

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO EM TURISMO

SANDRA DALL'AGNOL

LAGUNA COMO DESTINO TURÍSTICO: O PENSAR DOS RESIDENTES

Caxias do Sul
2009

SANDRA DALL'AGNOL

LAGUNA COMO DESTINO TURÍSTICO: O PENSAR DOS RESIDENTES

Dissertação de Mestrado submetida à banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de Mestre em Turismo. Área de concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Orientadora: Dr^a Susana de Araújo Gastal

Caxias do Sul
2009

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS - BICE - Processamento Técnico

D144L Dall'Agnol, Sandra
Laguna/SC como destino turístico : o pensar dos residentes /
Sandra Dall'Agnol. -- 2009.
145 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul,
Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2009.
“Orientação: Prof. Dr. Susana de Araújo Gastal”.

1. Turismo – Impactos – Laguna, SC. 2. Desenvolvimento
turístico - Psicologia social. 3. Turismo – questões
socioculturais. I. Título.

CDU : 379.85(816.4)

Índice para catálogo sistemático:

- | | |
|--|---------------|
| 1. Turismo – Impactos – Laguna, SC | 379.85(816.4) |
| 2. Desenvolvimento turístico - Psicologia social | 379.85:316.6 |
| 3. Turismo – questões socioculturais | 379.85:394 |

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Criselen Jarabiza – CRB 10/1789

**“Laguna/SC como destino turístico:
o pensar dos residentes”**

Sandra Dall’Agnol

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 2 de abril de 2009.

Banca Examinadora:

Prof. Dra. Susana de Araújo Gastal (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Airton da Silva Negrine
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Rafael José dos Santos
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Ada de Freitas Maneti Dencker
Universidade Anhembi Morumbi

DEDICATÓRIA

À Deus e minha família

AGRADECIMENTOS

Primeiramente dedico meus agradecimentos Àquele que sempre esteve comigo em todos os momentos e permitiu que eu chegasse até aqui: Deus.

Depois Dele, muitas pessoas contribuíram para a realização deste trabalho e sem algumas delas eu também não chegaria até aqui.

Agradeço minha mãe e meus irmãos, que apesar de tantos problemas sempre acreditaram em mim e deram todo suporte financeiro necessário.

À minha orientadora Dra Susana Gastal, que me assumiu no momento em que me sentia perdida e com muitas inquietações. Saiba que a admiro demais, pois és realmente inigualável. Não tenho palavras para descrever um ser tão especial.

Ao Dr. Rafael José dos Santos, que pela segunda vez foi meu professor e coordenador e também por ter me emprestado a sua maravilhosa mãe, Dona Carminha.

À Dona Carminha e família, que acolheram uma desconhecida para que a pesquisa de campo fosse realizada. Sempre quero desfrutar dessa amizade sincera que foi um presente dos céus.

Ao Dr. Airton Negrine, pela disponibilidade em me ensinar, auxiliar e mostrar o caminho certo a ser seguido.

Aos professores do programa que muito contribuíram para qualificar nosso aprendizado.

Aos professores estatísticos Adalberto, e José Pinent, por um ano de assessorias de estatística e incansáveis explicações para que eu pudesse entender o programa SPSS e criar as planilhas e tabelas.

À população de Laguna que fez parte da amostra, pois foi a colaboração dos residentes que participaram da pesquisa que tornou este trabalho possível.

À CAPES, pelo auxílio e incentivo para a formação de novos pesquisadores.

Aos colegas e amigos que compartilharam comigo dúvidas e que juntos andamos na descoberta de caminhos ainda não conhecidos.

Aos amigos da minha turma e da turma VI que levarei sempre comigo por termos compartilhado momentos tristes, alegres e de discussões teóricas.

Aos sempre amigos de São Domingos que são minha segunda família.

Ao Luis Fernando e Lúgia, que também me adotaram como filha.

A Regina, que sempre nos ajudou em tudo que podia.

“A sabedoria não se transmite, é preciso que nós a descubramos fazendo uma caminhada que ninguém pode fazer em nosso lugar e que ninguém nos pode evitar, porque a sabedoria é uma maneira de ver as coisas”.

Marcel Proust

“Tudo pode ser tirado de uma pessoa, exceto uma coisa: a liberdade de escolher sua atitude em qualquer circunstância da vida”.

Victor Franklin

RESUMO

As análises, estudos e pesquisas realizadas nas últimas décadas tem enfatizado que são ocasionados efeitos negativos e positivos nas populações receptoras em consequência das viagens e do Turismo. A consulta na literatura especializada revelou a existência de impactos relacionados com o desenvolvimento turístico, a interação entre turista-residente e outras influências derivadas. Tendo em vista que os residentes de destinos turísticos geralmente não são consultados quando o Turismo começa a se desenvolver em sua localidade, este estudo teve por objetivo pesquisar em três bairros de Laguna/SC – Mar Grosso, Magalhães e Centro – a atitude dos moradores em relação aos impactos do Turismo. A Psicologia Social e o uso do instrumento proposto por Molero e Cuadrado (2006) permitiram coletar os dados para análise da atitude dos moradores locais sobre os impactos do Turismo nessa localidade. Os resultados apresentaram que os impactos positivos do Turismo estão relacionados com novas oportunidades de emprego, novas infra-estruturas e do conseqüente ingresso do dinheiro proveniente dos gastos dos turistas. Entre os moradores mais jovens, entre aqueles que trabalham e entre os que dependem economicamente do Turismo, os impactos sobre a vida cotidiana e a importância percebida do Turismo revelaram uma atitude positiva. Os residentes mais antigos, aqueles que não trabalham e os não dependem economicamente da atividade apresentaram as atitudes mais negativas, apresentando certo descontentamento relacionado a atividade turística e aos impactos negativos abordados no instrumento aplicado. Por fim, a atitude global foi positiva (+1,45), equilibrando os efeitos positivos e negativos trazidos pelo desenvolvimento do Turismo na localidade de Laguna/SC.

Palavras-chave: Turismo; Impactos; Atitude; Laguna/SC.

ABSTRACT

The analyses, studies and research carried out in the last decades have emphasized that Tourism and trips have had negative and positive effects on the populations of tourism destination. Search on specialized literature unveiled the existence of impacts related to tourism development, interaction between tourist-resident and other related influences. Bearing in mind that the residents of tourism destinations are not usually consulted when tourism starts to develop in their municipality, this study aimed at finding out the attitudes of residents about the tourism impacts in three neighborhoods in Laguna, SC – Mar Grosso, Magalhães and Downtown. The social psychology and the use of a tool proposed by Molero and Cuadrado (2006) permitted to collect the data for the analysis of the local residents' attitudes about the Tourism impact in this municipality. The results showed that the positive Tourism impacts are related to new job opportunities, new infrastructure and the consequent incoming money from tourists' expenses. Among the young residents, the ones who work and the ones who depend on tourism economically, the impacts on their daily life and the importance of Tourism perceived by them showed their positive attitude. The older residents, the ones who do not work and do not depend on the activity economically, showed the most negative attitudes and some dissatisfaction related to the tourist activity and the negative impacts approached by the tool which was applied. Ultimately, the global attitude was positive (+1, 45), balancing the positive and negative effects brought by the development of Tourism in the municipality of Laguna/SC.

Key-words: Tourism; Impacts; Attitude; Laguna/SC

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização dos bairros em Laguna.....	55
Figura 2: Tratado de Tordesilhas e Localização de Laguna.....	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 IMPACTOS DO TURISMO E ATITUDE DOS RESIDENTES NAS COMUNIDADES RECEPTORAS	17
2.1 Impactos do turismo	17
2.2 Atitude	40
3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS	49
3.1 Instrumento de coleta de dados e informações.....	51
3.2 Instrumento	52
3.3 Amostra por cotas.....	53
3.4 Fidedignidade e validade do instrumento.....	55
3.5 Aplicação do instrumento	56
3.6 Procedimentos e análise dos resultados.....	57
3.7 O município de Laguna.....	58
4 IMPACTOS DO TURISMO: ATITUDE DOS RESIDENTES EM LAGUNA/SC: Caracterização da amostra e resultados	66
4.1 Impactos e atitude.....	73
4.2 Impactos, atitude e cruzamento das variáveis.....	76
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
6 REFERÊNCIAS E OBRAS CONSULTADAS	99
APÊNDICES.....	103
APÊNDICE A – Instrumento em português.....	104
APÊNDICE B – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC pelas faixas etárias dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	109
APÊNDICE C – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC por tempo de residência dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	112
APÊNDICE D – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC por sexo dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	116
APÊNDICE E – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC por grau de escolaridade dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	118

APÊNDICE F – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC com dependência econômica do Turismo ou não, dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	120
APÊNDICE G – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC que trabalham ou não, dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	122
APÊNDICE H – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.....	124
APÊNDICE I – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por sexo.....	125
APÊNDICE J – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC pelas faixas etárias.....	126
APÊNDICE K – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por tempo de residência.....	127
APÊNDICE L – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por grau de escolaridade	128
APÊNDICE M – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC que trabalham ou não.....	129
APÊNDICE N – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC que dependem economicamente do Turismo ou não.....	130
APÊNDICE O – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude global dos residentes de Laguna/SC.....	131
APÊNDICE P – Tabela com o perfil dos residentes de Laguna que fizeram parte da amostra.....	132
ANEXOS.....	141
ANEXO A: Instrumento em espanhol.....	142

1 INTRODUÇÃO

O Turismo é hoje um fenômeno social de abrangência mundial que envolve, nos locais em que se desenvolve, praticamente todos os grupos sociais e econômicos (BARRETTO, 2004). Nestes termos, a presença de visitantes nas comunidades é, também, generalizada e afeta os padrões locais, em termos sociais e culturais. O comportamento dos visitantes e seu relacionamento com a comunidade anfitriã podem afetar modos de vida e influenciar atitudes. A atitude é um construto estudado pela Psicologia Social, que auxilia na coleta de informações sobre o posicionamento cognitivo e afetivo das pessoas em relação a determinado objeto ou situação. Ross (2001) ressalta que o estudo do Turismo sob uma perspectiva psicológica abrange elementos como motivação, personalidade, atitude, comportamento, além do contexto social, no qual ocorrem as trocas e as relações interpessoais. Para Ross (2001), a Psicologia e o Turismo podem ser estudados de maneira simultânea e relacionada.

Para que o desenvolvimento turístico ocorra de maneira adequada, sua abordagem precisa ser multidisciplinar, com profissionais de diferentes áreas trabalhando em conjunto, tanto na avaliação dos seus impactos, como no encaminhamento de soluções para os mesmos. Neste contexto, a Psicologia Social é muito importante tanto na análise da atitude das populações que recebem demandas turísticas, como, no presente caso, a de Laguna/SC, quanto dos impactos que o Turismo pode estar desencadeando nessa localidade.

O interesse e a escolha pela pesquisa sobre os impactos do Turismo na cidade de Laguna (SC) surgiu pela afinidade do pesquisador por esta temática e por ter concluído a graduação em Turismo nessa localidade, que se destaca pela oferta de bens culturais, com uma arquitetura riquíssima do século XVIII, e bens naturais, com muitos pontos turísticos, entre eles as praias, que atraem, como será visto, turistas nacionais e também estrangeiros. E como o Turismo, analisado sob o ponto de vista das questões sócio-culturais, ainda utiliza pouco as metodologias quantitativas, foi a Psicologia Social e o instrumento de Molero e Cuadrado (2006)¹

¹ **Fernando Modero** é professor titular de Psicologia Social no Departamento de Psicologia Social e das Organizações da UNED (Madrid/Espanha). Seu interesse de investigação está centrado no âmbito das relações inter grupais entre as que se incluem o estudo das relações entre turistas e residentes. **Isabel Cuadrado** é professora no mesmo Departamento. Seu interesse de investigação está centrado no estudo das atitudes sobre o Turismo.

que serviram de embasamento para a realização deste estudo. O enfoque metodológico quantitativo serviu de suporte para conhecer a atitude dos moradores de Laguna/SC, quanto aos impactos do Turismo em três bairros da comunidade: Mar Grosso, Magalhães e Centro.

Os impactos, que podem ser sociais, culturais, econômicos, ambientais, entre outros, devem ser considerados com igual importância, pois todos costumam estar presente, quando o Turismo aumenta sua presença. Sob este enfoque, a população, se integrada no planejamento turístico da localidade, pode contribuir, avaliando suas potencialidades e as insatisfações que esse desencadeie. “Deve-se avaliar o fato de que uma comunidade local num pólo turístico planeje a trajetória de seus sistemas, conheça-o e aprenda a se adaptar a sua evolução, ao mesmo tempo em que influi sobre a mesma” (MOLINA & RODRIGUEZ, 2001, p.126).

O monitoramento da atitude dos moradores a respeito do Turismo torna-se, então, indispensável para o planejamento adequado em uma localidade turística. Aqueles membros da população anfitriã influenciados pelo comportamento dos turistas, provavelmente influenciarão outros membros da comunidade com suas atitudes modificadas. Além disso, se o desenvolvimento do Turismo for bem sucedido, as novas oportunidades criadas pela atividade serão anunciadoras de mudanças, da mesma maneira que qualquer forma de desenvolvimento poderá modificar os hábitos de consumo, a situação e o comportamento da população local (COOPER et al, 2001).

As atitudes dos residentes frente aos impactos do Turismo são um tópico que vem sendo pesquisado e analisado nas últimas décadas (BRUNT e COURTNEY, 1999; ROSS, 2001; PEREZ e NADAL, 2005; MOLERO e CUADRADO, 2006;). Os estudos das atitudes da comunidade com relação aos impactos do Turismo focalizaram principalmente os impactos econômicos, socioculturais e ambientais (ARCHER e COOPER, 2001; COOPER et al, 2001).

O Turismo deve contribuir para qualificar a sociedade com a participação, em termos econômicos, sociais, ambientais e culturais, harmonizando estes vértices, a fim de gerar benefícios a todos os envolvidos. Sabe-se que todo desenvolvimento gera alguma transformação/modificação, sendo de suma importância o envolvimento da população receptora neste processo. Acredita-se que somente a partir do momento que a população local passe a atuar também no processo de desenvolvimento é que a mesma será sensibilizada e poderá avaliar os impactos a

que será submetida, justificando-os ou não, frente aos possíveis benefícios. Neste sentido, a atitude demonstrada pela população quanto aos impactos que a atividade gera na localidade é de extrema importância para que o planejamento seja dimensionado e redimensionado, no sentido de qualificar a segurança, os serviços e infra-estruturas turísticas também para as pessoas locais. Partindo desse pressuposto, surge o seguinte problema: Com o desenvolvimento do Turismo em Laguna (SC), qual a atitude dos residentes frente aos impactos da atividade nos oito fatores propostos por Modero e Cuadrado (2006)?

A partir dessa questão, buscou-se a resposta tendo como objetivo geral conhecer e avaliar as atitudes dos residentes de Laguna-SC, com vistas a fornecer subsídios para atividades de planejamento turístico naquela localidade. Os objetivos específicos priorizaram: a) formular quadro teórico referencial para análise da atitude da comunidade, resgatando na literatura disponível conceitos adotados sobre impactos positivos e negativos do Turismo; b) resgatar na bibliografia especializada, com fins de conceituação e técnicas de avaliação e análise, a questão dos impactos ocasionados pela presença de turistas em localidades receptoras; c) construir teoricamente o conceito de atitude e sua relação com o Turismo e d) identificar percepção e disposições afetivas favoráveis/positivas ou desfavoráveis/negativas dos residentes de Laguna – SC em relação aos impactos do Turismo.

Pela abordagem quantitativa e pelos resultados obtidos por alguns autores consultados (Brunt y Courtney, 1999; Gursoy y Rutherford, 2004; Molero e Cuadrado, 2006) que apresentam que em geral, quanto menor é a distância do centro turístico, mais positivas são as atitudes, levanta-se a hipótese de que no bairro Magalhães (bairro próximo de outros dois centros turísticos: Mar Grosso (praia) e Centro (patrimônio histórico nacional)) a atitude dos residentes será mais positiva. E considerando também que no estudo de Molero e Cuadrado (2006) as 13 cidades por eles pesquisadas apresentaram atitudes globais positivas, supõe-se que a atitude global dos moradores de Laguna/SC também será positiva, neste caso, considerando a presença do fenômeno turístico e não as diferenças culturais, sociais, econômicas e ambientais existentes entre as localidades espanholas e Laguna/SC.

Neste sentido, o presente estudo visa colher informações para analisar a atitude da população da cidade de Laguna a respeito dos impactos do Turismo, uma vez que a opinião das comunidades receptoras de fluxos turísticos se faz tão

importante para o desenvolvimento e manutenção de uma atividade turística desejada por todos os envolvidos.

A estrutura deste trabalho está dividida da seguinte maneira: no primeiro capítulo será teorizado o conceito de Turismo, impactos e estudos realizados sobre percepções, opiniões e atitude de comunidades receptoras frente os impactos do Turismo. Também será discutido o conceito de atitude, sua relação com o Turismo e como Molero e Cuadrado (2006) desenvolveram o instrumento utilizado nessa investigação; o segundo capítulo descreverá a metodologia que guiou o estudo, os passos adotados para a coleta de dados e o tratamento das informações recolhidas, assim como a descrição do processo de validação por Molero e Cuadrado (2006) do instrumento usado nesse estudo. Nesse capítulo também será realizada a descrição de Laguna, como foi colonizada e como o Turismo se desenvolveu na localidade; o terceiro capítulo apresentará os resultados, ou seja, a atitude dos residentes de Laguna/SC sobre os oito fatores propostos por Molero e Cuadrado (2006) que são: Fator 1, impacto meio ambiental; Fator 2, impacto sobre a delinqüência; Fator 3, impacto sobre a vida cotidiana; Fator 4, importância percebida do Turismo; Fator 5, impacto dos serviços públicos e infra-estruturas; Fator 6, impacto intercultural; Fator 7, impacto sobre o emprego; e Fator 8, impacto sobre os valores.

2 IMPACTOS DO TURISMO E ATITUDE DOS RESIDENTES NAS COMUNIDADES RECEPTORAS.

Os impactos que o Turismo desencadeia, ou pode desencadear, nas comunidades receptoras têm alimentado uma rica teorização, em diferentes áreas do conhecimento, que será retomada no presente capítulo. A presença de visitantes e a percepção e atitude dos moradores frente às mudanças desencadeadas pelo Turismo nas localidades leva ao segundo viés teórico a ser abordado para subsidiar a pesquisa proposta, que se concentra na atitude, como conceituada e utilizada pela Psicologia Social, as formas como é apropriada pelos estudos do Turismo e sua relevância para o presente estudo.

2.1 Impactos do Turismo

Dada a sua expansão, o fenômeno turístico tem gerado análises, estudos e pesquisas sobre as relações produzidas em consequência das viagens e seus efeitos, negativos ou positivos, nas comunidades receptoras. Para analisar essas relações e efeitos, parte-se da definição de Oscar De La Torre, para quem:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura e saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (1997, p.19).

Dentre as várias abordagens do objeto Turismo, o questionamento sobre os impactos e as mudanças ocasionadas nas comunidades receptoras receberam atenção da Economia, da Geografia, da Sociologia, da Psicologia e da Antropologia, atentas com este “fenômeno de múltiplas facetas, que penetra em muitos aspectos da vida humana, quer de forma direta, quer indireta” (REJOWSKI, 2000, p.18). Historicamente, a Economia seria a primeira ciência a estudar o fenômeno turístico, seguida das ciências sociais (Sociologia e Antropologia) e da Geografia (BARRETTO, 2004, p.85). Segundo Barretto (2004) as ciências econômicas estudaram os impactos positivos, referente aos ingressos de moeda proveniente dos turistas, que alimentam as economias locais. Através da Geografia, os problemas

gerados pelo excesso de habitantes temporários, causados ao meio ambiente natural e humano passaram a receber maior atenção. Os impactos na cultura local, provocados pelo contato entre padrões culturais diferentes, influenciando mudanças nos hábitos locais, são estudados, entre outros, pela Antropologia. Estes estudos

[...] permitem relativizar a influência do fenômeno em relação à dos meios de comunicação (no caso da questão cultural) e em relação a outras indústrias (no caso da poluição ambiental), sem contar que evidenciam o importante papel que o turismo vem tendo na recuperação do patrimônio histórico, dos museus, da cultura popular e das tradições (BARRETTO, 2004, p.85).

Entendendo o Turismo no seu papel no campo econômico, no cultural e na troca social, conhecer as atitudes dos residentes em localidades turísticas acerca dos impactos gerados pela atividade em seus lugares de residência, torna-se não só pertinente, mas de importância. Considera-se que

Ao longo de toda história registrada, de certa forma o Turismo teve um impacto sobre tudo e todos os que estiveram em contato com ele. Num plano ideal, esses impactos deveriam ter sido positivos, no tocante aos benefícios obtidos tanto pelas áreas de destino quanto por seus residentes. Esses impactos positivos significariam para o local resultados tais como melhorias nas condições econômicas, uma promoção social e cultural e a proteção dos recursos ambientais. Teoricamente, os benefícios do Turismo deveriam produzir ganhos muito superiores aos seus custos.(THEOBALD, 2002, p.81).

Porém, o que na teoria tende a funcionar perfeitamente, na prática tenderia a apresentar limitações, pois os impactos negativos muitas vezes superariam os positivos. Segundo Ruschmann (2000, p. 34), os impactos “são consequência de um processo complexo de interação entre os turistas, as comunidades e os meios receptores. Muitas vezes, tipos similares de Turismo provocam diferentes impactos, de acordo com a natureza das sociedades nas quais ocorrem”. São considerados como positivos os impactos que tragam benefícios para a comunidade receptora e negativos aqueles em que o ônus supera o bônus.

No Turismo, os impactos “referem-se à gama de modificações ou seqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras” (RUSCHMANN, 2000, p. 34). Esses são provocados por variáveis que possuem “natureza, intensidade, direções e magnitude diversas; porém os resultados interagem e são geralmente irreversíveis quando ocorrem no meio ambiente natural”. (Idem, 2000, p.34). Pode-se dizer que juntamente com o crescimento do Turismo vem o aumento dos impactos por ele gerados; estes podem

ser reversíveis quando detectados no seu início, ou antes, e irreversíveis quando não lhes é dada a devida atenção e, no momento que se percebe isso, em geral já será tarde demais para a sua reversão.

Ainda nesse contexto, Barretto (2007, p.35) explana que uma das principais discussões contemporâneas é a respeito do termo “impacto”, colocado para definir a relação do Turismo com as localidades turísticas. Para a estudiosa, “o turismo e os turistas provocam efeitos na cultura e na sociedade, exercem influências que têm repercussões de vários tipos”, e o conceito de impacto “pressupõe um meio inerte que recebe os choques, as marcas ou impressões sem dar respostas (...) quando se trata da sociedade, especificamente, o meio que recebe o choque é dinâmico e responsivo. A sociedade não é algo inerte” (BARRETTO, 2007, p.35). Por isso, a autora fala em “efeitos” ou “influências” (Idem, 2007,p.35) para estabelecer a relação do contato entre residentes das localidades com o fenômeno turístico e o resultado das inter-relações entre ambos.

Santos e Barretto (2006) também fazem uma revisão conceitual dos estudos antropológicos do Turismo e discutem os termos *aculturação*, *impactos culturais* e processos de *hibridação*. O primeiro estaria sendo utilizado para analisar as mudanças culturais provocadas pelas permanências temporárias de visitantes em pequenas localidades litorâneas ou rurais; o segundo, análogo ao utilizado pela geografia e Biologia, para designar mudanças no espaço e no meio ambiente; e o terceiro, proposta mais apropriada encontrada pelos autores para a compreensão dos processos culturais, seria *processos de hibridação* e *culturas híbridas*. Entretanto, o presente estudo dará preferência a utilização do termo *impacto*, pois a definição de Ruschmann (2000) menciona que os impactos são modificações que meios receptores sofrem decorrentes do desenvolvimento turístico e o termo impacto também foi usado para nomear os fatores utilizados por Modero e Cuadrado (2006). Entre os fatores estão os impactos (modificações) ambientais, sociais, econômicos e culturais.

Continuando com a interação visitante-residente, as comunidades receptoras tenderiam a ver o Turismo com desconfiança, porque em geral não têm a oportunidade de participar das tomadas de decisões nas questões da área. Sentem-se, com isso, excluídas e acabam não desejando a presença de turistas na sua localidade. Pior, em muitos casos o turista chega antes do Turismo, ou seja, antes do planejamento e organização da localidade para recebê-lo. Conforme Krippendorf

(2001, p.19), os “habitantes das regiões visitadas começam a sentir também certo rancor em relação aos efeitos negativos do êxodo das massas turísticas. Essas populações têm cada vez mais a impressão de que são invadidas por esse desenvolvimento e, ao mesmo tempo, dele excluídas”.

Por esse motivo, a atitude dos autóctones em relação ao Turismo se faz tão importante e a satisfação da comunidade se reflete na hospitalidade e na qualidade da experiência do turista. Para a Organização Mundial do Turismo (2003) a atividade turística gera uma série de efeitos positivos e negativos de diferente grau sobre o plano social e cultural, conforme destacado a seguir:

Impactos positivos

- No plano cultural, o turismo contribui para preservação do patrimônio histórico, artístico e cultural.
- Gera uma atividade socioeconômica sobre o mercado receptor e criam-se empregos.
- Facilita os laços de comunicação e entendimento entre os povos e sociedades que produzem problemas raciais ou de xenofobia.
- No âmbito trabalhista produz aumento social de emprego e criação de novos postos de trabalho.
- Pode permitir a comunicação e a paz com os mercados emissores.

Impactos negativos

- Efeitos de aculturação e imitação: se produzem trocas nos gostos e hábitos de cultura da comunidade receptora, ao estar exposta aos hábitos e gostos da emissora (horários, atividades de descanso, comidas, vestuário, trato pessoal, gostos sexuais modificados).
- Estabelece umas trocas urbanísticas, meio ambientais e arquitetônicos que influenciam e modificam a demografia do mercado receptor.
- Pode produzir fenômenos de repetição.
- Modificação da sociologia rural e urbana ao receber de forma regular correntes turísticas massivas.
- Instabilidade do mercado receptor por motivos políticos (ditadura, estado de exclusão) e sociais (regras, insegurança, severas normas de circulação), produz uma redução do fluxo.
- Prejuízos e barreiras sociais por intolerância, indiferença, xenofobia, racismo,

idioma.

- Pode, ao contrário, ser objeto de ambientes que repercutem negativamente nas relações turísticas futuras.
- Problemas com a gastronomia (água potável).
- Boa ou má atenção médico-sanitária: controle da higiene e limpeza nos lugares turísticos.

Na perspectiva econômica, Lage e Milone (2000) apresentam alguns dos principais impactos da atividade turística, citando que seu desenvolvimento pode trazer benefícios ou custos para as sociedades receptoras. Sustentam os autores que, como consumidora, a população receptora pode ganhar acesso a uma multiplicidade de serviços, porém, muito frequentemente, as estruturas criadas servem mais ao turista do que à comunidade local.

Segundo Lickorish (2000), até meados da década de 1970, grande parte dos estudos acadêmicos estavam concentrados nos benefícios econômicos do Turismo e pouca atenção era dada a interação entre turistas e a comunidade local. “A partir da metade da década de 1970, mais estudiosos e profissionais do turismo passaram a dar mais atenção ao relacionamento entre turistas e a população local, principalmente aos efeitos não-econômicos induzidos por este relacionamento” (LICKORISH, 2000, p.101). Para o autor, em termos positivos, o impacto econômico do Turismo pode gerar benefícios como emprego, renda e melhorias na infraestrutura. Em termos sociais, a atividade turística em regiões menos desenvolvidas pode oferecer meios para manter um nível de atividade econômica suficiente, evitando a migração de pessoas para áreas mais desenvolvidas de um país. Em termos negativos, o autor destaca que quando os turistas chegam a um país, trazem comportamentos diferentes, podendo transformar profundamente os hábitos sociais locais através da remoção e da perturbação das normas já estabelecidas pela população local, que não apenas tem que aceitar os efeitos da superlotação, mas também precisa modificar seu modo de vida, além de ter que viver em contato com tipos diferentes de pessoas, levando a xenofobia e tensão social, as quais a população por motivos psicológicos, culturais ou sociais, não estaria pronta para ser submetida.

O necessário é o reconhecimento de que a população local é parte da

herança cultural e, portanto, merece proteção tanto quanto os aspectos do destino do turismo, ou seja, o ambiente. As relações humanas são importantes, já que o excesso de turismo pode ter repercussões problemáticas: transformar a hospitalidade típica de muitos países em práticas comerciais leva os fatores econômicos a suplantarem o relacionamento pessoal. Os efeitos posteriores podem ser o aparecimento do comportamento consumista, o declínio da moral, a mendicância, a prostituição, o consumo de drogas, a perda da dignidade e a frustração em não poder satisfazer suas necessidades. No entanto, seria errado culpar o turismo por todos esses problemas, que também estão ligados às mudanças sociais que afetam as comunidades no processo de modernização. O turismo acelera o processo, mas não o cria. (LICKORISH, 2000, p. 107-108).

Lickorish (2000) enfatiza ainda que o desenvolvimento do Turismo pode gerar impactos sócio-culturais benéficos e o intercâmbio de idéias, culturas e percepções pode auxiliar na dispersão da ignorância e de desentendimentos. “Em muitos locais o turismo já existe, e a necessidade é descobrir quais são as visões dos residentes. Neste caso, a pesquisa visa registrar e monitorar as percepções dos residentes em relação aos impactos do turismo”. (LICKORISH, 2000, p.114).

Durante as últimas décadas, os psicólogos sociais tem dado maior atenção aos impactos sobre as percepções e atitudes das comunidades receptoras, frente ao Turismo. Neste sentido Ap (1992) e Lankford (1994) (*apud* BRUNT e COURTNEY, 1999) afirmam que é de suma importância, já que o êxito de um destino turístico dependerá, em grande parte, de que a população valorize positivamente o papel desempenhado pelo Turismo em sua localidade. Os autores assinalam também que as percepções e as atitudes dos residentes a respeito dos impactos do Turismo provavelmente são uma consideração importante na planificação e na política de Turismo, para obter o êxito no desenvolvimento, no marketing e no funcionamento de projetos presentes e futuros.

Pérez e Nadal (2005) destacam que discussões são levantadas quando novas políticas são desenvolvidas sem o conhecimento e o apoio das populações locais. Para os autores, as políticas públicas terão êxito quando as reações e fatores que influenciem nestas atividades sejam estudados e que as investigações sobre as atitudes dos residentes proporcionem um contexto para explicar a relação entre benefícios individuais e o desenvolvimento econômico. Razão pela qual a percepção e atitudes da comunidade local são consideradas importantes no âmbito da planificação, da política e da comercialização atual e futura do Turismo, não esquecendo que em um destino os impactos negativos necessariamente devem ser reduzidos ao mínimo para que a atividade seja percebido favoravelmente pela

população local.

Outro fator de influência na mudança de comportamento dos residentes é que “grandes diferenças culturais ocorrem entre países diferentes e Às vezes entre diferentes regiões do mesmo país” (ARCHER e COOPER, 2001, p.93). Para os estudiosos, o problema seria exacerbado porque os turistas são, por definição, estranhos no destino. Seus códigos de vestimenta e seus padrões de comportamento são diferentes dos adotados pelos residentes e, freqüentemente, diferem até mesmo daqueles que o turista teria no seu próprio lugar de origem. Os comportamentos inibidos nos locais de origem, talvez não o sejam durante a viagem e seguem-se os problemas decorrentes, como prostituição, drogas, jogo e, às vezes, vandalismo. E na condição de estranhos, os turistas são também vulneráveis e podem se tornar vítimas de roubo e outras agressões perpetradas pela comunidade local, que pode considerar essas atividades um modo de “refazer o equilíbrio” (ARCHER e COOPER, 2001, p. 93).

Quando as diferenças culturais entre os residentes e os turistas de países e regiões mais prósperos são muito acentuadas, pode acontecer de a cultura e os costumes locais serem explorados para satisfazer o visitante à custa do orgulho e da dignidade da população local. As danças tradicionais e o artesanato artístico cedem lugar a imitações baratas para satisfazer às necessidades do visitante e para proporcionar ao residente um rendimento com menor esforço possível. Em alguns casos isso é apenas uma reação inicial, e mais tarde o turismo acaba estimulando um retorno a artesanatos específicos de alta qualidade (ARCHER e COOPER, 2001, p.93).

Os autores destacam também que o fluxo de turistas numa região aumenta as densidades em que vivem as pessoas e superlota as instalações e equipamentos que eles devem compartilhar com a população local. A superlotação rebaixa o valor da experiência de férias, cria tensão entre a própria população residente e “em casos extremos a população local pode ser impedida de desfrutar das instalações naturais de seu próprio país ou região” (ARCHER e COOPER, 2001, p.95).

Outras definições de impactos do Turismo são abordadas por Montejano e este ressalta que “a atividade turística não só tem repercussões psicossociais a nível individual ou de grupo, mas também no conjunto da sociedade” (MONTEJANO, 1996, p.62). E isso pode ser notado tanto na comunidade emissora, quanto na comunidade receptora de fluxos turísticos. Para Montejano (1996, p.62-63), os principais efeitos sobre a comunidade receptiva frente ao fenômeno turístico são:

- Gera uma atividade socioeconômica sobre o mercado receptor, que se traduz,

entre outros efeitos, em criar empregos.

- Estreita os laços de comunicação e de entendimento entre os povos e comunidades.
- Pode produzir problemas de prejuízos raciais, xenofobia.
- Pode produzir fenômenos de repetição. Retorno aos mercados receptores, por seu trato, amabilidade, compreensão, acolhida, preços, etc.
- Estabelece trocas urbanísticas, meio ambientais e arquitetônicas que influenciam e modificam a demografia do mercado receptor.
- Efeitos de aculturação e de imitação, se produzem trocas nos modos e hábitos da cultura da sociedade receptiva, ao estar exposta aos modos, hábitos e costumes da sociedade emissora. Este efeito pode ser inverso também. Por exemplo: horários, atividades de descanso, comidas, vestuário, trato humano, costumes sexuais, etc.
- No âmbito do trabalho, produz aumento social de emprego, criação de novos postos de trabalho

Valene Smith (2001) sustenta que a entrada do Turismo geralmente beneficia economicamente uma comunidade, mas o desenvolvimento associado freqüentemente serve como um ímã que atrai trabalho de fora da área. Ela exemplifica que quando Cancun foi desenvolvida, indivíduos com maior sofisticação e experiência na indústria de viagem rapidamente reconheceram a oportunidade para novos trabalhos e se mudaram para Cancun. Smith (2001, p. 109) faz uma seleção de fatores custo – benefício do turismo, conforme destacado a seguir.

Aspectos Positivos Econômicos	Aspectos Negativos Econômicos
<p>Influxo de dinheiro Efeito multiplicador Indústrias de serviços com trabalho intensivo Melhor infra-estrutura: estradas, água, esgotos, aeroportos, recreação. Gastos dos residentes com o uso de atrações criadas pelo desenvolvimento</p>	<p>Sazonalidade Vazamento econômico Imigração de estrangeiros como mão-de-obra Custo de segurança para balancear o crime Perda de rendimentos devido a crises econômicas externas/terrorismo</p>

Sociocultural

Ampliação da perspectiva social
 Preservação de laços familiares
 Mobilidade incrementada
 Apreciação do patrimônio e da identidade étnica
 Estimulo do folclore; criação de museus

Sociocultural

Coca-colalização
 Perda da identidade cultural na comunidade global
 Transformação dos turistas em “coisas”
 Deterioração de sítios históricos pelo uso exagerado
 Medo de terrorismo e crime
 Simplificação da cultura

Ambientais

Conscientização da necessidade de conservação
 Estabelecimento de marcas ecológicas
 Conscientização dos limites dos recursos globais
 Estabelecimento dos limites de uso de terras

Ambientais

Custos de preservação
 Transformação de parques nacionais e zoológicos
 Perda das áreas selvagens
 Poluição
 Uso excessivo do habitat devido ao ecoturismo

Fonte: SMITH, 2001, p.100

Para Valene Smith (2001) o Turismo em excesso, ou o tipo errado de Turismo, pode despojar uma comunidade e marginalizar os residentes e o principal estímulo para o desenvolvimento do Turismo é de ordem econômica.

El turismo requiere considerable mano de obra, y sobre todo una reserva de trabajadores minimamente especializados, aparte de tener gran importancia como instrumento del desarrollo, sobre todo en zonas subdesarrolladas del mundo entero. Donde hay grandes diferencias económicas entre *anfitriones e invitados*, o donde está extendido el uso de drogas, es posible que los turistas sean víctimas de atracos, robos o acciones terroristas, pero ello no se deberá a su calidad de turistas, sino al hecho de ser presa más fácil (SMITH, 1989, p.23-24)².

