)

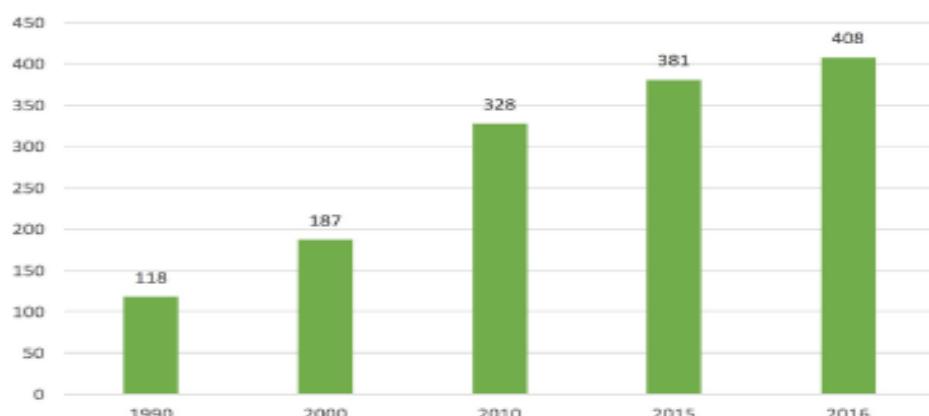
Ainda sobre a resistência imposta pelos habitantes de Barcelona, podemos citar o *Sindicat de Llogaters*, além das já mencionadas PAH e ABTS, que coordena diversas iniciativas urbanas e procura soluções para os conflitos causados pela indústria do turismo. Essa indústria, ainda segundo Daniel Prado, explora extensivamente a cidade e seus habitantes, o que pode ser percebido sobretudo pela expulsão dos residentes mas também pela precariedade do trabalho no turismo. O *Sindicat de Llogaters* possui diversos mapas em seu website, onde se destaca um mapa interativo no qual se constata que apenas 15 fundos de investimento imobiliário possuem 3.000 apartamentos em Barcelona.

Em Barcelona, onde a pressão da especulação imobiliária internacional e a indústria do turismo causaram um aumento substancial nos preços dos arrendamentos, os catalães têm hoje de gastar mais de 46% dos seus salários com a renda. Para os jovens até aos 35 anos, a taxa de esforço aumenta até aos 65%. A média espanhola é de 31%. E esta escalada dos preços não parece ter fim à vista. (Prinz, 2018, n. p, Tradução: Teresa Laranjeiro)

Milano (2017) apresenta gráficos com relação à evolução do número de hotéis (gráfico 18) e camas turísticas (gráfico 19) em Barcelona entre os anos de 1990 e 2016.

Gráfico 19 - Evolução no número de hotéis em Barcelona (1990 – 2016).

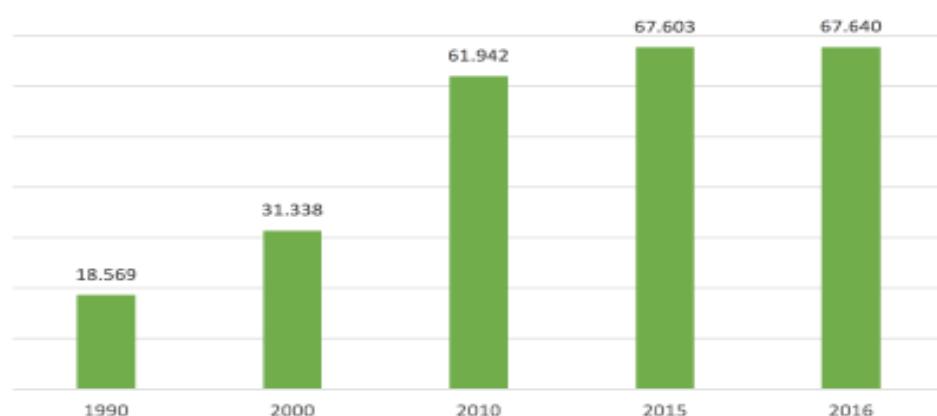
Evolution of the number of hotels in Barcelona (1990-2016)



Fonte: Milano (2017), baseado em Tourism Statistics 2016. Barcelona: ciutat i entorn. Barcelona Turisme, 2017.

Gráfico 20 - Evolução no número de hotéis em Barcelona (1990 – 2016).

Evolution of the number of tourist beds in the city of Barcelona (1990-2016)



Fonte: Milano (2017), baseado em Tourism Statistics 2016. Barcelona: ciutat i entorn. Barcelona Turisme, 2017.

A evolução da oferta de acomodações turísticas, exemplificadas pelos gráficos 18 e 19, tem influência sobre o preço de habitação na cidade. Os dois gráficos exemplificam a velocidade da expansão das acomodações turísticas, o que deve estar relacionado com o aumento nos custos de habitação uma vez que a oferta de acomodações para residentes se torna menor. O gráfico 20, também elaborado por Milano (2017), mostra a evolução do preço por metro quadrado na cidade de Barcelona.

Gráfico 21 - Evolução no preço do metro quadrado em Barcelona (2008 – 2017).

Evolution of the sale price per square metre in euros in Barcelona (2008-2017)



Fonte: Milano (2017), baseado em dados publicados pelo website idealista.

A recessão econômica pós crise de 2008 ajuda a explicar a queda do valor do metro quadrado em Barcelona, porém, a partir de 2014, os preços voltaram a subir e isso se relaciona, entre outros fatores, ao turismo. Seja pela valorização dos espaços urbanos, por conta de estruturas como os hotéis, seja pela menor oferta de alojamentos para residentes, devido a preferência por alugueis de curto prazo, o turismo passa, cada vez mais, a ser percebido como fator na evolução do custo de vida na cidade.

