

Turistificação dos espaços e o overtourism Touristification of spaces and overtourism

BRUNA DE CASTRO MENDES¹ & VALÉRIA LUIZA PEREIRA FEDRIZZI²

¹Instituto Federal de São Paulo - Unidade Campos do Jordão; ²Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo

Contacting author: valeria.fedrizzi@hotmail.com

Resumo | Com a retomada do turismo pós-pandemia Covid-19, novamente ocorre a ocupação de espaços públicos e privados das cidades, gerando um excedente de convidados nos espaços. Assim, os movimentos anti-turísticos retomam suas discussões, como resposta social ao *overtourism* e às inconveniências criadas pelos visitantes. Objetiva-se relatar a Turistificação dos espaços e o *overtourism*, na retomada do turismo pós-pandemia Covid-19. Pretende-se destacar as principais ações adotadas pelas cidades para diminuir ou controlar os comportamentos dos turistas, em uma tentativa de amenizar os conflitos.

Palavras-chave | Turistificação, Overtourism, Turismofobia

1. Introdução

O turismo massivo na retomada do turismo pós-pandemia Covid-19, gera novamente a ocupação os espaços públicos e privados das cidades, principalmente as com consolidação da atividade turística. E esse comportamento social dos turistas e visitantes, em busca da retomada do turismo, lazer e entretenimento volta a gerar o excedente de convidados nos espaços. Assim, os movimentos anti-turísticos retomam suas discussões, como resposta social ao *overtourism* nesses destinos turísticos (cidades). Os investimentos no turismo são justificados pela importância econômica dessa atividade, principalmente na questão de geração de empregos e atração de novas divisas, entretanto versa-se pelo repúdio dos residentes em resposta as inconveniências criadas pelo turismo.

Objetiva-se relatar a Turistificação dos espaços públicos e privados e o *overtourism*, na retomada do turismo pós-pandemia Covid-19, pois essa situação continua em vigor, nos canais mediáticos dos principais destinos turísticos mundiais. Destacam-se as principais ações adotadas, pelas cidades (destinos turísticos), para diminuir ou controlar os comportamentos dos turistas e visitantes, buscando solucionar esse conflito de interesses, a manutenção da atividade turística versus apaziguar os movimentos anti-turístico. Vale ressaltar que, para fins de análise dos resultados, delimitou-se o estudo aos países da Europa.

Considerando o período de retomada do turismo pós-pandemia, caracterizando-se por um processo massivo, há necessidade de que os estudos comecem a analisar o balanceamento entre as percepções dos custos e benefícios do turismo (Andriotis & Vaughan, 2003). Vale ressaltar que, para a compreensão do termo turismo massivo, pondera-se sobre as análises de diversos autores. Para Aramberri (2017), Pons, Crang e Travlou (2009), o termo representa uma forma de comportamento social, envolvendo formas distintas de entretenimento, mais simples e corporativistas. Naidoo e Pearce (2018) entendem como um turismo de rápido desenvolvimento, capaz de ofertar um intenso crescimento econômico, oferecendo os aspectos exigidos pelos turistas, porém com poucas conexões com a comunidade local. Beni (2019) pontua o incentivo à expansão da infraestrutura, enquanto Cruz (2003) destaca a mobilização de grandes contingentes de viajantes, assim como de organização do setor. De forma mais simplificada e unificadora, compreende turismo massivo como aquele realizado em lugares que ofertam uma infraestrutura ampla, diversificada, capaz de atender às exigências de qualquer perfil de visitante, e com maior intensidade em determinados períodos do ano, gerando um consumo de símbolos e imaginários da localidade, porém, sem um contato aprofundado com a comunidade local.

Esse turismo massivo hoje é ampliado para o denominado "*overtourism*", relacionado a uma concentração no espaço, mas também uma concentração no tempo, tão extensiva que se torna uma constante para alguns lugares. Pode-se, inclusive, provocar o processo de gentrificação das cidades, quando a população de renda mais baixa é "expulsa" dos centros urbanos para a periferia devido à alta dos preços e a competição pelo espaço com os turistas. Vale ainda ressaltar a diminuição de oferta de aluguéis para longa permanência, já que os proprietários preferem alugar seus espaços por aplicativos (Scatolini & Coutinho, 2023), provocando decisões controversas como a realizada em Nova Iorque, proibindo o aluguel dos espaços nos casos em que os residentes não morem no local alugado.

