

# TURISMOFOBIA, OU O TURISMO COMO FETICHE

Alan Quaglieri Domínguez<sup>1</sup>

[tradução: Rubia Goldoni]

---

## RESUMO

Os ataques a símbolos turísticos realizados em Barcelona, no verão de 2017, consagraram o uso do termo turismofobia a nível midiático e no debate público sobre o desenvolvimento da cidade turística. O presente artigo aborda, em primeiro lugar, o surgimento do termo e a controvérsia que o acompanha, sobretudo no que se refere ao caso de Barcelona. Em seguida, revisa algumas das principais linhas teóricas que contribuíram para a construção social da figura do turista e do turismo em oposição à população residente e a seu cotidiano. Finalmente, se apontam as carências dessas leituras para compreender a relação entre turismo e conflito social na cidade contemporânea.

**Palavras-chave:** Turismofobia. Barcelona. Turismo urbano. Teorias do turismo.

De onde quer que se olhe, o ano que acaba de terminar foi particularmente intenso no que se refere ao fenômeno turístico na cidade de Barcelona.

A contração da demanda, nos últimos três meses de 2017, foi provavelmente um dos aspectos mais citados entre as possíveis consequências da atual instabilidade política na Catalunha, a região turística mais importante da Espanha.

Ao mesmo tempo, não é possível ignorar o atentado terrorista que abalou a “cidade condal”, em 17 de agosto passado. A exemplo de casos anteriores, também para golpear Barcelona os terroristas escolheram seu principal cenário turístico, as Ramblas, para transformá-lo no palco do seu macabro espetáculo. Como era de se prever, as quinze vítimas fatais eram, sobretudo, turistas.

No entanto, já muito antes desse fatídico dia de agosto, o binômio turismo–política já protagonizava o debate e a cena midiática da cidade. A três semanas do atentado, outro tipo de ação, felizmente de natureza e

---

<sup>1</sup> Mestre em Direção e Planejamento do Turismo; membro do Grupo de Investigación de Análisis Territoriales y Estudios Turísticos (GRATET) da Universidad Rovira i Virgili (Tarragona, Espanha); membro do corpo docente de The Ostelea – School of Tourism and Hospitality (Barcelona, Espanha).

efeitos bem diferentes, teve como alvo outro símbolo turístico. No dia 27 de julho, no auge da alta temporada, quatro pessoas encapuzadas pararam um *Bus Turístico*, para furar seus pneus e pichar a solene mensagem no para-brisa: “O turismo mata os bairros”.

Uma ação filmada e reivindicada por Arran, uma organização juvenil da esquerda independentista catalã, que poucos dias depois seria protagonista de outro ato reivindicativo, desta vez contra bicicletas de aluguel, símbolo da ilegítima ocupação do espaço público para fins privados por parte da indústria turística. Dois eventos que, coincidindo com o momento mais crítico de outra temporada turística de recordes, culminam um *crescendo* de atos de mobilização de natureza variada com diferentes objetivos, mas que contribuíram para pôr a “questão turística” no centro do debate político local e projetar a nível internacional a relação “privilegiada” entre Barcelona e a chamada “turismofobia”, um termo que teve sua consagração e institucionalização no mesmo ano de 2017, justamente em consequência da sucessão de eventos ocorridos no início do verão.

Em 7 de agosto, a Fundación del Español Urgente (Fundéu–BBVA), instituição assessorada pela Real Academia da Língua que zela pelo “bom uso do espanhol nos meios de comunicação e na Internet”, reconheceu o substantivo turismofobia como um neologismo válido e “uma palavra bem formada em espanhol que pode ser usada sem necessidade do emprego de aspas ou itálico”. A Fundéu circunscreve seu uso especialmente ao âmbito mediático, para referir-se “ao repúdio à turistificação”, outro neologismo de significado incerto descrito como “modelo turístico caracterizado pela massificação e suas consequências negativas para a população e os trabalhadores”. Ao mesmo tempo, a fundação admite que, por sua formação, o termo poderia sugerir “aversão ou repulsa ao turismo em geral”<sup>2</sup>, e é nesse sentido que, sobretudo nas associações de bairro e no ativismo em geral, seu uso é criticado. Um uso que, como denunciam alguns, não é neutro e atenderia aos interesses de setores das indústrias turísticas para estigmatizar as posições críticas ao fenômeno turístico. Uma estratégia que o psicólogo social Horacio Espinosa Zepeda (2017) descreve com a sugestiva expressão “patologizar o mal-estar social”.