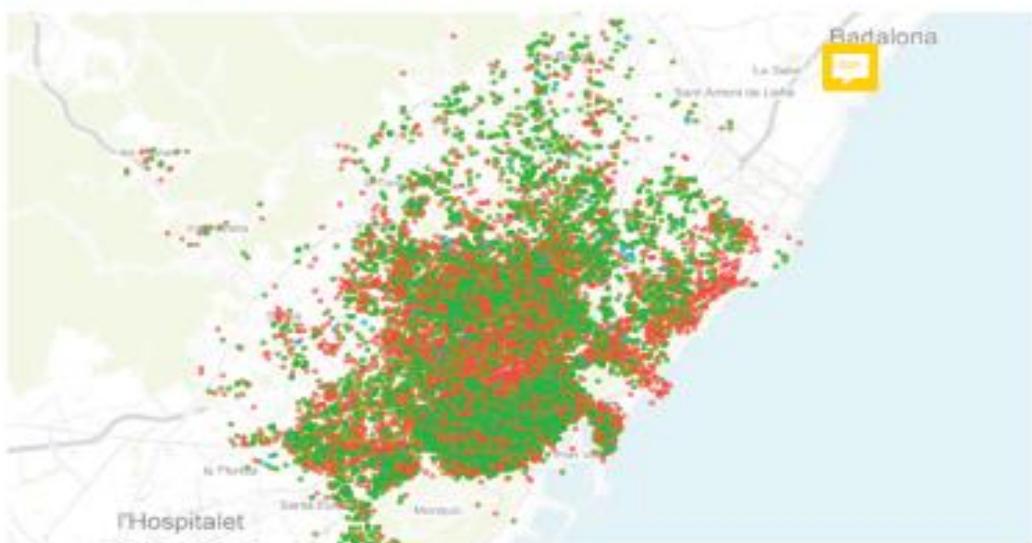
Bem como o crescimento do número de estabelecimentos hoteleiros e pernoites, outro desenvolvimento significativo é o aumento do número de propriedades turísticas residenciais em oferta na cidade. Um dos aspectos que têm gerado grande preocupação em relação ao desenvolvimento do turismo está diretamente relacionado aos preços de aluguel e venda de propriedades residenciais, o que, por sua vez, é

atribuído ao surgimento de plataformas oferecendo apartamentos turísticos levando ao aumento dos preços da habitação e do aluguel. (Milano, 2017, p. 25, tradução nossa)²⁰³

Quanto ao surgimento de plataformas citado por Milano, devemos destacar, novamente, o Airbnb. A figura 27 mostra a distribuição de acomodações turística em Barcelona onde estão representados apartamentos turísticos (em vermelho), salas privadas (em verde) e quartos compartilhados (em azul), para aluguel na plataforma Airbnb.

Mapa 4 – Mapa de oferta de acomodações turísticas em Barcelona de acordo com *Inside Airbnb*

Supply of tourist accommodation in Barcelona according to Inside Airbnb.



Fonte: Inside Airbnb (2017) apud Milano, 2017.

Em 2017, os protestos e descontentamentos dos residentes de Barcelona se intensificaram, a exemplo da manifestação em La Rambla ocorrida em janeiro daquele ano. É interessante constatar que 2017 foi oficializado pela ONU como o ano internacional do Turismo sustentável. Também, como destacado no subcapítulo que trata da origem do termo *overtourism*, nesse mesmo ano o termo passou a ser utilizado com mais frequência em notícias e artigos acadêmicos. Ou seja, a busca por um turismo mais responsável com o ambiente e com as populações locais coincidiu

²⁰³ No original lê-se: As well as the growth in the numbers of hotel establishments and overnight stays, another significant development is the rise in the number of residential tourism properties on offer in the city. One of the aspects that has generated a great degree of concern relating to tourism development is directly related to the rental and sale prices of residential properties, which, in turn, is attributed to the emergence of platforms offering tourist apartments leading to the rise in housing and rental prices. (Milano, 2017, p. 25)

com manifestações que retratam justamente como a atividade tem prejudicado a qualidade de vida local e o meio ambiente.

Figura 27 - Ônibus com spray no para-brisa - “Turismo mata bairros”.



Fonte: AB1/Solarpix.com, 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/cities/2017/aug/04/tourism-kills-neighbourhoods-save-city-break>>

A figura 28 retrata outro episódio que ganhou notoriedade midiática em Barcelona. Quatro homens cortaram os pneus de um ônibus turístico e pintaram seu pára-brisa com spray “El Turisme Mata Els Barris”, em catalão, ou seja, “Turismo mata bairros”²⁰⁴. Além desse episódio, o verão de 2017 em Barcelona foi marcado por protestos e manifestações anti-turismo, juntamente com manifestações separatistas. Segundo matéria do *El País*, pelo menos sete hotéis de Barcelona sofreram vandalismo por parte de “grupos de esquerda anticapitalista que denunciaram o excesso de exploração turística” (EL PAÍS, 2017)²⁰⁵.

Os ataques se concentraram em dois dias específicos: 1º e 5 de maio deste ano, durante manifestações convocadas por grupos de esquerda anticapitalista, como CUP,

²⁰⁴ HUNT, Elle. ‘Tourism kills neighbourhoods’: how do we save cities from the city break?. 04 de ago. de 2017. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/cities/2017/aug/04/tourism-kills-neighbourhoods-save-city-break>>. Acesso em: 23 de set. de 2021

²⁰⁵ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/02/internacional/1501697974_820761.html>. Acesso em: 23 de set de 2021.

