



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO



MARIANA FONTANEZI MACHADO GALVÃO

URBANIZAÇÃO TURÍSTICA, IDENTIDADE E RISCO:
O CASO DO DISTRITO DE LAVRAS NOVAS - MG

OURO PRETO - MG

2025

MARIANA FONTANEZI MACHADO GALVÃO

**URBANIZAÇÃO TURÍSTICA, IDENTIDADE E RISCO:
O CASO DO DISTRITO DE LAVRAS NOVAS - MG**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Me. Marcelo Viana Ramos

OURO PRETO - MG

2025



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

MARIANA FONTANEZI MACHADO GALVÃO

URBANIZAÇÃO TURÍSTICA, IDENTIDADE E RISCO: O CASO DO DISTRITO DE LAVRAS NOVAS - MG

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal
de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovada em 29 de agosto de 2025

Membros da banca

1º Avaliador: Prof. Me. Marcelo Viana Ramos

2º Avaliador: Profa. Dra. Marta Bertin

3º Avaliador (orientador): Prof. Dr. Bruno Martins

Marcelo Viana Ramos, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos
de Conclusão de Curso da UFOP em 29/08/2025



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Viana Ramos, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em
09/09/2025, às 22:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539,](#)
[de 8 de outubro de 2015.](#)



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0976089** e o código CRC **05440D16**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente minha família pela base e apoio, em especial minha mãe Claudia Fontanezi pelo amor e parceria incondicional, meu pai Galvão Júnior pela educação e proatividade e meu irmão Rodrigo Fontanezi pelo companheirismo. Sou grata às minhas avós Shirley e Maria, e meu avô José, meus tios Rogério, Célia, Sheila, Luciane e Alexandre e meus primos Felipe, Ana Júlia e Maria Clara, pelo suporte e por aguentarem a saudade devido à distância. Sou grata às minhas irmãs postças Thaiz, Carolina, Letticia, Marina e Mariana pelo suporte, carinho e cuidado durante toda a graduação.

Sou imensamente grata também a UFOP pela educação gratuita de qualidade, aos professores que me deram a base necessária para a produção desse trabalho, em especial meu orientador Marcelo Ramos pela orientação, disponibilidade, carinho e trocas importantes. Agradeço também a todos os funcionários que fazem o cotidiano da universidade acontecer. Sou muito grata a minha turma 2021.1 (Júlia, Manu, Malu, Mariana, Marlon, Caroline, Andressa e Iara) e a todos os agregados que fizeram parte da minha experiência na faculdade, em especial às amigas que vou levar sempre comigo: Maria Villa e Andressa Passarelli. Sou ainda grata pelo Centro Acadêmico de turismo, do qual fiz parte por mais de 2 anos (Chapa Revitur), em especial aos amigos Lorena, Renato e Pedro, e a Empresa Júnior do Turismo da UFOP (Completurn), da qual fiz parte por mais de 1 ano, em especial à Letícia, Rayan, Renato, Andreyana, Cynthia, Isis, Madu, Ana Bia e Anita.

Agracio a oportunidade de ter realizado um intercâmbio acadêmico em 2024 à cidade de Salta, na Argentina, com bolsa da Diretoria de Relações Internacionais da UFOP; foi uma experiência inesquecível e de muitos aprendizados e trocas culturais. Sou grata, especialmente, às amigas que fiz lá: Zoe, Candela, Alison, Manuela e Rafaela. Vocês foram uma parte muito importante da minha graduação.

Agradeço também as amigas com que compartilhei casa. Vocês foram mais que apenas amigas: foram família! Todo o cotidiano com vocês foi maravilhoso e dividir risadas e conhecimentos foi extremamente importante na minha vida em Ouro Preto. Obrigada, Júlia, Ana Paula, Beatriz e Naira. Vocês são sinônimo de amor para mim e serei eternamente grata a cada uma.

Sou imensamente grata à minha família postça, meus vizinhos de casa, que foram necessários para minha jornada. Compartilhar esse período de vida com vocês

foi maravilhoso. Obrigada, Ana Rosa, Whalisson, Richard, Giulliana, Marina e Felipe.

Por fim, agradeço a oportunidade de estar viva e de realizar um trabalho tão importante na minha trajetória acadêmica.

RESUMO

A urbanização gerada pelo turismo acontece quando essa atividade se impõe como dominante, gerando transformações econômicas, sociais e culturais. Este é o caso do distrito de Lavras Novas, pertencente ao município de Ouro Preto, em Minas Gerais, que convive com a urbanização turística. A partir do exposto, este trabalho tem por objetivo analisar quais riscos e impactos decorrem da urbanização turística em Lavras Novas, sobretudo à identidade local. A metodologia adotou pesquisas bibliográficas e documentais, além de estudo de caso. Outra ação foi a aplicação de entrevistas com moradores, turistas e empresários locais sobre problemas e desafios enfrentados por conta do turismo praticado em Lavras Novas. Como resultados, a pesquisa revelou que os principais impactos da urbanização turística são econômicos, como a geração de renda e emprego; sociais, como o aumento de veículos e a poluição sonora; e ambientais, como a sobrecarga na infraestrutura e a descaracterização da imagem do distrito. Quanto aos riscos notou-se a perda da identidade cultural, a aculturação e a gentrificação, com 60% dos turistas e 35% dos moradores reconhecendo as ameaças. A identidade local apresentou-se em transição, oscilando entre características rurais e urbanas devido à hibridização cultural. Conclui-se que, apesar de o turismo gerar benefícios econômicos, políticas públicas são necessárias para equilibrar, em Lavras Novas, o desenvolvimento local e a preservação sociocultural.

Palavras-chave: Identidade Local, Turismo, Urbanização, Espaços Rurais, Riscos e Impactos.

ABSTRACT

Tourism-driven urbanization occurs when this activity becomes dominant, generating economic, social, and cultural transformations. This is the case in the district of Lavras Novas, which belongs to the municipality of Ouro Preto, in Minas Gerais, which coexists with tourism-driven urbanization. Based on the above, this study aims to analyze the risks and impacts of tourist urbanization in Lavras Novas, especially on local identity. The methodology adopted bibliographic and documentary research, as well as case studies. Another action was the application of interviews with residents, tourists, and local businesspeople about problems and challenges faced due to tourism in Lavras Novas. As a result, the research revealed that the main impacts of tourist urbanization are economic, such as income and job generation, social, such as an increase in vehicles and noise pollution, and environmental, such as infrastructure overload and image decharacterization. As for the risks, it was noted that they include loss of cultural identity, acculturation, and gentrification, with 60% of tourists and 35% of residents recognizing this threat. Local identity was found to be in transition, oscillating between rural and urban characteristics due to cultural hybridization. It is concluded that, although tourism generates economic benefits, public policies are necessary to balance, in Lavras Novas, local development and sociocultural preservation.

Keywords: Local Identity, Tourism, Urbanization, Rural Areas, Risks and Impacts.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa da distância entre Ouro Preto e Lavras Novas.....	37
Figura 2 – Mapa dos distritos de Ouro Preto.....	38
Figura 3 - Ocupação da população em torno da capela.....	39
Figura 4 - Estrada de acesso ao distrito.....	40
Figura 5 – Movimentação de carros e pessoas no distrito.....	43
Figura 6 - Edificação iniciada antes de 2022 fora do modelo de tombamento...	44
Figura 7 – Área urbana de Lavras Novas em 1989.....	45
Figura 8 – Área urbana de Lavras Novas em 2025.....	45
Figura 9 – Expansão imobiliária no distrito.....	46
Imagem 10 - Igreja Nossa Senhora dos Prazeres e edificações locais.....	47
Figura 11 - Meios de Hospedagem de Lavras Novas (em vermelho).....	48
Figura 12 – Estabelecimentos Gastronômicos de Lavras Novas (em verde)....	48
Figura 13 - Página oficial de Lavras Novas no Instagram.....	50
Figura 14 - Site “Portal Turístico de Lavras Novas”.....	50
Figura 15 - Site Viva Lavras Novas.....	51
Figura 16 - Site “Lavras Novas Oficiais”.....	51
Figura 17 - Notícia sobre Lavras Novas no “Estado de Minas”.....	54
Figura 18 - Notícia sobre Lavras Novas no site “Terra”.....	55
Figura 19 - Notícia sobre Lavras Novas no “Estado de Minas”.....	56
Figura 20 - Notícia sobre Lavras Novas no “Estado de Minas”.....	58
Figura 21 - Portal Jornalístico Regional “Geraes”.....	59
Figura 22 - Portal Jornalístico “Vozativa”.....	61
Figura 23 – Pessoas a cavalo dividem rua com os carros.....	68
Figura 24 – Carros ocupam centro histórico.....	68
Figura 25 – Espaço público ocupado por estabelecimentos comerciais.....	69
Figura 26 – Bares que reproduzem ambientes dos grandes centros.....	69

Figura 27 – Site online com eventos em Lavras Novas.....	70
Figura 27 – Diagrama da pesquisa com os moradores.....	73
Figura 29 – Diagrama da pesquisa com os empresários locais.....	75

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Escolaridade dos moradores.....	76
Gráfico 2 – Escolaridade dos turistas.....	76
Gráfico 3 – Moradores que trabalham em Lavras Novas.....	77
Gráfico 4 – Questão de se eles trabalham com turismo direta ou indiretamente.....	77
Gráfico 5 – Trabalho com turismo direta ou indiretamente.....	78
Gráfico 6 – Pontos positivos do turismo segundo os moradores.....	78
Gráfico 7 – Pontos negativos do turismo segundo os moradores.....	79
Gráfico 8 – Futuro do turismo em Lavras Novas.....	79
Gráfico 9 – Questionamento sobre se os turistas já visitaram o distrito.....	80
Gráfico 10 – Quantidade de vezes que turistas visitaram o distrito.....	80
Gráfico 11 – Número de pernoites que os turistas passaram em Lavras Novas.....	81
Gráfico 12 – Avaliação sobre questões estruturais segundo os turistas.....	81
Gráfico 13 – Motivos para a avaliação regular, ruim ou péssima dos turistas.....	82
Gráfico 14 – Avaliação do suporte turístico feito pelos turistas.....	82
Gráfico 15 – Quais seriam as fraquezas, em caso negativo.....	83
Gráfico 16 – Qual seria o tipo identitário presente em Lavras Novas.....	84
Gráfico 17 – O crescimento do turismo pode colocar em risco a identidade local – Resposta dos turistas.....	84
Gráfico 18 – O crescimento do turismo pode colocar em risco a identidade local – Resposta dos moradores.....	85
Gráfico 19 – O crescimento do turismo tem alterado algo em Lavras Novas – Resposta dos empresários.....	86
Gráfico 20 – O aumento de empresas do setor turístico está impactando a identidade do lugar e colocando em risco o desenvolvimento do turismo.....	88
Gráfico 21 – Identificação da área como rural ou urbana – Respostas dos moradores.....	90

Gráfico 22 – Saber definir o que é o turismo rural – Respostas dos turistas.....	90
Gráfico 23 – Saber definir o que é o turismo rural – Respostas dos moradores.....	91
Gráfico 24 – Seria mais interessante divulgar Lavras Novas como rural ou urbano.....	92
Gráfico 25 – Como o turista conheceu Lavras Novas.....	93
Gráfico 26 – Como o turista considera Lavras Novas.....	93
Gráfico 27 – O que os moradores acreditam que atrai os turistas a visitar Lavras Novas.....	94

LISTA DE ABREVIATURA E SIGLAS

TAR	Turismo em Áreas Rurais
TR	Turismo Rural
TER	Turismo no Espaço Rural
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 TURISMO E IDENTIDADE	19
1.1 Urbanização turística: conceito da produção do espaço	22
1.2 Urbanização turística e as transformações em espaços rurais	27
1.3 Caracterização do Turismo em Áreas Rurais	31
1.4 Turismo em áreas rurais: dos imaginários ao não-lugar	34
2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO TURÍSTICO EM LAVRAS NOVAS	37
2.1 Localização Geográfica	37
2.2 Turismo e Urbanização em Lavras Novas	40
2.3 Principais pontos turísticos de Lavras Novas	47
2.4 Lavras Novas no contexto turístico comercial	49
2.5 Lavras Novas no cenário jornalístico	54
3 METODOLOGIA	62
3.1 Procedimentos e métodos	63
3.2 Coleta dos dados	65
3.3 Identidade e transformações de Lavras Novas	67
3.4 A questão do risco: turismo e espaços híbridos	70
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	73
4.1 Turismo e suas transformações em Lavras Novas	76
4.2 Urbanização turística, riscos e a questão da identidade	83
4.3 Reflexões sobre impactos em Lavras Novas	95
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
6 BIBLIOGRAFIA	101

INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno que mobiliza pessoas de diversas partes do Brasil e do mundo, levando-as a locais onde existem atrativos que atendam seus interesses. O fascínio por esta atividade fomenta um setor que oferece diversas oportunidades de desenvolvimento social aos territórios, como a geração de emprego e renda.

No contexto do turismo nacional, o segmento voltado aos espaços rurais é configurado como uma vertente que atrai públicos cada vez mais distintos. No Brasil, o turismo praticado nestas áreas destaca-se como opção para 74% dos turistas, de acordo com a segunda edição da pesquisa “Demanda Turismo Rural” feita pela SPRINT Dados (2023), feita com o apoio institucional do Ministério do Turismo e da Rede de Turismo Rural Consciente. O levantamento indica que 74% das pessoas buscam neste segmento a contemplação da natureza, enquanto outras 73% são atraídas pela comida caseira. Já 60% preferem fazer trilhas (Sprint Dados, 2023).

Quando se trata de turismo em espaços rurais há, no senso comum, a ideia de que esses lugares exclusivos são, principalmente, ligados à natureza. Entende-se que o ambiente rural possui comprometimento com a produção agropecuária, ou seja, a ruralidade particularmente existe a partir de um vínculo dos indivíduos com o que é cultivado na terra. Assim:

(...) mesmo que as práticas eminentemente agrícolas não estejam presentes em escala comercial, o comprometimento com a produção agropecuária pode ser representado pelas práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida, considerados típicos de cada população rural (Brasil, 2010, p.18 e 19).

O espaço rural é compreendido como um ambiente afastado da região urbana. comumente associado pela população da cidade à qualidade de vida. Ele representa, ao turista, uma “oportunidade de contato com paisagens, experiências e modos de vida distintos dos encontrados nos centros urbanos” (Brasil, 2010, p. 11). Porém, a diversidade de atrações naturais, como cachoeiras parques, trilhas; e a criação e ampliação de outros atrativos nos espaços rurais, como restaurantes, bares e roteiros de aventura, entre outros, demonstra que a busca dos turistas não está relacionada somente à temática da “paz e do sossego”, mas em especial a elementos presentes nos territórios urbanos.

Considera-se, então, sob essa perspectiva, que o crescimento das atividades

turísticas nos ambientes rurais, com destaque nas pequenas localidades, é decorrente “especialmente ao caráter transversal, dinâmico e global do turismo, capaz de impactar as várias dimensões que afetam os processos de desenvolvimento de setores, atividades e territórios” (Brasil, 2010, p. 11). Isso ocorre em territórios rurais administrados por municípios brasileiros, como no distrito de Lavras Novas, da cidade de Ouro Preto, Minas Gerais, que é objeto de estudo desta monografia.

Conforme o censo do IBGE¹ (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) de 2022, o estado de Minas Gerais foi o segundo mais procurado para viagens e o quinto com maiores gastos totais em rotas turísticas no país, sendo o distrito de Lavras Novas um dos destinos mais buscados no ano de 2021.

Apesar dos aspectos positivos decorrentes do turismo no local, como a geração de emprego e renda, pontos negativos são percebidos, como a falta de planejamento urbano e as transformações que afetam a estrutura e a cultura do local. Mediante esse contexto é factível questionar, portanto, quais são as ameaças e as repercussões e consequências do processo de urbanização turística à identidade do distrito.

Assim, a presente monografia tem o objetivo de analisar quais são os riscos e os impactos que decorrem da urbanização turística em Lavras Novas, sobretudo na transformação da identidade local. Este trabalho possui ainda os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar o tipo de turismo que há no distrito, considerando diferentes aspectos em relação às diferentes modalidades de turismo;
- Entender como se dá o processo da formação do imaginário sobre o distrito, considerando a exposição midiática turística e os impactos no imaginário, coletivo;
- Analisar quais os riscos e impactos derivados do tipo de turismo praticado em Lavras Novas, tipificando-os;
- Compreender quais questões podem ser consideradas na análise do perfil turístico de Lavras Novas no sentido de delimitar sua caracterização turística, ou seja, se esse local é rural, urbano ou em transformação;
- Refletir sobre quais as estratégias podem ser desenvolvidas a fim de orientar a sustentabilidade turística deste destino.

Como recorte temporal, esta pesquisa optou por analisar as mudanças geradas pelo turismo em Lavras Novas do turismo nas duas últimas décadas, com destaque

¹ <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34228-de-2020-para-2021-gastos-com-turismo-caem-de-r-11-0-bilhoes-para-r-9-8-bilhoes>

ao período pós-pandêmico. A escolha decorre do fato de intervenções estruturais terem ocorrido no local. A metodologia é bibliográfica e documental baseada a partir de estudo de caso, com coleta de dados mediante pesquisa quanti-qualitativa.

O primeiro capítulo, “Turismo e Identidade”, dedica-se à fundamentação teórica, abordando a relação entre turismo, globalização e identidade cultural, com ênfase nos processos de transformação identitária em contextos de intensa atividade turística. Ademais, discute-se o conceito de urbanização turística a partir da teoria da produção do espaço de Henri Lefebvre, analisando suas particularidades e seus impactos na reconfiguração de territórios, especialmente em áreas rurais. Assim, caracteriza-se o Turismo em Áreas Rurais (TAR) problematizando a construção de imaginários sociais sobre o rural e a possibilidade de transformação desses espaços em “não-lugares”, conforme proposto por Marc Augé.

Já o segundo capítulo, “Contextualização do Cenário Turístico em Lavras Novas”, apresenta o distrito como objeto empírico. Inicialmente, situa-o geograficamente e historicamente, para, em seguida, analisar a trajetória de sua urbanização turística, marcada por crescimento acelerado e significativas transformações socioespaciais. São elencados seus principais atrativos turísticos e empreendimentos, e examina-se a representação midiática e comercial do distrito, identificando a construção de um imaginário idealizado que contrasta, em muitos aspectos, com a realidade local. Concluindo este com um levantamento de estudos científicos prévios sobre Lavras Novas, posicionando a presente pesquisa no campo acadêmico.

Quanto ao terceiro capítulo, titulado “O Caso de Lavras Novas”, detalha a metodologia da pesquisa, que se vale de uma abordagem quali-quantitativa, por meio de estudo de caso, com aplicação de entrevistas semiestruturadas e formulários a moradores, turistas, empresários e representantes associativos. Em seguida, analisa as transformações identitárias em curso no distrito e introduz a noção de “espaço híbrido” como chave interpretativa para compreender a superimposição de lógicas urbanas e rurais e os riscos de descaracterização cultural.

O quarto capítulo, “Análise dos Resultados”, expõe e interpreta os dados coletados em campo, organizados em três eixos principais: as transformações impulsionadas pelo turismo; os riscos da urbanização turística acelerada para a identidade local; e uma reflexão integrada sobre os impactos socioeconômicos, culturais e ambientais identificados. A análise é sustentada por gráficos e diagramas que sintetizam as percepções dos diferentes atores sociais envolvidos.

E, finalmente, o quinto capítulo traz as “Considerações Finais”, nas quais se retomam as questões centrais da pesquisa, sintetizam-se as principais conclusões e apontam-se direções para políticas públicas e futuras investigações, reafirmando a importância de um modelo de turismo que harmonize desenvolvimento econômico com a preservação da identidade cultural e a sustentabilidade socioambiental em Lavras Novas.

Assim foi possível compreender, de maneira concisa, quais os riscos da urbanização turística acelerada que ocorre no distrito e quais as transformações na identidade de um lugar onde o turismo se faz presente.