Na presença desse turismo massificado, pode-se afirmar que a qualidade de vida dos residentes é afetada, pelo fato de se ter um aumento da população (mesmo que temporário), um maior uso da infraestrutura e todo um conjunto de trocas de diversas variáveis socioeconômicas (Cardona; Criado & Cantallops, 2015).

2. Turistificação dos Espaços

Cruz (2003) compreende o lugar como uma porção do espaço geográfico apropriado para prática social do turismo. As configurações de tais espaços geográficos são produtos sociais resultado da ação humana, sendo, desta forma, historicamente determinados. Desta forma, a dinâmica da produção de territórios turísticos passa a conduzir a ocupação espacial e os setores afins, com vistas ao seu desenvolvimento, como explicado nas pesquisas de Ap (1992), de Andereck e Vogt (2000) e de Cruz (2003).

Apesar de o crescimento e o desenvolvimento do turismo serem associados a diversas noções idealísticas sobre sua contribuição para a comunidade local, a experiência tem demonstrado que o turismo, assim como diversas outras atividades humanas, pode também ter impactos negativos (Lankford & Howard, 1994; Garau-Vadell; Gutiérrez-taño & Diaz-armas, 2018; Carneiro; Eusébio & Caldeira, 2017; Pavlic; Portolan & Puh, 2019). Isso se deve principalmente ao fato de que as necessidades dos visitantes precisam ser satisfeitas, satisfação essa que perpassa pela comunidade local, já que uma boa experiência (aqui entendida como uma relação de hospitalidade) irá incrementar o desejo de futuras interações entre anfitriões e hóspedes, como explica Ap (1992). Noronha (1979) pontua, entretanto, que a perda do controle local por parte da população normalmente é acompanhada pelo crescimento desenfreado de um turismo institucionalizado, e por ressentimento, como explicam Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019) ao observarem as reações nas cidades de Barcelona, Veneza, Roma, Berlim, Amsterdam e Paris. Ignorar tal aspecto pode levar a sentimento de rejeição, como explicam Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019), já que relegam a qualidade e sustentabilidade para segundo plano. Nematpour e Faraji (2019) acreditam que os impactos sociais são capazes de influenciar costumes, hábitos, vida social, crenças e valores dos residentes de destinos turísticos, trazendo consequências, como complementam Demirovic et al. (2018), para a qualidade de vida dos residentes e para os recursos naturais dos quais tais populações fazem uso. Neste contexto, adota-se a compreensão de Gjerald (2005), de que o crescimento de certas atividades e comercialização de aspectos culturais e naturais que, por um lado, ajudam na propagação do turismo local, mas, por outro, contrariam o uso tradicional pelas comunidades, podem gerar hostilidade aos turistas. Defende-se que a comunidade local deve ser compreendida em seu papel de anfitriã, qualquer que seja o espaço em que as relações são estabelecidas, desenvolvendo-se relações que incentivem a perpetuação dos contatos estabelecidos – quem sabe de modo mais duradouro. Novas reflexões já aparecem nos debates dos últimos anos acerca do denominado “over-tourism”, com destaque para Jamal e Getz (1995); Bresson e Logossah (2011); Martín-Martín, Ostos-Rey e Salinas-Fernández (2019), além de Veiga et al. (2018), que abordam as relações que o turismo intenso por algumas horas provoca em algumas localidades, como é o caso das cidades portuárias, que recebem navios cruzeiros, assim como a relação de alguns espaços que, reconhecidos pela sua importância turística, recebem cada vez mais visitantes. Para estes autores, o termo “over-tourism” caracteriza-se pela chegada de muitos visitantes em um determinado lugar ao mesmo tempo, não devendo ser confundido com o turismo de massa, que costuma ter a sua demanda um pouco mais distribuída na temporada, exigindo uma infraestrutura muito maior e consolidada.

3. Turismofobia

Desencadeado pela turistificação dos espaços nos núcleos receptores, espaços esses classificados como atrativos turísticos principalmente, em muitos casos, notam-se a turismofobia ou *overtourism*, sendo desenvolvida pela comunidade receptora, em resposta ao excesso de pessoas diferentes do seu local de residência, os turistas ou visitantes, além do excesso de atividades acontecendo, no entorno desse local.