Para a população visitada, o Turismo pode ser considerado uma benção ao gerar novos postos de trabalho e incrementar o fluxo constante de dinheiro, porém os próprios turistas podem se converter em uma carga física e social. Doxey (1975 apud ROSS 2002, RUSCHMANN 2000, BRUNT e COURTNEY 1999) desenvolveu o “Modelo irridex” que busca identificar e explicar os efeitos cumulativos do

² O Turismo requer mão-de-obra considerável e, sobretudo uma reserva de trabalhadores minimamente especializados, além de ter grande importância como instrumento do desenvolvimento, sobretudo em áreas subdesenvolvidas de todo mundo. Onde houver grandes diferenças econômicas entre anfitriões e convidados, ou onde haja uso de drogas, é possível que os turistas sejam vítimas de assaltos, roubos ou ações terroristas, mas isso não se deve a sua condição de turistas, mas, sim, ao fato de ser presa fácil.

desenvolvimento do Turismo sobre as relações sociais e a evolução da mudança nas atitudes dos moradores com relação aos turistas. Em um primeiro momento, a população receberia os turistas com entusiasmo e euforia, o Turismo seria visto como fonte de prazer e desenvolvimento. Depois, a comunidade sentiria a pressão por parte dos turistas de ter uma infra-estrutura turística mais completa, decorrente do aumento do fluxo e o contato entre turistas e população vai se tornando menos pessoal. Neste momento, os residentes já estão mais apáticos em relação a atividade e o Turismo não é mais novidade, é somente uma maneira de obter lucro fácil. Quando o fluxo de turistas aumenta ainda mais, gerando mudanças na localidade como congestionamentos de trânsito, preços elevados e outros, ela passa a exceder os limites de tolerância da comunidade, causando irritação. Os custos, neste momento, começam a exceder os benefícios e a comunidade passaria a agir com hostilidade em relação aos turistas.

De acordo com Brunt e Courtney (1999, p.221), a maior debilidade no modelo de Doxey é o fato de que os residentes não formam um grupo homogêneo e o modelo é determinista, deixando um único destino para a comunidade que se desenvolver turisticamente. No entanto, os autores esclarecem que é necessário ficar claro que, apesar das críticas, o modelo de Doxey possuiria grande valor teórico e teria grande destaque para a teoria do Turismo.

Quanto a influência dos estágios de desenvolvimento turístico, Lage e Milone (2000) ressaltam que a percepção do Turismo mantida pelos residentes nos países receptores geralmente se altera ao longo do tempo. Historicamente, no início, o Turismo é bem visto pelos cidadãos dos países receptores por causa da promessa de benefícios econômicos e em virtude da curiosidade humana. Em muitos casos, todavia, o entusiasmo desaparece quando o número de turistas aumenta, as facilidades tornam-se insuficientes e a pobreza continua ainda mais agravada. A população local passa a compreender sua dependência econômica com relação ao Turismo e seus indivíduos não mais controlam ou são controlados sobre o futuro de seu meio ambiente. O contato entre visitantes e comunidade passa a ser conduzido numa base de pagamento por serviço, e os agentes humanos tornam-se desapontados, desencantados, magoados e tristes. Isto significa que o crescimento e o superpovoamento afetam as características distintas dos valores da população de uma área que originalmente persuadia os turistas.

Brunt e Courtney (1999, p.225-235), em um estudo realizado na localidade de

Dawlish (Reino Unido), identificaram alguns impactos positivos do Turismo, tais como a melhoria em áreas de recreação, maior conservação das áreas centrais e favorecimento das artes e do artesanato. Por outro lado, alguns aspectos negativos como a superlotação no trânsito e o aumento nos preços de determinados produtos foram uma das fontes de ressentimento e tensão percebidas pelos residentes. Pizam (1978), Sheldon e Var (1984) e Beislei e Hoy (1980) (*apud*, ROSS, 2002, p.139) analisaram que a percepção de impacto diminuiria à medida que aumentasse a distância entre a moradia dos residentes e a zona turística. Kendall e Var (1984, *apud* Ross 2002, p.140) demonstram preocupação pela preservação quando o Turismo provoca efeitos como aglomeração de pessoas, congestionamento de trânsito, barulho, sujeira, destruição de propriedade, poluição, alteração da aparência da comunidade e destruição da fauna e da flora. Neste sentido, Goldner, Ritchie e McIntosh (2002, p. 356) afirmam que

(...) o turismo tem o poder para aprimorar o meio ambiente, prover fundos para conservação, preservar cultura e história, estabelecer limites sustentáveis de utilização e proteger atrações naturais. Também tem o poder de destruir. Se não for planejado e implementado de maneira apropriada, pode destruir a vegetação, gerar superlotação, sujar as trilhas, poluir as praias, causar excessos de construções, eliminar espaços abertos, criar problemas de esgotos e habitação, e ignorar as necessidades e a estrutura da comunidade.

Neste momento os residentes estariam perdendo ou disputando o espaço com os turistas e isso seria causa de descontentamento. Murphy (1980, *apud* ROSS, 2002) detectou que certos tipos de residentes desenvolvem atitudes mais positivas ao Turismo do que outras; os residentes que têm interesses comerciais no Turismo parecem ter maior probabilidade de ver os turistas com bons olhos do que os demais residentes. Outro aspecto apresentado foi que as atitudes da comunidade estão relacionadas ao estágio de crescimento do setor e a pressão de competir por espaços e recursos limitados em seu ambiente natal. O fator mais freqüentemente citado pelos residentes é o congestionamento em restaurantes e hotéis locais, as filas maiores no comércio, problemas de trânsito e estacionamento, o lixo e o vandalismo.

Ross (2002) em estudo realizado para avaliação dos impactos positivos e negativos do Turismo sobre o indivíduo e a comunidade no Extremo Norte de Queensland (Austrália), identificou que os itens percebidos como impactos negativos

foram o custo da terra, da construção, do aluguel de casas, custo de vida e os níveis de criminalidade. Os itens considerados como impactos positivos incluem as oportunidades comerciais, a construção e melhoria de parques e praças, hotéis e restaurantes, estruturas de entretenimento e facilidade de compras. Desse modo, os impactos positivos giram em torno do lazer e das oportunidades econômicas, enquanto os negativos giram em torno dos custos mais elevados de acomodações. O estudo revelou que as percepções negativas são superiores para “os idosos e para os residentes há mais tempo que acreditavam que os impactos negativos do turismo tornaram-se mais graves no período de três anos, e foram eles que desejaram uma redução no desenvolvimento do turismo em sua área” (ROSS, 2002, p. 148).

No mesmo estudo realizado por Ross (2002), a comunidade revelou que serviços locais de infra-estrutura, considerados positivos pelos residentes, eram classificados como inalterados e negativamente influenciados pelo crescimento do Turismo em sua cidade. Os principais serviços, percebidos pela comunidade que não sofria com a influência do Turismo, foram os do governo local, a aparência geral da rua e a área de encontro entre os residentes locais. Esses julgaram que os impactos negativos individuais apresentaram níveis mais baixos de satisfação da comunidade do que o impacto negativo global sobre a comunidade.

Em pesquisa realizada na Ilhas Baleares, no Oeste do Mediterrâneo, os pesquisadores Pérez e Nadal (2005) analisaram como os residentes percebiam a influência do Turismo, a fim de proporcionar um marco para a investigação das atitudes nessa comunidade. Os resultados obtidos apresentam que os entrevistados percebem que o Turismo conduz a saturação dos serviços da comunidade e ao congestionamento no trânsito, mas reconhecem que graças ao Turismo haveria mais oportunidades de lazer. No que se refere a políticas culturais, a maioria dos residentes aprova novas propostas para a criação de novas atrações culturais como museus ou auditórios e também estão de acordo com a organização de eventos culturais anuais.

Com relação aos problemas com o meio ambiente, Pérez e Nadal (2005) descrevem que os residentes concordam que o Turismo conduz a degradação dos recursos naturais e quando questionados sobre a responsabilidade da destruição do entorno natural da Ilhas Baleares, as respostas apontam para o setor turístico como fator chave. Em contrapartida, haveria certa ambigüidade na visão dos residentes

com relação à possibilidade de o Turismo ter contribuído para a conservação de determinados espaços naturais. Em resumo, 54% dos moradores fazem um balanço positivo do desenvolvimento do turismo, enquanto 18% crêem que o balanço é negativo.

De Kadt (1979), em análise sobre os efeitos do Turismo nas opções de vida e bem-estar das comunidades nos países em desenvolvimento, argumenta que “as formas em que o desenvolvimento turístico afeta as opções de vida estão estritamente relacionadas com seus efeitos sobre os ingressos e sobre a distribuição dos mesmos” (DE KADT, 1979, p. 73). Para o pesquisador, os turistas consomem os mesmos bens e serviços utilizados pelos residentes: “Si o turismo tiende a incrementar la disponibilidad de bienes deseados, esto beneficiará a la gente local, pero si los turistas compiten com los residentes por un abastecimiento limitado, entonces el resultado tenderá a ser negativo para la población local como consumidora, si bien no como productora” (DE KADT, 1979, p.75)³.

De acordo com De Kadt (1979), outro recurso de competição entre turistas e residentes é o acesso as praias e aos parques. Uma reclamação comum é que tais serviços meio ambientais estão vedados aos residentes locais em favor dos turistas e dos residentes mais ricos. O autor faz menção ao termo “capacidade de absorção” e explica que essa não se refere somente ao numero máximo de visitantes que uma localidade poderia suportar, mas também às taxas de crescimento máximas desejáveis. A capacidade de absorção de cada destino estaria relacionada com o tipo de turismo desenvolvido na localidade (Idem, 1979, p. 50).

Santana Tavalera (1997, p. 96) relata que para a análise da atitude e percepção dos residentes frente ao processo turístico, é importante levar em conta o número de visitantes, a duração da estadia e as características socioeconômicas dos turistas para ajudar a determinar a capacidade de absorção desejável frente ao crescente número de visitantes. Neste sentido, na literatura sobre planejamento turístico preocupada com os efeitos negativos do Turismo, uma das alternativas disseminadas para conter o fluxo de turistas seria tentar suavizar os seus impactos com o índice de capacidade de carga. Segundo Boo (1990, apud RUSCHMANN, 2000, p. 16) a capacidade de carga é “o número máximo de visitantes (por

³ Se o Turismo tende a incrementar a disponibilidad de bens deseados, isto beneficiará a população local, mas se os turistas competem com os moradores por um abastecimiento limitado, o resultado tende a ser negativo para a população local como consumidora, e não como produtora.

dia/mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações nos meios físicos e sociais”. Para o autor, na prática ainda é bastante difícil estimar este índice, pois deveria ser relativizada as características de cada área. Ruschmann (2000, p.17) esclarece que a capacidade de carga social “estará ultrapassada quando os moradores da localidade já não aceitarem os turistas e passarem a hostilizá-los, pois eles destroem seu meio ambiente natural, agridem sua cultura e impedem sua participação nas atividades e a freqüência a lugares que lhes pertencem”. Segundo a autora, para estabelecer este índice é necessário que haja monitoramento na localidade anfitriã, a fim de identificar em que estágio se encontraria a relação entre os turistas e a população local e também a percepção desses em relação ao Turismo e aos turistas. Este índice é interessante, mas tem se mostrado de difícil mensuração na prática.

É importante para o presente estudo, também, o conceito de residência secundária, que pode ser observado empiricamente em praias e localidades turísticas em que as casas de veraneio estão presentes. Na definição de Tulik (1995, p.26), “a residência secundária se afirma, atualmente, como uma das mais difundidas dentre as diversas modalidades de alojamento turístico”. A autora também destaca os diferentes termos utilizados para caracterizá-las: domicílio de uso ocasional (conforme classificação do IBGE), residência turística, residência secundária, segunda residência, além de outros termos correntes como casa de campo, de temporada, de praia, de veraneio, chalé, cabana, sitio e chácara de lazer ou de recreio. Tulik (1995, p.32) afirma ainda que “o uso destes alojamentos está ligado ao tempo livre, seja de férias ou de fim-de-semana, e pressupõe recreação e/ou lazer”. As casas de segunda residência geralmente tendem a ser ocupadas durante determinadas estações, aumentando o estresse da comunidade neste período.

Desta forma, uma destinação que é essencialmente atrativa por suas praias e por verões quentes provavelmente terá uma demanda sazonal alta. Há, também, outros fatores que influenciam, como a época das férias escolares e de trabalho, ou eventos especiais regulares que acontecem no local (COOPER, 2001, p.104).

O estudioso enfatiza que quando as diferenças culturais entre os residentes e os turistas são muito acentuadas, pode acontecer que os costumes locais sejam utilizados para satisfazer o visitante à custa do orgulho e da dignidade da população

local. Para ele, neste caso, os impactos socioculturais,

(...) podem ser positivos, como nos casos em que o turismo preserva ou mesmo ressuscita as habilidades artesanais da população, ou aumenta o intercâmbio cultural entre duas populações diferentes. Os impactos também podem ser negativos, como a comercialização ou degeneração das artes e do artesanato e a comercialização de cerimônias e rituais da população anfitriã. Os impactos podem prejudicar também o intercâmbio cultural, apresentando uma visão limitada e distorcida de uma das populações (COOPER, 2001, p.215).

Swarbrooke (2000, p.112) afirma que é “dado atenção aos impactos negativos do Turismo sobre a sociedade local e sua cultura. Entretanto, é importante reconhecer que os efeitos podem ser também positivos”. Neste sentido a culinária local também pode ser exaltada, pois conforme Ruschman (2000, p.51) “o artesanato, a gastronomia, as tradições, a história, a arquitetura e as atividades de lazer” são responsáveis pela atração de turistas. Muitos turistas buscam através da gastronomia familiarizar-se, para se sentirem integrados com a cultura local, levando a que determinados pratos de um destino mantenham suas raízes. A teórica destaca, ainda, que com o desenvolvimento do Turismo “os monumentos e prédios com valor histórico, diante de seu potencial de atratividade, passam a receber as atenções dos governos e até de instituições privadas, que os restauram e conservam” (RUSCHMANN, 2000, p.53).

Outro fator importante é que a inter-relação entre o Turismo e o meio ambiente é incontestável, uma vez que este último constitui a matéria-prima da atividade (RUSCHMANN, 2000). Conforme a autora, a utilização intensiva dos recursos naturais e a preocupação de preservação desses atrativos, que formam a base de sustentação da atividade, não se fez presente durante muitos anos e os resultados foram os impactos negativos no meio ambiente, como a degradação da paisagem e a crescente poluição.

Para a OMT (2003), os impactos mais evidentes da atividade turística são aqueles que causam perda ou prejuízo ao meio ambiente, como a poluição do ar e da água, bem como a sonora e a visual; congestionamentos de veículos e de pedestres; lixo deixado pelos turistas; desequilíbrio ecológico e perturbação da vida selvagem; danos aos sítios arqueológicos e riscos ambientais, como erosão, deslizamento de terra e deficiência na engenharia das instalações turísticas.

Arrones (1992) apresenta uma análise dos quatro mitos que, segundo ele,

servem de base para a “ideologia triunfante” do Turismo e estão presentes em algumas propostas de planejamento turístico. Resume essa ideologia da seguinte forma: o Turismo gerador de emprego e riqueza; um meio de comunicação cultural; caminho mais positivo para conservar as belezas do mundo; gerador de mudanças sociais positivas. O autor questiona essa ideologia e ressalta que, a partir do momento em que o Turismo se implanta, propicia a venda de territórios sem controle e se produz uma das mais descabidas invasões que se conhece na história, invasões sem exercito, mas invasões que colonizam e destroem as estruturas econômicas, políticas e, sobretudo, culturais dos povos que sofrem diretamente os efeitos do Turismo.

Para Var e Ap (2001, p. 72) “um dos efeitos sociais positivos percebidos pelas populações que hospedam os turistas, relacionado à paz mundial, é que o turismo promove o entendimento de pessoas diferentes mediante o intercambio cultural”. Esse intercâmbio, para os autores, promoveria a paz mundial por meio da compreensão e o entendimento entre as pessoas de diferentes culturas. Em um estudo realizado em seis países (Austrália, Inglaterra, Coréia, Turquia e Estados Unidos) com 1.064 estudantes universitários, os pesquisadores chegaram aos seguintes resultados sobre os impactos do Turismo percebidos pelos estudantes (VAR e AP, 2001, p.75):

- Impacto econômico: contribui para a economia nacional; contribui para o crescimento econômico, promove o desenvolvimento da infra-estrutura; cria oportunidades de emprego; explora determinados grupos de “trabalhadores.
- Impacto Ambiental: preserva o meio ambiente natural e histórico; preserva os ambientes social e cultural; produz a deterioração do ambiente; desagrega pequenas comunidades e centros menores.
- Impacto cultural: promove o intercambio cultural, promove o entendimento entre culturas, promove a paz mundial.

O resultado geral apresentado pelos autores demonstrou que os entrevistados com grau de escolaridade superior, treinados na área de Turismo, com experiência de trabalho na atividade turística, que falam pelo menos duas línguas e que visitaram pelo menos um país estrangeiro, têm uma percepção mais positiva do Turismo. No entanto, as pesquisas de que o Turismo proclamado como uma força para a paz e o entendimento entre os povos

(...) não indicam que os objetivos de entendimento e aproximação tenham sido atingidos. Ao contrário, parecem indicar que se repetem, no turismo, velhos problemas que acompanham a história social da humanidade, como o colonialismo cultural e a xenofobia, e que as relações interpessoais acabam seguindo a lógica mercantil (BARRETTO, 2007, p.54).

Segundo Barretto (2007), as relações entre visitantes e visitados variam de caso para caso, de maneira favorável ou desfavorável por uma série de circunstâncias que devem ser consideradas e cuidadas pelos pesquisadores antes de apresentar generalizações, pois

(...) quando se fala de comunidades anfitriãs a tendência é pensar num grupo homogêneo e imutável, como se entre seus membros não houvesse hierarquias, classes sociais, divergências político-ideológicas, de interesses, lutas pelo poder e outras diferenças. Mas as comunidades raramente são homogêneas e suas características mudam com o passar do tempo (BARRETTO, 2007, p.55).

Nos estudos analisados, os dados apresentados demonstram que cada pesquisador usa variáveis diferentes para obter resultados sobre a percepção ou a atitude das pessoas frente aos impactos do Turismo e cada estudo contribui para o avanço das pesquisas neste campo usando enfoques diferentes com a coleta de amostras obtidas em lugares diferentes. Haley, Snaith e Miller (2005), por exemplo, usaram as características socioeconômicas e demográficas para estudar as atitudes dos residentes de Bath (Reino Unido) frente aos impactos sociais do Turismo. Os resultados apontam que os residentes com menor renda tendem a demonstrar uma atitude de apoio maior ao Turismo e aceitam que sua cidade se converta, cada vez mais, em um destino turístico. Outra contribuição do estudo foi a constatação de que os que residem próximo do centro turístico apóiam as imposições de restrições do que os moradores mais distantes. Os autores relatam que os pesquisadores Belisle e Hoy no ano de 1980, em estudo em Santa Marta (Colômbia), foram os primeiros a observar que a distância entre o lugar de residência e a área turística era uma variável significativa. A pesquisa desses autores concluiu o contrário, que os residentes que viviam mais perto eram os que menos apoiavam certas restrições. Sobre este aspecto, Haley, Snaith e Miller (2005, p. 293) destacam que “bien puede suceder que cuando esté más avanzado el ciclo de vida del destino, quienes vivan más cerca de las principales zonas turísticas sientan cada vez más los efectos de la

presión del creciente número de turistas sobre las infraestructuras locales”⁴. O estudo também revelou que os residentes nascidos na cidade têm uma atitude mais negativa quanto aos efeitos do Turismo.

Seguindo a discussão, Archer e Cooper (2001, p. 94) esclarecem que a “confrontação” resultante do encontro entre turista e residente influencia os padrões morais da população local e que “o crime, a prostituição, o jogo e o tráfico de drogas podem ser importados de outras regiões para as áreas de férias” (ARCHER e COOPER, 2001, p. 94). Também destacam os custos ambientais decorrentes, como o lixo e o esgoto de empreendimentos mal planejados nas localidades turísticas, que freqüentemente são descartados sem tratamento e poluem os rios e mares das áreas de férias.

Pearce (2001, p.150) destaca que um relatório sobre os impactos do Turismo no Havaí intitulado “Vida diária e atitudes em relação aos visitantes” foi divulgado e revelou algumas particularidades das atitudes dos residentes em relação aos turistas. Parte da amostra pesquisada achava que suas áreas de recreação preferidas tinham sido “tomadas” pelos turistas, mas ao mesmo tempo relatavam que os parques e praias lotados eram também locais preferidos pelos residentes para interagir com os turistas, sendo que 80% deles disseram que o contato estabelecido com os visitantes era normalmente agradável e o relato dos mais jovens foram mais positivos em relação aos turistas. O efeito negativo relatado pelos residentes da comunidade havaiana foi o congestionamento do trânsito, que vinha piorando durante os últimos cinco anos.

Um estudo realizado em Taquile (Perú), por Mitcheill e Reid (2001) revelou a importância da participação dos moradores de localidades turísticas nas discussões e tomadas de decisão sobre os destinos.

Concienciación, unidade y poder, son los tres componentes de una relación dinámica que comprende una participación pública triangular. Estos elementos jugaron un papel esencial em la planificación y eventual implementación de las políticas turísticas comunitarias así como sus infraestructuras asociadas que, por más de tres décadas, han beneficiado a la mayoría de los residentes de la isla de Taquile. Esta investigación descubrió que los catalizadores comunitarios pueden ser cruciales no sólo para crear conciencia sobre las oportunidades turísticas, sino también para planificar, desarrollar y gestionar la industria turística de un modo integrado (MITCHEILL

⁴ Bem pode acontecer que quando está mais avançado o ciclo de vida do destino, quem vive mais perto das principais zonas turísticas sentem cada vez mais os efeitos da pressão do crescente número de turistas sobre as infra estruturas.

e REID, 2001, p. 168)⁵.

Com uma população estimada em 1850 pessoas, sua estrutura de poder facilitou a criação de um produto turístico baseado em uma comunidade auto-suficiente e com poucas interferências externas em suas políticas e tomadas de decisões locais. Existe uma distribuição dos benefícios econômicos da atividade artesanal entre os residentes, incluindo os que trabalham em tempo parcial ou ocasional (MITCHEILL e REID, 2001). Isso parece indicar que, quando os responsáveis políticos admitem que os residentes de localidades turísticas tenham a oportunidade de participar de discussões sobre o Turismo e apresentam interesse no desenvolvimento saudável da atividade, torna-se possível por meio das opiniões dos moradores pró ou contra, conhecer suas insatisfações e estudar medidas para amenizar os impactos negativos e harmonizar o convívio entre turistas e residentes. É evidente que em comunidades menores as possibilidades de sucesso tendem a se apresentar mais rapidamente, mas é preciso a inclusão dos moradores nas localidades com maior população, em que o fenômeno já está presente e gerando efeitos.

Molero e Cuadrado (2006) assinalam que é importante analisar que a atitude sobre o Turismo apresenta diferenças nos aspectos avaliados em função do lugar. Como já assinalado anteriormente, o estudo de Molero e Cuadrado (2006) foi realizado em treze locais da Espanha, com características geográficas e turísticas muito diferentes. No estudo realizado pelos autores pode-se observar que a pior atitude foi encontrada nos lugares com Turismo tradicional de sol e praia como Palma de Mallorca, Valencia e Tenerife. Entretanto, ocorreu uma exceção: Málaga, lugar turístico de sol e praia, as atitudes estão entre as mais positivas. Da mesma forma, existem lugares com importante turismo cultural em que há uma boa atitude a respeito do Turismo (Salamanca e Sevilla, Burgos e Madri). A respeito do impacto ambiental, a pior atitude está associada a Tenerife e Palma de Mallorca. Em lugares como Salamanca e Sevilla a atitude se encontra entre as mais positivas. Em relação ao impacto sobre a delinqüência, a atitude é mais negativa nos lugares de sol e praia

⁵ Conscientização, unidade e poder são os três componentes de uma relação dinâmica e compreendem uma participação pública triangular. Estes elementos tiveram um papel essencial na planificação e eventual implementação das políticas turísticas comunitárias, assim como suas infra-estruturas associadas que, por mais de três décadas tem beneficiado a maioria dos moradores da ilha de Taquile. Esta investigação descobriu que os catalisadores comunitários podem ser cruciais não somente para criar consciência sobre as oportunidades turísticas, mas também para planificar, desenvolver e administrar a indústria turística de um modo integrado.

com uma grande influência turística, como Tenerife, Palma de Mallorca, Málaga e Valencia. E o impacto negativo sobre a vida cotidiana também foi maior nos lugares com maior presença de turistas.

No mesmo estudo, as atitudes mais fortes e positivas dos sujeitos da amostra em relação ao Turismo têm a ver com o impacto sobre as relações interculturais (+6,61), sobre o emprego (+6,70) e o impacto sobre os serviços públicos (+5,22). A atitude relacionada com a importância do Turismo é positiva, mas não elevada (+1,61). A atitude sobre a influência do Turismo nos valores da população é praticamente inexistente (+0,07). Existem atitudes negativas e relativamente altas do impacto do Turismo sobre a delinquência (-4,21) e moderadas sobre o impacto ambiental (-2,41) e sobre o impacto na vida cotidiana (-1,97). Feita a média de todas as atitudes, Molero e Cuadrado (2006) chegaram ao resultado de que a atitude global sobre o Turismo, incluindo os diferentes aspectos, foi positiva (+1,45).

Com relação às variáveis, os autores concluíram em seu estudo, que quanto maior é a proximidade dos locais com o centro turístico melhor são as atitudes nos diferentes aspectos do Turismo. Porém, com uma exceção: a atitude a respeito do impacto ambiental é vista de forma negativa quanto maior é a proximidade do centro turístico. Quanto a idade, mesmo considerando a composição da amostra por alunos universitários, o resultado apresentou que quanto menor a idade, mais negativa é a atitude sobre a delinquência, mas mais positiva nos outros aspectos. Com relação ao sexo, as mulheres apresentaram atitudes mais positivas, principalmente no impacto sobre as relações interculturais. Quanto aos que dependem do Turismo, as atitudes foram positivas principalmente no impacto sobre o emprego e sobre a importância do Turismo. As pessoas que trabalham também apresentam uma atitude mais positiva do que as que não trabalham.

Aplicando a mesma metodologia, em uma pesquisa realizada com estudantes universitários em Bento Gonçalves/ RS, cidade turística da Serra Gaúcha, Dall'Agnol e Gastal (2008) chegaram ao resultado de que os estudantes percebem que o Turismo seria apontado como um dos fatores responsáveis pela degradação do meio ambiente nesta localidade e sobre a influência do Turismo na cultura e na sociedade, as respostas demonstraram que a atividade turística contribui positivamente sobre o cultural e o social e que os contatos sociais entre visitantes e visitados também seria considerado positivo pelos entrevistados. Os entrevistados também afirmaram que o contato e as relações que se estabelecem entre turistas e

residentes contribuem positivamente para a cultura local, o que pode significar que a cultura local é valorizada pela atividade turística. Entretanto, este olhar positivo não significaria compartilhar espaços de lazer, pois os entrevistados discordam que haja maiores oportunidades de lazer e diversão na região, em conseqüências do Turismo. Isto indica que as estruturas de lazer disponibilizadas aos turistas – caso haja estruturas de lazer disponibilizadas aos turistas – não estariam sendo usufruídas pela comunidade local e as mesmas não seriam beneficiadas pelo Turismo. Por outro lado, percebem que a economia da cidade de Bento Gonçalves é beneficiada pelo Turismo, mas tal aporte econômico, não estaria sendo reinvestido nas estruturas urbanas locais. De forma global, o Turismo é percebido como benéfico para a região na opinião dos entrevistados, mesmo que ele afete o meio ambiente e que não contribua para qualificar a infra-estrutura urbana ou de lazer disponibilizadas. Este impacto global positivo seria, basicamente, o econômico e o das trocas culturais não materializadas no compartilhar espaços de lazer (Dall'Agnol e Gastal, 2008).

Em outra pesquisa aplicada nos Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves/RS, junto aos moradores de nove estabelecimentos abertos ao público, foi detectada uma atitude muito positiva dos moradores com relação aos impactos culturais, pois demonstram que a recuperação de suas tradições culturais e o intercâmbio cultural entre residentes e turistas é favorecido pelo Turismo e que este provoca um maior desenvolvimento das atividades culturais. Os resultados encontrados vão ao encontro dos resultados obtidos por Michelin (2008), que apresenta os impactos culturais ocasionados pelo Turismo nos Caminhos de Pedra como positivos, pois seria através desta atividade que os moradores passariam a valorizar e se orgulhar da sua herança cultural, antes pouco reconhecida e até motivo de vergonha. Para a pesquisadora, a partir da presença do Turismo, os moradores passaram a buscar a reconstrução dos traços culturais de seus antepassados. O Turismo permitiu a comunidade do local um contato direto com visitantes de diferentes culturas, percebendo que os mesmos viriam em busca de conhecimento sobre a identidade italiana local, valorizando-a. Sendo assim, os locais também passaram a valorizar e a buscar a reconstrução da identidade italiana que estava sendo perdida.

A pesquisa de Dall'Agnol, Gastal e Santos (2008) mostra que frente aos impactos sociais, a atitude revela que os residentes não concordam que com o desenvolvimento turístico tenha aumentado o número de delitos, o consumo de

drogas ou que houve mudanças nos costumes sexuais da população, episódios de agressão sexual ou de vandalismo. Com os resultados obtidos a respeito dos impactos ambientais, o Turismo não estaria agredindo o meio ambiente, e sim, estaria contribuindo para a sua preservação na atitude dos residentes. Isso porque os mesmos afirmam que devido ao Turismo, os Caminhos de Pedra e outros locais de lazer não têm muita gente, o que ainda faz com que tais impactos não estejam presentes nesta localidade.

Com relação aos impactos econômicos e sobre o emprego constatou-se que a atitude dos moradores é muito positiva a respeito das oportunidades de emprego e o aumento dos postos de trabalho proporcionados pelo Turismo. Também concordam que com o desenvolvimento do Turismo há mais trabalho para os jovens, sendo estes muito desejáveis. Michelin (2008) detectou que há moradores que trabalham tanto na agricultura, como no Turismo, conforme afirmou um entrevistado: “Que nem agora eu tô aqui, mas pouco movimento, eu tô na lavoura, porque lá a demanda é maior. Que nem hoje, não adianta eu ficar aqui, hoje não tem fluxo de turistas” (MICHELIN, 2008, p.84).

A respeito dos Impactos sobre os Serviços Públicos e as Infra-estruturas, os moradores apresentam uma atitude indiferente (nem positiva/nem negativa) no que se refere a construção de mais rodovias, melhor assistência sanitária, potencialização e melhora dos transportes e serviços públicos devido ao Turismo. Assim como são indiferentes nas respostas quanto a promoção do Turismo pela prefeitura e responsáveis políticos. Porém apresentam uma atitude positiva, afirmando que as infra-estruturas têm melhorado devido ao Turismo e sob esse aspecto Michelin (2008, p.94) relata que para os moradores o roteiro está indo bem, mas ainda teria muita coisa para melhorar em relação a infra-estrutura, na parte da sensibilização e engajamento dos próprios empreendedores e da comunidade local.

Frente aos impactos sobre a vida cotidiana e seus valores, os residentes apresentaram uma atitude positiva, concluindo-se que o Turismo não está dificultando as atividades de lazer normais entre as pessoas, não está provocando problemas de tráfego, não fez com que fosse perdida a tranquilidade do lugar, do mesmo modo que não provocou a perda dos valores morais e religiosos das pessoas. Isso vai ao encontro dos resultados sobre a Importância do Turismo em que a atitude dos moradores revela que o Turismo não é incentivado acima de outras atividades industriais ou agrícolas nos Caminhos de Pedra e que a

característica de ruralidade está presente e ainda é a principal atividade, pois em outra pergunta os moradores afirmam que o Turismo não é considerado mais importante que as mesmas. Além disso, o Turismo é visto como uma das principais fontes de ingresso na região e na opinião dos residentes terá um papel fundamental no desenvolvimento da região. Michelin (2008) descreve que a grande maioria dos moradores que trabalham com o Turismo tem uma atividade extra, como a lavoura, a horta, dentre outros e o tempo para as diferentes atividades é dividido. Os moradores admitem gostam de trabalhar com o Turismo, pois todos os dias eles tem coisas diferentes pra fazer e oportunidade de conhecer novas pessoas.

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p.344) defendem que para o desenvolvimento do Turismo é necessário infra-estrutura e “o que incomoda muitos residentes locais é o fato de que seus impostos são gastos parcialmente para fornecer estradas, sistemas hidráulicos, esgotos, aeroportos, marinas, parques e outros tipos de infra estruturas que eles consideram beneficiar especialmente o Turismo”. Para os autores, o governo e a sociedade devem interagir cooperativamente para o bom desenvolvimento do Turismo de forma que “maximize benefícios aos interessados, enquanto minimiza os efeitos, custos e impactos associados à garantia do sucesso da destinação” (Goeldner, Ritchie e McIntosh, 2002, p. 294). Dessa forma, garantindo que a destinação seja comprometida em termos de sua integridade ambiental, social e cultural.

Williams e Lawson (2001) em um estudo com uma amostra de residentes de dez lugares na Nova Zelândia sobre o efeito do Turismo em suas comunidades e comparando as variáveis sociodemográficas, observaram que os sujeitos casados, proprietários de casas e mais ricos foram os que estavam menos preocupados com os problemas de tráfego, lixo e barulho. Consideravam mais importante conhecer outras culturas e demonstraram não gostar de lugares em que sabiam haver muitos turistas. Outro grupo, com menor taxa de matrimônio e menos proprietários de casas, sentem que haveria muito ruído provocado pelo Turismo e que a qualidade de vida teria baixado devido ao Turismo. Para eles, seria melhor ter menos Turismo para poder manter um acesso gratuito dos moradores nas atrações naturais. Para o grupo com mais sujeitos divorciados ou separados e com maior número de proprietários de casas que os anteriores, o principal problema do Turismo é que não haveria infra-estruturas suficientes para o número de turistas e afirmam que a qualidade dos serviços públicos como água, esgoto e o transporte publico tem

melhorado devido ao Turismo. Para aqueles que vivem em locais com menor atividade turística, o Turismo não é responsável pelas oportunidades de emprego, pela qualidade dos serviços públicos e as pessoas não estão melhor financeiramente por causa do desenvolvimento do Turismo. E os autores concluíram que os que obtêm benefícios financeiros do Turismo têm opiniões mais favoráveis sobre o mesmo em todos os sentidos.

Uma colocação muito importante desses autores (Williams y Lawson, 2001, p. 178) é que “muchos estudios han intentado investigar las opiniones de los residentes, pero la mayoría há empleado diferentes instrumentos, técnicas de muestro, y análisis estadístico, haciendo que las comparaciones sean difíciles de hacer”⁶. Por isso, cabe ressaltar que uma das limitações encontradas particularmente neste trabalho foi que a maior parte dos estudos sobre a atitude e os impactos do Turismo foram publicados a partir de 1975, com o estudo pioneiro de Doxey, nas revistas **Anals of Tourism Research**, **Journal of Travel Research** e **Tourism Management**. As publicações disponíveis nas bibliotecas pesquisadas no Brasil com mestrado em Turismo partiam de exemplares publicados a partir de 2000, o que limitou uma construção mais consistente do resgate teórico.

No entanto, as contribuições abordadas demonstram que a análise das percepções e atitudes dos residentes tem sido efetuada pela preocupação relacionada aos aspectos negativos que o Turismo pode desencadear nas localidades receptoras e pelos aspectos positivos que podem ser potencializados, através de estudos nas comunidades locais.

2.2 Atitude

O Turismo constrói seu corpo teórico de forma multidisciplinar e, entre outras, tem realizado aproximações e trocas com a Psicologia, em especial a Psicologia Social, contribuindo para novos enfoques nas suas pesquisas. A interação humana, objeto material da Psicologia Social, gera um aspecto social importante por envolver trocas interpessoais, tema especialmente caro ao Turismo.

⁶ Muitos estudos experimentaram investigar as opiniões dos residentes, porém a maioria empregou diferentes instrumentos, técnicas de amostragem e análises estatísticas, fazendo que sejam difíceis de fazer comparações.

Uma das linhas de interesse da Psicologia Social é a investigação dos estímulos sociais que podem influenciar o comportamento. Para Rodrigues (1973, p. 3): “A Psicologia Social é o estudo científico de manifestações comportamentais suscitadas pela interação de uma pessoa com outras pessoas, ou pela mera expectativa de tal interação, bem como dos estados internos que se inferem logicamente destas manifestações”.