1 TURISMO E IDENTIDADE

O turismo, como conhecido, não surgiu como fato isolado, mas esteve ligado ao modo de produção e ao desenvolvimento tecnológico do mundo (Barreto, 2003). Do ponto de vista histórico, é a partir da Revolução Industrial no século XVIII que começaram as primeiras viagens organizadas com a intervenção de um agente de viagens, fato que dá início ao turismo moderno. Com o passar do tempo, os avanços da globalização e da tecnologia facilitaram o deslocamento humano porque muitos destinos e comunidades antes isolados e sem muita interferência externa passaram a conviver com influências de outras culturas (Teixeira, 2008).

Para se entender o impacto do turismo e seu panorama global, os dados do Plano Nacional do Turismo 2024-2027 do Brasil mostram que, após a pandemia do Coronavírus, Mais de 1,286 bilhão de turistas internacionais foram registrados no mundo em 2023, movimentando cerca de US\$ 1,6 bilhão no mesmo ano (Schneider, 2025). O setor, além de estimular a economia, também gerou empregos, trazendo diversos benefícios à sociedade. Esses dados demonstram uma ascensão no turismo mundial, revelando que o setor se consolida como fenômeno social transformador que desencadeia uma série de interações complexas entre as pessoas, os lugares e as diferentes culturas (Viana, 2018).

Conforme a evolução da sociedade e a globalização, o turismo torna-se uma das atividades econômicas mais dinâmicas e influentes do mundo, promovendo um novo fluxo socioeconômico. “Além disso, a atividade turística pode contribuir para avanços tecnológicos dos meios de transporte e de comunicação, além de dinamizar os serviços de hotelaria e bens e serviços” (Viana, 2018, p. 19).

O campo turístico conta com uma estrutura transversal articulada a setores econômicos diversos que interferem e impactam nas atividades que passam a ter natureza multidimensional e multifacetada (Acerenza, 2002). Consequências diretas são, em contrapartida, geradas na sociedade, afetando as identidades coletivas das comunidades onde ocorrem as atividades turísticas.

Silva (2024) infere que o segmento se encontra em expansão no Brasil, com reflexos para o desenvolvimento sustentável. Porém, é preciso considerar aspectos sócio-ambientais, uma vez que a área econômica é sensível às mudanças e, entre elas, as climáticas. Schneider (2025, p. 2) entende que o planejamento e as políticas públicas nacionais, estaduais e municipais “precisam estar alicerçadas em uma base

sólida e normativa, que coordene o funcionamento das ações econômicas, ambientais e sociais”. No Brasil, o turismo apresenta uma crescente evolução, principalmente no período pós-pandêmico e isso está evidenciado nas perspectivas recentes do governo federal para o setor, em que as previsões são:

(...) ampliar o número de turistas internacionais dos atuais 5,9 milhões para 8,1 milhões e dos viajantes nacionais de 93 milhões para 150 milhões por ano, respectivamente; alcançar a marca de US\$ 8,1 bilhões em receitas anuais geradas por turistas estrangeiros, criar mais 1 milhão de novos empregos formais, passando para 3 milhões, até 2027. O setor tem potencial de gerar impacto crescente na economia, representando 8% do PIB brasileiro e as expectativas são de fortalecimento do mercado, alinhadas ao crescimento do PIB e investimentos em infraestrutura (Silva, 2024, p.1).

Tanto no Brasil quanto no mundo nota-se que o turismo está em expansão como parte dos processos de globalização que podem ser positivos ou negativos. Vê-se que esses movimentos podem interferir diretamente numa cultura, contribuindo para sua recuperação e manutenção ou afetando, então, a identidade da sociedade (Teixeira, 2008), que é formada pelos traços culturais próprios de um grupo e pelos traços absorvidos de demais culturas que passam a fazer parte da identidade local.

Os traços culturais de cada identidade sobressaem-se devido as diferenças percebidas pelo contato estabelecido entre os indivíduos. Essa condição é relacional, sendo dependente de influências externas, ou seja, ela precisa de outra identidade para se diferenciar (Teixeira, 2008). O conceito de identidade cultural é amplamente discutido, especialmente por autores como Stuart Hall, para o qual:

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais "lá fora" e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as "necessidades" objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático (Hall, 2003, p. 12).

A proposta de que a identidade coletiva e a individual sejam identidades sociais é factível quando é entendida como parte do processo de formação social, que se dá como uma metamorfose no movimento histórico em busca da emancipação. É nesse contexto que se constitui o humano concreto em suas individualidades e coletividades, articulado com a história da sociedade e da natureza (Alves, 2017, p. 02). Por essa reflexão entende-se, então, que:

A identidade está intrinsecamente ligada às transformações que ocorrem ao longo do tempo, configurando-se como uma construção moldada por diversos fatores, que incluem influências sociais, culturais, materiais e individuais. Conforme o mundo se movimenta, impulsionado por mudanças sociais, como avanços tecnológicos, movimentos políticos, econômicos e culturais, a identidade também se modifica. Com a influência da globalização, a formação identitária assume uma dinâmica em constante evolução, sendo moldada por uma variedade de fatores. Isso a torna um conceito diversificado, desprovido de uma definição estabelecida, em um cenário repleto de mudanças constantes (Gomes, 2024, p. 20 – 21).

Compreende-se que, devido aos processos de globalização vividos nos últimos séculos, essa identidade foi transformada. Hall (2003, p. 13) entende que “a identidade plenamente unificada, completa e coerente é uma fantasia, à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam”, fazendo as identidades mudarem facilmente. Por sua vez, Teixeira (2008) concebe que, além das influências externas, pode haver questões internas que fragmentam os traços identitários.

Para Teixeira (2008), o turismo e a globalização se constituem, por exemplo, como influências externas que podem interferir nos processos de reconstrução das identidades culturais, intervindo em sua flexibilização. Isso acontece devido ao fato de que as sociedades modernas são, por definição, sociedades que passam por mudanças constantes, rápidas e permanentes. Esta é a principal distinção entre as sociedades “tradicionais” e “modernas”, como detalha Hall (2003), que questiona a ideia de que as identidades nacionais tenham sido alguma vez tão unificadas ou homogêneas quanto fazem crer as representações que delas se criam.

No entanto, na história contemporânea, as culturas nacionais têm dominado a “modernidade” e as identidades nacionais tendem a se sobrepor a outras fontes mais particularistas de identificação cultural (Hall, 2003). Isso ocorre devido ao fato de que as identidades se transformam junto à globalização e ao avanço tecnológico. Essas mudanças dos traços culturais geradas pela mundialização da cultura interferem e influenciam no constante e dinâmico processo de reconstrução das culturas e suas identidades (Teixeira, 2008).

Observa-se que a cultura identitária é um processo dinâmico e não pode ser considerada um sistema fechado. Pelo turismo, em especial no mundo globalizado, a identidade de uma comunidade pode ser valorizada, pois a relação com o outro evidencia as diferenças culturais e faz com que visitantes e visitados passem a valorizar mais suas próprias identidades mediante as diferenças percebidas entre eles (Teixeira, 2008). Porém, essa relação pode ser alterada, principalmente devido ao

processo de urbanização acelerado de uma localidade.

Essas ações geram, sobretudo, alterações nas rotinas, culturas e experiências sociais. Sobre esse aspecto nota-se a existência de outros fatores na relação entre os indivíduos, os territórios e o turismo. Portanto:

Deve-se ter em conta que o setor turístico, no decorrer de seu processo evolutivo, demonstra uma capacidade de mutação e adaptação às novas demandas e exigências da sociedade, atendendo aos mais distintos interesses. Isso implica considerar os patrimônios culturais e naturais como elementos estratégicos de grandes projetos turísticos, fatores que cada vez mais se apresentam como fundamentais. A nova ordenação do mundo do trabalho, a redução das jornadas de trabalho, o aumento do tempo livre, a melhoria do nível de vida da população em geral e a globalização das comunicações e dos transportes são elementos importantes a serem considerados quando se discute as alterações sofridas pela atividade turística. Muitas cidades tiveram um crescimento marcado pela ocupação não planejada, fruto de realidades socioeconômicas desiguais, o que permitiu um processo de urbanização pouco homogêneo, o qual é identificável nas diferentes espacializações encontradas no Brasil e em outras partes do mundo (Assunção, 2012, p.19).

O turismo e a globalização intervêm na flexibilização e fragmentação identitária de um determinado grupo social e ocorre devido ao fato de que, por esta atividade, o contato com o outro acontece com frequência e, neste processo, ocorrem trocas culturais que refletem na hibridização cultural. Essa hibridização é entendida como um processo no qual a cultura passa a ser uma dinâmica a partir das influências sofridas tanto de formas internas quanto externas, podendo ocasionar uma fragmentação dos traços identitários (Teixeira, 2008).

Percebe-se, então, a necessidade de compreender como seria possível atingir estabilidade entre a manutenção das identidades locais e o desenvolvimento inserido nos processos econômicos. Neste sentido, o equilíbrio destes aspectos é essencial para garantir a prudência necessária à globalização (Teixeira, 2008).

1.1 Urbanização turística: conceito da produção do espaço

A urbanização turística corresponde à constatação da existência de formas específicas de produção do espaço urbano gerado a partir da atividade turística, sobretudo quando ela se impõe como dominante na economia local. Trata-se de uma modalidade peculiar de produção e estruturação do espaço urbano (Jesus, 2006). A partir disso busca-se entender a relação entre a urbanização turística na produção deste espaço.

As teorias sobre a produção do espaço advém do campo da economia política da urbanização e estão inseridas na análise da produção do ambiente baseada na acumulação capitalista (Lefebvre, 2006). Neste contexto, o espaço não é um produto somente da economia, mas se faz a partir de culturas, vivências e histórias. Assim, é importante compreender que:

Embora não seja possível prescindir da esfera econômica, na análise da produção do espaço no contexto do capitalismo, é necessário transcender uma visão exclusivamente econômica, na apreensão do espaço construído – significa admitir que a existência de diversas práticas sociais (econômicas, políticas e culturais- ideológicas), em conjunto e constante interação, são responsáveis pela produção do espaço (Paiva, 2013, p. 129).

O conceito de produção do espaço refere-se aos processos pelos quais os espaços geográficos são organizados e adaptados para atender as necessidades humanas em evolução (Lefebvre, 2006). Isso mostra como esse não é um recipiente neutro, mas um produto das atividades humanas, motivado por fatores econômicos, sociais, políticos e culturais.

Lefebvre (2006, p. 9) diz que esse conceito de espaço reúne o mental e o cultural, o social e o histórico, reconstruído mediante um processo complexo que envolve “descoberta (de espaços novos, desconhecidos, continentes ou o cosmos); produção (da organização espacial própria a cada sociedade) e criação (de obras: a paisagem, a cidade como a monumentalidade e o décor)”. Segundo o autor, esse sistema é gerado e evolutivo e segue a lógica da simultaneidade, “pois todo dispositivo espacial repousa sobre a justaposição na inteligência e na junção material de elementos dos quais se produz a simultaneidade”. Lefebvre considera que o espaço não existe em “si mesmo”, mas é produzido, sendo ainda compreendido como:

Uma espécie de categoria analítica em que o pensamento permanece em sua dimensão abstrata e, como produto social, desvela-se no real concreto. O turismo, como uma atividade distinta e avançada, atua deste modo na transformação e produz do espaço onde ele atua e, ao se inserir no espaço natural, resgata valores culturais e sociais, fortalece noções ambientais e cria mecanismos que dinamizam o espaço geográfico e a economia de um lugar (Lefebvre, 2006, p. 3-10).

O pensamento de Lefebvre (2006) sobre a produção do espaço excede o sentido de “produção” como um conceito unicamente econômico, uma vez que ele leva em conta a existência de dois sentidos do conceito de produção. Estes seriam o *stricto sensu*, que se refere à produção de bens e mercadorias; e o *lato sensu*, que se

liga à ideia de que, o que se produz, são também relações sociais, ideologias, culturas, valores e costumes, entre outros (Paiva, 2013).

Lefebvre (2006) compreende que o espaço pode ser percebido, concebido e vivido. O espaço percebido pode ser explicado à maneira em que este é vivido e experienciado pelas pessoas e grupos sociais, sendo captado pelos cinco sentidos (visão, audição, tato, paladar e olfato) e se relacionando com a materialidade dos elementos que constituem o espaço de forma direta. O espaço concebido está ligado à produção de suas representações, como ele é pensado e representado.

As representações do espaço, ou seja, o espaço concebido, aquele dos cientistas, dos planificadores, dos urbanistas, dos tecnocratas “retalhadores” e “agenciadores”, de certos artistas próximos da cientificidade, identificando o vivido e o percebido ao concebido (o que perpetua as sábias especulações sobre os Números: o número de ouro, os módulos e “canhões”). É o espaço dominante numa sociedade (um modo de produção). As concepções do espaço tenderiam (com algumas reservas sobre as quais será preciso retornar) para um sistema de signos verbais, portanto, elaborados intelectualmente (Lefebvre, 2006, p. 66).

O último tipo - espaço vivido, se dá por imagens e símbolos que o acompanham em ambientes de representação. “Trata-se do espaço dominado, portanto, suportado, que a imaginação tenta modificar e apropriar” (Lefebvre, 2006, p. 66), ou seja, é onde a vida “acontece” e as pessoas interagem entre si, criando relações e significados.

César (2010) entende que, ao se produzir espaço, entre outras consequências, são definidas as materialidades. Essa condição inicial se constitui como base à edificação para o morador, que é o sujeito da relação urbana e, em seu contraste, identifica-se o visitante, agente que se desloca e se apropria temporariamente deste espaço. Não obstante que essas ações sejam efêmeras, ao romperem o cotidiano, definem-se novos “rastros”, criam-se e contribuem-se com a elaboração de novas relações espaciais, que são fundadas na urbanização turística.

É possível compreender que o turismo possui uma correlação com a produção social do espaço, pois é “fundamentado em uma relação individual e de contraste com o momento de produção social” (César, 2010, p. 2), ou seja, é produzido a partir de relações socioespaciais. Assim, o uso sem planejamento do espaço “pelo e para” o turismo não reconhece distinção entre os ambientes rurais e os urbanos, entre os espaços naturais e os culturais ou entre espaços reais e simulados (César, 2010a).

Paiva (2013) traz à tona o fato de que as diferentes repercussões espaciais do turismo podem ser notadas com base nos deslocamentos necessários à sua prática,

transformando os espaços emissores e receptores e os espaços de deslocamento. O autor percebe que este é um dos aspectos negativos que a urbanização do turismo traz à produção espacial e ocorre porque o desenvolvimento acelerado do setor turístico faz com que determinadas regiões apresentem o que é conhecido como “turismo de massa”, caracterizado por um fluxo significativo de turistas em um local específico, ocorrendo muitas vezes de forma sazonal e em um curto período.

Como consequência, há uma alta demanda por infraestrutura turística, como hotéis, restaurantes, atrações e transporte, entre outras, sendo uma força que molda a produção do espaço urbano em todo o mundo. César (2010a) diz que isso ocorre porque a urbanização engloba lógicas no cotidiano para assentamento e permanência da sociedade em um determinado espaço. O autor ressalta que a condição se associa à criação da vida, do cotidiano e das formas de mobilidade sociais verticais e horizontais. Constata-se que a urbanização turística pelas transformações do espaço apropriado pelo visitante pode trazer consequências antes inexistentes sobre um local que era intocado por esse processo.

Paiva (2013) compreende que, deste modo, cria-se um consumo desse espaço, que se impõe em relação à produção devido ao estágio avançado do capitalismo, marcado acentuadamente na contemporaneidade e pela emergência da sociedade do consumo. O autor destaca que essa perspectiva de análise da produção e de consumo do espaço na totalidade da reprodução da sociedade para além das práticas sociais exclusivas da produção industrial, permitindo entender o processo de urbanização que é desencadeado para e pelo turismo.

Portanto, são visíveis a produção, o consumo e a distribuição na atividade turística em um primeiro momento, na diversidade de bens, de mercadorias e de serviços procedentes de vários setores que servem ao turismo. Por outro lado:

[...] como o suporte espacial é imprescindível para o turismo, as práticas econômicas de produção, consumo e distribuição se verificam na transformação do espaço, que passa a ser produzido e consumido como mercadoria. A distribuição, no entanto, é de outra ordem, pois são os sujeitos que se deslocam, e não a mercadoria espaço em si, muito embora a imagem turística de um lugar seja passível de circular e, conseqüentemente, ser comercializada (Paiva, 2013, p. 131).

A produção e o consumo do espaço turístico estão inseridos na produção e no consumo do espaço e são verificados no processo de reprodução da acumulação capitalista. Neste sentido, a produção e o consumo não se excluem enquanto o uso e

a apropriação, uma vez que a incidência espacial do turismo coincide com outras práticas contemporâneas sociais e com os usos e apropriações espaciais, além das preexistências espaciais de herança histórica (Paiva, 2013).

Com isso, é necessária a compreensão de que o espaço não somente existe, mas é produzido. Essa criação do espaço pode ser consequência de atividades nele produzidas como, por exemplo, o segmento turístico. Como compreende Lefebvre (2006, p. 9), se o espaço social intervém no modo de produção, ao mesmo tempo, efeito, causa e razão, ele muda com esse modo de produção. Em outras palavras: o espaço muda com as sociedades a partir do que elas demonstram ser.

A urbanização, como citada por César (2010a), cria uma lógica cotidiana para a permanência de uma determinada sociedade em um certo local. Com isso, o autor associa essa condição com a criação da vida, das formas de mobilidades sociais que, embora em trânsito, colaboram para que o visitante defina uma sociedade de consumo e um cotidiano de acolhimento temporário. Assim, o que era comum à vida do morador de uma região se torna diferente, pois seu local de moradia - a cidade, transforma-se de maneiras positivas e negativas (Teixeira, 2008).

Neste sentido, nota-se que o turismo causa impactos diretos e diversos na sociedade e na vida das cidades, afetando as identidades coletivas das comunidades onde ocorrem essa atividade que, sobretudo, gera alterações nas rotinas, culturas e experiências sociais (Assunção, 2012). Sobre isso, o autor ressalta a existência de outros fatores na relação entre os indivíduos, os territórios e o turismo:

Deve-se ter em conta que o setor turístico, no decorrer de seu processo evolutivo, demonstra uma capacidade de mutação e adaptação às novas demandas e exigências da sociedade, atendendo aos mais distintos interesses. Isso implica considerar os patrimônios culturais e naturais como elementos estratégicos de grandes projetos turísticos, fatores que cada vez mais se apresentam como fundamentais. A nova ordenação do mundo do trabalho, a redução das jornadas de trabalho, o aumento do tempo livre, a melhoria do nível de vida da população em geral e a globalização das comunicações e dos transportes são elementos importantes a serem considerados quando se discute as alterações sofridas pela atividade turística. Muitas cidades tiveram um crescimento marcado pela ocupação não planejada, fruto de realidades socioeconômicas desiguais, o que permitiu um processo de urbanização pouco homogêneo, o qual é identificável nas diferentes espacializações encontradas no Brasil e em outras partes do mundo (Assunção, 2012, p. 19).

Assunção (2012), por sua vez, diz que o espaço, em seu processo evolutivo e decorrente da urbanização turística, pode ter privilegiado os aspectos estéticos e paisagísticos, fazendo com que as dimensões histórico-culturais fossem menos

favorecidas, o que trouxe um prejuízo à memória identitária social. O autor entende que o local onde ocorre o turismo se torna um lugar de consumo exacerbado, em que se priorizam as vendas e a economia, atendendo aos desejos capitalistas e deixando de segundo plano os aspectos culturais e identitários.

Assim, César (2010a) ressalta a importância de se analisar o turismo como um processo que está intrinsicamente ligado às dinâmicas sociais, culturais e espaciais. Assim, é necessário compreender como as práticas turísticas se concretizam no espaço geográfico, transformando-o e sendo transformadas por ele. Trata-se, porém, de um fenômeno complexo que emerge das tensões e das contradições das relações humanas, tanto no âmbito da produção quanto no cotidiano, manifestando-se em diferentes contextos espaciais.

1.2 Urbanização turística e as transformações em espaços rurais

Como previamente compreendido, o campo do turismo tem como aspecto fundamental a relação individual e de contraste com a produção do espaço social (César, 2010). Isso é demonstrado na prática de atividades relacionadas, como a contemplação e recreação. Porém, como corroborado por Assunção (2012), isso pode ter seus lados positivos e negativos.