Esse tema não é muito recente, porém gera muita polémica, sendo utilizado fortemente pelos canais mediáticos, na atualidade. Com raízes muito antigas a rejeição pelo estrangeiro, ou diferente, tem sua origem na Xenofobia. "A xenofobia [...] com destaque para a Europa, que devido a grande quantidade de imigrantes que recebe anualmente, tem exibido vários casos xenófobos nos últimos anos" (Ponath & Oliveira, 2019:45).

Nesse sentido, a polémica evocada pela turismofobia, deve-se sobremaneira pela dualidade das intenções, a atividade turística paralelamente destaca-se pela sua importância econômica positiva, e acarreta impactos negativos pela turistificação dos espaços, anteriormente ocupados pela comunidade local, dando espaço para os turistas. "O tema da turismofobia não é recente, este é um nome dado pelas mídias às manifestações dos habitantes em relação à pressão turística [...] habitantes" (Oliveria, 2019:37).

O surgimento desse termo oriunda-se na Europa, onde essas comunidades receptoras buscam uma maneira de se adequar ao recendente de visitantes e turistas. Sendo um movimento da comunidade local, contra a atividade turística, ou seja, anti-turismo, "[...] nasceu em Espanha e, este foi uma das cidades mãe nos movimentos anti-turísticos". (Oliveira, 2019:42). A cidade citada trata-se de Barcelona, que recebe anualmente grandes fluxos turísticos, porém nota-se que esse sentimento e movimento alastra-se pela Europa. Segundo Milano (2018:552) outras cidades também vêm discutindo sobre a saturação da atividade turística, como: Palma de Mallorca; San Sebastián; Lisboa, Florencia; Venecia; Nápoles; Madrid e Valencia.

Nessa perspectiva, a Turistificação acaba por acarretar a turismofobia, e essa temática acaba por dividir opiniões, devido dois fatores, a geração de receita sendo o turismo um mercado de prestação de serviços, versus a apropriação dos espaços públicos pelos visitantes e turistas, do ponto de vista da comunidade local, acarretando os movimentos anti-turísticos como resposta a essa exploração capitalista.

4. Metodologia

A proposta versa pela pesquisa qualitativa com estrutura interpretativa através da pesquisa bibliográfica para suportar a fundamentação teórica-metodológica (Martins & Theóphilo, 2009). Pesquisa de cunho webmétrico, sobre notícias veiculadas com o recorte temporal de 2021-2023,

período da retomada do Turismo, pós-pandemia Covid 19, nos principais destinos turísticos Europeus.

A seleção dos destinos turísticos foi orientada pelo destaque das comunidades locais que buscam refletir, e gerar soluções para os conflitos oriundos da Turistificação dos espaços e pela ação do *overtourism*. Nesse sentido, selecionou-se os países da Europa: Bélgica, Croácia, Espanha, França, Grécia, Holanda, Itália, Portugal e Reino Unido.

5. Resultados e Discussão

Impactos do turismo na comunidade

A intensidade da atividade turística em determinadas localidades, que acarreta a elevação da concentração humana em determinadas atrações turísticas, já percebida, acarretando impactos nas comunidades receptoras. O turismo provoca reações nessas comunidades, variando sob uma perspectiva positiva ou negativa, mas poucos estudos são encontrados a respeito, quando comparados ao volume dos que avaliam os ganhos econômicos, as reações dos turistas, o perfil dos visitantes, entre outros elementos.

Ignora-se nessa relação que uma boa parte da atividade turística costuma ser praticada de forma massificada, com as pessoas visitando os atrativos principais, realizando o registro fotográfico comprobatório da visita e retornando para casa posteriormente. Tal padrão é evidenciado também em pesquisas mais atuais, como as de McCombes, Vanclay e Evers (2015); Meimand et al. (2017), Nogués-Pedregal, Travé-Molero e CarmonaZubiri (2017), entre outros.

Andriotis e Vaughan (2003) e Chen (2000) acreditam ser mais provável que os residentes tenham uma noção tanto dos aspectos positivos quanto negativos gerados a partir do turismo e, assim, tiram suas conclusões baseando-se em ponderações relativas em relação aos benefícios e custos. Young (1973) propõe considerar a hipótese de que há um ponto de saturação do turismo em uma determinada localidade e, se esse ponto for excedido, os custos do turismo serão superiores aos benefícios.

