

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Pâmella Stéfanie do Nascimento

**REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS GERADOS PELO TURISMO E
SUA INFLUÊNCIA SOBRE O COMPORTAMENTO DA COMUNIDADE LOCAL.**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).
Orientador: Profa. Dra. Anne Bastos Martins Rosa

Juiz de Fora

2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, Pâmella Stéfanie do Nascimento, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201573006A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS GERADOS PELO TURISMO E SUA INFLUÊNCIA SOBRE O COMPORTAMENTO DA COMUNIDADE LOCAL, desenvolvido durante o período de 01/08/2017 a 28/11/2017 sob a orientação de Anne Bastos Martins Rosa, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, ____ de _____ de _____.

Pâmella Stéfanie do Nascimento

Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de () 1 ano, ou (x) 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A PERCEPÇÃO DOS IMPACTOS GERADOS PELO TURISMO E SUA INFLUÊNCIA SOBRE O COMPORTAMENTO DA COMUNIDADE LOCAL.

Pâmella Stéfanie do Nascimento¹

RESUMO

Este trabalho reflete, através de revisão da literatura, sobre a formação da percepção e da imagem que moradores de localidades turísticas desenvolvem a respeito do turismo, bem como identifica como essa percepção afeta o comportamento dos residentes frente aos turistas e aos agentes da atividade. Foi possível concluir com este, que os impactos provocados pelo desenvolvimento do turismo nas comunidades, podem conduzir o morador local a dois tipos diferentes de imagens fundamentadas em diferentes percepções, a primeira negativa ao ponto de ser causada por motivos antagonicos e a segunda positiva que justifica comportamentos cordiais.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Percepção, Imagem, Comunidade Local.

1. INTRODUÇÃO

O turismo foi classificado como uma das atividades econômicas mais rentáveis, superando até mesmo o petróleo em geração de divisas internacionais. Devido a isso se tornou objeto de interesse de diversas localidades ao redor do mundo. Atualmente muitos governos veem no turismo uma forma de promover o desenvolvimento regional e local. Por ser uma atraente força econômica que movimenta milhares de pessoas pelo Globo causa impactos econômicos, ambientais e socioculturais, que nem sempre beneficiam a comunidade local. (TARLOMBANI 2002 E RABAHY 2003)

Ao apontar o turismo como propulsor econômico e social de uma região, muita das vezes subentende-se o mesmo como gerador de desenvolvimento. Antes, deve-se considerar alguns aspectos fundamentais expressos através de perguntas, como: quem ganha (ou tende a ganhar) e quem perde (ou pode perder) com esta atividade? Deve-se considerar que desenvolvimento implica em atender as necessidades da população local. (SOUZA, 2002)

Diante disso, o presente artigo expõe os impactos positivos e negativos causados pela atividade que são percebidos pela comunidade local, na pretensão de investigar como o efeito dessa percepção influencia a formação da imagem que a comunidade constrói do turismo, de seus agentes e de seu público. Para isto foi realizado um estudo bibliográfico através de pesquisas em artigos e livros especializados no tema.

A discussão teórica baseia-se em duas seções. A primeira trata de como é formada a percepção e a imagem que moradores de localidades turísticas têm a respeito do turismo. Nesta parte foram utilizadas referências de autores como Tarlombani, Tuan, Miossec, entre outros. A segunda seção trata de uma reflexão sobre os impactos causados pela atividade turística, e sobre algumas variáveis associadas a estes que influenciam o comportamento do residente. Foram utilizadas referências como dos autores Barreto, Souza, Beni entre outros.

O entendimento de como se forma a percepção dos moradores sobre o turismo é necessário para compreender como eles reconhecem a atividade, seus agentes e consumidores, bem como sua própria inserção no contexto turístico. Se a comunidade local não se perceber beneficiária e nem com

¹ Graduanda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. E-mail: pamelastefaniejf@hotmail.com ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel. Orientadora: Profa. Dra Anne Bastos Martins Rosa.

espaço à participação, isso pode resultar em não aceitação do turismo local, estando este fadado a problemas que poderão agravar-se à medida que a comunidade passa por etapas que impulsionam reações diversas frente à presença do turismo e do turista.

2. PERCEPÇÃO DO TURISMO PELA COMUNIDADE LOCAL

Esta sessão intenciona contextualizar o conceito de percepção e explicar como o mesmo pode penetrar no imaginário de uma comunidade local a ponto de influenciar comportamentos.

Etimologicamente, a palavra percepção vem do latim que significa "faculdade de apreender por meio dos sentidos ou da mente" (SANTOS; MAIA; 2016,p.53). A percepção é um conceito relevante para a compreensão do comportamento de sujeitos frente ao fenómeno turístico.

Tarlobani (2005) explica que percepção tem um aspecto importante na formação da imagem no sentido de trazer significado a imagens formadas pelos turistas ou pelos demais atores sociais que atuam nos lugares de destino. A imagem é uma forma indireta que o ser humano tem de expressar a realidade do seu cotidiano e sentimentos, sendo que a cultura e experiências ambientais contribuem para que o indivíduo tenha uma apreciação estética, um valor, um símbolo, percepção positiva, uma familiaridade ou afeição. (DURAND,1964 apud TARLOMBANI,2005). O homem, rotineiramente, se depara com diversas imagens, cores, tamanhos, texturas e as interpretam de acordo com sua bagagem cultural e sua personalidade. (CORDEIRO, 2008)

Neste mesmo sentido, Tuan (1980 apud TARLOMBANI, 2005) afirma que a percepção é a resposta de estímulos externos na qual alguns fenómenos são registrados, fazendo com que assim o ser humano possa guardar imagens. Especificamente sobre a imagem de um destino turístico:

[...] devemos ter claro que, a imagem é a soma do produto global que se oferece (todos os distintos produtos que possam oferecer um destino), mais o conjunto de ações comunicativas de que é objeto este produto ou destino. Sempre se deve ter em conta que esta soma / imagem deve ser analisada, fundamentalmente, pelo modo em que a percebem os "consumidores", para quem a imagem pretendida foi emitida. (GÂNDARA, 2008, p.04)

Xavier (2007) acrescenta que a percepção também desempenha outro papel importante, pois mostra a visão de mundo que o ator tem sobre a localidade, o que contribui para o desenvolvimento da percepção. Então, a percepção não depende da observação do espaço físico, mais sim de atitudes e valores que os sujeitos que ali vivem ou estão de passagem atribuem as experiências vividas naquele espaço.