Arran e Endevant. No Dia do Trabalhador, os hotéis Ohla Barcelona, Catalonia Magdalenes e Barcelona Catedral, de quatro e cinco estrelas e muito próximos entre si, foram atacados. Os recepcionistas dos hotéis relatam a mesma sequência. A manifestação bloqueou a Via Laietana, e um grupo de cerca de 20 pessoas fantasiadas com narizes de palhaço e perucas coloridas se separou do grupo central da passeata para invadir as recepções. Ali lançaram ovos cheios de tinta preta, fizeram pichações com o lema “BCN Explora” – em referência às condições trabalhistas do setor – e quebraram vidraças a marteladas. (EL PAÍS, 2017, n. p)

Ações como as mencionadas acima dialogam com outro termo que surgiu nos últimos anos e que, por vezes, é tido como sinônimo do *overtourism*, a turismofobia. O levantamento bibliográfico dessa pesquisa não se debruçou sobre o termo turismofobia porém esse conceito vem sendo utilizado para retratar algumas manifestações anti-turismo, especialmente aquelas particularmente mais agressivas.

O conceito de turismofobia possui uma conotação negativa, pois remete a outros termos como xenofobia ou islamofobia. Nesse sentido, é como se os residentes estivessem sendo intolerantes com os turistas. Por mais que excessos ocorram, é preciso destacar que o termo turismofobia ofusca as causas estruturais dos problemas causados pelo turismo de massa ao enfatizar apenas o “conflito” entre residentes e turistas. Do nosso ponto de vista, é preciso ter cuidado ao enfatizar esse conflito sem analisar suas causas estruturais, pois o termo pode deslocar a análise das causas (desenvolvimento do turismo de massa, contradições da reprodução do espaço, necessidades de reprodução do capital) para uma consequência (manifestações anti-turismo).

“Não é um problema de turismofobia. Nós, de Barcelona, gostamos de viajar e de que nos visitem. É um mal-estar concreto que a massificação produz em determinados bairros”, disse o vice-prefeito Gerardo Pisarello. (ISTOÉ, 2017)²⁰⁶

Como mencionado anteriormente nesse capítulo, a ativista social, Ada Colau foi eleita prefeita da cidade de Barcelona em 2015 e seu mandato vem sendo marcado, entre outros fatores, por uma tentativa de conter os impactos do turismo uma vez que essa se tornou uma demanda de muitos residentes em Barcelona.

À medida que o turismo explodiu, remodelando radicalmente a cidade, a questão de para quem é Barcelona se tornou cada vez mais insistente. “Qualquer cidade que se sacrificar no altar do turismo de massa”, disse Colau, “será abandonada por seu povo quando não puderem mais arcar com os custos de moradia, alimentação e necessidades básicas do dia a dia”. Todos têm orgulho da reputação internacional de

²⁰⁶ Disponível em: <<https://istoe.com.br/turismo-e-o-maior-problema-de-barcelona-seus-habitantes/>>. Acesso em 24 de set. de 2021.

Barcelona, disse-me Colau, mas a que custo? “Há uma sensação de que Barcelona corre o risco de perder sua alma. Precisamos buscar um equilíbrio justo entre a melhor versão da globalização e a manutenção do caráter, da identidade e da vida da cidade. Isso é o que a torna atraente - não é uma cidade monumental, e não é uma capital mundial como Paris - sua principal característica é precisamente sua vida, sua pluralidade, sua diversidade mediterrânea.” (Hancox, 2016, n. p, tradução nossa)²⁰⁷

As medidas da gestão de Ada Colau com relação a regulação do turismo em Barcelona foram resumidas por Paige McClanahan em um artigo de opinião para o “The New York Times” no ano de 2021:

A eleição de Ada Colau como prefeita de Barcelona em 2015 marcou uma virada na relação da cidade com o turismo, dando início aos primeiros esforços reais para regular os aluguéis de curto prazo. Já famosa na Espanha por seu trabalho no combate ao despejo de moradias, a esquerdista Colau assumiu uma postura muito mais dura no turismo do que seu antecessor. Sob sua liderança, a Prefeitura decretou uma moratória sobre novas licenças turísticas para aluguel de apartamentos inteiros; lançou uma grande repressão às listagens ilegais de apartamentos; proibiu a construção de novos hotéis no centro da cidade; e introduziu regras específicas do bairro para regular o estabelecimento de lojas de souvenirs e outros negócios que atendem aos turistas. (MCCLANABAN, 2021, n. p, tradução nossa)²⁰⁸

Barcelona se tornou a única grande cidade da Europa, em agosto de 2021, a proibir o aluguel de quartos privados por curtos períodos de tempo. A municipalidade da cidade passou a aplicar multas de 60.000 euros para quem for pego alugando um quarto vago em seu apartamento por menos de 31 dias²⁰⁹. De acordo com o vice-prefeito e supremo urbanista da cidade, Janet Sanz, permitir o aluguel de quartos vagos a curto prazo iria levar a uma “explosão” na capacidade de carga da cidade, que já conta com 150.000 camas reguladas para turistas. A decisão de proibir aluguéis de curto prazo deve-se, segundo o urbanista, a dificuldade de regular essa atividade.