A Psicologia Social também estabelece uma ampla ligação com outras áreas do conhecimento, como a Sociologia e a Antropologia. Com a Sociologia, porque a mesma tem como objeto de estudo a sociedade, as instituições, as relações sociais e, a exemplo da Psicologia Social, a atitude e comportamento. Com a Antropologia, por também estudar as produções humanas nas diferentes culturas, as características étnicas dos povos, suas formas de expressão, o indivíduo em si mesmo e seu comportamento frente aos estímulos sociais. Rodrigues (1973, p.13) afirma neste contexto que tanto a Psicologia, quanto a Sociologia e a Antropologia “estudam as características próprias de seu objeto material, variando apenas na maneira de fazê-lo e a ênfase diferencial que colocam nos aspectos considerados em suas investigações”. Segundo o autor, estudiosos de outras áreas do conhecimento, ao associar os conhecimentos específicos de sua área de atuação, podem utilizar dos avanços teóricos da Psicologia Social.

No caso do Turismo, a forma como o turista entra em contato com determinados lugares e a interação que tem com os mesmos, influenciará a percepção da comunidade visitada sobre a presença da atividade e contribuirá para a sua valorização, ou não. Krüger (1986, p. 84) diz que a teoria da auto-percepção interliga quatro processos cognitivos, “a da *formação de crenças*, a partir de experiências pessoais; o da *obtenção de crenças*, transmitidas por outras pessoas; o da *percepção de pessoa*; e o da *categorização* (atribuição de palavras ou expressões a objetos, fatos, processos e situações)”.

A partir da percepção, as pessoas começam a tomar conhecimento a respeito de determinado objeto, pessoa ou situação, formando atitudes e muitas vezes às expressando por meio de palavras, sentimentos ou mesmo comportamentos. Briñol et al (2004) argumentam ainda que desde sua aparição como objeto de estudos na Psicologia Social, no início do século passado, têm sido propostas diferentes definições de atitude, de maior e menor complexidade. E que na atualidade, a maioria dos estudiosos do tema estaria de acordo em conceituar as atitudes da

seguinte forma: “Avaliações globais e relativamente estáveis que as pessoas têm sobre outras pessoas, idéias ou coisas que, tecnicamente, recebem a denominação de *objetos de atitude*” (BRIÑOL et al, 2007, p.459). Desta forma, o estudo da percepção está diretamente ligado ao estudo das atitudes, pois as mesmas variam de acordo com a impressão que se tem de alguém ou algum objeto, considerando o Turismo uma atividade que envolve pessoas, tema central da Psicologia Social.

Rodrigues (1999) relata que Allport, importante psicólogo social, registrou em 1935 mais de 100 definições para atitude. Frente a esse conjunto de conceitos é preciso estabelecer uma posição e adotar uma posição para este estudo. Neste sentido, atitude tida como construto para estudar os impactos do Turismo numa comunidade, será definida “a partir da idéia de que se trata de uma disposição afetiva, favorável (positiva) ou desfavorável (negativa), a um objeto social” (Krüger, 1986, p.34). Isso porque o posicionamento dos residentes de Laguna/SC seguirá uma escala que irá oscilar entre uma disposição favorável e positiva a uma posição desfavorável ou negativa frente aos impactos do Turismo. Neste sentido, Krüger (1986, p.31) afirma que o tópico atitude é um dos mais persistentes nas pesquisas de Psicologia Social e explica o acentuado desenvolvimento teórico e técnico do tema quando comparado a outros submetidos pela investigação psicossociológica.

Na literatura acerca do Turismo há certa confusão conceitual entre atitude, percepção, opinião e outros termos similares que se utilizam muitas vezes de forma equivalentes (Williams y Lawson, 2001). “Em numerosas ocasiones se utiliza el concepto de actitud de forma “coloquial”, sin tener en cuenta que dicho concepto presenta un carácter evaluativo del que carecen otros términos similares y tiene un significado preciso y una larga tradición de investigación dentro de la Psicología Social”⁷ (Molero e Cuadrado, 2006, p.408).

Para Molero e Cuadrado (2006), os objetos de atitude podem ser gerais (por exemplo, quando se referem às ideologias ou aos grandes temas sociais), ou específicos (por exemplo, a atitude a respeito de determinada pessoa ou de um determinado produto). O estudo das atitudes sobre o Turismo é importante por duas razões: primeiro por cruzar com uma importante tradição de investigação dentro da Psicologia Social e, em segundo lugar, porque as atitudes guiam a conduta tanto do

⁷ Em numerosas ocasiões se utiliza o conceito *atitude* de forma coloquial, sem considerar que o mesmo apresenta um caráter avaliativo de que carecem outros termos similares e que tem um significado preciso e uma larga tradição de investigação dentro da Psicologia Social.

turista como das comunidades visitadas. Assim, por exemplo, quando uma pessoa mantém uma atitude positiva a respeito de outra, é provável que se relacione bem com ela.

Esta es una de las principales razones por las que el estudio de las actitudes (y su posible cambio) constituye una de las principales áreas de investigación dentro de la psicología social. Em relación con el turismo, desde el punto de vista del residente se puede afirmar con bastante probabilidad que si una persona mantiene una actitud positiva hacia el turismo y los turistas, se va a relacionar con ellos de forma positiva y va a apoyar el desarrollo de la actividad turística. Asimismo, desde el punto de vista del turista, la actitud hacia un determinado destino constituirá un factor muy importante a la hora de elegirlo (MOLERO e CUADRADO, 2006, p.409)⁸.

Do mesmo modo, se mantém uma atitude positiva sobre determinado produto, é muito provável que opte por consumi-lo. Conforme Briñol et al (2007, p.458), o estudo das atitudes é muito relevante para a compreensão da conduta social humana, pelas razões que seguem:

- a) as atitudes são relevantes na hora de adquirir novos conhecimentos, já que as pessoas assimilam e relacionam as informações que recebem do mundo com dimensões avaliativas;
- b) as atitudes desempenham uma série de funções imprescindíveis na hora de buscar, processar e responder, não só informações sobre o entorno, mas também as relacionadas com um único objeto;
- c) as atitudes guardam uma estreita relação com nossa conduta e, para tanto, o maior e melhor conhecimento das atitudes permitirá realizar medições mais exatas sobre a conduta social humana e sobre suas trocas. É dizer que as atitudes influenciam sobre a forma de pensar e de atuar das pessoas;
- d) as atitudes permitem conectar o contexto social em que vivemos com a conduta individual ou, dito de outro modo, nossas atitudes refletem a interiorização dos valores, normas e preferências que regem os grupos e organizações a que pertencemos. Diferentes grupos sociais podem ser distintos entre si pelas atitudes diferenciadas em relação a determinadas questões ou assuntos compartilhados por indivíduos que os formam;

⁸ Esta é uma das principais razões pelas quais o estudo das atitudes (e sua possível mudança) constitui uma das principais áreas de investigação dentro da Psicologia Social. Em relação com o Turismo, desde o ponto de vista do residente pode se afirmar com bastante probabilidade que se uma pessoa mantém uma atitude positiva para com o Turismo e turistas, vai se relacionar com eles de forma positiva e vai apoiar o desenvolvimento da atividade turística. Também, desde o ponto de vista do turista, a atitude a um determinado destino constituirá um fator muito importante na hora de escolhê-lo.

e) as trocas de atitudes das pessoas podem mudar o contexto. Se as atitudes de um grande número de pessoas se alteram, possivelmente as normas sociais podem também se alterar. Por isso, o estudo de como se adquirem e modificam as atitudes é essencial para compreender as bases de possíveis trocas mais amplas;

f) a pesquisa sobre as atitudes permite conectar áreas de investigação em geral dispersas. Por exemplo, o estudo da auto-estima pode definir-se como o estudo das atitudes que as pessoas têm em relação a si mesmas.

As pessoas possuem atitudes frente a maioria de estímulos que as rodeiam, inclusive para aqueles objetos sobre os quais não se tenham conhecimento ou experiência. Dentre os processos através dos quais se formam, as atitudes se organizam em torno de três componentes, denominados em função do tipo de informação que contém: *componente cognitivo*; *componente comportamental* e *componente afetivo*.

O componente cognitivo indica que as atitudes estão diretamente relacionadas com os pensamentos e crenças que as pessoas desenvolvem sobre um objeto de atitude, vinculados a elas. Assim, baseiam seus juízos sobre o que gostam ou com o que estão de acordo, em função do que pensam acerca das qualidades positivas ou negativas associadas ao objeto de atitude. Para que haja uma atitude em relação a um objeto é necessária a anterior representação cognitiva deste objeto, assim como para que haja uma carga afetiva pró ou contra um objeto social definido, faz-se necessário que se tenha alguma representação cognitiva deste mesmo objeto. As crenças e demais componentes cognitivos (conhecimento, maneira de encarar o objeto, etc.) relativos ao objeto de uma atitude constituem o comportamento cognitivo da atitude (Rodrigues, 1999).

O componente afetivo é um processo de influência nas valorizações desenvolvidas a respeito de um objeto. Através das experiências, associam-se determinadas emoções a pessoas, objetos ou situações, relativamente a margem das crenças presentes sobre o objeto valorizado (Briñol et al, 2004).

Quanto ao componente comportamental, “os psicólogos sociais tem se interessado durante décadas pela forma em que o próprio comportamento pode servir de base para desenvolver nossas valorizações sobre diferentes objetos de atitude” (BRIÑOL et al, 2007, p.468). Isso quereria dizer que as condutas em relação a ditos objetos podem proporcionar informações relevantes para construção de atitudes. Neste sentido, Rodrigues (1999, p.347) sustenta que a posição geralmente

aceita pelos psicólogos sociais é de que as atitudes possuem um componente ativo, instigador de comportamentos coerentes com as cognições e os afetos relativos aos objetos atitudinais. As atitudes sociais contêm em si um elemento cognitivo (o objeto tal como conhecido), um elemento afetivo (o objeto como alvo de sentimento pró ou contra), e um elemento comportamental (a combinação de cognição e afeto como instigadora de comportamentos, dadas determinadas situações).

O que é necessário que se entenda é que as atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem, e como elas gostariam de se comportar em relação a um objeto atitudinal. O comportamento não é apenas determinado pelo que as pessoas gostariam de fazer, mas também pelo que elas pensam que devem fazer, isto é, normas sociais, pelo que elas geralmente têm feito, isto é, hábitos, e pelas conseqüências esperadas de seu comportamento (RODRIGUES, 1999, p.349).

O fato de possuímos atitudes em relação a certos objetos sociais e a certas situações nas quais eles estão imersos explica certas inconsistências aparentes entre atitude e comportamento. Uma pessoa pode, por exemplo, ter uma atitude fortemente negativa contra franceses, mas tratar cordialmente um grupo de franceses que lhe é apresentado numa recepção para a qual foi convidado juntamente com o grupo de franceses. Sua atitude em relação à propriedade de seu comportamento numa reunião social prevalece sobre a sua eventual animosidade contra franceses.

Para alguns autores, o componente afetivo, definido como sentimento pró ou contra um determinado objeto social seria o único componente característico das atitudes sociais, e as crenças e comportamentos associados a uma atitude seriam apenas elementos pelos quais se poderia medir a atitude, não sendo, porém, parte integrante dela (Rodrigues, 1999). Esses autores defenderiam que os componentes cognitivos e comportamentais não são característicos das atitudes e sim o componente afetivo. “Existem vários modelos teóricos que especificam a relação de algumas crenças com as atitudes, e em última instância com a conduta. Entre elas figuram a *Teoria da ação razonada* (Fishbein y Ajzen, 1975) e a *Teoria da ação planejada* (Ajzen, 1980), ampliação do primeiro modelo” (BRIÑOL et al, 2007, p.463). A teoria da ação *razonada* se baseia no modelo conhecido como expectativa – valor e parte da premissa de que as atitudes estão determinadas pelas crenças que as pessoas têm acerca do objeto atitudinal. Em síntese, as pessoas possuem uma variedade de crenças associadas com a atitude, crenças que vão desde estimativas

da probabilidade e desejabilidade das condutas associadas com o objeto de atitude até as expectativas em relação com o que seria desejável para os demais. Ainda sobre esse enfoque, Páez et al (2004) explica:

Según Fishbein y Ajzen (1975; Ajzen y Fishbein, 1980), los tres componentes del modelo tridimensional son entidades separadas, que pueden estar relacionadas o no según el objeto em cuestión. La actitud se define como una predisposición aprendida a responder de forma consistente de una manera favorable o desfavorable com respecto al objeto determinado. Por ello, los defensores del modelo unidimensional distinguen el concepto de actitud del de creencia y del de intención conductual. La creencia se refiriría a las opiniones acerca del objeto de actitud. Las actitudes serían las evaluaciones afectivas efectuadas respecto al objeto. Las intenciones conductuales se refirirían a la predisposición para realizar una cierta conducta com relación al objeto (PÁEZ et al, 2004, p.308)⁹.

Para os defensores do modelo tridimensional as atitudes seriam compostas pelos três componentes já destacados: o cognitivo, o afetivo e o comportamental. E para os defensores do modelo unidimensional, os três componentes não estariam relacionados entre si na formação das atitudes.

Neste contexto, Molero e Cuadrado (2006) explicam que o conceito de atitude desde o modelo de expectativa-valor, formulada por Fishbein em 1967, se sustenta a partir de que a atitude frente a um determinado objeto está formada pela soma das crenças de um dito objeto multiplicadas pela valorização positiva ou negativa que se tem de cada uma delas: “Desenvolvimentos posteriores deste modelo tem dado lugar a teoria da *ação razonada* (Fishbein y Ajzen, 1975) e a teoria da ação planejada (Ajzen, 1980), muito utilizadas nos últimos anos para tratar de prever a conduta das pessoas em diversos âmbitos” (MOLERO e CUADRADO, 2006, p.411). Dada a validade desses modelos, Molero e Cuadrado (2006) colocam que, aplicando o modelo de expectativa – valor ao âmbito turístico se observaria, por exemplo, que se um residente percebe que o Turismo gerará emprego (por exemplo 5, em uma escala de 1 a 5) e valoriza este resultado positivamente (+2, em uma escala de -2 a +2) terá uma

⁹ Segundo Fishbein y Ajzen (1975; Ajzen y Fishbein, 1980), os três componentes do modelo tridimensional são entidades separadas, que podem estar relacionadas ou não segundo o objeto em questão. A atitude se define como uma predisposição aprendida a responder de forma consistente de uma maneira favorável ou desfavorável a respeito do objeto determinado. Por isso, os defensores do modelo unidimensional distinguem o conceito de atitude do de crença e do de intenção comportamental. A crença se referiria às opiniões a respeito do objeto de atitude. As atitudes seriam as avaliações afetivas efetuadas a respeito do objeto. As intenções comportamentais fariam referência a predisposição para realizar certa conduta em relação ao objeto.

atitude muito positiva para esse aspecto do Turismo (+10). Não obstante, o residente pode crer também que o Turismo gerará problemas de tráfego com bastante probabilidade (4) e valorizar este fato de forma negativa (-2). A atitude final para o Turismo será o resultado da soma das diferentes crenças multiplicadas por sua correspondente valorização. Em conseqüência, e a partir das duas crenças utilizadas no exemplo, a atitude a respeito do Turismo pelo residente seria positiva ($10 - 8 = +2$).

Rodrigues (1999) relata que os valores atribuídos a determinados objetos ou pessoas

(...) são categorias gerais dotadas também de componentes cognitivos, afetivos e predisponentes de comportamento, diferindo das atitudes por sua generalidade. A característica de generalidade dos valores e de especificidade das atitudes faz com que uma mesma atitude possa derivar de dois valores distintos. Assim, por exemplo, uma pessoa pode ter uma atitude favorável a dar esmola a um pobre por valorizar a caridade, e outra por valorizar o desejo de mostrar-se poderoso e superior (RODRIGUES, 1999, p.354).

A partir das considerações anteriores, Molero e Cuadrado (2006) elaboraram um instrumento a fim de medir as atitudes a respeito do Turismo desde o modelo da expectativa-valor.

Entende-se que medir as crenças, quer dizer, o componente cognitivo da atitude, não é suficiente para conhecer o que os residentes “sentem” acerca do turismo. Pode-se alegar que toda crença leva implícita uma valorização, porém isto não é sempre assim. Por exemplo, dois residentes podem acreditar com a mesma intensidade que o turismo é importante em sua zona, e cada um deles pode valorizar este fato de maneira diferente. Em conseqüência, desde a perspectiva da expectativa-valor, a atitude derivada desta crença seria diferente nos dois casos. Por outra parte, se supõe que existem múltiplas crenças possíveis acerca do turismo. Deste modo, a atitude final ou global a respeito do turismo estará composta pela soma da intensidade das crenças a respeito do turismo que tenha uma determinada pessoa multiplicada pela valorização que haja de ditas crenças (MOLERO e CUADRADO, 2006, p. 411).

Neste sentido, na investigação proposta por Molero e Cuadrado (2006), a atitude final pode ter sinal positivo ou negativo em função do peso e sinal diferente das atitudes para os diversos aspectos do Turismo.

Cabe ressaltar ainda que as atitudes são aprendidas e Rodrigues (1999) explica que uma criança, por exemplo, que é reforçada por se mostrar favorável a um objeto e punida quando indica sentimento desfavorável a outro, tenderá a

desenvolver uma atitude favorável ao primeiro e desfavorável ao segundo e que as atitudes servem para ajudar a lidar com o ambiente social e algumas funções das atitudes são apresentadas como: a) permitir a obtenção de recompensas e evitar castigos; b) proteger nossa auto-estima e evitar ansiedade e conflitos; c) ajudar a ordenar e assimilar a informações complexas; d) refletir convicções e valores; e e) estabelecer a identidade social. Assim como são aprendidas e apesar de serem relativamente estáveis, as atitudes são passíveis de mudança.

Rádio e televisão passaram a ser os principais meios de divulgação e penetração, veiculando notícias e idéias capazes de provocar mudança de atitude. Como visto anteriormente, os componentes cognitivo, afetivo e comportamental que integram as atitudes sociais influenciam-se mutuamente em direção a um estado de harmonia (RODRIGUES, 1999, p.377).

Para Rodrigues, qualquer mudança num desses três componentes é capaz de modificar os outros, uma vez que todo sistema é acionado quando um de seus componentes é alterado, tal como num campo de forças eletromagnético. Conseqüentemente, uma informação nova, uma nova experiência ou um novo comportamento emitido em cumprimento a normas sociais, ou outro tipo de agente capaz de prescrever comportamento, pode criar um estado de inconsistência entre os três componentes atitudinais de forma a resultar numa mudança de atitude. Por isso, é importante conhecer a atitude dos residentes de Laguna/SC sobre o Turismo, pois aqueles impactos que são avaliados negativamente podem ser trabalhados em favor da população e, conseqüentemente, modificar a atitude dos moradores a favor do desenvolvimento turístico.

Em função do exposto, este trabalho utilizará o instrumento proposto por Modero e Cuadrado (2006), a fim de chegar ao resultado sobre as atitudes da comunidade de Laguna/SC acerca dos impactos do Turismo. O instrumento foi elaborado, testado e validado pelos autores e o próximo capítulo irá demonstrar o caminho metodológico percorrido para a obtenção dos dados, informações e resultados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Como já destacado, o apoio da comunidade local no desenvolvimento turístico têm sido reconhecido e, por isso, tornou-se um importante campo de investigação. As investigações sobre as reações dos residentes relataram que alguns fatores influenciam na percepção e atitude frente aos impactos do Turismo e no apoio das comunidades locais ao seu desenvolvimento (GURSOY Y RUTHERFORD, 2004). Quando o Turismo é considerado como um rendimento financeiro essencial em uma escala local ou nacional, há um consenso na literatura sobre a sustentação positiva das comunidades anfitriãs para que o seu desenvolvimento seja bem sucedido. Porém, a continuidade desta sustentação é necessária também após os estágios iniciais do desenvolvimento.

Em Laguna o Turismo continua se desenvolvendo e neste sentido a presente pesquisa mostra-se importante para que as informações coletadas possam contribuir para que o principal objetivo proposto na investigação, que foi o de conhecer e avaliar as atitudes dos residentes de Laguna-SC, com vistas a fornecer subsídios para atividades de planejamento turístico naquela localidade, fosse alcançado.

Os objetivos específicos que propunham: formular quadro teórico referencial para análise da atitude da comunidade, resgatando na literatura disponível conceitos adotados sobre impactos positivos e negativos do Turismo; resgatar na bibliografia especializada, com fins de conceituação e técnicas de avaliação e análise, a questão dos impactos ocasionados pela presença de turistas em localidades receptoras; construir teoricamente o conceito de atitude e sua relação com o Turismo e identificar percepção e disposições afetivas favoráveis/positivas ou desfavoráveis/negativas dos residentes de Laguna – SC em relação aos impactos do Turismo, também foram executados.

Tais objetivos tinham como grande questão avaliar se a atitude dos residentes de Laguna/SC frente aos impactos do Turismo era positiva ou negativa, buscando responder: Com o desenvolvimento do Turismo em Laguna (SC), qual a atitude dos residentes frente aos impactos da atividade nos oito fatores propostos por Modero e Cuadrado?

Para responder a questão proposta, a pesquisa desenvolvida adotou o tipo de delineamento chamado *ex post facto*, também identificado como pesquisa não-experimental, por estudar situações e fatos já estabelecidos. Gil (1999) é de opinião

que nem sempre na pesquisa social se pode manter o pleno controle dos estímulos experimentais. Afirma que em muitos casos, a distribuição aleatória dos participantes da pesquisa e o controle de laboratório são totalmente inviáveis. Este autor afirma ainda que na pesquisa *ex post facto* a manipulação da variável independente é impossível, já que ela chega ao pesquisador já tendo exercido os seus efeitos. Também não é possível designar aleatoriamente sujeitos e tratamentos a grupos experimentais. Esse tipo de pesquisa lida com variáveis que por sua natureza não são manipuláveis. No caso da presente investigação, como faz tempo que o fenômeno turístico é presente na cidade de Laguna/SC, lugar de realização do estudo, os residentes já construíram atitudes favorável/positiva ou desfavorável/negativa sobre os impactos que o Turismo causou ou causa ao desenvolvimento da cidade e no dia a dia das pessoas.

O método adotado caracteriza-se como estudo descritivo. A pesquisa descritiva procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre as variáveis, utilizando técnicas ou instrumentos padronizados de coleta de dados. Gil (1999, p.44) afirma que a pesquisa descritiva “tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. É nesta perspectiva que o estudo foi realizado, tendo como variáveis independentes as que foram utilizadas por Molero e Cuadrado (2006). São elas: **Fator 1**, impacto meio ambiental; **Fator 2**, impacto sobre a delinqüência; **Fator 3**, impacto sobre a vida cotidiana; **Fator 4**, importância percebida do Turismo; **Fator 5**, impacto dos serviços públicos e infra-estruturas; **Fator 6**, impacto intercultural; **Fator 7**, impacto sobre o emprego; e **Fator 8**, impacto sobre os valores. Entre as variáveis de controle estão: idade, sexo, tempo de residência no lugar do estudo, trabalha ou não, lugar de residência (os bairros escolhidos para aplicação do instrumento), escolaridade e dependência econômica do residente em relação ao Turismo.

Para Gil (1999) muitos estudos podem ser classificados como descritivos e uma das características mais significativas nestes casos está na utilização de técnicas padronizadas na coleta de dados. Os estudos descritivos na forma de pensar de Gil é levantar opiniões, atitudes e crenças de uma população. Neste estudo o foco é a atitude dos residentes de Laguna/SC sobre os impactos do Turismo na localidade.

Devido a abordagem, o estudo desenhou-se de corte quanti-qualitativo. O

modelo quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de dados, quanto no tratamento deles por meio de técnicas estatísticas, que podem ir desde as mais simples às mais complexas. (Gil, 1999; Rischardson, 1999). Neste estudo o instrumento principal apresenta um viés quantitativo.

Já a abordagem qualitativa se justificou por ser a forma adequada para entender um fenômeno social e pode estar presente até mesmo nas informações colhidas por estudos essencialmente quantitativos. No estudo em questão, utilizaram-se notas de campo por ocasião das entrevistas, para melhor interpretar o fenômeno. Por exemplo, uma modalidade de transformar dados qualitativos em elementos quantificáveis é constantemente empregada por pesquisadores e consiste em utilizar como parâmetros o emprego de critérios, categorias, escalas de atitudes ou, ainda, identificar com que intensidade, ou grau, um conceito, uma atitude, uma opinião se manifesta (Richardson,1999). A integração da pesquisa quantitativa/qualitativa permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança de que seus dados não são produto de um procedimento específico ou de alguma situação particular. O uso integrado dos métodos quantitativos e qualitativos deixam de ser percebidos como opostos para serem vistos como complementares. (Goldenberg, 1999).

Ainda sob o enfoque metodológico, Laplantine (1999) descreve que no campo tudo deve ser observado, anotado, vivido, mesmo que não diga respeito diretamente ao assunto que pretendemos estudar. Neste sentido, para melhor coleta dos dados, foram utilizadas *notas de campo*, a fim de registrar opiniões e comentários voluntários por ocasião das entrevistas. Por exemplo, quando alguma pergunta era enfatizada pelo entrevistado após o mesmo expressar sua escolha: concordo plenamente, concordo, nem concordo/nem discordo, discordo, discordo plenamente, era anotado os comentários complementares a escolha elegida pelo entrevistado.

3.1 Instrumentos de coleta de dados e de informações

A presente investigação utilizou como instrumentos de coleta de dados e de informações a entrevista estruturada, as notas de campo e o questionário.

A entrevista estruturada se desenvolve a partir de uma relação fixa de perguntas, cuja ordem permanece invariável para todos os entrevistados. Por

possibilitar o tratamento quantitativo dos dados recolhidos, este tipo de entrevista torna-se adequado nos levantamentos sociais e apresenta algumas vantagens como a sua rapidez no tratamento dos dados, o fato de não exigirem exaustiva preparação dos pesquisadores e a facilidade de análise estatística dos resultados, já que as respostas obtidas são padronizadas (Gil,1999). Por ocasião da realização das entrevistas, utilizaram-se notas de campo, cuja finalidade foi fazer anotações sobre outros aspectos relevantes ditos pelos entrevistados. Foram anotadas em um caderno de campo frases e informações consideradas importantes que posteriormente foram utilizadas para ajudar na elucidação do problema de pesquisa e nos resultados apresentados por parte do instrumento quantitativo. Os comentários feitos voluntariamente pelos entrevistados de que possíveis impactos na localidade estavam presentes era anotado pela pesquisadora.

Com o objetivo de colher dados de um número maior de residentes e a impossibilidade de tempo de entrevistar um grande número de pessoas, fez com que fosse tomada a decisão de utilizar a entrevista como questionário. O mesmo instrumento que serviu de roteiro para realização das entrevistas, foi entregue para outras pessoas responderem. Isto significa que o respondente no momento de emitir sua opinião não foi entrevistado, apenas respondeu o instrumento que lhe foi solicitado. Segundo Gil (1999), o questionário é uma técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, expectativas, entre outros. No presente estudo, o questionário serviu para obter a opinião e as crenças dos residentes de Laguna, para conhecer suas atitudes em relação aos efeitos do Turismo.

3.2 Instrumento

O instrumento de coleta de dados utilizado no estudo foi o proposto por Molero e Quadrado (2006), que é composto por 43 itens sobre o Turismo e consiste em medir a atitude dos respondentes. Os participantes deveriam indicar até que ponto estavam de acordo com uma série de afirmações sobre diferentes aspectos do fenômeno turístico. A escala utilizada para a obtenção das afirmações foi a de Likert. A maioria das escalas utilizadas em pesquisas das ciências sociais segue o modelo proposto por Renis Likert, em 1932, hoje denominado de escalas tipo Likert. Este

tipo de escala mensura atitudes e compreende uma série de afirmações relacionadas com o objeto pesquisado. O método Likert começa com a coleta de uma quantidade importante de itens que indicam atitudes negativas e positivas sobre um objeto, instituição ou tipos de pessoas. Quando se utiliza a escala de Likert os sujeitos escolhem cada item em uma das categorias seguintes: Concordo plenamente, Concordo, Nem concordo/Nem discordo, Discordo, Discordo plenamente. Estas escalas também podem ser denominadas como: Muito Negativo, Negativo, Nem positivo/nem negativo, Positivo, Muito Positivo (SELLTIZ et al, 1987; Richardson, 1999).

O instrumento proposto por Molero e Cuadrado (2006) mede a atitude sobre os impactos do Turismo através de oito fatores relativamente independentes. Tais fatores da atitude são: o impacto ambiental, o impacto da delinquência, o impacto sobre a vida cotidiana, a importância percebida do Turismo, o impacto sobre os serviços públicos, o impacto intercultural, o impacto sobre o emprego e o impacto sobre os valores. Os fatores ou componentes da escala de resposta oscila de 1= Discordo plenamente a 5= Concordo plenamente, medindo desta forma as diferentes crenças. Posteriormente os sujeitos deveriam valorizar também até que ponto o conteúdo de cada uma das crenças era positiva ou negativa para eles, em uma escala de resposta que oscila de -2 = muito negativo a 2 = muito positivo. Portanto, utilizando-se este instrumento, a atitude sobre um aspecto concreto do Turismo será produto da força com que se mantém a crença multiplicada pela valorização que se tem dela. Por parte, a atitude final ou global sobre o Turismo estará constituída pela soma de todas as atitudes parciais.

3.3 Amostra por cotas

No estudo utilizou uma amostra por cotas que “de todos os procedimentos de amostragem definidos como não probabilísticos este é o que apresenta mais rigor” (GIL, 1999, p. 104). De modo geral há situações em que este procedimento é o mais adequado, particularmente naqueles em que se tem interesse na comparação de variáveis e quando não se pretende fazer generalizações com o universo pesquisado, conforme explica Gil.

No caso de Laguna, a amostra foi dividida em três bairros diferentes, fundamentalmente para aquilatar a atitude dos moradores em cada bairro. Foram

eles: Moradores do Centro, do Mar Grosso e Magalhães (FIGURA 2). A escolha dos bairros se justifica pelos seguintes argumentos. No **Centro** da cidade de Laguna se encontra o patrimônio arquitetônico cultural da cidade e é o lugar que recebeu parte da demanda turística no verão, em função dos atrativos culturais (13,96%) conforme dados da SANTUR (2007). O **Mar Grosso** consiste no principal espaço de lazer, com as melhores infra estruturas da cidade e onde acontecem as festividades de carnaval (LUCENA, 1998). Neste lugar houve aumento de investimentos e melhoria das infra-estruturas por parte do poder público municipal e entidades privadas do município e região. No bairro **Magalhães** que embora não receba fluxos de turistas, é o bairro intermediário entre os dois outros bairros selecionados e com grande fluxo turístico. No caso do bairro Magalhães, a intenção foi para aferir a atitude dos moradores decorrentes dos impactos turísticos já ocorridos em Laguna. A intenção foi verificar a influência sofrida pela proximidade aos dois outros bairros selecionados e de grande fluxo de turistas na cidade.

Em relação ao Turismo, pesquisadores mencionam que, em geral, as atitudes tendem a ser mais positivas, quanto menor a distância entre o morador do local com o centro turístico. (Brunt e Courtney, 1999; Gursoy e Rutherford, 2004; Molero e Quadrado, 2006). Neste estudo, os bairros mais afastados do centro turístico não foram pesquisados, tomando-se por referência estes aportes.

O tamanho da amostra para estimativa de proporção de uma população de 50.179 habitantes (IBGE, 2007), é de 385 pessoas, com uma margem de erro de 5% nos resultados e intervalo de confiança de 95% (TRIOLA, 2005). Tomando-se como referência tais aportes, a amostra ficou constituída de 390 pessoas numa proporção de 130 questionários para cada bairro.



Figura 1: Mapa de localização dos bairros de Laguna.
 Fonte: www.maps.google.com.br

3.4 Fidedignidade e validade do instrumento

Após detectar na literatura a ausência de um instrumento para medir as atitudes a respeito do turismo de uma maneira válida e confiável, Molero e Cuadrado (2006) elaboraram um instrumento para medir as atitudes a respeito do Turismo partindo do modelo de expectativa-valor, já descrita no capítulo anterior. O instrumento foi elaborado em um primeiro momento com 111 itens que tratavam de aspectos do fenômeno turístico. Após uma primeira seleção, os itens foram reduzidos para 90. O instrumento inicial de crenças sobre o Turismo foi aplicado a uma amostra de 535 pessoas, em sua maioria estudantes de Psicologia e residentes em cinco localidades com diferente grau de desenvolvimento turístico (Almería, Cáceres, Granada, Jeán e Málaga), na Espanha. Após a aplicação, foi realizada uma análise fatorial exploratória que demonstrou que as crenças sobre o Turismo poderiam ser agrupadas em 8 fatores, que são: Impacto Ambiental, Importância percebida do turismo, Impacto sobre a delinqüência, Impacto sobre o emprego, Impacto sobre a vida cotidiana, Impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, Impacto Intercultural e Impacto sobre os valores.

Selecionando os itens mais representativos de cada fator, foi elaborado o

instrumento composto por 43 itens e utilizado para levar a frente a investigação. Após este processo, o instrumento foi aplicado a uma amostra formada por 960 estudantes universitários. Os participantes (estudantes universitários) procediam de 13 lugares diferentes com diferente tipo de Turismo e responderam ao instrumento durante as aulas como parte de um exercício prático. Em seguida, em primeiro lugar foi realizada a análise fatorial através do programa Lisrel 8 e os resultados indicaram bom ajuste dos dados das oito dimensões teóricas propostas baseadas no estudo piloto.

3.5 Aplicação do instrumento

Como o instrumento já tinha sido validado por Molero e Cuadrado (2006), não foi necessário a realização do teste piloto para sua validação. Todavia, a pesquisadora antes de iniciar a coleta de dados, realizou um exercício de aplicação do instrumento como entrevista e questionário com o objetivo de ter uma melhor familiarização e entendimento do instrumento. Devido ao número significativo de itens constantes no instrumento, a pesquisadora entrevistou e aplicou o instrumento como questionário a um total de 17 pessoas. A experiência se mostrou produtiva, uma vez que permitiu melhor familiarização com instrumento de coleta de dados/informações. Também houve a aplicação do instrumento, conforme relatado no capítulo 2, nos Caminhos de Pedra (Bento Gonçalves/RS) e em Bento Gonçalves. Nos dois estudos houve a participação de estudantes universitários na coleta de informações. As informações obtidas foram importantes, pois possibilitaram o início da montagem de planilhas para o tratamento de dados por meio do programa SPSS 16.00 e o entendimento do programa pela pesquisadora.

O instrumento original estava escrito em espanhol (ANEXO A) e, por solicitação quando da Banca de Qualificação do Curso de Mestrado de Turismo da UCS/RS, o mesmo foi traduzido por um profissional especializado do Programa de Línguas Estrangeiras (PLE) da mesma Universidade, para que não houvesse distorção na interpretação e sentido das questões (APÊNDICE A).

Logo após os procedimentos descritos, os instrumentos foram impressos e numerados da seguinte forma: 1 à 130: Mar Grosso; 131 à 260: Magalhães; 261 à 390: Centro; 391 à 415: Mar Grosso; 416 à 440: Magalhães e 441 à 465: Centro. Os instrumentos numerados a partir do número 390, também foram entregues, pois se

algumas pessoas ainda não houvessem respondido, novas buscas pelo instrumento aconteciam somente mais duas vezes e novos instrumentos eram entregues a outras pessoas para garantir a coleta dos 130 em cada bairro. Assim que esse número era atingido, partia-se para outro bairro.

O instrumento foi aplicado nos Bairros Centro, Mar Grosso e Magalhães da cidade de Laguna/SC, no período de 29 de maio de 2008 a 21 de junho de 2008, pessoalmente pela pesquisadora. Nesse período a pesquisadora instalou-se na cidade, no bairro do Mar Grosso, onde iniciou a coleta de dados. A princípio a proposta era selecionar e treinar algumas pessoas para auxiliar na aplicação, mas pelos custos, extensão do instrumento e pelo tempo que a pesquisadora ainda tinha disponível para realizar a pesquisa e estar em contato com a experiência prática, assim como a preocupação e responsabilidade pela pesquisa, optou por realizar sozinha a coleta de dados e informações do estudo.

Primeiramente, houve a familiarização com os locais, em caminhadas pelas ruas dos bairros selecionados. No bairro do Mar Grosso, iniciou-se o contato com as pessoas e começou-se a aplicar as primeiras entrevistas, geralmente verificando as residências com fácil acesso e que fosse possível a comunicação pesquisador e residente. Ao todo, foram 71 pessoas entrevistadas, sendo 31 no Mar Grosso, 22 no Magalhães e 18 no Centro.