Em complemento Gastal (2005, p. 53) cita que:

A imagem de um local determina a forma como os cidadãos e os negócios reagem a um lugar. Dentro do marketing, a imagem de um local corresponde à soma das crenças, das ideias e das impressões que as pessoas têm dele. As imagens resultam de uma simplificação de várias associações e informações do local, que buscam tirar a essência de uma série de dados sobre este. E neste sentido de criar uma imagem para vender o espaço como produto, os materiais de divulgação de destinos turísticos sempre priorizam mais as fotos que os textos. (GASTAL, 2005, p. 53 apud CORDEIRO,2008, p.09)

Apesar de a percepção ser algo individual, também pode ser considerada, como a impressão de uma população. De modo geral, pode ser vista como o entendimento comum, ou seja, a vontade da maioria. A percepção que o viajante tem sobre a localidade visitada é o que define a satisfação ou a

insatisfação do mesmo e é partir dessas percepções que vão se formando as percepções turísticas. (CORDEIRO, 2008)

Miossec acrescenta que:

O espaço turístico é, antes de tudo, uma imagem. Imagem formada pelos turistas e passada pelos agentes e promotores das viagens. Imagem que, em muitos casos, é percebida com inquietação pelas populações locais, e em outros com surpresa. "Imagem complexa, criada a partir de desejos e expectativas dos turistas, da leitura de livros, de relatos de pessoas, de filmes, e que é trabalhada pela publicidade turística para atrair novos turistas". (1977, p. 44 apud TARLOMBANI, p. 05)

Segundo Kotler (2007), a imagem é influenciada pela percepção de uma pessoa e pode ser bastante específica no sentido de estar relacionada a uma impressão ou um ser composto de um amplo conjunto de conceitos. Duas pessoas podem ter a mesma imagem sobre uma localidade e ter sentimentos diferentes sobre essa localidade porque reagem de maneira diferente em relação às suas percepções, ou seja, pessoas diferentes têm imagens diversas do mesmo lugar. Quando se associa esta dinâmica entre turistas e moradores podem observar que o morador local de um determinado lugar pode ter uma imagem de sua comunidade e o turista outra.

Cooper, Fletcher, Gilbert e Wanhill (1997, 30 apud GÂNDARA, 2008, p. 04) destacam que:

[...] uma consciência individual do mundo é feita de experiências, aprendendo emoções e percepções, ou melhor, a avaliação cognitiva do mesmo. Esta consciência pode ser descrita como o conhecimento que produz uma imagem específica do mundo. A imagem afetará, obviamente, as preferências e motivação do indivíduo em direção ao turismo, proporcionando um efeito de "atração" o que resulta em diferentes modelos de demanda.

A percepção sobre um destino é fundamental na compreensão de sua imagem, pois esta é formada pelas informações e experiências que se tem em relação à localidade. Tarlobani (2005) explica que a imagem turística é formada através de processos perceptivos de lugares que são visitados e percorridos, lugares sob os quais se lê em livros, se vê em filmes, em obras de arte e em televisão. Esse lugar passa a ser interpretado a partir de experiências pessoais e de fragmentos guardados na memória. Assim sendo, a valorização, ou não, de um espaço está diretamente relacionada com a percepção que se tem em relação ao mesmo. Segundo Kotler, Haider e Rein (1994, 137 apud GÂNDARA, 2008), a imagem de uma localidade pode definir-se como:

[...] a soma das crenças, ideias e impressões que uma pessoa possui. As imagens representam a simplificação de um grande número de associações e peças de informações relacionadas com a localidade. Eles são um produto da mente que trata para processar e essencializar enormes quantidades de informações sobre um lugar. (apud GÂNDARA 2008, p. 05)

O espaço receptor, algumas das vezes, é um local estruturado para receber turistas, mas nem sempre de forma a promover conhecimento sobre o mesmo. Neste sentido a imagem para o turista pode representar algo real ou não, isso irá variar de acordo com a superficialidade ou com a interação dos contatos estabelecidos. Já a comunidade conhece as estruturas daquele local e seus problemas políticos e sociais por conviverem ali rotineiramente.

É importante notar que imagens publicitárias, algumas vezes, utilizam termos ou até mesmo cenas modificadas para atrair o turista, ou seja, algumas propagandas não refletem de fato o que a localidade turística tem a oferecer e nem refletem o cotidiano de seus moradores, fazendo com que

assim o turista tenha uma “imagem clichê” (MIOSSEC,1997 apud TARLOMBANI 2005, p.06) de certa localidade, ao mesmo em que o morador não se sente representado em tais materiais promocionais. Tarlombani explica que neste caso, tem-se:

[...] a formação da imagem se assenta na ocultação, distorção ou manipulação da realidade de um dado lugar, de tal modo que em vez de ser um meio para o turista conhecer o lugar que pretende visitar, acaba por ocultar as suas verdadeiras características locais como os problemas sociais, a violência, a falta de cuidados com o meio ambiente, etc, (MIOSSEC,1977 apud TARLOMBANI 2005, p.06)

O turismo sendo operacionalizado dentro dos parâmetros do turismo convencional, ou de massa, alguma das vezes, não contribui para o maior conhecimento dos aspectos sociais e culturais porque esses agentes passam a reduzir a cultura dos lugares visitados a um amontoado de estereótipos nos quais o folclore, as tradições, as festas populares, os costumes, são transformados em mercadorias a serem comercializadas (TARLOMBANI,2005). O que passa uma falsa impressão de saber aos turistas e um incômodo aos moradores locais.

Quando a atividade turística se implanta em certa localidade ela passa a gerar impactos positivos e negativos. Por consequência, a comunidade passa a perceber a presença do turismo, bem como as modificações causadas pela atividade, criando uma percepção a respeito. Por sua vez, tal percepção orienta o estabelecimento de uma imagem, levando os moradores a terem reações positivas ou negativas sobre esta.

3. A RELAÇÃO ENTRE IMPACTO DO TURISMO E COMPORTAMENTOS LOCAIS

É possível estabelecer três grupos principais de indivíduos que são impactados com a atividade turística: população da área de origem, os turistas, a população da área de destino dos turistas.