Rosalind Bond relata que, além da problemática questão da moradia em Barcelona, onde muitos residentes são forçados a se mudar, há também a mudança

²⁰⁷ Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2016/may/26/ada-colau-barcelona-most-radical-mayor-in-the-world>>. Acesso em: 23 de set. de 2021

²⁰⁸ No original lê-se: The 2015 election of Ada Colau as Barcelona’s mayor marked a turning point in the city’s relationship with tourism, ushering in the first real efforts to regulate short-term rentals. Already famous in Spain for her work fighting housing evictions, the left-wing Ms. Colau took a much harder line on tourism than her predecessor. Under her leadership, City Hall enacted a moratorium on new tourist licenses for entire-apartment rentals; launched a major crackdown on illegal apartment listings; banned the construction of new hotels in the city center; and introduced neighborhood-specific rules to regulate the establishment of souvenir shops and other businesses that cater to tourists. (MCCLANABAN, 2021, n. p)

²⁰⁹ STUCKLIN, Mark. Barcelona bans tourist room-rentals, with fines of 60000 euro if caught. 05 de fev. de 2021. Disponível em: <<https://www.spanishpropertyinsight.com/2021/02/05/barcelona-bans-tourist-room-rentals-with-fines-of-60000-euro-if-caught/>>. Acesso em: 24 de set. de 2021.

dos negócios locais que voltaram-se para a clientela turística no lugar de oferecer serviços e produtos para os habitantes da cidade. Nesse sentido, percebe-se uma turistificação dos bairros de Barcelona. A autora ainda argumenta que além de causarem um mal-estar para os residentes essas mudanças nos comércios e serviços locais não necessariamente beneficiam os turistas:

Além do mais, isso não é necessariamente um benefício para os próprios turistas. “Os turistas não vêm aqui em busca de lojas de souvenirs”, disse Agustí Colom, vereador de Emprego, Negócios e Turismo. “O que eles procuram são aquelas lojas centenárias, aqueles estabelecimentos emblemáticos que são exclusivos de Barcelona, mas muitos deles estão fechando e desaparecendo.” . (Bond, 2017, n. p, tradução nossa)²¹⁰

Bond (2017) cita uma pesquisa de 2015 sobre a percepção de turistas quanto ao turismo em Barcelona, que resultou em 85% dos entrevistados apontando que o número de turistas é excessivo na cidade. Logo, podemos constatar que, além da percepção negativa dos residentes, os “excessos” do turismo em Barcelona também compõem a percepção dos visitantes, o que configura uma manifestação clara de *overtourism* pelas definições discutidas no capítulo 1 dessa pesquisa. A alta densidade demográfica de Barcelona também corrobora para uma percepção maior quanto aos problemas de aglomeração e circulação na cidade que são intensificados pelo número de turistas.

Nesse sentido, o turismo pode estar destruindo justamente aquilo que originalmente o fomentou, ou seja, a singularidade de Barcelona, constituída por diversos elementos materiais e imateriais e que é fruto de uma produção social do espaço que ocorreu ao longo de anos. Lugares como o Mercado de la Boquería ou a Catedral da Sagrada Família são exemplos dessa singularidade que constitui a cidade. No entanto, ao reproduzir o espaço como mercadoria, há uma tendência a homogeneização e a alienação que podem omitir os significados e a identidade que os residentes possuem com esses lugares.

²¹⁰ No original lê-se: What's more, this isn't necessarily a benefit for the tourists themselves. “Tourists don't come here looking for souvenir shops,” said Agustí Colom, councillor for Employment, Business and Tourism. “What they come for are those 100-year-old shops, those emblematic establishments that are unique to Barcelona, but many of them are closing down and disappearing.” (Bond, 2017, n. p)

A guisa de conclusão: há *overtourism* no Brasil? Uma breve reflexão sobre o caso do Rio de Janeiro.

A conclusão buscará fazer uma breve análise do caso da cidade do Rio de Janeiro a fim de refletir sobre a existência, ou não, do fenômeno do *overtourism* na cidade. A escolha dessa cidade para concluir a pesquisa se deve ao fato do Rio de Janeiro ser citado como um lugar de manifestação do *overtourism* em artigos acadêmicos (como de Milano et al., 2019 e de Peeters et al., 2018) e de opinião contidos na bibliografia dessa pesquisa, bem como pelo interesse de fomentar essa discussão para o contexto brasileiro.

Casos proeminentes afetados pela evolução do fenômeno do *overtourism* incluem Hong Kong, Rio de Janeiro, San Cristóbal de las Casas, Barcelona, Granada, Dubrovnik, Lisboa, Madrid, Malta e Veneza (Milano et al., 2019, n. p, tradução nossa)²¹¹

Atualmente, um número crescente de cidades, como Berlim, Praga, Santa Monica, Hong Kong, Belfast, Veneza, Rio de Janeiro, Barcelona, Xangai, Amsterdã, Palma de Maiorca, Lisboa, Reykjavik e Dubrovnik (Colomb & Novy, 2016b; Milano, 2017b, 2018), foram relatados como sofrendo de fenômenos de *overtourism*. (Peeters et al., 2018, p. 21, tradução nossa)²¹²

Não pretendemos fazer uma análise aprofundada, pois a mesma necessitaria de pesquisas de campo, e esta pesquisa se limitou ao levantamento e revisão bibliográfica de artigos acadêmicos bem como a análise de notícias para compreender a manifestação do fenômeno e como o conceito vem sendo operacionalizado pelos meios de comunicação. No entanto, esta breve análise deve ser suficiente para iniciar uma reflexão sobre a possível problemática do *overtourism* no Brasil que de maneira alguma pode ser esgotada nesses breves parágrafos.