Assunção (2012) entende que o setor pode contribuir para a valorização do patrimônio cultural e natural, gerar empregos e impulsionar o desenvolvimento local. No entanto, a intensificação de atividades turísticas em regiões com infraestrutura inadequada pode agravar desigualdades sociais e expor fragilidades urbanas:

O processo de urbanização desenfreado que se intensificou no decorrer do século XX, principalmente nas últimas décadas, foi marcado por um desenvolvimento contraditório e incongruente, influenciado pela especulação imobiliária, ganhando contornos mais acentuados com a distribuição desigual da renda e o desemprego, na maioria dos países (Assunção, 2012, p. 20).

Com isso compreende-se que esse tipo de modalidade de produção espacial pode gerar a urbanização turística (Jesus, 2006). Essa, corresponde à constatação da existência de formas específicas de produção do espaço urbano gerado a partir da atividade turística, sobretudo quando ela se impõe como dominante na economia local. Então, uma urbanização acelerada gera diversas transformações, favoráveis ou não para o local em que essa ocorre.

Em algumas áreas, observa-se a presença de infraestruturas e equipamentos urbanos adequados, capazes de atender às necessidades da população e dos turistas. Entretanto, em outras regiões, prevalece a ausência dessas condições essenciais, comprometendo o bem-estar dos cidadãos que ali residem. A precariedade no abastecimento de água, saneamento básico deficiente, iluminação pública inadequada, ausência de acesso às redes de transporte coletivo e falta de segurança são exemplos claros das disparidades urbanas, que refletem desigualdades sociais mais profundas e a ausência de um planejamento estratégico que contemple os problemas sociais existentes (Assunção, 2012, p. 20).

O processo de urbanização desenfreado tem se intensificado ao longo do século XX, acentuando “contradições e inconsistências no desenvolvimento urbano” (Assunção, 2012, p. 20). O crescimento urbano influenciado principalmente pela especulação imobiliária promove “distribuição desigual da renda e no aumento do desemprego, agravando ainda mais as condições de vida da população, especialmente em países em desenvolvimento” (Assunção, 2012, p. 20). Ao analisar essa perspectiva, o autor constata uma relação direta entre o turismo e a produção do espaço, favorecendo a avaliação dos aspectos citados.

Percebido no Brasil e em vários países, principalmente a partir da década de 1990 (Candiottto, 2010), um dos espaços que pode ser afetado diretamente pela atividade turística desenfreada é o rural, que tem em seu contexto a ampliação de empreendimentos, circuitos, roteiros, entre outras experiências. Isso ocorre devido ao fato de que o crescimento do setor neste determinado local está ligado à ampliação da oferta, assim como à maior procura da sociedade por “atrativos e empreendimentos relacionados à tranquilidade e “simplicidade” do campo” (Candiottto, 2010, p. 1 a 2).

Este tipo de atividade turística é diferente das demais que tem predominância, como, por exemplo, no turismo de sol e praia. Candiottto (2010) entende que essa vertente se constituiu na modalidade mais oferecida e disseminada do setor, responsável pela urbanização de praias com grande aglomeração de pessoas. Para o autor, o turismo praticado no espaço rural costuma ter, como principal característica, oferta mais simples de serviços e equipamentos, além de demandas menos concentradas.

A partir do estudo de Candiottto (2010) sobre esse tipo de turismo é possível compreender que, ao se conceituar a urbanização turística e sua relação com o espaço rural percebe-se um crescimento global desse tipo de oferta do setor, tendo em vista a saturação dos outros mais consumidos. Com isso destacam-se novas atividades, como o Ecoturismo e o Turismo Rural (TR), em que se há, em teoria, uma

valorização dos espaços “naturais” e ruralizados (CandiOTTO, 2010). Assim, compreende-se que:

Essa valorização conduziria a um aproveitamento dos recursos naturais, dos objetos técnicos já instalados, e do saber-fazer local. Além disso, o turismo rural tenderia a ser um turismo mais simples, individualizado, de base local, e, portanto, não levaria a grandes mudanças na configuração da paisagem rural (CandiOTTO, 2010, p. 03).

Houve uma popularização mundial da prática desse tipo de turismo (Assunção, 2010). No entanto, embora a teoria que fundamenta esse segmento esteja bem definida, em muitos casos ela não é aplicada corretamente, resultando em uma grande oferta impulsionada pela urbanização turística acelerada. Com isso, é possível observar diversas transformações nos espaços onde esse modelo é implementado, como problemas estruturais e sociais. Assim:

Algumas regiões evidenciam-se infraestruturas e equipamentos urbanos adequados, em outras, prepondera a ausência deles, não atingindo as condições satisfatórias para os cidadãos que lá habitam. A precariedade do abastecimento de água, do saneamento básico, da iluminação pública, a falta de acesso às redes de transporte coletivo, a falta de segurança são exemplos claros das diferenças urbanas, reflexo de desigualdades sociais mais profundas e da falta de um planejamento estratégico mais atento aos problemas sociais (Assunção, 2012, p. 20).

Com isso, Barros (2024, p. 03) entende que a expansão turística acelerada e a especulação imobiliária em regiões rurais vêm provocando ameaças na qualidade de vida das comunidades que ali vivem e trabalham. Isso acaba impactando tanto o ambiente natural quanto o tecido social desses locais específicos. A disseminação de empreendimentos, como meios de hospedagem, eventos e agências de viagens, tem gradualmente substituído atividades agrícolas antes tradicionais, modificando a dinâmica local e transformando o cotidiano das pessoas que ali residem (Gomes, 2024).

Gomes (2024) traz a tona o fato de que essas atividades anteriormente realizadas eram o principal sustento de famílias e definiram a paisagem rural. Porém, com essa urbanização desenfreada do espaço percebe-se uma substituição, descaracterizando a essência do local e criando desafios para moradores. Com isso, é possível perceber que:

(...) a influência da vida urbana nas áreas rurais tem contribuído para a complexidade desses problemas. O fluxo crescente de pessoas e capitais das

idades para o campo não só transforma o uso da terra, mas também pressiona os recursos locais e altera a dinâmica social das comunidades (Barros, 2024, p. 03).

Outrossim, “a descaracterização da paisagem rural é um dos efeitos mais preocupantes do turismo desordenado e da especulação imobiliária” (Barros, 2024, p. 05), uma vez que esses ambientes são tradicionalmente marcados pela presença de florestas nativas, campos cultivados e construções típicas que se transformam por causa da expansão de estabelecimentos e de empreendimentos turísticos. Essas mudanças ainda “alteram a identidade visual e cultural das áreas rurais, substituindo elementos naturais e tradicionais por estruturas artificiais, como hotéis, resorts e áreas de lazer” (Barros, 2024, p. 05).

Frequentemente, o desenvolvimento desenfreado do turismo no espaço rural ignora as “necessidades e realidades das comunidades locais, substituindo a agricultura, uma atividade contínua e de longo prazo, por um modelo econômico sazonal e instável” (Barros, 2024, p. 03). Isso faz que essas sociedades se tornem mais vulneráveis às oscilações do mercado, podendo resultar em uma perda da diversidade econômica, biológica e cultural e ameaçando a sustentabilidade dessas. Isso ocorre porque, devido a essa urbanização acelerada, o:

(...) crescimento desordenado permitiu que, progressivamente, se fossem apagando os traços da natureza e do patrimônio construído nos séculos anteriores, permitindo que somente alguns vestígios sobrevivessem. Restam, pois, apenas fragmentos da natureza e da cultura material de um passado esquecido e, por vezes, desprezado. Descompassos que interferem diretamente na vida da cidade e em sua imagem e que levam a discutir a questão dos patrimônios naturais e culturais e a possibilidade do uso pelo turismo (Assunção, 2012, p. 20).

Essas transformações influenciam diretamente, o meio ambiente local que se constitui como um elemento relevante ao setor turístico. Por essa razão, diversos turistas têm como motivação para a escolha de um local a possibilidade de contato com a natureza. Como consequência, a “ideia de proteção dos espaços naturais e a existência de serviços e equipamentos oferecidos passam a ser alvo de discussão” (Assunção, 2012, p. 21). A natureza, neste contexto, é submetida a transformações que podem alterar sua atratividade, sobretudo se o modelo de turismo dominante for desenfreado e predatório.

1.3 Caracterização do Turismo em Áreas Rurais

O setor turístico possui diversas vertentes decorrentes de “uma estratégia para alavancar o mercado-alvo e melhorar a relação custo-benefício na promoção do turismo” (Brasil, 2010, p. 13), com isso, é possível dividir o mercado em um conjunto de consumidores com características parecidas. Entende-se, assim, que os diversos grupos de consumidores integram cada setor do turismo e, entre eles, estão o Turismo Rural e o Turismo em Áreas Rurais (TAR).

O contexto histórico do Turismo Rural se dá por variadas hipóteses, mas uma das versões diz que esse tipo de atrativo teria surgido primeiramente como atividade econômica na Europa e nos Estados Unidos em meados do século XX. No Brasil, Argentina e Uruguai, a atividade manifestou-se na década de 1980; e no Japão, África e Oceania, e em países como Mongólia, Madagascar e Ucrânia ocorreu nas décadas seguintes (Brasil, 2010, p. 13-14).

O surgimento dessa vertente é atribuído à integração entre o espaço rural e o urbano, assim como a transformação socioeconômica dos espaços, como tentativa de aliviar a pobreza no campo, sem descaracterizar a paisagem e a identidade daquela população (*Idem. Ibidem*). A popularização desse tipo de turismo e a percepção de seus benefícios às comunidades rurais fizeram com que países como o Brasil se interessassem em aplicar esse segmento.

O início do Turismo Rural como atividade econômica no Brasil está relacionado com o estado de Santa Catarina, mais especificamente no município de Lages, onde, em 1986, teriam surgido as primeiras propriedades rurais abertas à visitação (Brasil, 2010, p. 13-14). A partir do primeiro contato com a segmentação é que se caracterizou a atividade como Turismo Rural, que foi utilizado como alternativa às dificuldades que o setor agropecuário enfrentava.

Sobre as terminologias e conceitos de Turismo Rural e de Turismo em Áreas Rurais entende-se que não existe uma definição mundialmente consolidada, devido ao fato de que cada país apresenta características distintas sobre a atividade turística que é realizada no meio não urbano (Jesus, 2003). No Brasil, isso não é tão diferente, pois esses conceitos “possuem o mesmo significado e remetem, indistintamente, a qualquer forma de turismo que ocorra fora da área urbana, independentemente dos conteúdos que o englobem” (Nitsche, 2021, p. 123 a 124).

De acordo com a autora, a diferenciação ocorre com o termo Turismo Rural,

que representa as atividades turísticas que dependam da ruralidade do meio para existirem”. É possível entender o TER como um tipo de recorte geográfico em que o TR está inserido. Essa é uma:

(...) posição também adotada pelo Ministério do Turismo, que considera por Turismo no Espaço Rural ou em Áreas Rurais: “Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não” (Brasil, 2010, p. 17 *apud* Brasil, 2003).

Esse tipo de turismo apresenta uma variedade de práticas em pequenos até grandes estabelecimentos, com ou sem a manutenção de atividades agrícolas. Em muitos desses locais:

É nítido o caráter turístico no negócio, como em hotéis-fazenda, restaurantes rurais, propriedades para locação de eventos e chácaras de lazer. Em propriedades produtivas o turismo figura como complemento das atividades rotineiras agrícolas por meio da oferta de vivências, visitas às instalações e demonstrações dos processos produtivos. Em meio a tantas possibilidades em que o turismo rural se manifesta, é um desafio tentar uma classificação que venha a auxiliar no planejamento do turismo conforme as características de cada estabelecimento (Nitsche, 2021, p. 120).

Nitsche (2021, p. 123-124) entende que esses setores do turismo são indicados por terminologias que refletem discussões teóricas diversas sobre a atividade. Alguns autores de países da Europa, por exemplo, consideram “Turismo no Espaço Rural (TER), Turismo em Áreas Rurais (TAR) e Turismo Rural (TR) como termos de mesmo significado que se referem a qualquer forma de turismo no espaço rural”. Contudo, no Brasil, a autora argumenta que “o termo TR tem uma conotação mais específica subordinada ao aspecto produtivo deste meio” (*Idem, Ibidem*).

O conceito mais usado no Brasil diz que esse tipo de turismo é “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (Brasil, 2010, p. 18 *apud* Brasil, 2003). As atividades turísticas presentes no meio rural são estabelecidas pela oferta de serviços, de produtos e de equipamentos do setor; e por meios de hospedagem, alimentação, operação e agenciamento, transporte de visitantes, recepção, recreação, eventos, entre outras atividades produzidas no meio não urbano que necessitam do turismo ou se moldam pelas visitas que o ocorrem ali (Brasil, 2010).

Nitsche (2021) entende o turismo rural sob duas vertentes, dessas uma se refere ao contexto de produção agrícola, em que o turismo se apresenta como complemento, e a outra sendo a produção turística como principal atividade do empreendimento. A autora entende que “a diferença entre essas duas vertentes é significativa no momento de caracterizar as formas de turismo no meio rural” (Nitsche, 2021, p. 120). Ela faz um exemplo de comparação entre elas, sendo:

(...) a diferença entre uma pequena propriedade agrícola que recebe turistas eventualmente e um hotel-fazenda que oferece colheita de hortaliças como parte da experiência de hospedagem. O mesmo se aplica a hospedagem, alimentação e às atividades de entretenimento que diferem desde em um resort no meio rural até aquela que ocorre na casa de agricultores. (Nitsche, 2021, p. 120)

Porém, o setor turístico, quando inserido no ambiente rural, não se mostra apenas como uma prestação dos serviços disponíveis naquela localidade, mas uma forma de usufruir de práticas antigas de uma população.

Assim, práticas comuns à vida campesina, como o manejo de criações, o cultivo da terra, as manifestações culturais, a culinária e a própria paisagem - esteja ela caracterizada pelo Cerrado, pela Amazônia, pela Mata Atlântica - passam a ser consideradas componentes do produto turístico rural e, conseqüentemente, valorizadas por isso (Brasil, 2010, p. 19).

Nota-se que nesse tipo de turismo há um resgate e promoção do patrimônio cultural e natural daquele ambiente, com relação direta com a cultura e identidade do povo, condição relevante à boa prática desse tipo de turismo no meio não urbano.

Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos de Turismo Rural, devem contemplar com a maior autenticidade possível os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os costumes, os ofícios, as festas, os “causos”, a culinária), e primar pela conservação do ambiente natural, da paisagem e cultura (o artesanato, a música, a arquitetura) (Brasil, 2010, p. 19).

Contudo, o turismo de massa pode afetar de forma direta até mesmo regiões rurais de pequeno porte ao fazer “com que um expressivo número de empreendedores de todas as regiões investissem nesse segmento, muitas vezes de forma pouco profissional ou sem o embasamento técnico necessário” (Brasil, 2010, p. 13 e 14). Como consequência é possível perceber questões negativas quanto a implementação desse segmento, principalmente sobre a sobrecarga da estrutura rural, tanto pela quantidade elevada de turistas e veículos, quanto por problemas relacionados à degradação ambiental, legalidade dos serviços e descaracterização do meio e da própria atividade (Brasil, 2010).

Assim, espera-se que esse tipo de turismo ocorra de maneira sustentável e que preserve a cultura identitária do povo que habita a região visitada. Assim entende Araújo (2020), que destaca as políticas públicas como balizadoras das práticas desse segmento, estruturando princípios de sustentabilidade social, econômica e ambiental.

1.4 Turismo em áreas rurais: dos imaginários ao não-lugar

O espaço não urbano é definido pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) como rural, sendo que este, conforme Jesus (2003, p. 16), “abriga diversos empreendimentos e experiências que podem caracterizar vários tipos e segmentos de turismo, não apenas o Turismo Rural. O autor destaca ainda que “muitas práticas turísticas que ocorrem no espaço rural não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas, ou ócio de cidadãos, que ocorrem alheias ao meio em que estão inseridas”. Isto posto, nota-se que há um imbricamento com o urbano, que pode transpor ao rural parte de seu cotidiano.

O Brasil, em somente quatro décadas, dos anos 1940 aos 1980, inverteu “a proporção de população rural/urbana” (Silva, 2009, p. 2), sendo que, hoje, 87,4% da população do país vive em regiões urbanas, enquanto 12,6% habita zonas rurais, segundo o censo demográfico do IBGE (2023). Quando comparado ao ano de 2010, em que 84,4% viviam em locais urbanos, nota-se um aumento significativo de pessoas migrando para regiões urbanas.

Nestes tipos de espaços ocorrem transformações que são resultantes de um processo de globalização que se refletem nas relações das pessoas com o tempo, o ambiente e o cenário social (Sá, 2014). A partir disso é possível analisar a existência de um lugar antropológico e um não lugar, conforme destaca o autor mediante noções trazidas por Marc Augé. O antropológico é um local carregado de sentido, significado, identidade e história, enquanto os não lugares são espaços de passagem e consumo, indiferentes à memória de um povo. Nesse último pode ocorrer a perda identitária, a homogeneização e a fugacidade, apagando singularidades culturais (Augé, 1994).

O espaço rural pode ser transformado em um não lugar, quando ele não se reconhece como experiência coletiva da comunidade e da memória local (Sá, 2014). Isso pode acontecer quando esse tipo de ambiente apresenta uma urbanização turística acelerada, decorrente de mudanças contínuas na sociedade. Para Jesus (2006, p. 3), isso “corresponde basicamente à constatação da existência de formas

específicas de produção do espaço urbano engendradas a partir da atividade turística, sobretudo quando esta se impõe como dominante na economia local”.

O imaginário coletivo sobre o meio rural pode atrair maior número de visitantes, muitas vezes motivados pelos mesmos interesses, o que gera grandes concentrações de pessoas em um mesmo local. Percebe-se isso quando se observa que:

Nas grandes cidades do país, assistimos, ou participamos, do crescimento de fenômenos como o diversificado mercado de produtos “naturais”; a inauguração de restaurantes de comidas típicas; os pacotes de turismo ecológico e rural para hotéis-fazenda; o uso na cidade de carros como modernos jipes e picapes, tidos antes como modelos de veículos rurais; a abertura de lojas de moda country; os recordes de venda de discos de música sertaneja; os televisivos e concorridos rodeios; os inúmeros pesque-pague no entorno metropolitano; o treinamento de altos executivos, feito por profissionais da área de recursos humanos, no ambiente desafiador de matas e montanhas; a grande audiência de novelas de temas rurais; a abertura de casas noturnas de forró para público universitário; a oferta de chácaras de lazer para venda e aluguel; os isolados condomínios rurais de luxo e outras expressões mercadológicas (Silva, 2009, p. 2).

Esse imaginário gira em torno de todo um pensamento social da vida no espaço rural que decorre, em parte, sobre o que os meios de informação apresentam de forma visual sobre este tipo de ambiente, criando um imaginário coletivo sobre ele. “Essas imagens, quando agrupadas, são componentes de um discurso que se mostra sedutor e com grande poder de influência, pois representam as localidades turísticas com alta carga estética” (Conceição, 2023, p. 506).

De acordo com o autor, o termo “imaginação” passa pela imagem, ou seja, o “poder que faz o mundo aparecer aos humanos, é uma força que transforma o mundo interior em exterior”, gerando imaginários. Esses são conjuntos “de representações coletivas que está em perpétua disputa por vários grupos sociais, políticos e econômicos, conferindo autoridade e legitimidade para o grupo que controla esse conjunto de representações” (*Idem, Ibidem*).

Com isso, esse imaginário, por ser construído a partir de imagens, carrega conceitos prévios sobre o que se espera encontrar, como é o caso do meio rural. Isso ocorre devido ao fato de que a cultura e a identidade dos povos que ocupam esse espaço tendem a ser temas fortes em seus cotidianos, tendo em vista que:

A concepção de meio rural adotada baseia-se na noção de território, com ênfase no critério da destinação da terra e na valorização da ruralidade. Nos territórios rurais, os elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial manifestam-se, predominantemente, pela destinação da terra, notadamente focada nas práticas agrícolas e na noção de ruralidade, ou seja, no valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural (Brasil,

2010, p.18).

Os fatores que, usualmente, atraem turistas e visitantes, tem por cerne características diversas do meio rural, como “a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, o modo de vida, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza” (*Idem, Ibidem*). Além disso, destaca-se a paisagem rural, outro fator de atratividade naquela região (Brasil, 2003).