A população da área de origem refere-se aos atores residentes na região emissiva, de onde partem os turistas rumo aos destinos turísticos e pra onde retornam após o termino de suas experiências passageiras. Um dos impactos que essa população sofre está no fato de que parte do dinheiro que poderia movimentar a economia local é gasto em outro local.

O segundo grupo é representado por aqueles que consomem o turismo, são os turistas. Souza (2002) explica que este grupo sempre faz escolhas cuja relação custo benefício lhe é favorável, e que quase nunca se interessa em como esta atividade pode impactar a comunidade local. Por outro lado, Smith (1989 APUD SOUZA, 2002) adverte que esse grupo pode se tornar composto por objetos inanimados, sem identidade e tolerados, pela comunidade, em função do ganho econômico que proporcionam. , muito característico do turismo de massa.

Souza explica que:

2. Os turistas. Em princípio, é obvio que eles ganham com o turismo caso o contrário, a análise custo/benefício embutida em sua decisão de fazer turismo não os estimularia a empreender essa atividade. Ao menos de um ponto de vista “racional”, isso parece evidente, e não demanda. (SOUZA,2002 p. 19)

O terceiro grupo é composto pela população da área receptora do turista. É aqui onde se localiza a comunidade local. Beni (2002) explica que o desenvolvimento turístico afeta a estrutura demográfica do destino, cria novos empregos, faz com que a estrutura social se torne cada vez mais diferenciada, entre outros. Souza explica que:

3. A população da área de destino dos turistas. [...] Se a população da área de origem dos turistas não é, como foi dito, homogênea, a população da área de destino tampouco o é. Na verdade do ponto de vista sócio econômico, frequentemente é muito mais heterogênea: isso fica evidente quando a área de origem dos turistas é um país do “Primeiro Mundo” e a área de destino é um país do “Terceiro Mundo”, onde as disparidades sociais e sócio espaciais são normalmente muito mais graves. (SOUZA, 2002, p. 19)

Dentre os três grupos citados o terceiro é o alvo de estudo deste trabalho, pois o desenvolvimento da atividade turística provoca mudanças com as quais o morador passa a lidar diariamente, sem opção.

No turismo os impactos “[...] referem-se à gama de modificações ou sequências de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras [...]” (RUSCHMANN, 2000, p. 34 apud DALL'AGNOL, 2012, p.3). Os impactos provocados pelo turismo podem ser considerados de dimensões sociais, ambientais e econômicas, pois a atividade turística uma vez que se instala promove encontros socioculturais entre turistas e receptores, mudanças ambientais e movimentação da economia local.

No caso de impactos negativos, estes podem ser prevenidos, mas caso não recebam a devida atenção podem gerar problemas irreversíveis para a região receptora. (RABAHY, 2003). Quanto as questões sócio culturais, o turismo traz como benefício a valorização da cultural tradicional, da linguagem e dos costumes locais. O contato direto entre moradores e turistas pode também ser visto como um fator positivo devido à troca de experiências de diferentes culturas desde que o morador local esteja aberto a realizar esta troca. Mas em contraposição o morador local pode sentir sua privacidade invadida devido ao grande número de pessoas desconhecidas em sua região e as mesmas podem não respeitar seus costumes. (Thompson, 2006 apud OMT, 2003)

Os autores destacam também que o fluxo de turistas numa região aumenta as densidades em que vivem as pessoas e superlota as instalações que eles devem compartilhar com a população local. A superlotação rebaixa o valor da experiência de férias, cria tensão entre a própria população residente e “em casos extremos a população local pode ser impedida de desfrutar das instalações naturais de seu próprio país ou região”. (ARCHER; COOPER, 2001, p.95 apud DALL'AGNOL, 2012, p.6).

Quanto aos aspectos ambientais, a atividade turística tem preferência de se fixar em regiões que oferecem mais recursos naturais disponíveis devido ao aumento da urbanização das cidades. O aumento do tráfego de pessoas, de veículos e de poluição pode contribuir para o desgaste ambiental da comunidade receptora. Mas quando a atividade turística é planejada e monitorada, pode gerar efeitos positivos como a conscientização local sobre as condições ecológicas da região. (RABAHY, 2003)

Muitas vezes, empresas ficam liberadas de impostos por anos, recebem subsídios de governos, são isentas de fiscalização ambiental ou de qualquer exigência que as façam assumir responsabilidade social em contrapartida aos impactos negativos causados. [...] O turismo, muitas vezes, é mais uma forma de exploração de belezas naturais de países pobres, especialmente de regiões tropicais que, dependentes de avanços tecnológicos, são detentoras de áreas naturais menos degradadas e não tão fortemente atingidas pela poluição. (CORIOLANO, 2013, p.105)

Em nível econômico, a atividade turística é uma promotora de empregos devido a sua alta necessidade de mão de obra qualificada para atender as demandas dos serviços prestados, este pode ser um fator positivo para a comunidade local em regiões menos desenvolvidas, pois desta forma a

migração de moradores locais diminui. Outro fator positivo é a melhoria da infraestrutura local. Ao mesmo passo que os impactos econômicos podem ser positivos eles também podem ser negativos, pois podem aumentar os níveis de desigualdade social na comunidade local, devido ao grande número de turistas que possuem uma renda diferente da comunidade receptora e eles podem se sentir atingidos, em alguns casos com o aumento da atividade turística os comércios locais aumentam os preços de seus produtos com objetivo de obter um maior lucro, prejudicando assim a comunidade local. (THOMPSON ,2003)

Smith (1989, p.109 APUD DALL'AGNOL, 2012, p.07) faz uma seleção de alguns destes impactos positivos e negativos provocados pelo aumento da atividade turística que já é percebido pela comunidade local, conforme descrito no Quadro 01.

