

TURISMOFOBIA E POLÍTICAS PÚBLICAS EM TURISMO

TOURISMPHOBIA AND PUBLIC POLICIES IN TOURISM

Renan Augusto Moraes Conceição*

Resumo: A atividade turística, movimentando milhões de pessoas anualmente, é impulsionada por políticas públicas implementadas por entes estatais ao redor do mundo. Essas políticas públicas fomentam a exploração do turismo como gerador de desenvolvimento para as sociedades, embora apenas em aparência, pois a materialidade do turismo o revela como mercadoria, sendo uma atividade fetichizada. As contradições da exploração capitalista fazem surgir movimentos de enfrentamento, como a chamada turismofobia. Esse trabalho, bibliográfico, documental e exploratório, objetiva identificar no fenômeno da turismofobia os elementos advindos das políticas públicas de caráter neoliberal, eclodindo nesses movimentos de enfrentamento. Como resultado, percebe-se como as políticas públicas em turismo permitem o surgimento desse enfrentamento ao adotarem um viés meramente desenvolvimentista para a atividade turística.

Palavras-chave: Turismo. Políticas Públicas. Fetiche. Turismofobia.

Abstract: The tourism activity, moving millions of people annually, is boosted by public policies carried out by state entities around the world. These public policies encourage the exploitation of tourism as a development generator for societies, although only in appearance, because the materiality of tourism reveals it as a merchandise, being a fetishized activity. The contradictions of the capitalist exploitation give rise to movements of confrontation, as the so-called tourismphobia. This work, bibliographical, documentary and exploratory, has the objective of identify in the phenomenon of tourismphobia the elements arising from public policies of neoliberal character, which emerges in these confrontation movements. As a result, it is perceived how public policies in tourism allow the emergence of these confrontation by adopting a merely developmental bias towards tourism activity.

Keywords: Tourism. Public Policy. Fetish. Tourismphobia.

1 Introdução

O turismo é uma atividade analisada muitas vezes superficialmente e de forma a naturalizar seu processo de desenvolvimento, desconsiderando toda a sua construção histórica, conforme explica Ouriques (2005). O processo histórico que sustenta as bases do turismo foi esvaziado e esquecido em muitas das análises atuais, desconsiderando-o como um produto do capital, não levando em conta que “obviamente, o turismo é um produto ideológico, um construto histórico capitalista, direcionado àqueles que podem consumir, usufruí-lo [...]. Alguns diriam: um produto excludente da sociedade, um produto elitista para poucos [...]” (SILVA; PEQUENO; VASCONCELOS, 2012, p. 180). Ao se desenvolver majoritariamente pelo setor produtivo privado, o turismo tem suas bases materiais veladas, o que compromete o seu entendimento geral.

Quando pensado no âmbito público, o turismo apresenta o mesmo ponto cego no que se refere às suas bases materiais, sendo tratado de um ponto de vista meramente

* Bacharel em Turismo pela Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana – FECEA. Especialista em Marketing & Gestão de Pessoas pela FECEA. Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina – UEL.

desenvolvimentista, através de políticas públicas notadamente funcionalistas, que não trazem ao debate público todos os aspectos envolvidos na atividade turística e não fornecem elementos críticos a respeito do desenvolvimento dessa atividade. No contexto atual, ainda, essas políticas funcionalistas se revestem de princípios neoliberais, ou seja, liberação de mercado e proteção à propriedade privada.

Nos últimos anos, notadamente a partir de 2015, tendo como base o jornal espanhol *El País* (DOMÍNGUEZ, 2018), diversas reportagens jornalísticas passaram a abordar os movimentos de enfrentamento de turistas por parte dos residentes de alguns centros turísticos internacionais, nomeando o fenômeno como turismofobia. Por colocarem em foco problemas na relação morador-turista de localidades específicas e, em sua maioria, na Europa, inicialmente parecia ser um fenômeno distante da realidade brasileira. Entretanto, considerando o turismo como uma atividade com base econômica e, portanto, subscrito nas relações estruturais do capitalismo e admitindo que o sistema capitalista obedece a regras e padrões gerais (MARX, 2011), é possível observar que um fenômeno circunscrito a uma determinada localidade possa representar a existência de um padrão de desenvolvimento. Nesse sentido, Marx (2011, p. 59, grifo do autor) expõe que:

Como em geral em toda ciência histórica e social, no curso das categorias econômicas é preciso ter presente que o sujeito, aqui a moderna sociedade burguesa, é dado tanto na realidade como na cabeça, e que, por conseguinte, as categorias expressam formas de ser, determinações de existência, com frequência somente aspectos singulares, dessa sociedade determinada, *também do ponto de vista científico*, de modo algum só começa ali onde o discurso é sobre ela *enquanto tal*.

E ainda que:

O assim chamado desenvolvimento histórico se baseia sobretudo no fato de que a última forma considera as formas precedentes como etapas até si mesma, e as concebe sempre unilateralmente, uma vez que raramente critica a si mesma, do que é capaz apenas em condições muito determinadas [...] (MARX, 2011, p. 59).

Assim, fica subsumido que um fenômeno que ocorre em uma localidade com desenvolvimento avançado de suas relações de produção pode se configurar em um indicador tendencial do que se pode acontecer em estágios menos avançados, na mesma ótica descrita por Ouriques (2005), de que o turismo apresenta países centrais de desenvolvimento e países periféricos, menos desenvolvidos. Ou seja, a turismofobia, embora geograficamente localizada, torna-se um tema de análise importante para se detectar o movimento tendencial da exploração turística, sendo, nessa perspectiva, tema de grande relevância no contexto brasileiro. Tendo o capitalismo a sua forma mais avançada no neoliberalismo, é através desse fator que é possível traçar paralelos entre realidades distantes histórica e geograficamente.

Desta forma, esse trabalho tem como objetivo identificar no fenômeno da turismofobia os elementos advindos das políticas públicas de caráter neoliberal e, nesse sentido, posicionar o fetichismo da mercadoria presente na atividade como um dos fatores da eclosão de manifestações antituristas chamadas de turismofobia.