Primeiramente devemos constatar o seguinte: o levantamento bibliográfico dessa pesquisa não encontrou nenhuma análise profunda sobre o fenômeno do *overtourism* no Rio de Janeiro, porém, uma breve descrição de caso foi encontrada no artigo de Peters et al (2018):

²¹¹ No original lê-se: Prominent cases affected by the evolving overtourism phenomenon include Hong Kong, Rio de Janeiro, San Cristóbal de las Casas, Barcelona, Granada, Dubrovnik, Lisbon, Madrid, Malta, and Venice. (Milano et al., 2019, n. p)

²¹² No original lê-se: Currently, an increasing number of cities, such as Berlin, Prague, Santa Monica, Hong Kong, Belfast, Venice, Rio de Janeiro, Barcelona, Shanghai, Amsterdam, Palma de Mallorca, Lisbon, Reykjavik and Dubrovnik (Colomb & Novy, 2016b; Milano, 2017b, 2018), have been reported to suffer from overtourism phenomena. (Peeters et al., 2018, p. 21)

Os principais impactos do turismo no Rio de Janeiro estão relacionados às mudanças urbanas (intervenções em larga escala, construção de infraestruturas desportivas e reestruturações socioespaciais) e especulação imobiliária fomentada pela organização de megaeventos esportivos como Jogos Pan-americanos, Copa do Mundo de Futebol e Jogos Olímpicos. Esses eventos impuseram uma “doutrina de choque” neoliberal que desencadeou processos de deslocamento e gentrificação em várias áreas da cidade e levaram ao aumento do preço da habitação (Gaffney, 2010). Como resultado, o Rio de Janeiro é uma das cidades mais caras do mundo. Os processos urbanos também ajudaram a espalhar os visitantes para bairros na periferia (Cummings, 2015; Freire-Medeiros & Cohen, 2015). O aumento do preço da habitação, contribuindo para a perda de poder de compra, e agravamento das desigualdades socioeconômicas. Atualmente, há um aberto debate sobre os principais impactos do turismo na favela, fenômeno que vem aumentando nas últimas décadas (em parte devido aos megaeventos do esporte). (Peeters et al., 2018, p. 209, tradução nossa)²¹³

Peeters et al., (2018) apontam a gentrificação e a dispersão de visitantes para áreas residenciais como os impactos do turismo na cidade. De fato, bairros da cidade passaram por operações urbanas, como o Porto Maravilha, e outras reformas decorrentes dos eventos esportivos ocorridos nos últimos anos. Também, o turismo nas favelas do Rio de Janeiro pode ser um argumento a favor de uma percepção negativa dos residentes quanto a atividade, porém, esse caso é muito particular. Alguns autores se referem ao turismo na favela como uma prática imoral do turismo (Freire-Medeiros, 2009 apud Peeters et al., 2018)

A constatação do fenômeno do *overtourism* em diversas cidades é, por vezes, confusa. Como essa pesquisa tentou demonstrar, o conceito tem uma definição muito abrangente e por vezes vaga, além de conter em suas definições um aspecto subjetivo que se refere à percepção das pessoas quanto a atividade. Também, muitas vezes o conceito é aplicado onde constata-se impactos negativos do turismo, o que faz o mesmo confundir-se com o conceito de turismo de massa resultando em afirmações que sugerem que o fenômeno não é recente.

O ponto central dessa pesquisa foi entender a disruptão entre o turismo de massa e o *overtourism*. Nesse sentido, podemos afirmar que o turismo de massa e,

²¹³ No original lê-se: The main impacts of tourism in Rio de Janeiro are related to the urban changes (large-scale interventions, construction of sporting infrastructure, and socio-spatial restructuring) and real estate speculation fostered by the organization of sports mega-events such as Pan American Games, Football World Cup and Olympic Games. These events imposed a neo-liberal “shock doctrine” that triggered processes of displacement and gentrification in several areas of the city and lead to a rise in housing price (Gaffney, 2010). As a result, Rio de Janeiro is one of the most expensive cities in the world. Urban processes have also helped to spread visitors to peripheral neighbourhoods (Cummings, 2015; Freire-Medeiros & Cohen, 2015). The increase in the price of housing, contributing to a loss of purchasing power, widened socio-economic inequalities. Currently, there is an open debate on the main impacts of the favela tourism, a phenomenon that has increased in recent decades (partly due to sport's mega events). (Peeters et al., 2018, p. 209)

consequentemente seus impactos, se manifestam em diversos lugares do mundo, porém com diferentes intensidades visto que a transformação das viagens em mercadoria é o que caracteriza a atividade como turismo de massa.

Logo, o turismo de massa e seus impactos se manifestam no Rio de Janeiro. As aglomerações, saturações de infraestruturas e serviços, barulho e lixo são uma realidade da metrópole e, talvez por isso, a mesma apareça como um exemplo de *overtourism* para alguns autores. No entanto, será que esses fatores são resultado somente da pressão turística? E, mais importante, até que ponto esses problemas são percebidos como resultantes da pressão turística?

A questão da gentrificação dos bairros pode ser constatada como um impacto do turismo sobre esse destino, porém, a associação dos processos de gentrificação à atividade turística parece não ser claramente percebida pela população. É nesse ponto que a classificação de *overtourism* para o Rio de Janeiro é questionável, pois, mesmo que o turismo seja responsável pela gentrificação, não há uma percepção clara dessa causa.

O turismo nas favelas do Rio de Janeiro talvez seja a questão que mais dialoga com o *overtourism* pois trata-se de um turismo que, em muitos casos, gera, no mínimo, um desconforto nos residentes onde os mesmos podem perceber claramente que esse desconforto é resultado da atividade. Contudo, deve-se questionar o seguinte: o turismo nas favelas é um fator relevante sobre a qualidade de vida dos residentes desses lugares?

Desse modo, em comparação com os diversos problemas sociais enfrentados pelos residentes das favelas no Rio de Janeiro, é questionável se o turismo é realmente relevante em comparação com os diversos problemas que afetam essa população (submoradia, carência de infraestrutura, insegurança, entre outros). Questionamos nesse sentido, pois em cidades onde o *overtourism* se manifesta com clareza, o turismo aparece como uma questão central sobre a qualidade de vida dos residentes e esse não parece ser o caso na cidade.

