

Turismo e suas percepções - Bento Gonçalves (RS)

*Sandra Dall'Agnol¹
Susana Gastal*

Resumo: Este artigo analisa como os estudantes universitários de Bento Gonçalves/RS percebem os impactos do Turismo na comunidade e qual a relação estabelecida por eles com os pontos turísticos locais denominados Vale dos Vinhedos e Caminhos de Pedra, assim como a valorização dada a estes locais. A consulta na literatura especializada revelou a existência de impactos relacionados com o desenvolvimento turístico, a interação entre turista-residente e, outras influências derivadas. O uso da metodologia proposta por Molero e Cuadrado (2006) permitiu coletar os dados para análise da percepção dos impactos do turismo e os resultados apresentaram uma percepção global positiva dos entrevistados a respeito do Turismo.

Palavras-chave: Turismo. Impactos. Percepção do turismo. Bento Gonçalves (RS).

Introdução

A região turística denominada Serra Gaúcha, localizada no sul do Brasil, tem ganho destaque nacional desde os anos 1970. Se no início do seu processo de turistificação, Gramado era destaque, hoje outro segmento da região, marcada pelo enoturismo, ganha relevância, em especial com dois produtos: o Vale dos Vinhedos, envolvendo as áreas rurais dos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo; e o Caminho de Pedra, muito próximo ao núcleo urbano de Bento Gonçalves. Isto levou a que a oferta turística do município de Bento Gonçalves se diversificasse, com conseqüente aumento do fluxo de visitantes. Os primeiros visitantes com propósitos turísticos teriam sido atraídos ao local, principalmente, pela Festa Nacional do Vinho – FENAVINHO, incentivando a que as vinícolas urbanas se organizassem para recebê-los: “Nos anos de 1980, algumas das grandes vinícolas localizadas na cidade investiram na recepção de visitantes. Organizaram um percurso interno, conduzido por pessoas minimamente qualificadas, incluindo a degustação de vinhos e finalizando no setor de vendas, onde pequena parte da produção era comercializada”

¹ Universidade de Caxias do Sul. E-mail: sandragnol@yahoo.com.br

(FACALDE, 2004, p.4). A procura cada vez maior pela visitação às vinícolas e pelas manifestações culturais herdadas da imigração italiana, associadas à beleza paisagística, criou condições para o surgimento dos primeiros roteiros turísticos no interior do município, entre eles os já citados Vale dos Vinhedos e os Caminhos de Pedra.

A bibliografia especializada (ARCHER *et al*, 2001; KRIPPENDORF, 2000; PEREZ e NADAL, 2005) tem registrado que a presença de visitantes num determinado local, nem sempre leva a que a percepção da comunidade à sua presença, seja positiva. Estes estudos têm sido realizados, entre outros, pela Psicologia Social. Rodrigues (1973, p. 3) explica que a “Psicologia Social é o estudo científico de manifestações comportamentais suscitadas pela interação de uma pessoa com outras pessoas e, essa interação com o outro gera um aspecto social”. Uma característica de interesse da Psicologia Social é a investigação dos estímulos sociais que podem influenciar o comportamento.

No caso do Turismo, as formas como o turista entra em contato com determinados lugares e a sua interação com o lugar é que indicarão a percepção da comunidade visitada sobre ele e qual a sua importância para ela. Krüger(1986) diz que a teoria da auto percepção interliga quatro processos cognitivos, “a da *formação de crenças*, a partir de experiências pessoais; o da *obtenção de crenças*, transmitidas por outras pessoas; o da *percepção de pessoa*; e o da *categorização* (atribuição de palavras ou expressões a objetos, fatos, processos e situações)”.(KRÜGER, 1986, p. 84).

O estudo aqui relatado buscou, justamente, verificar a percepção da população local – moradores de Bento Gonçalves e municípios vizinhos – à presença do turismo, para compreender e interpretar as interações entre os mesmos e o fenômeno turístico.