Efetivamente, não parece justificado o emprego de um termo com a carga negativa do sufixo *fobia* para se referir a um amplo leque de práticas e posturas muito diversas em relação ao turismo. Há plataformas e manifestações que denunciam problemas concretos ligados a certas atividades ou práticas turísticas em determinados contextos que não podem simplesmente ser desqualificadas como um medo irracional e uma recusa frontal do turismo e/ou do turista *tout court*. Penso aqui em Las Kellys,

---

2 <https://www.fundeu.es/recomendacion/turismofobia-neologismo-valido/>

a associação que reúne camareiras de toda a Espanha, muito ativa na denúncia da precarização do trabalho na indústria hoteleira, ou nas manifestações convocadas por associações de bairro para chamar a atenção para a explosão do fenômeno dos aluguéis turísticos que, de fato, reduz a oferta residencial e acirra o problema do acesso à moradia em determinados bairros de várias cidades turísticas.

Por outro lado, é difícil negar que existem sentimentos de hostilidade pelo próprio turista. A propósito disso, já faz uma década, Manuel Delgado (2008) assinava um editorial publicado no jornal *El País* intitulado “Turistofobia”. Um neologismo cunhado pelo próprio antropólogo natural de Barcelona para indicar “uma espécie de xenofobia de substituição”, “um misto de repúdio, desconfiança e desprezo” pela figura do visitante. Este surge como destinatário direto de várias mensagens que vão se replicando nos muros de muitas cidades: desde o clássico convite *Tourist go home*, até a provocadora pergunta *Why call it tourist season if we can't shoot them?*, passando pelo célebre *Tourist you are the terrorist*. Tons “belicosos” que, possivelmente, apenas uma exígua minoria de cidadãos estariam dispostos a subscrever, mas que representam as expressões mais radicais de um mal-estar bem mais amplo.

*TOURIST GO HOME*, Ramblas, Barcelona.



Fonte: foto do autor.

Nesse sentido, é emblemático o resultado da pesquisa municipal que registra como, em 2017, pela primeira vez, o turismo se tornou a maior preocupação dos moradores de Barcelona, deixando para trás questões mais “tradicionais”, como desemprego e condições de trabalho, trânsito ou

habitação. A pesquisa não fornece elementos que permitam aprofundar a leitura desse dado e analisar o que realmente preocupa no turismo. Não serão poucos os que, apontando o turismo, pensaram em questões concretas como, por exemplo, a precarização do trabalho no marco das indústrias turísticas ou o aumento do preço das moradias nos bairros mais atraentes para a atividade turística. Cabe perguntar por que essas pessoas não se limitaram a indicar outras opções, como as acima mencionadas, que recolhem diretamente esse tipo de problemática. Cabe perguntar, por fim, se a crescente centralidade do turismo entre as preocupações dos cidadãos não será produto de um processo de “fetichização” do mesmo; efeito de uma espécie de lei das compensações que golpeia aquilo que durante anos foi proposto como a panaceia de todos os males, e que agora teria se transformado em seu contrário, seu principal gerador.

O turismo, de certo modo, “paga” por sua presença crescente na economia e na ecologia urbana; face visível da transição para a cidade pós-industrial, segundo o modelo neoliberal, cujas contradições afloram de forma cada vez mais evidente. No entanto, seria limitador pensar na conflituosidade em torno do desenvolvimento turístico como um fenômeno recente e eminentemente urbano, embora essas pareçam ser as coordenadas típicas do fenômeno da “turismofobia”.