2 Metodologia

Por meio de uma abordagem crítica, a metodologia desse estudo é pautada em pesquisa bibliográfica, compondo uma breve síntese específica de material sobre políticas públicas. Para a pesquisa e seleção de trabalhos com temática de políticas públicas em turismo, foram utilizados o repositório de artigos científicos *Scientific Periodicals Eletronic Library* (SPELL) e o Google Acadêmico.

A pesquisa se concentrou em verificar os trabalhos que pudessem oferecer uma abordagem geral sobre políticas públicas, utilizando as palavras chave “políticas públicas” e “turismo”. A base de periódicos SPELL retornou apenas 16 resultados de artigos científicos com essas temáticas, enquanto o Google Acadêmico ofereceu 307 mil resultados, sendo, portanto, necessário considerar como mais relevantes e adequados aqueles trabalhos que aparecessem nas duas buscas. Assim, a leitura de material sobre políticas públicas em turismo se restringiu a 11 trabalhos que versam ou apresentam perspectivas gerais sobre políticas públicas (BRANDÃO, 2010; BURSZTYN, 2003, 2005; CANDIOTTO; BONETTI, 2015; CARVALHO, 2000; DOMINGOS, 2007; DOMINGOS; CALVENTE, 2014; GALDINO; COSTA, 2011; HENZ, 2009; LOPES; TINÔCO; SOUZA, 2011; PEREIRA, 1999), não sendo necessário recorrer a mais trabalhos, uma vez que a abordagem sobre políticas públicas presente nesse artigo é introdutória e geral.

Essa é, também, uma pesquisa documental que, de acordo com Gil (2011, p. 147), considera “[...] não apenas os escritos utilizados para esclarecer determinada coisa, mas qualquer objeto que possa contribuir para a investigação de determinado fato ou fenômeno”. Para o autor, a pesquisa documental vale tradicionalmente de registros cursivos, entre eles os meios de comunicação de massa, como os jornais e revistas (GIL, 2011). Assim, o termo turismofobia aparece como uma criação de mídia impressa, sendo necessário recorrer a artigos jornalísticos, notadamente o espanhol *El País*, origem do termo, mas também a registros no jornal alemão *Deutsche Welle*– DW, o americano *The Observer*, e as brasileiras Revista *Época* e *Carta Capital*. Por ser um termo muito específico, a produção jornalística ainda é pequena, mas crescente. Assim, os artigos científicos de Domínguez (2018) e Milano (2017, 2018) foram

utilizados como complementares à pesquisa documental, uma vez que esses autores realizaram levantamentos de reportagens jornalísticas que abordaram a turismofobia.

Por fim, esse trabalho se configura como pesquisa exploratória, pois, para Gil (2011, p. 27), esse tipo de pesquisa visa “[...] a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. [...] Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental [...]”. Além disso, são “[...] desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. [...] é realizado quando o tema escolhido é pouco explorado [...]” (GIL, 2011, p. 27).

Desta maneira, esse estudo apresenta-se em dois eixos principais. No primeiro momento, é realizada uma exposição sobre os estudos em turismo e o reflexo deles na formulação de políticas públicas, indicando, nessa perspectiva, a relação dessas políticas com o fetichismo do turismo. Em seguida, é exposta a temática da turismofobia e as possíveis ligações desse fenômeno com as políticas públicas em turismo de caráter neoliberal.

3 Políticas públicas e o fetichismo da mercadoria-turismo

Em uma breve análise das políticas públicas de turismo no Brasil (BRANDÃO, 2010; BURSZTYN, 2003; 2005; CANDIOTTO; BONETTI, 2015; CARVALHO, 2000; DOMINGOS, 2007; DOMINGOS; CALVENTE, 2014; GALDINO; COSTA, 2011; HENZ, 2009; LOPES; TINÔCO; SOUZA, 2011; PEREIRA, 1999), é possível admitir que elas começaram a ser melhor formuladas somente na década de 1990. Carvalho (2000, p. 108) resume ao expor que a década de 1980 foi “[...] uma década em que vigoraram somente planos econômicos que buscavam objetivos de curto prazo. [...] o turismo só se tornou objeto de planejamento a partir do primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso”. Desde essa década, as políticas formuladas refletem o caráter neoliberal, pois foram centradas em descentralização e desregulamentação. Pereira (1999, p. 19) afirma que “[...] o Estado deve optar por um menor controle operacional em troca de maior poder sobre a regulação, as metas e os resultados no turismo, cedendo parte de seu poder operativo à iniciativa privada e à comunidade”. O trabalho do autor vai ao encontro do que era, na década de 1990, a preocupação relativa ao tema: a liberalização da atividade em detrimento de maior participação estatal.

Conforme expõe Jafari (1994), as análises científicas mundiais a respeito do turismo se dividiram, até recentemente, em quatro vertentes:

a) de defesa do turismo, que reúne trabalhos focados nos benefícios da atividade e que foram realizados na década de 1960;

b) análises de advertência, com estudos que se focam nos aspectos negativos do turismo e surgiram com maior ênfase na década de 1970;

c) estudos de adaptação, que realizam um equilíbrio entre impactos positivos e negativos da atividade, propondo formas alternativas de turismo, momento em que surgem novas tipologias turísticas como o ecoturismo, que entram em evidência na década de 1980 e;

d) plataforma de conhecimento científico, a partir de 1990, em que os pesquisadores buscam por teorias do conhecimento da atividade turística, ampliando as explicações e os resultados, buscando formar um arcabouço teórico sobre o tema.

Mais recentemente, Jafari (2005) adicionou uma nova categoria dos estudos em turismo, que analisa o turismo como um bem público, envolvendo políticas públicas voltadas à atividade turística.