Conceição (2023, p. 510) também entende que “o olhar do turista se volta àquilo que se situa fora da esfera habitual de vivência”, ou seja, dos aspectos paisagísticos, sociais, culturais e identitários de outra comunidade que se distanciam da experiência cotidiana de quem visita o local. Isso se mantém não somente com o imaginário do turista sobre o lugar, mas também sobre uma expectativa que é “fomentada, mantida e reforçada através de diversas práticas não turísticas, como o cinema, a fotografia, a televisão, a literatura entre outros” (*Idem, Ibidem*).

A construção do imaginário sobre o turismo possui, contudo, a estereotipação das imagens, fato que ocorre mediante a consolidação de narrativas sociais hegemônicas legitimadas pela “publicidade, que capta o olhar do turista. Por ser um imaginário de um grupo dominante, a imaginação social em turismo perpetua, também, as relações de dominação e o estilo de vida da classe que controla as representações comuns (Conceição, 2023, p. 510-511). O autor também entende que, “no que pese todo o aspecto possivelmente positivo e comumente exaltado a respeito da atividade turística, o processo ao qual o imaginário social está inserido causa adversidades e, no turismo, gera reações de enfrentamento diversas” (*Idem, Ibidem*).

A partir desse imaginário, cria-se, dependendo do local, o processo de oferta e de procura dos espaços rurais como destinos turísticos. E, como visto, a partir de uma urbanização turística acelerada e mal planejada, pode-se tornar um lugar somente de passagem, ou seja, um não lugar (Sá, 2014). Perde-se, assim, como consequência, a identidade social e configura-se, conseqüentemente, um destino de turismo de massa, em que as pessoas visitam sem saber a história e ter contato com a real cultura dos lugares visitados.

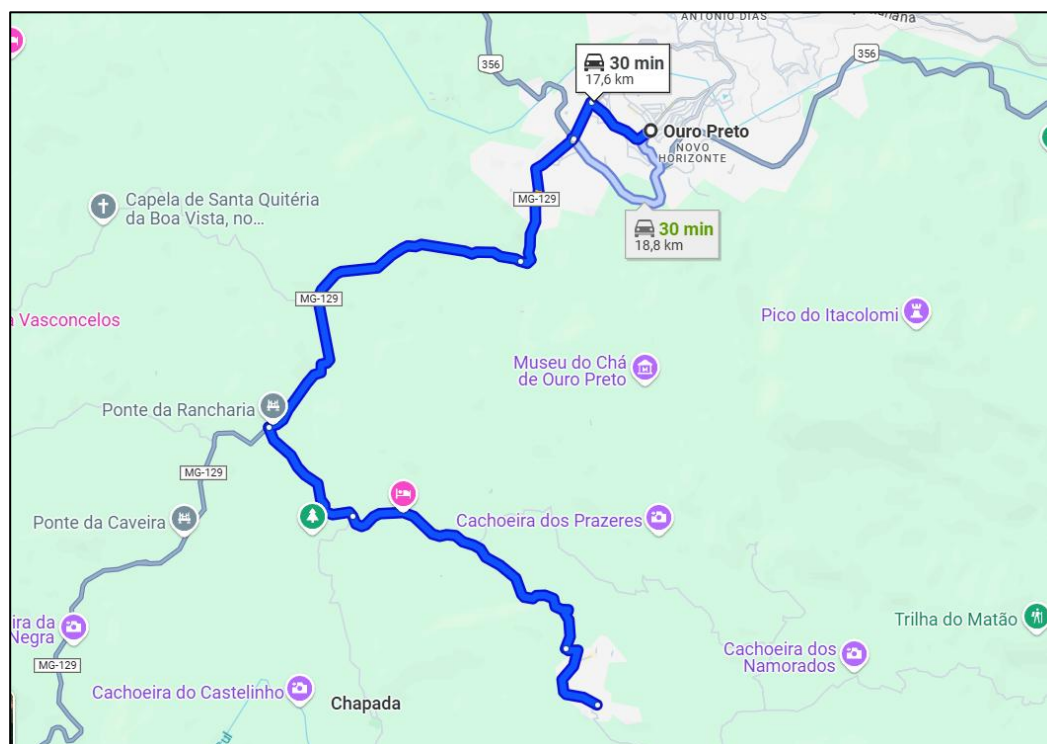
2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CENÁRIO TURÍSTICO EM LAVRAS NOVAS

A procura pelo turismo em espaços rurais apresenta-se como uma tendência atual e em crescimento, tendo em vista a “busca do natural, do orgânico, do particular” (Brasil, 2003, p. 37) que são valorizados pelos públicos. A partir disso, discute-se a seguir o distrito de Lavras Novas, região rural que vêm se consolidando, cada vez mais, como um atrativo turístico bastante procurado no estado de Minas Gerais.

2.1 Localização Geográfica

O Plano Diretor de Ouro Preto, estabelecido pela Lei Complementar nº 29 de 28 de dezembro de 2006, declara em seu artigo 8º que o município é dividido em 13 distritos, sendo um deles Lavras Novas (Ouro Preto, 2006), que fica a cerca de 17,6 quilômetros da sede distrital², como visto no mapa 1. O núcleo urbano do distrito está situado numa altitude média de 1350 metros acima do nível do mar, sendo a região submetida ao “domínio do clima subtropical de altitude” (Varajão, 2014, p. 78).

Figura 1 – Mapa da distância entre Ouro Preto e Lavras Novas



Fonte: Google Maps (2025)

² Imagem obtida em <https://maps.app.goo.gl/L72SYeMQsJ4AqVqb9>

De acordo com a Fundação João Pinheiro (2024), instituição pública vinculada à Secretaria de Estado de Planejamento e Gestão de Minas Gerais, a região possui área de 42,76 km e, em dezembro de 2024, mantinha 313 domicílios particulares permanentes ocupados. O último censo demográfico do IBGE, em 2022, revelou que a população do distrito era de 1.002 habitantes (SIDRA, 2022), composta, em sua grande parte, por pessoas de origem africana, cuja característica “reflete a diversidade étnica e cultural que contribuiu para a formação e desenvolvimento de Lavras Novas ao longo dos séculos” (Gomes, 2024, p. 28). Esse fato possui relação com a formação da identidade da comunidade e com a história do surgimento do distrito, no século XVIII, “período marcado pela expansão territorial motivada pelo esgotamento das minas em outras regiões” (Gomes, 2024, p. 28).

Figura 2 – Mapa dos distritos de Ouro Preto



Fonte: Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Prefeitura de Ouro Preto (2025)³

Estima-se que a ocupação humana de Lavras Novas ocorreu especificamente em 1716, com a exploração de Bandeirantes e de mineradores motivados pelo apogeu do ciclo do ouro. A região seria remanescente de um quilombo, devido a quantidade de pessoas escravizadas vindas da África que foram trazidas para serem utilizadas como mão-de-obra.

³ <https://www.ouropreto.mg.gov.br/turismo/dados-geograficos>

Grande parte das ocupações do distrito de Lavras Novas ocorreu ao redor da capela Nossa Senhora dos Prazeres⁴, originária do século XVIII, e de uma alameda principal, como ocorreu de forma semelhante em diversos outros núcleos urbanos de Minas Gerais (Martins, 2023). Porém, com a queda da exploração do ouro de aluvião a partir de 1750, os habitantes do local foram obrigados a encontrar outros tipos de renda que não viessem de fora do distrito.

Figura 3 - Ocupação da população em torno da capela



Fonte: Pousada Província (2022)

A localização e a ocupação de Lavras Novas delimitam-se sobre uma colina pedregosa de forma linear ao longo da cumeeira, que é contornada por uma rede hidrográfica marcada por encostas verdes cobertas por vegetação rasteira (*Idem. Ibidem*). A localização do distrito está entre os motivos pelos quais as pessoas visitam e praticam o turismo. Porém, isso aconteceu tardiamente, uma vez que foi “apenas a partir do crescimento do turismo nas pequenas localidades históricas, acentuado no final do século XX, e em especial no início século XXI, esta começou a atrair grande fluxo de turistas (Martins, 2023, p.19)”.

⁴ <https://www.pousadaprovincia.com.br/eventos-em-lavras-novas-julho-de-2022-exposicao-cultural/>

2.2 Turismo e Urbanização em Lavras Novas

O turismo em Lavras Novas teve seu início marcado mais especificamente em 1990, quando a atividade se expandiu e o distrito começou a receber visitantes. Antes o local se mantinha isolado devido às dificuldades de acesso e de deslocamento da população. A principal fonte de renda era o artesanato, a agricultura e o trabalho em indústrias localizadas em Ouro Preto. O período ainda foi marcado pelo:

(...) declínio da produção de alumínio pela siderúrgica e a redução da mão de obra empregada, correspondendo também com a intensificação das atividades turísticas. Neste período, as transformações do entorno de Lavras Novas, como áreas de remoção da cobertura vegetal, diminuíram, de modo que as maiores alterações se concentraram no núcleo urbano. Em um período de 20 anos (1986-2006), a área construída aumentou 3,5 vezes, representando 42 hectares a mais sobre os 16,9 hectares que havia em 1986. (Varejão, 2014, p. 86).

A expansão urbana do distrito aconteceu principalmente pelo turismo e “a partir de construções, como estabelecimentos de hospedagem e de restauração, voltadas para uma população flutuante em detrimento de funções residenciais que seriam destinadas à população fixa” (Varejão, 2014, p. 86). Porém, a chegada da luz elétrica e a melhoria na estrada de acesso por onde chegam os primeiros turistas vindos, em grande parte de Ouro Preto, Belo Horizonte e região metropolitana foram fatores de estímulo ao setor (Chaves, 2015).

Figura 4 - Estrada de acesso ao distrito



Fonte: Autora (2025)

O aumento crescente do turismo ecológico e cultural na região fez com que surgissem os primeiros meios de hospedagem e restaurantes abertos pelos próprios

moradores, como forma de trazer outra fonte de renda àqueles que moram no distrito. Algumas pessoas da comunidade começaram a “construir chalés para aluguel, alugar cômodos em suas casas, abrir lojas de artesanato, tudo apara se adaptar a crescente demanda dos turistas e conseguirem também lucrar com esta atividade, da qual, no início, encontravam-se marginalizados” (Chaves, 2015, p. 3).

É devido as edificações e ao traçado histórico do século XVIII, culinária típica, paisagem natural e cultural que se pode perceber um aumento na atratividade daquele local, mais especificamente uma urbanização turística acelerada (Martins, 2023), que ocorre quando se existem formas específicas de produção do espaço urbano geradas a partir da atividade turística, mas principalmente quando ela se demonstra dominante na economia local (Jesus, 2006).

Lavras Novas sofre algumas consequências advindas da urbanização turística acelerada como a gentrificação, fenômeno resultante do turismo que pode trazer benefícios econômicos para aqueles que acabam empreendendo e em geral são de fora, mas, ao mesmo tempo, malefícios que afetam a comunidade (Gomes, 2024), que representa boa parte da mão-de-obra, com baixos salários e sem acesso a recursos e ou políticas de inclusão, seja no contexto social em geral, seja no contexto mercantil representado pelo crescimento do turismo. Surge, então, a necessidade de políticas públicas efetivas para o desenvolvimento desses locais (Gomes, 2024). Além disso há também a questão da mobilidade⁵, que tem se apresentado como um desafio na atualidade, principalmente na mancha urbana do distrito, devido ao fato de que:

Essas áreas geralmente apresentam um traçado urbano desenvolvido em momentos anteriores à adoção dos modais motorizados como opções de mobilidade para muitos moradores. Assim, enfrentam muitas dificuldades para conciliar vias estreitas e tortuosas com a presença de carros particulares, em especial quando testemunham fortes ondas de exploração turística. Esta situação se agrava ainda mais quando, nesses centros urbanos, não há muito investimento em transporte público, nem para seu acesso, nem para a circulação interna, cenário comum em pequenos distritos históricos (Martins, 2023, p. 5).

Nota-se, que o desenvolvimento socioespacial dessa região ocorreu antes do

⁵ Relativa à saturação viária decorrente das ruas estreitas do distrito, que não foram projetadas para o atual volume de carros e pedestres, gerando dificuldades de circulação e de estacionamento. A questão da mobilidade sobressai especialmente em fins de semana e feriados, gerando impactos à infraestrutura viária, como ações de manutenção e recuperação frequentes de vias; à qualidade de vida dos moradores, afetados com a poluição sonora e visual; e à contemplação e uso pleno dos espaços públicos, naturais e do patrimônio.

"boom" turístico e da exploração promovida pelos eventos e empresas do setor. A partir disso, criou-se uma ideia sobre o que o local representa, uma área com atratividade típica dos espaços rurais, mas que vem sendo gradativamente impactada por um processo de urbanização. Esse que vem alterando sua identidade anterior e modificando o resultado sobre a produção do imaginário das pessoas, de uma pequena vila rural à ideia de "cidadezinha". Varejão (2014) constata que:

(...) a tendência de expansão e adensamento urbano de Lavras Novas, somada ao aumento populacional dos últimos anos, irá aumentar as pressões humanas sobre o ambiente e, principalmente, sobre os recursos hídricos. As atividades turísticas ainda se encontram em expansão, evidenciadas pelo contínuo aumento do número de hospedagens e de estabelecimentos de restauração (Varejão, 2014, p. 86).

A pesquisa realizada pelo autor, no ano de 2014, demonstra o que já vêm acontecendo no distrito nos últimos 10 anos: uma urbanização turística acelerada, com consequências ambientais, culturais e identitárias. O espaço gerado pelas diferentes relações humanas teve como histórico o fato de que:

(...) as atividades agrícolas foram perdendo espaço e as não agrícolas, desenvolvidas em torno do turismo, despontaram como principal fonte de emprego e renda. Em consequência do contato entre grupos diversos propiciado pela atividade, os habitantes do local, hoje, se encontram cada vez mais mesclados a uma população oriunda de grandes centros urbanos, que tem se deslocado para Lavras Novas. A promoção do turismo no distrito acarretou importantes transformações espaciais, através da ampliação da infraestrutura necessária para atender aos visitantes, frequentemente estimulada pelo poder econômico dos agentes "de fora (Dutra, 2013, p. 57).

A reconfiguração dos habitantes de Lavras Novas ocorreu, porém, numa área remanescente do século XVIII que ainda mantém, na atualidade, o traçado das ruas daquela época. Nota-se, no distrito, que essa condição não é adequada ao tráfego de veículos, que tomam conta das ruas estreitas que, em alguns pontos, não contam com calçamento. Nos períodos de temporada ou feriados, por exemplo, as pessoas "enfrentam muitas dificuldades para conciliar vias estreitas e tortuosas com a presença de carros particulares, em especial quando testemunham fortes ondas de exploração turística" Martins (2023, p. 5). Segundo o autor, a situação é agravada devido a falta de investimentos em mobilidade que é "comum em pequenos distritos históricos".

Figura 5 – Movimentação de carros e pessoas no distrito



Fonte: Marcelo Ramos (2025)

Devido ao fluxo turístico no distrito, ou seja, o ir e vir dos turistas, espera-se que ocorram diversas trocas socio-culturais, entre a população nativa e quem visita o local, fato que pode gerar benefícios. Porém isso é pouco percebido devido ao fato de que o turismo utiliza o lugar como meio de gerar economia e não de compartilhar culturas e costumes, algo que pode ser percebido nas entrevistas com os moradores, turistas e empresários, e no cotidiano destes.

Além disso, também existem condições negativas à população e os turistas, como “problemas ambientais, como a poluição, o barulho, a falta de alguns serviços sanitários, a ocupação desordenada dos ambientes, o aumento do lixo deixado nas vias públicas, a contaminação dos rios, etc” (Dutra, 2013, p. 62).

Consequências que também podem aparecer são problemas de mobilidade e descaracterização da paisagem e do uso do ambiente do distrito que foram, por exemplo, fatores que motivaram o tombamento municipal da área urbana em 2022. Essa é entendida por Martins (2023) como um instrumento fundamental de preservação do patrimônio cultural, destinado a proteger a identidade, a memória e a integridade física de um sítio histórico.

A ação ocorreu exatamente devido a exploração turística no local, como tentativa de reduzir a especulação imobiliária, algo que faz com que cada vez mais empresários tivessem o interesse de construir edificações para além do padrão das

casas que já existiam. Com o tombamento, as edificações passaram a seguir o modelo de arquitetura já existente no distrito, para se manter uma identidade paisagística no local, essa teve:

(...) dois momentos distintos na configuração de Lavras Novas, sendo um primeiro caracterizado pelo desenvolvimento de uma peculiar arquitetura vernacular, aliada a um traçado urbano orgânico, explicada pela exploração das jazidas auríferas, seguido de um período de intensas transformações, principalmente a partir da segunda metade do século XX, no qual o turismo passou a ter uma crescente importância (Varajão, 2014a, p. 114).

Figura 6 - Edificação iniciada antes de 2022 fora do modelo de tombamento



Fonte: Autora (2023)

Além disso, transformações culturais também ocorrem e podem culminar na mudança identitária do distrito. Esses impactos consequentes da urbanização turística podem gerar “conflitos entre os atores do setor privado, que exploram o turismo, e a população nativa, que passa a sofrer com esses danos” e colocar em dúvida “políticas para promover o turismo como elemento do desenvolvimento rural sustentável, que configura, de certa forma, uma representação social do Estado” (Dutra, 2013, p. 62).

Compreende-se, então, que o surgimento e desenvolvimento do turismo criam um fenômeno que abrange o deslocamento de pessoas nos espaços geográficos onde a interação social é produzida e percebida. Sobre esses espaços entende-se que:

Suas formas e conteúdos encontrados são elementos fundamentais para o desenvolvimento do turismo, já que está ligado ao processo da evolução humana, cada local obterá um sistema cultural, histórico, legado, sendo eles abertos a transformações de acordo com cada necessidade interna ou externa (Gomes, 2024, p. 17).

A urbanização turística desponta como evento humano que gera o crescimento repentino do espaço, caracterizado como uma “área edificada das construções,

eminentemente voltadas para uma população flutuante, que supera muitas vezes as formas de urbanização de predomínio de função residencial” (Varajão, 2014, p. 86). Fora as transformações já mencionadas, é notável o crescimento acelerado e, por vezes, desordenado do setor de serviços em Lavras Novas, especialmente no que diz respeito à hospedagem e à gastronomia. A partir da década de 1990, com a consolidação do turismo como atividade econômica predominante, houve uma verdadeira “invasão” de empreendimentos voltados ao atendimento de visitantes. Pousadas, chalés, restaurantes e bares multiplicaram-se rapidamente, muitas vezes ocupando espaços que antes eram destinados à moradia ou a usos comunitários.

Figura 7 – Área urbana de Lavras Novas em 1989



Fonte: Vera Godoy – Jornal Estado de Minas Gerais

Figura 8 – Área urbana de Lavras Novas em 2025



Fonte: Marcelo Ramos (2025)

Esse processo de redesenho alterou não apenas a paisagem urbana do distrito como é possível verificar nas figuras 5 e 6, que possuem 36 anos de diferença entre elas. Nota-se que, no período, intensificou-se a pressão imobiliária, elevando o custo de vida e contribuindo para o fenômeno da gentrificação, no qual moradores antigos são gradualmente substituídos por investidores externos ou convertem suas próprias residências em negócios turísticos.

Figura 9 – Expansão imobiliária no distrito



Fonte: Marcelo Ramos (2025)

A proliferação da oferta de projetos imobiliários, apesar de ser fonte de geração de emprego e renda, expõe também a fragilidade do planejamento territorial e a falta de regulamentação adequada, resultando em uma urbanização que prioriza o turista em detrimento da qualidade de vida da população residente e da preservação da identidade local. A paisagem natural é prejudicada com as construções, que passam a competir com as serras que caracterizam a região.

2.3 Principais pontos turísticos de Lavras Novas

O turismo é uma das principais atividades econômicas de Lavras Novas, com foco em atrativos como a natureza, gastronomia, ecoturismo e história (Gomes, 2024). O distrito possui, principalmente, opções relacionadas ao turismo cultural e ecológico, como visitas às cachoeiras, mirantes, trilhas e ao patrimônio histórico representado pela igreja Nossa Senhora dos Prazeres, datada de 1762. Varajão (2013, p. 117) relata que o templo foi construído a pedido dos moradores do povoado, “com configuração arquitetônica semelhante à dos dias atuais, figurando como filial da freguesia de Santo Antônio de Itatiaia (atual distrito de Ouro Branco-MG)”.