Metodologia

Utilizando-se a experiência da psicologia social, o presente estudo optou pela pesquisa quantitativa, para buscar avaliar a percepção, pela população de Bento Gonçalves, dos impactos do turismo na comunidade. Utilizando a metodologia proposta por Molero e Quadrado (2006), aplicou-se 156 questionários entre os alunos da Universidade de Caxias do Sul – Campus Bento Gonçalves. Após a aplicação do instrumento, a tabulação dos resultados

foi realizada com participação de um estatístico², para apoio metodológico no que se refere à estatística descritiva para o tratamento dos dados, com suporte operacional do *software SPSS 14.0 (Statistical Package for Social Science)*. A análise da consistência interna pelo Alpha de Crombach resultou num *alpha* 0,915, validando o instrumento.

Neste contexto, Molero e Cuadrado (2006) explicam que o conceito de atitude desde o modelo de expectativa-valor, formulada por Fishbein em 1967, se sustenta a partir de que a atitude frente a um determinado objeto está formada pela soma das crenças de um dito objeto multiplicadas pela valorização positiva ou negativa que se tem de cada uma delas. Os autores explicam ainda que os desenvolvimentos posteriores “deste modelo tem dado lugar a teoria da Ação Razonada (Fishbein y Ajzen, 1974) e a Teoria da Ação Planejada (Ajzen, 1988), muito utilizadas nos últimos anos para tratar de prever a conduta das pessoas em diversos âmbitos” (MOLERO e CUADRADO, 2006, p.411).

Dada a validade desses modelos, os autores apresentam que, aplicando o modelo de expectativa – valor ao âmbito turístico se observaria, por exemplo, que se um residente percebe que o turismo gerará emprego (por exemplo, 5, em uma escala de 1 a 5) e valoriza este resultado positivamente (+2, em uma escala de -2 a +2) terá uma atitude muito positiva para esse aspecto do turismo (+10). Não obstante, o residente pode crer também que o turismo gerará problemas de trafico com bastante probabilidade (4) e valorizar este fato de forma negativa (-2). A atitude final para o turismo será o resultado de somar as diferentes crenças multiplicadas por sua correspondente valorização. Em conseqüência, e a partir das duas crenças utilizadas no exemplo, a atitude a respeito do turismo pelo residente seria positiva (10 – 8 = +2).

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

Se entende que medir as crenças, quer dizer, o componente cognitivo da atitude, não é suficiente para conhecer o que os residentes “sentem” acerca do turismo. Pode-se alegar que toda crença leva implícita uma valorização, porém isto não é sempre assim. Por exemplo, dois residentes podem acreditar com a mesma intensidade que o turismo é importante em sua zona, e cada um deles pode valorizar este fato de maneira diferente. Em conseqüência, desde a perspectiva da expectativa-valor, a atitude

2 Agradecemos ao professor José Pinent a supervisão estatística dada à pesquisa.

derivada desta crença seria diferente nos dois casos. Por outra parte, se supõe que existem múltiplas crenças possíveis acerca do turismo. Deste modo, a atitude final ou global a respeito do turismo estará composta pela soma da intensidade das crenças a respeito do turismo que tenha uma determinada pessoa multiplicada pela valorização que haja de ditas crenças. (MOLERO e CUADRADO, 2006, p. 411).

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

Em função do exposto, utilizou-se parcialmente o questionário proposto por esses autores, a fim de chegar ao resultado sobre as atitudes da comunidade de Bento Gonçalves acerca dos impactos do turismo. Para que as informações do instrumento apresentem validade, o marco teórico a seguir irá permear a discussão sobre os impactos positivos e negativos gerados pelo desenvolvimento do turismo nas localidades receptoras.