No mesmo sentido, Ouriques (2005) detecta vertentes de estudo em turismo similares às de Jafari (1994, 2005), deixando claro que uma delas é “[...] pautada pelo desenvolvimento planejado (portanto, por meio do Estado) que inclui, mais recentemente, a ‘questão ecológica’ [...]” (OURIQUES, 2005, p. 70). O autor se refere a esse entendimento da atividade turística como desenvolvimentista, com estudos que apresentam apologias ao turismo e não buscam nada muito além de afirmar os benefícios do turismo, mesmo que abordando, em pequenas doses, críticas aos malefícios da atividade.

Nesta perspectiva, toda essa produção acadêmica e científica, de cunho desenvolvimentista, se reflete na formulação de políticas públicas voltadas para a atividade turística, sendo notável a intenção em conferir ao poder público o papel de agente imprescindível para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável e responsável. Desta maneira, o caráter desenvolvimentista, que realiza um balanceamento entre pontos positivos e negativos da atividade turística em prol da exploração do turismo enquanto setor econômico é abertamente presente e facilmente detectável. Desta forma:

A administração pública, no uso de suas atribuições, tem-se mostrado uma das ‘molas propulsoras’ para o desenvolvimento e normalização das atividades que compõem o arcabouço estrutural e operacional do turismo. Daí a grande importância do papel desempenhado pelo Estado e de sua intervenção na área do turismo por meio das políticas públicas (DOMINGOS; CALVENTE, 2014, p. 183).

As autoras demonstram que é através da administração pública, na formulação de políticas públicas, que a atividade turística se desenvolve e se normaliza. Afirmção similar é encontrada em Galdino e Costa (2011, p. 4): “é de total responsabilidade do setor público, no processo de investigação, de levantamento de informações e análises, identificar as necessidades a serem supridas e os potenciais a serem estimulados e investidos.” A preocupação

dessas políticas aparece sempre como sendo o de garantir o desenvolvimento da atividade, sem, contudo, considerar que o desenvolvimento do turismo pode não ser benéfico. As políticas públicas de turismo, como ações de planejamento turístico, consideram que:

Trata-se, pois, de atratividade que gera empregos e, assim, aumento na rentabilidade familiar, divisas econômicas, valores culturais, conscientização à preservação do meio ambiente, enfim, desenvolvimento ao local em que está inserida nos mais diversos setores, sejam eles, econômicos, sociais ou ambientais. Em razão desse desenvolvimento, necessita-se de uma forma de planejamento eficaz e coerente, capaz de mensurar e controlar adequadamente o crescimento do setor e do local como um todo (GALDINO; COSTA, 2011, p. 4).

Assim, garantir o contínuo crescimento, de forma eficaz e responsável, da atividade turística aparece como o interesse primordial das políticas públicas voltadas ao turismo, pois o turismo “gera empregos, preserva o meio ambiente, desenvolve valores culturais”. É recorrente a menção aos benefícios do desenvolvimento turístico através da formulação de políticas públicas voltadas a esse setor. No mesmo sentido, demonstrando o interesse por esses benefícios do desenvolvimento do turismo, ao abordar as instâncias de administração turística, Domingos e Calvente.

(2014, p.195) consideram que “a comunidade deve estar preparada para o desenvolvimento, para que também seja beneficiada.” Fica evidente que, nas políticas públicas, o que se busca é, na realidade, o crescimento e a exploração de um setor econômico, entremeado aqui e ali com uma aparência ambiental e socialmente sustentável.

Conforme Domingos (2007, p. 19-20) salienta, “o que persiste, porém, é a atitude de muitos gestores públicos que só dão a devida importância ao turismo quando têm a certeza de que o investimento gerará lucro.” A autora coloca em foco a atuação dos gestores públicos ao abordar a incongruência entre o interesse público, de bem-estar da coletividade, que deveria nortear a política pública; do interesse privado, que não considera lazer e cultura como áreas geradoras de lucro e, portanto, sem importância (DOMINGOS, 2007). Não se pode, no entanto, admitir que as políticas públicas de turismo sejam desvirtuadas, devido somente ao interesse dos gestores públicos enquanto indivíduos, pois:

[...] dentro de um quadro neoliberal, no qual as privatizações ganham vulto, torna-se comum o setor público agir como se somente a iniciativa privada tivesse competência para administrar alguns setores produtivos, o que, associado à falta de recursos financeiros coloca, conforme alguns prefeitos, o município em franca desvantagem [...] (WEISSBACH, 2001, p. 164).

A atitude de muitos gestores públicos, conforme relatado por Domingos (2007), deve ser analisada a partir da função que o Estado adquire na sociedade capitalista, sobretudo no atual estágio do capitalismo, de cunho neoliberal. O Estado, motivado pelas cifras vultuosas

geradas com o turismo, se volta, em realidade, para a exploração econômica e para a oportunidade de geração de lucros e divisas. De acordo com Bursztyrn (2003, p. 11), as políticas públicas “[...] desenvolvidas sob a égide do ideário neoliberal tendem a priorizar a formação de produtos turísticos voltados para o grande mercado, forçando a adequação das condições locais no sentido de alcançar uma maior eficiência em seus serviços e gerar o maior lucro possível”.

Para Harvey (2008, p. 12):

O neoliberalismo é em primeiro lugar uma teoria das práticas político-econômicas que propõe que o bem-estar humano pode ser melhor promovido liberando-se as liberdades e capacidades empreendedoras individuais no âmbito de uma estrutura institucional caracterizada por sólidos direitos à propriedade privada, livres mercado e livre comércio. O papel do estado é criar e preservar uma estrutura institucional apropriada a essas práticas; o Estado tem de garantir, por exemplo, a qualidade e a integridade do dinheiro.

A teoria neoliberal, de acordo com Harvey (2008), apresenta o Estado como mero criador de estruturas para ao funcionamento livre do mercado, negando a ele a atuação de regulação e controle. O Estado deve garantir, até mesmo pela força, o funcionamento apropriado dos mercados. “Além disso, se não existem mercados (em áreas como a terra, a água, a instrução, o cuidado de saúde, a segurança social ou a poluição ambiental), estes devem ser criados, se necessário pela ação do Estado” (HARVEY, 2008, p. 12). No turismo, essas características são perceptíveis ao se observar como as cidades passaram a se vender como mercadorias, competindo umas com as outras para a maior captação de turistas.

