



Revista Brasileira de Pesquisa em  
Turismo

E-ISSN: 1982-6125

edrbtur@gmail.com

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-  
Graduação em Turismo  
Brasil

de Araujo Gastal, Susana; Dall'Agnol, Sandra  
Turismo em Laguna (SC): Impactos e atitude

Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, vol. 6, núm. 1, enero-abril, 2012, pp. 16-31

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504152254003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## Turismo em Laguna (SC): Impactos e atitude

*Tourism in Laguna (SC): Impacts and attitude*

*Turismo en Laguna (SC): Impactos y actitud*

Susana de Araujo Gastal<sup>1</sup>  
Sandra Dall'Agnol<sup>2</sup>

**Resumo:** Os lugares a beira-mar, consagrados como espaços de turismo e de segunda residência, sofrem os impactos decorrentes da atividade. A atitude da população local em relação aos mesmos, vendo-os como bônus ou, ao contrário, como ônus, contribui para viabilizar, ou não, o turismo nas localidades. O presente artigo tem por objetivo apresentar pesquisa realizada na cidade de Laguna, no litoral de Santa Catarina, Brasil, metodologicamente associada ao construto atitude, da Psicologia Social, e que avaliou a relação da comunidade com os diferentes impactos passíveis de serem ocasionados pelo turismo. A coleta de dados, utilizando instrumento originalmente proposto e validado por Molero e Cuadrado (2006), permitiu que a análise encaminhasse a posição dos moradores locais sobre os efeitos do Turismo na localidade, avaliados os oito fatores, quais sejam, os impactos sobre meio ambiente; delinquência; vida cotidiana; importância percebida do Turismo; serviços públicos e infraestruturas; intercultural; emprego; e valores. Os resultados indicam que nos residentes mais jovens a atitude aparece positivamente quanto à maioria dos impactos, sendo indiferentes quanto ao impacto ambiental, delinquência e valores sociais.

**Palavras-chave:** Turismo; Atitude; Impacto; Laguna (SC).

**Abstract:** The places by the sea, as spaces of tourism and second homes, suffer the impacts from the activity. The local population attitude, seeing these places as bonuses or otherwise, as a burden, contributes to the viability of tourism in the locality. This article aims to present a research, methodologically related to attitude construct of social psychology, conducted in Laguna, Santa Catarina, Brazil to evaluate the relationship between the community and the different impacts caused by tourism,. Data collection, using an instrument originally proposed and validated by Molero and Cuadrado (2006), allowed the analysis to forward the position of residents on the effects of tourism in the place, evaluating eight impacts factors: environmental; delinquency; everyday life; perceived importance of tourism; public services and infrastructure; intercultural; employment; and values. The results indicate that most impacts are positive on younger residents, and in the environmental, crime and social values the impact is indifferent.

**Keywords:** Tourism; Attitude; Impact; Laguna (SC, Brazil).

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação (PUCRS); Mestre em Artes Visuais/ História e Crítica da Arte (UFRGS). Professora, pesquisadora e orientadora no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS). E-mail: susanagastal@gmail.com

<sup>2</sup> Graduada em Turismo da Faculdade Anglo-American de Passo Fundo/RS. Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Docente do Curso de Turismo da Faculdade Anglo-American de Passo Fundo/RS. E-mail: sandagnol@yahoo.com.br

**Resumen:** Los lugares a orillas del mar, consagrados de turismo y segundas residencias, sufren los impactos de la actividad. La actitud de la población local en relación a ellos, viéndolos positivamente o, más bien, de manera negativa, contribuye a la viabilidad o no del turismo en la localidad. Este artículo tiene como objetivo presentar la investigación realizada en la ciudad de Laguna, Santa Catarina, Brasil, metodológicamente relacionada con la actitud y la psicología social, cuando se evaluó la relación de la comunidad con los diferentes impactos que puedan ser causados por el turismo. La recolección de datos, utilizando un instrumento originalmente propuesto y validado por Molero y Cuadrado (2006), permitió que el análisis de la posición de los residentes acerca de los efectos del turismo en la localidad. Se evaluaron ocho factores, a saber, los impactos sobre el medio ambiente, cultura, servicios públicos, infraestructura y empleo; sobre la vida cotidiana y los valores, la delincuencia y la importancia del turismo. Los resultados indican que de los jóvenes residentes tienen la actitud más positiva sobre el turismo, siendo indiferentes a los impactos sobre los valores, el ambiental, sobre la delincuencia y el social.