Quadro 01: Relação entre os impactos positivos e negativos provocados pela atividade turística

Positivos	Negativos
<p>Impactos Socioculturais</p> <p>Preservação do patrimônio cultural da localidade, facilita a relação entre diferentes culturas fazendo com que processos de xenofobia e problemas raciais diminuam, ampliação da perspectiva social, apreciação do patrimônio e da identidade étnica, criação de museus, entre outros.</p>	<p>Impactos Socioculturais</p> <p>Perda da identidade cultural na comunidade devido à grande quantidade de turistas, tratar os turistas como um objeto que apenas promove benefícios econômicos, degradação do patrimônio histórico do lugar.</p>
<p>Impactos Ambientais</p> <p>Conscientização da necessidade de conservação natural da comunidade local, conscientização do espaço da comunidade, preservação ambiental.</p>	<p>Impactos Ambientais</p> <p>Desmatamento, transformação de parques ecológicos e zoológicos, destruição da fauna perda das áreas selvagens, poluição.</p>
<p>Impactos Econômicos</p> <p>Produz novos empregos, promove o fluxo de dinheiro, melhora na estrutura da comunidade, implantação de água e esgotos encanados, melhora nos equipamentos de mobilidade Local. Os residentes passam a gastar com as atividades turísticas gerando mais renda local</p>	<p>Impactos Econômicos</p> <p>Aumento com os gastos relacionados à segurança, imigração de estrangeiros, crises econômicas.</p>

Fonte: Adaptado de Dall'Agnol (2012, p. 7)

Krippendorf (apud BARRETO, 2004) destaca que os estudos do turismo, atualmente, estão mais voltados para turistas ou para os interesses das grandes empresas turísticas. Ressalta que as comunidades locais não tem voz ativa diante deste cenário, o que desfavorece uma percepção e imagem positiva do turismo, pois os sujeitos, em sua maioria, não se sentem representados pelas práticas turísticas, nem pertencentes ao processo e nem beneficiários dos resultados. Diante disso é importante entender que a participação da comunidade local no processo de planejamento turístico vai além de receber informações sobre este processo, é preciso ter um real envolvimento de todos os atores na gestão do turismo, para que assim essas ações possam beneficiar a todos.

Theobald (2002, p.81 apud DALL'AGNOL, 2012) acrescenta que:

Ao longo de toda história registrada, de certa forma o Turismo teve um impacto sobre tudo e todos os que estiveram em contato com ele. Num plano ideal, esses impactos deveriam ter sido positivos, no tocante aos benefícios obtidos tanto pelas áreas de destino quanto por seus residentes. Esses impactos positivos significariam

para o local resultados tais como melhorias nas condições econômicas, uma promoção social e cultural e a proteção dos recursos ambientais. Teoricamente, os benefícios do Turismo deveriam produzir ganhos muito superiores aos seus custos. (THEOBALD, 2002, p.81 apud DALL'AGNOL, 2012, p. 02)

3.1. O PROCESSO PERCEPTIVO E SEUS INFLUENCIADORES

Souza (2002) destaca que o turismo pode causar um contraste nas comunidades mais pobres produzindo estranhamento ou causando impactos traumatizantes para a comunidade local, porque quando a localidade receptora é mais pobre que a dos visitantes, o segundo será o prestador de serviços para o primeiro, tornando essa relação assimétrica.

Quanto a isso, Barreto (2004) adverte que este é um tipo de contato baseado na lógica de uma sociedade de consumo, logo não pode ser estudado sem levar em conta a condição social local. Beni (2006) explica que o contraste de riquezas entre moradores locais e turistas pode ser tão exacerbado a ponto de causar irritação na comunidade. Ao tentar medir essa disparidade turista x moradores, (DOXEY, 1976 apud BENI, 2006) chegou as seguintes etapas:

Primeira Etapa: Euforia, os moradores locais vêm um turismo como uma forma de desenvolvimento da sociedade e fica excitados e animados com a chegada dos turistas.

Segunda Etapa: Apatia, uma vez que o turismo já se instaurou na comunidade local e a expansão aconteceu, o turista passa a ser visto apenas como uma fonte de lucros e qualquer contato que se estabeleça entre morador e turista é com base comercial e formal.

Terceira Etapa: Irritação, o setor se aproxima do ponto de saturação e os moradores não tem como atender o número de turistas sem instalações adicionais.

Quarta Etapa: Antagonismo, o turista passa a ser visto como anunciador de todos os males, e como objetos de exploração, os moradores locais passam a ser contrários ao turismo.

Etapa Final: Durante o processo de desenvolvimento do turismo, o que mais a população local considerava especial, foi o que fez atrair os turistas e a partir disto, passaram a criar expectativas com relação a este tipo de desenvolvimento, porem na corrida para desenvolver o turismo os impactos sociais foram aumentando e afetando diretamente a população local.

É possível notar que o relacionamento entre dois sistemas sociais diferentes muda à medida que a quantidade de turistas aumenta ao passo que a população se vê em meio a um número crescente de consumidores do seu local de residência. Barreto (2004) relata que o crescimento da quantidade de turistas faz com que eles deixem de ser individualizados aos olhos do residente, e assim passam a ser vistos como uma massa relacionada ao estereótipo de ser turista.

Os moradores da comunidade local se tornam prestadores de serviços para os turistas, e essa relação passa a ser vista como negócio, onde a comunidade receptora vende algo diferente: prazer e lazer, mas que é conduzido pela lógica da sociedade capitalista, pela produtividade e pela lucratividade. Desta forma os receptores não se comportam como anfitriões, porque o receptivo se torna algo profissional, e a relação se torna um negócio, onde uns trazem dinheiro com o qual compram os serviços do outro, o primeiro é consumidor, enquanto a outra parte torna-se parte da mercadoria, e é essa a relação que prevalece, assim:

Turistas e população local têm diversos graus de empatia, dentro de um leque que vai da simpatia à hostilidade, passando pela cordialidade profissionalmente trabalhada. A tendência parece ser que os relacionamentos entre visitantes e visitados sejam cada vez mais profissionais, à medida que os serviços turísticos e os próprios turistas se profissionalizam. (BARRETO, 2004, p.139)

Dias (2003, apud THOMPSON,2006) explica que o convívio entre os dois grupos socioculturais pode ter as seguintes características:

1- Natureza transitória: Quando o turista faz uma viagem rápida, permanece um curto tempo junto à comunidade local. Para o turista este é um evento único, mais para o anfitrião não, pois ele acompanha o processo de ir e vir dos turistas.

2- Limite de tempo e espaço para o contato: é a separação entre turistas e anfitriões, os turistas estão separados fisicamente dos residentes, em hotéis, restaurantes, atrativos, reduzindo o contato entre eles.

3- Falta de espontaneidade: O contato entre os dois grupos se dá através de relações de trabalho, o que faz com que o atendimento aos turistas não seja tão espontâneo.