Nesse sentido, é válido ressaltar que o Estado “é um produto da sociedade, quando essa chega a um determinado grau de desenvolvimento” (ENGELS, 2017, p.211). Assim, o Estado é um poder surgido da sociedade, mas que se apresenta acima da própria sociedade da qual ele surgiu, alienado. Ainda de acordo com Engels (2017, p. 211), o Estado “é o reconhecimento de que essa sociedade está enredada numa irremediável contradição com ela própria, que está dividida em oposições irreconciliáveis de que ela não é capaz de se livrar.”

Ou seja, o gestor público, ao atuar em nome do Estado, aliena-se da sociedade da qual ele próprio faz parte para atender aos interesses de uma classe mais poderosa, pois o Estado “é o órgão de dominação de determinada classe, a qual *não pode* ser conciliada com sua antípoda (com sua classe antagonista)” (LÊNIN, 2017, p. 30, grifo do autor), e ainda, “[...] o moderno Estado representativo é o instrumento da exploração do trabalho assalariado pelo capital.” (ENGELS, 2017, p. 213). As políticas públicas desenvolvidas pelo Estado, desta forma, atuam em benefício do capital sobre a classe dominada. Porém, apresentam-se, em aparência, como propulsoras de desenvolvimento para toda a sociedade.

Vistas através da personificação do Estado em um representante eleito, esses aspectos das políticas públicas em turismo encobrem o fato de que o Estado, um poder que para acima da sociedade e dela cada vez mais se aliena, como elaborador dessas políticas, atua no interesse econômico de expansão capitalista. Afirmar que “[...] se considerar o lazer, a cultura e o turismo também precisam de investimentos [...] para garantir qualidade de vida à população, independentemente de dar retorno financeiro ou não” (DOMINGOS, 2007, p. 20), apenas deixa evidente que as políticas públicas, embora carregadas de aparência desenvolvimentista, não proporcionam o desenvolvimento amplamente defendido, mas sim somente aprofundam a exploração capitalista. Nesse sentido, as políticas públicas perpetuam o fetichismo inerente do turismo, visto como uma mercadoria a ser elaborada e desenvolvida.

Sendo o turismo uma atividade que se desenvolve no seio da sociedade capitalista, as bases materiais da atividade turística se encontram no centro desse mesmo sistema econômico. Assim como as mercadorias tradicionais sofreram significativas mudanças ao longo dos anos, sofisticando-se e aprofundando a alienação e o fetichismo, a mercadoria-turismo também está cada vez mais espetacularizada. Nesse sentido, o turismo é um somatório de muitas outras histórias, compostas pelo progresso das sociedades, dos meios de transporte, dos modos de vida, das comunicações, entre outras, que proporcionaram a constituição de uma atividade esquematizada como o turismo (BOYER, 2003 *apud* LIMA, 2013).

Afirma Siqueira que “o turismo, tal como concebido na atualidade, tem sua origem na própria concepção capitalista da vida. A vida tem de se resignar com o império da geração de lucro.” (SIQUEIRA, 2005, p. 63). Coriolano (1998 *apud* SIQUEIRA, 2005) caracteriza o turismo como uma invenção da sociedade de consumo, que passa a vender a viagem como um produto, atrelado às leis de mercado. Assim, o turismo nasce de uma série de desenvolvimentos tecnológicos simultâneos relativos à expansão capitalista, como meios de transporte e comércio, sendo impulsionado por mídias como o rádio e, posteriormente, a televisão, para gerar o desejo de viagem. Ao tornar-se uma atividade disponível para pessoas além das classes mais abastadas, o turismo passa a apresentar uma de suas características mais marcantes, a restauração da força e ânimo para o retorno ao trabalho (KRIPPENDORF, 2001 *apud* LIMA, 2013). Com isso, “a natureza, a paisagem, o clima, a cultura e os próprios seres humanos tornaram-se produtos a serem consumidos cada vez mais.” (KRIPPENDORF, 2001 *apud* LIMA, 2013, p. 77).

Nesse sentido, o “turismo é um tempo do capital, um tempo em que o sujeito que consome o turismo não deixa de reproduzir a lógica do capital.” (OURIQUES, 2005, p. 18). O turismo, assim, pode ser considerado uma mercadoria. Escreve Ouriques (2005) que essa

caracterização como mercadoria é chamada de mercadoria-paisagem, que se configura como principal determinante da atividade. Ele evidencia que essa mercadoria-paisagem possui um caráter fantasioso, pois os elementos naturais que compõem uma paisagem representam um preço que não está relacionado com a produção de valor, pois não possuem, em si, trabalho humano direto. “As paisagens naturais e socialmente construídas tornam-se objetos de consumo turístico, como se isso fosse uma característica a elas inerente.” (OURIQUES, 2005, p. 20).

Assim, a paisagem torna-se objeto de apropriação, de acumulação como mercadoria, consumida de forma diferente da que se realiza na compra e apropriação de um *souvenir*, sendo, com isso, um consumo intangível (OURIQUES, 1998). “A *mercadoria-paisagem*, embora seja utilizada como elemento atrativo, é apropriada sem ser propriedade e consumida sem ser gasta.” (OURIQUES, 1998, p. 79, grifo do autor). É um consumo intangível que possui base material, uma vez que o turista se desloca em algum meio de transporte, se alimenta, se hospeda. Porém, esse consumo turístico, essa apropriação é, em realidade, uma acumulação sem propriedade das mercadorias-paisagem, escondendo uma relação específica “[...] entre o trabalho, seja ele assalariado ou ‘autônomo’ e sua forma pervertida, o capital.” (OURIQUES, 2005, p. 20). Com isso, o autor indica que:

A verdadeira base de sustentação do turismo, como qualquer atividade econômica, está no trabalho (quer dizer, na exploração da força de trabalho). Afinal de contas, toda a infraestrutura de transportes, equipamentos de lazer e acomodação, todos os setores ligados à estruturação turística, enfim, fundamentam-se no trabalho e no consumo do turista. (OURIQUES, 2005, p. 20).