A breve pesquisa realizada sobre o Rio para a realização dessa reflexão constatou o seguinte: o turismo não é percebido como uma problemática central na cidade, a qual não apresenta projetos ou medidas para a contenção do número de turistas. Os serviços e comercios da cidade não estão orientando-se principalmente

aos turistas e o turismo não é percebido como causa de gentrificação de bairros²¹⁴. Não há manifestações e protestos que se opõem ao desenvolvimento da atividade turística e os problemas relacionados a atividade aparentam ser mais pontuais do que algo percebido por uma parcela significativa de pessoas.

Uma outra questão é: o turismo não é apontado como fator de destaque para a qualidade de vida dos residentes no Rio de Janeiro. Dessa forma, mesmo se admitirmos que o turismo causa impactos negativos significativos na qualidade de vida dos habitantes, esse fato não é percebido com clareza pelas partes interessadas. Então, para essa pesquisa, não ocorre *overtourism* no Rio de Janeiro.

Reforçamos esse argumento comparando o caso da cidade do Rio de Janeiro com os casos descritos no capítulo 3. As cidades descritas (Amsterdã, Veneza e Barcelona) apresentam medidas para a contenção de impactos do turismo, medidas de dispersão, manifestações anti-turismo e regulação de plataformas de aluguéis de curto prazo como o Airbnb.

Para esta reflexão, utilizamos sites de pesquisa para buscar notícias ou artigos de opinião que se referissem aos impactos mais comuns relacionados ao conceito de *overtourism* na cidade do Rio de Janeiro. Não encontramos resultados para protestos ou manifestações anti-turismo na cidade. Também, plataformas de aluguel não estão sob ameaça de regulação visando a restrições no Rio de Janeiro, bem como não foram encontrados relatos de residentes incomodados ou prejudicados pelas plataformas. A gentrificação de bairros relacionada ao turismo também não resultou em artigos ou notícias.

O fato de termos e tópicos frequentemente associados ao *overtourism* não aparecerem em pesquisas que incluem a cidade do Rio de Janeiro é revelador de que os impactos do turismo na cidade não estão nos holofotes de discussão. Novamente, a comparação com os casos descritos no capítulo 3 é válida pois a pesquisa desses termos e tópicos resultaram em múltiplos resultados.

Por exemplo, pesquisar tópicos como: “Airbnb em Veneza”; “Turistificação em Barcelona”; ou “gentrificação turística em Amsterdã” levou a diversos resultados que tiveram que ser “filtrados” e selecionados por esta pesquisa. Já no caso do Rio de

²¹⁴ Há artigos quanto a gentrificação de bairros relacionadas aos megaeventos que ocorreram na cidade, porém, argumentamos que o turismo não é apontado, por residentes e pela mídia, como fator principal na gentrificação dos bairros do Rio de Janeiro, logo, essa gentrificação não parece ser suficiente para constatar uma percepção negativa quanto ao turismo.

Janeiro, encontrou-se somente textos em blogs de viagens ou artigos de opinião que utilizaram o termo *overtourism* de forma vaga, quase como sinônimo de impactos do turismo de massa.

Pesquisar por esses tópicos e não obter resultados expressivos não significa que a cidade do Rio de Janeiro, ou partes da mesma, não sofram com algum desses impactos. Mas é reveladora de que esses tópicos não estão sendo cobertos pela mídia, ou seja, podemos captar, de uma maneira geral, a percepção, ou a falta de percepção, quanto aos impactos causados pelo turismo na cidade.

Porém, um outro caminho possível para constatar o fenômeno na cidade talvez seja pela perspectiva dos visitantes. O *overtourism* é um fenômeno no qual os impactos da atividade sobre a qualidade de vida e / ou sobre a experiência turística chega a percepção das pessoas. Logo, se a análise se limitar a perspectiva dos visitantes poderia-se argumentar que alguns pontos turísticos apresentam problemas de saturação o que pode prejudicar a experiência turística.

É nesse sentido que, novamente, a constatação do fenômeno se torna problemática. Será que é possível afirmar a existência do *overtourism* somente a partir da perspectiva dos visitantes? Qual a escala do fenômeno? Há pontos específicos da cidade onde o fenômeno se manifesta ou devemos encarar a cidade em sua totalidade para a constatação do fenômeno?

As perguntas levantadas são de difícil resolução e devem ser melhor direcionadas em pesquisas futuras. Porém, a presente pesquisa utilizou a escala local para a descrição dos casos do capítulo 3 e diante dessa escala reafirmamos que o fenômeno não se manifesta na cidade do Rio de Janeiro.

Por fim, reconhecemos a existência de problemas relacionados ao turismo na cidade do Rio de Janeiro que são resultados do desenvolvimento do turismo de massa. Entretanto, ao compararmos com os casos onde o *overtourism* se apresenta com mais clareza, a cidade não apresenta manifestações semelhantes àquelas descritas no capítulo 3. Logo, o Rio de Janeiro é um exemplo de cidade onde manifestam-se impactos negativos do turismo de massa, porém, sem a presença de *overtourism*.

Referências Bibliográficas

AIRES, Jussara Danielle Martins; FORTES, Lore. O modelo Irridex de Doxey: Breves considerações acerca de sua aplicação em Ponta Negra (Natal-RN). RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, v. 1, n. 1, p. 23-33, 2011.

ALI, R. The genesis of overtourism: Why we came up with the term and what's happened since. Skift. Disponível em: <<https://skift.com/2018/08/14/the-genesis-of-overtourism-why-we-came-up-with-the-term-and-whats-happened-since/>>. Acesso em 20 de jan de 2021, v. 20, p. 2019, 2018.