Impactos do Turismo

Como o turismo é um fenômeno social, “fenômeno porque empiricamente observável e social diz respeito ao homem em sociedade e dentro de um processo histórico” (BARRETTO, 2004, p.85), integra ciências como a Economia, a Geografia, a Antropologia, a Psicologia, dentre outras. “Historicamente, a primeira ciência a estudar o fenômeno turístico foi a Economia, seguida das ciências sociais (Sociologia e Antropologia) e da Geografia”.(Idem, 2004, p.85). Segundo Barretto (2004), as ciências econômicas estudaram os impactos positivos, referente ao dinheiro proveniente dos turistas que entram em uma localidade. Através da Geografia, os problemas gerados pelo excesso de habitantes temporários, causados ao meio ambiente natural e humano passaram a receber maior atenção. Segundo Lickorish (2000), a partir “da metade da década de 1970, mais estudiosos e profissionais do turismo passaram a dar mais atenção ao relacionamento entre turistas e a população local, principalmente aos efeitos não-econômicos induzidos por este relacionamento” (LICKORISH, 2000, p.101).

Os impactos na cultura local, provocados por pessoas com outros padrões culturais e as mudanças nos hábitos dos moradores, por aculturação, geradas pelo contato com os turistas, iniciaram sendo estudados pela Antropologia. Para Ruschman (2000, p. 34), os impactos “são consequência de um processo complexo de interação entre os turistas, as

comunidades e os meios receptores. Muitas vezes, tipos similares de Turismo provocam diferentes impactos, de acordo com a natureza das sociedades nas quais ocorrem”. Esses podem ser positivos, se trouxerem benefícios para a comunidade receptora, ou negativos, se causarem estragos na localidade. No turismo os impactos “referem-se à gama de modificações ou seqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras”(RUSCHMAN, 2000, p. 34).

Na maioria das vezes, as comunidades receptoras não vêem o Turismo com bons olhos, porque em momento algum têm a oportunidade de participar das tomadas de decisões nessa área. Sentem-se, com isso, excluídas e “começam a sentir também um certo rancor em relação aos efeitos negativos do êxodo das massas turísticas. Essas populações têm cada vez mais a impressão de que são invadidas por esse desenvolvimento e, ao mesmo tempo, dele excluídas” (KRIPPENDORF 2000, p.19). Por esse motivo, a opinião sobre o turismo se faz tão importante e a satisfação da comunidade vai refletir-se na hospitalidade e também na experiência do turista. O fenômeno turístico não pode ser algo imposto à população e sim algo do qual ela faça parte, embora muitas vezes os turistas cheguem sem serem convidados, desejados ou esperados.

Para o autor, em termos positivos, o impacto econômico do turismo pode gerar benefícios como emprego, receita e melhorias na infra-estrutura. O desenvolvimento do Turismo pode gerar também impactos sócio-culturais benéficos e o intercâmbio de idéias, culturas e percepções podem auxiliar na dispersão da ignorância e de desentendimentos. “Em muitos locais o turismo já existe, e a necessidade é descobrir quais são as visões dos residentes. Neste caso, a pesquisa visa registrar e monitorar as percepções dos residentes em relação aos impactos do turismo” (LICKORISH, 2000, p.114). Brunt e Courtney (1999, p.225-235) em um estudo realizado na localidade de Dawlish (Reino Unido), identificaram alguns impactos positivos do turismo, tais como a melhoria em áreas de recreação, maior conservação das áreas centrais e favorecimento das artes. Ross (2002) em um estudo realizado para avaliação dos impactos positivos e negativos do turismo sobre o indivíduo e a comunidade no Extremo Norte de Queensland (Austrália), identificou que os itens considerados como impactos positivos foram as oportunidades comerciais, a construção e melhoria de parques e praças, hotéis e restaurantes, estruturas de entretenimento e facilidade de compras. Desse modo, os impactos positivos giravam em torno do lazer e das

oportunidades econômicas.