A igreja mantém-se como símbolo central do distrito, sendo ladeada por casas de moradores locais. Contudo, parte das habitações foi configurada como casas de aluguel para temporada, comércios e restaurantes. Segundo Varajão (2013, p. 117), “antigamente, os locais mais valorizados do povoado eram próximos à igreja, de modo que era costume pagar foros ao clero de acordo com o tamanho da testada do terreno”. Atualmente, a frente da igreja oferece espaço de estacionamento para carros.

Imagem 10 - Igreja Nossa Senhora dos Prazeres e edificações locais



Fonte: Autora (2025)

Além da igreja, parte dos atrativos se concentram na mancha urbana do distrito, como os relacionados à hospedagem e à gastronomia. Não foram encontrados dados

Fonte: Autora (2025) – criado no site MyMaps, Google

Ao observar esses mapas e atrativos percebe-se que parte está na mancha urbana do distrito, com exceção dos atrativos naturais, que se apresentam na parte periférica da região. Isso é devido, principalmente, ao turismo que passou por um processo de desenvolvimento com a evolução do setor, sendo pioneira em Ouro Preto no investimento em ecoturismo (Gomes, 2024).

Esse foco no turismo têm surgido como um aliado à movimentação econômica da vila, o que tem trazido notoriedade e divulgação para o local. Isso é evidenciado pela demanda considerável, em especial nos finais de semana (Gomes, 2024). Nas visitas técnicas realizadas em Lavras Novas é factível afirmar que essas condições explicitadas pela autora são evidentes no cotidiano da comunidade, principalmente quando se percebe a relação turista-morador.

2.4 Lavras Novas no contexto turístico comercial

O espaço vivido é criado por imagens e símbolos que se tornam ambientes de representação, ou seja, é onde a imaginação se forma (Lefebvre, 2006). Com isso, compreende-se que o imaginário coletivo é produzido por imagens que, ao serem agrupadas, tornam-se componentes de um discurso atrativo e com poder de influência (Conceição, 2023). Lavras Novas é, de forma significativa, exposta pelos meios de comunicação como um local tranquilo, pacato e com atrativos relacionados à cultura e natureza.

Há um imaginário que é propagado pelas interações sociais e, sobretudo, nas mídias digitais, onde o turismo é divulgado de maneira comercial. Em outros termos: o objetivo principal é “vender o local” e usar os sites oficiais e páginas nas redes sociais como o Instagram, por exemplo, para a captação de clientes.

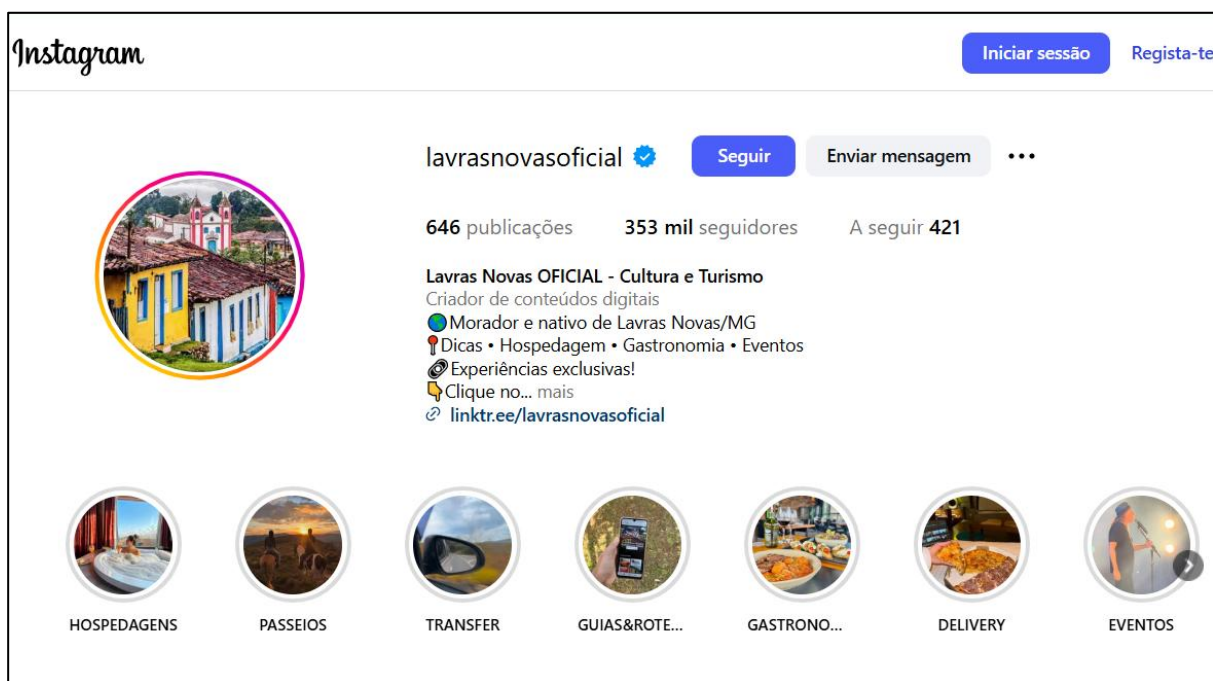
A divulgação do imaginário sobre o distrito e seus atrativos a fim de estimular interações sociais é passível de ser constatada em mídias oficiais⁶ no Instagram ou em páginas de divulgação turística⁷. É o que demonstram, a seguir, as figuras de 11 a

⁶ <https://www.instagram.com/lavrasnovasoficial/>

⁷ <https://www.lavrasnovas.com.br/>

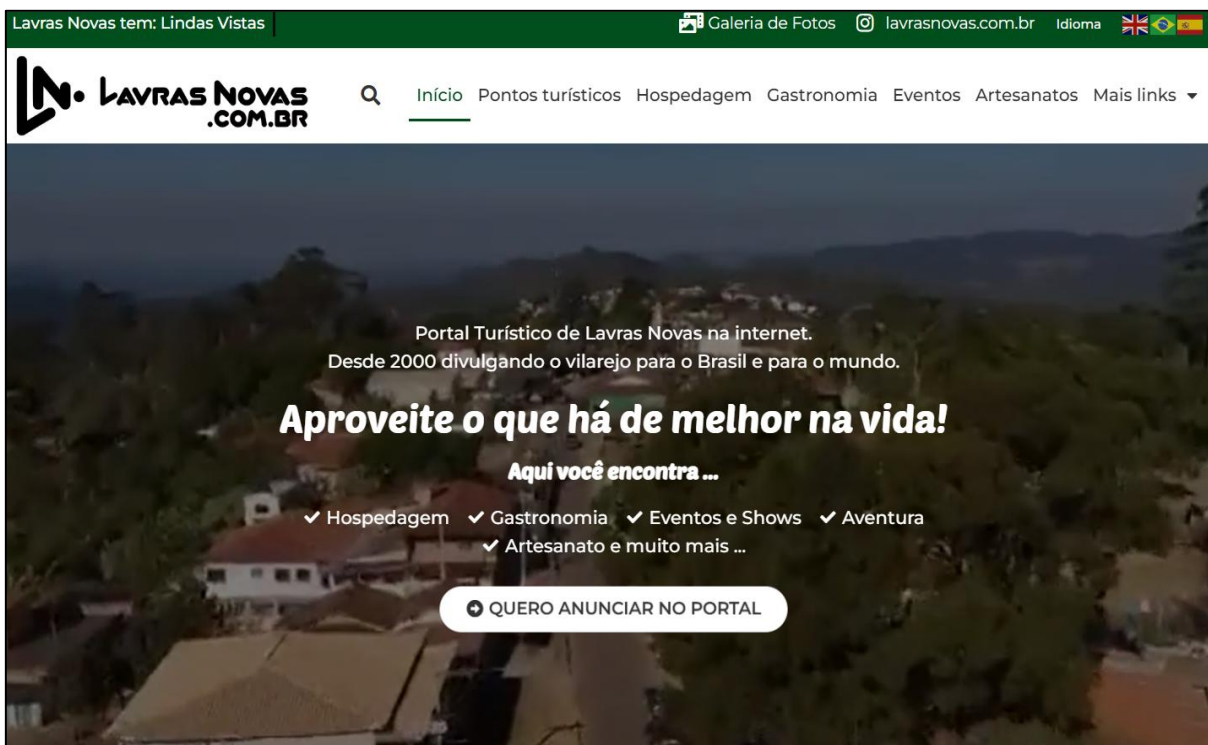
14, que evidenciam estratégias imagéticas distintas que contém, particularmente, o apelo ao turismo no local.

Figura 13 - Página oficial de Lavras Novas no Instagram



Fonte: Instagram (2025)

Figura 14 - Site “Portal Turístico de Lavras Novas”



Fonte: Portal Lavras Novas Oficiais (2025)

Figura 15 - Site Viva Lavras Novas



Fonte: Viva Lavras Novas (2025)⁸

Figura 16 - Site “Lavras Novas Oficiais”

⁸ <https://vivalavrasnovas.com.br/>



Fonte: Lavras Novas Oficial (2025)⁹

Ao analisar esses meios de divulgação percebe-se a construção da imagem do que é Lavras Novas, ou seja, de um imaginário coletivo gerado por percepções gerais do destino, apresentado como acolhedor, charmoso, tranquilo e repleto de atrativos turísticos, principalmente naturais e culturais.

Isso ocorre porque o turismo, ao ser integrado a um conjunto maior de imagens, insere-se na imaginação social dominante, criando uma pré-disposição sobre o que é visto (Conceição, 2023). O contexto do turismo comercial surge da imagem que, muitas vezes, quando “estampada em uma publicidade turística mostra, com alta carga de detalhes, os componentes de uma paisagem natural ou cultural” (Conceição, 2023, p. 509). Gerar impacto é, neste contexto, uma forma de estímulo à visita do local e seus atrativos:

O turista, ou mesmo uma pessoa sem motivações turísticas, ao ter acesso a essa profusão de imagens que representam alguma localidade, facilmente pode tomar as representações como realidade em si. Há, de certo, a imaginação turística através da literatura e da música, no entanto, o imaginário coletivo em turismo se forma com mais peso a partir da publicidade turística. É pertinente, aqui, determinar que as imagens criadas e compartilhadas por turistas de forma espontânea, uma vez inseridas em plataformas sociais de interação como Instagram, Facebook ou outras, também integram a publicidade turística pois, de acordo com Baudrillard (1991), essas imagens tendem para a publicidade, não de forma nominal, mas sim com forma publicitária, isto é, uma simplificação da publicidade tradicional que permeia as interações sociais (Conceição, 2023, p. 509)

No entanto, esse imaginário coletivo faz com que o destino passe a ser visto

⁹ <https://www.lavrasnovasoficial.com.br/>

como um produto a ser adquirido e consumido e, conseqüentemente, as empresas e prestadores de serviços turísticos tendem a investir no local, motivado pelo fluxo de receitas da atividade econômica (Conceição, 2023). Isso pode acarretar em uma sobrecarga de turistas no local, derivada também, de certa forma, da urbanização turística acelerada, pois esse turismo é:

(...) incentivado pela mídia, que acompanha o modelo capitalista de desenvolvimento, só é possível por meio da expropriação e exploração da natureza e das comunidades, obedecendo a um ritmo imposto pelo capital. Os interesses estão no consumo final, nas fotografias, e não na experiência interativa. “A indústria turística, tal como está atualmente, é um dos principais frutos do neoliberalismo e da globalização e se alimenta, principalmente, da expansão do sistema de comunicação” (Chaves, 2011, p. 4)

Entende-se, assim, que a publicidade está envolta nessa criação de imagens que formam o local que podem, muitas vezes, usar imagens e ideias estereotipadas de forma desmedida e vazias de significados sociais e históricos. Essas podem enganar os consumidores, uma vez que se ocultam:

(...) uma série de informações importantes que deveriam ser analisadas se a tônica da relação fosse de confiança, como, por exemplo, as relações sociais que ocorrem durante a prestação de algum serviço, os conflitos cotidianos da localidade representada ou até mesmo a existência de alguma crise humanitária. Nas imagens compartilhadas em redes sociais, as realidades locais parecem não existir frente às belezas naturais desses locais (Conceição, 2023, p. 509).

Quando se relaciona as afirmações de Conceição à realidade das pequenas comunidades onde o turismo ocorre observa-se o desencadeamento de um processo de alienação pelas mídias que instigam “a padronização de hábitos e o turismo predatório, interferindo diretamente na identidade sociocultural de um povo” (Chaves, 2011, p. 3). É neste sentido que se entende o processo identitário de Lavras Novas, no qual o turismo se constitui como principal fonte de renda.

As principais tradições populares, que faziam parte do cotidiano do vilarejo, foram quase totalmente esquecidas devido à criação de um novo imaginário. Chaves (2011, p. 3) diz que tratar as “transformações ocorridas nas manifestações populares das pequenas comunidades é tratá-las como um termômetro das repercussões do turismo e da mídia na identidade sociocultural local”.

Portanto, faz-se o debate sobre a construção da imagem, para que ela não seja a principal forma de divulgação, mas um lugar que não é somente acolhedor e bonito paisagisticamente. É o caso de Lavras Novas, exibida como um “refúgio mágico”, de

“aventura e encantos”, onde é possível apreciar o que “há de melhor na vida”. Porém, outras imagens são ignoradas e, ao serem confrontadas com o que é idealizado, podem gerar contrastes àqueles que visitam o local.

2.5 Lavras Novas no cenário jornalístico

Lavras Novas é apresentada pelo jornalismo de diversas formas e aspectos, como em artigos que tratam de temas culturais e outros que abordam questões estruturais do distrito, como saúde, educação, saneamento e iluminação. Essas pautas ressaltam a configuração do imaginário coletivo do lugar como eminentemente turístico, de valor natural, cultural e histórico. O jornal “Estado de Minas Gerais”¹⁰, por exemplo, reforça essas peculiaridades ao destacar o local como próximo aos grandes centros, assim como o site Terra¹¹, que mostra lavras Novas como o vilarejo mais frio do país, como mostram as figuras 15 e 16.

Figura 17 - Notícia sobre Lavras Novas no “Estado de Minas”



Fonte: Estado de Minas (2020)

¹⁰ https://www.em.com.br/app/noticia/turismo/2020/10/27/interna_turismo.1198407/lavras-novas-te-espera-para-um-refugio-aconchegante-entre-as-montanhas.shtml

¹¹ <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/lugar-mais-frio-do-brasil-e-um-vilarejo-com-1500-habitantes-conheca,183dfa94c7c0bce25ee7aa38db87028a7e8axe1.html#:~:text=Hist%C3%B3ria%20preservada%20e%20cen%C3%A1rio%20de,e%20boas%20cartas%20de%20vinhos>

Figura 18 - Notícia sobre Lavras Novas no site “Terra”



Fonte: Terra (2025)

As figuras 5 e 6 apontam, em comum, o potencial turístico do distrito, gerando um tipo de divulgação do local para que o leitor tenha curiosidade de conhecê-lo. A primeira notícia, produzida no contexto pandêmico, traz a questão da tranquilidade e do sossego presente em Lavras Novas e como o turismo foi afetado pela covid-19. A matéria do Estado de Minas enfatiza, acima de tudo, o ar bucólico e caráter isolado e propício ao recolhimento.

“Escondido entre as montanhas da Região Central de Minas, esse refúgio, que faz parte do chamado Circuito do Ouro, é conhecido pela sua capacidade de acolhimento e o ar bucólico. Há atrações, inclusive, para quem quer se isolar, como os passeios por trilhas com vista para os vales locais” (Terra, 2025).

Já no site “Terra”, a matéria cita o imaginário comum de que o sul do país seja o local mais frio e como isso é um conceito incerto, sendo que Lavras Novas é o lugar mais frio do Brasil, apesar de o texto não apresentar a fonte que confirme a afirmação. A matéria informa ainda que o distrito “surpreende com temperaturas que dificilmente passam dos 20°C durante o ano - até mesmo no verão” (Terra, 2025).

O site adota, assim como a matéria do Estado de Minas, frases adjetivadas como “calmaria com charme e autenticidade”, o que novamente atribui ao local as características de tranquilidade e sossego.

“Mais do que um destino turístico, a cidade tornou-se sinônimo de paz e acolhimento para quem a visita. Em tempos de agitação constante, o sino da capela, o canto dos pássaros e o silêncio das serras de Lavras Novas são parte do encanto do local. Mesmo com o aumento de visitantes nos fins de semana, a vila mantém o ritmo tranquilo. Bares com música ao vivo animam as noites sem tirar o sossego característico das cidades pequenas” (Terra 2025).

Essas representações criam imagens prontas sobre o local para as pessoas que não o conhecem e vão visitá-lo. Isso ocorre porque “as representações sociais de um território resultam em conflitos justamente em função das construções imaginárias distintas sobre o uso e ocupação desse espaço” (Dutra, 2013, p. 59).

O local, que é caracterizado como um espaço rural de acolhimento, gera uma imagem de encontro com a natureza, tornando-se um meio de promoção do desenvolvimento. É nesse imaginário que se expressam expectativas e aspirações sociais, “constituindo um lugar de conflito entre a ideologia dominante e as forças que se sobrepõem aos dominados” (Dutra, 2013, p. 59).

Há outros assuntos que também estão relacionados ao distrito e que tem o turismo com elemento central. Um deles, publicado no Estado de Minas, mostra que a urbanização turística acelerada que não observa as consequências geradas aos moradores e aos próprios turistas.

Figura 19 - Notícia sobre Lavras Novas no “Estado de Minas”

Seções
ESTADO DE MINAS
Gerais
Pesquisar
Assinar
Entrar

ONTEM E HOJE

Lugarejo tranquilo, Lavras Novas vai da calma ao caos quando chegam os turistas

Saiba o que há por trás do lugarejo bucólico onde a população até sextuplica em feriados. As noites podem ser mais agitadas que na Savassi e a hospedagem varia dos R\$ 30 aos R\$ 3 mil

Daniel Camargos
publicado em 25/10/2015 11:00 / atualizado em 26/10/2015 11:14

Em alguns momentos, Lavras Novas é um paraíso adormecido
(Foto: Daniel Camargos/1010 A Pressa)

Lavras Novas – Sentado na soleira da porta, proseando sem pressa e observando o mar de montanhas, o morador de um dos 12 distritos de Ouro Preto vive em um lugarejo raro. Em um momento, é capaz de testemunhar o andar preguiçoso das vacas e burros buscando o verde que brota por entre as pedras na rua. Por sobre o lombo dos animais, vislumbra uma história secular, que remonta ao final do século 17. Em poucas horas, porém, o lavras-novense pode ver os ares do interior serem sacudidos por uma espécie de horda de modernidade, que enxota as sombras do passado como um bando de

MAIS LIDAS

- 06:00 - 25/09/2013 - Compartilhe:
Advogada que espalhou faixas em ruas recebe ligação de homem que conversou na internet
- 06:00 - 26/02/2021 - Compartilhe:
Enigma em Ouro Preto: estudo aponta origem de mural feito por escravos
- 13:34 - 08/05/2020 - Compartilhe:
Esterilização reduziu de 100 para 12 o número de capivaras na Pampulha
- 03:12 - 24/03/2014 - Compartilhe:
Mais de 200 advogados falsos atuam em Minas Gerais
- 11:56 - 10/10/2021 - Compartilhe:
Menina de 14 anos é filmada enquanto tomava banho em sítio alugado

Fonte: Estado de Minas (2015)¹²

A notícia debate as mudanças que o turismo tem causado a população e o local, sobretudo pela visão dos moradores. A entrevista com um morador da comunidade é um exemplo da preocupação com as alterações no ambiente.