4- Experiências desiguais: O fato de os turistas estarem em um momento de lazer e o morador local estar trabalhando para o mesmo, gerando certa desigualdade no contato.

Além disto, as atitudes dos turistas podem causar desconforto aos moradores, Mathieson e Wall (1990 apud. THOMPSON, 2006) sugerem três aspectos que reforçam os impactos entre visitantes e visitados:

1- Distâncias econômicas e culturais entre turistas e residentes: A diferença econômica entre os dois grupos sociais pode causar desconforto ao morador local, pois os mesmos podem se sentir inferiorizados.

2- Capacidade de suporte da localidade: O turismo de massa pode gerar desconforto ao morador local devido ao aumento de pessoas transitando em um local que pode não estar preparado para receber certa quantidade de pessoas.

3- E ritmo do desenvolvimento turístico, pois quando o processo é muito rápido, leva a uma excessiva dependência econômica com graves problemas sociais fazendo com que a comunidade local sofra com os impactos negativos econômicos como o aumento de preço dos produtos locais.

Não ao acaso, Robinson explica que:

Na atualidade parece não haver discussão quanto ao fato de que a relação entre visitantes e visitados apresenta graus de conflito que variam, também, em função da visão que a população local tem dos estrangeiros em decorrência de experiências anteriores com forasteiros não turistas, de preconceitos, da rapidez com que acontece o fenômeno de turistificação, da percepção que a população tem dos benefícios econômicos e sociais advindos do turismo e/ou dos custos sociais e ambientais (GURSOY; JUROWSKI; UYSAL, 2000 apud BARRETO, 2004, p.147)

Beni (2006) complementa ao apresentar diferentes condições sócio demográficas que impactam sobre o comportamento dos residentes:

Quadro 02: Comportamento do morador local

Condições Sócio Demográficas	Tipo de Comportamento
Tempo de residência	A tendência é que moradores que residem há mais tempo na localidade sintam-se mais sensíveis às mudanças geradas pela circulação de turistas e a seus impactos.
Dependência econômica do turismo	Quando o morador percebe-se dependente economicamente dos resultados do turismo, ele tende a aceitar mais e melhor a presença do turista e os impactos gerados por ele, do que aquele outro que não se vincula economicamente ao turista.
Distância entre o centro turístico e a residência	Moradores que residem mais próximos a locais de fluxo de turistas, tendem a perceber de forma negativa esse movimento, pois é diariamente impactado por essa movimentação constante. Ao passo que moradores que residem em áreas mais distantes, percebem com menor intensidade este efeito.
Nível de participação do residente no processo de decisão	Quando o morador local participa do planejamento turístico, ele se sente valorizado e pertencente ao processo, conduzindo-o de forma mais condizente com seus anseios e expectativas. Esse fato pode contribuir para o surgimento de comportamentos mais ativos e favoráveis ao turismo.
Nível de contato com os turistas	O nível, mas também o tipo de contato com o turista, pode impactar de formas diferentes o comportamento do morador.

Fonte: Adaptado de Beni (2006).

Ao se analisar a percepção e atitudes dos residentes sobre os impactos positivos e negativos causados pelo turismo em sua comunidade pode se perceber que este fenômeno de maneira generalizada pode afetar os padrões de vida das pessoas, em especial da localidade turística. O comportamento dos visitantes e seu relacionamento interpessoal com os moradores costumam ter um efeito sobre o modo de vida e atitudes dos moradores locais. (DALL'AGNOL,2012)

3.2. ALTERNATIVA PARA POSITIVAR A PERCEPÇÃO DA COMUNIDADE EM RELAÇÃO AO TURISMO

O turismo provoca mudanças rápidas em uma região, pode gerar efeitos negativos ou positivos nas relações sociais e na qualidade de vida da população. Em alguns casos esta atividade pode ser a propulsora de desenvolvimento e em outros não, este fator é conhecido como desenvolvimento regional, que é aquele pensado em atender as necessidades da população local por meio da participação ativa da comunidade. Albuquerque (1998, p. 137 apud CORIOLANO, 2013) explica que o desenvolvimento do turismo local depende do envolvimento da comunidade local no processo de planejar planos de expansão turística. Seria a participação um meio para favorecer a percepção e a imagem positiva da comunidade local em relação ao turismo?

Beni (2006, p.48) destaca que as comunidades receptoras passam por três etapas de desenvolvimento desta atividade:

Na primeira etapa, o núcleo turístico não dispõe de qualquer estrutura básica de desenvolvida. [...]É o período do turismo seletivo ou espontâneo, quando o setor primário ainda é o fator predominante da economia local. A segunda etapa é

caracterizada pelos investimentos e equipamentos turísticos e pela instalação de um fluxo de turistas maior, o investimento no turismo ainda é feito pelos habitantes e pelos municípios vizinhos. O problema desta etapa é que os investimentos em infraestrutura básica não seguem essa evolução, causando sérios problemas para a população local (saneamento básico, abastecimento de água, degradação do meio ambiente). Na terceira etapa, dá-se o ingresso massivo de capitais nacionais para estrangeiros criando uma situação para a comunidade que não está preparada, fazendo com que assim crie uma relação social de natureza contraditória, fazendo com que a população local rejeite o turismo. (BENI, 2006, p.48)

Tosun (2000, apud BENI, 2006) identifica três principais limitações que a comunidade tem ao participar do planejamento e do desenvolvimento do turismo:

Limitações operacionais: Centralização da administração pública no que diz respeito ao turismo, restringindo a participação comunitária e falta de coordenação entre os setores público e privado.

Limitações estruturais: Os profissionais encarregados do planejamento têm dificuldades de enxergar na comunidade local pessoas capazes de fazerem parte do planejamento turístico, acreditam serem os melhores para solucionar os problemas advindos do turismo.

Limitações culturais: A população local muitas das vezes tem dificuldades de entender as necessidades básicas do planejamento turístico, o que limita sua participação.