Cabe destacar que foram muitas as pessoas que não aceitaram serem entrevistadas, outras preferiram responder o instrumento em suas casas e depois devolvê-lo a pesquisadora, que os buscava no endereço que foram entregue. A princípio as pessoas achavam o instrumento muito extenso, mas quando entregavam, geralmente diziam que havia sido fácil de respondê-lo, pois deviam apenas assinalar sua escolha, a cada item. Pessoas que ficavam com algumas dúvidas costumavam fazer perguntas no momento em que o instrumento era recolhido e então as questões eram esclarecidas e o mesmo era totalmente preenchido.

3.6 Procedimentos e análise dos resultados.

No proceder da análise, utilizou-se a estatística descritiva para o tratamento dos dados, com suporte operacional do *software SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Science)*. O primeiro passo foi a análise descritiva das variáveis sobre os

diferentes impactos do Turismo. As variáveis independentes foram agrupadas nos oito fatores propostos por Molero e Cuadrado (2006) e cruzadas com as variáveis de controle para análise da atitude dos residentes de Laguna/SC.

3.7 O município de Laguna/SC

A cidade de Laguna, em termos de ocupação territorial, fundação e raízes históricas, foi resultado da política expansionista portuguesa no sul do Brasil. Fundada em 1676, constituiu em núcleo de povoamento vicentino para oferecer apoio e munição na expansão rumo ao estuário do rio da Prata. Fundada no século XVII, O início de sua vida urbana se deu apenas a partir da colonização açoriana no século XVIII (PEREIRA, 2003).

Laguna era considerada como ponto estratégico durante a primeira fase de povoamento português (Figura 1), já que sua localização era o último ancoradouro seguro para as tropas que seguiam para o sul (LUCENA, 1998). A cidade consistiu em importante núcleo comercial portuário e, historicamente, foi o ponto extremo sul da linha que demarcou o domínio colonial português pelo Tratado de Tordesilhas. Tratado que foi o ponto de referência no acordo que dividiu as terras brasileiras entre Espanha e Portugal (LUCENA, 1998; PEREIRA, 2003).



Figura 2: Linha do Tratado de Tordesilhas; Localização de Laguna.
Fonte: www.globe.maps.com.br

A posição geográfica privilegiada fez com que Laguna fosse ainda rota do tropeirismo¹⁰, que através do cavalo e da mula, foi a energia que moveu o sistema de transporte de tração por mais de dois séculos, em toda região montanhosa do Brasil. O ciclo do ouro, do algodão e do café aconteceram tangidos pelos tropeiros e em lombo de mulas. O tropeirismo abriu as trilhas e picadas por onde mais tarde a carreta, a carroça e o caminhão mantiveram e mantém o transporte de produção, a distribuição e o abastecimento de todas as necessidades (RODERJAN, 1995). “O tropeirismo foi quem manteve unido o Estado do Rio Grande do Sul com o Brasil” (RODERJAN, 1995, p.84). As cidades litorâneas catarinenses, principalmente Laguna, tiveram uma relação muito importante com o Ciclo do Tropeirismo.

Outro episódio a destacar na história local, por sua posterior apropriação pelo Turismo, foi a história romântica entre Giuseppe e Anita Garibaldi. Durante a Revolução Farroupilha, guerra civil que se dá no Estado vizinho do Rio Grande do Sul entre 1835 e 1845, Laguna foi envolvida no conflito separatista e proclamado, ali, a República Catarinense, que por ter se dado no mês de julho, passou a ser chamada de República Juliana (PEREIRA, 2003). Uma figura importante neste conflito foi o italiano Giuseppe Garibaldi que ao chegar em Laguna com as tropas farroupilhas, em julho de 1839, conheceu a lagunense Ana Maria de Jesus Ribeiro - Anita Garibaldi, como seria chamada posteriormente. Anita enamorou-se pelo italiano Garibaldi, partiu com ele e passou a acompanhá-lo em batalhas no Brasil, Uruguai e Itália. Casaram-se em Montevideu e tiveram quatro filhos. Anita morreu na Itália, grávida do quinto filho, com 28 anos, no dia 4 de agosto de 1849. Anita Garibaldi ficou conhecida por ser símbolo de bravura e coragem nas lutas ao lado do marido. No mês de julho, Laguna revive no cenário ao ar-livre a encenação teatral da história da Revolução Farroupilha e de amor entre Giuseppe e Anita, no espetáculo “A República em Laguna”.

A história de Laguna pode ser dividida em quatro momentos: a fundação e organização da vila; a expansão colonizadora junto ao incremento comercial-portuário; ascensão econômica e sócio-cultural e, por fim, o declínio econômico em razão da decadência da atividade portuária, seu enfraquecimento como pólo comercial e certo fracasso em sua industrialização nas décadas de 1940, 1950 e

10 Ver: SANTOS, Lucila Maria Sgarbi, VIANNA, Maria Leda Costa e BARROSO, Véra Lucia Maciel. **Bom Jesus e o tropeirismo no Brasil Meridional**. Porto Alegre: EST, 1995.

1960. O progresso econômico de Laguna como cidade portuária, comercial e também política (participando de revoluções e movimentos políticos) e social (em função do progresso material alcançado até meados do século XX) pelas festas religiosas e populares comemoradas, pela variedade de peças teatrais e musicais, bailes e até atividades esportivas como regatas e futebol que mobilizavam a população local e inclusive atraíam pessoas de outras cidades e estados. No entanto, “(...) a decadência da atividade portuária e da economia do município, aliada a uma precária estratégia política estadual e municipal na tentativa de reversão do quadro econômico que se esboçava, não conseguiram impedir seu declínio econômico” (LUCENA, 1998, p. 1).

Os espaços do Centro, constituídos historicamente e imbuídos de uma vida urbana tradicional, foram requisitados como palco das representações ideológicas (instituições da igreja e do estado, monumentos históricos, museus) e das manifestações sociais (usos cotidianos tradicionais, festas religiosas, cívicas e culturais).

A Lei do Tombamento Federal, aplicada em 1985, conseguiu preservar a paisagem construída deste bairro que já se encontrava em processo de “renovação urbana”. Ainda hoje, trava-se uma luta contínua para conciliar Preservação e Desenvolvimento, que considera não somente a preocupação com a paisagem urbana, mas também com a vida urbana desta sociedade. O Centro de Laguna sempre foi mais do que o local de concentração de funções econômicas e políticas, foi principalmente o lugar dos encontros e da sociabilidade, do lazer e de sua expressão cultural (LUCENA, 1998, p.2 - 3).

Para a autora, o processo de renovação urbana da área central conseguiu ser “freado” pelo tombamento Federal, enquanto a área balneária do Mar Grosso sofria um processo contrário, vindo a constituir-se um bairro “nobre” da cidade recebendo incentivos da prefeitura que planejava a valorização e o desenvolvimento do Turismo nesta área. A exploração imobiliária do Mar Grosso e os incentivos da prefeitura conseguiram “realmente promover a valorização do solo e atrair para este novo bairro atividades e serviços (restaurantes, hotéis, bares, boates, shows e festas de carnaval), ligados ao principal atrativo do bairro: a praia – o maior e principal espaço público da cidade” (LUCENA, 1998, p. 55-56).

Quanto ao bairro Magalhães, Lucena (1998) descreve que a partir de 1820 uma população constituída de soldados, marinheiros e também de uma classe média, que sobrevivia do comércio e transportes, começava ocupar o espaço.

Por volta de 1880, o bairro Magalhães (antes, Praça Duque de Caxias), era ocupado por pequenos ranchos e casas de pau-a-pique, pertencentes a pescadores e marinheiros, edificados junto a praia. Gradativamente com a expansão da atividade portuária para o sul, ou seja, para a orla do Magalhães, o comércio então viria acompanhar esta tendência, surgindo novos armazéns, trapiches e melhorias de infra-estrutura, modificando aos poucos a tipologia do arrabalde que crescia. Algumas chácaras ali se instalavam, também (LUCENA, 1998, p.36-37).

Segundo Lucena (1998), o Magalhães foi o bairro que mais se expandiu espacialmente. Partindo do Centro, duas direções levam ao bairro Mar Grosso: uma pelos caminhos dos morros e outra pela rua principal do Magalhães. Então, a maior parte do fluxo de pessoas que se desloca até o Mar Grosso, passa pelo Centro e posteriormente pelo Magalhães. Partindo da praia (Mar Grosso), esse bairro pode ser percorrido em aproximadamente 15 a 20 minutos até centro histórico.

Após a década de 1970, houve a expansão da área do Mar Grosso com finalidades turísticas, fazendo com que houvesse incremento da construção civil e da prestação de serviços principalmente no verão e em atividades ligadas à hotelaria e alimentação (LUCENA, 1998). Uma das contribuições para esse desenvolvimento foi a construção e inauguração da BR-101 em 1971, rodovia federal que liga a costa brasileira no sentido norte-sul e promoveu o contato entre os municípios do litoral catarinense com os estados vizinhos, como Paraná e Rio Grande do Sul.

Com a popularização do veraneio e a dinamização das atividades turísticas, os municípios da orla catarinense passaram a conhecer ritmos diferenciados de ocupação e crescimento, o que fez com que alguns deles se tornassem muito cedo centros de atração de fluxos de veranistas e turistas. Apesar de ocupar apenas 1,12% do território brasileiro, o menor dos estados da Região Sul revela-se um dos principais pólos turísticos do Brasil, afirmando-se nacional e internacionalmente como rota de veraneio, tanto por sua geografia privilegiada quanto pela proximidade com os países do Cone Sul. Pontilhada de inúmeras praias, a zona costeira catarinense tornou-se alvo de uma crescente demanda turística sazonal. Cabe, porém, ressaltar que foram justamente os representantes da burguesia industrial os primeiros a possuir casas de veraneio em balneários próximos (PEREIRA, 2003, p. 114).

Pereira (2003) destaca que a atração pela orla marítima já iniciava durante os primeiros anos do século passado, quando famílias que residiam nas áreas coloniais localizadas próximas da faixa litorânea ficaram estimuladas a construir as primeiras residências secundárias. E na década de 1960, o fluxo de gaúchos provenientes, sobretudo de Porto Alegre, começava a chegar Às praias do sul catarinense. “Laguna guarda um patrimônio histórico e arquitetônico que, além de suas praias,

atrai um significativo fluxo turístico incrementado, sobretudo, por gaúchos” (PEREIRA, 2003, p.121).

Segundo dados da Secretária de Turismo do Estado de Santa Catarina - SANTUR (2007), no tocante aos turistas, a procedência é 93% nacional, principalmente com pessoas vindas do Rio Grande do Sul (46,56%) e dos demais municípios de Santa Catarina (30,66%). Parte desses turistas se hospeda em casa de amigo ou parente (31,13%), casa ou apartamento de aluguel (19,89%), hotel (22,46%) e casa própria (18,27%), ficando em média 11,05 dias. O gasto médio diário estimado em dólar por turistas nacionais é de US\$ 15,68 e por turistas estrangeiros, US\$ 27,64. Cerca de 65,97% da demanda turística recebida pela cidade no verão 2006/2007 deu-se pelos atrativos naturais e somente 13,96% pelos atrativos culturais.

Das vinte praias distribuídas ao longo de 40 quilômetros de orla marítima do município de Laguna, as que mais se destacam são as praias de Itapirubá, do Sol, do Frade, do Gi, dos Molhes da Barra, do Farol, do Gravatá e do Mar Grosso. A praia do Mar Grosso é uma das mais conhecidas, com 2,5 quilômetros de extensão, onde há a melhor estrutura, com bares, restaurantes, opções noturnas e hotéis.

A gastronomia de Laguna baseia-se em frutos do mar, principalmente camarões, em peixes, como a tainha e anchova, siris, mariscos e lulas que podem ser facilmente encontrados e são base para pratos como o caldo de peixe acompanhado de pirão, a maionese de camarão, camarão à parmegiana, camarão ensopado, risotos de camarão, o peixe assado na brasão, e as casquinhas de siri.¹¹

Em termos de artesanato, a renda de Bilro é uma arte popular que se mantém viva em algumas regiões há três séculos, trazida pelas famílias açorianas de pescadores. A Ponta da Barra e a Passagem da Barra, no sul da praia do Mar Grosso, são as principais localidades que ainda mantém a tradição. A Renda de Bilro é classificada como um artesanato folclórico por pertencer a uma corporação de artesãos, cuja tradição é transmitida de mãe para filha. A Renda de Bilro já foi altamente lucrativa, mas hoje representa apenas um aumento na economia do lar e os maiores compradores são turistas. Trilhos, toalhas e jogos de quarto são as peças mais procuradas. Este artesanato se constitui num entrelaçamento de fios, que compõem um desenho. Para a confecção da Renda de Bilro, não se utiliza

11 Informações obtidas pelo site da Prefeitura Municipal de Laguna. Disponível em: www.laguna.sc.gov.br. Acessado em 19 de março de 2008.

agulha, mas sim Bilros, uma espécie de pé de metal ou madeira onde se prende a linha e a técnica exige muita rapidez para ser confeccionada. Outros artesanatos também são confeccionados na cidade como: redes de pesca, tarrafas, crochê, crivo, troco, tapeçaria em teares manuais, palha, barro, bordados, cerâmica, pinturas em diversas técnicas, objetos e lembranças com uso de conchas, moluscos, esculturas e biscoito.¹²

Quanto ao Meio Ambiente, o clima de Laguna é subtropical marítimo úmido, com verões quentes e chuvosos e invernos secos e frios, ambos relativamente amenos. A temperatura média é de 19,5°C, sendo a máxima 36,6°C no verão e a mínima de 5,2 °C no inverno e apresenta, ainda, umidade relativa de 80% (FARIAS, 2001).

Conforme o censo do IBGE (2007), Laguna tem uma população estimada de 50.179 pessoas e dessas 78,38 % vivem na zona urbana. A renda média dos moradores é de R\$ 496,57 (IBGE, 2003). Em relação à alfabetização a cidade conta com um total de 10.537 pessoas matriculadas, mas em contrapartida aproximadamente 4% da população tem menos de um ano de estudo (IBGE, 2003). Na temporada de verão sua população pode chegar a aproximadamente 147.000 habitantes (SANTUR, 2007).

Em Laguna, quanto ao setor público, foi pesquisada a Secretaria Municipal de Turismo. Em relação aos atores sociais institucionais, destacam-se: Associação Artesões Arte do Mar, Associação de Artesões de Laguna, Associação de Guias, Associação de Micro e Pequenas Empresas – AMPE e a Associação Comercial de Laguna.

A Associação dos Artesãos Arte do Mar existe há seis anos e conta com isenção de aluguel, luz e água. Em relação aos serviços voltados para o turismo a associação fornece o serviço de informação e usa o artesanato para a divulgação da cidade para os turistas que a visitam, bem como em feiras e eventos realizados em outras localidades. A sua receita é gerada pelas vendas dos artesãos. Outra associação de artesanato é a Associação dos Artesãos de Laguna, que conta com 13 funcionários e existe há mais de oito anos na cidade. Os serviços oferecidos são a venda de artesanatos, principalmente na semana cultural no mês de julho, em que a prefeitura fornece barracas para expor o trabalho.

12 Informações obtidas pelo site da Prefeitura Municipal de Laguna. Disponível em: www.laguna.sc.gov.br. Acessado em 19 de março de 2008.

A Associação de Guias conta com 15 guias os quais recebem um treinamento da prefeitura e devem ter no mínimo cinco anos de experiência. Em relação aos serviços prestados ao Turismo, pode-se destacar o receptivo turístico, treinamento e/ou ensino para o Turismo, serviços de informação e estímulo às práticas cooperativas.

A Associação das Micro e Pequenas Empresas (AMPE) funciona há 6 anos e conta com 156 associados. Tem como meta trazer as empresas informais para a formalidade e em relação aos serviços oferecidos ao Turismo estimula as práticas cooperativas entre os núcleos setoriais e busca o convênio entre os associados.

No tocante aos serviços prestados destacam-se: o receptivo turístico, o treinamento e ensino para o turismo, representação política, serviços de informação, estímulo de práticas cooperativas e captação de eventos e profissionalização do turismo.

A estrutura empresarial de Laguna é caracterizada por empresas de pequeno e médio porte e tem como destaque o setor primário, principalmente a pesca (FARIAS, 2001, p. 524). O setor secundário caracteriza-se por empresas de pequeno e médio porte e se configura, conforme Farias (2001) em três esferas: indústria de transformação, vestuário e produtos alimentares, este último responsável pela grande maioria da mão de obra empregada. Conforme a lista da Secretaria Municipal de Turismo (2007), há na cidade 18 hotéis, 19 pousadas e campings somando um total de 2.893 leitos. A maioria dos hotéis da cidade está localizada na praia de Mar Grosso (63%), enquanto que as pousadas têm maior concentração no Farol de Santa Marta (47%). Quanto à infra-estrutura, o acesso rodoviário a Laguna é feito pela rodovia federal BR-101. Em relação ao transporte urbano, é realizado por ônibus e o acesso aéreo pode ser feito pelo do aeroporto de Florianópolis, que dista aproximadamente 110 quilômetros.

Os calendários dos principais eventos locais periódicos realizados em Laguna, segundo estudo de Lucena (1998) são o Carnaval (fevereiro), Corpus Christi (junho), Festa de Santo Antônio (junho), Semana Cultural (julho), Homenagem à Anita Garibaldi (agosto) e Semana da Pátria (setembro). Alguns eventos, no entanto, começaram a ganhar maior repercussão em outros bairros da cidade e foram deslocados para o Mar Grosso. “O carnaval é a festa mais popular da cidade e atrai atualmente pessoas não só de Santa Catarina, mas do Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo e outros estados” (LUCENA, 1998, p.147). Conforme a

autora, o carnaval de rua, muito tradicional, ganhou repercussão regional a partir de 1980, quando a cidade passou a ser procurada por turistas e veranistas, e receber incentivos do Poder Público. Também com acentuado caráter de atração turística, existe a semana cultural, quando é comemorado o aniversário da cidade com espetáculos de encenação da história local e a valorização de Anita Garibaldi, já que Laguna é sua cidade natal.

Segundo Lucena (1998), o Turismo mal planejado, direcionado apenas para a valorização imobiliária e para os balneários parece ser a atividade que mais compromete negativamente o ambiente natural e sócio-cultural da cidade de Laguna. A atividade turística levou à redução de investimentos de lazer no centro e a ampliação no Mar Grosso, que consiste no principal espaço de lazer da cidade contemporânea. O Centro apresenta poucas instalações de hospedagem, alimentação e artesanato, entretanto atrai excursões de visitantes que passeiam pelos casarios, mas se hospedam no Mar Grosso.

IMPACTOS DO TURISMO: ATITUDE DOS RESIDENTES EM LAGUNA/SC:

Caracterização da amostra e resultados

A presente pesquisa, que buscou avaliar a atitude dos residentes em Laguna/SC frente aos impactos do Turismo, como já colocado, envolveu a aplicação, em 2008, de 390 instrumentos, distribuídos nos bairros Mar Grosso, Magalhães e Centro. A distribuição da amostra priorizou a representatividade equânime dos três bairros, mas não outras distribuições como faixa etária, sexo, escolaridade, tempo de residência, dependência econômica do Turismo e outros.

Sendo a distribuição resultante não proporcional, a amostra pesquisada caracteriza-se por uma pequena predominância do sexo feminino (51,8%), com idade acima dos 35 anos (68%), na sua maioria (86%) residindo a mais de dez anos no local. Destaque-se, ainda, o bom grau de escolaridade, com 95% declarando ter o segundo ou mesmo o terceiro grau, completos. Estes dados, no mesmo entender, qualificou a amostra e os resultados obtidos, no sentido de tratar-se de um público adulto e, se comparado com a média brasileira, mostram-se ainda mais significativos, pois esta apresenta apenas 43,5% dos homens e 47,2% das mulheres com mais de 8 anos de estudos (IBGE, 2006).

Em relação à distribuição da amostra entre os bairros encontrou-se pequena predominância do gênero feminino nos bairros Magalhães (54,6%) e Mar Grosso (51,5%) e uma pequena maioria (50,8%) do sexo masculino no bairro Centro. Ainda no Centro, 98% da amostra têm o ensino médio ou superior, no Magalhães 94% e, no Mar Grosso, 97%. Enquanto que no Magalhães 85% residem a mais de 10 anos na localidade, no Mar Grosso são 91% nesta situação e, no Centro, 80%. O número de residentes com mais de 35 anos de idade soma 45% no Centro, 48% no Magalhães e 44% no Mar Grosso.

Os que trabalham somam 66% no Magalhães, 64% no Centro e 67% no Mar Grosso. Por fim, enquanto 17% declaram depender economicamente do Turismo no Centro, eles são 14% no Magalhães e 13% no Mar Grosso, percentuais pequenos se considerado tratar-se de uma cidade dita turística. Entretanto, calcula-se que a mão-de-obra para ocupação de empregos temporários durante a alta temporada venha dos bairros mais afastados do centro turístico e que alguns estabelecimentos, que funcionam apenas durante a temporada de verão, estivessem fechados no inverno, período em que a pesquisa foi realizada.

Desta maneira, embora as diferenças sejam pouco significativas, podemos caracterizar o bairro Centro como aquele onde há uma pequena predominância dos homens, o nível de escolaridade é melhor do que no Magalhães, e a população é relativamente mais recente na cidade; mas, não é o bairro onde mais pessoas trabalham. O Magalhães é o bairro com maior presença feminina, menor escolaridade, e com moradores um pouco mais antigos no local, do que os do Centro. O Mar Grosso também tem uma ligeira diferença em termos de mulheres, o nível de ensino é o mais elevado, mas um número menor de pessoas declarou depender economicamente do Turismo. Esses dados representam a leitura da amostra recolhida, o que pode não ser a característica dos bairros.

O resultado geral, dos 390 moradores que fazem parte da amostra, demonstra que na faixa etária até os 25 anos foram coletados 11,8% dos instrumentos, sendo o número menos significativo da amostra. Os respondentes com idade acima de 55 anos formaram a parcela mais representativa, totalizando 28,47%. As pessoas com até 30 anos de residência em Laguna, foram as que mais se destacaram, totalizando 26,9% da amostra. A parcela menor, com 6,40% foi referente aos que residem até 70 anos na localidade. A tabela referente ao grau de escolaridade apresenta uma disparidade. De todos os entrevistados somente 4,6% tem o ensino fundamental, enquanto 56,4% possuem o ensino médio e 39,0% o ensino superior¹³. Dos moradores consultados, 65,6% trabalham e 34,4% não trabalham. Com a intenção de colher uma amostra significativa de pessoas que dependiam economicamente do Turismo, a fim de comparar os resultados com os que não dependiam, muitos instrumentos foram entregues para pessoas que trabalhavam ou eram proprietários de estabelecimentos comerciais. Mesmo assim, somente 14,6% dos sujeitos disseram depender economicamente do Turismo.

Os resultados da pesquisa realizada junto aos moradores de Laguna/SC, para conhecer suas atitudes nos diferentes fatores do fenômeno turístico propostos por Molero e Cuadrado (2006) como: **Fator 1**, impacto meio ambiental; **Fator 2**, impacto sobre a delinqüência; **Fator 3**, impacto sobre a vida cotidiana; **Fator 4**, importância percebida do Turismo; **Fator 5**, impacto dos serviços públicos e infra-estruturas; **Fator 6**, impacto intercultural; **Fator 7**, impacto sobre o emprego; e **Fator**

¹³ Cabe ressaltar que, por questões de especificidade do softer utilizado, oito pessoas da amostra, com curso superior incompleto, foram agrupadas entre os com ensino fundamental, porque iriam formar um grupo muito pequeno.

8, impacto sobre os valores, serão apresentados com o cruzamento das variáveis de controle. Entre elas estão: as faixas etárias; o sexo; a escolaridade; o tempo de residência; os que trabalham; os que não trabalham; os que dependem ou não economicamente do Turismo; e os que moram nos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso, ou seja, a distribuição de residência.

A pontuação nas diferentes atitudes pode oscilar entre -10 (que seria a atitude mais negativa possível) e +10 (que seria a atitude mais positiva possível). Quanto mais alto é o valor absoluto, mais forte é a atitude e o sinal indica se a atitude é positiva ou negativa. A análise a seguir prioriza o cruzamento das variáveis dependentes e de controle nos três bairros pesquisados, em função das diferentes atitudes. Inicialmente segue a apresentação da amostra com os resultados da atitude dos residentes nos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso. As tabelas dos oito fatores de impactos do Turismo, com os resultados que serão apresentados a seguir referente a atitude dos residentes de cada bairro, encontram-se nos apêndices B, C, D, E, F e G.

Fator 1: Impacto ambiental

Conforme os resultados obtidos, as crenças mais negativas em relação ao **Fator 1**, impacto meio ambiental, estão entre os sujeitos do sexo masculino, residentes no bairro Magalhães (-2,40), e do sexo feminino nos bairros Mar Grosso (-2,53) e Centro (-1,74), sendo que esse último apresentou a atitude menos negativa de todas. Nos três bairros, a atitude apresentou-se negativa para os moradores que declararam não depender economicamente do Turismo, com ensino fundamental, morador do bairro Centro (-3,00). A seguir, na avaliação deste impacto, estão os com ensino médio (-2,50) e superior (-2,45), no bairro Mar Grosso.

Mesmo avaliada com sinal negativo, a atitude mostrou-se menos negativa entre os que residem a menos de 30 anos em Laguna, independente de bairros, mas com pequeno percentual negativo no Centro (-1,28). Os valores mais negativos estão presentes entre os moradores antigos, ou seja, aqueles com até 70 anos de residência, nos bairros Mar Grosso (-4,12) e Magalhães (-3,27). No Centro (-2,08), a valorização mais negativa esteve entre os que residem até 60 anos na cidade.

Quanto à idade, os residentes do Mar Grosso com até 25 anos (-1,17) apresentaram uma atitude moderada, assim como aqueles de mesma idade que

residem no Centro e Magalhães. Nos três bairros, a atitude mais negativa esteve entre os moradores de Mar Grosso, na faixa etária com mais de 55 anos (-3,64).

Desta forma, o Fator 1, que analisa o impacto sobre o meio ambiente, foi avaliado negativamente por todos os sujeitos, mas com destaque para aqueles do sexo feminino, residentes no bairro Magalhães ou junto a praia, no Mar Grosso, na faixa etária a partir de 55 anos, e com mais de 60 anos de residência, que não trabalhem e não dependam economicamente do Turismo.

Fator 2: Delinquência

No Fator 2, o impacto sobre a Delinquência, a atitude mais negativa apareceu no Mar Grosso (-5,36) e Centro (-4,20). No Magalhães (-4,74) a atitude mais negativa neste fator esteve entre os residentes do sexo masculino. Aqueles que não trabalham do Mar Grosso (-6,04) e Magalhães (-4,68) também valorizam negativamente o impacto sobre a delinquência, assim como aqueles que não dependem economicamente do Turismo no Mar Grosso (-5,19), Magalhães (-4,61) e Centro (-4,12). A atitude também se apresentou negativa no Centro (-5,75) entre aqueles com ensino fundamental, no Magalhães (-4,75) entre os moradores com ensino médio e no Mar Grosso (-4,79) entre os com ensino superior. Quem reside até 30 anos nos três bairros também apresentou uma atitude negativa em relação a delinquência, porém com menor intensidade quando comparados aqueles com até 60 anos (-6,96) e até 70 anos (-6,48) no Mar Grosso, até 70 anos no Magalhães (-5,78) e até 50 anos no Centro (-4,43). Esses dados se confirmam quando a atitude é analisada pelas faixas etárias. Os residentes do Centro (-3,66) e Mar Grosso (-3,88) com até 25 anos de idade também apresentaram uma atitude negativa, entretanto, não como aqueles com idade acima de 55 anos do Mar Grosso (-6,48), Magalhães (-5,12) e Centro (-4,31). Em todas as variáveis independentes já citadas, o Mar Grosso foi o bairro que apresentou a atitude mais negativa, seguida pelo Magalhães e Centro.

Fator 3: vida cotidiana

No Fator 3 (impacto sobre a vida cotidiana) a atitude apresentou-se indiferente entre os moradores de ambos os sexos e entre aqueles que trabalham

nos três bairros. Negativamente, a atitude aparece para os moradores que não trabalham, no Mar Grosso (-2,28), que não dependem economicamente do Turismo no Magalhães (-1,14), com ensino fundamental do Centro (-3,62) e Magalhães (-2,09). A atitude também é negativa entre aqueles que residem até 60 anos (-3,29) e até 70 anos (-3,31) no Mar Grosso, até 60 anos (2,36) no Centro e até 70 anos (-4,34) no Magalhães. O mesmo acontece com os moradores com mais de 55 anos do Mar Grosso (-3,42), Magalhães (-3,03) e Centro (-2,34). A diferença nesse fator está entre os residentes que dependem economicamente do Turismo. Tanto no Mar Grosso (+2,33), como no Magalhães (+2,83) e principalmente no Centro (+3,18), a atitude é positiva. Esses resultados positivos também aparecem entre aqueles que residem até 30 anos no Mar Grosso (+1,38), Magalhães (+1,04) e Centro (+1,17) e ainda entre os moradores com até 25 anos de idade do Mar Grosso (+2,01), Magalhães (+2,44) e Centro (+2,34). Nota-se que os resultados positivos aparecem entre as pessoas mais jovens, em que o Turismo proporciona a quebra de rotina na vida cotidiana. Já para aqueles com idade mais avançada, a presença de turistas e visitantes teria uma influência negativa sobre sua vida cotidiana.

Fator 4: o Turismo

No fator 4 (importância percebida do Turismo) não aparece atitude negativa entre os residentes dos três bairros, sendo que a valorização mais positiva encontra-se naqueles que dependem economicamente do Turismo no Mar Grosso (+7,84), Magalhães (+8,27) e Centro (+8,04). Para os moradores com até 30 anos de residência do Mar Grosso (+5,44), Centro (+5,17) e Magalhães (+5,10) e para aqueles com até 25 anos de idade desses bairros, a atitude foi positiva. Os moradores com até 70 anos de residência e com mais de 55 anos tiveram uma atitude moderada nos três bairros, sendo que o valor mais alto foi +1,57. Outros valores positivos foram encontrados entre os residentes do sexo masculino do Mar Grosso (+4,33) e Centro (+4,27) e do sexo feminino do Magalhães (+3,89). Para os que trabalham, com ensino médio e superior, a atitude também se apresenta mais positiva quando comparada com aqueles que não trabalham e com ensino fundamental. Isso representa que no geral os moradores reconhecem a importância do Turismo na localidade, mas para os mais jovens essa importância é mais representativa.

Fator 5: serviços públicos e infra-estruturas

No Fator 5 (impacto sobre os serviços públicos e infra estruturas) a atitude mais positiva encontra-se nos residentes do sexo masculino do Mar Grosso (+4,49), Magalhães (+4,08) e Centro (+4,41), assim como naqueles que dependem economicamente do Turismo do Mar Grosso (+5,22), Magalhães (+5,88) e Centro (+6,86). Quanto ao grau de escolaridade, os moradores com ensino médio foram os que apresentaram a atitude mais positiva nos três bairros. O mesmo acontece para aqueles com até 30 anos de residência e com até 25 anos de idade dos três bairros. A valorização mais baixa esteve entre os moradores com até 70 anos de residência do Mar Grosso (+3,82), Magalhães (+3,18) e Centro (+2,64) e também entre aqueles com mais de 55 anos de idade do Mar Grosso (+3,79), Magalhães (+3,29) e Centro (+3,16). Mesmo apresentando a valorização mais baixa, esses últimos também tiveram uma atitude positiva neste fator.

Fator 6: Impacto intercultural

No Fator 6 (impacto intercultural) a atitude é mais positiva para os moradores do sexo masculino do Mar Grosso (+5,13) e do sexo feminino do Magalhães (+4,93) e Centro (+5,07). A atitude também é positiva para os que trabalham dos três bairros, mas aparece mais positivamente entre aqueles que dependem economicamente do Turismo no Mar Grosso (+6,82), Magalhães (+8,85) e Centro (+7,84). O mesmo acontece para quem reside até 30 anos no Centro (+6,47) e tem até 25 anos do Magalhães (+8,41), Centro (+7,18) e Mar Grosso (+6,20). Para quem tem até 35 anos, a atitude também está entre as mais positivas nesse fator e os valores mais baixos estão entre os residentes que vivem até 70 anos e com mais de 55 anos de idade do Centro (+3,23), Mar Grosso (+3,20) e Magalhães (+2,83).

Fator 7: Emprego

O fator 7 (impacto sobre o emprego) é o fator em que as atitudes mais positivas aparecem. Todos os valores apresentam-se muito positivos (+6,00) para todos os residentes, com exceção para aqueles que não trabalham do Magalhães

(+5,90) e Centro (+5,44), que não dependem economicamente do Turismo também do Magalhães (+5,97) e Centro (+5,77), com ensino fundamental dos três bairros, com até 60 anos de residência do Mar Grosso (+5,77), Magalhães (+5,57) e Centro (+4,86), com até 70 anos de residência do Magalhães (+4,75) e Centro (+3,54) e com idade acima de 55 anos do Mar Grosso (+5,79), Magalhães (+5,14) e Centro (+4,59). A atitude mais positiva deste fator e de todos os fatores está presente para os moradores que dependem economicamente do Turismo no Mar Grosso (+9,44), Magalhães (+9,29) e Centro (+9,13). Esse foi, também, o fator em que a atitude obteve a valorização mais positiva entre todos os residentes. Isso demonstra que os residentes em geral reconhecem que o Turismo é uma alternativa de renda, mesmo que seja temporária, sofrendo com a sazonalidade. Cabe ressaltar que o maior PIB do município vem do setor de serviços (202.965), seguido pela indústria (39.372) e por último a agropecuária (33.104) (IBGE, 2003).

Fator 8: Valores

No Fator 8 (impacto sobre os valores) a atitude é demonstrada negativamente pelos residentes do sexo masculino do Magalhães (-3,75) e feminino do Mar grosso (-4,45) e Centro (-2,67). Entre aqueles que não trabalham e não dependem economicamente do Turismo a atitude também é mais negativa quando comparada com aqueles que trabalham e dependem economicamente do Turismo. Para os últimos a atitude pode ser valorizada como moderada ou indiferente. Para aqueles com ensino fundamental do Centro (-5,75) e ensino médio do Mar Grosso (-4,40) e Magalhães (-3,84) a atitude foi a mais negativa para o grau de escolaridade. A atitude menos negativa apareceu entre os residentes com até 30 anos de residência do Mar Grosso (-2,20), Magalhães (-2,00) e Centro (-1,67) e também para aqueles com até 25 anos do Mar Grosso (-1,43), Magalhães (-1,25) e Centro (-1,04), onde a atitude pode ser avaliada como moderada ou indiferente. Entretanto, a atitude mais negativa apresentou-se para os moradores com até 60 anos de residência do Mar Grosso (-7,09) e do Centro (-4,08) e naqueles que residem até 70 anos do Magalhães (-6,25). Essa valorização também aparece entre aqueles com mais de 55 anos do Mar Grosso (-6,90), Magalhães (-5,63) e Centro (-3,97).

De uma maneira geral, nos moradores mais jovens a atitude aparece positivamente no impacto sobre a vida cotidiana, importância do Turismo, impacto

dos serviços públicos e infra-estruturas, impacto intercultural e sobre o emprego. E para os mesmos a atitude é indiferente no impacto ambiental, sobre a delinquência e sobre os valores. Para esses residentes o Turismo não estaria produzindo efeitos negativos. O contrário acontece com os moradores com idade mais avançada, onde são indiferentes sobre a importância do Turismo, negativos sobre o impacto ambiental, sobre a delinquência e sobre os valores e positivos no impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, impacto intercultural e sobre o emprego.

4. 1 Impactos e atitude

Ainda discutindo os resultados, a análise a seguir se refere à atitude geral dos 130 residentes dos três bairros pesquisados em Laguna. A tabela com os resultados da atitude dos residentes nos oito fatores de impactos do Turismo encontra-se no apêndice H.

Em relação ao impacto meio ambiental, os residentes dos três bairros apresentam uma atitude negativa, mas no bairro Mar Grosso (-2,43) e Magalhães (-2,28), essa é mais negativa que no bairro Centro (-1,69), em que a atitude encontrada poderia ser valorizada como moderada. Conforme comentário de uma moradora, o Turismo degrada o meio ambiente, “é muita sujeira no chão, nas calçadas, jogam lixo, latinhas de cerveja até dentro da casa das pessoas, fazem xixi nos muros das casas, usam droga em qualquer lugar” (Instrumento nº 105, APÊNDICE P). E quanto à segurança e ao uso de drogas, a mesma residente afirma que precisaria “de mais policiais sérios para cuidar e manter um controle”, mas segundo ela até os policiais usariam drogas.