“Em um momento, é capaz de testemunhar o andar preguiçoso das vacas e burros buscando o verde que brota por entre as pedras na rua. Por sobre o lombo dos animais, vislumbra uma história secular, que remonta ao final do século 17. Em poucas horas, porém, o lavras-novense pode ver os ares do interior serem sacudidos por uma espécie de horda de modernidade, que enxota as sombras do passado como um bando de pássaros assustados. O gado tem de dar espaço a veículos de luxo, que chegam abarrotados de turistas. Tomam seu lugar sobre a grama, espalhados em dezenas de cadeiras e mesas, consumindo cerveja com uma sede que, esta sim, parece histórica” (Estado de Minas, 2015)

Essa mudança se dá, principalmente, em decorrência da atividade turística na

¹² https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2015/10/25/interna_gerais,701181/lugarejo-tranquilo-lavras-novas-vai-da-calma-ao-caos-quando-chegam-os.shtml

localidade, que além de trazer impactos positivos, como a geração de renda e de empregos, traz também impactos negativos à comunidade, como excesso de veículos nas ruas; e para os turistas, que dispõe de hospedagem custando “dos R\$ 30 aos R\$ 3 mil”. Essas situações ocorrem, em especial, devido à urbanização turística mal planejada, já que “a introdução do turismo em áreas subdesenvolvidas pode resultar na necessidade de realocação dos moradores locais, muitas vezes associada à exploração dessas áreas para a implementação de novas construções e investimentos com propósitos turísticos” (Gomes (2024, p. 22).

Em compensação, há notícias que exibem ações que visam mitigar alguns dos problemas do distrito devido ao turismo, como a publicada no Estado de Minas referente a um projeto realizado pela associação de moradores de Lavras Novas.

Figura 20 - Notícia sobre Lavras Novas no “Estado de Minas”



Fonte: Estado de Minas (2025)

A matéria¹³ mostra que o objetivo do projeto é reduzir o fluxo excessivo de

¹³ <https://www.em.com.br/gerais/2025/06/7179247-lavras-novas-a-pe-convida-turistas-a-redescobrir-o-vilarejo.html>

automóveis decorrente da atividade turística, principalmente nos finais de semana. A iniciativa alega buscar a preservação do estilo de vida do distrito, assim como suas tradições e sua identidade, mantendo costumes e melhorando os impactos negativos derivados da urbanização turística acelerada.

Esse fator tem causado transtornos quando a mobilidade, tendo em vista o tamanho do distrito e a dificuldade de se utilizar automóveis nas ruas, causando muito trânsito, principalmente no núcleo central.

“O vilarejo tem uma estrutura pequena, com uma única rua principal. O acúmulo de carros dificulta muito a circulação de pedestres e o direito de ir e vir dos moradores. Além disso, os veículos acabam ofuscando a visibilidade de bares, restaurantes, lojinhas e outros estabelecimentos locais, prejudicando o comércio” (Estado de Minas, 2025).

A matéria traz ainda as opiniões dos moradores locais, especialmente a do presidente da associação de moradores, Gleisson Bispo. Ele relata que “o problema com o trânsito em Lavras Novas já preocupa desde 2010, mas nas últimas temporadas a situação se agravou” (Estado de Minas, 2025). A campanha incentiva que turistas e visitantes deixem seus veículos nas pousadas durante toda a estadia, para facilitar e diminuir a circulação de carros excessiva percebida no local.

As mídias locais tratam de lavras Novas, mas os assuntos se intercalam entre turismo, cultura e questões estruturais. O site “Geraes”, criado em 2024 a partir do Jornal Galilé, fundado em 1990, expõe a miscelânea de assuntos, quando verificadas as matérias publicadas entre setembro de 2024 a julho de 2025.

Contudo, os textos relacionam-se, em sua maioria, de forma direta ou não, com o turismo, como demonstram as matérias sobre shows, eventos e festas populares, como a dedicada à padroeira. Obras sobre infraestrutura, como a demonstrada na figura 9, por exemplo, também são temas tratados neste período.

Figura 21 - Portal Jornalístico Regional “Geraes”

GERAES SIGA O CANAL DO JORNAL GERAES NO WHATSAPP **Clique e siga**

OURO PRETO MARIANA ITABIRITO CONGONHAS MINAS GERAIS BRASIL EVENTOS - CARNAVAL FUTEBOL - SOBRE NÓS

Você está aqui Home Search results for: lavras novas

Search Results for: lavras novas

Obras de alargamento avançam na Serrinha de Lavras Novas
 jul 3, 2025 Júlia Martins



Em Ouro Preto, a Secretaria de Obras finalizou a primeira etapa das obras de alargamento da Serrinha de Lavras Novas na última segunda-feira (30). Após 10 meses de intervenções, um trecho com cerca de 630 metros de

Nos siga no **Google News**

tratar é ser consciente
ESTAMOS NO PERÍODO DE ESTIAGEM
 Use água de forma responsável para que não falte para ninguém
 Saneouro

CAMPAÑA DO AGASALHO
PONTOS DE COLETA:
 Câmara Municipal de Ouro Preto
 CAC Cachoeira do Campo
 Rodoviária Ouro Preto
 Prefeitura de Ouro Preto (Cidade)
 Secretaria Municipal de Educação
 UFOP - campus Ouro Preto
 FAOP - Casa Bernardo Guimarães (Cabeças)
 Secretaria Regional de Educação
 Fundação Getúlio
 Supermercado Farid (Cachoeira do Campo e Ouro Preto)

CÂMARA MUNICIPAL DE OURO PRETO
FAOP
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARANÁ
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO

Ministério da Cultura e Herculano Mineração apresentam
ESTÁÇÃO MINERADORA CORRÊA
OS TRILHOS FORTIFICAM NOSSA HISTÓRIA

Fonte: Geraes (2025)¹⁴

Outro portal jornalístico regional com um modelo parecido é o “Voz Ativa”, que teve a primeira versão impressa em 2009 por um então estudante de Jornalismo de Conselheiro Lafaiete, cidade há poucos quilômetros de distância de Ouro Preto. As notícias encontradas agora no site também variam, desde temas estruturais sobre Lavras Novas, até eventos e shows que ali irão acontecer.

¹⁴ <https://jornalgeraes.com.br/?s=lavras+novas>

Figura 22 - Portal Jornalístico “Vozativa”



Fonte: Vozativa (2025)¹⁵

Deste modo, entende-se que Lavras Novas é amplamente discutida no âmbito jornalístico, tendo foco, principalmente, em mídias regionais e locais. Percebe-se uma variedade de assuntos quando se trata do distrito, desde questões de infraestrutura, até questões culturais, fatores muito presentes no local. O turismo, contudo, é o que desperta interesse jornalístico, seja de forma direta ou relacionado a assuntos que dizem respeito aos interesses da comunidade local.

¹⁵ <https://jornalvozativa.com/?s=lavras+novas>

3 METODOLOGIA

Parte dos artigos e trabalhos científicos que integraram esta pesquisa tratou de Lavras Novas, mais especificamente do turismo, da urbanização turística e de questões identitárias do local. Em comum, os textos enfatizaram a aceleração desenfreada do setor no distrito como um fator de risco à comunidade local.

Neste trabalho, foram utilizados artigos científicos publicados em revistas e monografias sobre Lavras Novas que abordaram assuntos como arquitetura local, identidade, turismo e sua urbanização. Autores como Viana (2018), Martins (2023), Gomes (2024), Varajão (2014), Dutra (2013) e Chaves (2015), entre outros, foram usados como referências para a pesquisa sobre o distrito.

Na internet, houve, para consulta pública e download, uma gama de pesquisas nas áreas de humanidades, biociências e exatas que foram relacionadas ao distrito. Buscadores como o “Google Acadêmico”, por exemplo, indicaram que o termo “Lavras Novas” apareceu em 726 resultados relacionados a áreas como história, arquitetura, saúde, informação, imaginário, ambiente rural, identidade e turismo.

Quando a menção a “Ouro Preto” foi acrescida ao termo, surgiram 286 resultados e, ao se acrescentar a palavra “turismo”, o Google Acadêmico indicou 298 resultados. Os dados foram obtidos sem definição de data e tipo de texto (artigo, revista, livro, resenha, entre outros), por ordem de relevância, em páginas em português e incluindo citações.

A despeito de o levantamento apresentado não ter seguido uma metodologia, foi possível aferir que o distrito foi objeto de pesquisa que gerou interesse no âmbito acadêmico. O destaque foi para os estudos que envolveram, de forma direta ou indireta, o turismo, que ocupou cerca de um terço dos textos vinculados ao termo “Lavras Novas” pesquisado no Google Acadêmico.

Lavras Novas, distrito rural situado no município de Ouro Preto (MG), apresentou um cenário peculiar que mesclou características de ruralidade e de urbanidade, configurando-se como um espaço híbrido no qual as identidades culturais e as dinâmicas socioeconômicas se entrelaçaram de forma complexa. Ambiências assim, de acordo com Augé (1994), integraram a categoria de espaços do turismo, em que houve possibilidade da categoria de lugar híbrido, considerado o não-lugar como lugar, ou seja, um termo médio, que não existiu sob uma forma pura, pois nesses lugares se recompuseram relações e se reconstituíram.

A localidade, frequentemente associada a uma "cidadezinha" por quem não pertenceu àquele espaço, foi marcada por uma desconexão entre a percepção turística e sua realidade sócio territorial. Ao longo de décadas, o turismo, principal atividade econômica de Lavras Novas, apropriou-se de elementos simbólicos do rural, mas paradoxalmente descaracterizou a essência identitária ao transformá-la em um produto comercial sem valorização efetiva da comunidade local.

Foi neste contexto que esta monografia teve por objetivo analisar Lavras Novas, sob uma perspectiva metodológica que articulou levantamentos demográficos, documentais e percepções dos atores sociais, como moradores, turistas e gestores públicos, buscando compreender os aspectos relacionados à urbanização turística. Entre os pontos investigados esteve a dicotomia entre o rural e o urbano.

O propósito foi entender como se configurou o espaço do distrito frente às noções de ruralidade remanescente e urbanização turística; a apropriação turística, pensando de que forma a atividade turística, no decorrer do tempo, ressignificou (ou descaracterizou) a identidade rural do distrito; a questão identitária, para entender por que a mão de obra local e os aspectos culturais não foram incorporados como potenciais transformadores do desenvolvimento territorial; e a sustentabilidade, buscando mitigar o impacto da ausência de estudos de capacidade de carga e da desconsideração da identidade local na preservação do território e da comunidade.

A hipótese central deste trabalho foi que o setor empresarial turístico, ao priorizar a mercantilização do espaço sem uma preocupação com a identidade cultural, colocou em risco a preservação, tanto do patrimônio material, quanto imaterial de Lavras Novas. Essa dinâmica refletiu um "contexto híbrido" (Hall, 2003), no qual a localidade não conseguiu se definir plenamente como rural ou urbana, gerando uma crise de autorrepresentação. O autor entendeu que "as identidades nacionais estavam em declínio, mas novas identidades - híbridas - estavam tomando seu lugar" (Hall, p. 69, 2003). Estas constituíram diversos tipos de identidades e distintivamente produziram novas, devido à era da modernidade tardia.

3.1 Procedimentos e métodos

A presente pesquisa adotou uma abordagem quali e quantitativa, combinando métodos teóricos e empíricos para captar a multidimensionalidade do caso. Esse tipo

de pesquisa foi entendido por Tatagiba (2012) como uma combinação de abordagens qualitativas e quantitativas em um mesmo estudo, a fim de compreender fenômenos sociais a partir da perspectiva dos participantes, enquanto a quantitativa utilizou dados numéricos e análises estatísticas para testar hipóteses e generalizar resultados. A pesquisa quali-quantitativa permitiu uma visão mais abrangente do objeto de estudo, integrando a profundidade da análise qualitativa com a generalização e precisão da quantitativa.

Os procedimentos incluíram levantamento de dados secundários, ou seja, dados encontrados em órgãos públicos, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e em documentos científicos. Houve também a pesquisa documental feita a partir de leitura crítica de materiais institucionais, como planos diretores, relatórios de secretarias de turismo e cultura.

A coleta de dados primários foi empreendida mediante a aplicação de entrevistas semiestruturadas realizadas com moradores do distrito, turistas, lideranças comunitárias e empresários do setor de turismo. Abordaram-se, nesta ação, os conflitos identitários e modelos de gestão, sendo os dados coletados por questionários e pesquisas onde se teve o total sigilo dos participantes.

Por fim, aplicou-se a análise de conteúdo a partir de uma categorização de discursos (ex.: "ruralidade romantizada" vs. "ruralidade vivida") e triangulação de dados para contrastar narrativas oficiais, acadêmicas e locais. Esse percurso metodológico foi baseado em Bardin (2011), que propôs classificar elementos que fazem parte de um conjunto de classes ou categorias segundo critérios definidos previamente.

A escolha pelo estudo de caso baseou-se em Yin (2015), que viu o modelo como uma forma de investigação de um fenômeno específico em profundidade, dentro de seu contexto real. Essa opção deveu-se à necessidade de explorar em profundidade as contradições de Lavras Novas, uma vila que sintetizou os desafios relativos ao desenvolvimento rural e ao turismo sustentável. Assim, esse estudo pôde ser utilizado para explorar, descrever ou explicar situações complexas e únicas.

A diversidade do público entrevistado permitiu captar nuances geracionais e territoriais, essenciais para desvendar os processos de hibridação identitária. Os resultados foram organizados em cenário de oferta, ou seja, buscaram entender o que foi promovido através do marketing turístico e o que realmente existiu no local, como a apropriação e o descarte identitário, buscando compreender como a cultura local

pôde ser desvalorizada ou valorizada nas estratégias de desenvolvimento.

Objetivou-se, ainda, compreender os riscos da ausência de planejamento para a comunidade tradicional, a fim de refletir se existiu um estudo de capacidade de carga no distrito, tendo em vista o excesso de veículos. Ao final foram produzidos diagramas a partir das entrevistas que sintetizaram as relações entre atores, políticas e impactos, propondo diretrizes para realinhar o turismo à identidade da comunidade de Lavras Novas.

3.2 Coleta dos dados

Para a coleta de dados, foram elaborados, no aplicativo Google Forms, dois formulários diferentes. O primeiro conteve 26 perguntas destinadas aos turistas, e o segundo apresentou 21 perguntas para os moradores de Lavras Novas. No total, foram obtidas respostas de 20 turistas e de 20 moradores. A pesquisa, aplicada em 3 de maio de 2025 durante uma emenda de feriado do dia 1º de maio, buscou a coleta de dados em um período de movimentação massiva de turistas e, conseqüentemente, de maior mobilização dos habitantes no distrito.

A partir dessa estratégia, foram ouvidas pessoas hospedadas no local e moradores que observavam a movimentação turística nas ruas. As respostas foram registradas no Google Forms mediante a formulação oral das questões apresentadas, individualmente, a cada entrevistado, e foi destacada a confidencialidade dos dados.

Buscou-se, nesse formato, uma maneira de obtenção de informações que, de acordo com Mota (2019, p. 373), organizou respostas “em forma de gráficos e planilhas, proporcionando um resultado quantitativo de forma mais prática e organizada, facilitando a análise dos dados”. A opção pela exposição oral das questões permitiu agilidade no registro das respostas e maior detalhamento nos questionamentos abertos. Houve ainda a escolha aleatória dos respondentes, sem estratificação etária, social e econômica, o que permitiu colher dados de pessoas com diferentes idades, vivências e regiões de Minas Gerais.

No formulário de pesquisa criado para os moradores, anexo a este trabalho na página 98, foram levantados dados pessoais (idade e escolaridade), local de residência, entendimento sobre ambiente rural e urbano, turismo regional e identidade cultural. Já no formulário de pesquisa destinado aos turistas, anexo a este trabalho na página 103, foram coletados dados pessoais (idade e escolaridade), local de

residência, entendimento sobre ambiente rural e urbano, motivos para escolher Lavras Novas como destino turístico e quais impactos podiam ser percebidos no local devido ao turismo, entre outros.

Durante a pesquisa, ainda foram aplicados formulários de 20 perguntas a seis empresários que trabalhavam com o turismo, de forma direta e indireta, no distrito. Buscou-se, nesse recorte, empresas que atuavam em ramos diferentes e que pudessem trazer visões distintas sobre os assuntos tratados. Adotou-se o mesmo percurso metodológico das ações com turistas e moradores, mas com o objetivo de compreender o pensamento do empresariado quanto à identidade cultural e ao turismo praticado na região. Entre as questões, destacaram-se a preservação da identidade cultural, o entendimento das empresas do setor sobre o turismo e seus objetivos futuros, e as avaliações do impacto da urbanização turística acelerada na região, entre outras.

Em Lavras Novas, existia uma variedade de serviços que envolviam turismo de aventura e de natureza, gastronomia, hospedagem, entre outros. Contudo, a pesquisa foi aplicada a empresários que atuavam em pousadas, restaurantes e agências de viagem que trabalhavam com a venda de pacotes tendo o distrito como destino. Esses formulários, anexos a este trabalho nas páginas 104 a 124, foram aplicados de forma remota, por telefonemas, a fim de preservar o anonimato de cada participante.

No total, foram feitas 21 perguntas sobre a relação da entidade com o turismo presente no distrito. Entre as questões, destacaram-se os projetos apresentados pela associação para mitigar os impactos negativos do turismo no local, as questões debatidas com empresários e a questão identitária, entre outras. Para a aplicação das pesquisas, foram produzidas perguntas envolvendo a identidade e as transformações sofridas no distrito, decorrentes do turismo. Estas se encontram nos quatro formulários aplicados a moradores, turistas, empresários e à Associação de Moradores.

O questionário foi desenvolvido a partir de questões sobre a identidade percebida no local e se ela mudou ou permaneceu a mesma, principalmente após a entrada do turismo na região. O sujeito, nesse caso, foi entendido por Hall (2003, p. 12) como um ser composto de diversas identidades, que entram em colapso como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O autor entendeu que a identidade esteve interligada a traços enraizados e características compartilhadas com outros, e quando essa troca ocorreu, foi possível perceber essas características se transformando.

Esses questionamentos foram escolhidos a partir do tema central da pesquisa, tendo em vista que todo local que possui algum tipo de troca social e evoluções globalizadas pode sofrer alterações culturais e identitárias. A identidade não foi unificada e plena, sofrendo alterações dependendo do espaço onde esteve inserida e das trocas sociais que ali ocorreram (Augé, 1994).

3.3 Identidade e transformações de Lavras Novas

O propósito desta pesquisa foi analisar quais foram os riscos e os impactos decorrentes da urbanização turística, considerando a questão do turismo e da identidade no distrito de Lavras Novas. Antes, foi relevante compreender no campo teórico como o turismo atuou nas transformações no território, sobretudo em relação a sua identidade cultural.

Hall (2003) entendeu a identidade como um fator intrínseco ao ser humano, sendo gerada quando indivíduos distintos se uniram e trouxeram consigo as memórias coletivas que desempenharam papéis na formação da construção cultural. Para Gomes (2024, p. 19), as memórias da comunidade, quando criadas, enfatizaram a importância “da continuidade cultural transmitida de geração em geração”.

Nesse sentido, observou-se, em Lavras Novas, que o processo identitário foi moldado ao longo do tempo, a partir de influências internas e externas de outras culturas sobre a comunidade. Essa transformação se deu a partir da urbanização turística acelerada, que correspondeu à existência de formas específicas de se produzir o espaço a partir da produção da atividade turística (Jesus, 2006).

As transformações identitárias ocorreram a partir de processos de globalização à medida que “os sistemas de significação e representação cultural se multiplicaram” (Hall, 2003, p. 13) e sofreram alterações, principalmente pelo fato de o distrito ser composto por um grupo amplo de pessoas, de diferentes idades, graus de escolaridade e ideais. Assim, quanto mais as pessoas acompanharam a globalização, deixando a identidade histórica e cultural, mais transformações puderam ocorrer em vista de que “a identidade plenamente unificada, completa e coerente foi uma fantasia” (Hall, 2003, p. 13).

Entre as transformações que alteraram a identidade de Lavras Novas destacou-se a movimentação intensa de veículos por vias que foram traçadas no século XVIII. As ruas, antes usadas por pedestres ou pessoas a cavalo, por exemplo, foram

tomadas por carros que ocuparam quase a totalidade dos espaços da mancha urbana, com destaque para os gramados que, no passado, eram ocupados pelos moradores para festejos ou momentos familiares.