Para Lawson et al. (1998), é ainda preciso considerar o processo, intensidade e tempo de interação entre os residentes e turistas. Essa é a mesma visão de Andereck e Nyaupane (2011) quando afirmam que a frequência de contato entre os residentes e turistas afeta substancialmente a percepção do papel do turismo na economia local; o que sugere que aqueles que possuem mais contato com os turistas compartilham uma visão mais positiva da atividade (caracterizada pelo aspecto de benefício pessoal). Entretanto, esse não foi o resultado encontrado por King, Pizam e Milman (1993) e por Eusébio, Vieira e Lima (2018), em um dos poucos estudos internacionais que evidenciam os aspectos negativos do turismo na localidade, tendo sido avaliado negativamente mesmo pela população que dele depende para sua sobrevivência.

Nas diversas pesquisas sobre a percepção da comunidade em relação ao turismo, como as de Gursoy, Jurowski e Uysal (2002), Ap (1992), Nunkoo; Ramkissoon & Gursoy (2012); Andriotis e Vaughan (2003); Andereck e Nyaupane (2011), Pearce, Moscardo e Ross (1996), McGehee e Andereck (2004), Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), entre outros, em comum está a ideia de que, se os benefícios do turismo não são identificados pelo anfitrião-residente, ou se estes forem mínimos, o apoio ao desenvolvimento da atividade provavelmente irá declinar, resultando em atitudes negativas ou mesmo evidente oposição para o turismo em sua comunidade. Quando as normas de reciprocidade e justiça são violadas, a desvantagem que o ator pode sentir afeta as relações futuras (AP, 1992). Para Teye, Sonmez e Sirakaya (2002), o que os residentes oferecem além neste processo de troca é o apoio ao desenvolvimento do turismo, em suma, é ser hospitaleiro e tolerar as inconveniências criadas pelo turismo.

O Quadro 1 destaca as ações que cada país tem adotado para diminuir ou controlar os comportamentos dos turistas, estes considerados inadequados e desrespeitosos com o espaço visitado.

Quadro 1 | Ações adotadas pelos países em relação ao *overtourism*

Local	Ação
França	<p>Limite de número de turistas como forma de conter a superlotação em espaços movimentados. Necessidade de reserva prévia para visitar determinados lugares. Limitação de número de visitantes. Campanha de € 1 milhão em março de 2024 para incentivar os turistas nacionais e estrangeiros “a adaptarem suas escolhas e horários de destino”</p> <p><u>Exemplos:</u> Em Marselha, estabeleceu-se o limite a 500 visitantes por dia; em Córsega, instituiu-se o sistema de reservas; em Provence, uma parceria com o waze foi estabelecida, com a sugestão de áreas menos movimentadas.</p>
Itália	<p>Cobrança de Taxas de visitação. Limitação de número de desembarque de cruzeiros. Campanhas para pessoas não visitarem certos espaços. Fixação de placas orientativas sobre comportamento inadequado. Proibição de alugueis de curta permanência. Multas para comportamentos considerados inadequados.</p> <p><u>Exemplos:</u> Em Veneza, uma taxa começou a ser cobrada e um rastreamento dos celulares será executado. Uma campanha foi feita para que os turistas não visitem a cidade. Roma restringiu o acesso à Fontana di Trevi e à Escadaria Espanhola. Também começou a cobrar taxas de entrada para visitar o Panteão, na tentativa de controlar as multidões e proteger a famosa maravilha arquitetônica. Florença proibiu novos alugueis de curta duração em imóveis privados no centro histórico, que é um Patrimônio Mundial da Unesco. Em Portofino, uma legislação regular o tempo que os turistas demoram ao tirar selfies nos pontos mais fotogênicos, com multas chegando a € 275 (R\$ 1400). Além disso, irão multar caso os turistas caminhem pelas trilhas acima das Cinque Terre de chinelos ou sandálias; comam lanches ao ar livre no centro de Veneza ou em quatro ruas centrais de Florença; ou uma multa de € 250 (R\$ 1.300) apenas por sentar-se nas Escadarias Espanholas de Roma. Uma praia em Eraclea, na região de Vêneto, proibiu a construção de castelos de areia — multa máxima de € 250 —, porque são considerados obstruções desnecessárias.</p>
Holanda	<p>Campanhas para as pessoas não visitarem certos espaços. Redução do desembarque de passageiros de cruzeiros. Fechamento de alguns espaços anteriormente visitados.</p>