O conflito acompanhou o desenvolvimento turístico, desde seus primórdios. Poucos anos depois da mítica primeira viagem organizada por Thomas Cook (1841), considerada o evento fundador do turismo moderno, o célebre poeta William Wordsworth travará sua célebre batalha contra a invasão turística do Lake District. Wordsworth, um dos principais expoentes do romantismo inglês e natural desse distrito, pode ser considerado o cantor maior da beleza dessa região de lagos no norte da Inglaterra e, certamente, um dos principais artífices do interesse turístico por esse território. Ele próprio escreveu o guia para viajantes *A Guide through the District of the Lakes*, que alcançou grande sucesso e teve cinco reedições entre 1810 e 1835. Contudo, a construção de um ramal ferroviário ligando a região à rede nacional, o que facilitaria consideravelmente o acesso turístico ao distrito, encontrou no poeta um firme opositor. A resposta de Wordsworth ao anúncio do projeto ferroviário foi uma campanha “literária” desenvolvida à base de cartas e poemas, nas páginas do jornal londrino *Morning Post*, onde o poeta defendeu a necessidade de preservar a “integridade estética e cultural” desse ambiente, “sagrado como uma relíquia” (apud GARRETT, 2008), da profanação das hordas de turistas. A quem replicava que a obra permitiria também aos operários ter acesso às belezas da região que ele próprio, com seus escritos, convidava a conhecer, o poeta respondia que a capacidade de apreciar essa paisagem estava ao alcance de poucos, “so far from being intuitive, that it can be produced only by a slow and gradual process of culture” (MULVIHILL, 1995).

Numa sociedade em que a mobilidade é considerada algo extraordinário e o forasteiro, uma suspeita intrusão capaz de alterar frágeis equilíbrios “naturais”, parecia oportuno a Wordsworth identificar tipologias de visitantes e fazer distinções entre elas. Não são todos iguais, nem todos merecem ter acesso ao “sagrado”: há os viajantes, sofisticados herdeiros do Grand Tour, e os turistas, inconscientes produtos artificiais da tão menos-prezada sociedade industrial. Uma construção “romântica” que provavelmente começa mesmo nas páginas do *Morning Post* de um século e meio atrás, mas que continua vigente no imaginário coletivo.

De fato, a ideia do viajante em contraposição à figura do turista, com forte conotação negativa, será aproveitada pelo próprio mercado. Se por um lado, do ponto de vista da demanda, essa afirmação pode servir como útil ferramenta retórica à qual se recorre para justificar a condição de visitante; por outro, a própria indústria turística mostra certa desenvoltura no (ab)uso dessa linha narrativa para aliciar sua clientela. “Ser viajante é muito mais que ser turista...” proclamava a campanha de um tour operador espanhol numa feira de turismo em Barcelona, em abril de 2017.

“Ser viajante é muito mais que ser turista...”. Politours, Barcelona.



Fonte: foto do autor.

Também contribuiu de forma significativa para a propagação do que poderíamos denominar “complexo do turista” a consideração que a própria literatura turística tem feito dessa figura e, em geral, do turismo, ressaltando seu caráter extraordinário e definindo-os em oposição à normalidade social.

A atenção que as ciências sociais, em particular, reservaram à modalidade do turismo de massa, na segunda metade do século XX, permitiu aprofundar o conhecimento do fenômeno turístico sob várias perspectivas disciplinares. Enquanto a política exaltava as virtudes “desenvolvimentistas” do turismo, uma parte importante da academia tratava de indagar, de um ponto de vista crítico, as premissas e os impactos do desenvolvimento turístico em grande escala. Como ressalta o historiador Bertram M. Gordon (2002), o conceito de “turismo de massa” é de natureza problemática. O termo “massa” pode ter, efetivamente, diversas acepções, mas, sobretudo com relação ao fenômeno turístico, foi se impondo como qualificativo pejorativo, provavelmente pela ênfase que certo discurso acadêmico deu ao caráter alienante da indústria turística e à ideia do consumo induzido. A questão da democratização da viagem, no entanto, parece não ter recebido a mesma atenção.