Figura 23 – Pessoas a cavalo dividem rua com os carros



Fonte: Autora (2025)

Figura 24 – Carros ocupam centro histórico



Fonte: Autora (2025)

Outra transformação visível **foi** a ocupação e apropriação do espaço público pelo setor de serviços, como bares e restaurantes. As calçadas e praças, por exemplo, antes destinadas aos moradores, **tornaram-se** espaço de movimentação turística, onde **foram reproduzidos** ambientes comuns à paisagem urbana dos grandes centros.

Figura 25 – Espaço público ocupado por estabelecimentos comerciais



Fonte: Marcelo Ramos (2025)

Figura 26 – Bares que reproduzem ambientes dos grandes centros



Fonte: Marcelo Ramos (2025)

Os feriados e fins de semana foram os momentos em que Lavras Novas revelou as transformações geradas pela urbanização turística. O local pacato tornou-se espaço de agitação tomado por pessoas vindas de diversas localidades. Houve uma mescla entre os moradores e visitantes que estabeleceram, ao lugar, uma nova caracterização. As festas que ocorreram no distrito fomentaram ainda mais a

ocupação do espaço pelos turistas, transformando-o. Evidência disso foi o evento “Almas Novas”, que promoveu ações com mountain bikes, trilhas guiadas e até yoga, além de shows realizados no campo de futebol do distrito, com artistas renomados.

Figura 27 – Site online com eventos em Lavras Novas



Fonte: Reprodução site Central de Eventos (2025)

As condições apontadas apoiaram-se no pensamento de Lefebvre (2006), que compreendeu essas transformações na paisagem como fruto da urbanização turística, que se referiu ao processo de transformação de uma localidade impulsionada por atividades turísticas. O autor entendeu que o turismo, como prática social, contribuiu com a construção do espaço, alterando suas funções, usos e significados.

Lavras Novas, nessas situações, não possuía a infraestrutura necessária para receber eventos e shows de médio a grande porte, fazendo com que o abastecimento de água fosse afetado, assim como o fornecimento de energia elétrica e de internet. Estas e outras situações também foram consequências da urbanização acelerada no distrito, que não demonstrou estar preparado para receber o crescente número de pessoas que visitaram o local.

3.4 A questão do risco: turismo e espaços híbridos

Lavras Novas reflete, na atualidade, o potencial de um espaço híbrido quando

analisada a questão de lugar e não-lugar. O distrito passa pela urbanização turística acelerada que pode causar, como consequência, a mudança antropológica do lugar, transformando-o em um espaço híbrido, onde não se é nem lugar, nem não-lugar.

Este último é um termo entendido por Augé (1994) como um espaço incapaz em dar forma a qualquer identidade. O autor entende que a questão da antropologia da contemporaneidade e da supermodernidade é “o lado ‘cara’ de uma moeda da qual a pós-modernidade só se nos apresenta como o lado ‘coroa’ – o positivo e o negativo e o negativo respectivamente”. (Augé, 1994, p.33)

O espaço do não-lugar não cria identidade singular, nem relação, mas solidão e semelhança. Este não concede espaço à história e a transforma, eventualmente, em apenas um elemento de espetáculo. Entende-se que:

O que reina nos não-lugares é a atualidade e a urgência do momento presente. O termo ‘não-lugar’ designa duas realidades complementares, porém distintas: espaços constituídos em relação a certos fins (trânsito, comércio, lazer) e, a relação que os indivíduos estabelecem com esses espaços (Coelho, 2004, p. 3 e 4).

A hibridez é derivada de processos socioculturais nos quais práticas que existiam de forma separada se combinam gerando novas estruturas. Compreende-se que as coletividades são constituídas por diversos grupos em mutação com interesses diversos. Assim, se compõem identidades que são construídas a partir de processos de hibridismo cultural, não sendo possível a delimitação integral entre uma cultura e outra (Brusadin, 2015).

Augé (1994) compreende a hibridez como a mistura de identidades e espaços caracterizados dentro da supermodernidade, descrita como a época atual, marcada pela evolução do tempo, do espaço e do indivíduo, como oposição à ideia da pós-modernidade, que enfatiza a ruptura com o passado. O autor entende isso como um fenômeno contínuo, sendo a aceleração de processos já existentes na modernidade globalizada.

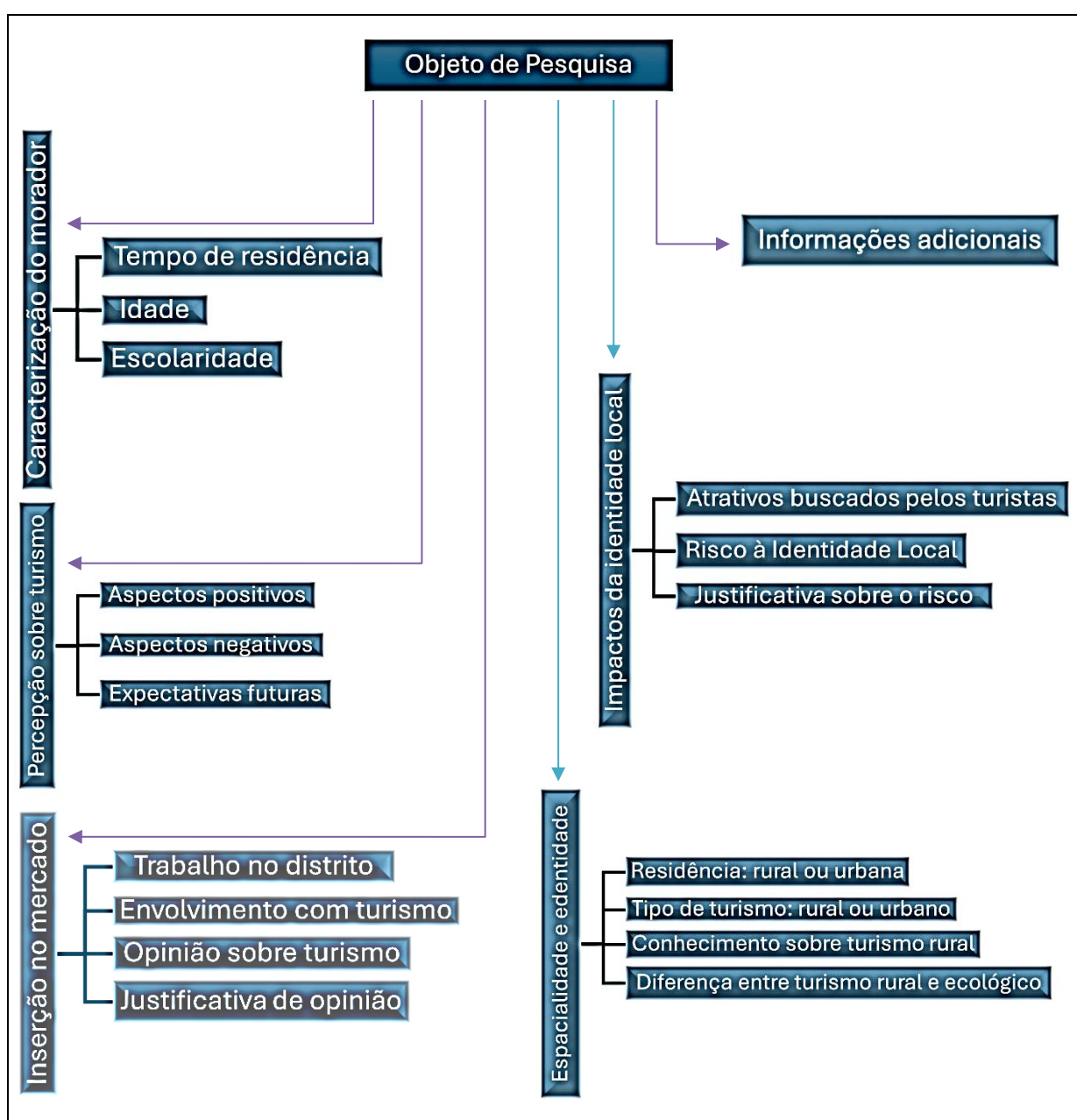
Lavras Novas pode ser, em parte, enquadrado neste conceito, ou seja, um local de passagem ou onde não se realiza a interação social e cultural plena, devido ao processo intensificado de urbanização turística. Essa condição traz transformações não apenas físicas, mas culturais e identitárias passíveis de serem percebidas no cotidiano da comunidade. As mudanças físicas são percebidas no traçado urbano, quanto a infraestrutura e mobilidade; já as identitárias aparecem na vida da comunidade, quando se dá preferência para eventos de fora, deixando as festas

regionais para a população, criando um imaginário diferente ao turista.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este segmento apresenta análises dos resultados obtidos após pesquisa em Lavras Novas e, para estratificação das questões dirigidas aos moradores, turistas e empresários no distrito são apresentados três diagramas estruturais a fim de permitir a compreensão das estratégias adotadas. O primeiro refere-se ao formulário de pesquisa para os moradores.

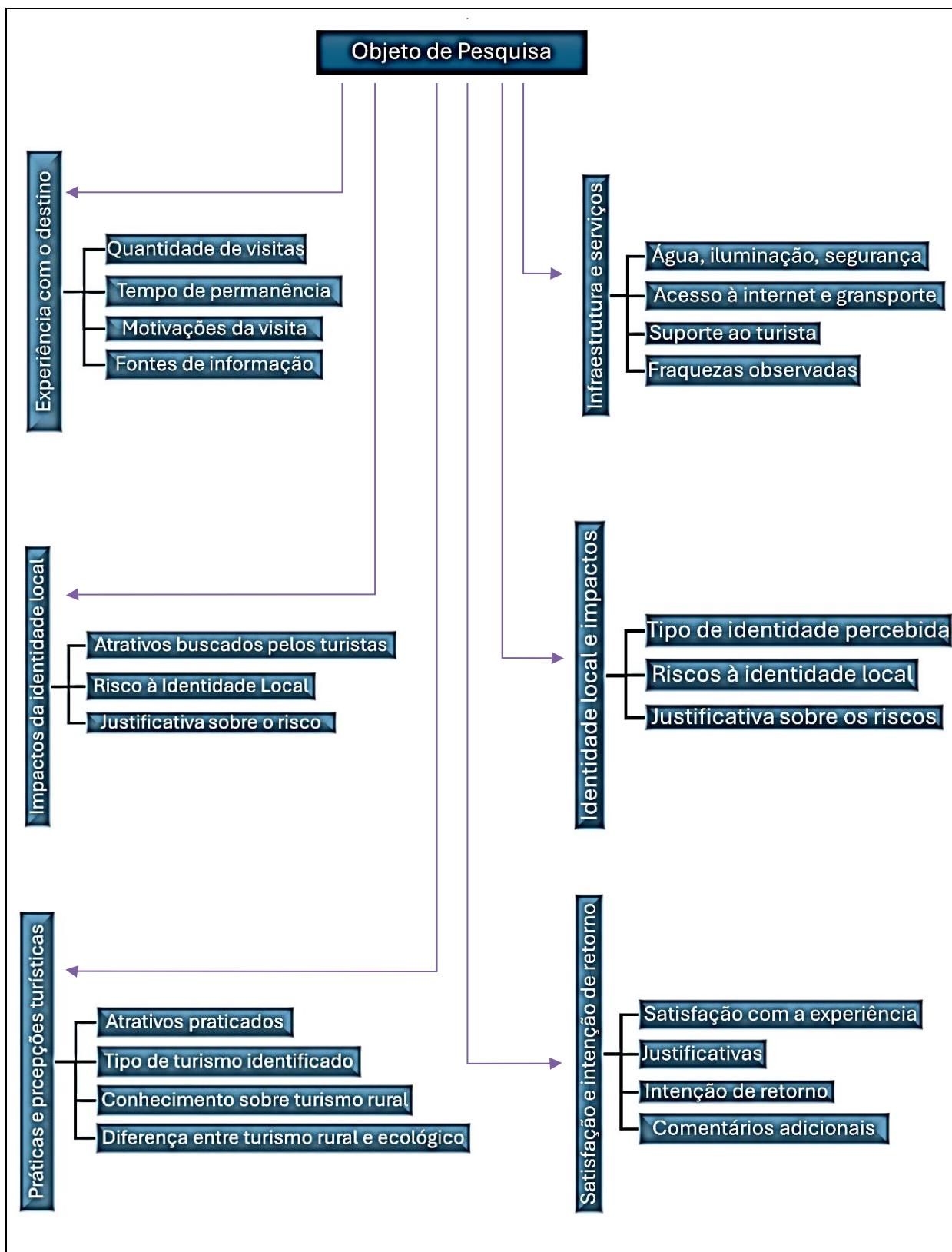
Figura 27 – Diagrama da pesquisa com os moradores



Fonte: Autora (2025)

Apresenta-se, a seguir, o segundo diagrama, desta vez sobre o formulário destinado aos turistas que visitaram Lavras Novas.

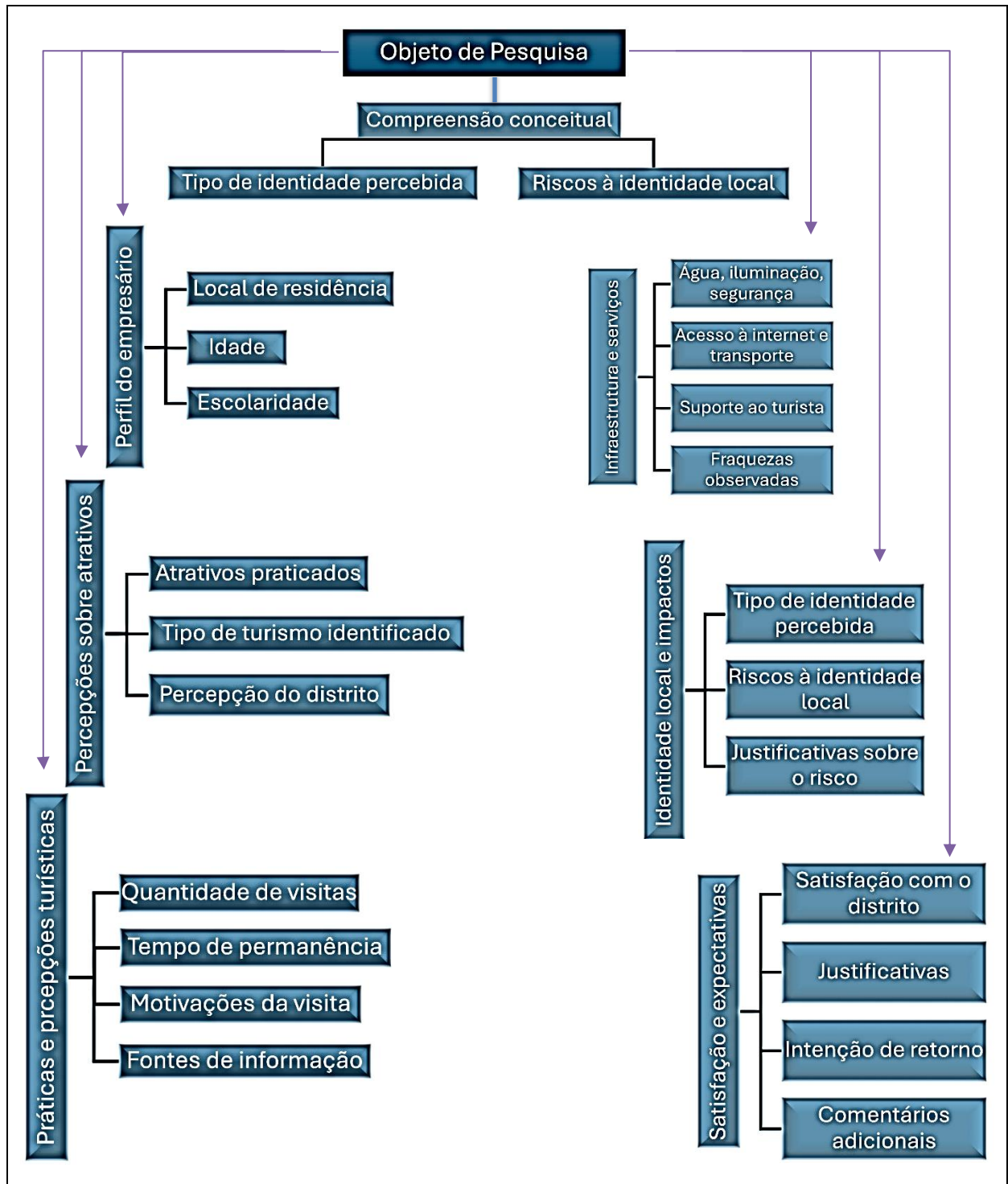
Figura 28 – Diagrama da pesquisa com os turistas



Fonte: Autora (2025)

Por fim, apresenta-se o terceiro diagrama estrutural referente ao formulário destinado aos empresários que atuam no distrito.

Figura 29 – Diagrama da pesquisa com os empresários locais



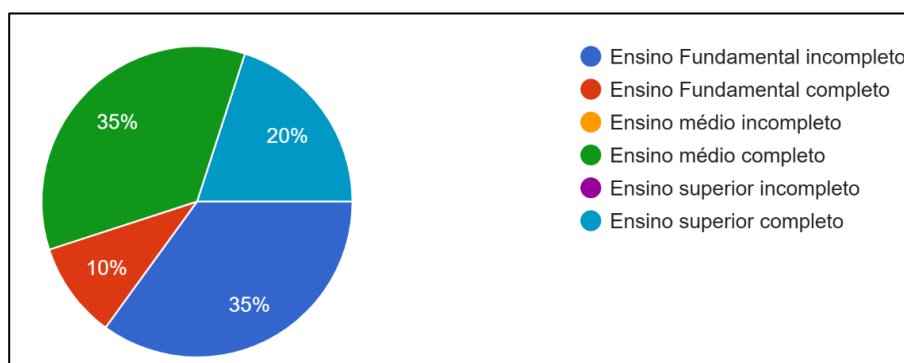
Fonte: Autora (2025)

4.1 Turismo e suas transformações em Lavras Novas

As pesquisas aplicadas revelaram transformações em Lavras Novas quanto à infraestrutura, à economia e a identidade local. Para exposição dos dados analisados são apresentados gráficos gerados a partir dos formulários que foram submetidos aos moradores, turistas e empresários locais.

Quanto ao perfil dos respondentes a pesquisa optou por selecionar indivíduos com distintas idades, tempo de moradia e escolaridade, sendo que, neste último item, foi possível notar que a maioria dos entrevistados tem ensino médio completo (35%) e ensino fundamental incompleto (35%). Mediante o recorte analisado, há indícios de uma baixa escolaridade no local.

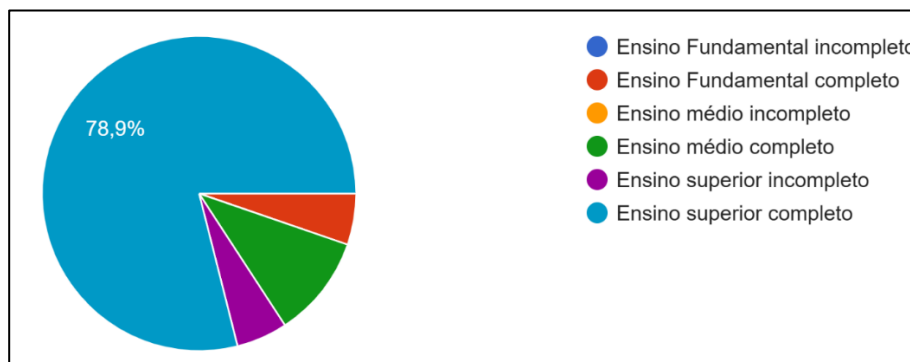
Gráfico 1 – Escolaridade dos moradores



Fonte: Autora (2025)

Já os turistas entrevistados, quanto à escolaridade, apresentam ensino superior completo (78,9%), sendo um indicativo de disparidade entre a formação educacional deles em comparação aos habitantes de Lavras Novas.