	<p><u>Exemplos:</u> Em Amsterdã, campanha publicitária tem como foco, em tradução literal, as palavras "fique longe". A ideia é voltada aos britânicos bêbados. Também os cruzeiros foram limitados, reduziu os horários de fechamentos de bares em certos pontos da cidade e proibiu o uso de maconha em algumas ruas do centro.</p>
Reino Unido	<p>Proibição do aluguel de curto prazo</p> <p><u>Exemplos:</u> Em Londres, o governo criou uma lei para regulamentar o aluguel de curto prazo, tornando necessários registro e o cumprimento de requisitos de saúde e segurança</p>
Grécia	<p>Controle do número de visitantes em determinados espaços turísticos.</p> <p><u>Exemplos:</u> O governo vai limitar o número de visitas à Acrópole (apenas 20 mil ao dia), um dos principais pontos turísticos da cidade de Atenas.</p>
Espanha	<p>Redução do desembarque de passageiros de cruzeiros. Controle de uso de espaços comerciais. Cobrança de taxas dos visitantes</p> <p><u>Exemplos:</u> Em Ilha de Maiorca, os cruzeiros foram limitados. Em Barcelona, <u>proibição de se sentar desacompanhado em alguns estabelecimentos comerciais</u>, indo na contramão de um costume local. Santiago de Compostela, na Galícia, planeja lançar um imposto turístico como forma de combater o excesso de visitantes.</p>
Bélgica	<p>Campanhas para as pessoas não visitarem certos espaços.</p> <p><u>Exemplos:</u> Bruges fez campanha para que os turistas não a visitem, alegando que eles não zelam pelas estruturas e que estão cada vez menos interessados nas atrações culturais.</p>
Portugal	<p>Multas para comportamentos considerados inadequados.</p> <p><u>Exemplos:</u> tocar música alta em muitas das praias mais populares pode resultar em multas que variam de € 200 a € 36.000 (entre R\$ 1.000 e R\$ 188 mil). A costa do Algarve, por exemplo, recebe mais de um milhão de turistas, principalmente britânicos, durante a temporada de pico. As multas vão de € 200 a € 4.000 para indivíduos e de € 2.000 a € 36.000 para grupos.</p> <p>A lista de proibições e restrições em praias de Portugal inclui jogos de bola não autorizados, acampar fora de campings, pescar em áreas de banho e sobrevoar com aeronaves a menos de 300 metros, exceto para operações de vigilância ou resgate.</p>
Croácia	<p>Multas para comportamentos considerados inadequados.</p> <p><u>Exemplos:</u> Dubrovnik lançou a campanha "Respeite a Cidade", com um sistema de depósito de bagagem para minimizar o barulho das malas de rodinhas nas ruas de paralelepípedos do seu centro histórico, onde será proibido viajar com bagagem. Também há proibições de dormir e urinar em áreas públicas, escalar monumentos, beber álcool perto de espaços públicos protegidos (incluindo escolas) e delitos relacionados a drogas – todos passíveis de multas elevadas e penas de prisão.</p>

Fonte: Schengen Visa (2022); Guia ViajarMelhor.com (2022); Bleiberg (2023a); Bleiberg (2023b); Scatolini & Coutinho (2023); Rodriguez (2023).

Outros países ao redor do mundo também apresentam ações de controle de visitação e comportamento do visitante. Apesar de não serem o foco deste estudo, vale citar que na Austrália há uma proibição de acessos a determinados espaços. Visitantes não podem mais escalar o

monólito de arenito Uluru (*Ayres Rock*), porque o país o reconhece como um local sagrado dos aborígenes. Já nos Estados Unidos, há campanhas para que as pessoas não visitem certos espaços, além da restrição do aluguel de curta permanência. Em Nova Iorque, os alugueis de curta permanência estão sujeitos a novas regras como o locatário morar no espaço enquanto o turista aluga, e a impossibilidade de se alugar por menos de 30 dias. Em Maui (Havaí), placas foram colocadas com os dizeres "Turistas, fiquem longe".