Em uma pesquisa realizada na Ilhas Baleares, no Oeste do Mediterrâneo, os pesquisadores Pérez E Nadal (2005) analisaram como os residentes percebiam a influência do turismo, e seus entrevistados concordam que o turismo conduz para a degradação dos recursos naturais; quando questionados sobre a responsabilidade pela destruição do entorno natural da Ilhas Baleares, as respostas apontam para o setor turístico como fator chave. Em contrapartida, existe certa ambigüidade na visão dos residentes com relação à possibilidade de que o turismo tenha contribuído para a conservação de determinados espaços naturais. Cooper *et al* (2001) enfatiza que quando as diferenças culturais entre os residentes e os turistas são muito acentuadas, pode acontecer de a cultura e os costumes locais serem explorados para satisfazer o visitante à custa do orgulho e da dignidade da população local. Para ele, neste caso, os impactos socioculturais,

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

Swarbrooke (2000, p.112) afirma que é “dado atenção aos impactos negativos do turismo sobre a sociedade local e sua cultura. Entretanto, é importante reconhecer que os efeitos podem ser também positivos”. Neste sentido, a cultura local também pode ser exaltada, pois conforme Ruschman (2000, p.51) “o artesanato, a gastronomia, as tradições, a história, a arquitetura e as atividades de lazer” são responsáveis pela atração de turistas. Muitos turistas buscam através da gastronomia familiarizar-se, para se sentirem integrados com a cultura local, levando a que determinados pratos de um destino mantenham suas raízes.

Desta forma, as contribuições abordadas demonstram a importância das pesquisas relacionadas à percepção e atitude dos moradores a respeito da forma como o turismo impacta nas comunidades receptoras, se positiva ou negativamente.

O objeto de análise

A presença de migrantes europeus no que viria a ser o município de Bento Gonçalves

dá-se a partir de 1875, em especial com imigração italianos. Os imigrantes italianos teriam sido os introdutores das vinhas na região, assim como da produção de vinho, que se dava nos porões de pedra das casas, que também serviam como cantina. Esta presença da uva e do vinho transformou-se em produto turístico a partir da década de 1980, embora antes desta data já fosse comum o deslocamento de famílias de Porto Alegre - capital regional - e adjacência à região, para passeios e aquisição de vinhos.

Visando organizar e diversificar a atividade turística, foi criado o Projeto Cultural Caminhos de Pedra, na década de 1980, aberto a visitação no início dos anos 1990. Com recursos da iniciativa privada, algumas casas do distrito de São Pedro começaram a ser restauradas, retomando assim as suas características originais, e abertas à visitação. Este projeto “despertou novas possibilidades de aproveitamento do patrimônio histórico–arquitetônico, valorizando a cultura regional expressa pela culinária, pelo linguajar (o dialeto vêneto, conhecido como *talian*), estilo de vida, pelos usos e costumes (...)” (FÁVERO, 2006, p.75). Atualmente, o roteiro conta com dez pontos de visitação e 52 pontos de observação externa³, recebendo grande número de visitantes.

No que se refere ao Vale dos Vinhedos, sua introdução como produto turístico acompanhou a qualificação da produção de vinhos finos por algumas empresas familiares. Para Falcade (2001), o enoturismo pode ser definido como o deslocamento de pessoas, cuja motivação esteja relacionada ao mundo da uva e do vinho, independentemente de sua localização, se em área urbana ou rural. Já na década de 1990, o enoturismo se consolidava, “resultado em produtos que estão conquistando mercados mais exigentes e alcançando renome” (FACALDE E MANDELI, 1999, p.24).

O turismo na região, incentivado por estes dois produtos, apresenta-se em plena ascensão, o que já leva a prefeitura de Bento Gonçalves a investir em outras opções, inclusive envolvendo o núcleo urbano central, onde o turismo de eventos também se consolida. Ou seja, a presença de visitantes nos Caminhos de Pedra, no Vale dos Vinhedos e na própria cidade, já se faz sentir em termos econômicos e permite que se busque avaliar qual a percepção e o comportamento dos moradores, em relação a ela.