Apesar das dificuldades existentes quanto à inserção da comunidade no planejamento da atividade turística, não se justifica o abandono desta prática. Isto fica claro quando a comunidade afirma não ter opinado ao longo do processo de formatação e de desenvolvimento turístico, e este é um fator que pode causar ao morador local revolta, pois ele estabelece contato com o turista, consegue observar que esta atividade está gerando lucro para as empresas, mas não consegue mensurar melhorias pessoais, logo este tipo de relação estabelecida pode causar o efeito de irritação e antagonismo de acordo com o modelo apresentado por Doxey (1976 apud BENI, 2006) que mede a disparidade entre moradores e turistas, na sociedade local, fazendo com que o morador local crie uma imagem ruim do turista e da própria atividade turística.

Ávila (2000, p. 68 apud PANOSSO NETTO, p. 45) explica que desenvolvimento local consiste em:

Consiste no efetivo desabrochamento – a partir do rompimento de amarras que prendam as pessoas em seus *status quo* de vida – das capacidades, competências e habilidades de uma ‘comunidade definida’ – portanto com interesses comuns e situada em [...] espaço territorialmente delimitado, com identidade social e histórica –, no sentido de ela mesma – mediante ativa colaboração de agentes externos e internos - incrementar a cultura da solidariedade em seu meio e se tornar paulatinamente apta a agenciar (discernindo e assumindo dentre rumos alternativos de reorientação do seu presente e de sua evolução para o futuro aqueles que se lhe apresentem mais consentâneos) e gerenciar (diagnosticar, tomar decisões, agir, avaliar, controlar, etc.) o aproveitamento dos potenciais próprios – ou cabedais de potencialidades peculiares à localidade –, assim como a ‘metabolização’ comunitária de insumos e investimentos públicos e privados externos, visando à processual busca de soluções para os problemas, necessidades e aspirações, de toda ordem e natureza, que mais direta e cotidianamente lhe dizem respeito.

O desenvolvimento local conta com engajamento do maior número de pessoas de uma comunidade, com objetivo das mesmas se sentirem responsáveis por contribuir com o crescimento de sua região. Este tipo de desenvolvimento também é conhecido como desenvolvimento endógeno, que enfatiza a participação coletiva a fim de encontrar as formas adequadas para o desenvolvimento local, com seu planejamento partindo e sendo executado por membros de uma comunidade, fortalecendo os laços comunitários tendo cuidado com a preservação de suas características naturais e culturais. (Coriolano,2013)

Buarque (2008 apud PANOSSO NETTO ,2015) acrescenta que:

Mobilizar e explorar as potencialidades locais e contribuir para elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local; ao mesmo tempo, deve assegurar a conservação dos recursos naturais locais, que são a base mesma das suas potencialidades e condição para a qualidade de vida da população local. Esse empreendimento endógeno demanda, normalmente, um movimento de organização e mobilização da sociedade local, explorando as suas capacidades e potencialidades próprias, de modo a criar raízes efetivas na matriz socioeconômica e cultural da localidade. (BUARQUE, 2008, p. 25-26 apud PANOSSO NETTO, p. 47)

O movimento de desenvolvimento endógeno, fruto da participação da comunidade, tem como objetivo fazer com que a população local faça parte das atividades que promovem o turismo local fazendo com que assim possam atender suas necessidades e gerar lucros voltados para os interesses da comunidade, fazendo com que os conflitos socioeconômicos diminuam e que a comunidade local tenha possibilidade de melhorar a sua condição de vida. Beni (2006). “A endogenia está na capacidade organizacional das comunidades locais e regionais definirem prioridades e formas de ação inovadora que possam dinamizar as atividades econômicas, sociais, políticas e culturais em busca de patamares mais elevados” (SILVA, 2003, p. 23 apud CORIOLANO, 2013).

Partindo desta perspectiva se pode entender que para que haja desenvolvimento local é preciso que tenha um movimento endógeno, que descubra e cultive as características da localidade, como os “fatores socioculturais (costumes, tradições, etnia, religião, rituais, celebrações,) e fatores geográficos (clima, solo, relevo, hidrografia, fauna e flora, entre outros)”, pois são essas características que iram contribuir com o desenvolvimento do turismo local (PANOSSO NETTO, 2015, p .49), e favorecer a percepção e a imagem do turismo perante os moradores, pois os mesmos se perceberão ativos e beneficiários.

Conforme os pressupostos do desenvolvimento local apresentados acima, fica claro que a participação da comunidade local para a decisão de implementação de projetos turísticos, tem que ser ativa com a democratização da informação de dados, para permitir a construção de uma nova forma de agir, utilizando assim um planejamento participativo e integrado, pensado em atender as necessidades da população local, sendo um multiplicador de conhecimentos, historias e de identidades locais. (BENI, 2006)

3.3.1 Turismo de base local pode ser uma alternativa de favorecimento da percepção?

Visto que muitos impactos que favorecem uma percepção e imagem negativa do turismo e de seus atores partem da condição do turismo de massa, que tem foco no mercado e em seus resultados imediatos vislumbra-se aqui uma alternativa para esse processo, reconhecendo, claro, que tal alternativa não pode ser tomada como solução única e aplicável a todos os casos, mas ainda assim é merecedora de reflexão.

Segundo Panosso Netto (2015), muitas comunidades têm visto no turismo receptivo uma maneira de melhorar sua condição de vida, fazendo com que o turismo associado ao movimento endógeno, faça parte do desenvolvimento local das comunidades. Estes projetos também são conhecidos como turismo de base local comunitária, resultantes da decisão da autogestão e da plena participação da comunidade local nas atividades turísticas.

Isso quer dizer que o turismo de base comunitária faz com que a população local tenha controle das decisões tomadas em relação ao turismo local e sobre o desenvolvimento da atividade, assim se pratica a gestão comunitária daquilo que é disponibilizado como serviços e atrativos turísticos, valorizando aspectos culturais e naturais do local, de acordo com Coriolano (2009). Evita-se assim que a comunidade não passe pela segunda etapa do modelo apresentado por Doxey (1976 apud BENI, 2006), aquele que mede a disparidade entre moradores e turistas, onde a comunidade local passa a tratar o turista com apatia, vendo o mesmo apenas como fonte de lucro. Pois o turismo de base comunitária propõe que a comunidade local participe desde o início da implementação do projeto de desenvolvimento turístico fazendo com que assim a mesma possa ficar apenas no primeiro estágio apresentando por Doxey ou que possam ser sugeridas novas formas de medir esta disparidade caso ela ocorra.