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. Doxey (1975) identifica, em particular, quatro fases que marcam a evolução do destino e que correspondem a diferentes atitudes da comunidade anfitriã para com o turismo, conforme o nível da demanda turística. Na base desse modelo está a ideia de uma incompatibilidade de fundo entre habitantes e turistas. Embora numa fase inicial, chamada de *euforia*, a chegada de turistas seja festejada pela população local, a predisposição aos visitantes evolui em termos cada vez mais negativos à medida que seu número aumenta. Da euforia se passaria, primeiro, à apatia, depois ao incômodo e, por fim, ao antagonismo. O índice, também conhecido como Irridex, tem evidentes limitações e foi objeto de várias críticas (WALL; MATHIESON, 2006; MONTERRUBIO CORDERO, 2008). Entre as principais, o caráter unidirecional do modelo, que não leva em conta os diferentes contextos em que se produz e se desenvolve a atividade turística. A realidade oferece casos em que a predisposição geral da comunidade residente ao turista melhora com o passar do tempo (FAULKNER; TIDESWELL, 1977) ou situações em que a fase inicial se caracteriza antes pela rejeição ou certa desconfiança do que por uma eufórica acolhida do fenômeno turístico (MOYSEY et al., 1996). Outro limite evidente é considerar a comunidade local como um corpo relativamente homogêneo desprovido de diferenças

internas suficientemente relevantes para ser levadas em conta em relação aos agentes turísticos e aos próprios turistas. Finalmente, o modelo de Doxey parece incorporar uma visão do binômio turista–morador como uma relação assimétrica entre sujeitos com interesses substancialmente diferentes, quando não conflitantes. Uma concepção que provavelmente é lastrada pelas leituras pós-coloniais do fenômeno turístico que, nessa mesma época, encontraram certa acolhida no âmbito dos estudos turísticos, em paralelo ao auge do turismo de massa e de sua primeira fase de internacionalização.

Talvez um dos trabalhos mais influentes nesse sentido tenha sido *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*, de Turner e Ash (1975). O livro evidencia o papel do turismo na (re)definição das relações de subordinação econômica entre países ou territórios do então chamado Terceiro Mundo e os centros do poder mundial, os grandes países industrializados, de onde provêm os turistas internacionais. Os autores, ademais, mostram-se implacáveis na descrição destes últimos, representados na pouco edificante figura do bárbaro moderno capaz de arrasar as indefesas sociedades pré-industriais. Um dos muitos exemplos de aviltamento da figura do turista de que a literatura é pródiga, como lembra Gordon (2002).

A antropologia também se interessará pelo tema das relações de poder que se estabelecem nos destinos do que hoje se conhece como Sul global, contribuindo de certo modo para promover a ideia da condição de passividade, dependência e vulnerabilidade das populações locais em relação ao turismo internacional. Sem querer minimizar o papel determinante dos atores internacionais, tampouco é conveniente subestimar a responsabilidade que as agências locais e as relações de poder nas comunidades anfitriãs têm no impacto que o turismo produz no destino turístico. Nesse sentido, Noel Salazar (2006) denuncia certo viés etnocêntrico que se reflete numa parte da análise do turismo internacional e a atitude paternalista de muitos pesquisadores em relação às comunidades anfitriãs.

Segundo a Organização Mundial do Turismo (2017), somente uma de cada cinco viagens turísticas internacionais se dá entre duas regiões mundiais (conforme a divisão da OMT: Europa, Américas, África, Oriente Médio, Ásia e Pacífico), enquanto o resto se esgota nas próprias regiões de origem. A Europa se mantém como principal mercado emissor e receptor, enquanto as dinâmicas Norte–Sul continuam representando uma porção minoritária do turismo mundial. No entanto, as leituras pós-coloniais transbordaram o estrito âmbito da academia para, de certo modo, sedimentar-se no subconsciente coletivo.

De modo geral, o esquema da contraposição entre turista e morador continua tendo ampla aplicação, inclusive nos destinos urbanos do