No que se refere ao impacto sobre a delinquência, os três bairros pesquisados apresentam uma atitude negativa. A atitude é mais negativa no bairro Mar Grosso (-5,08), seguida pelo Magalhães (-4,05) e por último, com o grau mais baixo dos três bairros, o Centro (-2,28). Um depoimento relata que já houve casos de agressão sexual em Laguna, durante o verão. A informação teria sido passada pela rádio local, informando sobre a prisão de pessoas não residentes pela tentativa e abuso de moças dos bairros mais afastados. No entanto, conclui que “a cidade é tranqüila e que no verão é um pouco mais tumultuada, mas é muito bom porque vêm pessoas diferentes e tem mais coisas para fazer” (Instrumento nº 269, APÊNDICE P).

Outra entrevistada diz que no Centro era pior quando o carnaval acontecia ali. Relatou que as pessoas pichavam as casas, quebravam até paredes e inclusive o chafariz da praça da igreja foi alvo de vandalismo. Afirma que foi uma benção os festejos de carnaval terem ido para o Mar Grosso, porque agora é um sossego, “os turistas visitam durante o dia e depois vão embora ou para outro lugar, incomodar”. (Instrumento n° 318, APÊNDICE P). Segundo ela, não são todos, mas os mais jovens seriam os piores.

No impacto sobre os valores, a atitude aumenta progressivamente e os moradores apresentam uma atitude negativa no bairro Centro (-2,48), Magalhães (-3,45) e Mar Grosso (-4,13), sendo que no último a mesma é vista de maneira mais negativa. Segundo um comentário, “no carnaval é uma barulheira, uma sujeira, os jovens não querem mais saber de igreja, é só festa e bebedeira. Não tem controle nenhum, tomam conta da cidade e as pessoas é que acabam saindo da localidade para ter um pouco de sossego. Os que organizam tudo isso também não se preocupam com os que moram em Laguna, só querem saber que venha gente, mas acaba vindo todo tipo de gente e com isso aumenta os roubos, as bandalheiras, as drogas”. Argumenta que ultimamente “só vem as piores pessoas para Laguna no carnaval” (Instrumento n° 102, APÊNDICE P).

Os impactos comentados até o momento foram os que se apresentaram negativos segundo a atitude dos moradores dos três bairros, e conforme os depoimentos, a população tem o conhecimento de que durante o período de maior fluxo de turistas e no carnaval, a delinquência aumenta, os valores são deixados de lado e o meio ambiente é mais agredido.

No impacto sobre a vida cotidiana, os residentes do bairro Centro (+,07), Magalhães (-,59) e Mar Grosso (-,49) apresentaram uma atitude indiferente. Entretanto, nesse sentido, parece que o Turismo tanto para os mais jovens, quanto para os mais idosos, não estaria influenciando a vida cotidiana dos residentes. Porém, anteriormente analisada em separado pelas faixas etárias, percebe-se que os residentes mais antigos mantêm uma atitude um pouco mais negativa. Uma entrevistada declara que “ainda bem que as pessoas vêm para Laguna, pois pelo menos no verão tem o que fazer, onde sair, ver gente diferente”. Concorda que há mais ruídos, mas “isso é bom porque é sinal que tem pessoas de fora no local e que elas gostam de visitar Laguna”. Avalia positivamente a perda da tranquilidade, que existe durante o inverno, porque segundo ela, a cidade morre no inverno e não se

enxerga nem as pessoas que vivem ali (Instrumento n° 103, APÊNDICE P).

Na importância percebida do Turismo, as pessoas que vivem no bairro Centro (+4,20) têm a atitude mais positiva. Aqueles que residem no Mar Grosso (+3,90) também demonstram uma atitude positiva relacionada à importância do Turismo, mas o interessante é que o bairro Magalhães (+3,74), que não recebe fluxo de turistas, a atitude apresenta-se positivamente, porém é a mais baixa de todas quando comparada com a do Centro e do Mar Grosso. Uma moradora não concorda e valoriza negativamente, quanto aos benefícios gerados pelo Turismo serem importantes. Para ela, seria bom que as pessoas tivessem outras rendas, “porque muitos turistas acabam prejudicando a cidade”. De modo geral analisa o Turismo de forma negativa para Laguna (Instrumento n° 184, APÊNDICE P).

Quanto ao impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, a atitude é positiva no Centro (+4,40), no Magalhães (+4,00) e no Mar Grosso (+4,39). Isso significaria que os moradores desses bairros estariam satisfeitos com os serviços públicos e com a infra-estrutura, oferecidos. Para um residente, a prefeitura não investe no Turismo. “Se investissem os pontos de ônibus não estariam todos quebrados, quase caindo na cabeça das pessoas. Não tem proteção nenhuma contra o vento. É uma vergonha as pessoas idosas ter que ficar no vento e na chuva” (Instrumento n° 256, APÊNDICE P).

No que se refere ao impacto intercultural, os residentes mantêm uma atitude positiva no bairro Mar Grosso (+4,75), Magalhães (+4,88) e no Centro (+5,02), sendo que no Último a mesma se destaca. Os residentes reconhecem a importância do contato e do intercâmbio com moradores de outros locais, porém parece claro, com suas atitudes negativas no impacto sobre a delinqüência e sobre os valores, que nem todos os visitantes são desejados.

Quanto ao impacto sobre o emprego, nos bairros Centro (+6,34), Magalhães (+6,43) e Mar Grosso (+6,70) a atitude é muito positiva entre os residentes, ficando mais acentuada no último bairro. Para um residente, muita gente vive do dinheiro que recebe no verão. Relata conhecer muitas pessoas que às vezes trabalham no verão e depois arrumam outros empregos ou permanecem no mesmo. Diz que vai às lojas, no comércio e vê pessoas novas contratadas na temporada, pessoas diferentes (Instrumento n° 128). Nota-se que em geral a população reconhece as novas oportunidades de emprego e novos postos de trabalho oferecidos por ocasião do fluxo de visitantes.

Nota-se que os benefícios gerados pelo Turismo também são reconhecidos pelos residentes, mesmo com avaliação menos positiva para alguns, principalmente em relação ao impacto sobre a vida cotidiana. A indiferença na avaliação deste fator representa que para a população local dos três bairros a interferência na vida habitual não seria tão significativa quando comparados com a importância do Turismo na geração de novos empregos, na melhoria das infra-estruturas e até no contato intercultural saudável. Parece que os fatores avaliados negativamente também acabam por influenciar a escolha indiferente no fator relacionado a vida cotidiana, pois os roubos, as drogas, o álcool e a prostituição são fatos mais agressivos aos residentes locais.

4.2 Impactos, atitude e cruzamento das variáveis

O próximo momento irá priorizar os resultados das variáveis independentes com os oito fatores propostos, considerando a amostragem dos 390 residentes, onde a amostra será dividida pelas faixas etárias, tempo de residência, grau de escolaridade, sexo, dependência econômica do Turismo, entre outros. Os residentes dos bairros Mar Grosso, Magalhães e Centro serão agrupados para uma análise global.

Sexo

De acordo com a tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por sexo (APÊNDICE I), a atitude dos residentes tanto do sexo masculino (-2,11), quanto do sexo feminino (-2,16), com relação ao impacto meio ambiental é negativa e não apresenta uma diferença significativa entre ambos os sexos. Da mesma forma acontece com o impacto sobre a delinquência, no qual tanto a atitude dos homens (-4,46) como a das mulheres (-4,70) é negativa, mas com uma avaliação negativa mais elevada no sexo feminino.

Já no impacto sobre a vida cotidiana, a atitude é moderada mesmo com a presença do sinal negativo na atitude do sexo masculino (-0,22) e do feminino (-,48), pois os resultados próximos a zero, tanto com sinal positivo, quanto negativo, demonstram que as respostas dos moradores foram indiferentes e neste sentido os impactos com esta avaliação ainda não estariam sendo sentidos pela população.

Sobre a importância do Turismo para Laguna, nota-se que a atitude dos residentes do sexo masculino é mais positiva (+4,07) do que a das moradoras do sexo feminino (+3,84). E o mesmo acontece com o impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, em que homens e mulheres apresentam uma diferença mínima na valorização, assim como o impacto intercultural, onde Masculino (+4,98) apresenta uma avaliação um pouco superior ao Feminino (+4,80). Esses valores seguem similares também no impacto sobre o emprego, que a diferença continua mínima, quanto no impacto sobre os valores, onde as mulheres mantiveram uma atitude mais negativa (-3,45) do que os homens (-3,25), mas com uma diferença pequena como em todos os aspectos anteriores. O que foi possível perceber, é que as mulheres tiveram a atitude mais negativa em todos os fatores, mesmo apresentando uma diferença mínima para cada avaliação. Esses resultados

Alguns comentários que podem ser destacados neste sentido estão presentes nos instrumentos nº 9 e nº 285 (APENDICE P). No primeiro, a entrevistada fez um balanço muito negativo do Turismo e o que mais enfatizou foi que, em presença da atividade, teriam aumentado os delitos, pois nas últimas três temporadas sua residência fora roubada cinco vezes, o que ocasionou muitos prejuízos, pois além dos aparelhos eletrônicos levados, muitos estragos foram deixados pelo rompimento da instalação elétrica do alarme residencial. Segundo ela, são profissionais que aproveitam o verão para se beneficiar com o roubo. No segundo, o entrevistado enfatizou o contrário: para ele o Turismo é muito importante para Laguna e “graças ao Turismo as pessoas conseguem trabalhar e ganhar um bom dinheiro para manter-se o restante do ano”. Suas palavras anotadas conforme pronunciadas foram as seguintes: “Laguna é linda, as pessoas gostam de visitar aqui e nós gostamos ainda mais dos visitantes”. Porém, o último depende economicamente do Turismo e sua opinião está relacionada com o Fator 7, impacto sobre o emprego. As pessoas do sexo feminino também avaliam positivamente as oportunidades e os novos postos de trabalho proporcionadas pelo Turismo, porém sempre com uma avaliação menos positiva.

Faixas etárias

A tabela com a atitude vista separadamente pelas faixas etárias (APÊNDICE J) indica que conforme aumenta a idade dos residentes, a mesma mostra-se mais

negativa em termos de impacto meio ambiental. Nos residentes com até 25 anos (-1,26) a atitude é moderada, mas À medida que a idade dos moradores avança e naqueles com idade acima de 55 anos (-2,87), apresenta-se mais negativa. O mesmo acontece com o impacto sobre a delinqüência, que a atitude é negativa nos residentes com até 25 anos (-3,66), mas aumenta gradativamente e naqueles com mais de 55 anos (-5,28) fica valorizada como muito negativa. Cabe considerar que, nos residentes com até 35 anos (-3,81) a atitude também é negativa, mas naqueles com idade até 45 anos (-4,49) a atitude é valorizada mais negativamente.

Já no impacto sobre a vida cotidiana, a atitude é positiva nos residentes com até 25 anos (+2,26), nos com até 35 anos (+1,78), indiferentes nos com até 45 anos (+,51), negativa naqueles com até 55 anos (-1,57) e também naqueles com idade acima de 55 anos (-2,93). Nesse Fator a atitude perde o valor positivo conforme a idade avança. Um indicador da atitude negativa entre aqueles com idade até 55 anos e acima deles é apresentado pelo comentário de uma moradora (Instrumento nº 219, APENDICE P). Para ela, durante o verão há “muito movimento de pessoas no comércio, nos bancos, mais gente nas filas e tudo demora mais”. Mesmo não precisando pegar filas, afirma que, pela idade, sofre e cansa mais por não conseguir acompanhar o ritmo das pessoas que estão preocupadas em vender mais e atender rápido aos clientes. Isso pode ser um indicativo que os mais idosos podem sentir-se incomodados por atendimentos rápidos e esperas demoradas no comércio em geral.

Na importância percebida do Turismo as pessoas com idade até 25 anos (+6,20) e até 35 anos (+6,02) têm uma atitude muito positiva, o que significa que o Turismo é percebido como muito importante para a cidade, assim como é visto positivamente pelos residentes com até 45 anos (+4,57) e com até 55 anos (+3,95). Para os moradores com idade acima de 55 anos (+1,55) a atitude é moderada. Isso pode significar que os mais jovens criam certa expectativa por novas oportunidades que o Turismo pode proporcionar na região. Conforme relato de residente, “o Turismo traz dinheiro para Laguna e com isso as pessoas têm mais dinheiro para gastar”. Diz que “tudo melhora, abre mais lojas, bares, restaurantes e no carnaval é muito bom, pessoas diferentes aparecem” e que Laguna é conhecida pelo carnaval (Instrumento nº 344, APÊNDICE P). Além de concordar plenamente a respeito da importância do Turismo, os comentários se apropriam também ao próximo Fator.

Com relação ao impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, a atitude é positiva entre as pessoas com idade até 25 anos (+5,37), também com

aqueles que têm até 35 anos (+4,89) e naqueles com até 45 anos (+4,42). A atitude permanece positiva nos residentes com até 55 anos (+3,95) e com acima de 55 anos (+3,40), porém com menor intensidade, pois conforme a idade aumenta diminui a valorização positiva. No fator impacto sobre o emprego, todas as faixas etárias apresentam uma atitude muito positiva, em que os valores atribuídos são superiores a +6,00. A exceção está entre os residentes com idade acima dos 55 anos, onde a atitude permanece positiva (+5,17), mas não como o restante da amostra. A atitude mais positiva se encontra entre os moradores com até 25 anos (+7,66) e 35 anos (+7,24) de idade.

No fator impacto intercultural, a atitude é valorizada como muito positiva entre os residentes com idade até 25 anos (+7,21) e naqueles com idade até 35 anos (+6,13). A partir daqueles com idade até 45 anos (+5,45), a atitude mostra-se positiva e segue da mesma maneira com os que têm até 55 anos (+4,08) e acima de 55 anos (+3,07). Nota-se também neste fator que a atitude perde intensidade/valor conforme a idade avança. Os mais jovens possuem uma atitude muito mais positiva do que aqueles com idade avançada. Por desfrutar mais das infra-estruturas de lazer e diversão noturnas, os jovens têm a oportunidade de estabelecer mais contatos com pessoas de outras regiões, o que proporciona um contato intercultural positivo no estabelecimento de novos encontros.

No fator impacto sobre os valores, a atitude começa moderada com os moradores com idade até 25 anos (-1,22) e naqueles com até 35 anos (-1,25). A partir dos residentes com até 45 anos (-2,68), a atitude mostra-se negativa e aumenta negativamente naqueles com até 55 anos (-4,64) e acima dos 55 anos (-5,49). No instrumento nº 111 (APÊNDICE P), a residente demonstra a insatisfação referente ao carnaval. Segundo ela, “não dá para permanecer em Laguna, pois é muito barulho, bebedeira, meninas novas bêbadas e praticamente nuas com os homens de fora”. Também afirma que é um descaso com quem vive ali e que o carnaval acaba com a imagem de Laguna e ela diz não saber “como as pessoas ainda vêm para o carnaval”.

O fato da atitude entre os jovens ser mais positiva diz respeito às oportunidades de lazer e diversão proporcionadas pela presença de pessoas de outros lugares no impacto intercultural muito positivo (+7,66). Isso se confirma na atitude positiva no impacto sobre a vida cotidiana (+2,26), sobre as infra-estruturas (+5,37) e o impacto sobre o emprego (+7,66). Para os mesmos, o Turismo é muito

importante (+6,20) para Laguna, segundo a atitude positiva demonstrada. Entretanto, os residentes com idade acima de 55 anos (-2,93) apresentam uma atitude negativa sobre a vida cotidiana e são indiferentes (+1,55) quanto a importância do Turismo. Apresentam atitude positiva em relação ao impacto sobre o emprego, mas negativa no impacto sobre os valores (-5,49).

Tempo de residência

Conforme tabela de fatores com os resultados da atitude dos moradores pelo tempo de residência (APÊNDICE K), pode-se perceber que os moradores com até 10 anos de residência em Laguna têm uma atitude negativa (-2,06) a respeito do Impacto meio ambiental. O mesmo acontece com aqueles que residem até 20 anos (-2,35), até 40 anos (-2,02) e até 60 anos (-2,61). A diferença está nos moradores com até 30 anos de residência (-1,49), que possuem a atitude menos negativa, pois, entre os que moram há até 70 anos (-3,33) em Laguna, a atitude mostra-se a mais negativa de todas. Segundo um residente, em relação ao impacto do Turismo no meio ambiente, “o Turismo pode até prejudicar, mas que em Laguna não, porque a maioria das pessoas que vem no verão não tem intenção de prejudicar o meio ambiente, pois também possuem casas e apartamentos e não querem ver a cidade feia”. Mas afirma que há mais lixo na praia e nas ruas durante Carnaval, mas são só alguns dias. E disse que o que acontece durante esse período não faz diferença e faz parte do desenvolvimento da cidade (Instrumento n° 34, APÊNDICE P).

No impacto sobre a delinqüência a atitude também é negativa entre todos os residentes, mas os que residem até 30 anos em Laguna, a mesma permanece menos negativa (-3,91) e naqueles com até 70 anos de residência (-5,58) mostra-se a mais negativa. Conforme moradora, “no inverno é uma tranquilidade, mas no verão tudo muda e é preciso trancar tudo porque os drogados entram para roubar e quebram as coisas para poder comprar droga. É mais barulho, mais pessoas no prédio, então é preciso ficar sempre de olho” (Instrumento n° 258, APÊNDICE P). Concorda plenamente que a tranquilidade não é a mesma e que no inverno, sim, há tranquilidade.

No impacto sobre a vida cotidiana, a atitude aparece moderadamente entre os residentes com até 10 anos de residência (+,68), com até 20 anos de residência (-,25) e com aqueles com até 40 anos de residência (+,17). Naqueles com até 30 anos

de residência (+1,21), a atitude é moderada e apresenta-se positiva. No entanto, a partir dos moradores com até 50 anos de residência (-1,58), a atitude é negativa, aumentando a negatividade entre aqueles com até 60 anos de residência (-2,53) e até 70 anos de residência (-3,25). Para os últimos a vida cotidiana estaria sendo influenciada negativamente pelo Turismo. No impacto intercultural, a atitude aparece muito positivamente entre os moradores que residem até 30 anos (+6,02) na cidade, seguida pelos que moram até 10 anos (+5,55) e até 40 anos (+4,97). Aqueles que moram até 20 anos (+4,77) e até 50 anos (+4,11) também têm uma atitude positiva, mas a mesma diminui naqueles com até 60 anos (+3,34) e até 70 anos (+2,90) de residência.

No impacto sobre os valores a atitude é moderada, mas negativa, entre os que residem até 30 anos (-1,97) e até 40 anos (-2,82) em Laguna. Naqueles que têm até 10 anos (-3,01) e até 20 anos (-3,16) de residência, a atitude também é negativa, mas não como aqueles que residem até 50 anos (-4,58), até 60 anos (-5,34) e até 70 anos (-5,74). Nesses, conforme aumenta o tempo de residência, a mesma é valorizada mais negativamente.

No fator da importância do Turismo, os que moram até 30 anos (+5,25) em Laguna apresentam a atitude mais positiva quando comparados com os que residem até 60 anos (+2,12) e até 70 anos (+1,01). Para os últimos, a atitude é moderada, o que pode significar que ao mesmo tempo em que o Turismo é visto como benéfico por alguns, é também causa de prejuízos para outros. O morador que foi entrevistado no Instrumento n° 184 (APÊNDICE P), não concorda e valoriza como negativo que os benefícios gerados pelo Turismo sejam importantes, pois para ele o bom seria que as pessoas tivessem outras rendas fixas e também porque a maioria dos turistas acaba prejudicando a cidade e tirando a tranquilidade dos que vivem na cidade o ano inteiro. De modo, geral analisa que o Turismo é negativo para Laguna.

No impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, os residentes com até 10 anos (+4,46), seguidos continuamente até aqueles com 50 anos (+4,06) de residência, mantêm uma atitude positiva sobre este aspecto. Os que residem até 60 anos (+3,52) e até 70 anos (+3,36) tendem a apresentar uma atitude menos positiva quando comparados com os primeiros. No fator impacto sobre o emprego, os residentes que vivem até 60 anos (+5,37) e até 70 anos (+5,05) na localidade a atitude é valorizada como positiva. Porém, no restante dos moradores a valorização é muito positiva, como é o caso dos que residem até 10 anos (+7,04), até 20 anos

(+6,24), até 30 anos (+7,00), até 40 anos (+6,82) e até 50 anos (+6,34) em Laguna. No Instrumento n° 233 (APÊNDICE P), a moradora enfatiza que em Laguna nem o Turismo, nem a agricultura e nem a indústria são incentivados, pois para ela “a agricultura quase não existe, a pesca é fraca e os políticos não fazem nada para trazer indústrias para a cidade. Então o Turismo é uma alternativa para que as pessoas não fiquem sem ter onde trabalhar e ganhar seu sustento”. O problema para ela, é que trabalham no verão para comer no inverno e assim vai seguindo, sem que essas pessoas tenham uma estabilidade financeira.

Grau de escolaridade

De acordo com a tabela do apêndice K, a atitude, vista separadamente pelo grau de escolaridade dos residentes de Laguna, mostrou-se negativa no impacto meio ambiental tanto naqueles com ensino fundamental (-2,30), quanto nos com ensino médio (-2,04) e superior (-2,25).

No impacto sobre a delinqüência, os moradores com ensino fundamental (-4,48), médio (-4,59) e superior (-4,59) apresentaram atitude negativa. Já no fator impacto sobre a vida cotidiana, naqueles com ensino médio (-,32) e superior (-,23) a atitude foi moderada ou inexistente e naqueles com ensino fundamental (-1,79), a mesma foi negativa.

No impacto intercultural, os moradores com ensino médio (+4,99) apresentam uma atitude positiva, assim como aqueles com ensino superior (+4,92), sendo que nos com ensino fundamental (+3,33) a atitude foi a menos positiva. Na questão relacionada ao lazer e diversão proporcionados pelo Turismo, o entrevistado do Instrumento n° 330 (APÊNDICE P) afirma que “no Carnaval é muito bom, porque vem mais jovem e as pessoas se conhecem, há um intercambio com pessoas de outros lugares e a diversão é geral”. O interessante foi que ele concordou que o Turismo proporciona maior número de postos e oportunidades de trabalho e discorda que os mesmos sejam gerados para a população jovem, pois afirma que muitos jovens se quiserem trabalhar precisam sair de Laguna, como aconteceu com muitos de seus amigos. No impacto sobre o emprego, os residentes com ensino médio (+6,57) e superior (+6,21) apresentam uma atitude muito positiva, enquanto que nos com ensino fundamental (+5,26) a mesma é positiva.

Com relação ao impacto sobre os valores, a atitude mais negativa esteve

entre os residentes com ensino fundamental (-4,22), seguido por aqueles com ensino médio (-3,45) e superior (-3,12). No instrumento nº 35 (APÊNDICE P) a entrevistada diz que o Turismo não é uma fonte positiva e nem negativa, pois alega que os pontos positivos são descompensados pelos negativos. “Ao mesmo tempo em que vêm pessoas boas para Laguna, vêm os que só querem bagunça, usar drogas e aí muitas jovens dos bairros mais carentes acabam se prostituindo e muitas vezes ficando grávidas e mães solteiras. No carnaval mesmo, as pessoas vêm para destruir a cidade e depois que passa os dias de carnaval, parece que passou um furacão pela localidade”. As pessoas viriam para destruir o lugar, não respeitando os que vivem o ano todo ali e o barulho é insuportável, chegando uma hora que ninguém mais dormiria e seria preciso ir para outro lugar descansar.

Na importância percebida do Turismo, enquanto que naqueles com ensino fundamental (+1,96) a atitude ficou entre moderada e positiva, nos com ensino médio (+4,16) e superior (+3,88), aparece positivamente. No impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, a atitude mais positiva encontra-se entre os residentes com ensino médio (+4,44), seguida pelos com ensino superior (+4,07) e fundamental (+3,67).

Trabalha ou não

A análise da tabela apresentada no apêndice M, relacionada às pessoas que trabalham e as que não trabalham, demonstra que os residentes que não trabalham (-2,47) têm uma atitude mais negativa quanto ao Impacto meio ambiental do que aqueles que trabalham (-1,96), e o mesmo acontece com o impacto sobre a delinquência, no qual os que trabalham (-4,38) também apresentam uma atitude menos negativa do que aqueles que não trabalham (-4,98). A diferença é notável no que se refere ao impacto sobre a vida cotidiana, em que os que trabalham (+,31) apresentam uma atitude indiferente, enquanto entre os que não trabalham a atitude é moderada, mas negativa (-1,64).

Na importância percebida do Turismo, a atitude é bem mais positiva naqueles que trabalham (+4,55) do que naqueles que não trabalham (+2,80) e no fator impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, também, os que trabalham (+4,44) tem uma atitude positiva maior do que os que não trabalham (+3,91), porém sem apresentar uma diferença significativa. No relato de um morador, “os políticos

acham que não é preciso fazer nada porque Laguna já tem o centro histórico, o Farol de Santa Marta e as praias. Para eles isso já é bastante e devem pensar que as pessoas têm a obrigação de visitar a cidade e ainda achar tudo ótimo”. (Instrumento n° 254, APÊNDICE P). Segundo ele, em Laguna o Turismo ainda é amador. Outro entrevistado (Instrumento n° 380, APÊNDICE P) diz que as estradas que dão acesso ao Farol de Santa Marta estão abandonadas. No verão ele já encontrou e socorreu várias pessoas com pneus furados pelas pedras enormes que ficam no meio da estrada.

No fator impacto intercultural, a atitude mostra-se positiva tanto naqueles que trabalham (+5,30) quanto nos que não trabalham (+4,10). No impacto sobre o emprego, a atitude é muito positiva nos que trabalham (+6,80) e positiva nos que não trabalham (+5,89). O mesmo pode ser percebido no impacto sobre os valores, em que os que trabalham (-2,75) demonstram uma atitude negativa, mas os que não trabalham (-4,50) a atitude é bem mais negativa. Segundo relato de morador (instrumento n° 71, APÊNDICE P), no caminho para outras praias já encontrou pessoas paradas porque de tão drogadas não conseguiam dirigir. Diz ele que o consumo de drogas é muito grande, tanto pelas pessoas que moram em Laguna, como pelos turistas que vão para lá pela liberdade em usar drogas. Conforme o mesmo, Laguna é uma zona franca para o uso de drogas.

O que pode ser destacado no cruzamento dessas variáveis é o mesmo que aconteceu com o cruzamento entre o sexo masculino e feminino. Assim como nos homens prevaleceu uma atitude mais positiva em todos os aspectos, neste cruzamento ficou demonstrado que os que trabalham também têm uma atitude positiva superior nos diferentes fatores. Isso pode significar que para os moradores de Laguna que trabalham, assim como para os que não trabalham, a cidade deixa a desejar, mas como os primeiros estão envolvidos, mesmo indiretamente, com os benefícios econômicos do Turismo – mesmo que não o declarem –, a atitude tende a ser mais positiva do que a daqueles que não tem benefício algum e ainda sentem-se invadidos pelos turistas.

Dependência econômica do Turismo

Na Tabela do apêndice N é feita a análise dos resultados dos residentes que dependem e dos que não dependem economicamente do Turismo. Iniciando pelo

impacto meio ambiental, é possível verificar que as pessoas que dependem economicamente do Turismo (-1,20) apresentam uma atitude moderada neste fator, enquanto que para os que não dependem (-2,29) a atitude é negativa.

No fator impacto sobre a delinqüência, tanto os que dependem (-4,21), quanto os que não dependem (-4,65) do Turismo, demonstram uma atitude negativa, o que pode significar que o mesmo está influenciando negativamente neste sentido e a população em geral está notando. Já no impacto sobre a vida cotidiana, enquanto que para os que não dependem a atitude é indiferente (-,89), para os que dependem a mesma é positiva (+2,78).

No fator importância percebida do Turismo, a diferença é totalmente visível, pois os que não dependem (+3,25) do Turismo possuem uma atitude positiva, mas os que dependem (+8,05) apresentam uma atitude muito positiva. “O Turismo é uma coisa positiva, mas ninguém se importa com o Turismo aqui. Olha Balneário Camboriú, Florianópolis, lá sim o Turismo é incentivado. Aqui é um caos, só droga, bebida e festa sem responsabilidade e controle” (Instrumento n° 362, APÊNDICE P). Para o entrevistado do Instrumento n° 206 (APÊNDICE P), os turistas podem ter algum dinheiro a mais para gastar, “mas não é graças ao Turismo que as pessoas têm mais dinheiro para gastar em Laguna. Só os que têm comércio tiram algum lucro a mais porque tudo aumenta no verão e as pessoas se apavoram com os preços”.

Da mesma forma pode-se notar que no impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas, aqueles que não dependem (+3,95) tem uma atitude positiva e aqueles que dependem (+6,06) tem uma atitude muito positiva. “O Turismo é bom, mas precisa ter um apoio, em Laguna não tem infra estrutura nem para os moradores, imagina para os turistas. No verão abrem uma meia dúzia de bar, restaurante e lojas a mais para os turistas que vem prejudicar a imagem da Laguna”. (Instrumento n° 92, APÊNDICE P). O comentário enfatizado por outro morador foi que o “Turismo gera muito emprego no verão, as infra-estruturas melhoram porque abrem mais restaurantes, bares, tem shows, mas pena que o dinheiro arrecadado com o Turismo não seja investido na melhora dos serviços públicos, como saúde, assistência sanitária para que os esgotos não desemboquem na praia”. (Instrumento n° 27, APÊNDICE P)

No impacto sobre o emprego, tanto os moradores que dependem do Turismo (+9,27), quanto os que não dependem (+6,01) apresentam uma atitude muito positiva, sendo que nos últimos a mesma é um pouco inferior. E no impacto sobre os

valores, para os que dependem (-1,57) do Turismo a atitude é indiferente ou moderada e para os que não dependem (-3,66) a atitude é negativa.

No impacto intercultural também acontece o mesmo, nos que não dependem (+4,38) a atitude é positiva e nos que dependem (+7,85) a atitude é muito positiva. “O Turismo é muito bom porque traz emprego para Laguna, tem gente que fica esperando o verão para trabalhar e poder viver o resto do ano com o dinheiro que ganha na temporada e mais alguns bicos durante o ano. Essas pessoas têm a oportunidade de trabalhar e garantir o sustento o resto do ano, caso não encontrem outro emprego” (Instrumento n° 203, APÊNDICE P). A maior parte dos residentes reconhecem que o Turismo proporciona a oportunidade de trabalho e renda.

Atitude global

A atitude dos residentes de Laguna vista de maneira global (APÊNDICE O) a partir dos 390 instrumentos aplicados no contexto da amostra, revela que os mesmos demonstram uma atitude negativa quanto ao Impacto meio ambiental (-2,13), quanto ao Impacto sobre a delinqüência (-4,58) e quanto ao Impacto sobre os valores (-3,35). Uma atitude indiferente aparece quanto ao Impacto sobre a vida cotidiana (-,35) e é muito positiva no impacto sobre o emprego (+6,49). Positivamente, a atitude está representada pela importância do Turismo (+3,95), no impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas (+4,26) e no impacto intercultural (+4,89). O resultado final da atitude em Laguna, somando os custos e benefícios do Turismo, é positivo (+1,45).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade de Laguna localiza-se no litoral sul de Santa Catarina, recebendo muitos visitantes nos meses de verão, em especial em função de suas praias. Entretanto, não se trata de um mero destino turístico de sol e mar, porque a cidade também abriga um importante patrimônio histórico, tornando-a um destino cultural de excelência. Neste cenário, a cidade recebeu em 2007 um total de visitantes (147.000) que é praticamente três vezes a população da cidade que é de 50.179 (IBGE, 2007; SANTUR, 2007). Além disso, o carnaval dos lagunenses atrai centenas de visitantes, o que significa reunir num curto espaço de tempo, um grande número de pessoas.

Por outro lado, são poucos os estudos brasileiros em Turismo, que registram textos em tom de alerta, discutem a questão dos impactos da atividade e que reportam a pesquisas científicas. Também não se registram muitos trabalhos em que a comunidade supostamente impactada seja ouvida e se posicione tanto em relação a atividade em si, como quanto aos desdobramentos em termos de efeitos sobre os bens naturais, culturais e sobre a vida cotidiana. E outro aporte que se tornou importante para a pesquisa foi a opção por um estudo quanti-qualitativo, ainda pouco utilizado pelas ciências sociais no seu olhar sobre o Turismo.

Nestes termos, o propósito deste estudo foi o de analisar a atitude dos residentes de Laguna/SC a respeito de possíveis impactos do Turismo sobre a comunidade local, num estudo quanti-qualitativo, dentro dos preceitos metodológicos para tal, o que significou a aplicação de 390 instrumentos, em três bairros distintos da cidade de Laguna/SC.

A abordagem teórica priorizou a questão da atitude, conforme a mesma vem sendo estudada pela Psicologia Social. Por atitude entende-se que é uma disposição afetiva para responder favoravelmente ou desfavoravelmente a respeito de um objeto, situação ou pessoa, conforme o conhecimento e o sentimento que a pessoa traz construído sobre o mesmo. É importante demonstrar que o instrumento proposto por Modero e Cuadrado (2006) e utilizado nessa pesquisa contribuiu para chegar aos resultados apresentados até agora e também para o avanço dos estudos considerando o construto atitude, o fenômeno Turismo e seus impactos. E, o mais importante: as populações locais que vivenciam o Turismo, seja o ano inteiro, seja durante alguns meses de alta temporada e que a partir do envolvimento com o

fenômeno turístico desenvolvem no mundo das cognições (conhecimento do que nos rodeia, informações recebidas por meios de comunicação ou por outras pessoas e as próprias experiências) disposições afetivas favoráveis (positivas) ou desfavoráveis (negativas) (Krüger, 1986) a um objeto social, neste caso o Turismo e seus impactos.

Conforme Molero e Cuadrado (2006), se uma pessoa mantém uma atitude positiva sobre o Turismo e os turistas, é muito provável que se relacione com eles de forma positiva e apóie o desenvolvimento da atividade turística. No Brasil, herdou-se um histórico, fruto de várias décadas de autoritarismo, em que o planejamento público se dá de forma fechada, sem que as pessoas ou comunidades envolvidas possam manifestar-se sobre as intervenções em estudo. Com o Turismo não tem sido diferente, pois planejamentos participativos são raras vezes considerados, nos processos de turistificação dos lugares. Assim, as comunidades reagem de maneira positiva ou negativa, sem que se procure encaminhar suas demandas em prol de um Turismo mais sustentável e equânime nos seus resultados, para todos os atores envolvidos.

Nestes termos, o estudo desses autores mostrou-se um instrumento válido para medir a atitude dos residentes em localidades turísticas, permitindo que os resultados venham a contribuir na futura planificação e planejamento do Turismo. A necessidade de validar um instrumento como o utilizado nesse estudo passa por processos de criação e ajustes posteriores de informações que possam ser entendidas por aqueles que irão participar das amostras, mas isso não é o foco da discussão. O importante é destacar que o instrumento original, em espanhol, foi traduzido e aplicado com a população local de Laguna/SC, enquanto que Molero e Cuadrado (2006) validaram o instrumento com estudantes universitários de treze localidades da Espanha. O processo foi diferente, mas o que pode ser acrescentado nesse estudo é que apesar de ser um instrumento com uma considerável quantidade de informações, foi possível ser aplicado com pessoas de idades e características diferentes. O que deve ser levado em consideração é a habilidade, persistência e o conhecimento do estudo desses autores pelo pesquisador para a busca e coleta das informações, pois o instrumento de aporte metodológico quantitativo torna-se longo e cansativo, e muitas pessoas não estão dispostas ou não querem colaborar.

O tratamento dos dados foi realizado pelo programa estatístico SPSS 16.00,

agrupando-se as respostas em oito fatores: Impacto meio ambiental; Impacto sobre a delinqüência; Impacto sobre a vida cotidiana; Importância percebida do Turismo; Impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas; Impacto intercultural; Impacto sobre o emprego e Impacto sobre os valores. O instrumento foi aplicado em três bairros da cidade de Laguna: Mar Grosso, Magalhães e Centro.

A partir de um ponto de vista geral, parece claro que a população residente dos três bairros, que dependem economicamente do Turismo, agradece os benefícios econômicos dessa atividade, pois suas atitudes apresentaram-se positivas nos aspectos relacionados a emprego, infra-estrutura, contribuições à vida cotidiana e ao intercâmbio cultural. Também se percebe, embora em menor grau, que a atitude relacionada aos malefícios sociais são menos negativas para esse grupo de residentes.

