



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio
Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

Augusto Gomes, Bruno Martins; Márcio Romaniello, Marcelo; Correia Silva, Marcelo Alexandre
Os efeitos do turismo em comunidades receptoras: um estudo com moradores de Carrancas, MG,
Brasil

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 4, núm. 3, septiembre, 2006, pp. 391-408
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88140307>

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

Os efeitos do turismo em comunidades receptoras: um estudo com moradores de Carrancas, MG, Brasil

Bruno Martins Augusto Gomes [†]
Marcelo Márcio Romaniello [‡]
Marcelo Alexandre Correia Silva [§]

Universidade Federal de Lavras (Brasil)

Resumo: Fundamentando-se numa perspectiva sistêmica, em que analisa-se não apenas os feitos econômicos do turismo como também os sociais, ecológicos e culturais, este busca analisar as influências do turismo em comunidades receptoras. Foi feita uma revisão de literatura sobre o tema e em seguida buscou-se identificar esses efeitos através de um estudo de caso em Carrancas, Minas Gerais, Brasil. Pode-se constatar que o turismo traz uma série de efeitos para a comunidade receptora, porém de acordo com o estágio de evolução da atividade estes não são percebidos por esta. Constatou-se que as variáveis estudadas sinalizam o estágio de desenvolvimento da atividade e consequentemente os efeitos que ela está gerando ou tende a gerar.

Palavras-Chave: Turismo; Comunidades; Efeitos; Carrancas; Brasil

Abstract: Basing on a tourism system theory, that's considerer not just the economic effects, as also social, ecological and cultural, this work analyze the influences of the tourism in receiving communities. For in such a way a revision of literature on the subject was made and after, a study of case in the town of Carrancas, south of Minas Gerais, Brazil, to identify these effects. It had been evidenced that the tourism brings a series of effects for the receiving community. The theoretical proposals studied possibilited to identify indicators that signal the development stage of the activity, and the effect that it's bringing or will bring.

Keywords: Tourism; Communities; Effects; Carrancas; Brazil

[†] • Bruno Martins Augusto Gomes. Mestrando em Administração na Universidade Federal de Lavras, MG, Brasil. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto, MG, Brasil. E-mail: brunoturis@yahoo.com.br

[‡] • Marcelo Márcio Romaniello. Doutorando em Administração na Universidade Federal de Lavras, MG, Brasil. Bacharel em Administração pela Universidade Federal de Lavras, MG, Brasil. E-mail: mmr@ufla.br

[§] • Marcelo Alexandre Correia Silva. Mestrando em Administração na Universidade Federal de Lavras. Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica, MG, Brasil. E-mail: marcelo_turismo@yahoo.com.br

Introdução

O turismo como atividade econômica começou na Inglaterra em consequência da Revolução Industrial, que proporcionou o desenvolvimento tecnológico. Passou-se a utilizar o aço e a caldeira a vapor, o que trouxe significativas alterações para os meios de transporte (navios e trens). Segundo Machado (2002), na década de 1840, Thomas Cook começou a organizar viagens de grupo, fretando trens, contando com o apoio de guias de turismo e elaborando roteiros de viagem. Como contava com o apoio de seu filho, Thomas Cook atribuiu à sua agência o nome de Thomas Cook and Son.

Mas só a partir da década de 1950, com a criação da aviação civil, que o turismo de massa realmente despontou. A partir de então o grande desenvolvimento do setor despertou o interesse de governantes, pesquisadores e empresários.

Uma demonstração desse expressivo crescimento do turismo é evidenciado pelo número de turistas internacionais no mundo. De 1970 a 2002 este número saltou de 165,8 milhões para 714,6 milhões (Gomes 2005). No Brasil, em 1969 chegaram aproximadamente 250 mil turistas internacionais. Em 2000 percebe-se um expressivo crescimento, atingindo-se 5,13 milhões de turistas (MTur, 2004). Em 2004 tiveram no país 4,1 milhões de turistas de uma receita de 3,45 bilhões de dólares. A França, maior receptor de turistas internacionais, recebeu em 2003, 75 milhões de turistas.

No campo teórico, a ênfase nos efeitos econômicos foi a que predominou até a década de 1970. Em função do expressivo crescimento do turismo de massa a partir da década de 1950, vislumbrava-se apenas as suas vantagens econômicas. Mas a partir dos anos 1970 começou-se a discutir as repercussões do turismo no meio ambiente, na cultura e no meio social. Os estudiosos passaram a estudar formas de viabilizar um turismo que provocasse menos impacto. A década 1970 e 1980 foi o período de maturação dessas idéias no meio acadêmico. Na década de 90 estas preocupações chegaram ao ambiente empresarial.

Considerando então que o turismo traz uma série de efeitos, especialmente para as comunidades receptoras, esse trabalho se desenvolverá considerando não só os seus efeitos econômicos, mas também os efeitos sociais, culturais e ecológicos. dessa forma, o objetivo deste estudo é discutir as percepções dos moradores do município de Carrancas - MG, em relação ao turismo na cidade em que residem. Dentro os objetivos específicos buscouse: identificar na população estudada as principais percepções em relação ao turismo no município; reunir em grupos, moradores com características comuns quanto às percepções em relação ao turismo; discriminar as principais percepções destes grupos em relação ao turismo.

Revisão de literatura

Este capítulo fundamentou-se em uma revisão de literatura e têm como enfoque central discutir: a) a natureza sistêmica do turismo, realçando as suas necessidades, a interação entre atores sociais, empreendimento e comunidade receptora, processo de ocupação pelo turismo e responsabilidades.

Visão sistêmica do turismo

Buscando um turismo com menos impactos, os estudiosos passaram a abordá-lo de forma sistêmica. No Brasil, o grande responsável por disseminar a discussão de visão sistêmica foi Mário Beni (2001). Ele defende que o turismo pode ser compreendido como o sistema de turismo (Sistur) composto por três grandes conjuntos. O “conjunto das relações ambientais”, o “conjunto da organização estrutural” e o “conjunto das ações operacionais”.

O Conjunto das Organizações Estruturais compreende: as políticas públicas e privadas relacionadas ao funcionamento do turismo e a infra-estrutura geral (utilizada por outros os setores da economia) e específica (que atende exclusivamente as necessidades do setor turístico).

O Conjunto das Ações Operacionais que envolve a dinâmica de atuação das organizações que compõe o Sistema de Turismo (Sistur). Nesse ambiente, estão inseridos os subsistemas de mercado,

oferta, produção, distribuição, demanda, e consumo.

E finalmente como resultado dessas ações tem-se o Conjunto das Relações Ambientais, que são as consequências ecológicas, sociais, culturais e econômicas do turismo. O equilíbrio entre estes grupos que possibilitará um turismo mais humano, atendendo as necessidades das comunidades receptoras, dos turistas e dos empresários, nesta ordem.

A Cadeia Produtiva do Turismo

A cadeia do turismo é composta inicialmente por organizações que se articulam em função de recursos presentes em uma determinada localidade para colocar um produto turístico no mercado. Estes produtos são distribuídos pelas agências e o turista se desloca até o local de consumo do produto através do sistema de transportes (aéreo, terrestre ou aquático). Além das empresas de transporte existem outras organizações ligadas a setores como bancário, de saúde, que dão suporte à cadeia do turismo.

Na destinação turística ele consome o produto turístico enquanto ele é produzido, utilizando os recursos naturais e culturais de uma região como atrativo. Como mencionado, estas atividades provocarão repercussões para o ambiente ecológico, cultural, social e econômico.

Pode-se dizer então que o turismo envolve categorias com necessidades distintas:

- habitantes da região turística, que dependem do turismo para sobreviver;
- habitantes da região turística, que têm outros meios de subsistência;
- turistas que buscam satisfazer necessidades pessoais relacionadas à lazer e relaxamento;
- organizações da região ligadas diretamente na composição do produto turístico;
- organizações externas, mas que participam da cadeia imediata do produto turístico;
- Poder público: coordenando o desenvolvimento da atividade
- organizações de segunda camada da cadeia (fornecedores imediatos das empresas da cadeia e também organizações que dão suporte à atividade turística como bancos, hospitalais, postos de gasolina).