³ Informações obtidas no site da Associação Caminhos de Pedra. Disponível em www.caminhosdepetra.org.br acesso em 03 de Dezembro de 2007.

Os resultados

O questionário aplicado possuía 11 afirmações, versando sobre possíveis impactos ambientais, culturais e econômicos. Sobre cada afirmação proposta, deveriam posicionar-se respondendo se concordavam plenamente, concordavam, era-lhes indiferente, se discordavam, se discordavam plenamente, indo, portanto, da concordância absoluta à discordância absoluta. Iniciando-se pela questão ambiental, os entrevistados assim se posicionaram:

Tabela 1: O impacto do turismo sobre o meio ambiente em minha região é muito grande

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	disc plen	11	7,1	7,1	7,1
	discord	41	26,3	26,3	33,3
	indif	22	14,1	14,1	47,4
	conc	66	42,3	42,3	89,7
	conc plen	16	10,3	10,3	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Nota-se que 52,6% dos estudantes percebem que o impacto do Turismo sobre o meio ambiente em Bento Gonçalves é muito grande. Neste sentido, o turismo seria apontado como um dos fatores responsáveis pela degradação do meio ambiente nesta localidade.

Tabela 2: A influência do turismo na cultura e na sociedade em minha região é muito positiva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	disc plen	3	1,9	1,9	1,9
	discord	19	12,2	12,2	14,1
	indif	16	10,3	10,3	24,4
	conc	77	49,4	49,4	73,7
	conc plen	41	26,3	26,3	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Quando os entrevistados são questionados sobre a influência do Turismo na cultura e na sociedade, a resposta marca um percentual positivo de 75%, demonstrando que para eles a atividade turística contribui positivamente para a cultura e a comunidade. A esta pergunta acrescia-se a consolidada na Tabela 3, sobre os contatos sociais entre visitantes e visitados,

também considerado positivo pelos entrevistados.

Tabela 3: O contato e as relações que se estabelecem entre turistas e residentes contribuem positivamente para a cultura local

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	disc plen	4	2,6	2,6	2,6
	discord	23	14,7	14,7	17,3
	indif	30	19,2	19,2	36,5
	conc	81	51,9	51,9	88,5
	conc plen	18	11,5	11,5	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Um total de 63,4% dos entrevistados afirmam que o contato e as relações que se estabelecem entre turistas e residentes contribuem positivamente para a cultura local. O que pode significar que a cultura local é valorizada pela atividade turística. Entretanto, este olhar positivo não significaria compartilhar espaços de lazer, conforme a Tabela 4.

Tabela 4: As maiorias oportunidades de lazer e diversão em minha região são conseqüências do turismo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	disc plen	26	16,7	16,7	16,7
	discord	63	40,4	40,4	57,1
	indif	22	14,1	14,1	71,2
	conc	41	26,3	26,3	97,4
	conc plen	4	2,6	2,6	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Nesta afirmação, 57,1% dos entrevistados discordam que haja maiores oportunidades de lazer e diversão da região, em conseqüências do turismo, enquanto 28,9% concordam com a afirmação. Isto indica que as estruturas de lazer disponibilizadas aos turistas – caso haja estruturas de lazer disponibilizadas aos turistas – não estariam sendo usufruídas pela comunidade local.

Tabela 5: O impacto econômico que provoca o turismo em minha região é grande e positivo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	discord	22	14,1	14,1	14,1
	indif	18	11,5	11,5	25,6
	conc	86	55,1	55,1	80,8
	conc plen	30	19,2	19,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

De todos os entrevistados, 74,3% percebem que a economia da cidade de Bento Gonçalves é beneficiada pelo Turismo.