Apesar da importância da retomada do turismo, os resultados demonstram que os países não desejam mais receber qualquer tipo de turista ou aceitar qualquer comportamento. As ações dos principais destinos europeus evidenciam uma intolerância com os visitantes que não respeitam o destino visitado, não se adequam aos padrões de conduta e não se comportam como convidados em um local cujos anfitriões estão resabiados com a possível retomada de um turismo massificado. Taxas de visitação, limites de visitantes, incentivo para conhecer outros destinos pouco visitados, controle de desembarque de cruzeiros, além da aplicação de multas são os principais exemplificadores das ações dos países que buscam equacionar essa questão ainda desbalanceada: o direito de uns em visitar os espaços do outro, assim como o direito do outro em ter sua qualidade de vida e segurança garantidos em seus espaços de morada.

6. Conclusões

Algumas práticas já adotadas por alguns países Europeus, já apresentam resultados que contribuem para o *overtourism* em algumas cidades. O que possibilita a continuidade da atividade turística, geração de lucro com o ingresso de divisas e ao mesmo tempo, a manutenção para que não ocorra a saturação da turistificação dos espaços públicos e privados.

Dentre as ações relacionadas, destacam-se, a criação de multas para comportamentos considerados inadequados praticados por turistas e visitantes; as campanhas para as pessoas não visitarem certos espaços turísticos; a redução do desembarque de passageiros de cruzeiros; o controle de uso de espaços comerciais; a cobrança de taxas dos visitantes; a proibição do aluguel de curto prazo, e a necessidade de reserva prévia para visitar determinados lugares.

Referências

- Aramberri, J. (2017). Mass tourism does not need defending. In *Mass tourism in a small world* (pp. 15-27). Wallingford UK: CABI.
- Andriotis, K.; Vaughan, D.R. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42 (2), 172-185. <https://doi.org/10.1177/0047287503257488>.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>

- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27–36. <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3).
- Beni, M. C. (2019). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Bresson, G., & Logossah, K. (2011). Crowding-out effects of cruise tourism on stay-over tourism in the Caribbean: Non-parametric panel data evidence. *Tourism Economics*, 17(1), 127-158.
- Bleiberg, Larry. (2023a). Vandalização, calote, bebedeira: por que há tantos relatos de comportamento impróprio de turistas? Recuperado de: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c72jxd45xxko> , acedido em: 20 set. 2023.
- Bleiberg, Larry. (2023b). Por que tantos turistas estão fazendo coisas absurdas? BBC Travel. Recuperado de: <https://www1.folha.uol.com.br/turismo/2023/08/por-que-tantos-turistas-estao-fazendo-coisas-absurdas.shtml>, acedido em: 20 set. 2023.
- Chen, J.S. (2000). An investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 24 (1), 21-35. <https://doi.org/10.1177/109634800002400101>.
- Cardona, J. R., Criado, M. del C. A., & Cantallops, A. S. (2015). Proposta de componentes gerais das atitudes dos residentes: sociedade tradicional, desenvolvimento do turismo e evolução das atitudes. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 9(2), 240–257. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v9i2.708>.
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., & Caldeira, A. (2017). A structural equation model of social interaction impacts on youth tourists. *Proceedings Book*, 58.
- Cruz, R. D. C. A. D. (2003). *Introdução à geografia do turismo*. 2.ed. São Paulo, Rocca.
- Demirović, D., Radovanović, M., Petrović, M. D., Cimbalević, M., Vuksanović, N., & Vuković, D. B. (2018). Environmental and community stability of a mountain destination: An analysis of residents' perception. *Sustainability*, 10(1), 70.
- Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-909.
- Garau-Vadell, J. B., Gutierrez-Taño, D., & Diaz-Armas, R. (2018). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of destination marketing & management*, 7, 68-75.
- Gjerald, O. (2005). Sociocultural impacts of tourism: A case study from Norway. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(1), 36-58.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7).