Dentre os atores, a comunidade (habitantes que dependem ou não do turismo) é a que possui maior importância, pois o turismo se desenvolve usufruindo de recursos que estão em seu território. Por ser o turismo uma prestação de serviço, também não podem ser negligenciadas as influências que o turista exerce. Ele além de estar entre os atores principais, está presente em grande parte das etapas de produção e suas necessidades afetam as comunidades receptoras.

As Relações entre os atores da cadeia e suas implicações

Neste tópico serão abordados as necessidades dos turistas e dos empresários e os efeitos provocados por estas nas comunidades receptoras. Após abordar as relações entre estes atores, serão discutidas as responsabilidades destes em relação aos efeitos que suas necessidades provocam.

O turista e suas necessidades

As condições como as pessoas vivem hoje nos centros urbanos com o empobreecimento dos contatos humanos, o sedentariismo, a agitação contribuem expressivamente para que se desequilibrem e surja a insatisfação, o estresse. Dessa forma, o ser humano passa a buscar nas viagens uma forma de reencontrar e equilíbrio. E “para o homem em estado de carência, nossa sociedade oferece o turismo, as férias longe do universo cotidiano, sob as formas mais diversas e as enfeitam com todas as qualidades” Krippendorf (2001: 38). O estímulo à viagem está em todo lugar jornais, rádio televisão, *out-doors*, filmes. Há todos os instantes se depara com paisagens paradisíacas, natureza intocada, tudo que um ser humano com problemas em função do seu cotidiano deseja. A necessidade de relaxamento é comercializada e transformada em viagens de todas as espécies, de acordo com as regras do marketing. Contudo, freqüentemente estas ações visam apenas os benefícios em curto prazo, negligenciando o desenvolvimento harmonioso do turismo.

Diante dos problemas causados pelo cotidiano e das influências da sociedade, o ser humano viaja em férias. Mas apesar

do turista viajar buscando fugir do cotidiano, ele não consegue desprender dele. Os seus hábitos estão sempre presentes. Já na arrumação das malas, são colocados os objetos que ele não consegue ficar sem no cotidiano. Ao sair, há uma grande ansiedade para que se cumpra os horários e que o deslocamento ocorra da forma mais rápida possível. Quando os turistas chegam ao destino turístico, muitos querem encontrar o mesmo jornal que lêem no cotidiano, as mesmas bebidas, os mesmos jogos, o conforto de suas casas, e após alguns dias já sentem necessidade de voltar ao ritmo frenético do trabalho. Essa necessidade em atender os costumes cotidianos torna necessária a busca de produtos e serviços de outras regiões e serviços o que diminui os ganhos para a região receptora.

Outro fator relevante do comportamento do turista é que longe suas casas eles assumem comportamentos exacerbados. Pensam que podem fazer tudo, pois ninguém os conhece e em breve irão embora, esquecem todas as boas maneiras e regras de conduta. Querem apenas aproveitar, não importa os diretos e a privacidade dos moradores locais. Há ainda os turistas se julgam superiores, já que estão fazendo algo considerado privilegiado pela sociedade, que é viajar de férias. Esses comportamentos dos turistas podem provocar incômodos para os moradores locais.

Empreendimentos e comunidade receptora

Fundamentando-se nos sonhos extravagantes de viagem criados pelos turistas, que normalmente não poderiam ser satisfeitos em ambientes reais, os empreendedores criam parques temáticos, palácios, clubes ou *resorts*, que são mega hotéis com uma completa estrutura de lazer interna. Surgem então as discussões sobre os custos do turismo para a comunidade receptora, as quais Krippendorf (2001) contribuiu significativamente. A seguir serão colocadas as várias faces dessa situação.

O primeiro fator é que o empreendimento normalmente tem custos ambientais graves. Freqüentemente se localizam em áreas naturais inexploradas e de pri-

vilegiada beleza e para ser construído devasta uma grande área. E muitas vezes essa devastação não gerará benefícios significantes para os moradores locais. Eles deixam de ter acesso a um local, que normalmente tem grande beleza cênica, e que muitas vezes é utilizado para sua subsistência e ganham, quase nada ou nada em troca. Pode-se também fazer uma crítica a este tipo de empreendimento, que como coloca Krippendorf (2001), normalmente é um ambiente artificial, que impede o turista de conhecer de fato o cotidiano da região.

Normalmente o turista é conduzido aos principais atrativos da região apenas para conhecê-los rapidamente. Nos chamados *city-tours* são colocados em ônibus climatizado, protegidos pelo guia e fortalecidos por estarem em grupo. Partem os turistas então, com se estivessem em um zoológico, em que se observa e é observado. Como o tempo é extremamente limitado, as paradas são curtas sendo impossível apreciar com tranquilidade ou conversar com os moradores locais e proporcionar distribuição de renda. Obviamente existem alguns turistas que procuram romper esta rotina, porém deparam-se com a freqüente falta de segurança, especialmente nos países em desenvolvimento. Há ainda a questão do turista ser facilmente identificado como tal, o que facilita para que seja enganado ou violentado.

Ao tentar se desvincular desta lógica característica do turismo de massa ele pode deparar-se também com certo repúdio dos moradores locais em relação a ele. Apesar da experiência que o turista está vivendo ser rara, para o morador local se repete todos os dias: as mesmas excursões, as mesmas festas, as mesmas perguntas. Da mesma forma, há moradores locais que desejam conhecer melhor os turistas, mas estes não estão interessados. Estão preocupados apenas em descansar, cumprir desejos pessoais e ficar com sua família, atividades impossíveis no cotidiano.

Enfim, freqüentemente a viagem torna-se uma forma do turista confirmar aquela visão distorcida e pré-estabelecida antes da vigem. A mídia vende uma imagem de um local e busca fazer com que o turista acredite que aquele local se resu-

me às cenas vistas, sem obviamente perder o nível de conforto ao qual está acostumado no seu cotidiano. Dessa forma nem o turista, nem o morador local sabem como é realmente o universo do outro. Como colocado por Krippendorf (2001) eles se julgam através dos contatos visuais e a viagem se torna um meio de confirmação de idéias pré-concebidas, sem contribuir para a melhora de ambas as partes.

Para cumprir as fantasias criadas pela mídia e pela sociedade na mente dos turistas, as empresas podem incorrer na banalização da cultura local através de apresentações culturais estereotipadas. Todo um arranjo que existe entorno da manifestação cultural é desconsiderada. Os rituais de preparo, as pessoas envolvidas, a periodicidade, são destruídos em função da necessidade do mercado. Os moradores podem passar a perceber nas manifestações culturais não suas raízes, sua tradição, mas apenas uma forma de ganhar dinheiro.

Apesar de todas as questões que envolvem o turismo citadas até então, ao se tratar de empreendimentos turísticos é freqüente uma grande ênfase nos empregos que estes gerarão. Realmente a atividade gera um número considerável de empregos diretos e indiretos. Porém deve-se destacar que a maioria dos empregos diretos gerados pela atividade tem uma remuneração baixa. E ainda, predominantemente são estes empregos os destinados aos moradores das regiões turísticas, cabendo às pessoas externas ocuparem os cargos de gerência.

Dessa forma fica evidente que o turismo pode gerar uma série de efeitos como degradação ambiental, alterações no ambiente social (aumento de prostituição, comportamento incômodo dos turistas, aumento no uso de drogas entre população local), banalização da cultura local, geração de empregos de baixa qualificação. Contudo, estes custos não são repartidos de forma equitativa. Os turistas alcançam o seu objetivo que é o lazer, os empresários alcançam o lucro (ainda que a curto prazo), mas dentre os atores envolvidos na cadeia do turismo os habitantes das regiões turísticas são os maiores afetados. Convivem com os danos gerados

pelos interesses privados em relação ao turismo sem terem a oportunidade de participarem das decisões, muito menos de receberem alguma recompensa em relação às perdas que sofreram.