Ao viajar e consumir uma mercadoria-paisagem, o turista está, na realidade, mantendo uma relação com os trabalhadores da chamada indústria do turismo. Os elementos da paisagem componentes da mercadoria turística são, desta forma, os elementos visíveis nessas relações. Na atividade final, o turista acredita que consome a mercadoria-paisagem, desfrutando de algum elemento natural ou socialmente construído, como é o caso de turismo culturalmente motivado. Mas o verdadeiro componente gerador do valor daquela mercadoria turística está na cadeia de trabalho existente para que o turista alcance aquele momento. A não percepção de toda essa cadeia de exploração de força de trabalho é o fetiche.

Conforme explica Jhally (1995), o fetichismo oculta uma série de informações que dizem respeito ao processo produtivo. Se o consumidor dispusesse dessas informações, a relação com os produtos se transformaria. “Imagine-se como reagiriam os consumidores [...] que para fabricar determinado produto foram utilizados recursos naturais raros e não renováveis ou foram destruídas formas de vida tradicionais de todo um povo.” (JHALLY, 1995, p. 73). Esse aspecto é condizente diretamente com a atividade turística. Na transformação da paisagem

em mercadoria, conforme expõe Ouriques (2005), ocorre, em muitos casos, a precarização das relações de trabalho, uma acentuação da exploração capitalista. Comunidades tradicionais passam por um processo de assalariamento, resultando em precariedade, sazonalidade, baixa remuneração e até mesmo extinção de atividades tradicionais. Se o turista, consumidor da mercadoria-paisagem, dispusesse dessas informações, a atividade turística poderia ser completamente diferente.

Dentro dessa ótica, Rodrigues afirma que “o fetiche da mercadoria ‘turismo’ ou natureza comercializada é ainda mais acentuado que em outras mercadorias de consumo coletivo. Porque o que parece que é vendido é a natureza, quando o que é vendido é a qualidade do hotel, é a forma de transporte.” (RODRIGUES, 1999, p. 61). Para desfrutar de uma paisagem ou de um evento cultural, cobra-se pelos serviços prestados e pelos bens tangíveis envolvidos nesse processo, pois a paisagem em si, a natureza ou a manifestação social é, a princípio, gratuita, desprovida de valor de troca. As políticas públicas ao priorizar o desenvolvimento econômico de agentes particulares, apenas aprofunda a lógica fetichizada, propiciando o surgimento de enfrentamentos populares cada vez mais explícitos, pois a política pública, posta à prática pelo Estado, revela a sociedade em irremediável contradição com si mesma (ENGELS, 2017).

4 Turismofobia e políticas públicas

Ao ciclo intenso de fetichização e consequente espetacularização da atividade turística, que cria modalidades cada vez mais específicas e mercadorias cada vez mais abstratas e simbólicas, um possível resultado é a turismofobia, que se apresenta hoje em algumas cidades com turismo bem desenvolvido. A expansão e exploração turística das localidades criam problemas de ordem urbana que acabam por dificultar a vida dos moradores dessas cidades. Como o fluxo de turistas em cidades como Barcelona, Madri, Palma, Veneza, entre outras, é praticamente ininterrupto ao longo do ano, a exploração turística tem tornado a vida cotidiana nessas localidades quase impossível. Assim, cresce na população local um sentimento de hostilidade frente a essa exploração, que é extravasado na face visível da atividade turística: o turista (BLANCHARD; PELLICER, 2017).

Nessa mesma ótica, o crescente descontentamento das populações locais em relação ao turista motiva protestos e marchas, chamando a atenção para a expulsão dos moradores regulares dos bairros turísticos devido à especulação imobiliária causada pelo turismo e para o encarecimento crescente dos serviços e produtos em regiões de exploração turística (BURGEN,

2017). Assim, é possível observar como o fetiche da indústria turística pode causar consequências graves devido ao estranhamento do processo de produção do turismo. A turismofobia é paradigmática ao exibir tão precisamente esse processo. Culpa-se o turista, não a indústria do turismo e as políticas públicas em turismo, que exploram o trabalho humano na produção de mercadorias turísticas, porém vende-se como mercadoria-paisagem como uma mera relação natural. Por ser domínio do capital e por ser parte de um discurso desenvolvimentista nas políticas públicas, o turismo tem um poder segregador mais amplo do que se demonstra em sua aparência inicial.

Por ser ainda um fato recente, pouco estudo já foi realizado sobre a turismofobia. Porém, é imprescindível que se acompanhe o fenômeno atentamente para que possa compreender seus caminhos e seus possíveis desdobramentos. Assim, turismofobia tem sido caracterizada por meios de comunicação como “[...] uma aversão aos viajantes, eleitos os culpados por muitos dos problemas da cidade.” (GABRIEL, 2017, não paginado). As cidades turísticas europeias, devido ao grande número de visitantes, passam a considerar o turista um inimigo a ser expulso, pois a atividade turística gera desdobramentos negativos que apresentam o turista como a parte visível e física nesse processo, tornando-se a materialização do problema.

Conforme apresenta Domínguez (2018), o termo foi criado inicialmente pela mídia espanhola, em neologismo de um outro, apresentado como “turistofobia” por Delgado (2008), que considerava uma mistura de repúdio, desconfiança e desprezo da figura do turista pela comunidade receptora. Afirma Domínguez (2018) que é difícil negar que existem sentimentos de hostilidade ao turista que estão em consonância com o índice de irritabilidade turística, o *Irridex*, proposto por Doxey (1975). Embora alvo de críticas, o *Irridex* pode ser tomado como um modelo que contribui para entender o processo de hostilidade. Conforme afirmam Pavlić e Portolan (2015, não paginado, tradução nossa), o *Irridex* “[...] não é baseado em nenhuma pesquisa empírica detalhada [...]. O modelo aceita um grau de relacionamento positivo lineare homogêneo e ignora complexidades dentro da comunidade receptora bem como a multidimensionalidade do impacto do turismo [...].”