Os membros da comunidade anfitriã que dependem economicamente do Turismo tendem a ter uma melhor predisposição frente ao Turismo, porque compensam as desvantagens com os benefícios que dele obtém. Por outro lado, os que não fazem parte do grupo que obtém benefícios econômicos diretos da atividade, apresentam atitudes mais negativas. O que foi possível perceber realizada a investigação, é que aqueles que dependem economicamente do Turismo tendem a não perceber ou não se preocupar tanto com os impactos sobre os valores, sobre o meio ambiente ou sobre problemas sociais como a delinqüência. Estes impactos parecem ser vistos como naturais para os que fazem parte desse grupo, uma decorrência inevitável frente aos benefícios também apresentados. Quando se partia para os benefícios que o Turismo poderia trazer, tudo era visto como positivo e inclusive na questão 41 do instrumento, que questionava se o Turismo havia feito com que subissem os preços na região e como avaliavam esse fato, os entrevistados concordavam que os preços subiam em conseqüência do Turismo, mas avaliavam positivamente este fato. O contrário acontecia com aqueles que precisavam pagar mais pelos produtos e serviços. Era visível a indignação por esses residentes sobre o aumento de preços, mesmo aqueles que reconheciam o aumento nos preços de produtos e serviços também em outros lugares turísticos.

Nota-se, em relação às faixas etárias, que os moradores com mais idade pesam os custos e os benefícios do Turismo, pois ao mesmo tempo em que avaliam positivamente o impacto sobre o emprego e infra-estruturas, reconhecem que os impactos sobre a delinqüência e sobre os valores estariam mais presentes, pelas

avaliações negativas expressadas. Com o passar do tempo pode acontecer dos pontos positivos serem descompensados pelos negativos e acabar fechando o ciclo de desenvolvimento como colocado por Doxey (1975 apud ROSS, 2002; RUSCHMANN, 2000; BRUNT e COURTNEY, 1999) quando desenvolveu o “Modelo irridex”, buscando identificar e explicar os efeitos cumulativos do desenvolvimento do Turismo e a evolução da mudança nas atitudes dos moradores. No ciclo mais avançado, a comunidade sentiria a pressão por parte do fluxo de turistas e o contato entre ambos se tornaria menos pessoal. Neste momento, o Turismo não seria mais uma novidade, mas causa de irritação e uma maneira de obter lucro fácil, pois os custos, neste momento, começariam a exceder os benefícios e a comunidade passaria a agir com hostilidade em relação aos turistas.

Cabe destacar que os lugares da amostra com maior atividade turística, como o bairro Mar Grosso, também tem proporções maiores de residentes que apresentam atitudes menos positivas sobre a atividade, porém no bairro Magalhães, onde não há fluxo constante de turistas, a atitude dos residentes foi mais negativa que no bairro Centro, onde se localiza o Patrimônio Histórico e há visitas por uma porcentagem considerável de turistas. A literatura destaca que quanto mais perto do centro turístico o bairro se localizar, mais positivas são as atitudes dos residentes. No entanto, esta investigação chegou a uma conclusão oposta. Os residentes que vivem mais perto do centro turístico apresentaram atitudes mais negativas. Pode ser que quanto mais avançado o ciclo de desenvolvimento turístico do destino, quem vive mais perto das principais zonas turísticas sente maior efeito da presença crescente de turistas. Muitos estudos têm pretendido investigar as opiniões dos residentes, mas muitos deles, como já destacado anteriormente, empregaram diferentes instrumentos, técnicas de amostragem e análises estatísticas, fazendo com que seja difícil fazer comparações (WILLIAMS y LAWSON, 2001). Ao mesmo tempo, é possível reconhecer que o Turismo é responsabilizado por diferentes problemas, entre os quais detectados em Laguna como sobressaturação dos serviços da comunidade, o barulho, a sujeira (principalmente no bairro Mar Grosso), o roubo e um aumento nos preços. Destaque-se que muitos dos problemas apresentados, seriam registrados em especial no carnaval, onde aumenta o consumo de álcool e as pessoas estão em busca de diversão, sexo e folia sem o compromisso do que isso pode acarretar aos residentes locais.

Este estudo revelou também, que os residentes que vivem a mais de 50 anos

na cidade, apresentam atitudes mais negativas em relação aos impactos do Turismo. É possível destacar que no impacto meio ambiental as atitudes mais negativas estiveram presentes entre os residentes do bairro Mar Grosso e Magalhães, entre aqueles que não dependem economicamente do Turismo, entre os que não trabalham, entre os com idade acima de 55 anos, entre os com mais de 50 anos de residência em Laguna e entre os com ensino fundamental. Um fato interessante neste fator é que as pessoas com menos tempo de escolaridade foram as que apresentaram mais sensibilidade quanto aos impactos sobre o meio ambiente, enquanto que os mais instruídos não demonstram tanta preocupação.

No impacto sobre a delinqüência, os moradores do bairro Mar Grosso e Magalhães foram os que apresentaram as atitudes mais negativas, da mesma forma que aqueles que não dependem economicamente do Turismo, daqueles com mais de 45 anos de idade, daqueles que moram a mais de 40 anos em Laguna e daqueles com ensino médio e superior. Embora as atitudes destes grupos sejam as mais negativas, todas as outras atitudes referentes a esse fator foram negativas, inclusive entre aqueles que fazem parte, na amostra, dos que dependem economicamente do Turismo. Isso representa que o impacto sobre a delinqüência está sendo percebido coletivamente e que os residentes estão demonstrando o seu descontentamento por meio de suas atitudes negativas neste aspecto. No entanto, conforme os comentários dos residentes no capítulo 3 em relação a este fator, o descontentamento enfatizado sobre a delinqüência em Laguna está relacionado com o período do carnaval, quando uma parcela dos residentes afirma deixar a cidade durante os dias de festividade.

A respeito dos resultados obtidos por Molero e Cuadrado (2006), observa-se que a pior atitude relacionada ao impacto sobre a delinqüência foi encontrada nos lugares com Turismo tradicional de sol e praia, o que vai ao encontro dos resultados encontrados em Laguna, onde os residentes na praia do Mar Grosso apresentaram atitudes mais negativas neste sentido.

No impacto sobre a vida cotidiana as atitudes foram indiferentes na maioria dos residentes, salvo naqueles que dependem economicamente do Turismo e com até 25 anos de idade, cujas atitudes foram positivas. Como já destacado, os moradores mais jovens comentaram a respeito da satisfação em poder desfrutar das opções de novas infra-estruturas de lazer e diversão que são proporcionadas na alta temporada. Entretanto, essas infra-estruturas não estão satisfazendo plenamente os

residentes mais antigos, ocasionando certo descontentamento por parte desse grupo. Aqueles com ensino fundamental e com idade acima de 55 anos e com mais de 70 anos de residência, portanto mais velhos, apresentaram as atitudes mais negativas.

No fator sobre a importância do Turismo, as atitudes foram todas positivas, mas em alguns grupos de residentes, as mesmas se apresentaram muito positivas (+6,00), como é o caso daqueles residentes que dependem economicamente do Turismo e dos jovens com idade até 35 anos. A atitude esteve presente positivamente entre aqueles com até 30 anos de residência em Laguna e com ensino médio. As atitudes foram indiferentes entre os moradores com idade acima de 55 anos e entre os que vivem há 70 anos na cidade. Confirma-se também nesse fator que para os residentes mais antigos o Turismo não é tão importante quanto para os mais jovens e para os com interesses comerciais na atividade.

No impacto sobre os serviços públicos e infra-estruturas os residentes que moram no bairro Centro, os que trabalham, os com até 25 anos de idade e os com até 30 anos de residência em Laguna e os com ensino médio apresentaram atitude positiva, enquanto que para os que dependem economicamente do Turismo a atitude é muito positiva. O restante dos moradores mantém uma atitude positiva neste fator, mas não tanto como os apresentados acima. Os moradores mais antigos e com mais idade foram os que tiveram as atitudes menos positivas neste fator. A melhoria de infra-estruturas, a abertura de restaurantes, estabelecimentos comerciais, de entretenimento e facilidade de compras foram itens considerados como impactos positivos para Ross em seu estudo realizado em Queensland (Austrália). No mesmo estudo os residentes mais antigos também foram os que apresentaram atitudes mais negativas em relação ao desenvolvimento turístico e alegaram que os impactos negativos tornavam-se mais graves com o passar do tempo. Esses resultados vão ao encontro dos resultados colhidos em Laguna, pois nota-se pela atitude dos moradores que a melhora na oferta de equipamentos e serviços é vista como fator positivo, que só não cativa os residentes mais antigos. Estes apresentaram as atitudes menos positivas, talvez por desfrutarem de um estilo mais simples e com menos interesse a ofertas de consumo.

No impacto intercultural, as atitudes muito positivas apresentaram-se naqueles que dependem economicamente do Turismo, entre os com até 25 e até 35 anos de idade, e com até 30 anos de residência. Positivamente, a atitude aparece entre

aqueles que trabalham, entre os que moram no Centro, entre os com ensino médio e superior, entre os do sexo masculino e entre os com até 10 anos de residência. Como aconteceu no fator 5, os moradores do Centro foram os que apresentaram atitude positiva ao impacto intercultural. Isso pode representar que possuir uma herança cultural edificada também contribua para que o intercâmbio cultural seja realizado e acolhido de maneira favorável pela população local. Que a preservação do patrimônio e os contatos realizados com visitantes de outras localidades ou até estrangeiros satisfazem mais aos que residem principalmente nesse bairro.

O grupo dos mais jovens foi o que teve a atitude mais positiva em todos os aspectos avaliados; os resultados e os relatos obtidos vão ao encontro dos resultados obtidos por Pearce (2001), que destaca em seu relatório de pesquisa realizada no Havaí a atitude positiva dos jovens em relação aos turistas, sendo que 80% deles disseram estabelecer um contato agradável com os visitantes.

No impacto sobre o emprego todos os residentes apresentaram uma atitude positiva, mas entre aqueles que dependem economicamente do Turismo (+9,27) ficou evidente a atitude mais positiva de todas, seguida por aqueles com até 25 anos de idade e pelos com até 10 anos de residência. Os que declararam depender economicamente do Turismo sabem que a atividade abre novas oportunidades de renda e emprego e que no período de maior concentração de visitantes é preciso efetuar a contratação de novos funcionários e que novos postos de trabalho são ofertados. Os mais jovens, como evidencia Molero e Cuadrado (2006) em seu estudo, podem ver no Turismo uma oportunidade profissional, de emprego e renda, ou mesmo de oferta mais qualificada em termos de entretenimento, como detectado em Laguna.

No impacto sobre os valores, as atitudes foram negativas para todos os residentes, porém entre aqueles com idade acima de 55 anos e entre os com mais de 50 anos de residência, a mesma foi a mais negativa de todas. Como em praticamente todos os fatores, entre os residentes mais antigos a atitude foi menos positiva. Com o desenvolvimento do Turismo a partir da década de 1970 (LUCENA, 1998; PEREIRA, 2003), esses moradores viram o seu local de residência transformar-se e junto com esse crescimento houve a presença de pessoas com comportamentos diferentes dos adotados pelos locais (ARCHER e COOPER, 2001), assim como outros problemas decorrentes, como a prostituição, as drogas, o álcool, o roubo e até crimes, como destacado por esses autores.

Partindo dos dados analisados, percebe-se que a atitude negativa concentra-se nos grupos com idade acima de 50 anos e naqueles que moram a mais de 50 anos em Laguna. Esses moradores foram os que declararam estar descontentes com a presença da prostituição, das drogas e da insegurança. E como já enfatizado, são problemas decorrentes que Archer e Cooper (2001) também afirmam estar presente nas localidades onde o Turismo se desenvolve. Fica evidente que os moradores que declararam depender economicamente do Turismo apresentaram as atitudes mais positivas no que se refere ao impacto sobre o emprego e esse resultado vai ao encontro do que Murphy (1980, apud ROSS, 2002) detectou em seu estudo, onde os residentes com interesses comerciais no Turismo viam os turistas com bons olhos quando comparados aos demais residentes.

A partir do momento que o Turismo inicia seu desenvolvimento, traz consigo custos e benefícios econômicos e não-econômicos para as comunidades anfitriãs. Isso teve destaque com a pesquisa realizada junto aos moradores de Laguna/SC, pois foi possível identificar que os mesmos apresentaram atitudes positivas e negativas, demonstrando as insatisfações frente aos efeitos que a presença de turistas ocasionou na localidade e as influências positivas que fazem diferença com sua presença. O Turismo mal planejado ou mal desenvolvido pode trazer problemas quando as demandas turísticas entram em conflito com as necessidades dos residentes locais, alterando sua vida cotidiana e prejudicando o meio ambiente natural, social e cultural. Por isso, é de extrema importância saber como a população local se posiciona frente às consequências positivas e negativas que surgem quando o Turismo começa a se fazer presente sem que um preparo antecipado tenha sido efetuado.

O Turismo, como visto na literatura apresentada no Capítulo 2, já foi responsabilizado pela poluição de praias, aumento do custo da mão-de-obra, da terra, das mercadorias, pela contaminação dos valores dos povos nativos, pela superlotação, congestionamento, barulho, lixo, crimes, perda da privacidade, geração de tensões sociais, deterioração ambiental, pelo trabalho sazonal mal pago, entre outros. Da mesma forma que ocasiona malefícios, o Turismo oferece oportunidades de emprego, melhoria nas infra-estruturas, reforça a preservação do patrimônio e das tradições culturais, promove o intercâmbio cultural, movimenta a economia, entre outros benefícios já mencionados. Quando Valene Smith intitula um de seus artigos como “Turismo: benção ou ruína?”, a autora chega à conclusão que

o Turismo não é uma benção e nem uma ruína, pois ao mesmo tempo em que causa problemas, traz também benefícios para os envolvidos, inclusive para os residentes.

O que precisa ser feito é um planejamento adequado e participativo, ou seja, que veja a necessidade de incluir a comunidade local nesse processo. Neste sentido, espera-se que a presente pesquisa forneça informações importantes para fins de planejamento e busca de soluções para amenizar as influências negativas trazidas pelo Turismo e identificadas por meio das atitudes dos residentes de Laguna.

Var e Ap (2001) encontraram que as pessoas que faziam parte da amostra em sua pesquisa com grau de escolaridade superior percebiam mais positivamente os impactos econômicos, ambientais, sociais e culturais. Esses resultados também apareceram neste estudo e mesmo que os moradores com ensino superior também apresentassem atitudes negativas no impacto sobre os valores e sobre o meio ambiente, foram as avaliações menos negativas quando comparados com aqueles com ensino fundamental e médio. Em relação ao impacto sobre a delinqüência os residentes com ensino médio e superior tiveram atitudes minimamente mais negativas do que aqueles com ensino fundamental, mas foi a única exceção, pois no restante prevaleceu a atitude positiva para esse grupo.

Haley, Snaith e Miller (2005) revelaram em sua investigação que os residentes naturais da cidade apresentaram uma atitude mais negativa quanto aos efeitos do Turismo. Na presente pesquisa não foi questionado se o residente tinha nascido em Laguna, mas os resultados demonstraram que quanto mais idade e mais tempo de residência tinha o residente, mais negativa foi a atitude.

Barretto (2007) esclarece que as comunidades não são homogêneas, as características de cada grupo modificam-se com o passar do tempo e a relação entre visitantes e visitados varia de caso para caso e por isso é preciso ter cuidado para evitar generalizações. Isso pode ser destacado quando a variável da distancia do centro turístico for significativa para os estudos de atitude relacionada ao Turismo, pois ao contrário do estudo de Molero e Cuadrado (2006), os moradores de Laguna que residem no bairro Magalhães (bairro próximo ao centro turístico) apresentaram uma atitude mais negativa em alguns aspectos como, por exemplo, a importância percebida do Turismo e impacto sobre a vida cotidiana.

Conforme Krippendorf (2000), quando os habitantes das regiões visitadas sentem-se excluídos do planejamento turístico começam a sentir certo rancor em

relação aos efeitos negativos ocasionados pela presença de visitantes e muitas vezes acabam saindo da localidade durante o período de máxima lotação. O morador do Instrumento nº 73 (APÊNDICE P) declarou que responder as perguntas do instrumento foi um desabafo porque segundo ele muitos acontecimentos errados são vistos, sem que ninguém providencie soluções. Continua relatando que “reclamar não adianta e o povo é muito acomodado, ninguém reclama de nada, só esperam pelos outros. No Carnaval quem mora ali (Mar Grosso) tem que sair porque o pessoal de fora toma conta das ruas, é uma barulheira, uma bebedeira, não tem condições de ficar no carnaval”. O que era para ser um feriado de descanso ou para uma festa saudável, torna-se um caos e se eles (o entrevistado e família) permanecerem na cidade não tem descanso.

Como descreve Rodrigues (1999) as atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem e como gostariam de se comportar em relação a um objeto atitudinal, pois o comportamento é consequência do que as pessoas pensam que devem fazer diante de um acontecimento. No caso do depoimento do morador citado, o componente comportamental esteve presente quando esse decide sair de Laguna no período do Carnaval por estar incomodado com os efeitos negativos ocasionados pelos turistas. Antes de tomar essa atitude pode-se assegurar que o componente cognitivo (conhecimento da situação durante o Carnaval) e afetivo (sentimento pró ou contra) estiveram presentes e foram decisivos na tomada de decisão do morador.

Caso algumas mudanças venham a acontecer para melhorar as condições de segurança e bem estar dos moradores durante o carnaval no bairro Mar Grosso, o componente cognitivo (o objeto tal como conhecido) e o componente afetivo (o objeto como alvo de sentimento pró ou contra) podem ser modificados, levando a atitude dos moradores a tornar-se mais favorável e instigadora de comportamentos (componente comportamental), que ajudem os residentes a motivar-se colaborando com um possível planejamento em que conscientização, unidade e poder sejam elementos de uma eventual implementação de políticas turísticas comunitárias, como apresentado por Mitcheill e Reid (2001) na discussão sobre o estudo realizado em Taquile (Peru).

Entretanto, nem sempre a população local tem a permissão de contribuir para que os vértices econômicos, culturais e sociais do Turismo sejam planejados para um benefício mutuo na relação entre turistas e moradores. Por isso esse estudo

apresenta sua importância, pois foi possível identificar quais são as insatisfações dos residentes nos três bairros pesquisados e também os aspectos positivos que os agradam.

A atitude sobre a influência do Turismo nos valores da população (Fator 8), praticamente inexistente no estudo de Modero e Cuadrado (2006), foi negativa em Laguna. As mulheres apresentaram atitudes positivas no estudo da Espanha, mas em Laguna as atitudes mais negativas estiveram presentes entre as moradoras do sexo feminino. A semelhança maior esteve entre os que dependem economicamente da atividade. Para esses, tanto no estudo de Molero e Cuadrado (2006), quanto no estudo realizado em Laguna/SC a atitude foi muito positiva quando comparados com os outros residentes, principalmente no impacto sobre o emprego e sobre a importância do Turismo. E o mesmo aconteceu para aqueles que trabalham.

A hipótese de que os residentes do bairro próximo (Magalhães) ao centro turístico apresentariam atitudes mais positivas não foi corroborada. Neste estudo, como já comentado, algumas das atitudes mais negativas foram encontradas no bairro Magalhães e as mais positivas estiveram no bairro Centro. Contudo, o bairro com maior presença de turistas, Mar Grosso, apresentou atitudes negativas em relação ao impacto sobre os valores, sobre a delinquência e sobre o meio ambiente, mas a atitude mais positiva em relação ao impacto sobre o emprego foi encontrada nesse bairro.

A outra hipótese, de que a atitude global seria positiva, incluindo os 390 residentes, foi corroborada e coincidentemente o valor encontrado por Molero e Cuadrado (2006) foi o mesmo encontrado neste estudo. A atitude global entre os 8 fatores e entre os 390 residentes foi positiva (+1,45). Este resultado indica que inclusive reconhecendo o impacto ambiental, sobre a delinquência e sobre os valores negativos, foi possível obter uma visão global positiva do Turismo, pois os impactos sobre o emprego, infra-estruturas, relações interculturais e vida cotidiana, compensaram este fato.

Este estudo apresentou os resultados da atitude dos residentes de Laguna/SC em três bairros da cidade. A sugestão proposta é que novos estudos sejam realizados em bairros mais afastados da praia e do centro turístico para conhecer qual é a atitude desses moradores em relação ao Turismo. O instrumento utilizado também pode ser aplicado em outras localidades turísticas, assim como nos bairros pesquisados em Laguna (Mar Grosso, Magalhães e Centro) daqui algum

tempo para fins de monitoramento, pois como assinala Rodrigues (1999) as atitudes são passíveis de mudança e neste caso com o passar do tempo as mesmas podem tornar-se mais positivas ou mais negativas em relação aos impactos do Turismo nos oito fatores propostos.

6 REFERÊNCIAS E OBRAS CONSULTADAS

ARCHER, Brian e COOPER, Chris. **Os impactos positivos e negativos do turismo**. In: THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global**. 1. ed. Traduzido por: Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado. São Paulo: SENAC, 2001. Tradução de: **Global Tourism**, p. 85 – 102.

ARRONES, Franciso Jurdão. **Los Mitos Del Turismo**. Madrid: Endimiión, 1992.

BARRETTO, M. **Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papirus, 2004.

BARRETTO, M. **Cultura e Turismo: Discussões contemporâneas**. Campinas, SP: Papirus, 2007.

BRIÑOL, Pablo; FALCES, Carlos y BECERRA, Alberto. **Actitudes**. In: MORALES, J. Francisco, MOYA, C. Moya, GAVIRIA, Elena, CUADRADO, Isabel (orgs). **Psicología social**. 3 ed. Aravaca: Madrid, 2007.

BRUNT, Paul e COURTNEY, Paul. **La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente**. *Annals of Tourism Research en Español*. V.1, n.2, p.215-239, 1999.

CASTAÑO, José Manuel; **Psicología social de los viajes y del turismo**. Madrid: Thomson, 2005.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David e SHEPHERD, Rebecca. **Turismo, princípios e prática**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DE LA TORRE, Oscar. **El turismo: fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Econômica, 1997.

DE KADT, Emanuel. **Turismo: passaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo em los países em via de desarrolo**. Madrid: Endimyon, 1979.

DALL'AGNOL, S.; GASTAL, S. **Turismo e suas percepções: Bento Gonçalves/RS**. Anais do V ANPTUR. Belo Horizonte: Aleph, 2008.

DALL'AGNOL, S.; GASTAL, S.; SANTOS, C. C. **Roteiro cultural Caminhos de Pedra/RS: atitude dos residentes**. Anais do 2º CULTUR e 4º SEMINTTUR. Ilhéus: Aleph, 2008.

FARIAS, Vilson Francisco de. **De Portugal ao Sul do Brasil: 500 anos, história, cultura e turismo para todas as idades**. Florianópolis: Ed. Do autor, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOELDNER, Charles R., RITCHIE, Brent J. R., MCINTOSH, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Trad. Roberto Cataldo Costa. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HALEY, A. J.; SNAITH, Tim; MILLER, Graham. **Los impactos sociales del turismo. El estudio del caso de Bath, Reino Unido**. *Annals of Tourism Research em Español*. Vol. 7, , p. 274-298, 2005.

IBGE. Cidades@. Disponível em www.ibge.gov.br. Acessado em 03 de dezembro de 2007.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo – para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

KRÜGER, Helmuth. **Introdução à psicologia social**. São Paulo: EPU, 1986.

LAGE, Beatriz H. L e MILONE, Paulo C. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

LICKORISH, Leonard J. **Introdução o turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LUCENA, Liliane Monfardini Fernandes. **Laguna: de ontem a hoje espaços públicos e vida urbana**. Dissertação de mestrado para obtenção de grau de mestre em Geografia. Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 1998.

MICHELIN, R. **A reconstrução da etnicidade na arena turística: o caso do roteiro turístico rural cultural Caminhos de Pedra Bento Gonçalves-RS**. Dissertação de Mestrado em Turismo. Caxias do Sul: Educs, 2008.

MITCHELL, R. E. REID, D. G. **Integracion comunitaria. Turismo insular em Perú**. *Annals of Tourism Research em español*. Vol. 3, n. 1, p. 144-172, 2001.

MOLERO, F.; CUADRADO, I. **La Medición de las Actitudes hacia el Turismo: una perspectiva psicosocial**. *Annals of Tourism Research em Español*. v.8, n.2, p. 406-427, 2006.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Psicossociología del turismo**. España: Síntesis, 1996.

MOLINA, Sérgio; RODRIGUEZ, Sérgio. **Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina**. Traduzido por: Carlos Valero. 2.ed. Bauru: EDUSC, 2001. Tradução de: *Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica*.

MOSCOVICI, Serge. **Psicología social I, influencia y cambios de actitudes, individuos y grupos**. Tradução de David Rosenbaum. Buenos Aires: Paidós, 1999.

Tradução de: *Psychologie Sociale*, 1984.

NEGRINE, A.S. **Instrumentos de coletas de informações na pesquisa qualitativa**. In: NETO, V. M.; TRIVIÑOS, A. N. S. (org.). **A pesquisa qualitativa na Educação Física: alternativas metodológicas**. 2 ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS/Sulina, 2004, p. 61-93.

OMT, Organização Mundial do Turismo. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável**. Traduzido por: Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003. Tradução de: **Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism**.

PÁEZ, Darío; FERNÁNDEZ, Itziar; UBILLOS, Silvia; ZUBIETA, Elena (orgs.). **Psicología Social, Cultura y Educación**. Pearson Educación, S. A., Madrid, 2004.

PEARCE, Philip L. **A relação entre residentes e turistas: literatura sobre pesquisas e diretrizes de gestão**. In: THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global**. 1. ed. Traduzido por: Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado. São Paulo: SENAC, 2001. Tradução de: **Global Tourism**, p. 145 – 164.

PEREIRA, Raquel Maria Fontes do Amaral. **Formação espacial do litoral de Santa Catarina(Brasil): gênese e transformações recentes**. In *Geosul*, n.35, v.19, p.99-129, 2003.

PÉREZ, A. P., NADAL, J. R. **Las percepciones de los residentes: un análisis cluster**. *Annals of Tourism Research em Español*. v. 7, n. 2, p. 255-273, 2005.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **A revolução Farroupilha**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira**. Campinas: Papyrus, 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RODERJAN, Roselys Vellozo. **Documentos para a história dos caminhos do sul**. In: **Bom Jesus e o tropeirismo no Brasil Meridional**. SANTOS, Lucila Maria Sgarbi, VIANNA, Maria Leda Costa e BARROSO, Véra Lucia Maciel. Porto Alegre: EST, 1995.

RODRIGUES, Aroldo. **Estudos em psicologia social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973.

ROSS, Glenn F. **Psicologia do Turismo**. São Paulo: Contexto, 2002.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papyrus, 2000.

SANTANA TAVALERA, Augustín. **Antropologia y turismo: nuevas hordas viejas culturas?** Barcelona: Ariel, 1997.

SANTOS, R. J.; BARRETTO, M. **Aculturação, Impactos culturais, processos de hibridação: uma revisão conceitual dos estudos antropológicos do turismo. Turismo em Análise.** São Paulo: Aleph, v.17, n.2, p. 129-264, nov. 2006.

SANTUR. **Perfil da demanda turística de Laguna – Santa Catarina 2008.** Disponível em www.santur.sc.gov.br. Acessado em 03 de dezembro de 2007.

SCHRADER, Achim. **Introdução à pesquisa social empírica: um guia para o planejamento, a execução e a avaliação de projetos de pesquisa não experimentais.** Tradução de Manfredo Berger. Porto Alegre: Globo, 1978. 2.ed.

SELLTIZ et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais.** Trad. Maria Martha Hubner de Oliveira, Miriam Marinoti del Rey, 2.ed. Brasileira/Coord. José Roberto Malufe, Bernadete Gatti. São Paulo: EPU, 1987.

SMITH, V. **Tourism change and Impacts.** In: SMITH, Valene e BRENT, Maryann. (Eds.). **Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century.** New York: Cognizant Corporation, 2001.

SMITH, V. L. **Anfitriones e invitados. Antropologia Del Turismo.** Traduzido por: Jesús Pardo e Miguel Martinez-Lage. Madrid. Ediciones Endymion, 1989.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental.** 3. ed. Traduzido por: Margarete Dias Pulido. São Paulo: Aleph, 2000. 1v. Tradução de: **Sustainable Tourism Management.**

THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global.** 1. ed. Traduzido por: Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado. São Paulo: SENAC, 2001. Tradução de: **Global Tourism.**

TRIANDIS, Harry C. **Actitudes y cambios de actitudes.** Barcelona: Toray, 1974.

TRIOLA, Mário F. **Introdução a estatística.** 9.ed. Rio de Janeiro: LCT, 2005.

TULIK, Olga. **Residências Secundárias – as fontes estatísticas e a questão conceitual.** Turismo em Análise, vol. 6, n. 2. Nov. 1995, p. 26-34.

WILLIAMS, John; LAWSON, Rob. **Aspectos de la vida comunitaria y opiniones de los residentes sobre el turismo.** Annals of Tourism Research en Español. Vol. 3. N°.1, 2001, págs. 173-197.

VAR, Turgut; AP, John. **O turismo e a paz mundial.** In: THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global.** 1. ed. Traduzido por: Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado. São Paulo: SENAC, 2001. Tradução de: **Global Tourism,** p. 67 – 83.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Instrumento em português

QUESTIONÁRIO DE ATITUDE SOBRE O TURISMO: LAGUNA/SC

O presente questionário faz parte de um trabalho de pesquisa da Mestranda Sandra Dall'Agnol, do curso de Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias de Sul/RS. Sua colaboração será de extrema importância para a conclusão desta pesquisa e na contribuição dos estudos sobre os impactos do Turismo e sobre a participação dos residentes de localidades turísticas no desenvolvimento do Turismo.

As informações prestadas são sigilosas e destinam-se exclusivamente para fins acadêmicos e científicos.

Idade:

Sexo: () F () M

Tempo de residência em Laguna: _____

Grau de Escolaridade: () Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior

Lugar de residência: () Centro () Magalhães () Mar Grosso

Trabalha: () sim () não

Depende economicamente do Turismo: () sim () não

Responda as perguntas formuladas abaixo, não esquecendo que todas as questões se referem ao Turismo da cidade nos períodos de máxima presença de turistas. Os números a seguir representam sua opinião para cada pergunta.

Para as perguntas com a letra (a) responda o seguinte:

**1- Discordo plenamente 2 - Discordo 3- Nem concordo/ nem discordo 4 - Concordo
5 - Concordo plenamente**

Para as perguntas com a letra (b) responda o seguinte:

**-2. Muito negativo -1. Negativo 0. Nem positivo/ nem negativo 1. Positivo
2. Muito Positivo**

01 a) O turismo exerce um forte impacto sobre o meio ambiente na minha região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 1 2 3 4 5
01 b) O deterioramento do meio ambiente é para mim algo.	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo -2 -1 0 1 2
02 a) O desenvolvimento turístico tem aumentado o número de delitos na região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 1 2 3 4 5
02 b) A insegurança citada é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo -2 -1 0 1 2
03 a) O desenvolvimento do turismo tem aumentado o consumo de drogas na região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 1 2 3 4 5
03 b) O aumento do consumo de drogas é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo -2 -1 0 1 2
04 a) Devido ao turismo, nas praias, parques e outros locais de recreio / lazer tem muita gente.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 1 2 3 4 5
04 b) A presença de muita gente nas praias, parques e outros locais é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo -2 -1 0 1 2

05 a) O turismo é uma das principais fontes de ingressos da minha região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
05 b) Que o turismo seja uma boa fonte de ingressos na minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
06 a) Graças ao turismo se tem construído mais rodovias.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
06 b) Que tenham mais rodovias na minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
07 a) O turismo favorece a recuperação das nossas tradições culturais.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
07 b) Que se recuperem as tradições culturais é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
08 a) Atualmente na minha região se incentiva o turismo acima de outras atividades industriais ou agrícolas.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
08 b) O incentivo do turismo acima de outras atividades é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
09 a) O turismo tem na atualidade uma grande importância para o meu estado.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
09 b) Que o turismo seja importante no meu estado é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
10 a) Graças ao turismo há mais parques e áreas recreativas para nadar, andar, praticar esportes, etc. para a população desta cidade.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
10 b) A existência de áreas recreativas e esportivas na minha cidade é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
11 a) O turismo favorece o intercambio cultural entre residentes e turistas.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
11 b) O intercambio cultural com pessoas de outros locais é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
12 a) Quando há muitos turistas, as pessoas vão pouco às lojas e espaços comerciais devido à aglomeração de pessoas.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
12 b) As aglomerações nos espaços comerciais são para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
13 a) O desenvolvimento do turismo na minha região tem provocado um aumento nos problemas de tráfego.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
13 b) A existência de engarrafamentos é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
14 a) O turismo provoca desordem e sujeira nos espaços mais concorridos.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
14 b) A limpeza da minha cidade é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
15 a) O turismo provoca níveis de ruído muito elevados.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
15 b) A existência de ruído na minha cidade é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
16 a) O turismo proporciona maior número de postos de trabalho na região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
16 b) Que tenham mais postos de trabalho na região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2

17 a) As pessoas utilizam pouco os serviços da região (espaços comerciais, recreativos...) como consequência da massificação (aglomeração) que produz o turismo.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
17 b) A aglomeração de pessoas é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
18 a) Devido ao turismo a infra-estrutura tem melhorado.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
18 b) Que melhorem as infra-estruturas da região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
19 a) O turismo tem contribuído para uma melhor assistência sanitária na região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
19 b) A melhora da assistência sanitária é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
20 a) Devido ao turismo o transporte público se tem potenciado (aumentado).	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
20 b) A melhoria do transporte público é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
21 a) O turismo proporciona maiores oportunidades de emprego na região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
21 b) Que tenham maiores oportunidades de emprego na região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
22 a) As pessoas da região têm mais dinheiro para gastar graças ao turismo.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
22 b) Que tenham mais dinheiro para gastar na região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
23 a) Os serviços públicos na minha região tem melhorado graças ao turismo.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
23 b) A melhora nos serviços públicos na minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
24 a) O encontro com turistas de outros locais do mundo constitui uma experiência educativa.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
24 b) Poder conhecer as pessoas de outros locais do mundo é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
25 a) O turismo tem gerado trabalho na população jovem ajudando na sua estabilização e crescimento econômica.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
25 b) O aumento de trabalho para os jovens é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
26 a) O turismo dificulta as atividades de lazer [ócio] normais entre as pessoas da região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
26 b) A interferência nas minhas atividades habituais de lazer [ócio] é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
27 a) Acredito que as pessoas gostam de conhecer os turistas de outros países para conhecer a sua cultura.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
27 b) Conhecer a cultura das pessoas de outros países é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo 0 1 2
28 a) O crescimento do turismo tem provocado um aumento da prostituição na minha região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente 3 4 5
28 b) A presença de prostituição na minha região é para		

mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
29 a) O desenvolvimento do turismo na região tem feito com que se perca a tranquilidade que antes existia.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
29 b) Perder a tranquilidade que antes existia na sua cidade é para você algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
30 a) O turismo na minha região faz com que existam postos de trabalho muito desejáveis.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
30 b) A existência de bons postos de trabalho na minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
31 a) O incremento do turismo na minha região tem propiciado a aparição de organizações criminais.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
31 b) A aparição de organizações criminais na minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
32 a) O incremento do turismo tem feito com que os episódios de agressão sexual na região tenham aumentado.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
32 b) O aumento de episódios de agressão sexual é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
33 a) O turismo tem provocado uma perda de valores morais.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
33 b) A perda dos valores morais é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
34 a) O incremento do turismo provoca episódios de vandalismo na região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
34 b) A existência de vandalismo na minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
35 a) O turismo tem provocado um maior desenvolvimento das atividades culturais.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
35 b) A existência de mais atividades culturais é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
36 a) O incremento do turismo na região tem provocado mudanças nos costumes sexuais da população.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
36 b) Que se modifiquem os costumes sexuais na minha localidade é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
37 a) Devido ao turismo os valores religiosos da população têm experimentado uma modificação.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
37 b) Que se modifiquem os valores religiosos na minha localidade é algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
38 a) Os benefícios derivados do turismo são mais importantes para minha região do que os benefícios derivados da agricultura ou da indústria.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
38 b) Que os benefícios derivados do turismo sejam importantes para minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo
39 a) O turismo terá um papel fundamental no desenvolvimento da minha região.	Discordo plenamente 1 2 3 4 5	Concordo plenamente
39 b) Que o turismo tenha um papel fundamental no desenvolvimento da minha região é para mim algo...	Muito negativo -2 -1 0 1 2	Muito positivo