**Palabras clave:** Turismo; Actitud; Impacto; Laguna (SC, Brasil).

## INTRODUÇÃO

A busca pelos banhos de mar nasce nas décadas finais do século XIX, conforme Schlueter (2009), fazendo com que ao logo do século XX o turismo nesses espaços se consagrasse como fenômeno de massas. Os lugares a beira-mar, consagrados como espaços de turismo e de segunda residência, em especial nos períodos de alta temporada, no verão, sofrem impactos sociais, culturais e ambientais significativos, muitas vezes destacados na literatura especializada (Ruschmann, 2000; Calvete, 1999; Molina, 2011; Aragão, Abadia, & Tupinambá, 2010; Sharma, & Dryer, 2012).

No presente artigo apresentam-se dados de pesquisa realizada Laguna, um dos destinos mais importantes do litoral de Santa Catarina, Brasil, metodologicamente associada ao construto atitude, da Psicologia Social, para avaliar a atitude local, em relação aos impactos decorrentes do turismo. A investigação, de abordagem quanti-qualitativo, utilizou como instrumentos de coleta de dados a entrevista estruturada, as notas de campo e o questionário. O questionário apoiou-se em instrumento revisado a partir do proposto e validado por Molero e Cuadrado (2006), na Espanha, para encaminhar a posição dos moradores sobre os efeitos do Turismo na localidade, avaliados os oito fatores propostos pelos espanhóis, quais sejam, os impactos sobre o meio ambiental; delinquência e valores; vida cotidiana e relações interculturais; serviços públicos e infraestruturas; emprego e importância percebida do Turismo.

No estudo optou-se por uma amostra por quotas, que se caracteriza pela seleção de subgrupos da população residente. O tamanho da amostra ficou constituído por 390 respondentes, numa proporção de 130 questionários para cada um dos três bairros em Laguna (Centro, Mar Grosso e Magalhães), previamente selecionados. A aplicação se deu em 2008 e 2009, gerando um grande volume de informações, sistematizadas pelo *softer* SPSS, permitindo cruzamentos que levam a análises sob diferentes perspectivas.

Apresentam-se uma contextualização teórica em torno dos conceitos de impacto e atitude, seguida de uma caracterização da cidade de Laguna (SC). Tendo em vista que os estudos

quantitativos para avaliar questões socioculturais no Turismo ainda são escassos no Brasil, a metodologia é aprofundada em item exclusivo, seguindo-se a apresentação da parte mais significativa dos resultados encontrados.

## CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

No campo acadêmico do Turismo são bastante frequentes os estudos que centram sua atenção sobre diferentes aspectos das localidades litorâneas (Gabrielli, 2011; Sharma, & Dryer, 2012). O mesmo se dá quanto à questão dos impactos gerados pela atividade, que recebem grande atenção teórica tanto em estudos realizados pelo próprio campo como em áreas afins, em que se destacam a Geografia, Sociologia, Antropologia e a Psicologia. A bibliografia especializada registra que a presença de visitantes nem sempre leva a que a atitude da comunidade frente a eles seja positiva, muito em função dos impactos econômicos, socioculturais e ambientais decorrentes (Archer, & Cooper, 2001; Krippendorf, 2001; Pérez, & Nadal, 2005; Brunt, & Courtney, 1999; Ross, 2002; Molero, & Cuadrado, 2006).