Nesse sentido, Doxey (1975) apresenta que há quatro etapas desse índice de irritação turística: euforia, apatia, irritação e, por fim, antagonismo. O *Irridex* expõe que, conforme o número de turistas cresce, aumenta também o nível de tensão na população local, pois a exploração turística aumenta a pressão sobre a qualidade de vida dos residentes. Por fim, Doxey (1976, p. 27, tradução nossa) afirma que “[...] o que eles devem aprender a conviver é com o fato de que o seu ecossistema não será mais o mesmo. Eles ainda podem conseguir atrair

turistas, mas de um perfil bem diferente daqueles que receberam nos primeiros anos.”Ou seja, o local continuará recebendo turistas, mas dessa vez em um ambiente completamente diferente e com interações sociais permeadas de hostilidade. Tendo em vista as críticas quanto ao modelo idealizado por Doxey, o fenômeno da turismofobia parece ir ao encontro desse índice.

Em artigo publicado pelo jornal *El Pais*, Blanchar e Pellicer (2017) apresentam como a expansão e exploração turística das localidades criam problemas de ordem urbana que acabam por dificultar a vida dos moradores dessas cidades. Como o elevado fluxo de turistas em cidades como Barcelona, Madri, Palma, Veneza entre outras é praticamente ininterrupto ao longo do ano, a exploração turística tem tornado a vida cotidiana nessas localidades quase impossível, com as ruas sendo tomada por visitantes, congestionando o comércio local bem como serviços. Assim, cresce na população local um sentimento de hostilidade frente a essa exploração. Embora alguns envolvidos com o turismo, segundo Blanchar e Pellicer (2017), avaliem que o conflito seja, na realidade, em relação às políticas para o turismo, algumas localidades já apresentam um desgaste irreversível com a atividade, como é o caso de Veneza. Entretanto, apenas o descontentamento com as políticas para o turismo, como exposto pelas jornalistas, não fornece explicações suficientes para a onda turismofóbica.

Outros artigos em jornais, como o escrito por Burgen (2017) para o *The Observer*, apontam para o crescente descontentamento das populações locais em relação ao turista, motivando protestos e marchas, chamando a atenção para a expulsão dos moradores regulares dos bairros turísticos devido à especulação imobiliária causada pelo turismo e para o encarecimento crescente dos serviços e produtos em regiões de exploração turística. No mesmo sentido, Neher (2018), escrevendo para o alemão *Deutsche Welle* (DW), aponta que os moradores dessas cidades enfrentam altas exorbitantes de aluguéis devido ao aluguel temporário de residências para turistas, como o fornecido pelo *site Airbnb*. A jornalista destaca que esses aluguéis temporários geram receitas maiores que os hotéis e hospedagens tradicionais, sendo esse o fator de seu crescimento vertiginoso. Gabriel (2017), da *Revista Época*, expõe como recentes ataques terroristas em Barcelona potencializam a turismofobia, fornecendo munição para os grupos antituristas, que atacam hotéis e outros estabelecimentos de concentração turística, pois, segundo o jornalista, por apresentar elevado fluxo de pessoas, a cidade passa a ser considerada importante no cenário internacional, atraindo extremistas políticos e religiosos. Desta forma, a população enxerga no turista, além de tudo, uma das razões para os atentados terroristas.

Para Milano (2018, p. 560, tradução nossa), “isso tem uma clara relação com as políticas turísticas neoliberais que se impuseram nas cidades globais a partir do final do século passado”. Ou seja, a turismofobia e os movimentos de enfrentamento são, de acordo com o autor, reflexos do avanço neoliberal. Nessa ótica neoliberal, Milano afirma (2017, p. 6, tradução nossa):

Barcelona não está sozinha. Os movimentos políticos antituristas de Berlim, o alerta das associações vicinais em Lisboa, as concentrações nas Ilhas Baleares, a chamada síndrome de Veneza, a proposta de zonas de tráfego limitado de turistas em algumas cidades italianas, a irritação com os turistas chineses em Hong Kong, Tailândia e Camboja e, por último, os protestos contra o aumento dos aluguéis e a especulação ao redor dos locais turísticos em cidades como Nova Orleans e Toronto, abrem novos cenários sobre o que George Doxey, nos anos 70, definia como o índice de irritabilidade turística.

Conforme apontado por Milano (2018), o debate atual não deve negligenciar as políticas neoliberais de desenvolvimento turístico, uma vez que elas potencializam a transformação do espaço público em mercadoria, contribuindo diretamente para aumentar a acumulação de capital das grandes empresas que atuam na área, mercantilizando os espaços naturais, paisagens, manifestações culturais etc. Nesse sentido, um dos fatores que podem ser a causa da turismofobia é o processo de turistificação, entendido como “[...] o processo de transformação espacial e socioeconômica de regiões em detrimento do interesse turístico” (NEHER, 2018, s/p). As populações dessas cidades de interesse turístico enfrentam, assim, o encarecimento e saturação de toda a infraestrutura urbana, tendendo a arcar com as despesas de manutenção enquanto o turista continua sua viagem para outra localidade (BLANCHARD; PELLICER, 2017; BURGEN, 2017; GABRIEL, 2017; NEHER, 2018). Segundo Beirão (2017), em artigo para a *Carta Capital*, o processo de turistificação, em Veneza, causa o despovoamento da cidade e o ápice do turismo de massa, atingindo, em 2017, o ponto de não retorno da relação amistosa morador/turista.

Neher (2018) destaca que, diante do *boom* de turistas, movidos pelas imagens produzidas e expostas por outros turistas e utilizando as facilidades tecnológicas, é mandatório que as cidades entendam a realidade desse novo mercado e regulamentem os *sites* do modelo *Airbnb*, tentando uma conciliação entre o turismo de massa e a sobrevivência do destino em si. É nesse sentido que uma matéria publicada por Schlagwein (2019) na DW aborda a aplicação de uma série de regulamentações e ações tomadas pela prefeitura de Amsterdã visando conter o fluxo cada vez maior de turistas, na tentativa de frear a turistificação da cidade e diminuir o sentimento de raiva aos turistas.