O processo de ocupação pelo turismo

Apesar de todos os custos do turismo, frequentemente eles não são percebidos porque não há planejamento para atividade na região e ainda, porque o desenvolvimento da atividade inicia-se de forma lenta e sutil. Krippendorf (2001) coloca que a atividade se inicia com os turistas alternativos. Estes turistas viajam em grupos reduzidos, têm um senso mais aguçado, se hospedam em casas de moradores ou pequenos hotéis, buscam conhecer bem todas as atrações turísticas, utilizam transporte público e logicamente vão a locais ainda inexplorados.

Em seguida surgem instalações mais adequadas e começam a chegar mais turistas, mas ainda em números reduzidos e com um padrão de exigência de serviços elevada. Na fase seguinte, vislumbrando o potencial de região, o setor imobiliário adquire terrenos na região a preço muito baixo. A comunidade local na maioria das vezes não percebe que aceitando esse processo estará permitindo que a região entre em decadência. Com uma visão simplista do turismo e frente aos argumentos bem elaborados dos imobiliários, elas acreditam que finalmente chegou a prosperidade à região.

Em seguida, para gerenciar as instalações são trazidas pessoas de fora, pois os empresários alegam que os moradores locais não são qualificados suficiente para exercer tal tarefa. Finalmente o produto é lançado no mercado com um marketing agressivo, sem consultar a opinião da população local sobre a vinda de determinado público para a região. O desenvolvimento do turismo na região além de empresários, atrai também e pessoas vindos de fora, a procura de empregos, aumentando a concorrência com mão-de-obra local. Krippendorf (2001) destaca que não raro os empresários externos são pessoas bem instruídas acabam por ocupar cargos políticos e finalmente passam a dominar a região de acordo com seus interesses.

A invasão de empresários, trabalhadores externos e consequentemente turistas pode até levar principalmente os moradores que não se beneficia do turismo, não suportando as condições de vida na destinação turística, se mudar do local de origem. Enfim, fazendo uma analogia com a história do Brasil pode-se dizer que o turismo é semelhante a uma forma de colonialismo, ou seja, um grupo chega e domina uma região de acordo com seus interesses, subordinando e até as vezes expulsando os moradores desta região.

Considerando estas etapas do desenvolvimento do turismo em uma localidade Ruschmann (2000) apresenta o conceito de ciclo de vida criado por R. W. Butler, em 1980 (Figura 01). Neste modelo a vida de um produto turístico é composta por sete fases: exploração, investimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação, declínio ou rejuvenescimento.

Ruschmann (2000) destaca que na segunda fase (desenvolvimento) a participação da população tende a cair em função da chegada de empresários externos. A fase de consolidação é marcada pela forte presença de empresas de fora, que mantém a destinação competitiva em relação às demais destinações. O número máximo

de turistas é alcançado na fase de saturação, mas que já desagrada a muitos turistas, fazendo com que a demanda comece a cair. Para compensar a queda na demanda os equipamentos turísticos passam a oferecer um preço mais baixo. O destino turístico passa a ser visitado por grandes públicos, mas de menor poder aquisitivo. Caso não se faça um planejamento para evitar o declínio, a região vivenciará problemas econômicos, sociais, ecológicos e culturais.

Metodologia

No presente tópico apresenta-se como foram alcançados os objetivos propostos, descrevendo a estrutura da pesquisa e os procedimentos metodológicos empregados na busca dos resultados. Junto aos conceitos adotados, deixa-se claro quais autores seguem a mesma interpretação, pois "em metodologia da pesquisa encontra-se uma série de termos e conceitos que, seguidas vezes, conduzem a discursos tautológicos que terminam em desentendimentos, quando, na maioria das vezes, esses discursos traduzem a mesma idéia" (Abrahão citado por Paldes, 1999).

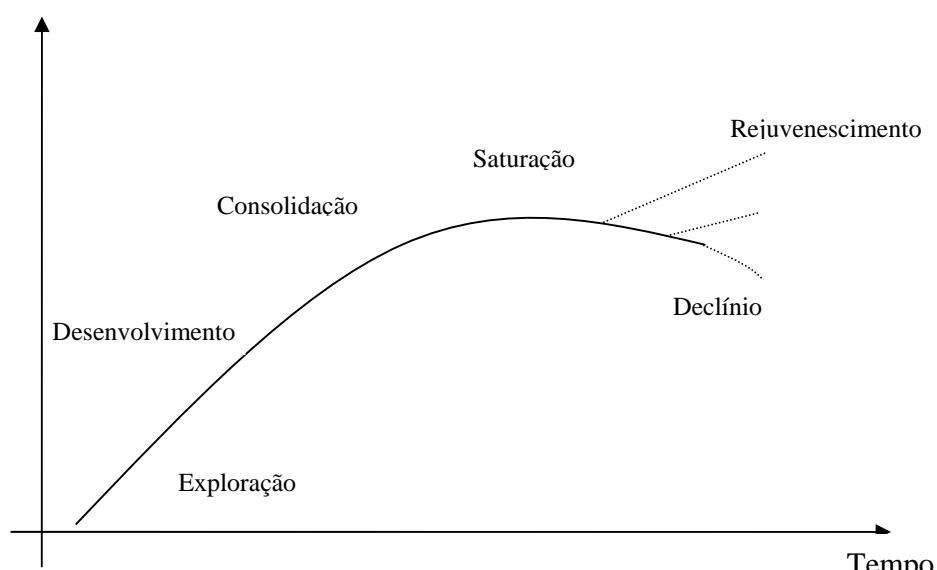


FIGURA 01 Ciclo de vida de destinações turísticas
Fonte: Adaptado Butler apud Ruschmann (2000)

Assim, procurou-se buscar uma estrutura conceitual bem definida, servindo de guia para a investigação, coleta e análise dos dados.

Os autores de metodologia científica na área das ciências sociais, tais como Demo (1985), definem a metodologia como uma preocupação instrumental que cuida dos procedimentos, ferramentas e caminhos, isto é, as formas de se fazer ciência. Para Jones, citado por Alencar (2003), metodologia “diz respeito ao processo de produção de conhecimento”.

A Pesquisa Quantitativa

Esse método é empregado no desenvolvimento de pesquisas de diversos âmbitos, representando, em linhas gerais, uma forma de garantir a precisão dos resultados, evitando, com isso, distorções de análise e interpretações (Oliveira, 1997). Segundo Patton, citado por Alencar (2003), a vantagem da abordagem quantitativa é que ela permite, mediante um conjunto limitado de questões, identificar as reações de um grupo relativamente grande de pessoas, facilitando a comparação e o tratamento estatístico dos dados.

Tipo de Pesquisa “Estudo de Caso”

O procedimento utilizado nesta pesquisa foi o estudo de caso. Segundo Stake, citado por Alencar (2003), o estudo de caso não é em si uma escolha metodológica, mas a escolha de um objeto a ser estudado. O caso pode ser simples ou complexo, pode ser um único indivíduo desenvolvendo uma ação ou vários indivíduos desenvolvendo várias ações. A vantagem do estudo de caso é que ele permite examinar em profundidade o desenvolvimento de ações em seus próprios cenários.

Godoy (1995) considera que o estudo de caso tem como objetivo uma unidade de que se analisa profundamente e que visa ao exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular. Sendo seu propósito fundamental, como tipo de pesquisa, analisar intensivamente uma unidade social. Para Murray citado por Alencar (2002) os estudos de caso tem um papel importante nas ciências sociais como iniciadores de teorias.

Modelo Teórico da Pesquisa

Na tentativa de cumprir o objetivo de identificar as variáveis preditoras do estudo do turismo no município de Carrancas, MG, adotou-se o modelo conforme demonstrado na Figura 1. Este modelo foi elaborado pautando-se na abordagem sociológica de Krippendorf (2001) para a compreensão do turismo assim como no Sistur, modelo teórico proposto por Beni (2001). De acordo as propostas de visão sistêmica para o turismo feitas por este autor, podem ser identificados quatro efeitos do turismo: ecológicos, econômicos, sociais e culturais.