O turismo de base comunitária se diferencia dos outros aspectos do turismo tradicional por incorporar o modo de viver e de representar o mundo da comunidade anfitriã, e prevê na essência um intercâmbio cultural com a oferta dos produtos e serviços turísticos, em que há oportunidade para o visitante vivenciar uma cultura diferente da sua e à comunidade local de se beneficiar com as oportunidades econômicas geradas e também pelo intercâmbio cultural. (SILVA;RAMIRO ; TEIXEIRA ,2008)

Logo se observa que este aspecto de turismo não tende a ir ao encontro aos modelos apresentados por Beni, Doxey e Barreto (vide páginas 09, 10,11) que promove reações não muito positivas a comunidade receptora, neles se observa que primeiro a atividade turística se instalava vai se desenvolvendo tomando o espaço do morador local e provocando impactos, só a partir destes impactos que a comunidade passa a ter reações frente ao turista e a atividade turística. O turismo de base local comunitária faz o caminho inverso parte de um planejamento integrado entre participação comunitária e privado visando a geração de benefícios a todos os envolvidos.

Este tipo de turismo visa:

Contribuir para a geração de emprego e renda local, fortalecer a governança local, em articulação com os demais atores envolvidos na atividade turística, diminuir os vazamentos de renda e fomentar o adensamento do mercado local, estruturar este segmento turístico, em frente da crescente demanda turística em níveis nacional e internacional, agregar valor à destinos turísticos, por meio da diversificação dos segmentos a serem ofertados, promover padrões de qualidade e de segurança da experiência turística, tanto para a comunidade anfitriã quanto para os visitantes. (SILVA; RAMIRO; TEIXEIRA , 2008, p.4)

As discussões a respeito do turismo de base comunitária ganham destaque devido ao fato de que consideram este como um importante instrumento de inclusão das populações receptoras. Surge como um método de desenvolvimento baseado numa aproximação participativa tem em comum sua ligação com a conservação ambiental e desenvolvimento socioeconômico, tendo como premissa a participação das comunidades e a geração de benefícios para as mesmas. A implantação correta do turismo comunitário deve partir do envolvimento da comunidade receptora em seu planejamento durante todas as etapas, dando possibilidade de decisão no nível de desenvolvimento que desejam, contar com a ajuda do trade turístico, poder. (GOODWIN; SANTILLI, 2009 apud FORTUNATO; SILVA)

Brohman (1996, p.60 apud FORTUNATO; SILVA) salienta que.

[...] O desenvolvimento do turismo de base comunitária deve buscar o fortalecimento das instituições destinadas a melhorar a participação local e promover o bem estar econômico social e cultural da maioria popular. Também deve buscar uma aproximação harmônica e balanceada para o desenvolvimento que enfatize considerações como a compatibilidade de várias formas de desenvolvimento com outros componentes da economia local, a qualidade do desenvolvimento tanto cultural como ambiental, e as necessidades divergentes, interesses e potencialidade da comunidade e de seus habitantes.(FORTUNATO ; SILVA, 2013, p. 05)

Um exemplo de como a percepção fundamentada de uma imagem pode modificar uma comunidade, é o da Prainha de Canto Verde-CE. Esta comunidade antes de implementar o turismo de base comunitária, temia que a atividade fosse praticada de forma que os prejudicasse, assim como nos casos das suas cidades vizinhas de Jericoacoara e Canoa Quebrada, onde a presença excessiva de turistas sufocou o mercado local, além de em ambas acontecerem casos de desapropriação de terras, para a construção de complexos turísticos. Com este receio os moradores da Prainha se organizaram e tomaram a iniciativa de conduzir a atividade turística local, com o objetivo de diminuir impactos negativos e aumentar os impactos positivos de acordo com o que eles queriam que o turismo gerasse. Então eles partiram da percepção da imagem dos impactos negativos causados pelo turismo nas localidades vizinhas e realizaram o turismo de base comunitária a fim de que não acontecesse o mesmo em sua localidade. (BURGOS, 2015)

Desse modo entende-se que projetos turísticos que considerem as características locais, como o contexto econômico, sociocultural e ambiental da população local pode contribuir positivamente para o desenvolvimento local e pode minimizar os possíveis impactos negativos da atividade turística, porem apenas os sujeitos locais, viventes de determinado lugar são os únicos capazes de constatar se o turismo trouxe ou não melhora para sua qualidade de vida e bem-estar social. (PANOSSO NETTO, 2015)

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou expor os impactos positivos e negativos causados pela atividade turística, naturalmente percebidos pela comunidade local, visando fazer uma investigação de como o efeito dessa percepção influencia a formação da imagem que a comunidade constrói do turismo e de seus sujeitos. Estudou-se também as reações comportamentais que o morador local pode vir a ter frente aos visitantes, partindo, justamente, da percepção que esse grupo desenvolve referente ao turismo.

Através deste estudo teórico foi possível concluir que os moradores de uma localidade em que o turismo está em desenvolvimento reagem à existência desta atividade quando a mesma começa a gerar impactos perceptíveis. Como caminho tem-se duas opções: um em que a comunidade se sinta satisfeita mediante os resultados individuais e coletivos; outro em que a comunidade se manifesta por meio da insatisfação por não perceber-se beneficiária desse processo. Ressalta-se que esses benefícios são avaliados de forma concreta, por meio do retorno econômico, mas também de forma menos palpável, como valorização, respeito e autoestima.

Sendo assim, o turismo e seus sujeitos são vistos de maneira positiva pela comunidade local quando promovem a preservação do patrimônio cultural da localidade, a conservação ambiental, a geração de novos empregos, o aumento da circulação de moeda, a apreciação do patrimônio e da identidade étnica, entre outros. O efeito dessa percepção sobre as reações e comportamentos dos

turistas é favorável promovendo aceitação, integração, hospitalidade e desejo de envolvimento e de participação.

Por outro lado, o turismo pode ser visto de maneira negativa quando acontece perda da identidade cultural na comunidade devido a grande quantidade de turistas, poluição, aumento de gastos relacionados à segurança, aumento da violência, aculturação, importação de mão de obra, entre outros aspectos. Nesse caso, a sensação de não pertencimento, de abuso, de exploração e de desconsideração, acarreta sentimentos que resultam em comportamentos negativos, podendo ficar no plano da apatia, quando os sujeitos locais percebem-se incapazes de frear a causa desses impactos, ou podendo mesmo partir para ações mais intensas como irritação ou antagonismo, gerando, inclusive conflitos ideológicos ou físicos.