Destacam-se nesse contexto os estudos de Doxey (1975), muitas vezes citado e aplicado (Ross, 2002; Ruschmann, 2000; Brunt, & Courtney, 1999; Aires, & Fortes, 2011), que desenvolveu o Modelo Irridex para identificar os efeitos cumulativos do desenvolvimento do Turismo sobre as relações sociais e a evolução da mudança nas atitudes dos moradores com relação aos turistas. Para Doxey (1975), a população iniciaria por receber os visitantes com entusiasmo, sendo o Turismo visto como fonte de prazer e desenvolvimento. Num segundo momento, consolidada a atividade, a comunidade sentiria a pressão decorrente do aumento do fluxo, levando a que o contato entre visitantes e visitados se torne menos pessoal. Neste momento, os residentes já estariam mais apáticos em relação à atividade e o Turismo, não mais uma novidade, tornar-se-ia uma maneira de obter dividendos financeiros. Quando o fluxo de turistas cresce ao ponto de gerar transtornos como congestionamentos de trânsito e preços elevados, entre outros, os limites de tolerância da comunidade seriam transpostos, aparecendo a irritação, pois o ônus excederia aos benefícios, gerando hostilidade dos locais em relação aos turistas.

Constata-se, nos estudos analisados, que os pesquisadores utilizam variáveis diferentes entre si para avaliar a percepção ou a atitude das pessoas frente aos impactos do Turismo; cada estudo, a sua maneira, contribui para o avanço da pesquisa, mesmo usando enfoques diferentes na 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, no Reino Unido, frente aos impactos sociais do Turismo. Os mesmos autores relatam estudo realizado em 1980, em Santa Marta, na Colômbia, que teriam sido os primeiros a observar que a distância entre o lugar de residência e o espaço turístico seria uma variável significativa, para percepção do impacto.

Outra questão seria a de contextualizar, mais propriamente, os impactos que, em termos de turismo, “referem-se a gama de modificações ou sequência de eventos provocados pelo

processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras" (Ruschmann, 2000, p. 34). Smith (1989), partindo do pressuposto que a entrada do Turismo numa localidade geralmente beneficia economicamente as comunidades, sistematiza os benefícios e ônus da sua presença, conforme quadro a seguir.

<u>Aspectos Positivos</u>	<u>Aspectos Negativos</u>
<b>Econômicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Influxo de dinheiro</li> <li>- Efeito multiplicador</li> <li>- Indústrias de serviços com trabalho intensivo</li> <li>- Melhor infraestrutura: estradas, água, esgotos, aeroportos, recreação.</li> <li>- Gastos dos residentes com o uso de atrações criadas pelo desenvolvimento</li> </ul>	<b>Econômicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sazonalidade</li> <li>- Vazamento econômico</li> <li>- Imigração de estrangeiros como mão-de-obra</li> <li>- Custo de segurança para balancear o crime</li> <li>- Perda de rendimentos devido a crises econômicas externas/terrorismo</li> </ul>
<b>Socioculturais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliação da perspectiva social</li> <li>- Preservação de laços familiares</li> <li>- Mobilidade incrementada</li> <li>- Apreciação do patrimônio e da identidade étnica</li> <li>- Estímulo ao folclore</li> <li>- Criação de museus</li> </ul>	<b>Socioculturais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Cocacolização</i></li> <li>- Perda da identidade cultural da comunidade</li> <li>- Coisificação dos turistas</li> <li>- Deterioração de sítios históricos</li> <li>- Medo de terrorismo e crime</li> <li>- Simplificação da cultura</li> </ul>
<b>Ambientais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conscientização da necessidade de conservação</li> <li>- Estabelecimento de marcas ecológicas</li> <li>- Conscientização dos limites dos recursos globais</li> <li>- Estabelecimento dos limites de uso de terras</li> </ul>	<b>Ambientais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Custos de preservação</li> <li>- Criação de parques nacionais e zoológicos</li> <li>- Perda das áreas selvagens</li> <li>- Poluição</li> <li>- Uso exagerado do habitat devido a febre do ecoturismo</li> </ul>

**Quadro 1.** Aspectos negativos e positivos do Turismo

Fonte: Smith (1989, p. 100).