Variáveis relacionadas aos efeitos do turismo

Efeitos Sociais

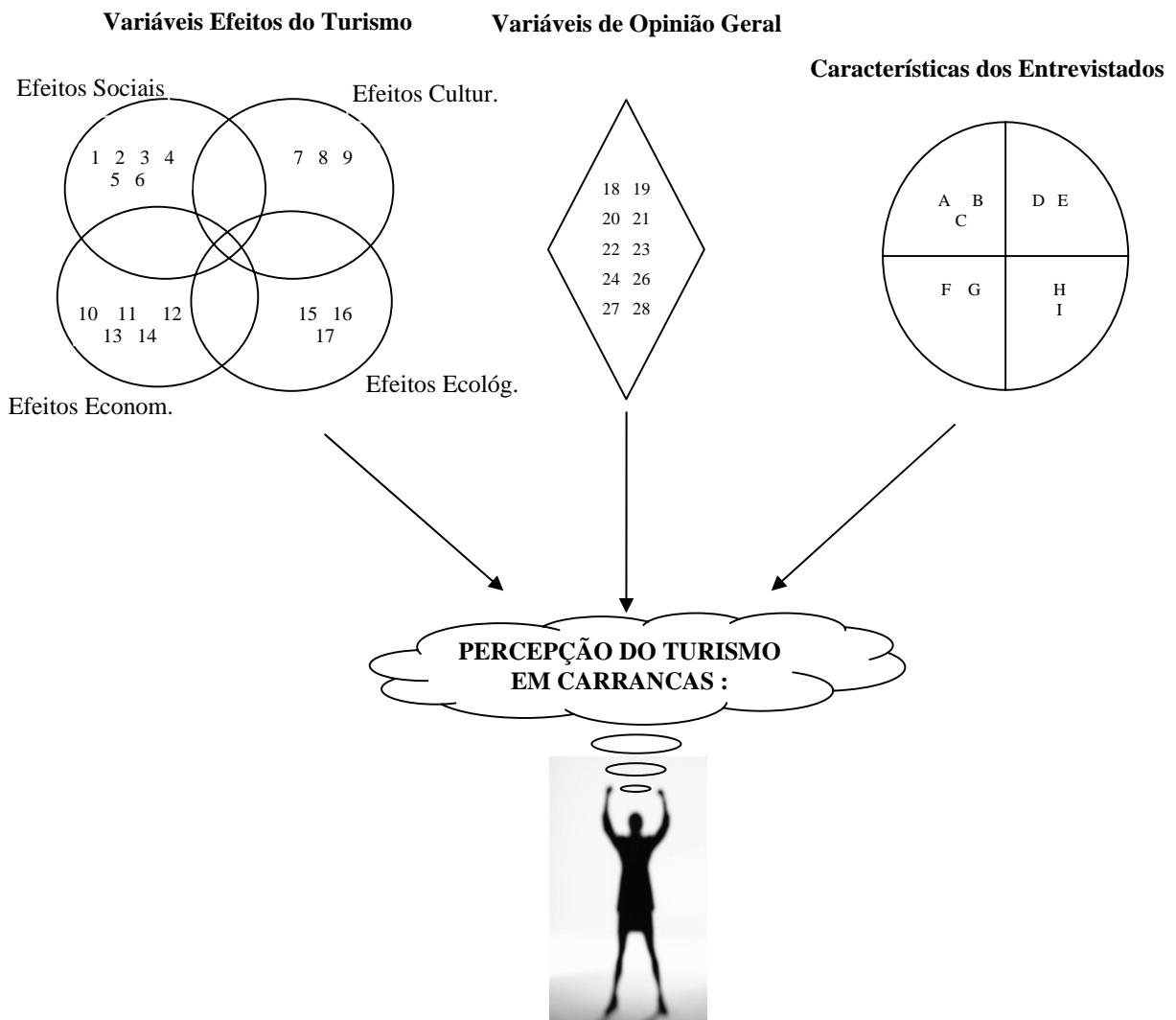
- 1 Influência do turismo na prostituição.
- 2 Quantidade de pessoas beneficiadas pelo turismo.
- 3 Influência do turismo no consumo drogas.
- 4 Vinda de pessoas de outras localidades à procura de emprego no turismo.
- 5 Preocupação dos turistas se comportamento está incomodando moradores.
- 6 Influência do turismo no aumento da violência.

Efeitos Culturais

- 7 Alteração dos costumes antigos em função do turismo.
- 8 Influência do turismo nos hábitos de consumo.
- 9 Maior contato entre turistas e moradores.

Efeitos Econômicos

- 10 Influência do turismo no preço dos produtos no comércio da cidade.
- 11 Vinda de empresários de outras localidades para trabalhar com o turismo no município.
- 12 Número de empregos gerados pelo turismo.
- 13 Influência do turismo no preço da mão-de-obra local.
- 14 Influência do turismo no preço dos terrenos.



Efeitos Ecológicos

- 15 Influência do turismo na paisagem urbana.
- 16 Preocupação dos turistas em preservar a natureza.
- 17 Preocupação dos turistas em manter a cidade limpa.

Variáveis de Opinião Geral

- 18 Sentir-se incomodado com o turismo.
- 19 Turismo melhorou condições de vida dos moradores.
- 20 Educar turistas como se comportarem ao visitarem o município.
- 21 Educar sobre turismo para as crianças de Carrancas.
- 22 Conhecimento dos moradores sobre males do turismo.
- 23 Moradores mudaram da cidade em

função dos incômodos do turismo.

- 24 Interesse em participar de associação preocupada com desenvolvimento do turismo.
- 25 Limitar o número máximo de visitantes na cidade.
- 26 Consulta a moradores sobre o que pensam do turismo no município.
- 27 Influencia do turismo na vida dos entrevistados.
- 28 Percepção sobre a vinda de empresários de outras localidades para trabalhar com turismo.

Características dos entrevistados

- A. Idade
- B. Tempo que mora Carrancas
- C. Sexo
- D. Escolaridade

- E. Renda Familiar
- F. Renda diretamente do turismo
- G. Tem filhos
- H. Número de filhos
- I. A renda dos filhos depende do turismo

Seleção dos Atores

Foi utilizada uma amostragem não probabilística por conveniência, que segundo Alencar (2003), trata-se de um método em que os indivíduos são escolhidos simplesmente por serem mais acessíveis ou, então, por serem mais fáceis de serem entrevistados. Sendo sua tipicidade que nos interessa por serem moradores do município de Carrancas.

A população amostrada foi constituída de 39 entrevistados do perímetro urbano do município de Carrancas. Entretanto, foram utilizados 30 questionários, pois 9 questionários possuíam *missing*, ou seja respostas em branco, o que comprometia a exatidão das informações a serem analisadas.

Coleta de Dados “O questionário – Tipo Survey”

Para a coleta de dados utilizou-se um questionário tipo *survey* que foi elaborado visando os objetivos da pesquisa, considerando o referencial teórico. Foram utilizadas questões fechadas para levantamento de dados nominais e questões de escala tipo Likert de três pontos, assumindo-a como intervalar, visando identificar as atitudes e opiniões sobre o turismo no município de Carrancas. Após a confecção do questionário, esses foram testados antes de serem utilizados para se avaliar as dificuldades, estimar o tempo necessário e identificar possíveis problemas no mesmo.

Análise dos Dados

No processo de análise dos dados, foi utilizado o software estatístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), para serem avaliados dois tipos de dados estatísticos:

- Análise Univariada;
- Análise Multivariada.

Análise Univariada

Neste tipo de análise utilizamos a frequência e a porcentagem das variáveis

consideradas na pesquisa – nominais e escalares. Para efeito das análises estatísticas, as escalas foram consideradas como intervalar.

Análise Multivariada

Hair (2003) define a análise multivariada como o conjunto de métodos estatísticos que simultaneamente analisam múltiplas medidas sobre cada indivíduo ou objeto sob investigação. Os tipos de técnicas multivariadas utilizadas neste trabalho foram: análise de cluster (agrupamentos) e análise discriminante.