poderoso Norte. Isso apesar da crescente e inédita complexidade (e desigualdade) que o processo de globalização cultural e econômica nos impõe, que se manifesta sobretudo no contexto dos grandes aglomerados urbanos, onde o visitante praticamente se “dissolve”. De fato, os padrões de comportamento e mobilidade dos turistas contemporâneos em destinos como Barcelona, Berlim ou Dubai são cada vez mais inextricáveis dos demais. O turista não se define a partir do significado e do conteúdo das práticas que realiza na cidade nem do âmbito em que se desenvolvem. A imagem da “bolha ambiental” (BOORSTIN, 1965; COHEN 1972), concebida para a tranquilidade e usufruto do visitante e afastada dos problemas e das possibilidades das comunidades locais, pode descrever o funcionamento de resorts exclusivos nas costas do Caribe ou da África Oriental, mas não serve para analisar a complexa geografia turística da cidade contemporânea. O crescente interesse pelas experiências e pelos espaços do cotidiano (MAITLAND, 2008; RUSSO; QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, 2014) borra no mapa urbano uma mobilidade que supera a lógica segregacionista que rege o desenvolvimento do espaço turístico tradicional e que aponta para contextos “des-exoticizados” de consumo, em que confluem outras populações urbanas (idem, 2010).

No entanto, o conceito de enclave turístico, que permite traçar no espaço geográfico uma linha de demarcação separando os turistas da população residente, continua tendo certa centralidade no debate sobre o conflito na cidade turística. Evidentemente, o conflito existe, faz parte do urbano, e o turismo pode desempenhar um papel significativo em sua alimentação e visibilidade, mas as linhas mestras do conflito passam por outros caminhos que atravessam as comunidades urbanas, cada vez mais diversas e desiguais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOORSTIN, Daniel J. *The image: A guide to pseudoevents in America*. New York: Atheneum, 1961.
- COHEN, Erik. Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39 (1), pp. 164-182, 1972.
- DELGADO, Manuel (2008). Turistofobia. *El País*, [ON-LINE]. Disponível em <[https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html)>. Data de consulta: 6 jan. 2018.
- DOXEY, George V. A causation theory of visitor–resident irritants, methodology and research inferences. The impact of tourism. In *Sixth annual conference proceedings of the Travel Research Association*. San Diego, 1975.
- FAULKNER, Bill; TIDESWELL, Carmen. A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), pp. 3-28, 1997.

- GARRETT, James M. *Wordsworth and the writing of the nation*. Aldershot, Burlington: Ashgate, 2008.
- GORDON, Bertram M. El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia contemporánea*, 25, pp. 125-156, 2002.
- MAITLAND, Robert. Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), pp. 15-25, 2008.
- MOISEY, R. Neil; NICKERSON, Norma P.; McCOOL, Stephen F. Responding to changing resident attitudes toward tourism: Policy implications for strategic planning. In *27th Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association*, Las Vegas, 1996.
- MONTERRUBIO CORDERO, Juan Carlos. Residents Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review. *Ciencia Ergo Sum*, [en línea], 15 (mar.-jun.), 2008. Disponible em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10415104>>. Data de consulta: 8 jan. 2018.
- MULVIHILL, James. Consuming Nature: Wordsworth and the Kendal and Windermere Railway Controversy. *Modern Language Quarterly*, 56(3), pp. 305-326, 1995.
- OMT - Organização Mundial do Turismo. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2017. [on-line]. Disponible em: <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>>. Data de consulta: 3 jan. 2018].
- RUSSO, Antonio Paolo; QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, Alan. La lógica espacial del intercambio de casas: una aproximación a las nuevas geografías de lo cotidiano en el turismo contemporáneo. *Scripta Nova*, [on-line] 23(483), 2014. Disponible em: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-483.htm>>. Data de consulta: 13 jan. 2018].
- QUAGLIERI DOMÍNGUEZ, Alan; RUSSO, Antonio Paolo. Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico. *Scripta Nova*, [on-line] 14(323), 2010. Disponible em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-323.htm>>. Data de consulta: 14 jan. 2018.
- SALAZAR, Noel B. Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*, 5, pp. 99-128, 2006.
- TURNER, Louis; ASH, John. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Londres: Constable, 1975.
- WALL, Geoffrey; MATHIESON, Alister. *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Harlow, Essex: Prentice Hall, 2006.
- ZEPEDA, Horacio E. Turismofobia: Patologizar el malestar social. *eldiario.es*, [on-line], 2017. Disponible em: <[http://www.eldiario.es/catalunya/opinions/Turismofobia-Patologizar-malestar-social\\_6\\_660443975.html](http://www.eldiario.es/catalunya/opinions/Turismofobia-Patologizar-malestar-social_6_660443975.html)>. Data de consulta: 6 jan. 2018.