- Guia ViajarMelhor.com. (2022). Cidades da França impõem limite ao número de turistas. 10 ago. 2022. Recuperado de: https://guiaviajarmelhor.com.br/cidades-da-franca-limite-numero-de-turistas/?fbclid=IwAR3jMsCaeOSci_Dkeqay_DuC7As1dFnuIao-sYrdhjWrPLU2dOfiu_GXdQ, acessado em: 20 set. 2023.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of tourism research*, 22(1), 186-204.
- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism-host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650–665. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90089-L](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90089-L)
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121–139. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6)
- Martins, G. de A. y Theóphilo, C. R. *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. 2 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.
- Martin, J. M. M., Martinez, J. M. G., & Fernandez, J. A. S. (2018). An analysis of the factors behind the citizen's attitude of rejection towards tourism in a context of overtourism and economic dependence on this activity. *Sustainability (Switzerland)*, 10(8)doi:, 2851. 3390/su10082851. <https://doi.org/10.3390/su10082851>.
- McCombes, L., Vanclay, F., & Evers, Y. (2015). Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environmental Impact Assessment Review*, 55, 156-168. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2015.07.002>.
- McGehee, N., & Andereck, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131–140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>.
- Meimand, S.E.; Khalif, Z.; ZavadbkasS, E.K.; Mardani, A.; Najafipour, A.A.; Ahmad, U.N.U. (2017). Residents' attitude toward tourism development: a sociocultural perspective. *Sustainability*, 09 (1170), 1-29. <https://doi.org/10.3390/su9071170>.
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>.
- Naidoo, P., & Pearce, P. L. (2018). Enclave tourism versus agritourism: The economic debate. *Current Issues in Tourism*, 21(17), 1946-1965.
- Nematpour, M., & Faraji, A. (2019). Structural analysis of the tourism impacts in the form of future study in developing countries (case study: Iran). *Journal of tourism futures*, 5(3), 259-282.
- Nunkoo, R., Ramkissoon, H., & Gursoy, D. (2012). Public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1538–1564. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.004>.
- Nogués-Pedregal, A.M.; Travé-Molero, R. & Carmona-Zubiri, D. (2017). Thinking against 'empty shells' in tourism development projects. *Etnoloska Tribina*, 47 (40), 88-108. <https://doi.org/10.15378/1848-9540.2017.40.02>.

- Noronha, R. (1979). *Paradise reviewed: tourism in Bali* (pp. 177-204). In Kadt, E. Tourism. Passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries. Oxford University Press for World Bank and UNESCO.
- Oliveira, T. A. B. (2019). *Porto: turistificação e turismofobia*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Riscos, Cidades e Ordenamento do Território. Recuperado de <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/124511/2/368669.pdf>.
- Pavlic, I., Portolan, A., & Puh, B. (2019). Does tourism cut the branch it is sitting on? Local residents' perspective. *Montenegrin Journal of Economics*, 15(2), 153-164.
- Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford: Pergamon Press.
- Pons, P. O., Crang, M., & Travlou, P. (Eds.). (2009). *Cultures of mass tourism: doing the Mediterranean in the age of banal mobilities*. Ashgate Publishing.
- Ponath, J. C. do V., & Oliveira, W. B. S. de. (2019). Turismofobia, os dois lados da problemática. *Cenário: Revista Interdisciplinar Em Turismo E Território*, 7(12), 42-58. <https://doi.org/10.26512/revistacenario.v7i12.25477>.
- Rodriguez, Cecilia. (2023). Chega de Turistas: destinos da Europa impõem proibições, multas e impostos. Recuperado de: <https://forbes.com.br/forbeslife/2023/08/chega-de-turistas-overtourism-na-europa/>, acessado de: 20 set. 2023.
- Scatolini, Amanda & Coutinho, Beatriz. (2023). Overtourism desafia destinos famosos no pós-pandemia, que tentam absorver excessos com restrições. Recuperado de: <https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2023/08/27/overtourism-desafia-destinos-famosos-no-pos-pandemia-que-tentam-absorver-excessos-com-restricoes.ghtml>, acessado em: 20 set. 2023.
- Schengen Visa (2022). Population in Venice drops to an all-time low due to mass tourism. 18 ago. 2022. Recuperado de: <https://www.schengenvisainfo.com/news/population-in-venice-drops-to-an-all-time-low-due-to-mass-tourism/#:~:text=Residents%20in%20Venice%20have%20voiced,difficult%20for%20long%2Dtime%20residents>, acessado em: 20 set. 2023.
- Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of tourism research*, 29(3), 668-688.
- Veiga, C., Santos, M. C., Águas, P., & Santos, J. A. C. (2018). Sustainability as a key driver to address challenges. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 662-673.
- Young, G. (1973). *Tourism: Blessing or Blight?* Great Britain: Penguin Books.