Ainda no contexto dos impactos, uma das principais discussões contemporâneas diz respeito à própria utilização, em si, do termo. Considerando que "o turismo e os turistas provocam efeitos na cultura e na sociedade [e] exercem influências que têm repercussões de vários tipos" (Barreto, 2007, p. 35), o conceito *impacto* pressupõe "um meio inerte que recebe os choques, as marcas ou impressões sem dar respostas [...] [e que] quando se trata da sociedade, especificamente, o meio que recebe o choque é dinâmico e responsável. A sociedade não é algo inerte" (*idem*). Nesses termos, Barreto (2007) prefere falar em *efeitos* ou *influências*, para caracterizar a relação de contato entre residentes das localidades com o fenômeno turístico e o resultado das inter-relações entre ambos.

No Turismo, a forma como o visitante entra em contato com determinados lugares e a

interação que estabelece com os mesmos influenciará a atitude da comunidade visitada sobre a presença da atividade e contribuirá para a valorização, ou não, da mesma. Em termos da interação visitante-residente, como já colocado, quer se tratem de impactos, influências ou efeitos, passada a euforia inicial, as comunidades receptoras tenderiam a ver o Turismo com desconfiança. Mais importante, as comunidades, em geral, não têm a oportunidade de participar das tomadas de decisões nas questões da área. Excluídas, acabam não desejando a presença de turistas na sua localidade. Pior é quando, em muitos casos, o turista chega antes do Turismo, ou seja, antes do planejamento e organização da localidade para recebê-lo. Por esse motivo, conhecer a atitude dos autóctones em relação à atividade se faz tão importante, pois a mesma reflete a satisfação da comunidade e, em decorrência, na hospitalidade presente na localidade e na qualidade da experiência vivida pelo turista.

Sobre a atitude, Briñol, Falces e Becerra (2007) argumentam que, desde a sua aparição como objeto de estudos na Psicologia Social<sup>3</sup>, no início do século passado, a mesma tem sido objeto de definições diversas, de maior ou menor complexidade. Para Krüger (1986, p. 34) “se trata de uma disposição afetiva, favorável (positiva) ou desfavorável (negativa), a um objeto social”. Briñol, Falces e Becerra (2007, p. 459) afirmam que, na atualidade, a maioria dos estudos na área acordaria conceituar as atitudes como: “Avaliações globais e relativamente estáveis que as pessoas têm sobre outras pessoas, ideias ou coisas que, tecnicamente, recebem a denominação de *objetos de atitude*”.

Analizando a importância dos estudos das atitudes sobre o Turismo, Molero e Cuadrado (2006) afirmam a pertinência dos mesmos, primeiro, por cruzar com uma importante tradição de investigação dentro da Psicologia Social e, segundo, porque as atitudes guiam a conduta tanto do 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. Monitorar a atitude dos moradores a respeito do Turismo torna-se, então, contributo importante 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 positiva ou negativamente em relação ao Turismo. 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). Os impactos sociais, culturais, econômicos, ambientais, entre outros, devem ser considerados com igual importância, pois todos costumam estar presente, quando o Turismo aumenta sua presença.

<sup>3</sup> A Psicologia social prioriza “o estudo científico de manifestações comportamentais suscitadas pela interação de uma pessoa com outras pessoas e, essa interação com o outro gera um aspecto social” (Rodrigues, 1973); estes e outros estímulos sociais podem, em decorrência, influenciar comportamentos.

## A CIDADE DE LAGUNA (SC)

A cidade de Laguna localiza-se no litoral do estado de Santa Catarina, no sul do Brasil, recebendo muitos visitantes nos meses de verão, em especial em função de suas praias, embora a localidade também se destaque pela presença de importantes bens culturais, na forma de uma arquitetura colonial significativa do período, que permitiriam que a mesma se colocasse como destino cultural de excelência. Constituídos em atrativos turísticos, tais bens mobilizam turistas nacionais e estrangeiros.

Fundada em 1676, a cidade foi resultado da política expansionista portuguesa do período, no sul do Brasil. Laguna ofereceria apoio e munição na expansão rumo ao estuário do rio da Prata, região disputada por portugueses e espanhóis por sua importância geopolítica. O início da vida urbana, mais propriamente, se deu apenas a partir da colonização açoriana no século XVIII (Pereira, 2003), que consolidou a cidade como núcleo portuário e comercial. Historicamente, representou o ponto de referência no extremo sul da linha, no acordo que demarcou o domínio colonial português pelo Tratado de Tordesilhas, nas disputas com Espanha (Lucena, 1998; Pereira, 2003). Hoje, o espaço urbano de Laguna marca-se por referências históricas e arquitetônicas do período Colonial, como a igreja, monumentos históricos e museus. No bairro Centro ocorrem manifestações sociais de usos cotidianos e tradicionais, como festas religiosas, cívicas e culturais.