Análise de Cluster

De acordo com Malhotra (2001) a análise de cluster tem como objetivo classificar os entrevistados em grupos relativamente homogêneos (conglomerados), com base no conjunto de variáveis considerado. Cada grupo classificado será homogêneo internamente em relação a uma determinada variável. Nesta análise utilizaremos o método hierárquico de agrupamento, com o Ward's método e para padronizar as variáveis pela curva normal (Z scores).

Análise Discriminante

Esta análise foi aplicada nas 28 variáveis de percepção acima mencionada, tendo o objetivo de traçar o perfil da discriminação entre os grupos (os clusters). Utilizou-se o procedimento *Stepwise* na seleção das variáveis assim como na estimativa da função discriminante, empregou-se o método *Wilks lambda*.

Tabulação Cruzada (Cross Tab)

Esta técnica estatística descreve duas ou mais variáveis simultaneamente, e origina tabelas que refletem a distribuição conjunta de 2 ou mais variáveis com um número limitado de categoria ou valores distintos (Malhotra, 2001)

Caracterização do Objeto de Estudo

A cidade de Carrancas foi criada em 1720, quando bandeirantes chegaram à região do Rio Grande e se instalaram nas terras que hoje constituem o município. Como a terra apresentava boas perspectivas na fertilidade e na riqueza aurífera, eles decidiram explorá-la à procura de ouro e para servir de local de apoio aos que por ali passavam.

Amato citado por Roth & Souza (2004),

acrescenta que a cidade de Carrancas foi construída às margens do antigo caminho utilizado para o escoamento do ouro em Minas Gerais até o porto de Paraty, no litoral do estado do Rio de Janeiro, Brasil. Após surgir com os bandeirantes paulistas na primeira metade do século XVII, foram incorporados à população local alguns imigrantes portugueses, além de escravos de origem africana.

O município de Carrancas está localizado ao sul do estado de Minas Gerais, Brasil, com uma área de 727,82 km² e localização privilegiada, pois possui acesso fácil a importantes capitais do país: São Paulo 430 Km (Rodovia Fernão Dias); do Rio de Janeiro 370 Km e de Belo Horizonte 275 Km. Sua população é de aproximadamente 3.800 habitantes em 2001, sendo 3160 com mais de 10 anos e destes 48% recebiam até dois salários mínimos (IBGE, 2005). De acordo com a mesma fonte, em 2001 24% dos moradores tinham de 15 a 29 anos, 20% de 40 a 59 anos e 11,3% possuía 60 anos ou mais. Deve-se destacar que a população estimada por IBGE (2005) é de 3485 habitantes.

O principal setor que movimenta a economia do município é o agropecuário, seguido do de serviços e da indústria respectivamente e ainda, 42% da população vive no meio rural (IBGE, 2005). Entretanto, nos últimos anos o turismo tem se apresentado como uma atividade de destaque, configurando-se como uma alternativa de geração de renda, por suas belezas cênicas. De acordo com Silveira et al. (2005), a estrutura turística se duplicou ou triplicou ao longo dos últimos cinco anos e ainda com plenas possibilidades de se multiplicar em escalas ainda maiores nos próximos anos.

Resultados e discussão

Dados demográficos da população estudada

A partir das análises univariadas (freqüência e percentagem), podemos apresentar informações demográficas a respeito da amostra pesquisada. Dos 30 mora-

dores de Carrancas entrevistados, 36,7% são do sexo masculino, e 63,3% do sexo feminino. Em relação à idade, 36,7% entrevistados possuíam de 41 a 60 anos e 30% se situavam numa amplitude de 16 a 30 anos. Os dados revelaram também que 60,1% dos entrevistados residem em Carrancas a mais de 26 anos.

A renda de 70% dos entrevistados era até R\$ 500,00 sendo que destes 40% recebe até R\$ 300,00. Os dados apontam também que 50% dos entrevistados não possuíam segundo grau. Destaca-se que 6,7% possuíam terceiro grau completo e 6,7% pós-graduação.

Dessa forma os dados evidenciam um elevado número de pessoas com meia idade e idosos, que residem em Carrancas a vários anos, com uma renda baixa e um nível de escolaridades também baixo.

Análise de Conglomerados (Clusters)

Na análise de clusters foram usadas 28 variáveis mencionadas anteriormente. Para esta análise foi utilizado o método hierárquico de agrupamento, com o Ward's método e como coeficiente de aglomeração as distâncias euclidianas ao quadrado e as variáveis foram padronizadas pela curva normal (Z scores). Os res-

Clusters	Freqüência Absoluta	Freqüência Percentual	% Acumulado
1	8	26,7	26,7
2	15	50,0	76,7
Total	23	76,7	76,7
Respostas em Branco	7	23,3	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 01 – Composição dos Clusters

pondentes foram agrupados em 2 e 3 clusters. Foi utilizado na análise apenas o agrupamento em 2 clusters, pois, se mostrou mais adequado com relação ao objetivo da pesquisa.

O primeiro cluster é formado por 08 moradores, representando 26,7% e o segundo grupo formado por 15 moradores, representando 50% da amostra. É observado na Tabela 1, que 27,3% dos entrevistados não foram agrupados em nenhum dos dois clusters analisados, isso é devido

a pouca informação repassada pelo entrevistado ou porque as suas informações foram pouco conclusivas para o estudo em questão. Portanto, nesta análise os respondentes que deixaram repostas em branco (missing) não foram incluídos nessa análise.

No grupo 01, os entrevistados foram classificados como mais velhos (75% mais de 41 anos, sendo 37,5% mais de 61 anos) e no grupo 02, os respondentes foram considerados mais jovens (60 % até 40 anos, sendo 40% até 21 anos). Dos membros do grupo 01, 75% moravam em Carrancas a mais de 41 anos. Já no grupo 02, os entrevistados têm distribuição mais homogênea em relação ao período de residência em Carrancas, destacando-se que 66,7% moram em Carrancas até 30 anos. O grupo 01 apresenta 50% de mulheres e 50% de homens e no grupo 02 predominam as mulheres (66,7%).

Sobre o grau de escolaridade, foram identificados entre os respondentes que 62,5% do grupo 01 possuíam o 1º grau completo. No grupo 02, 20% possuíam o 3º grau completo ou pós graduação e 33,3% possuíam apenas o 1º grau completo. Do grupo 01, 37,5% possuíam 02 filhos. No grupo 02, 60% não possuíam filhos. Com relação a renda familiar, foi identificado que 87,5% do grupo 01 tinha a renda familiar até R\$ 500,00. Enquanto que o grupo 02, 40% apresentaram uma renda de R\$501,00 a R\$ 900,00. No grupo 01, 37,5% dos entrevistados possuíam sua renda ou de seus filhos diretamente influenciada pelo turismo, enquanto no grupo 02 este valor é de 40% dos respondentes.

De maneira geral, pode-se considerar que o grupo 01 caracteriza-se por um público mais velho, que residiam em Carrancas a mais tempo, possuíam um grau de escolaridade e de renda mais baixo, possuíam mais filhos e sua renda era menos influenciada diretamente pelo turismo. Da mesma forma, observa-se que no grupo 02 os entrevistados são mais novos, residem em Carrancas a menos tempo, possuem maior grau de escolaridade, uma maior renda familiar, predominantemente não tem filhos e sua renda era mais influenciada pelo turismo.

Análise Discriminante

A análise discriminante foi aplicada nas 28 variáveis de percepção, tendo o objetivo de traçar o perfil que discriminava os dois grupos (os clusters), identificando as principais variáveis que distinguiam. Nesta análise utilizou-se como variáveis dependentes os 2 clusters e como variáveis independentes as variáveis de percepção.

As variáveis: a) O turismo melhorou as condições de vida em Carrancas b) A maioria dos hotéis de Carrancas não pertencem a pessoas de Carrancas, apresentaram nível de significância estatística de até 1%. Apesar destas 7 variáveis apresentarem um nível de significância estatística de 1%, a segunda variável foi a que apresentou uma maior importância na discriminação dos grupos.