ALONSO-ALMEIDA, M.-d.-M.; BORRAJO-MILLÁN, F.; Yi, L. Are Social Media Data Pushing Overtourism? The Case of Barcelona and Chinese Tourists. *Sustainability* 2019, 11, 3356.

ALFREDO, Anselmo. Geografia do turismo a crise ecológica como crítica objetiva do trabalho o turismo como "ilusão necessária". GEOUSP Espaço e Tempo (Online), [S. I.], v. 5, n. 1, p. 37-62, 2001. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/123513>. Acesso em: 01 maio. 2021.

BOND, Rosalind. The curse of success. Metropolitan. 05 de jun de 2017. Disponível em: <<https://www.barcelona-metropolitan.com/features/report-the-curse-of-success/>>. Acesso em: 25 de set de 2021.

BOURLIATAUX-LAJJOINIE, S., DOSQUET, F., & DEL OLMO ARRIAGA, J. L. The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, [S.I.], 2019.

BOYER, Marc. História do Turismo de Massa. 2003.

BRITO, Janaina. Turismo mundial sobe e registra 1,5 bi de chegadas de turistas internacionais em 2019. 20 de jan. De 2020. Disponível em: <https://www.mercadoeeventos.com.br/_destaque_/turismo-mundial-sobe-e-registra-15-bi-de-chegadas-de-turistas-internacionais-em-2019-diz-omt/>. Acesso em: 20 de set. 2020.

BURDEAL e BRUNO. Cruise Ship Crashes Into Dock and Tourist Boat in Crowded Venice Canal. Skift. 02 de jun. de 2019. Disponível em: <<https://skift.com/2019/06/02/cruise-ship-crashes-into-dock-and-tourist-boat-in-crowded-venice-canal/>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021.

BURGEN, Stephen. Barcelona marches to curb negative effects of tourism boom. TheGuardian. 29 de jan. de 2017. Disponível em:<<https://www.theguardian.com/world/2017/jan/29/barcelona-residents-protest-high-rents-fuelled-by-tourism>>. Acesso em: 25 de set. de 2021.

BUTLER, R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources, [S. I.], v. 1, p. 3-12, 1980.

BUTLER, R. e DODDS, R. The phenomena of overtourism: a review, International Journal of Tourism Cities, [S. I.], v. 5, n. 4, p. 519-528, 2019.

CATHY, Adams. Venice to ban cruise ships from centre. Independent. 08 de ago. de 2019. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/venice-cruise-ships-overtourism-ban-tourists-a9046641.html>>. Acesso em: 18 de ago. de 2021.

CAPOCCHI, A; VALLONE, C; PIEROTTI, M; AMADUZZI, A; Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives, [S. I.], v. 11, n. 12, p. 3303, 2019.

CARMICHAEL, Barbara A. A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. Tourism management, [S. I.], v. 21, n. 6, p. 601-611, 2000.

CERINI, Marianna. After Banning Cruise Ships, Venice Puts a Cap on Day Trippers. Condé Nast Traveler. 31 de ago. de 2021. Disponível em: <<https://www.cntraveler.com/story/after-banning-cruise-ships-venice-puts-a-cap-on-day-trippers>>. Acesso em 13 de set. 2021

DIAZ-PARRA, Iban e JOVER, Jaime. Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain, Journal of Sustainable Tourism, [S. I], v. 29, n. 2-3, p. 158-175, 2021.

DICKINSON, G. Overtourism's shortlisted as word of the year following Telegraph travel campaign. The Telegraph, [S. I], v. 15, 2018.

DREDGE, Dianne. Overtourism. Old wine in new bottles, [S. I], v. 12, 2017.

DOMÍNGUEZ, Alan Quaglieri. Turismofobia, ou o turismo como fetiche. Revista do Centro de Pesquisa e Formação SESC, São Paulo, p. 22-30, 2018. Edição especial: Ética no Turismo.

GANZAROLI, Andrea; DE NONI, Ivan; VAN BAALEN, Peter. Vicious advice: Analyzing the impact of TripAdvisor on the quality of restaurants as part of the cultural heritage of Venice. Tourism Management, v. 61, p. 501-510, 2017.

GARCÍA HERNÁNDEZ, M., BAIDAL, J. I., & MENDOZA DE MIGUEL, S. (2019). Overtourism in urban destinations: the myth of smart solutions. Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles, [S. I], 2019.

GILLMAN, Ollie e BROWN, Larisa. Brits out! Fury in Barcelona at boozy tourists: Locals in revolt over revellers from UK. MailOnline, [S. I], 22 de ago. de 2014. Disponível em: <<https://www.dailymail.co.uk/news/article-2732041/Picture-Italian-men-running-naked-Barcelona-supermarket-lunchtime-sparks-mass-anti-drunken-tourists-protests-city.html>>. Acesso em: 17 de set. de 2021

GIUSEPPE, Tattara. "Quantifying Cruising." Study on the economic impact of large cruise ships at Venice. Venice, 2014.

GIUFFRIDA Angela. 'We were deceived': hundreds protest in Venice at return of giant cruise ships. The Guardian, [S. I], 05 de jun. de 2021. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2021/jun/05/angry-protests-in-venice-at-shock-return-of-cruise-ships>>. Acesso em: 19 de ago. de 2021.

GOODWIN, H. The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership, v. 4, p. 1-19, 2017.

Gretzel, U. (2019). 5. The role of social media in creating and addressing overtourism. In Overtourism (pp. 62-75). De Gruyter Oldenbourg.

GUTIÉRREZ, J., GARCÍA-PALOMARES, J. C., ROMANILLOS, G., e SALAS-OLMEDO, M. H. The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, v. 62, p. 278-291, 2017.