A preservação desse patrimônio se deve, em muitos, a Lei do Tombamento Federal, aplicada em 1985, que “conseguiu preservar a paisagem construída deste bairro que já se encontrava em processo de ‘renovação urbana’.” (Lucena, 1998, pp. 2-3). Para o mesmo autor, freado o processo de renovação urbana da área central, a área balneária do Mar Grosso passa a sofrer um processo contrário, vindo a se constituir em bairro *nobre* da cidade graças a políticas de incentivos da prefeitura municipal, buscando incrementar o Turismo nesta área.

A exploração imobiliária do Mar Grosso e os incentivos públicos 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, pp. 55-56). A expansão da área do Mar Grosso com finalidades turísticas, entretanto, já iniciara na década de 1970, decorrência da construção da BR-101, rodovia federal que liga a costa brasileira no sentido norte-sul e que facilitou o contato entre os municípios do litoral catarinense com os estados vizinhos, como Paraná e Rio Grande do Sul. Houve, então, o primeiro ciclo de incremento da construção civil e da prestação de serviços, principalmente no verão, e de atividades ligadas à hotelaria e alimentação (Lucena, 1998), consolidadas nos anos 1980.

Quanto ao bairro Magalhães, Lucena (1998) descreve que a partir de 1820 uma população constituída de soldados, marinheiros e também por uma classe média que sobrevivia do comércio e transportes, começou a ocupar o espaço, transformando esse bairro no de maior expansão espacial. 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.



**Figura 1.** Mapa de localização dos bairros de Laguna (SC).

Fonte: [www.maps.google.com.br](http://www.maps.google.com.br)

Segundo dados da Secretaria 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%). 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 sociocultural da cidade de Laguna. A atividade turística levou à redução de investimentos de lazer no Centro e a sua ampliação no Mar Grosso, que consiste no principal espaço de lazer da cidade contemporânea. Mesmo apresentando poucas instalações de hospedagem, alimentação e ou venda de produtos turísticos, o bairro Centro atrai grupos de visitantes que passeiam pelo casario e museu, mas se hospedam no Mar Grosso.

## PASSOS METODOLÓGICOS

No estudo a ser relatado no corpo do presente artigo, o enfoque metodológico quantitativo serviu de suporte para conhecer a atitude dos moradores de Laguna (SC), quanto aos impactos do Turismo em três bairros locais: Centro, Mar Grosso e Magalhães. Por se tratar de

questões socioculturais, buscou-se aporte na Psicologia Social e no instrumento<sup>4</sup> desenvolvido e validado por Molero e Cuadrado (2006)<sup>5</sup>, para medir a atitude da população local frente aos possíveis efeitos do Turismo, através de oito fatores relativamente independentes. O estudo por eles realizado envolveu treze locais da Espanha, com características geográficas e turísticas diferentes; os pesquisadores espanhóis observaram que a atitude mais negativa foi encontrada nos lugares com Turismo tradicional de sol e praia, como Palma de Mallorca, Valencia e Tenerife, com uma exceção: Málaga, onde as atitudes estão entre as mais positivas. Da mesma forma, existem lugares com importantes bens culturais em que há uma boa atitude em relação ao Turismo (Salamanca e Sevilla, Burgos e Madri). No que diz respeito ao impacto ambiental, a atitude mais negativa está associada à Tenerife e Palma de Mallorca e a mais positivas, à Salamanca e Sevilla. Em relação ao impacto da delinquência, a atitude mais negativa também se fez presente nos locais de sol e mar, com uma grande influência turística, como Tenerife, Palma de Mallorca, Málaga e Valencia. Do mesmo modo, 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, associam-se ao 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) concluíram 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 a proximidade dos locais com o centro turístico, melhores são as atitudes em relação aos diferentes aspectos da atividade. Porém, com uma exceção: a atitude a respeito do impacto ambiental é vista de forma mais negativa, se maior a proximidade do centro turístico. Quanto à idade, mesmo considerando a composição da amostra por alunos universitários da pesquisa dos espanhóis, o resultado apresentou que quanto menor a idade, mais negativa é atitude sobre a delinquência, mas mais positiva nos outros aspectos. Com relação aos gêneros, as mulheres apresentaram atitudes mais positivas, principalmente no que se refere ao impacto sobre as relações interculturais.