Há que se considerar ainda que parcela da comunidade local pode sentir-se satisfeita e desenvolver uma imagem positiva do turismo, não pelos efeitos coletivos que o turismo cause, mas por perceber-se, individualmente, beneficiária da atividade, por meio de gastos dos turistas em seu comércio, ou algo semelhante.

Esses aspectos levarão os moradores a passar pelo ciclo Euforia, Apatia, Irritação ou Antagonismo, ou mesmo estabelecer-se de forma mais fixa em uma dessas situações. Cada situação ou condição desta tem suas causas específicas e são geradoras de efeitos diversos. Mas é fato que à medida em que a atividade turística vai se ampliando, seus impactos se ampliam na mesma proporção. A falta de participação da comunidade nos projetos de planejamento turístico pode agravar esse quadro, pois a população fica a mercê das decisões de políticos e empresários que moldam o curso da atividade de acordo com seus próprios interesses. Os estudos apontam que uma das possibilidades de tornar o turismo uma atividade mais participativa é através do Turismo de base local comunitária associado ao movimento endógeno fazendo com que assim, a comunidade local possa atender suas necessidades e gerar lucros voltados para os interesses da mesma, o que impactaria positivamente a percepção, a imagem e o comportamento. Contudo, adverte-se que essa é ao mesmo tempo uma alternativa que parece válida, mas incapaz de ser tomada como uma solução passível de aplicação em todas as localidades.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Margarita. **Relações entre Visitantes e Visitados: um retrospecto dos estudos socioantropológicos**, Turismo em Análise, v. 15, n. 2, p. 133-149, novembro, 2004.

BURGOS, A; MERTENS, F. **A perspectiva relacional na gestão do turismo de base comunitária: o caso da Prainha do Canto Verde**. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 15 n.1., p.81-98, abr. 2015.

BENI, Mario Carlos. **Políticas e Planejamento de Turismo no Brasil**. 2º ed. Sao Paulo. Editora Aleph. 2006.

CORDEIRO, Maria Fernanda. **TURISMO E IMAGEM: A Incorporação de Imaginários para Agregar Valor ao Produto Turístico**. II FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU. Foz do Iguaçu. junho de 2008 .

CORIOLANO, Luiza Neide, Maria Dilma Simões Brasileiro, Júlio César Cabrera. **Turismo, cultura e desenvolvimento**. .1º ed .editora da universidade estadual da paraib, campina grande -PB 2012.

CORIOLOANO, Luiza Neide. **Região, desenvolvimento regional e turismo comunitário**. Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional. Blumenau. Outubro, 2013.

DALL' AGNO, Sandra. **IMPACTOS DO TURISMO X COMUNIDADE LOCAL**. Universidade de Caxias do Sul– UCS, novembro,2012.

FARIA, Dormirá M. Cicci Pinto. **Desenvolvimento e turismo: uma abordagem conceitual**. cedeplar/face/ufmg belo horizonte. Outubro, 2012.

FORTUNATO, Rafael Ângelo E SILVA, Lucas Siqueira. **Os conflitos em torno do turismo comunitário na Prainha do Canto Verde (CE)**. , São Paulo, v.6, n.1, jan/abr-2013, pp.123138

GÂNDARA, Jose Manoel Gonçalves. **A imagem dos Destinos Turísticos Urbanos**. Revista Eletrônica Turismo Cultural. Especial .outubro,2008.

KOTLER, Philip Fotler, David Gertner , Irving Reism, Donald Haider. **Marketing de Lugares: O processo de diagnostico de planejamento estrategico**.1º ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall,2007.

PANOSSO NETTO, Alexandre e Denise Scótoló. **Contribuições do turismo para o desenvolvimento local**. Revista Cultura, ano 09 - nº 01 – fev/2015.

RABAHY,Wilson. **Turismo e Desenvolvimento**. 1º ed. São Paulo. Editora, Manole. 2003.

RODRIGUES, Adyr Balastrey Souza e Adyr Balastrey Rodrigues. **Desenvolvimento Local: Turismo local: oportunidades para inserção** . 3º ed. São Paulo, Hucitec,2002.

SANTOS, Cleminton e MAIA,Leticia Pereira . **Do latim ao português: identidade, linguagem e ensino**. 1º ed. Curitiba, Apriis, 2016. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=1B80DwAAQBAJ&pg=PT89&lpg=PT89&dq=%22faculdade+de+apreender+por+meio+dos+sentidos+ou> > Acesso em: 19 de outubro de 2017.

SILVA, Katia T. P, RAMIRO, Rodrigo e TEIXEIRA, Rodrigo. **Fomento ao turismo de base comunitária: a experiência do ministério do turismo**. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/180552441/FOMENTO-AO-TURISMO-DE-BASE-COMUNITARIA-A-EXPERIENCIA-DO> > Acesso em: 19 de outubro de 2017.

SOUZA, Marcelo Jose Lopes de Souza e Adyr Balastrey Rodrigues. **Turismo Desenvolvimento Local: Como Pode o Turismo Contribuir para o Desenvolvimento Local?** . 3º ed. São Paulo, Hucitec,2002.

TARLOMBANI, Marcos Aurélio Tarlobani da Silveira e Adyr Balastrey Rodrigues.**Turismo Desenvolvimento Local: Planejamento Territorial e Dinâmica Local: Bases para o turismo sustentável**. 3º ed. São Paulo, Hucitec,2002.

TARLOMBANI, Marcos Aurélio Tarlobani da Silveira. **Percepção geográfica, turismo e valorização do espaço**. Simpósio Nacional sobre Geografia, Percepção e Cognição do Meio Ambiente.Londrina.2005.

THOMPSON, Leronardo. S. CULTURA, TURISMO E IDENTIDADE LOCAL: impactos socioculturais sobre a comunidade receptora de turismo – Trancoso, Porto Seguro, Bahia . 2006 **Dissertação (Mestre**

em Cultura & Turismo) UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ – UESC UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – UFBA . ILHÉUS - BAHIA 2006.

XAVIER, Herbe. **Contribuição de Livia de Oliveira para a percepção geográfica do turismo.** Simpósio Nacional sobre Geografia, Percepção e Cognição do Meio Ambiente, Londrina ,2005.