Contudo, o que parece escapar ao entendimento dos jornalistas, dos moradores e dos envolvidos com as políticas públicas em turismo dessas localidades é que o turismo, enquanto atividade econômica, se expande para domínios cada vez mais amplos, capitalizando todo tipo de relação social que possa ocorrer em uma visita turística. Não basta apenas regulamentar as formas de exploração turística, é necessário entender as relações concretas que sustentam a atividade. Regulamentação é somente uma etapa paliativa na contenção dos efeitos destrutivos e segregadores do fenômeno turístico. As políticas públicas para o setor, por muito tempo, aprofundaram essa exploração capitalista exacerbada, mantendo uma aparência de preocupação sustentável. A turismofobia expõe, em certa medida, a que ponto pode chegar a atuação do Estado enquanto formulador de políticas públicas que somente reproduzam a lógica do capital.

Salienta-se que a aversão a turistas se dá em localidades com grande fluxo de visitantes, porém, como um quadro que vem se desenvolvendo em localidades turísticas há muito tempo consolidadas e que contam com um planejamento turístico mais elaborado e maduro, é necessário considerar a possibilidade da turismofobia ser um degrau intrínseco e inevitável do fenômeno turístico massificado. As políticas públicas em turismo, com seu caráter desenvolvimentista e neoliberal, priorizando, na realidade, a expansão da exploração capitalista, abrem uma porta que pode levar inevitavelmente a esses movimentos de enfrentamento por parte da população, alheia à materialidade da atividade turística.

Indo além, a turismofobia pode contribuir para o melhor entendimento da hospitalidade e da hostilidade em escala social, apontando para um caminho de análise que trate dos aspectos sociais do turismo de maneira mais crítica.

5 Considerações finais

Considerando o desenvolvimento da atividade turística promovido pelo Estado e a realidade do turismo enquanto mercadoria, e, portanto, inerentemente envolto no fetiche, é possível observar como a atividade turística pode causar consequências graves quando desenvolvida de forma neoliberal, sem controle pelo Estado. A turismofobia é paradigmática ao exibir tão precisamente esse processo de exploração e consequências. Culpa-se o turista, não o setor do turismo, que explora o trabalho humano na produção de mercadorias turísticas. A rejeição do turista em centros estabelecidos demonstra, também, que o desconhecimento das relações de trabalho e produção, na atividade turística, estão ligados com o desenvolvimento das políticas públicas voltadas para o setor. O planejamento, analisado, na produção científica,

como um processo que leva ao desenvolvimento turístico com responsabilidade, levando em conta as preocupações ambientais e sociais, mesmo quando posto em prática, como é o caso dos destinos mais tradicionais, revela que os interesses do capital – a saber: reprodução, acumulação, desregulamentação –, prevalecem sobre os interesses coletivos.

O número crescente de turistas, causado principalmente pelo aumento de renda e tempo livre a nível mundial, gera a superexploração dos centros turísticos mais consolidados, que não conseguem absorver a demanda, causando também a expulsão de moradores regulares das áreas turísticas. É compreensível que um movimento de enfrentamento tenha surgido e é importante que os estudos em turismo passem a abordar o assunto de forma crítica, a fim de fornecer entendimentos que contemplem toda a magnitude e complexidade do fenômeno turístico, enfrentando com seriedade as consequências destrutivas que essa atividade gera e que pode gerar nos próximos anos, abandonando o discurso meramente apologista, utilitarista e desenvolvimentista dominante nos estudos da área, que causam reflexos na formulação das políticas públicas.

Referências

BEIRÃO, Nirlando. Entre o despovoamento e o turismo de massa, Veneza pede socorro. *Cultura. Carta Capital*, São Paulo, ago. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/revista/964/entre-o-despovoamento-e-o-turismo-de-massa-veneza-pede-socorro>. Acesso em: 11 mar. 2018.

BLANCHAR, Clara; PELLICER, Lluís. Turismofobia: a cara menos amável de uma indústria bilionária. *Economia. El País*, 28 maio 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/brasil/2017/05/27/economia/1495908161_850351.html. Acesso em 11 mar. 2018.

BRANDÃO, Pamela de Medeiros. O ideário neoliberal na Política Nacional do Turismo Brasileiro: avanços e retrocessos. *In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO–ANPTUR, 7., 2010, São Paulo. Anais[...]*. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi - UAM, 2010. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/103.pdf>. Acesso em: 13 maio 2020.

BURGEN, Stephen. Barcelona contra o turismo. *Internacional. The Observer*, 2 fev. 2017. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/internacional/barcelona-contra-o-turismo>. Acesso em: 11 mar. 2018.

BURSZTYN, Ivan. A influência do ideário neoliberal na formulação de políticas públicas de turismo no Brasil. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 3, n. 4, p. 7-12, 2003. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/40/38>. Acesso em: 25 jul. 2019

BURSZTYN, Ivan. **Políticas públicas de turismo visando a inclusão social**. 2005. 110 f.

Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa; BONETTI, Lucas Araújo. Trajetória das políticas públicas de turismo no Brasil. **Revista Turydes: turismo y desarrollo**, n. 19, 2015.

CARVALHO, Alan Francisco de. Políticas públicas em turismo no Brasil. **Sociedade e Cultura**, v. 3, n. 1-2, p. 97-109, 2000. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/703/70312129006.pdf>. Acesso em 24 jul. 2019.

DELGADO, Manuel. Turistofobia. **El País**, 7 dez. 2008. Disponível em: https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html. Acesso em: 6 jul. 2019.

DOMINGOS, Fabiane de Oliveira. **Políticas públicas para o turismo no Brasil e suas influências em Rolândia - PR**. 2007. 170f. Dissertação (Mestrado em Geografia, Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2007.

DOMINGOS, Fabiane de Oliveira; CALVENTE, Maria del Carmen Matilde Huertas. As políticas públicas para o turismo no município de Rolândia - PR. **Revista Equador: revista da Universidade Federal do Piauí, Teresina**, v. 3, n. 1, p. 182-201, jan./jul. 2014.