A seguir são apresentados os Cruzamentos feitos entre as variáveis discriminantes e os clusters. A Tabela 03 apresenta o cruzamento entre a variável o turismo melhorou as condições de vida em Carrancas e os dois clusters.

Clusters	Não	Pouco	Muito	Total
1	0	0	8	8
2	1	10	4	15
Total	1	10	12	23

Tabela 03. Cruzamento: Turismo melhorou condições de vida dos moradores com os Clusters.

A primeira variável avaliada que mais discriminou os grupos (O turismo melhorou as condições de vida em Carrancas), refere-se a percepção dos entrevistados sobre o turismo na cidade de Carrancas. Pode-se notar que o grupo 1 tende a considerar que o turismo melhorou muito as condições de vida dos moradores de Carrancas, enquanto que no grupo 2, todos os respondentes consideraram que o turismo não ou pouco melhorou as condições de vida dos moradores do município de Carrancas, isso pode ser evidenciado pela Tabela 03.

Clusters	Não	Sim	Total
1	6	2	8
2	0	15	15
Total	6	17	23

Tabela 04. Cruzamento: Vinda de empresários de outras localidades com os Clusters.

A segunda variável com nível de significância a que os moradores identificaram seu grau de concordância/discordância foi a afirmação que “maioria das empresas do setor de turismo localizadas em Carrancas pertenciam a pessoas que não são de Carrancas”. Pela tabela 04 podemos observar que dos moradores classificados no grupo 1, 6 (75% dos respondentes) responderam que os hotéis são dos próprios moradores do município de Carrancas. No grupo 2, 100% os respondentes consideraram que os hotéis pertenciam as pessoas que não são de Carrancas.

Clusters	Não	Pouco	Muito	Total
1	0	3	5	8
2	5	8	2	15
Total	5	11	7	23

Tabela 05. Cruzamento: Número de empregos gerados pelo turismo com os Clusters

A terceira variável com maior nível de significância foi “o turismo aumentou o número de empregos em Carrancas”. No grupo 1, 62,5 % acreditavam que o turismo aumentou muito o número de empregos, enquanto no grupo 2, 86,6% responderam que o turismo aumentou pouco ou nada o número de empregos .

Clusters	Não	Pouco	Muito	Total
1	0	2	6	8
2	5	6	4	15
Total	5	8	10	23

Tabela 06. Cruzamento: Preocupação dos turistas em preservar a natureza com os clusters

A partir da Tabela 06, pode-se identificar que a maioria (75%) dos moradores que se encontram no cluster 1, acreditaram que os turistas se preocupam em preservar a natureza ao visitar o município. Já os indivíduos do grupo 2, apresentaram uma opinião contrária, pois 33,3% defendiam que os turistas não têm essa preocupação e 40% disseram que os turistas se preocupam pouco em preservar a natureza de Carrancas.

Clusters	Não	Pouco	Muito	Total
1	2	2	4	8
2	9	4	2	15
Total	11	6	6	23

Tabela 07. Cruzamento: Influência do turismo nos hábitos de consumo dos moradores com os Clusters

Os dois grupos em que se dividiram os entrevistados também apresentam percepções diferentes em relação às influências dos turistas nos hábitos de consumo dos moradores de Carrancas. No grupo 1, dos entrevistados, 50% acreditavam que os turistas influenciaram muito os hábitos de consumo dos moradores locais, enquanto no grupo 2, 60% acreditavam que esta influencia não ocorria.

Clusters	Não	Pouco	Muito	Total
1	5	3	0	8
2	4	9	2	15
Total	9	12	2	23

Tabela 08. Cruzamento: Conhecimento dos moradores sobre males do turismo com os clusters.

De acordo com a Tabela 08, 62,5% dos membros do grupo 1, acreditavam que a população de carrancas não tem conhecimento dos males que o desenvolvimento do turismo pode gerar para o município. No grupo 2, 60% de seus membros crêem que a população sabe um pouco sobre os males do turismo.

Clusters	Sem Importância	Pouco Importante	Muito Importante	Total
1	0	3	5	8
2	6	3	6	15
Total	6	6	11	23

Tabela 09. Cruzamento: Percepção sobre a vinda de empresários de outras localidades para trabalhar com turismo com os clusters

Como mencionado nas análises anteriores 75% do grupo 01, acreditavam que a maioria dos hotéis e empresas que atuam no setor de turismo em Carrancas eram dos próprios moradores do município, enquanto 100% do membros do grupo 02, acreditavam que estes hotéis e empresas eram de empresários de outras cidades. Ao serem perguntados sobre o que pensam sobre a vinda de empresários de fora para trabalharem com o turismo na cidade, percebe-se pela Tabela 09 que respondentes do grupo 01, relataram que percebiam este fato como muito importante, já os membros do grupo 02, não apresentaram uma opinião homogênea. Neste grupo, 40% julgavam o fato como muito importante, assim como 40% o julgava sem importância.

Podemos observar pelas análises realizadas, que o grupo 01 foi caracterizado por respondentes mais velhos, com menor grau de escolaridade e renda e com maior número de filhos, diferentemente do grupo 02, que acredita que o turismo melhorou muito as condições de vida da população de Carrancas, que a maioria dos hotéis e empresas de turismo da cidade pertencem aos moradores da cidade, que o turismo gerou muito empregos, que os turistas se preocupam em preservar a natureza, que a atividade turística alterou muito os hábitos de consumo dos moradores e que a população de Carrancas tem pouco conhecimento sobre os males que o turismo pode gerar para os moradores.

Principais Resultados e Discussões de Análises Univariadas

As percepções dos moradores de Carrancas entrevistados podem ser constatadas através das freqüências das respostas às variáveis utilizadas neste trabalho, apresentando assim alguns resultados que contribuem para a discussão sobre a percepção do turismo em Carrancas e para alcançar os objetivos propostos neste estudo. Portanto, pode-se observar que 90% dos entrevistados não se sentem incomodados com o turismo no município de Carrancas.

Pode-se verificar pela Tabela 10 que 53,3 % dos entrevistados acreditavam que o turismo trouxe pouca ou nenhuma melhoria para os moradores locais e que 46,7% acreditam que o turismo trouxe muitos benefícios para o município. A pesquisa também demonstrou que 43,3% dos entrevistados julgaram não ter importância limitar o número máximo de visitantes por fim-de-semana em Carrancas e 16,7% consideram pouco importante (Tabela 11). Como mostra a Tabela 12, 73,3% dos entrevistados acreditam que não vieram pessoas de outras localidades para Carrancas à procura de empregos em função do turismo. Dos entrevistados, 90% acreditavam que os moradores de Carrancas têm pouco ou nenhum conhecimento sobre os males que o turismo pode provocar.

Assim, os resultados acima evidenciam que o turismo em Carrancas ainda

não apresenta um fluxo expressivo. Por isso ainda não incomoda a maioria da população entrevistada, o que não a faz perceber a necessidade de limitar o número de turistas que visitam o município nos fins-de-semana ou feriados. O pequeno desenvolvimento da atividade no município também é uma possível razão, como demonstra o referencial teórico, para a não atração de pessoas de outros locais para Carrancas à procura de empregos. Deve-se destacar também que os entrevistados acreditavam que os moradores de Carrancas não têm conhecimento sobre os males que o turismo pode provocar, o que pode ser resultado do fato do turismo não ser representativo no município logo não os incomoda e não desperta o interesse dos mesmos sobre as consequências da atividade.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Muito	1	3,3	3,4
Pouco	1	3,3	3,4
Não	27	90,0	93,1
Total	29	96,7	100,0
Não respondentes	1	3,3	
Total	30	100,0	

Tabela 10. Sentir-se incomodado com o turismo – Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	1	3,3	3,3
Pouco	15	50,0	53,3
Muito	14	46,7	100,0
Total	30	100,0	
Total	30	100,0	

Tabela 11. Turismo melhorou condições de vida dos moradores – Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Sem Importância	13	43,3	44,8
Pouco Importante	5	16,7	62,1
Muito Importante	11	36,7	100,0
Total	29	96,7	
Não respondentes	1	3,3	
Total	30	100,0	

Tabela 12. Limitar número máximo de turistas na cidade – Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	22	73,3	73,3
Pouco	5	16,7	90,0
Muito	3	10,0	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 13. Vinda de pessoas de outras localidades a procura de emprego – Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	10	33,3	33,3
Pouco	17	56,7	90,0
Muito	3	10,0	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 14. Conhecimento dos moradores sobre os males do turismo – Freqüência e Percentagem.