Para chegar aos resultados a respeito da atitude dos moradores de Laguna (SC) sobre os impactos do Turismo, a pesquisa adotou o tipo de delineamento *ex post facto*, também

<sup>4</sup> O documento, na íntegra, pode ser acessado em [http://tede.ucs.br/tde\\_arquivos/3/TDE-2009-05-15T134708Z-267/Publico/Dissertacao%20Sandra%20Dallagnol.pdf](http://tede.ucs.br/tde_arquivos/3/TDE-2009-05-15T134708Z-267/Publico/Dissertacao%20Sandra%20Dallagnol.pdf), e ali buscando as páginas 142-145.

<sup>5</sup> Fernando Molero 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 intergrupais 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.

identificada como pesquisa não experimental, por estudar situações e fatos já estabelecidos. Esse tipo de pesquisa lida com variáveis que, por sua natureza, não são manipuláveis. No caso da presente investigação, considerou-se que o fenômeno turístico é presença histórica na cidade objeto de estudo, e que os residentes já teriam construída atitude favorável/positiva ou desfavorável/negativa sobre os impactos causados pelo Turismo ao desenvolvimento local e aos cotidianos 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). É nesta perspectiva que o estudo foi realizado, tendo como variáveis de controle as mesmas utilizadas por Molero e Cuadrado (2006), entre elas a idade dos respondentes. Como variáveis independentes utilizaram-se: **Fator 1**, impacto meio ambiental; **Fator 2**, impacto sobre a delinquência; **Fator 3**, impacto sobre a vida cotidiana; **Fator 4**, importância percebida do Turismo; **Fator 5**, impacto dos serviços públicos e infraestruturas; **Fator 6**, impacto intercultural; **Fator 7**, impacto sobre o emprego; e **Fator 8**, impacto sobre os valores.

A investigação, de abordagem quanti-qualitativo, utilizou como instrumentos de coleta de dados e de informações a entrevista estruturada e notas de campo. O modelo quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de dados, quanto no tratamento dos mesmos por meio de técnicas estatísticas, que podem ir das mais simples às mais complexas (Gil, 1999; Richardson, 1999). Neste caso, para proceder à análise, utilizou-se a estatística descritiva para o tratamento dos dados, com suporte operacional do *software SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Science)*, com supervisão de um estatístico. As variáveis foram agrupadas nos oito fatores e cruzadas com as variáveis de controle para análise da atitude dos residentes de Laguna (SC). Tal viés foi complementado pela abordagem qualitativa, ao se utilizarem notas de campo por ocasião das entrevistas, para melhor interpretar o fenômeno.

O instrumento de coleta de dados, no modelo proposto por Molero e Cuadrado (2006), foi traduzido para português por tradutor profissional e testado em uma pequena amostra, antes de sua aplicação definitiva; essas primeiras entrevistas não foram utilizadas posteriormente, servindo apenas para afinar a redação das perguntas, em português. O instrumento utiliza 43 itens para medir a atitude dos respondentes em relação ao Turismo. Os participantes deveriam indicar até que ponto estariam de acordo com uma série de afirmações sobre diferentes aspectos do fenômeno turístico. Os fatores ou componentes da escala de resposta oscilou 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 oscilou de -2 (= muito negativo) a 2 (= muito positivo).