DOMÍNGUEZ, Alan Quagliari. Turismofobia, ou o turismo como fetiche. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação SESC**, São Paulo, p. 22-30, jun. 2018. Edição especial: Ética no Turismo.

DOXEY, George. A causation theory of visitor–resident irritants: methodology and research inferences: the impact of tourism. *In: ANNUAL CONFERENCE PROCEEDINGS*, 6., 1975. San Diego. **Proceedings** [...]. San Diego: The Travel Research Association, 1975. p.195-198.

DOXEY, George. When enough's enough: the natives are restless in Old Niagara. **Heritage Canada**, v. 2, n. 2, p. 26-27, 1976.

ENGELS, Friedrich. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado**. São Paulo: Lafonte, 2017.

GABRIEL, Ruan de Sousa. Turismofobia avança em cidades européias. Mundo. **Revista Época**, São Paulo, ago. 2017. Disponível em: <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/08/turismofobia-avanca-em-cidades-europeias.html>. Acesso em: 11 mar. 2018.

GALDINO, Letícia Cristina Fernandes; COSTA, Michele Leandro da. Análise das principais políticas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. **Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 4, p. 1-24, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

HARVEY, David. **O neoliberalismo: história e implicações**. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

HENZ, Aline Patrícia. **Políticas públicas de turismo no Brasil: a interferência da política nacional de turismo entre 2003 e 2007 no direcionamento das políticas estaduais.** 2009. 140 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Itajaí, 2009. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Aline%20Patricia%20Henz.pdf>. Acesso em: 13 maio 2020.

JAFARI, Jafar. La cientifización del turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 3, n. 1, p. 7-36, 1994.

JAFARI, Jafar. El turismo como disciplina científica. **Política y Sociedad**, v. 42, n. 1, p.39-56, 2005.

JHALLY, Sut. **Os códigos da publicidade: o fetichismo e a economia política do significado na sociedade de consumo.** Porto: Asa, 1995.

LÊNIN, Vladimir Ilitch. **O estado e a revolução: a doutrina do marxismo sobre o Estado e as tarefas do proletariado na revolução.** São Paulo: Boitempo, 2017.

LIMA, Renata Mayara Moreira de. A construção social-histórica do turismo como prática moderna. **Turismo: estudos & práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró, v. 2, n. 2, p. 66-85, jul./dez. 2013.

LOPES, Alba Oliveira Barbosa; TINOCO, Dinahdos Santos; SOUZA, Lincoln Moraes de. Avaliação de políticas públicas de turismo: uma análise bibliométrica dos periódicos de turismo. **Turismo em Análise**, v. 22, n. 3, art. 7, p. 614-631, 2011.

MARX, Karl. **Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858: esboços da crítica da economia política.** São Paulo: Boitempo, 2011.

MILANO, Claudio. Turismofobia: cuando el turismo entra en la agenda de los movimientos sociales. **Marea Urbana: revista de la Taula Veïnal d'Urbanisme de Barcelona**, Barcelona, p. 5-8, jan. 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Claudio_Milano3/publication/323174493_Turismofobia_cuando_el_turismo_entra_en_la_agenda_de_los_movimientos_sociales/links/5a84316345851504fb3d4c8a/Turismofobia-cuando-el-turismo-entra-en-la-agenda-de-los-movimientos-sociales.pdf. Acesso em: 29 jul. 2019.

MILANO, Claudio. Overtourism, malestar social y turismofobia: un debate controvertido. **Pasos: revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 16, n. 3, p. 551-564, jul. 2018. Disponível em: http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318_01.pdf. Acesso em: 29 jul. 2019.

NEHER, Clarissa. Aos poucos, Europa está se cansando do turismo. **Cultura. Deutsche Welle – DW**, 15 fev. 2018. Disponível em: <https://m.dw.com/pt-br/aos-poucos-europa-está-se-cansando-do-turismo/a-42590675>. Acesso em: 11 mar. 2018.

OURIQUES, Helton Ricardo. **Turismo em Florianópolis: uma crítica à “indústria pós-moderna”.** Florianópolis: Ed. UFSC, 1998.

OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo: fetichismo e dependência**. Campinas: Alínea, 2005.

PAVLIĆ, Ivana; PORTOLAN, Ana. Irritation index, tourism. *In*: JAFARI, Jafari; XIAO, Honggen (org.). **Encyclopedia of tourism**. Suíça: Springer International, 2015. Disponível em: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-01669-6_564-1.pdf. Acesso em: 5aug. 2019.

PEREIRA, Cássio Avelino Soares. Políticas públicas no setor de turismo. **Revista Turismo em Análise**, v. 10, n. 2, p. 7-21, 1999.

RODRIGUES, Arlete. A Produção e o Consumo do Espaço Para o Turismo. *In*: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani; CRUZ, Rita de Cássia Ariza (org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 55-62.

SCHLAGWEIN, Felix. Como Amsterdã está combatendo o turismo de massa. Mundo. **Deutsche Welle – DW**, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/como-amsterd%C3%A3-est%C3%A1-combatendo-o-turismo-de-massa/a-47826814>. Acesso em: 8 mar. 2019.

SILVA, Alan Curcino Pedreira da; PEQUENO, Marconi Jose Pimentel; VASCONCELOS, Fabrício Peixoto. Uma filosofia prática sobre viagens e viajantes: a emoção na relação moral entre o homem e a natureza. *In*: RAMOS, Silvana Pirillo (org.). **Planejamento de roteiros turísticos**. Porto Alegre: Asterisco, 2012.

SIQUEIRA, Deis. **História social do turismo**. Brasília, DF: Vieira, 2005.

WEISSBACH, Paulo Ricardo Machado. **Possibilidades de aproveitamento turístico da área rural de Cruz Alta – RS**. 2001. 229f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2001.

Submetido em: 22/04/2020
Aprovado em: 15/05/2020