Tabela 6: As infra-estruturas: ruas, segurança, saúde, são beneficiadas pelo turismo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	disc plen	30	19,2	19,2	19,2
	discord	48	30,8	30,8	50,0
	indif	20	12,8	12,8	62,8
	conc	39	25,0	25,0	87,8
	conc plen	19	12,2	12,2	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

Exatamente 50% dos entrevistados discordam que as infra-estruturas da cidade são beneficiadas pelo turismo. E, 37,2% concordam. Ou seja, embora o Turismo seja um aporte econômico, este não estaria sendo reinvestido nas estruturas urbanas.

Tabela 7: De forma global o turismo para minha região é muito benéfico

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	disc plen	1	,6	,6	,6
	discord	6	3,8	3,8	4,5
	indif	14	9,0	9,0	13,5
	conc	85	54,5	54,5	67,9
	conc plen	50	32,1	32,1	100,0
	Total	156	100,0	100,0	

De forma global, o Turismo é percebido como benéfico para a região na opinião dos entrevistados, marcando um total de 86,6% das respostas sob esse aspecto, mesmo que ele afete o meio ambiente e que não contribua para qualificar a infra-estrutura urbana ou de lazer

disponibilizadas. Este impacto global positivo seria, basicamente, o econômico e a o das trocas culturais não materializadas no compartilhar espaços de lazer.

As questões finais objetivavam avaliar se a população local conhecia e desfrutava dos dois maiores atrativos turísticos da região, o Vale dos Vinhedos e o roteiro Caminhos de Pedra. Elas são aqui apresentadas, já no cruzamento com a questão do valor dados aos dois atrativos.

Tabela 8 O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande * Costumo visitar o Vale dos Vinhedos

			Costumo visitar o Vale dos Vinhedos					Total
			disc plen	discord	indif	conc	conc plen	
O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	disc plen	Count	2	0	0	1	0	3
		% within O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	66,7%	,0%	,0%	33,3%	,0%	100,0%
	discord	Count	0	0	0	1	0	1
		% within O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
	indif	Count	4	0	0	1	0	5
		% within O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	80,0%	,0%	,0%	20,0%	,0%	100,0%
	conc	Count	21	26	5	15	0	67
		% within O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	31,3%	38,8%	7,5%	22,4%	,0%	100,0%
	conc plen	Count	8	6	24	37	5	80
		% within O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	10,0%	7,5%	30,0%	46,3%	6,3%	100,0%
	Total	Count	35	32	29	55	5	156
		% within O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande	22,4%	20,5%	18,6%	35,3%	3,2%	100,0%

A partir do cruzamento das afirmativas: O valor do Vale dos Vinhedos é muito grande *versus* Costumo visitar o Vale dos Vinhedos, nota-se que dos 156 entrevistados, 39,1% deles responderam que não costumam visitar o Vale, mas o valorizam. Enquanto 36,5% costumam visitar e também o valorizam. Neste caso, pode-se dizer que tanto os que visitam, quanto os

que não visitam, valorizam o Vale dos Vinhedos.

Tabela 9; O valor dos Caminhos de Pedra é importante * Costumo freqüentar os Caminhos de Pedra.

			Costumo freqüentar os Caminhos de Pedra					Total
			disc plen	discord	indif	conc	conc plen	
O valor dos Caminhos de Pedra é importante	discord	Count	1	0	0	0	0	1
		% within O valor dos Caminhos de Pedra é importante	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	indif	Count	2	1	2	0	0	5
		% within O valor dos Caminhos de Pedra é importante	40,0%	20,0%	40,0%	,0%	,0%	100,0%
	conc	Count	25	29	6	12	0	72
		% within O valor dos Caminhos de Pedra é importante	34,7%	40,3%	8,3%	16,7%	,0%	100,0%
	conc plen	Count	8	13	17	23	17	78
		% within O valor dos Caminhos de Pedra é importante	10,3%	16,7%	21,8%	29,5%	21,8%	100,0%
Total	Count	36	43	25	35	17	156	
	% within O valor dos Caminhos de Pedra é importante	23,1%	27,6%	16,0%	22,4%	10,9%	100,0%	

No cruzamento das afirmativas: O valor dos Caminhos de Pedra é importante *versus* Costumo freqüentar os Caminhos de Pedra, a freqüência das respostas demonstram que 48% entrevistados não costumam visitar os Caminhos de Pedra, mas o valorizam como importante. Dos que costumam visitar e ao mesmo tempo o valorizam, somam um total de 33,3% dos entrevistados.