No estudo utilizou-se uma amostra por quotas, que se caracteriza pela seleção de subgrupos da população residente. O tamanho da amostra ficou constituído por 390 respondentes, numa proporção de 130 questionários para cada um dos três bairros (Centro, Mar-

Grosso e Magalhães). 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 recebe parte da demanda turística no verão, em função dos atrativos culturais ali presentes (13,96%), conforme dados da SANTUR (2007). O Mar Grosso consiste no principal espaço de lazer, com as melhores infraestruturas da cidade e onde acontecem as festividades de carnaval (Lucena, 1998). Neste lugar houve aumento de investimentos e melhoria pelo poder público municipal e entidades privadas. O Magalhães, embora não receba fluxos de turistas, é o bairro intermediário entre os outros dois selecionados, sendo, portanto, lugar de trânsito de turista. Nele se buscou aferir a atitude dos residentes, em função da proximidade aos outros dois bairros selecionados. 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, & Courtney, 1999; Gursoy, & Rutherford, 2004; Molero, & Cuadrado, 2006). Neste estudo, os bairros mais afastados do centro turístico não foram pesquisados, tomando-se por referência estes aportes. Os instrumentos, impressos e numerados, foram aplicados em 2008 e 2009, gerando enorme volume de dados, analisados para finalização de dissertação de mestrado, mas não totalmente esgotados, permitindo que novas abordagens sejam realizadas a partir dos dados iniciais da levantados.

## RESULTADOS OBTIDOS

Os resultados distribuídos no **Fator 1**, impacto meio ambiental; **Fator 2**, impacto sobre a delinquência; **Fator 3**, impacto sobre a vida cotidiana; **Fator 4**, importância percebida do Turismo; **Fator 5**, impacto dos serviços públicos e infraestruturas; **Fator 6**, impacto intercultural; **Fator 7**, impacto sobre o emprego; e **Fator 8**, impacto sobre os valores, foram tabulados e analisados com cruzamento com as variáveis de controle: faixa etária; sexo; escolaridade; 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, registrando-se o que segue.

**Fator 1: Impacto Ambiental:** Conforme os resultados obtidos, as crenças mais negativas em relação ao 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 mais negativa (-3,00) para os moradores do bairro Centro, com escolaridade de nível fundamental que declararam não depender economicamente do Turismo. 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 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 à 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 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 que se refere a importância percebida do Turismo, não houve atitude negativa entre os residentes dos três bairros, sendo que a valorização mais positiva se encontra 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 infraestruturas:** No impacto sobre os serviços públicos e infraestruturas, a atitude mais positiva foi encontrada entre os residentes do sexo masculino de Mar Grosso (+4,49), Magalhães (+4,08) e Centro (+4,41), assim como entre aqueles 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:** Quanto ao 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 nos 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 impacto sobre o emprego é aquele 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 entre 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 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, entre os moradores mais jovens a atitude aparece positivamente quanto ao impacto sobre a vida cotidiana, importância do Turismo, impacto dos serviços públicos e infraestruturas, 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 infraestruturas, impacto intercultural e sobre o emprego.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais, o estado de Santa Catarina se coloca como destino privilegiado em termos de Turismo. Laguna, no mesmo contexto, tende a receber maior número de visitantes a cada ano, indicando a importância de um maior e melhor conhecimento da realidade local. Informações

como as coletadas na presente investigação podem contribuir para que o principal objetivo proposto pela mesma, ou seja, o de conhecer e avaliar as atitudes dos residentes de Laguna (SC), para que forneçam subsídios para atividades de planejamento turístico na localidade.

Cabe destacar que os lugares da amostra com maior atividade turística, como o bairro Mar Grosso, também têm maiores proporções 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 visitações por um porcentual 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, se mais avançado o ciclo de desenvolvimento turístico do destino, isso leve a que, quem viva mais perto das principais zonas turísticas, sinta 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, & Lawson, 2001). Nestes termos, um dos objetivos primeiros desta comunicação é o de socializar metodologia e resultados, incentivando que o instrumento seja utilizado por outros pesquisadores, tendo em vista a excelência dos resultados alcançados.

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, quando aumenta muito o afluxo de turistas no local, havendo ainda o consumo de álcool por pessoas muitas vezes em busca de diversão, sexo e folia sem compromisso com o que isso possa acarretar aos residentes locais.