Como demonstra a Tabela 15, 46,7% dos respondentes consideraram que o turismo não alterou os costumes dos antigos moradores da cidade. A pesquisa também demonstrou que 66,7% dos respondentes acreditavam que seria muito importante que os turistas que visitam Carrancas tivessem um maior contato com os moradores locais (Tabela 16). E como demonstram os dados da Tabela 17, que 43,3% acreditavam que os moradores de Carrancas não tiveram seus hábitos de consumo influenciados pelos turistas que visitam a cidade.

Apesar da literatura enfatizar os efeitos do turismo para a cultura da população receptora, de acordo com as respostas dos entrevistados, os dados evidenciam que o turismo em Carrancas, não trouxe grandes influências para a cultura local. Deve-se destacar que os moradores de Carrancas sentem uma carência de um maior contato com os turistas que visitam o município. Logo, pode-se supor que a cultura local ainda não foi afetada, pois o contato entre turista e moradores locais ainda é baixo.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Nada	14	46,7	46,7
Pouco	11	36,7	83,3
Muito	5	16,7	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 15. Alteração nos costumes antigos – Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Sem Importância	5	16,7	16,7
Pouco Importante	5	16,7	33,3
Muito Importante	20	66,7	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 16. Maior contato entre turistas e moradores – Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	13	43,3	48,1
Pouco	7	23,3	25,9
Muito	7	23,3	25,9
Não Respondentes	3	10,0	
Total	30	100,0	

Tabela 17. Influência do Turismo nos Hábitos de Consumo dos Moradores -Frequência e Percentagem

Os dados da pesquisa evidenciaram que dos respondentes, 60% acreditavam que o turismo não aumentou a prostituição no município de Carrancas (Tabela 18). Na população pesquisada 60% acreditavam que o desenvolvimento do turismo beneficiou poucas pessoas (Tabela 20). Em relação à influência do turismo com o consumo drogas, os entrevistados encontravam-se divididos. Pode-se observar na Tabela 21 que 40% dos respondentes acreditavam que o turismo aumentou muito consumo de drogas entre os moradores de Carrancas e 36,7% acreditavam que o turismo não tem relação com o aumento no consumo de drogas no município. Na Tabela 22, pode observar que predominou entre os 86,7% dos entrevistados a opinião que o turismo não provocou aumento da violência no município.

Estes dados evidenciam o desenvolvimento ainda pequeno do turismo em Carrancas, o que não trouxe influências no aumento da prostituição e na violência. Autores como Beni (2001) e Petrocchi (1998), consideram que o turismo constitui-se uma atividade que distribui significativamente a renda, entretanto constatou-se nesta pesquisa que os moradores de Carrancas consideraram que os benefícios trazidos pelo turismo foram para poucos (Tabela 20). Essas percepções po-

dem evidenciar uma realidade que o turismo está se desenvolvendo de forma excludente. Porém esta percepção também pode ser consequência do desenvolvimento insipiente da atividade no município.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	18	60,0	60,0
Pouco	8	26,7	86,7
Muito	4	13,3	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 18. . Influência do na prostituição - Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Poucas Pessoas	18	60,0	60,0
Muitas Pessoas	12	40,0	100,0
Ninguém	0	0	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 20. Quantidade pessoas beneficiadas pelo turismo - Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	11	36,7	36,7
Pouco	7	23,3	60,0
Muito	12	40,0	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 21. Influência do turismo no consumo de drogas - Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	26	86,7	89,7
Pouco	2	6,7	96,6
Muito	1	3,3	100,0
Não respondentes	1	3,3	
Total	30	1000	

Tabela 22. . Influência do turismo no aumento da violência - Freqüência e Percentagem

Ao serem questionados sobre as alterações que o turismo trouxe para a paisagem urbana de Carrancas, pode observar pela Tabela 23, que os entrevistados encontravam-se divididos em três grupos com tamanhos semelhantes. Um terço dos entrevistados acreditavam que não ocorreram mudanças na paisagem, um terço acreditavam que ocorreram poucas mudanças na paisagem e outro um terço perceberam que a paisagem urbana de

Carrancas mudou muito. Pode-se constatar que 70% dos entrevistados acreditavam que ainda que sejam poucas as mudanças ocorridas na paisagem urbana de Carrancas. Em relação à preocupação dos turistas em preservar a natureza, 46,7% dos entrevistados defenderam que os turistas se preocupavam muito (Tabela 24). Já em relação à limpeza da cidade, 46,7% concordaram que os turistas pouco se preocupavam (Tabela 25).

Dessa forma, percebe-se uma confirmação dos propósitos da literatura em relação à afirmação de que o turismo provoca alterações na paisagem (Krippendorf, 2001), pois, de acordo com 70% dos respondentes houve algum tipo de alteração na paisagem do município de Carrancas. Percebe-se também que os turistas que visitam Carrancas apresentam uma maior preocupação em preservar a natureza que em relação à limpeza da cidade.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	9	30,0	30,0
Pouco	10	33,3	63,3
Muito	11	36,7	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 23. . Influência do turismo na Paisagem Urbana - Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	6	20,0	20,0
Pouco	10	33,3	53,3
Muito	14	46,7	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 24. Preocupação dos turistas em preservar natureza - Freqüência e Percentagem

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	4	13,3	13,3
Pouco	14	46,7	60,0
Muito	12	40,0	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 25. Preocupação dos turistas em manter cidade limpa - Freqüência e Percentagem

Constatou-se entre os entrevistados, que 60% consideraram que os preços dos produtos no comércio da cidade aumentaram, destes 33% acreditavam que o aumento foi pequeno (Tabela 26). Em relação ao número de empregos gerados pelo

turismo em Carrancas, a Tabela 27 mostra que 46,7% dos entrevistados acreditavam que aumentou pouco e 30% acreditavam que cresceu muito. Já em relação ao preço da mão-de-obra em Carrancas, percebe-se na Tabela 28 que 43,3% dos entrevistados acreditavam que ele aumentou muito com o desenvolvimento do turismo na cidade. Dos entrevistados, 73,3%, acreditavam que os preços dos terrenos também cresceu muito com o desenvolvimento do turismo na cidade (Tabela 29).

Os efeitos econômicos do turismo ficam evidentes ao se analisar as percepções dos moradores de Carrancas a respeito do turismo no município. Destacam-se os efeitos do turismo nos preços dos produtos no comércio da cidade, no preço da mão-de-obra e o aumento no preço dos terrenos. Esse último pode ser um sinal de que o núcleo receptor está iniciando a fase em que empresários de outros locais passam a adquirir terrenos na região vislumbrando o potencial turístico desta. O aumento no preço da mão de obra pode ser um indicativo de escassez de mão-obra na cidade.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	12	40,0	40,0
Pouco	10	33,3	73,3
Muito	8	26,7	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 26. Influência do turismo no preço dos produtos no comércio da cidade - Freqüência e Percentagem.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	6	20,0	20,7
Pouco	14	46,7	69,0
Muito	9	30,0	100,0
Não Respondentes	1	3,3	
Total	30	100,0	

Tabela 27. Número de empregos gerados pelo turismo - Freqüência e Percentagem.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	11	36,7	36,7
Pouco	6	20,0	56,7
Muito	13	43,3	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 28. Influência do turismo no custo da

mão-de-obra local- Freqüência e Percentagem.