40 a) Devido ao turismo há lixo nas nossas ruas.	Discordo plenamente	Concordo plenamente
	1 2 3 4 5	
40 b) Que as ruas estejam com lixo é para mim algo...	Muito negativo	Muito positivo
	-2 -1 0 1 2	
41 a) O turismo tem feito com que subam os preços na minha região.	Discordo plenamente	Concordo plenamente
	1 2 3 4 5	
41 b) Que subam os preços na minha região é para mim algo...	Muito negativo	Muito positivo
	-2 -1 0 1 2	
42 a) O turismo tem contribuído para que se cuide mais do meio ambiente na minha região.	Discordo plenamente	Concordo plenamente
	1 2 3 4 5	
42 b) O cuidado com o meio ambiente é para mim algo...	Muito negativo	Muito positivo
	-2 -1 0 1 2	
43 a) As prefeituras e responsáveis políticos estão promovendo o turismo.	Discordo plenamente	Concordo plenamente
	1 2 3 4 5	
43 b) Que se promova o turismo na minha região é para mim algo..	Muito negativo	Muito positivo
	-2 -1 0 1 2	

APÊNDICE B – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC pelas faixas etárias dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics							
lug...	idade 2 (Binned)	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
centro	até 25	F1c	18	-4,80	,00	-1,2222	1,10163
		F2c	18	-7,83	-1,83	-3,6667	1,75268
		F3c	18	-,50	4,00	2,3472	1,16044
		F4c	18	,75	8,75	5,6806	2,06121
		F5c	18	2,78	7,78	5,7654	1,53672
		F6c	18	2,00	10,00	7,1852	2,17599
		F7c	18	2,50	10,00	7,4444	2,09964
		F8c	18	-6,25	1,50	-1,0417	1,66771
		Valid N (listwise)	18				
		até 35	F1c	24	-2,60	,80	-1,3917
F2c			24	-6,33	-2,00	-3,7986	1,36907
F3c			24	-1,00	4,75	1,7917	1,48116
F4c			24	2,88	9,50	5,7604	1,93857
F5c			24	2,56	10,00	5,3472	1,80305
F6c			24	4,00	10,00	6,2778	2,10742
F7c			24	4,00	10,00	7,5208	2,04024
F8c			24	-3,75	2,00	-1,1146	1,40260
Valid N (listwise)			24				
	até 45	F1c	29	-4,00	-,20	-1,6897	,65156
		F2c	29	-6,67	-2,00	-4,2759	1,36878
		F3c	29	-4,00	4,50	,5862	2,03241
		F4c	29	1,62	9,50	4,9267	2,28239
		F5c	29	2,00	8,22	4,6590	1,68507
		F6c	29	2,67	10,00	5,5747	2,27634
		F7c	29	3,75	10,00	6,9138	2,23135
		F8c	29	-6,00	1,50	-2,1552	1,66290
		Valid N (listwise)	29				
centro	até 45	F1c	23	-3,00	,00	-1,7478	,67209
		F2c	23	-8,00	-2,00	-3,9348	1,32834
		F3c	23	-3,25	4,50	-,7391	2,24681
		F4c	23	1,25	8,75	3,7717	2,08847
		F5c	23	2,33	8,22	3,9034	1,60327
		F6c	23	,00	9,33	4,1594	1,77772
		F7c	23	3,00	10,00	6,2500	2,33671
		F8c	23	-7,75	1,00	-3,1087	1,92299
		Valid N (listwise)	23				
		acima de 55	F1c	36	-4,00	-1,20	-2,1000
F2c			36	-8,00	-2,50	-4,3102	1,30637
F3c			36	-5,50	1,00	-2,3403	1,63134
F4c			36	-,62	5,12	2,1389	1,17176
F5c			35	2,00	4,78	3,1619	,74064
F6c			36	,00	5,33	3,2315	1,35651
F7c			36	2,50	8,00	4,5972	1,78813
F8c			36	-7,50	-2,00	-3,9722	1,14452
Valid N (listwise)			35				

magalhães	até 25	F1c	13	-2,00	-,20	-1,4308	,62100
		F2c	13	-6,00	-2,00	-4,0000	1,73872
		F3c	13	1,25	3,50	2,4423	,68582
		F4c	13	3,38	8,50	7,2788	1,55971
		F5c	13	3,22	6,44	5,3248	,90661
		F6c	13	4,00	10,00	8,4103	1,68959
		F7c	13	3,75	10,00	8,5962	1,73066
		F8c	13	-3,25	2,00	-1,2500	1,87083
		Valid N (listwise)	13				
			até 35	F1c	27	-3,20	-,20
F2c	27			-6,00	-,50	-3,8827	1,40650
F3c	27			-2,00	3,75	1,6111	1,64424
F4c	27			,00	9,50	5,6991	2,36619
F5c	27			2,00	6,89	4,4691	1,30684
F6c	27			,00	10,00	5,9506	2,89961
F7c	27			3,75	10,00	7,0000	2,00600
F8c	27			-3,25	1,25	-,9907	1,25093
Valid N (listwise)	27						
	até 45			F1c	28	-4,00	-,40
		F2c	28	-8,00	-2,17	-4,3274	1,41820
		F3c	28	-4,00	4,00	,2857	2,00083
		F4c	28	1,00	9,75	4,6518	2,47355
		F5c	28	1,89	8,67	4,1627	1,46331
		F6c	28	4,00	10,00	5,5714	2,13313
		F7c	28	3,75	10,00	6,9107	1,91148
		F8c	28	-7,50	1,00	-2,8071	1,88369
		Valid N (listwise)	28				
		lugar de ... idade 2 (Binned)					
magalhães	até 55	F1c	22	-4,00	,00	-2,5091	1,09149
		F2c	22	-8,00	-2,50	-5,3864	1,80562
		F3c	22	-5,75	1,50	-1,7614	1,84597
		F4c	22	1,00	7,00	2,8182	1,45709
		F5c	22	2,44	5,11	3,7778	,70690
		F6c	22	2,67	10,00	4,3788	1,62095
		F7c	22	3,50	10,00	6,1932	1,38429
		F8c	22	-8,00	-1,75	-4,9318	1,99282
		Valid N (listwise)	22				
			acima de 55	F1c	40	-6,00	-1,00
F2c	40			-8,67	-2,33	-5,1250	1,86463
F3c	40			-10,00	2,50	-3,0375	2,33943
F4c	40			-4,75	9,25	1,1625	2,41227
F5c	40			1,33	5,56	3,2917	,88557
F6c	40			-2,67	8,00	2,8333	2,22777
F7c	40			2,00	10,00	5,1438	1,76040
F8c	40			-9,50	-,50	-5,6312	2,16838
Valid N (listwise)	40						

mar grosso	até 25	F1c	15	-4,80	1,40	-1,1733	1,65593		
		F2c	15	-6,00	-1,67	-3,3667	1,30961		
		F3c	15	-1,75	4,50	2,0167	1,27988		
		F4c	15	1,00	8,75	5,8917	2,49368		
		F5c	15	3,33	7,44	4,9630	1,17188		
		F6c	15	3,33	10,00	6,2000	2,50650		
		F7c	15	4,00	10,00	7,1333	2,03730		
		F8c	15	-8,00	,25	-1,4333	2,14323		
		Valid N (listwise)	15						
			até 35	F1c	28	-3,40	1,60	-1,2714	1,17532
F2c	28			-6,33	-2,00	-3,7679	1,15411		
F3c	28			-2,50	4,50	1,9375	1,56883		
F4c	28			2,12	8,75	6,5536	1,76561		
F5c	28			3,33	8,00	4,9206	1,24570		
F6c	28			1,33	9,33	6,1905	2,34903		
F7c	28			3,75	10,00	7,2411	2,33183		
F8c	28			-5,00	1,50	-1,6429	1,59052		
Valid N (listwise)	28								
	até 45			F1c	31	-4,80	,40	-2,2258	1,28659
		F2c	31	-8,00	-2,17	-4,8548	1,45025		
		F3c	31	-4,50	3,50	,6532	2,04805		
		F4c	31	-3,00	10,00	4,1694	3,06773		
		F5c	31	2,33	6,67	4,4444	1,20288		
		F6c	31	1,00	9,33	5,2473	2,42970		
		F7c	31	3,50	10,00	7,1855	2,19466		
		F8c	31	-8,00	2,00	-3,2581	2,33138		
		Valid N (listwise)	31						
			até 55	F1c	31	-4,80	-40	-3,1905	1,11620
lugar de ... idade 2 (Binned)			N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation		
mar grosso	até 55	F2c	21	-10,00	-3,33	-6,1032	1,74680		
		F3c	21	-5,50	2,00	-2,3095	1,93634		
		F4c	21	-5,75	6,75	2,7560	2,59431		
		F5c	21	3,00	5,56	4,2011	,67001		
		F6c	21	-2,00	8,00	3,6984	1,92326		
		F7c	21	3,50	10,00	6,4762	1,62193		
		F8c	21	-9,00	-2,50	-6,0357	2,10844		
		Valid N (listwise)	21						
			acima de 55	F1c	35	-8,00	-,40	-3,6457	1,51081
				F2c	35	-8,67	-3,50	-6,4810	1,61729
F3c	35			-9,00	1,00	-3,4286	1,91220		
F4c	35			-4,00	6,00	1,4071	1,65091		
F5c	35			2,44	4,67	3,7905	,59395		
F6c	35			-,67	5,33	3,2000	1,41236		
F7c	35			2,75	9,50	5,7929	1,71336		
F8c	35			-9,50	1,00	-6,9071	2,01473		
Valid N (listwise)	35								

APÊNDICE C – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC por tempo de residência, dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics							
Jug.	tempo de residência		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	até 10	F1c	25	-4,80	,80	-1,7120	1,14175
		F2c	25	-8,00	-2,00	-4,1333	1,58187
		F3c	25	-2,00	4,75	1,1000	2,19967
		F4c	25	,75	9,50	5,1050	2,61075
		F5c	25	2,33	8,22	4,9422	1,95371
		F6c	25	2,00	9,33	5,4933	2,26307
		F7c	25	2,50	10,00	6,7600	2,68142
		F8c	25	-7,75	1,50	-2,1300	2,12392
		Valid N (listwise)	25				
	até 20	F1c	19	-4,00	-,20	-1,7684	,74016
		F2c	19	-6,33	-2,00	-4,2982	1,40280
		F3c	19	-5,50	3,50	,3026	2,33717
		F4c	19	1,88	9,50	4,5658	2,25592
		F5c	19	2,44	8,00	4,2515	1,42284
		F6c	19	1,00	10,00	5,4912	2,48544
		F7c	19	4,00	10,00	6,8816	1,94073
		F8c	19	-6,50	1,50	-2,2632	1,76083
		Valid N (listwise)	19				
	até 30	F1c	32	-2,60	,00	-1,2875	,72724
		F2c	32	-7,83	-1,83	-3,7656	1,48158
		F3c	32	-4,00	4,00	1,1797	2,47669
		F4c	32	,38	9,50	5,1758	2,19141
		F5c	32	2,00	10,00	5,2674	1,90283
		F6c	32	1,00	10,00	6,4792	2,40957
		F7c	32	2,50	10,00	7,1406	2,09544
		F8c	32	-6,25	2,00	-1,6719	2,03541
		Valid N (listwise)	32				
	até 40	F1c	20	-3,20	,60	-1,7000	,82206
		F2c	20	-6,67	-2,00	-4,0167	1,35821
		F3c	20	-4,00	4,00	,1500	2,12504
		F4c	20	,25	8,75	4,4500	2,28028
		F5c	20	2,56	7,78	4,3833	1,52922
		F6c	20	3,67	9,33	4,7833	1,65178
		F7c	20	3,00	10,00	6,6625	2,44986
		F8c	20	-4,50	1,50	-2,2000	1,52738
		Valid N (listwise)	20				
	até 50	F1c	13	-4,00	-1,00	-1,9692	,82803
		F2c	13	-8,00	-3,00	-4,4359	1,65347
		F3c	13	-4,00	,50	-2,1154	1,40540
		F4c	13	1,12	4,38	2,7115	1,02747
		F5c	13	2,33	5,44	3,5385	1,02725
		F6c	13	,00	5,33	3,3590	1,58967
		F7c	13	3,00	8,50	5,2692	1,97237
		F8c	13	-7,50	-1,75	-3,6538	1,64107
		Valid N (listwise)	13				
	até 60	F1c	15	-2,80	-1,40	-2,0800	,41952

lugar de ...	tempo de residência ...	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
centro	até 60	F2c	15	-6,33	-2,83	-4,1444	1,04439
		F3c	15	-4,00	-,50	-2,3667	1,10948
		F4c	15	-,62	4,00	2,2417	1,07888
		F5c	15	2,00	4,78	3,1926	,79734
		F6c	15	,00	4,00	3,0000	1,51710
		F7c	15	3,00	8,00	4,8667	1,91065
		F8c	15	-6,00	-2,75	-4,0833	,91450
		Valid N (listwise)	15				
	até 70	F1c	6	-2,20	-1,60	-1,9667	,23381
		F2c	6	-4,00	-3,17	-3,5278	,28707
		F3c	6	-4,00	1,00	-1,6667	2,09563
		F4c	6	,12	2,38	1,5417	,85025
		F5c	5	2,00	3,22	2,6444	,48048
		F6c	6	2,00	4,00	3,3889	,95258
		F7c	6	3,00	4,00	3,5417	,51031
F8c		6	-4,00	-2,00	-3,3333	,81650	
Valid N (listwise)	5						
magalhães	até 10	F1c	19	-4,80	-,60	-2,3789	1,08504
		F2c	19	-7,33	-2,17	-4,9912	1,36815
		F3c	19	-6,25	2,75	-,5789	2,70936
		F4c	19	-2,38	8,50	3,8947	2,95929
		F5c	19	2,56	5,89	3,7778	1,17822
		F6c	19	2,33	9,33	5,9123	2,42630
		F7c	19	3,75	9,50	7,0000	1,82003
		F8c	19	-9,00	-,75	-3,5000	2,37024
		Valid N (listwise)	19				
	até 20	F1c	16	-4,80	-1,20	-2,4500	,93950
		F2c	16	-8,00	-2,67	-4,6667	1,54440
		F3c	16	-4,25	3,50	-,3594	2,39090
		F4c	16	-,88	9,25	4,1172	2,90060
		F5c	16	2,44	7,78	4,2361	1,45827
		F6c	16	1,00	10,00	4,8750	2,58163
		F7c	16	3,50	10,00	6,2656	2,06452
		F8c	16	-7,00	-,50	-3,2031	1,91097
		Valid N (listwise)	16				
	até 30	F1c	33	-4,00	-,20	-1,7212	,95255
		F2c	33	-8,00	-,50	-3,7626	1,54450
F3c		33	-4,00	3,75	1,0455	2,36631	
F4c		33	-3,62	8,75	5,1061	3,17355	
F5c		33	1,89	6,44	4,3939	1,44260	
F6c		33	-2,67	10,00	5,9798	3,44494	
F7c		33	2,00	10,00	6,8485	2,49134	
F8c		33	-7,50	2,00	-2,0000	2,48904	
Valid N (listwise)		33					
até 40	F1c	20	-3,60	-,40	-1,9900	1,02490	
	F2c	20	-7,00	-2,33	-4,3333	1,52081	

Jogar de ...	tempo de residência ...	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
magalhães	até 40	F3c	20	-5,75	4,00	-,0250	2,85263
		F4c	20	2,00	9,75	4,7438	2,62154
		F5c	20	2,67	8,67	4,2222	1,43926
		F6c	20	-1,33	10,00	5,0000	2,69719
		F7c	20	4,25	10,00	7,0875	1,77941
		F8c	20	-8,00	1,00	-2,5000	2,75179
		Valid N (listwise)	20
	até 50	F1c	17	-4,40	-1,00	-2,6941	1,12053
		F2c	17	-8,00	-2,50	-5,1471	1,68622
		F3c	17	-5,25	1,50	-1,3088	2,08141
		F4c	17	-,62	7,00	3,1544	1,80469
		F5c	17	2,44	4,89	3,9542	,56664
		F6c	17	3,67	7,33	4,3333	,89753
		F7c	17	4,00	8,00	6,0294	1,28051
		F8c	17	-7,50	-1,00	-4,4265	2,23740
			Valid N (listwise)	17	.	.	.
	até 60	F1c	17	-4,40	,00	-2,5882	1,27568
		F2c	17	-8,00	-2,33	-5,0980	1,98786
		F3c	17	-8,25	2,50	-2,1912	2,34775
		F4c	17	-2,12	9,25	1,8603	2,25212
F5c		17	2,56	5,56	3,5033	,81187	
F6c		17	-2,00	8,00	3,3529	2,01546	
F7c		17	3,50	10,00	5,5735	1,75171	
F8c		17	-9,00	-,50	-5,3382	2,36501	
		Valid N (listwise)	17
até 70	F1c	8	-6,00	-1,40	-3,2750	1,49260	
	F2c	8	-8,67	-3,17	-5,8750	2,47968	
	F3c	8	-10,00	-2,25	-4,3438	2,41623	
	F4c	8	-4,75	1,88	-,1562	2,50335	
	F5c	8	1,33	4,22	3,1806	1,05231	
	F6c	8	-2,00	4,00	2,1667	2,32993	
	F7c	8	2,00	7,00	4,7500	1,98206	
	F8c	8	-9,50	-3,50	-6,2500	2,21601	
		Valid N (listwise)	8
mar grosso	até 10	F1c	11	-4,40	-,40	-2,3273	1,16369
		F2c	11	-8,67	-2,00	-5,3788	2,09906
		F3c	11	-9,00	3,00	-1,1591	4,09157
		F4c	11	-,38	8,75	3,8409	3,49244
		F5c	11	2,67	6,33	4,5455	1,28856
		F6c	11	-,67	9,33	5,0909	3,26970
		F7c	11	3,50	10,00	7,7500	2,21642
		F8c	11	-9,50	-,50	-4,1818	3,05592
		Valid N (listwise)	11
	até 20	F1c	18	-7,80	1,60	-2,8778	2,08878
		F2c	18	-7,33	-2,00	-4,6481	1,43359
		F3c	18	-4,00	3,25	-,7639	2,68091

lugar de ...	tempo de residência ...	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
mar grosso	até 20	F4c	18	-,75	8,00	3,0486	2,35582
		F5c	18	2,44	6,00	3,7963	1,02138
		F6c	18	,00	9,33	3,9444	2,37429
		F7c	18	3,50	9,50	5,5556	1,93375
		F8c	18	-8,00	,00	-4,0972	2,33285
		Valid N (listwise)	18				
	até 30	F1c	40	-4,80	1,60	-1,4700	1,49635
		F2c	40	-10,00	-1,67	-4,1667	1,71012
		F3c	40	-5,50	4,50	1,3875	2,33764
		F4c	40	-5,75	8,75	5,4438	3,12980
		F5c	40	2,89	7,44	4,6750	1,12058
		F6c	40	-2,00	10,00	5,7000	2,72563
		F7c	40	3,00	10,00	7,0250	2,26441
		F8c	40	-8,50	1,50	-2,2062	2,64205
	Valid N (listwise)	40					
	até 40	F1c	20	-4,40	,40	-2,3800	1,19279
		F2c	20	-8,00	-2,17	-4,7917	1,56989
		F3c	20	-3,25	2,75	,4000	1,96750
		F4c	20	,50	10,00	4,4438	2,66325
F5c		20	2,33	8,00	4,6667	1,37602	
F6c		20	1,67	9,33	5,1333	2,02152	
F7c		20	3,50	10,00	6,7250	2,07887	
F8c		20	-9,50	2,00	-3,7875	3,02433	
Valid N (listwise)		20					
até 50	F1c	19	-4,40	-,20	-2,6421	1,40883	
	F2c	19	-8,00	-2,50	-5,6930	1,88092	
	F3c	19	-5,50	2,75	-1,4737	2,45783	
	F4c	19	-4,00	8,75	3,2105	3,32605	
	F5c	19	2,78	5,89	4,5263	,80452	
	F6c	19	,00	9,33	4,4386	2,07291	
	F7c	19	4,00	10,00	7,3684	1,57093	
	F8c	19	-8,50	-,50	-5,3553	2,42286	
	Valid N (listwise)	19					
até 60	F1c	11	-4,00	-,40	-3,4000	1,08812	
	F2c	11	-8,00	-4,00	-6,9697	1,32039	
	F3c	11	-5,50	-2,25	-3,2955	,85745	
	F4c	11	1,88	3,38	2,3750	,60982	
	F5c	11	3,11	4,56	4,0101	,42297	
	F6c	11	2,67	4,00	3,7879	,42876	
	F7c	11	3,75	7,00	5,7727	1,45110	
	F8c	11	-9,50	-4,00	-7,0909	1,37510	
	Valid N (listwise)	11					
até 70	F1c	11	-3,00	-1,80	-4,1273	1,45402	
	F2c	11	-8,00	-3,50	-6,4848	1,70368	
	F3c	11	-6,75	1,00	-3,3182	1,94001	
	F4c	11	-1,88	6,00	1,5795	2,01500	
mar grosso	até 70	F5c	11	3,11	4,22	3,8283	,46973
		F6c	11	,67	5,33	3,1818	1,41707
		F7c	11	2,75	8,50	6,0909	1,66686
		F8c	11	-8,50	1,00	-6,6818	2,66714
		Valid N (listwise)	11				

APÊNDICE D – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC por sexo dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics							
lug.	sexo		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	masculino	F1c	66	-4,00	,60	-1,6424	,73465
		F2c	66	-6,67	-1,83	-3,9091	1,30357
		F3c	66	-5,50	4,75	,1477	2,57689
		F4c	66	-,62	9,50	4,2727	2,41021
		F5c	65	2,22	10,00	4,4103	1,80416
		F6c	66	,00	10,00	4,9798	2,21254
		F7c	66	2,50	10,00	6,1818	2,32195
		F8c	66	-6,50	2,00	-2,2955	2,04606
		Valid N (listwise)	65				
centro	feminino	F1c	64	-4,80	,80	-1,7469	,93418
		F2c	64	-8,00	-2,00	-4,2005	1,49873
		F3c	64	-4,00	4,00	-,1367	2,37335
		F4c	64	,12	9,00	4,1426	2,32565
		F5c	64	2,00	8,00	4,3906	1,67926
		F6c	64	,00	10,00	5,0781	2,54050
		F7c	64	2,50	10,00	6,5039	2,39977
		F8c	64	-7,75	1,50	-2,6719	1,75813
		Valid N (listwise)	64				
magalhães	masculino	F1c	59	-4,80	,00	-2,4068	1,15368
		F2c	59	-8,00	-,50	-4,7486	1,70428
		F3c	59	-8,25	4,00	-,7119	2,91504
		F4c	59	-3,62	9,75	3,5720	3,29112
		F5c	59	2,22	8,67	4,0810	1,33394
		F6c	59	-2,67	10,00	4,8362	2,91868
		F7c	59	2,00	10,00	6,4280	2,07253
		F8c	59	-9,00	1,00	-3,7542	2,76582
		Valid N (listwise)	59				
	feminino	F1c	71	-6,00	-,20	-2,1831	1,14280
		F2c	71	-8,67	-2,00	-4,5258	1,77765
		F3c	71	-10,00	3,75	-,4930	2,71569
		F4c	71	-4,75	9,50	3,8944	2,81336
		F5c	71	1,33	6,89	3,9499	1,19549
		F6c	71	-2,00	10,00	4,9343	2,69781
		F7c	71	2,00	10,00	6,4366	2,05232
		F8c	71	-9,50	2,00	-3,2148	2,61018
Valid N (listwise)	71						

mar grosso	masculino	F1c	63	-7,80	1,60	-2,3365	1,60396
		F2c	63	-8,67	-1,67	-4,7963	1,98232
		F3c	63	-9,00	3,50	-,1508	3,02694
		F4c	63	-,88	10,00	4,3333	2,86763
		F5c	63	2,33	8,00	4,4991	1,18363
		F6c	63	-,67	10,00	5,1323	2,60379
		F7c	63	2,75	10,00	6,9286	2,19210
		F8c	63	-9,50	2,00	-3,7817	2,97791
	Valid N (listwise)	63					
	feminino	F1c	67	-8,00	1,60	-2,5313	1,71254
		F2c	67	-10,00	-2,50	-5,3632	1,75568
		F3c	67	-5,75	4,50	-,8097	2,76309
		F4c	67	-5,75	8,75	3,5112	3,14529
		F5c	67	2,44	7,44	4,2902	,98054
F6c		67	-2,00	9,33	4,4080	2,21247	
F7c		67	3,50	10,00	6,4888	1,92985	
F8c		67	-9,50	1,50	-4,4590	3,04001	
Valid N (listwise)	67						

APÊNDICE E – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC por grau de escolaridade dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics							
lugar de ...	grau de escolaridade		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	fundamental	F1c	2	-4,00	-2,00	-3,0000	1,41421
		F2c	2	-8,00	-3,50	-5,7500	3,18198
		F3c	2	-4,00	-3,25	-3,6250	,53033
		F4c	2	1,00	1,88	1,4375	,61872
		F5c	2	3,22	4,22	3,7222	,70711
		F6c	2	2,33	4,00	3,1667	1,17851
		F7c	2	3,00	7,00	5,0000	2,82843
		F8c	2	-7,50	-4,00	-5,7500	2,47487
	Valid N (listwise)		2				
	ensino médio	F1c	79	-4,80	,80	-1,5165	,91630
		F2c	79	-7,83	-1,83	-3,7785	1,34998
		F3c	79	-4,00	4,75	,2911	2,78602
		F4c	79	-,62	9,50	4,4747	2,77114
		F5c	79	2,00	10,00	4,6540	2,03156
		F6c	79	,00	10,00	5,1899	2,77437
F7c		79	2,50	10,00	6,3006	2,60958	
lugar de ...	grau de escolaridade		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	ensino médio	F8c	79	-6,25	2,00	-2,2247	1,95772
		Valid N (listwise)		79			
	superior	F1c	49	-4,00	-1,00	-1,9265	,54726
		F2c	49	-8,00	-2,50	-4,4252	1,32246
		F3c	49	-5,50	3,00	-,3010	1,74402
		F4c	49	1,62	8,00	3,8929	1,39708
		F5c	48	2,33	6,22	4,0116	1,03453
		F6c	49	2,67	9,33	4,8435	1,53222
		F7c	49	3,25	10,00	6,4592	1,89870
		F8c	49	-7,75	,00	-2,7602	1,68322
	Valid N (listwise)		48				

magalhães	fundamental	F1c	8	-2,40	-1,40	-2,1250	,35355
		F2c	8	-6,00	-2,33	-3,9792	1,09992
		F3c	8	-5,00	2,75	-2,0938	2,57369
		F4c	8	-2,75	8,50	1,6875	3,37401
		F5c	8	1,33	6,89	3,2917	1,31057
		F6c	8	,00	9,33	3,3333	2,82843
		F7c	8	2,00	9,50	4,7812	2,24180
		F8c	8	-6,75	-,50	-3,6875	1,69953
		Valid N (listwise)	8				
	ensino médio	F1c	68	-6,00	,00	-2,1647	1,28083
		F2c	68	-8,67	-,50	-4,7500	2,05914
		F3c	68	-10,00	3,75	-,5735	3,10244
		F4c	68	-4,75	9,25	3,8309	3,40453
		F5c	68	1,89	6,44	4,2059	1,27386
		F6c	68	-2,67	10,00	4,8039	3,25339
		F7c	68	2,00	10,00	6,5331	2,22432
		F8c	68	-9,50	2,00	-3,8456	2,95079
		Valid N (listwise)	68				
	superior	F1c	54	-4,80	-,40	-2,4593	1,03350
		F2c	54	-8,00	-2,17	-4,5679	1,33275
		F3c	54	-6,25	4,00	-,3935	2,37598
		F4c	54	-2,38	9,75	3,9491	2,35017
		F5c	54	2,44	8,67	3,8683	1,19145
		F6c	54	2,33	10,00	5,2284	2,00296
F7c		54	3,50	10,00	6,5509	1,70486	
F8c		54	-9,00	1,25	-2,9398	2,38407	
Valid N (listwise)		54					
mar grosso	fundamental	F1c	8	-4,40	,00	-2,3000	1,63532
		F2c	8	-6,33	-2,17	-4,6667	1,40577
		F3c	8	-5,50	4,50	-1,0312	3,10943
		F4c	8	-4,00	6,00	2,3750	2,93075
		F5c	8	2,33	5,89	4,0556	1,14857
		F6c	8	,00	7,33	3,3750	2,12646
		F7c	8	3,50	9,50	5,8125	2,55912
		F8c	8	-8,00	,00	-4,3750	2,52134

mar grosso	fundamental	Valid N (listwise)	8					
		ensino médio	F1c	73	-8,00	1,60	-2,5096	1,85743
			F2c	73	-10,00	-1,67	-5,3311	2,12849
			F3c	73	-9,00	3,50	-,7705	2,95180
			F4c	73	-1,88	10,00	4,1490	3,12748
			F5c	73	2,44	7,44	4,4505	1,07820
			F6c	73	,00	10,00	4,9589	2,46202
			F7c	73	2,75	10,00	6,9041	2,13422
			F8c	73	-9,50	1,00	-4,4075	3,16516
	Valid N (listwise)		73					
	superior	F1c	49	-4,80	1,60	-2,3510	1,34073	
		F2c	49	-8,67	-2,00	-4,7959	1,49701	
		F3c	49	-7,50	4,50	,0153	2,77799	
		F4c	49	-5,75	8,50	3,8036	2,87511	
		F5c	49	2,78	8,00	4,3583	1,09532	
		F6c	49	-2,00	10,00	4,6871	2,38864	
		F7c	49	3,00	10,00	6,5459	1,85803	
		F8c	49	-9,50	2,00	-3,6786	2,86047	
		Valid N (listwise)	49					

APÊNDICE F – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC com dependência econômica do Turismo ou não, dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics							
lugar de ...	depende...		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	sim	F1c	22	-1,80	,80	-,8000	,78558
		F2c	22	-7,83	-2,00	-3,6970	1,84422
		F3c	22	1,25	4,75	3,1818	,91672
		F4c	22	3,88	9,50	8,0455	1,31302
		F5c	22	2,44	10,00	6,8687	1,60453
		F6c	22	4,00	10,00	7,8485	1,88485
		F7c	22	4,00	10,00	9,1364	1,53671
		F8c	22	-6,25	2,00	-,7841	2,08780
		Valid N (listwise)	22				
		não	F1c	108	-4,80	,00	-1,8759
F2c			108	-8,00	-1,83	-4,1250	1,29684
F3c			108	-5,50	4,00	-,6389	2,17175
F4c			108	-,62	8,12	3,4271	1,65436
F5c			107	2,00	7,78	3,8930	1,26768
F6c			108	,00	10,00	4,4537	2,02757
F7c			108	2,50	10,00	5,7708	2,07345
F8c			108	-7,75	,50	-2,8264	1,68468
Valid N (listwise)			107				
magalhães		sim	F1c	18	-2,00	-,40	-1,6111
	F2c		18	-6,00	-2,33	-4,6852	1,58102
	F3c		18	1,50	4,00	2,8333	,60634
	F4c		18	1,00	9,75	8,2778	1,87454
	F5c		18	1,89	8,67	5,8889	1,34904
	F6c		18	4,00	10,00	8,8519	1,54760
	F7c		18	4,25	10,00	9,2917	1,34013
	F8c		18	-5,25	1,00	-2,1389	1,77859
	Valid N (listwise)		18				
		não	F1c	112	-6,00	,00	-2,3929
F2c			112	-8,67	-,50	-4,6176	1,77242
F3c			112	-10,00	3,75	-1,1429	2,61530
F4c			112	-4,75	8,25	3,0201	2,50622
F5c			112	1,33	6,44	3,7073	,94469
F6c			112	-2,67	10,00	4,2530	2,39211
F7c			112	2,00	10,00	5,9732	1,75702
F8c			112	-9,50	2,00	-3,6719	2,75052
Valid N (listwise)			112				
mar grosso		sim	F1c	17	-3,20	-,40	-1,2941
	F2c		17	-6,00	-2,00	-4,3922	1,58436
	F3c		17	,00	4,50	2,2353	,99401
	F4c		17	2,25	8,75	7,8456	1,70106
	F5c		17	3,89	6,22	5,2222	,83611
	F6c		17	1,33	9,33	6,8235	2,87257

lugar de ...	depende ...		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
mar grosso	sim	F7c	17	5,50	10,00	9,4412	1,05893
		F8c	17	-3,75	-,50	-2,0000	1,36359
		Valid N (listwise)	17				
	não	F1c	113	-8,00	1,60	-2,6088	1,68764
F2c		113	-10,00	-1,67	-5,1932	1,90831	
F3c		113	-9,00	4,50	-,9004	2,87375	
F4c		113	-5,75	10,00	3,3175	2,73117	
F5c		113	2,33	8,00	4,2665	1,06507	
F6c		113	-2,00	10,00	4,4484	2,20604	
F7c		113	2,75	10,00	6,2898	1,85482	
F8c		113	-9,50	2,00	-4,4513	3,07075	
	Valid N (listwise)	113					

APÊNDICE G – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC que trabalham ou não, dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics

lugar de residência	trabalha		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	sim	F1C	87	-4,00	,80	-1,6575	,81149
		F2C	87	-8,00	-2,00	-4,1226	1,37401
		F3C	87	-5,50	4,75	,3621	2,35379
		F4C	87	1,25	9,50	4,5790	2,15101
		F5C	87	2,00	10,00	4,6015	1,76746
		F6C	87	,00	10,00	5,2874	2,22980
		F7C	87	3,00	10,00	6,7816	2,19169
		F8C	87	-7,75	2,00	-2,2902	1,90007
		Valid N (listwise)	87				
	não	F1C	43	-4,80	,00	-1,7674	,89222
		F2C	43	-8,00	-1,83	-3,9109	1,47257
		F3C	43	-4,00	4,00	-,7093	2,58022
		F4C	43	-,63	8,75	3,4593	2,60447
		F5C	42	2,00	7,78	3,9841	1,61194
F6C		43	,00	10,00	4,5039	2,55135	
F7C		43	2,50	10,00	5,4477	2,45104	
F8C		43	-7,50	1,50	-2,8663	1,89874	
	Valid N (listwise)	42					
magalhães	sim	F1C	83	-4,40	,00	-2,1880	1,08935
		F2C	83	-8,00	-,50	-4,4357	1,62297
		F3C	83	-8,25	4,00	,1536	2,42284
		F4C	83	-2,13	9,75	4,4172	2,61389
		F5C	83	1,89	8,67	4,1861	1,25553
		F6C	83	-2,00	10,00	5,2892	2,57398
		F7C	83	3,50	10,00	6,7319	1,84778
		F8C	83	-9,00	2,00	-2,7169	2,53084
		Valid N (listwise)	83				
	não	F1C	47	-6,00	-,20	-2,4553	1,24041
		F2C	47	-8,67	-2,00	-4,9645	1,90472
		F3C	47	-10,00	2,75	-1,9096	2,95456
		F4C	47	-4,75	8,50	2,5665	3,37055
		F5C	47	1,33	5,89	3,6974	1,21024
F6C		47	-2,67	10,00	4,1844	3,03586	
F7C		47	2,00	10,00	5,9043	2,30049	
F8C		47	-9,50	1,50	-4,7713	2,45881	

		Valid N (listwise)	47					
mar grosso	sim	F1C	86	-4,80	1,60	-2,0558	1,49655	
		F2C	86	-10,00	-1,67	-4,5969	1,71469	
		F3C	86	-7,50	4,50	,4302	2,55517	
		F4C	86	-5,75	10,00	4,6730	2,89587	
		F5C	86	2,33	8,00	4,5478	1,17153	
		F6C	86	-2,00	10,00	5,3372	2,51557	
		F7C	86	3,00	10,00	6,8895	2,14839	
		F8C	86	-9,50	2,00	-3,2587	2,79402	
				Valid N (listwise)	86			
			não	F1C	44	-8,00	-,20	-3,1818
F2C	44			-8,00	-2,00	-6,0492	1,84390	
F3C	44			-9,00	2,75	-2,2898	2,70977	
F4C	44			-4,00	8,75	2,4176	2,74430	
F5C	44			2,44	6,67	4,0859	,81926	
F6C	44			,00	9,33	3,6288	1,78888	
F7C	44			2,75	10,00	6,3352	1,85988	
F8C	44			-9,50	1,00	-5,8352	2,71887	
				Valid N (listwise)	44			

APÊNDICE H – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude dos residentes de Laguna/SC dos bairros Centro, Magalhães e Mar Grosso.