Encaminhamentos

A análise das percepções e atitudes dos residentes tem sido efetuada pela preocupação relacionada aos aspectos negativos que o turismo pode desencadear nas localidades receptoras e pelos aspectos positivos que podem ser potencializados. Neste estudo a atenção esteve voltada também para saber quantos dos entrevistados visitavam dois importantes pontos

turísticos regionais, o Vale dos Vinhedos e os Caminhos de Pedra e, como os valorizavam. Os resultados das percepções sobre os impactos do Turismo na localidade de Bento Gonçalves parecem apontar para a satisfação relacionada aos benefícios econômicos gerados pelo Turismo. Também é possível observar a percepção positiva a respeito dos benefícios culturais e da influência do Turismo na cultura local, uma vez que os dois atrativos são construídos a partir das manifestações culturais legadas pela herança italiana, ainda muito viva na região mas que, com o Turismo, ganhou novo palco de exposição. Os fatores negativos apontados foram com relação ao meio ambiente e também no sentido do turismo não ser apontado como responsável por melhorias na infra-estrutura e criação de áreas de lazer e diversão na cidade. De forma geral, o Turismo é apontado como benéfico para a região.

As análises e conclusões sobre o cruzamento das variáveis relacionadas com os Caminhos de Pedra e Vale dos Vinhedos demonstram que tanto os que costumam, quanto os que não costumam visitar esses dois pontos turísticos de Bento Gonçalves, no sul do Brasil, valorizam os mesmos. O que se pode observar é que a maioria não costuma visitar nenhum desses locais, mesmo considerando-se que um deles fica praticamente na zona urbana, e o outro não se encontra distante do núcleo urbano; daí, talvez, não se sentirem beneficiados pelos mesmos como opção de lazer para a comunidade local.

Considere-se ainda, que há importantes ações de planejamento turístico associadas aos dois atrativos. Os Caminhos de Pedra nasceram da ação coletiva da iniciativa privada e de poder público, assim como o Vale dos Vinhedos beneficiou-se de várias ações públicas. Não se pode deixar de considerar, entretanto, que a iniciativa privada foi muito forte e empreendedora nos dois casos.

Referências bibliográficas

- BARRETTO, M. **Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papirus, 2000.
- BRUNT, Paul e COURTNEY, Paul 1999. **La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente**. Annals of Tourism Research en Español, v.1, n.2, p.215-239.
- COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David e SHEPHERD, Rebecca. **Turismo, princípios e prática**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- FACALDE, I. **Enoturismo nas regiões vitivinícolas da Serra Gaucha e Vale dos Vinhedos(Brasil)**. In: Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul:

Construções teóricas no campo do turismo. Caxias do Sul, Universidade de Caxias do Sul, 2004. (CD-ROOM).

FACALDE, I. **O espaço geográfico e o turismo na região da uva e do vinho no noroeste do Rio Grande do Sul**. In: Encontro Estadual de Geografia, 21, 2001. Caxias do Sul, Anais... Caxias do Sul: Educs, 2001, p. 39-45.

FACALDE, I. e MANDELLI, F. **Vale dos Vinhedos: caracterização geográfica da região**. Caxias do Sul: Educs, 1999.

FÁVERO, Ivane M. R. **Políticas de turismo: planejamento na Região Uva e Vinho**. Caxias do Sul: Educs, 2006.

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

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

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

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

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

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

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

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

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. São Paulo: Papirus, 1997.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. 3. ed.

Traduzido por: Margarete Dias Pulido. São Paulo: Aleph, 2000. 1v. Tradução de: Sustainable Tourism Management.