Respostas	Freqüência	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
Não	3	10,0	10,0
Pouco	5	16,7	26,7
Muito	22	73,3	100,0
Total	30	100,0	

Tabela 29. Influência do turismo no preço dos terrenos - Freqüência e Percentagem

Considerações finais

Acredita-se que as necessidades dos moradores de regiões turísticas têm prioridade no planejamento da atividade e estes devem ser incluídos de forma justa nas decisões e execução da atividade turística. Cabe então ao Estado defender os interesses da maioria da comunidade que representa. Partindo-se desse pressuposto buscou-se cumprir o propósito do trabalho que é analisar as percepções dos moradores de Carrancas a respeito do turismo no município. Para tanto utilizou-se técnicas estatísticas, que contribuíram significativamente na análise e interpretação de dados. Foram utilizadas análises univariadas e multivariadas (cluster e discriminante) além da técnica de tabulação cruzada.

Os dados demonstram que o turismo em Carrancas ainda encontra-se nas fases iniciais de desenvolvimento. De acordo com as fases de desenvolvimento do turismo em uma localidade, apresentado no referencial teórico, Carrancas se situa na segunda fase. Nessa etapa, como pode ser constatado em Carrancas, estão surgindo instalações mais adequadas e começa a chegar um número maior de turistas. Em função desse estágio de desenvolvimento, o turismo ainda não traz grandes efeitos para a localidade, especialmente a ponto dos moradores locais se sentirem incomodados. Como confirma a pesquisa, a maioria dos moradores de Carrancas não se sente incomodado com a atividade.

Contudo, deve-se destacar que o indicador aumento no preço dos terrenos de Carrancas, expresso pelos entrevistados, é um sinal de que turismo no município pode estar entrando na fase seguinte de desenvolvimento que é marcada pela ex-

pressiva atuação de empresários externos na região, comprando terrenos e imóveis vislumbrando o potencial turístico regional. Aliado a este fator a próxima fase de desenvolvimento do turismo na região pode ser acompanhada por uma invasão de pessoas a procura de empregos, pois há evidências de escassez de mão-de-obra na cidade.

A análise de clusters também proporcionou dados úteis para análise e interpretação. Nesta técnica utilizou-se um método hierárquico, com o Ward's Método, onde a amostra foi dividida em dois clusters. Aplicando a análise discriminante nestes dois agrupamentos, os resultados mostraram sete variáveis com nível de significância a 1%. As variáveis por ordem de significância são: 2, 1, 3, 4, 5, 6, 7.

Ao cruzar as sete variáveis com os dois clusters pode-se discriminar os estudantes com relação a diferentes percepções dos grupos em relação ao turismo em Carrancas. O grupo 01 tende a perceber o turismo como um fenômeno que trouxe muitos benefícios para Carrancas. Já o grupo 02 apresenta uma opinião mais crítica em relação ao turismo, percebendo-o de predominantemente de maneira negativa.

Apesar do perfil diferenciado os dados relativos à freqüência, percebe-se que na amostra total existe uma tendência a uma percepção favorável em relação ao turismo no município de Carrancas. Porém, deve-se destacar que os resultados evidenciaram que o turismo ainda encontra-se nas fases iniciais de desenvolvimento, o que tende a não evidenciar para os moradores locais os seus efeitos.

Dessa forma, os resultados desse trabalho evidenciam a importância do poder público local atentar-se para o desenvolvimento do turismo no município, planejando-o afim de evitar maiores custos que poderão surgir, especialmente se a atividade atingir o nível de turismo de massa. Esse planejamento, como demonstrou a pesquisa, deve se pautar na premissa de que a percepção da população de Carrancas a respeito do turismo não é homogê-

nea. Por isso, deve-se primeiramente identificar os diferentes grupos de opiniões existentes para então dar-se início à outras ações. De acordo com as respostas dos entrevistados percebeu-se que ao planejar o turismo em Carrancas deve-se primeiramente esclarecer para a população local o que é o turismo e quais os seus efeitos em núcleos receptores, pois esta ainda não tem claro os efeitos que a atividade pode gerar. Em seguida deve-se consultar os moradores sobre o que pensam a respeito da atividade no município, assim como fazer com que o turismo no município privilegie mais pessoas.

Finalmente, percebe-se a urgência de uma intervenção por parte do poder público, respaldando-se no conhecimento de profissionais da área. Caso contrário, o estudo evidencia uma tendência do destino turístico estudado seguir a curva de Butler, entrando em decadência e sofrendo os efeitos de um desenvolvimento turístico sem planejamento.

Esta pesquisa apresentou como limitante o fato de não ter o caráter probabilística. Porém o trabalho foi de grande valia, pois possibilitou a aplicação de conhecimentos teóricos das áreas de metodologia e de turismo na compreensão de uma realidade. Acredita-se também que mesmo não tendo caráter probabilístico, o estudo contribuiu para destacar alguns aspectos do turismo em Carrancas, bem como proporcionar uma reflexão sobre os efeitos do turismo em comunidades receptoras. Da mesma forma o trabalho apresenta variáveis que possivelmente podem ser utilizadas em pesquisas futuras que tenham como objetivo analisar estes efeitos em outros núcleos receptores de turismo.

Bibliografia

- Alencar, E.
2003 *Pesquisa social e monografia*. Lavras: UFLA/FAEPE.
- Beni, M. C.
2001 *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).
- 2005 *O Brasil município por município*. <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>>. Acesso em: 03 dez. 2005.
- Ministério do Turismo (MTur); Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur).
- 2005 *Anuário Estatístico da Embratur – 2004*. Brasília/DF: MTur, 2004. Disponível em: <www.turismo.gov.br>. Acesso em 23 nov. 2005.
- Gil, A.C.
- 1994 *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 4ª ed. São Paulo: Atlas.
- Godoy, A.S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais.
- 1995 *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: 35(3): 20-29, maio/jun.
- Gomes, B. M. A.; Lima, A. L. R.; Ferreira, J. C. B.
- 2005 *O Turismo como Estratégia de Crescimento Econômico*. Anais do IV Congresso de Administração da UNIFENAS: Alfenas, *Anais*. 2005, cd-rom.
- Hair,Jr.,J.F.; Anderson,R.E.; Tat-ham,R.L.; Black,W.C.
- 2005 *Análise multivariada de dados*. 5 ed. Porto Alegre: Bookman.
- Krippendorf, J.
- 2001 *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
- Machado, M. B. T..
- 2002 “Cartões-postais: a produção do espaço turístico do Rio de Janeiro na modernidade”. *Revista Geo-paisagem* (on-line) vol. 1, n. 1, 2002. Disponível <http://www.feth.ggf.br/Cart%C3%B3es-Postais.htm>. Acesso em: 05 nov.2005
- Malhotra, N. K.
- 2001 *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman. 2001.
- Oliveira, D. A. Ribeiro de.
- 1983 “Métodos de avaliação dos resultados da pesquisa e desenvolvimento: A necessidade de sua aplicação no Brasil”. In. Marcovitch, J. (Coord.). *Administração em Ciência e Tecnologia*. São Paulo: Edgard Blucher, 1983.
- Paldes, R. A.
- 1999 *O uso da internet na educação superior de graduação: estudo de caso de uma universidade pública brasileira*.
- Brasília, DF.: Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Brasília.
- Petrocchi, Mário.
- 1998 *Turismo: Planejamento e gestão*. São Paulo: Futura.
- Roth, L. Souza, L.
- 2004 “Carrancas: potencial turístico e necessidade de políticas públicas”. *Revista Ethos / Faculdade Presbiteriana Gammon*. – v. 2, n. 1, jul./dez. Lavras: FAGAM.
- Ruschmann, D.
- 2000 *Turismo e Planejamento Sustentável*. Campinas: Papirus.
- Silveira, D. et al.
- 2004 “Cultura da Serra: Impactos sobre a utilização dos solos em uma região do município de Carrancas/MG”. *Soil & Society (on-line)* Disponível em http://www.torbasoilsociety.org/docs/Coutinho_et_al_article.pdf. Acesso em: 10 dez.2005.

Recibido: 16 de diciembre de 2005

Reenviado: 5 de abril de 2006

Aceptado: 10 de mayo de 2006

Sometido a evaluación por pares anónimos