Descriptive Statistics

lugar de residência		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
centro	F1c	130	-4,80	,80	-1,6938	,83719
	F2c	130	-8,00	-1,83	-4,0526	1,40521
	F3c	130	-5,50	4,75	,0077	2,47330
	F4c	130	-,62	9,50	4,2087	2,36067
	F5c	129	2,00	10,00	4,4005	1,73652
	F6c	130	,00	10,00	5,0282	2,37088
	F7c	130	2,50	10,00	6,3404	2,35695
	F8c	130	-7,75	2,00	-2,4808	1,91172
	Valid N (listwise)	129				
magalhães	F1c	130	-6,00	,00	-2,2846	1,14874
	F2c	130	-8,67	-,50	-4,6269	1,74157
	F3c	130	-10,00	4,00	-,5923	2,79901
	F4c	130	-4,75	9,75	3,7481	3,03165
	F5c	130	1,33	8,67	4,0094	1,25693
	F6c	130	-2,67	10,00	4,8897	2,78960
	F7c	130	2,00	10,00	6,4327	2,05350
	F8c	130	-9,50	2,00	-3,4596	2,68498
	Valid N (listwise)	130				
mar grosso	F1c	130	-8,00	1,60	-2,4369	1,65727
	F2c	130	-10,00	-1,67	-5,0885	1,88324
	F3c	130	-9,00	4,50	-,4904	2,90155
	F4c	130	-5,75	10,00	3,9096	3,03049
	F5c	130	2,33	8,00	4,3915	1,08454
	F6c	130	-2,00	10,00	4,7590	2,42795
	F7c	130	2,75	10,00	6,7019	2,06486
	F8c	130	-9,50	2,00	-4,1308	3,01759
	Valid N (listwise)	130				

APÊNDICE I – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC pelas faixas etárias.

Descriptive Statistics

idade (faixas)		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
até 25	F1c	46	-4,80	1,40	-1,2652	1,19410
	F2c	46	-7,83	-1,67	-3,6630	1,60073
	F3c	46	-1,75	4,50	2,2663	1,08449
	F4c	46	,75	8,75	6,2011	2,15968
	F5c	46	2,78	7,78	5,3792	1,28718
	F6c	46	2,00	10,00	7,2101	2,29369
	F7c	46	2,50	10,00	7,6685	2,02968
	F8c	46	-8,00	2,00	-1,2283	1,85504
	Valid N (listwise)	46				
até 35	F1c	79	-3,40	1,60	-1,4203	,98063
	F2c	79	-6,33	-,50	-3,8165	1,29446
	F3c	79	-2,50	4,75	1,7816	1,55527
	F4c	79	,00	9,50	6,0206	2,05234
	F5c	79	2,00	10,00	4,8959	1,48020
	F6c	79	,00	10,00	6,1350	2,45792
	F7c	79	3,75	10,00	7,2437	2,12018
	F8c	79	-5,00	2,00	-1,2595	1,43583
	Valid N (listwise)	79				
até 45	F1c	88	-4,80	,40	-2,0727	1,05228
	F2c	88	-8,00	-2,00	-4,4962	1,42254
	F3c	88	-4,50	4,50	,5142	2,01087
	F4c	88	-3,00	10,00	4,5724	2,63103
	F5c	88	1,89	8,67	4,4255	1,45528
	F6c	88	1,00	10,00	5,4583	2,26716
	F7c	88	3,50	10,00	7,0085	2,10106
	F8c	88	-8,00	2,00	-2,6875	2,01939
	Valid N (listwise)	88				
até 55	F1c	66	-4,80	,00	-2,4606	1,12863
	F2c	66	-10,00	-2,00	-5,1086	1,85004
	F3c	66	-5,75	4,50	-1,5795	2,09677
	F4c	66	-5,75	8,75	3,1307	2,11115
	F5c	66	2,33	8,22	3,9562	1,09577
	F6c	66	-2,00	10,00	4,0859	1,77091
	F7c	66	3,00	10,00	6,3030	1,81421
	F8c	66	-9,00	1,00	-4,6477	2,32171
	Valid N (listwise)	66				
acima de 55	F1c	111	-8,00	-,40	-2,8721	1,32769
	F2c	111	-8,67	-2,33	-5,2883	1,83291
	F3c	111	-10,00	2,50	-2,9347	2,02841
	F4c	111	-4,75	9,25	1,5563	1,87536
	F5c	110	1,33	5,56	3,4091	,79569
	F6c	111	-2,67	8,00	3,0781	1,73086
	F7c	111	2,00	10,00	5,1712	1,80403
	F8c	111	-9,50	1,00	-5,4955	2,17684
	Valid N (listwise)	110				

APÊNDICE J – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por grau de escolaridade.

Descriptive Statistics

grau de escolaridade	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
fundamental	F1c	18	-4,40	,00	-2,3000	1,15860
	F2c	18	-8,00	-2,17	-4,4815	1,49388
	F3c	18	-5,50	4,50	-1,7917	2,72684
	F4c	18	-4,00	8,50	1,9653	2,89739
	F5c	18	1,33	5,89	3,6790	1,19055
	F6c	18	,00	9,33	3,3333	2,28950
	F7c	18	2,00	9,50	5,2639	2,34438
	F8c	18	-8,00	,00	-4,2222	2,14183
	Valid N (listwise)	18				
ensino médio	F1c	220	-8,00	1,60	-2,0464	1,45340
	F2c	220	-10,00	-,50	-4,5939	1,96578
	F3c	220	-10,00	4,75	-,3284	2,96581
	F4c	220	-4,75	10,00	4,1676	3,09292
	F5c	220	1,89	10,00	4,4480	1,54342
	F6c	220	-2,67	10,00	4,9939	2,82806
	F7c	220	2,00	10,00	6,5727	2,34529
	F8c	220	-9,50	2,00	-3,4500	2,86677
	Valid N (listwise)	220				
superior	F1c	152	-4,80	1,60	-2,2526	1,04615
	F2c	152	-8,67	-2,00	-4,5954	1,38365
	F3c	152	-7,50	4,50	-,2319	2,33071
	F4c	152	-5,75	9,75	3,8840	2,27825
	F5c	151	2,33	8,67	4,0728	1,12415
	F6c	152	-2,00	10,00	4,9298	2,00538
	F7c	152	3,00	10,00	6,5197	1,80702
	F8c	152	-9,50	2,00	-3,1201	2,37728
	Valid N (listwise)	151				

APÊNDICE K – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por sexo.

Descriptive Statistics

sexo		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
masculino	F1c	188	-7,80	1,60	-2,1149	1,25523
	F2c	188	-8,67	-,50	-4,4699	1,72215
	F3c	188	-9,00	4,75	-,2221	2,84731
	F4c	188	-3,62	10,00	4,0731	2,86727
	F5c	187	2,22	10,00	4,3363	1,47426
	F6c	188	-2,67	10,00	4,9858	2,57019
	F7c	188	2,00	10,00	6,5093	2,21329
	F8c	188	-9,50	2,00	-3,2513	2,69537
	Valid N (listwise)	187				
feminino	F1c	202	-8,00	1,60	-2,1604	1,33860
	F2c	202	-10,00	-2,00	-4,7005	1,74741
	F3c	202	-10,00	4,50	-,4851	2,62956
	F4c	202	-5,75	9,50	3,8459	2,78681
	F5c	202	1,33	8,00	4,2024	1,31668
	F6c	202	-2,00	10,00	4,8053	2,49943
	F7c	202	2,00	10,00	6,4752	2,12030
	F8c	202	-9,50	2,00	-3,4554	2,63206
	Valid N (listwise)	202				

APÊNDICE L – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC por tempo de residência.

Descriptive Statistics					
tempo de residência ...	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
até 10					
F1c	55	-4,80	,80	-2,0655	1,15281
F2c	55	-8,67	-2,00	-4,6788	1,68045
F3c	55	-9,00	4,75	,0682	2,94017
F4c	55	-2,38	9,50	4,4341	2,93080
F5c	55	2,33	8,22	4,4606	1,65516
F6c	55	-,67	9,33	5,5576	2,51175
F7c	55	2,50	10,00	7,0409	2,31279
F8c	55	-9,50	1,50	-3,0136	2,51588
Valid N (listwise)	55				
até 20					
F1c	53	-7,80	1,60	-2,3509	1,44696
F2c	53	-8,00	-2,00	-4,5283	1,43920
F3c	53	-5,50	3,50	-,2594	2,46902
F4c	53	-,88	9,50	3,9151	2,53577
F5c	53	2,44	8,00	4,0922	1,30430
F6c	53	,00	10,00	4,7799	2,51656
F7c	53	3,50	10,00	6,2453	2,01705
F8c	53	-8,00	1,50	-3,1698	2,12233
Valid N (listwise)	53				
até 30					
F1c	105	-4,80	1,60	-1,4933	1,14289
F2c	105	-10,00	-,50	-3,9175	1,58857
F3c	105	-5,50	4,50	1,2167	2,37096
F4c	105	-5,75	9,50	5,2560	2,86817
F5c	105	1,89	10,00	4,7672	1,52149
F6c	105	-2,67	10,00	6,0254	2,87626
F7c	105	2,00	10,00	7,0048	2,27047
F8c	105	-8,50	2,00	-1,9786	2,40994
Valid N (listwise)	105				
até 40					
F1c	60	-4,40	,60	-2,0233	1,04547
F2c	60	-8,00	-2,00	-4,3806	1,49516
F3c	60	-5,75	4,00	,1750	2,31351
F4c	60	,25	10,00	4,5458	2,48832
F5c	60	2,33	8,67	4,4241	1,43674
F6c	60	-1,33	10,00	4,9722	2,13507
F7c	60	3,00	10,00	6,8250	2,09281
F8c	60	-9,50	2,00	-2,8292	2,57246
Valid N (listwise)	60				
até 50					
F1c	49	-4,40	-,20	-2,4816	1,19647
F2c	49	-8,00	-2,50	-5,1701	1,79231
F3c	49	-5,50	2,75	-1,5867	2,07637
F4c	49	-4,00	8,75	3,0587	2,35437
F5c	49	2,33	5,89	4,0658	,88160
F6c	49	,00	9,33	4,1156	1,65069
F7c	49	3,00	10,00	6,3469	1,79105
F8c	49	-8,50	-,50	-4,5816	2,24095
Valid N (listwise)	49				
até 60					
F1c	43	-4,40	,00	-2,6186	1,10653
F2c	43	-8,00	-2,33	-5,2442	1,87201
F3c	43	-8,25	2,50	-2,5349	1,70135
F4c	43	-2,12	9,25	2,1250	1,56791
F5c	43	2,00	5,56	3,5245	,77903
F6c	43	-2,00	8,00	3,3411	1,56599
F7c	43	3,00	10,00	5,3779	1,74265
F8c	43	-9,50	-,50	-5,3488	2,05587
Valid N (listwise)	43				
até 70					
F1c	25	-8,00	-1,40	-3,3360	1,51627
F2c	25	-8,67	-3,17	-5,5800	2,11592
F3c	25	-10,00	1,00	-3,2500	2,28332
F4c	25	-4,75	6,00	1,0150	2,08395
F5c	24	1,33	4,22	3,3657	,83694
F6c	25	-2,00	5,33	2,9067	1,69837
F7c	25	2,00	8,50	5,0500	1,85826
F8c	25	-9,50	1,00	-5,7400	2,54489
Valid N (listwise)	24				

APÊNDICE M – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC com dependência econômica do Turismo ou não.

Descriptive Statistics

depende...	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
sim F1c	57	-3,20	,80	-1,2035	,75922
F2c	57	-7,83	-2,00	-4,2164	1,71390
F3c	57	,00	4,75	2,7895	,92918
F4c	57	1,00	9,75	8,0592	1,60289
F5c	57	1,89	10,00	6,0682	1,48222
F6c	57	1,33	10,00	7,8596	2,24929
F7c	57	4,00	10,00	9,2763	1,32934
F8c	57	-6,25	2,00	-1,5746	1,87855
Valid N (listwise)	57				
não F1c	333	-8,00	1,60	-2,2985	1,30380
F2c	333	-10,00	-,50	-4,6532	1,73530
F3c	333	-10,00	4,50	-,8971	2,57583
F4c	333	-5,75	10,00	3,2530	2,35118
F5c	332	1,33	8,00	3,9575	1,11931
F6c	333	-2,67	10,00	4,3844	2,21102
F7c	333	2,00	10,00	6,0150	1,90369
F8c	333	-9,50	2,00	-3,6622	2,65789
Valid N (listwise)	332				

APÊNDICE N – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC que trabalham ou não.

Descriptive Statistics

trabalha		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
sim	F1c	256	-4,80	1,60	-1,9633	1,18384
	F2c	256	-10,00	-,50	-4,3835	1,58217
	F3c	256	-8,25	4,75	,3174	2,43848
	F4c	256	-5,75	10,00	4,5581	2,56202
	F5c	256	1,89	10,00	4,4488	1,43237
	F6c	256	-2,00	10,00	5,3047	2,43254
	F7c	256	3,00	10,00	6,8018	2,06417
	F8c	256	-9,50	2,00	-2,7539	2,45748
	Valid N (listwise)	256				
não	F1c	134	-8,00	,00	-2,4731	1,43732
	F2c	134	-8,67	-1,83	-4,9826	1,94593
	F3c	134	-10,00	4,00	-1,6493	2,81796
	F4c	134	-4,75	8,75	2,8041	2,95201
	F5c	133	1,33	7,78	3,9165	1,25069
	F6c	134	-2,67	10,00	4,1045	2,54070
	F7c	134	2,00	10,00	5,8993	2,23041
	F8c	134	-9,50	1,50	-4,5093	2,66423
	Valid N (listwise)	133				

APÊNDICE O – Tabela de fatores dos impactos do Turismo com a atitude geral dos residentes de Laguna/SC.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
F1c	390	-8,00	1,60	-2,1385	1,29762
F2c	390	-10,00	-,50	-4,5893	1,73689
F3c	390	-10,00	4,75	-,3583	2,73632
F4c	390	-5,75	10,00	3,9554	2,82453
F5c	389	1,33	10,00	4,2668	1,39445
F6c	390	-2,67	10,00	4,8923	2,53213
F7c	390	2,00	10,00	6,4917	2,16289
F8c	390	-9,50	2,00	-3,3571	2,66130
Valid N (listwise)	389				

APÊNDICE P – Tabela com o perfil dos residentes de Laguna que fizeram parte da amostra.

Sexo: 1 (masculino); 2 (feminino).

Bairro de Residência: 3 (Mar Grosso); 2 (Magalhães); 1 (Centro).

Grau de escolaridade: 1 (ensino fundamental); 2 (ensino médio); 3 (ensino superior).

Trabalha: 1 (sim); 2 (não).

Depende economicamente do Turismo: 1 (sim); 2 (não).

Número do Instrumento	Idade	Sexo	Tempo de Residência	Bairro	Grau de escolaridade	Trabalha	Depende economicamente do Turismo
1	32	1	4	3	2	1	1
2	56	2	56	3	2	2	2
3	58	2	31	3	2	2	2
4	31	1	28	3	2	1	1
5	40	2	40	3	3	2	2
6	25	2	25	3	3	2	2
7	45	1	45	3	3	1	2
8	21	1	18	3	3	2	2
9	50	2	25	3	2	1	2
10	34	1	8	3	2	1	1
11	42	2	42	3	2	2	1
12	39	1	22	3	2	1	1
13	35	1	5	3	2	1	1
14	55	1	55	3	3	1	2
15	68	1	41	3	2	2	2
16	49	2	26	3	2	1	2
17	26	2	26	3	2	2	1
18	21	1	21	3	2	2	1
19	42	1	42	3	2	1	2
20	26	1	26	3	2	1	1
21	21	2	21	3	1	1	1
22	38	1	10	3	3	1	1
23	38	2	7	3	2	1	2
24	36	1	36	3	3	2	1
25	44	2	44	3	2	1	1
26	24	1	24	3	3	2	2
27	31	2	22	3	2	1	1
28	41	1	41	3	3	1	2
29	53	2	13	3	1	1	2
30	45	1	18	3	3	1	2
31	41	2	41	3	3	1	2
32	52	2	40	3	2	1	2
33	37	1	37	3	3	1	2
34	25	2	25	3	2	1	2

35	59	2	7	3	1	2	2
36	53	1	23	3	3	1	2
37	48	1	22	3	3	1	2
38	38	1	38	3	2	1	2
39	28	2	28	3	2	1	2
40	32	2	32	3	2	1	2
41	43	2	12	3	2	1	2
42	66	1	18	3	2	2	2
43	36	2	20	3	3	1	2
44	42	1	32	3	1	1	2
45	55	2	15	3	2	2	2
46	29	2	23	3	2	1	2
47	37	1	37	3	3	1	2
48	35	2	35	3	3	1	2
49	49	2	19	3	2	1	2
50	56	1	25	3	3	1	2
51	31	1	31	3	2	1	2
52	27	2	27	3	2	1	2
53	34	2	34	3	3	1	2
54	37	1	16	3	3	1	2
55	39	2	39	3	3	1	2
56	26	1	26	3	2	1	2
57	53	1	53	3	1	1	2
58	34	2	22	3	2	1	2
59	68	2	33	3	2	2	2
60	70	1	70	3	3	2	2
61	65	1	65	3	3	2	2
62	64	2	50	3	2	2	2
63	67	2	17	3	2	2	2
64	44	1	44	3	3	1	2
65	69	1	69	3	2	2	2
66	62	2	62	3	2	2	2
67	28	2	28	3	3	1	2
68	35	2	30	3	3	1	2
69	41	1	27	3	3	1	2
70	54	1	35	3	3	1	2
71	46	2	10	3	3	1	2
72	63	2	40	3	2	2	2
73	57	1	7	3	3	1	2
74	33	1	33	3	3	1	2
75	27	1	27	3	2	1	2
76	49	1	9	3	3	1	2
77	54	2	27	3	3	1	2
78	23	1	23	3	2	1	2
79	62	2	50	3	1	2	2
80	26	1	23	3	2	1	2
81	62	1	7	3	2	2	2
82	38	2	13	3	3	1	2
83	45	2	28	3	3	1	2
84	69	2	69	3	2	2	2

85	21	1	21	3	2	1	2
86	51	2	51	3	2	2	2
87	25	1	25	3	3	1	2
88	37	2	37	3	3	1	2
89	60	2	60	3	1	2	2
90	49	1	20	3	3	1	2
91	66	2	66	3	2	2	2
92	52	2	52	3	2	2	2
93	64	1	50	3	2	2	2
94	28	1	28	3	2	1	1
95	58	1	50	3	2	1	2
96	59	1	59	3	2	2	2
97	67	1	44	3	2	2	2
98	61	2	61	3	2	2	2
99	22	1	22	3	2	1	2
100	65	2	56	3	2	2	2
101	60	1	20	3	2	2	2
102	57	2	57	3	1	2	2
103	27	2	27	3	2	1	2
104	30	1	15	3	3	1	2
105	44	2	44	3	3	1	2
106	58	1	3	3	2	1	2
107	39	2	30	3	3	1	2
108	23	2	23	3	2	1	2
109	24	2	24	3	2	1	2
110	27	1	27	3	3	1	2
111	61	2	61	3	2	2	2
112	65	1	60	3	2	1	2
113	33	2	33	3	3	1	2
114	40	1	40	3	2	1	2
115	22	1	22	3	2	2	2
116	28	2	19	3	3	1	2
117	35	1	20	3	3	1	2
118	50	2	15	3	3	1	2
119	48	2	41	3	3	1	2
120	61	1	61	3	2	2	2
121	24	2	24	3	2	1	1
122	62	1	62	3	2	2	2
123	47	2	47	3	3	1	2
124	63	1	63	3	2	2	2
125	44	2	44	3	2	1	1
126	44	2	44	3	2	2	2
127	53	2	53	3	2	2	2
128	73	2	42	3	2	2	2
129	38	1	14	3	3	1	2
130	21	2	21	3	2	1	2
131	37	2	27	2	2	1	1
132	29	2	29	2	2	1	2
133	48	2	48	2	2	2	2
134	36	2	15	2	3	1	2

135	63	1	10	2	3	1	2
136	29	2	29	2	2	1	2
137	21	2	21	2	2	2	2
138	62	1	62	2	1	2	2
139	47	2	47	2	2	1	2
140	26	1	26	2	2	1	2
141	31	2	31	2	3	2	2
142	25	2	25	2	2	1	2
143	42	2	26	2	3	1	2
144	44	1	38	2	3	1	2
145	60	1	45	2	3	2	2
146	39	2	39	2	2	1	1
147	38	1	4	2	3	1	2
148	30	2	20	2	2	1	2
149	33	1	8	2	3	1	2
150	55	2	40	2	2	2	2
151	48	1	10	2	3	1	2
152	56	1	51	2	2	1	2
153	40	1	40	2	3	1	2
154	51	2	51	2	2	2	2
155	62	1	5	2	2	2	2
156	57	2	57	2	2	2	2
157	26	1	26	2	2	1	2
158	25	2	25	2	2	1	2
159	64	1	6	2	3	2	2
160	58	1	58	2	2	1	1
161	31	2	31	2	3	1	1
162	44	2	18	2	3	1	2
163	37	1	10	2	3	1	2
164	49	1	49	2	3	1	2
165	28	2	28	2	3	1	2
166	65	1	17	2	3	2	2
167	56	2	17	2	3	2	2
168	41	2	41	2	2	1	2
169	34	1	8	2	3	1	2
170	39	2	6	2	3	1	2
171	34	1	34	2	1	1	2
172	28	2	28	2	3	1	2
173	42	1	40	2	3	1	2
174	63	1	8	2	3	2	2
175	46	2	46	2	2	1	2
176	21	2	21	2	2	2	2
177	54	1	54	2	2	1	2
178	58	2	50	2	3	1	2
179	30	1	27	2	3	1	2
180	28	2	28	2	3	1	2
181	22	2	22	2	2	2	2
182	35	2	35	2	3	1	2
183	39	1	39	2	3	1	1
184	68	2	68	2	2	2	2

185	62	2	30	2	2	2	2
186	58	1	58	2	2	1	2
187	46	1	28	2	3	1	2
188	23	1	23	2	2	1	2
189	61	2	22	2	2	2	2
190	32	2	32	2	3	1	2
191	63	2	40	2	2	2	2
192	55	2	50	2	3	2	2
193	42	1	42	2	3	1	2
194	58	1	58	2	2	1	2
195	29	1	29	2	2	1	1
196	43	2	8	2	3	1	2
197	64	2	64	2	2	2	2
198	27	1	27	2	2	1	2
199	62	2	60	2	1	2	2
200	38	2	30	2	3	1	2
201	41	2	12	2	3	1	2
202	55	2	55	2	2	1	2
203	36	1	12	2	3	1	1
204	44	1	44	2	3	1	2
205	30	2	28	2	2	1	2
206	63	1	38	2	3	2	2
207	25	1	25	2	2	1	2
208	31	1	13	2	3	1	2
209	42	1	42	2	3	1	2
210	56	2	41	2	3	1	2
211	38	2	38	2	3	1	2
212	43	2	12	2	3	1	2
213	57	1	17	2	2	1	2
214	49	1	11	2	3	1	2
215	64	2	35	2	3	2	2
216	37	1	10	2	3	1	2
217	56	1	56	2	2	1	2
218	35	2	35	2	3	1	2
219	61	2	30	2	2	2	2
220	24	1	24	2	2	1	2
221	26	2	26	2	2	1	2
222	58	1	26	2	2	2	2
223	63	1	3	2	3	2	2
224	55	2	35	2	1	2	2
225	66	1	11	2	2	2	2
226	63	2	11	2	3	2	2
227	39	2	10	2	3	1	2
228	51	1	51	2	3	1	2
229	56	2	56	2	2	2	2
230	62	2	45	2	2	2	2
231	37	1	37	2	2	1	2
232	32	2	32	2	3	1	2
233	61	2	61	2	1	2	2
234	34	1	34	2	2	1	1

235	51	1	51	2	1	1	2
236	47	2	18	2	3	1	2
237	65	2	65	2	1	2	2
238	55	2	50	2	2	2	2
239	52	1	4	2	3	1	2
240	22	1	22	2	2	2	1
241	21	1	21	2	2	1	1
242	64	2	64	2	2	2	2
243	44	1	44	2	2	1	2
244	66	2	50	2	2	2	2
245	28	1	8	2	2	2	1
246	23	1	5	2	1	2	1
247	49	2	26	2	2	1	2
248	41	1	12	2	2	1	1
249	47	2	47	2	2	1	2
250	53	2	53	2	2	1	2
251	29	2	29	2	2	2	1
252	52	2	52	2	2	1	2
253	24	2	6	2	2	2	1
254	57	2	57	2	2	2	2
255	61	1	61	2	2	2	2
256	67	1	60	2	2	2	2
257	45	2	14	2	2	2	1
258	68	1	68	2	2	2	2
259	23	2	23	2	2	1	1
260	26	2	4	2	2	1	1
261	41	2	14	1	2	1	2
262	62	1	40	1	2	2	2
263	32	1	32	1	3	1	2
264	26	2	26	1	2	1	2
265	55	1	55	1	2	1	2
266	57	2	45	1	2	1	2
267	63	1	8	1	3	1	2
268	58	1	13	1	3	1	2
269	23	1	23	1	2	2	2
270	66	2	66	1	1	2	2
271	21	2	21	1	2	1	1
272	22	1	22	1	2	1	1
273	41	2	7	1	2	1	2
274	65	2	47	1	1	2	2
275	56	1	20	1	3	1	2
276	53	2	53	1	2	1	2
277	47	2	22	1	3	1	2
278	49	1	22	1	3	1	2
279	52	2	52	1	2	1	2
280	61	1	24	1	2	2	2
281	35	2	6	1	2	1	1
282	50	1	10	1	2	1	1
283	22	1	22	1	2	1	2
284	33	2	33	1	3	1	2

285	31	1	5	1	2	1	1
286	64	1	10	1	2	2	2
287	21	2	10	1	2	2	2
288	62	2	10	1	2	2	2
289	49	2	49	1	3	1	2
290	27	1	27	1	3	1	2
291	34	1	6	1	3	1	2
292	58	1	58	1	2	1	2
293	61	2	40	1	2	1	2
294	65	1	5	1	3	2	2
295	45	1	13	1	3	1	2
296	50	2	20	1	2	2	2
297	24	1	24	1	2	1	2
298	52	1	52	1	3	1	2
299	37	2	37	1	3	1	2
300	63	1	55	1	2	2	2
301	36	2	36	1	3	1	2
302	66	1	66	1	2	2	2
303	62	2	30	1	3	2	2
304	59	2	9	1	2	2	2
305	53	2	14	1	2	2	2
306	28	1	18	1	3	1	2
307	27	2	19	1	3	1	2
308	36	2	18	1	3	1	2
309	25	2	25	1	2	1	2
310	39	2	7	1	3	1	2
311	33	1	33	1	3	1	2
312	44	1	15	1	3	1	2
313	62	2	45	1	2	2	2
314	64	2	50	1	3	2	2
315	35	1	5	1	3	1	2
316	41	1	13	1	2	1	2
317	22	2	22	1	2	1	2
318	61	2	61	1	2	2	2
319	52	1	15	1	3	1	1
320	34	1	5	1	3	1	2
321	31	2	31	1	3	1	2
322	53	2	20	1	3	1	2
323	45	2	10	1	2	1	1
324	42	2	20	1	2	1	1
325	37	1	37	1	2	2	1
326	56	1	45	1	2	1	2
327	62	2	23	1	2	2	2
328	60	2	40	1	2	2	2
329	53	2	53	1	2	1	2
330	24	1	24	1	2	1	2
331	27	2	23	1	3	1	2
332	35	2	35	1	3	1	2
333	63	1	6	1	3	2	2
334	44	1	10	1	2	1	1

335	65	1	35	1	2	2	2
336	37	2	37	1	3	1	2
337	55	1	55	1	2	1	2
338	36	1	36	1	3	1	2
339	51	2	51	1	2	2	2
340	36	1	8	1	2	1	1
341	45	1	45	1	3	1	2
342	58	2	28	1	2	2	2
343	29	2	29	1	2	1	2
344	23	1	23	1	2	2	2
345	47	2	7	1	3	1	1
346	39	1	11	1	2	1	1
347	62	1	62	1	3	2	2
348	58	2	58	1	2	1	2
349	26	2	26	1	2	1	2
350	55	1	55	1	2	1	2
351	42	1	42	1	3	1	2
352	24	1	24	1	2	2	2
353	58	1	58	1	2	1	2
354	61	2	47	1	2	2	2
355	59	2	4	1	3	2	2
356	43	2	9	1	3	1	2
357	22	1	22	1	2	2	2
358	36	1	36	1	3	1	2
359	25	2	25	1	2	1	2
360	23	2	23	1	2	2	1
361	66	1	8	1	2	2	2
362	61	1	61	1	3	2	2
363	43	2	43	1	2	1	2
364	26	1	21	1	3	1	2
365	43	1	33	1	3	1	2
366	35	2	35	1	2	1	1
367	46	1	10	1	2	1	1
368	55	1	55	1	2	1	2
369	40	2	27	1	2	1	2
370	41	1	41	1	3	1	2
371	22	2	22	1	2	2	1
372	38	1	38	1	3	1	2
373	47	2	12	1	3	1	2
374	62	2	62	1	2	2	2
375	34	2	6	1	2	1	2
376	38	2	15	1	3	1	2
377	46	1	42	1	2	1	2
378	31	1	31	1	2	2	1
379	46	2	46	1	2	2	2
380	59	1	59	1	2	2	2
381	21	1	21	1	2	2	2
382	37	2	12	1	2	1	2
383	41	1	28	1	3	1	2
384	56	1	56	1	2	1	2

385	32	1	32	1	2	1	1
386	28	1	28	1	2	1	1
387	47	2	9	1	3	1	2
388	23	2	23	1	2	2	2
389	24	2	24	1	2	2	1
390	35	1	17	1	2	2	1

ANEXOS

Anexo A – Instrumento em Espanhol

1 a) El turismo ejerce un fuerte impacto sobre el medio ambiente en mi zona. 1 b) El deterioro medioambiental es para mí algo....	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
2 a) El desarrollo turístico há aumentado el número de delitos en la zona. 2 b) La inseguridad ciudadana es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
3 a) El incremento del turismo há aumentado el consumo de drogas en la zona. 3 b) El aumento del consumo de drogas es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
4 a) Debido al turismo, em las playas, parques y otros lugares de recreo hay mucha gente. 4 b) La presencia de mucha gente em las playas, parques e otros lugares es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
5 a) El turismo es uma de las principales fuentes de ingresos de mi zona. 5 b) Que el turismo sea uma buena fuente de ingresos em mi zona es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
6 a) Gracias al turismo se han construido más carreteras. 6 b) Que haya más carreteras em mi zona es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
7 a) El turismo favorece la recuperación de nuestras tradiciones culturales. 7 b) Que se recuperen las tradiciones culturales es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
8 a) Actualmente em mi zona se potencia el turismo por encima de otras actividades industriales o agrícolas. 8 b) La potenciación del turismo por encima de otras actividades es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
9 a) El turismo tiene em la actualidad uma gran importancia para mi provincia. 9 b) Que el turismo sea importante em mi provincia es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
10 a) Gracias al turismo hay más parques y áreas recreativas para nadar, andar, praticar deportes, etc, para la población de esta ciudad. 10 b) La existencia de áreas recreativas y deportivas em mi ciudad es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy de acuerdo 4 5 Muy positivo 1 2
11 a) El turismo favorece el intercambio cultural entre	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo 4 5

residentes y turistas. 11 b) El intercambio cultural com personas de otros lugares es para mí algo...	Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy positivo
12 a) Cuando hay muchos turistas, la gente apenas va a tiendas y zonas comerciales debido al agobio de gente. 12 b) Las aglomeraciones em las zonas comerciales son para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo
13 a) El desarrollo del turismo em la zona ha provocado un aumento em los problemas del tráfico. 13 b) La existencia de atascos es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo
14 a) El turismo provoca desorden y suciedad em las zonas más concurridas. 14 b) La limpieza de mi ciudad es para mí algo...	Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy positivo
15 a) El turismo provoca niveles de ruido muy elevados. 15 b) La existencia de ruido em mi ciudad es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo
16 a) El turismo proporciona mayor número de puestos de trabajo em la zona. 16 b) Que haya más puestos de trabajo em la zona es para mí algo...	Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy positivo
17 a) La gente utiliza poco los servicios de la zona (zonas comerciales, recreativas...) como consecuencia de la masificación que produce el turismo. 17 b) La aglomeración de gente es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo
18 a) Debido al turismo las infraestructuras han mejorado. 18 b) Que mejoren las infraestructuras de la zona es para mí algo...	Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy positivo
19 a) El turismo ha contribuido a uma mejor asistencia sanitaria em la zona. 19 b) La mejora de la asistencia sanitaria es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo
20 a) Debido al turismo el transporte público se ha potenciado. 20 b) La mejora del transporte público es para mí algo...	Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy positivo
21 a) El turismo proporciona mayores oportunidades de empleo em la zona. 21 b) Que haya mayores oportunidades de empleo em la zona es para mí algo...	Muy em desacuerdo 1 2 3 4 5	Muy de acuerdo
22 a) La gente de la zona tiene más dinero para gastar gracias al turismo. 22 b) Que haya más dinero para gastar em la zona es para mí algo...	Muy negativo -2 -1 0 1 2	Muy positivo
23 a) Los servicios públicos em mi zona han mejorado	Muy em desacuerdo	Muy de acuerdo

gracias al turismo. 23 b) Que se potencien los servicios públicos en mi zona es para mí algo...	<p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
24 a) El encuentro con turistas de otros lugares del mundo constituye una experiencia educativa. 24 b) Poder conocer a personas de otros lugares del mundo es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
25 a) El turismo ha generado trabajo en la población joven ayudando a su estabilización y mejora económica. 25 b) Que se genere trabajo para los jóvenes es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
26 a) El turismo dificulta las actividades de ocio normales entre la gente de la zona. 26 b) La interferencia en mis actividades habituales de ocio es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
27 a) Creo que a la gente le gusta conocer a turistas de otros países para conocer su cultura. 27 b) Conocer la cultura de la gente de otros países es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
28 a) El incremento del turismo ha provocado un aumento de la prostitución en la zona. 28 b) La presencia de prostitución en mi zona es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
29 a) El desarrollo del turismo en la zona ha hecho que se pierda la tranquilidad que antes existía. 29 b) Que no haya tranquilidad de la zona en la que residido es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
30 a) El turismo en mi zona hace que existan puestos de trabajo muy deseables. 30 b) La existencia de buenos puestos de trabajo en mi zona es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
31 a) El incremento del turismo en la zona ha propiciado la aparición de organizaciones criminales. 31 b) La aparición de organizaciones criminales en la zona es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
32 a) El incremento del turismo ha hecho que los episodios de agresión sexual en la zona aumenten 32 b) El aumento de episodios de agresión sexual es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>
33 a) El turismo ha provocado una pérdida de valores morales. 33 b) La pérdida de los valores morales es para mí algo...	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo</p> <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5</p> <p>Muy negativo Muy positivo</p> <p style="text-align: center;">-2 -1 0 1 2</p>

<p>34 a) El incremento del turismo provoca episodios de vandalismo en la zona.</p> <p>34 b) La existencia de vandalismo en mi zona es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>35 a) El turismo há provocado un mayor desarrollo de las actividades culturales.</p> <p>35 b) La existencia de más actividades culturales es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>36 a) El incremento del turismo en la zona há provocado cambios en las costumbres sexuales de la población.</p> <p>36 b) Que cambien las costumbres sexuales en mi localidad es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>37 a) Debido al turismo los valores religiosos de la población han experimentado un cambio.</p> <p>37 b) Que cambien los valores religiosos en mi localidad es algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>38 a) Los beneficios derivados del turismo son más importantes para mi zona que los beneficios derivados de la agricultura o la industria.</p> <p>38 b) Que los beneficios derivados del turismo sean importantes para mi zona es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>39 a) El turismo jugará un rol fundamental en el desarrollo de mi zona.</p> <p>39 b) Que el turismo juegue un papel fundamental em el desarrollo de mi zona es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>40 a) Debido al turismo hay basura en nuestras calles.</p> <p>40 b) Que las calles estén sucias es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>41 a) El turismo há hecho que suban los precios em mi zona.</p> <p>41 b) Que suban los precios em mi zona es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>42 a) El turismo há contribuido a que se cuide más el medio ambiente em mi zona.</p> <p>42 b) El cuidado del medioambiente es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>
<p>43 a) Los Ayuntamientos, Diputaciones y responsables políticos están promoviendo el turismo.</p> <p>43 b) Que se promueva el turismo em mi zona es para mí algo...</p>	<p>Muy em desacuerdo Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy negativo Muy positivo -2 -1 0 1 2</p>