HANCOX, Dan. Is this the world's most radical mayor. 26 de mai. de 2016. TheGuardian. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2016/may/26/ada-colau-barcelona-most-radical-mayor-in-the-world>>. Acesso em: 23 de set. de 2021.

HENRIQUES, E. B. Das origens do fenômeno turístico ao turismo na sociedade contemporânea. In: HENRIQUES, E. B. Lisboa turística: entre o imaginário e a cidade, p. 26-40, 1966.

HUGUES, Seraphin; SHEERAN, Paul; PILATO, Manuela. "Over-tourism and the fall of Venice as a destination." *Journal of Destination Marketing & Management*, v. 9, p. 374-376, 2018.

KASSAM, Ashifa. Naked italians spark protests against antics of drunken tourists in Barcelona. 21 de ago. de 2014. TheGuardian. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2014/aug/21/naked-italians-protests-drunken-tourists-barcelona>>. Acesso em: 17 de set. de 2021.

KOENS, Ko; POSTMA, Albert; PAPP, Bernadett. Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 2018.

LEDSOM, Alex. The Venice Cruise Ship Crash Has Reignited Calls For Limiting Tourist Entry. Forbes. 03 de jun. de 2019. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/alexledsom/2019/06/03/how-the-venice-cruise-ship->>

crash-has-reignited-calls-for-limiting-tourist-entry/?sh=7336c65c3054>. Acesso em: 18 de ago. de 2021.

MCCLANAGAN, Paige. Barcelona Takes on Airbnb. The New York Times. 22 de set. de 2021. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2021/09/22/travel/barcelona-airbnb.html>>. Acesso em: 25 de set de 2021.

MCCOOL, Stephen & LIME, David. Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality?. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 9, n. 5, p. 372-388, 2001.

MIHALIC, Tanja. Conceptualising overtourism: A sustainability approach, *Annals of Tourism Research*, v. 84, 2020.

MILANO, Claudio. Overtourism and Tourismphobia: Global trends and local contexts. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality, [S. I], 2017.

MILANO, Claudio; CHEER, Joseph M.; NOVELLI, Marina. Overtourism: A growing global problem. *The Conversation*, [S. I], v. 18, p. 1-5, 2018.

MOMIGLIANO, Anna. Venice Tourism May Never Be the Same. It Could Be Better. The New York Times. 02 de jun de 2020. Disponível em:<<https://www.nytimes.com/2020/07/02/travel/venice-coronavirus-tourism.html>>. Acesso em 19 de ago. de 2021

OVERTOURISM em: Collins Online Dictionary, 20 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.collinsdictionary.com/submission/19794/Overtourism>>. Acesso em: 23/03/2021.

PANAZZOLO, F. D. B. Turismo de Massa: um breve resgate histórico e a sua importância no contexto atual. III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Anais... Universidade de Caxias do Sul, Editora EDUCS, 2005.

PEETERS, Paul et al. Research for TRAN Committee-Overtourism: impact and possible policy responses. 2021.

PIRES, P. D. S."Capacidade de carga" como paradigma de gestão dos impactos da recreação e do turismo em áreas naturais. *Turismo em Análise*, [S. I.], v. 16, n. 1, p. 5-28, 2005.

PRINZ, Ulrike. Os habitantes querem a sua cidade de volta. Goethe Istitut. Maio de 2018. Disponível em: <<https://www.goethe.de/ins/pt/pt/kul/sup/10k/21275061.html>>. Acesso em: 27 de set. de 2021.

QUEST, Richard; HARDINGHAM-GILL, Tamara; APPIAH, Lidz-Ama. How Amsterdam is fighting back against mass tourism. CNN. 23 de maio. de 2019. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/travel/article/amsterdam-overtourism/index.html>>. Acesso em: 08 de jun de 2021.

SANTIAGO, Henrique. Turismo cresce mais que PIB mundial pelo 7º ano seguido. 22 de mar. De 2018. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/economia-e-politica/pesquisas-e-estatisticas/2018/03/turismo-cresce-mais-que-pib-mundial-pelo-7o-ano-seguido_154259.html>. Acesso em: 20 jul. 2020.

SCALES, Joan. Strikes and protests rob Barcelona of its tourist appeal. 14 de ago. De 2017. The Irish Times. Disponível em: <<https://www.irishtimes.com/life-and-style/travel/strikes-and-protests-rob-barcelona-of-its-tourist-appeal-1.3186412>>. Acesso em: 25 de set. de 2021.

SIMMONS, Joanna. Overtourism in venice. Responsible Travel, [2017-2019]. Disponível em: <<https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-in-venice>>. Acesso em 13 de jul. de 2021;

THOMPSON, Sara. Cruise ships fleeing from amsterdam. TourismReview. 28 de jan. de 2019. Disponível em: <<https://www.tourism-review.com/cruise-ships-avoid-the-fee-of-amsterdam-news10911>>. Acesso em: 9 de jun. de 2021.

UN NEWS. Tough times for tourism, but UN travel organization predicts holiday traffic will return, 2020. Disponível em: <<https://news.un.org/en/story/2020/04/1062022>>. Acesso em: 23, abril, 2021.

VAN DER BORG, Jan; COSTA, Paolo; GOTTI, Giuseppe. Tourism in European heritage cities. *Annals of tourism research*, v. 23, n. 2, p. 306-321, 1996.

VAINIKKA, V. Rethinking Mass Tourism. *Tourist Studies*, v. 13, n. 3, p. 268-286, 2013.

WALL, Geoffrey. From carrying capacity to overtourism: a perspective article. *Tourism Review*, [S. I], 2019.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO); Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences, *overtourism? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*, UNWTO, Madrid, 2018a.
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO); *Tourism Highlights, 2018 Edition*, Madrid, 2018b.