## REFERÊNCIAS

- Aires, J. D. M., & Fortes, I. (2011). O modelo *irridex* de Doxey: breves considerações acerca de sua aplicação em Ponta Negra (Natal-RN). *Revista Iberoamericana de Turismo*, 1(1), 23-33.
- Aragão, I. R., Abadia, B. F., & Tupinambá, K. (2010). Paradoxos entre Taipu de Fora e Taipu de Dentro / APA de Maraú-Bahia: turismo e identidade local. *Revista Rosa dos Ventos*, 2(2).
- Archer, B., & Cooper, C. (2001). Os impactos positivos e negativos do turismo. In Theobald, W. F. (Org.). *Turismo Global*. São Paulo: SENAC.
- Barreto, M. (2007). *Cultura e turismo: discussões contemporâneas*. Campinas/SP: Papirus.
- Briñol, P., Falces, C., & Becerra, A. (2007). Actitudes. In Morales, J. F., Moya, C. M., Gaviria, & Cuadrado, I. (Orgs.). *Psicología social*. Madrid: Aravaca.

- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente. *Annals of Tourism Research en español*, 1(2), 215-239.
- Calvete, M. del C. M. H. (1999). Ilhabela - turismo e território. *Geografia*, 8(1), 29-36.
- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D., & Shepherd, R. (2001). *Turismo, princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman.
- Doxey, J. (1975). *Development of tourism destinations*. London: Torbay.
- Gabrielli, C. (2011). Intersecções entre o mercado turístico e o mercado do sexo em Salvador, Bahia, Brasil. *revista brasileira de pesquisa em turismo*, 5(2).
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: an improved structural model. *annals of tourism research*, 31(3), 495-516.
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). Los impactos sociales del turismo. El estudio del caso Bath, Reino Unido. *Annals of Tourism Research en español*, 7, 274-298.
- IBGE. (2003). Cidades@. Recuperado em 3 dezembro, 2007, de [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br).
- Krippendorf, J. (2001). *Sociologia do turismo – para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
- Krüger, H. (1986). *Introdução à psicologia social*. São Paulo: EPU.
- Lucena, L. F. (1998). *Laguna: de ontem a hoje espaços públicos e vida urbana*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
- Molero, F., & Cuadrado, I. (2006). La medición de las actitudes hacia el turismo: una perspectiva psicosocial. *Annals of Tourism Research en español*, 8(2), 406-427.
- Pereira, R. M. F. A. (2003). Formação espacial do litoral de Santa Catarina (Brasil): gênese e transformações recentes. *Geosul*, 19(35), 99-129.
- Pérez, A. P., & Nadal, J. R. (2005). *Las percepciones de los residentes: un análisis cluster*. *Annals of Tourism Research en español*, 7(2), 255-273.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Rodrigues, Aroldo. (1973). *Estudos em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Ross, G. F. (2002). *Psicologia do turismo*. São Paulo: Contexto.
- Ruschmann, D. (2000). *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. São Paulo: Papirus.
- Molina, S. (2011). Una visión del turismo al sur del litoral norte de rio grande do sul. *Revista Rosa dos Ventos*, 3(1).
- SANTUR. (2007). *Perfil da demanda turística de Laguna - Santa Catarina 2008*. Recuperado em 3 dezembro, 2007, de [www.santur.sc.gov.br](http://www.santur.sc.gov.br).
- Schlüter, R. (2009). Turismo y cuerpos desnudos: moda y culto al sol en el litoral marítimo argentino. *Revista Rosa dos Ventos*, 1(1).
- Sharma, B., & e Dryer, P. (2012). A longitudinal study of the residents' perceptions of tourism impacts using data from the sunshine coast Australia. *Pasos*, 10(2).
- Smith, V. (1989). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.

Williams, J., & Lawson, R. (2001). Aspectos de la vida comunitaria y opiniones de los residentes sobre el turismo. *Annals of Tourism Research en español*, 3(1), 173-197.

*Artigo recebido em: 11/04/2012.*  
*Artigo aprovado em: 21/04/2012.*