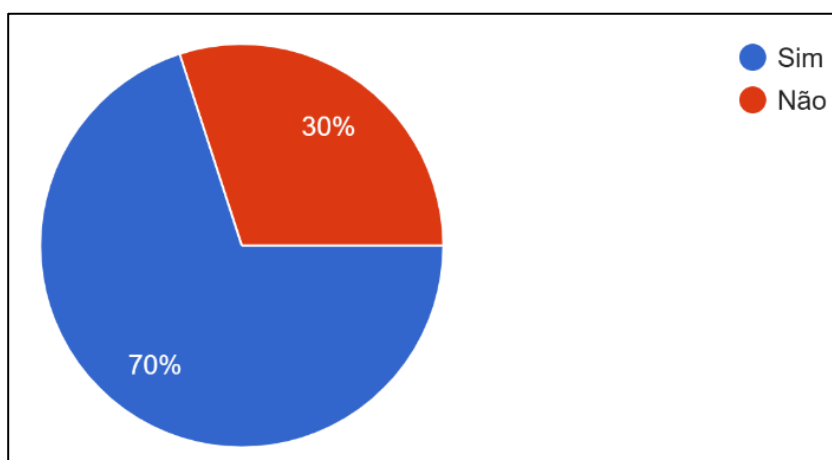
Gráfico 2 – Escolaridade dos turistas



Fonte: Autora (2025)

Em relação ao turismo local foi questionado aos moradores sobre o tipo de trabalho desenvolvido em Lavras Novas e se existe relação com o setor turístico. A questão identificou que a maioria (70%) está vinculada ao setor.

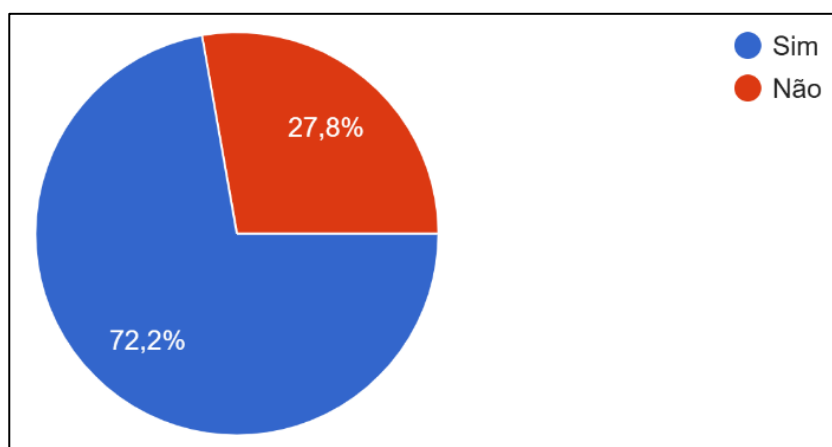
Gráfico 3 – Moradores que trabalham em Lavras Novas



Fonte: Autora (2025)

Em relação ao local de trabalho, novamente vê-se que a maioria dos moradores trabalha no distrito (72,2%), enquanto menos de um terço das pessoas (27,8%) que habitam no distrito tem atividade laboral fora dele.

Gráfico 4 – Questão de se eles trabalham com turismo direta ou indiretamente



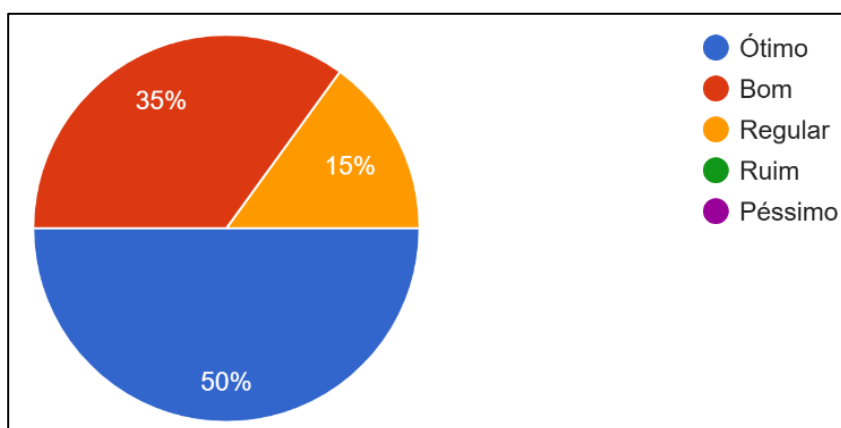
Fonte: Autora (2025)

Esses dados iniciais, ao serem analisados de maneira agrupada, demonstram como o turismo presente no distrito recebe pessoas que detém grau elevado de

escolaridade, em contrapartida ao menor grau de educação e, portanto, de formação dos moradores.

Os moradores de Lavras Novas são, em sua grande maioria, trabalhadores do setor, o que demonstra a dependência deles ao setor na localidade. Os impactos do turismo são reforçados quando os moradores revelam ter contato diário com o setor e as consequências decorrentes dele, tanto positivas, quanto negativas. Questionados sobre o que pensam do turismo praticado no local, a maioria dos moradores considera como ótimo (50%), enquanto 35% disseram ser bom e 15% ser regular.

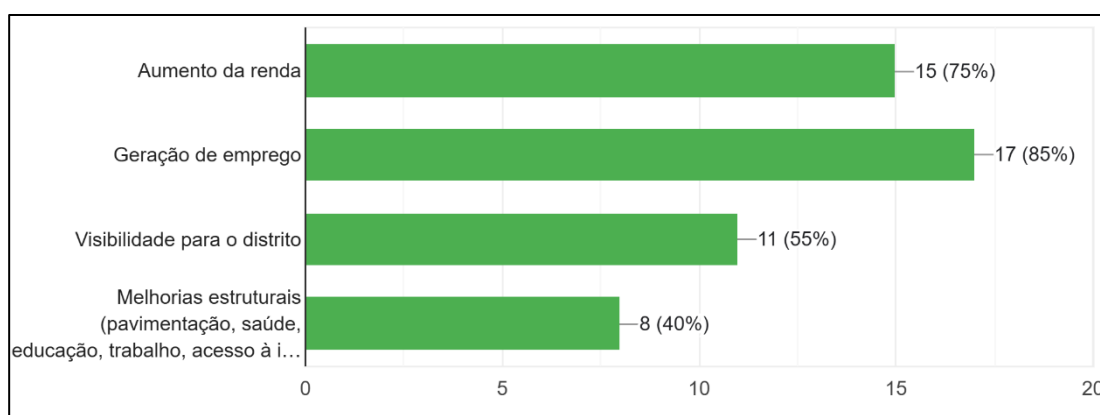
Gráfico 5 – Trabalho com turismo direta ou indiretamente



Fonte: Autora (2025)

A pesquisa ainda expôs, aos moradores, duas perguntas que permitem analisar pontos positivos e negativos do turismo no distrito, tendo em vista o cotidiano da comunidade. A justificativa dos moradores sobre o porque do turismo ser tido como ótimo decorre, principalmente, pela geração de emprego (85%) e renda (75%).

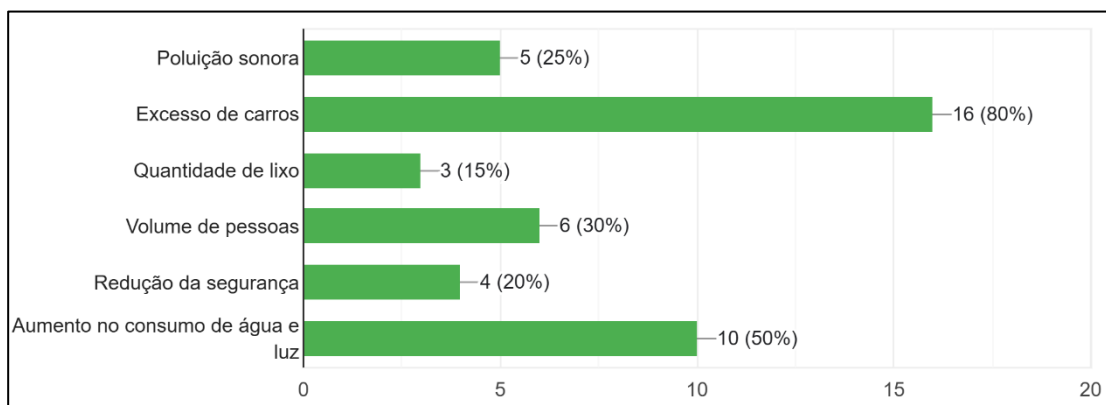
Gráfico 6 – Pontos positivos do turismo segundo os moradores



Fonte: Autora (2025)

Já aqueles que responderam as questões como regular trouxeram a questão do trânsito excessivo (80%) e aumento no consumo de água e da luz (50%) devido ao turismo massivo na localidade.

Gráfico 7 – Pontos negativos do turismo segundo os moradores

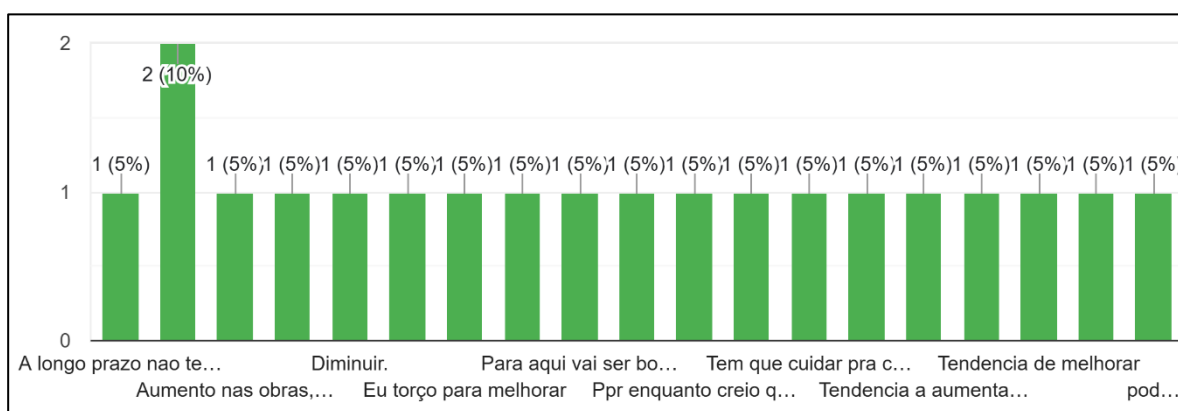


Fonte: Autora (2025)

Ao analisar os dados percebeu-se que, para o morador, os aspectos negativos mais presentes são os reflexos do fluxo de pessoas (30%) que visitam o local, o que gera o aumento no número de veículos (80%) e no consumo de água e luz (50%) e a poluição sonora (25%). Já, como ponto positivo, a maioria percebeu a geração de emprego (80%), o aumento de renda (75%) e a visibilidade do distrito (55%).

Formulou-se, também, perguntas sobre o que o morador pensa sobre o futuro do turismo em Lavras Novas.

Gráfico 8 – Futuro do turismo em Lavras Novas

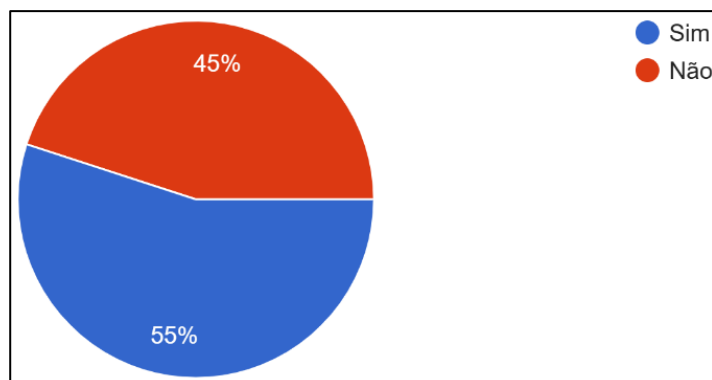


Fonte: Autora (2025)

A partir dos dados coletados foi possível perceber que os moradores possuem ideias diversas sobre o futuro do setor no distrito: 10% acreditam que a tendência do turismo é aumentar em longo prazo. Já sobre outros quesitos obtiveram 10% sobre a tendência da melhora no local, 5% sobre a incerteza do turismo local, e indicam que a estimativa é que o turismo pode ser que continue igual.

Em relação aos turistas, uma questão relacionada ao turismo do presente e do futuro era sobre quantas vezes eles visitaram Lavras Novas, neste sentido foi possível identificar que a maioria (55%) já esteve no local. Entretanto, ressalta-se o fato de 44% dos turistas estarem no distrito pela primeira vez.

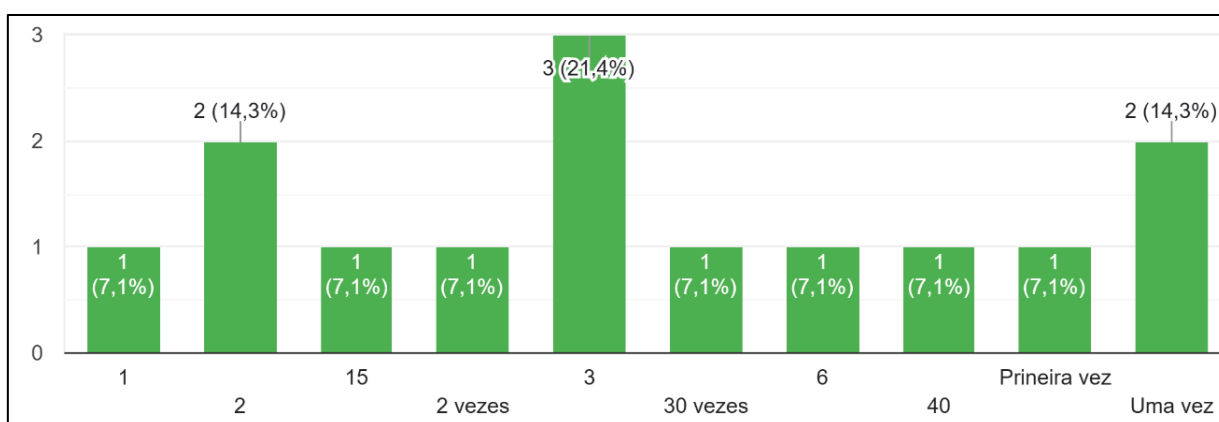
Gráfico 9 – Questionamento sobre se os turistas já visitaram o distrito



Fonte: Autora (2025)

Outra questão relacionada às visitas versou sobre quantas vezes os turistas já estiveram em Lavras Novas. As respostas mostram que a metade decide ficar entre um (14,3%), duas (14,3%) ou três (21,4%) ocasiões no local.

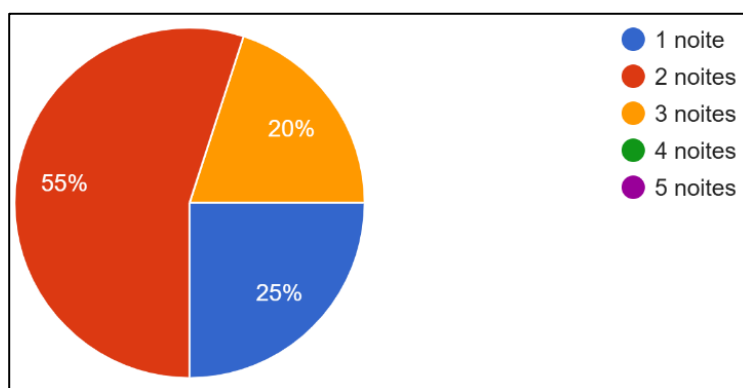
Gráfico 10 – Quantidade de vezes que turistas visitaram o distrito



Fonte: Autora (2025)

Questionou-se também aos turistas a opção pela quantidade de pernoites em Lavras Novas e, como respostas, 55% optaram por duas noites, 25% mencionaram uma noite e 20% decidiram ficar três noites.

Gráfico 11 – Número de pernoites que os turistas passaram em Lavras Novas

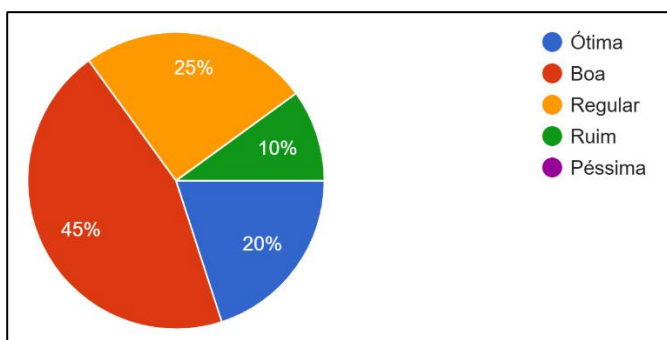


Fonte: Autora (2025)

A partir da coleta dos dados percebe-se que 55% dos turistas pretendiam ficar duas noites, assim como 55% já haviam visitado o local, enquanto 21,4% vieram pela terceira vez e 28,6% estiveram pela primeira e segunda vez em Lavras Novas (21,4% somadas). Isso significa uma preferência por permanências curtas, que estabelecem uma fragmentação do fluxo dos turistas no local.

Já mais da metade dos turistas considerou como boa (45%) e ótima (20%) a infraestrutura relacionada às questões estruturais do distrito (tratamento de água, iluminação pública, segurança, acesso à internet, transporte, suporte profissional ao turismo, distribuição de mapas e folhetos atrativos). Em contrapartida, 25% avaliaram como regular, enquanto 10% indicou a infraestrutura como ruim.

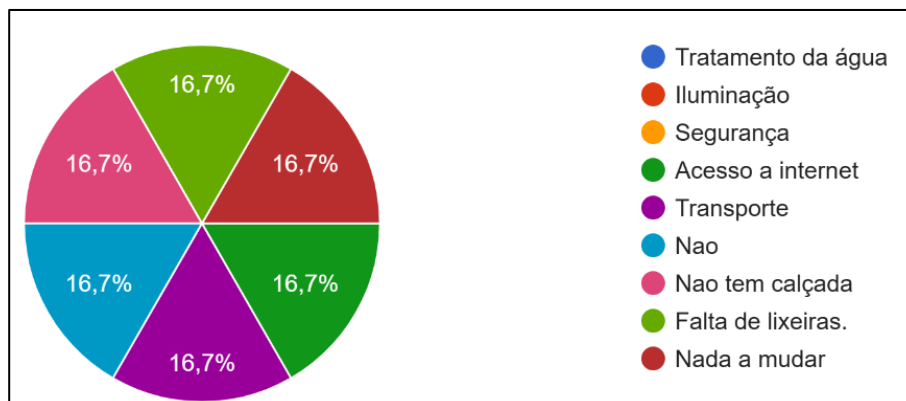
Gráfico 12 – Avaliação sobre questões estruturais segundo os turistas



Fonte: Autora (2025)

Vale destacar que há uma divisão paritária quando os turistas são interpelados sobre os motivos para as avaliações registradas nos formulários. Todos os problemas apontados tem 16,7% das indicações, assim como uma questão que se difere das demais: o mesmo percentual entende que não há nada para mudar no distrito.

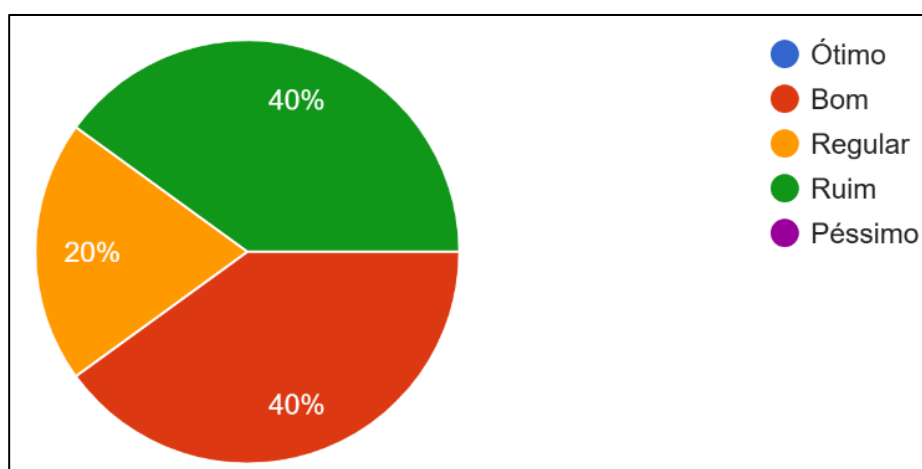
Gráfico 13 – Motivos para a avaliação regular, ruim ou péssima dos turistas



Fonte: Autora (2025)

Em continuidade às perguntas apresentadas foi necessário entender o que o turista pensa do suporte turístico oferecido em Lavras Novas e explicar o porquê, caso as respostas tenham sido regular, ruim ou péssimo.

Gráfico 14 – Avaliação do suporte turístico feito pelos turistas

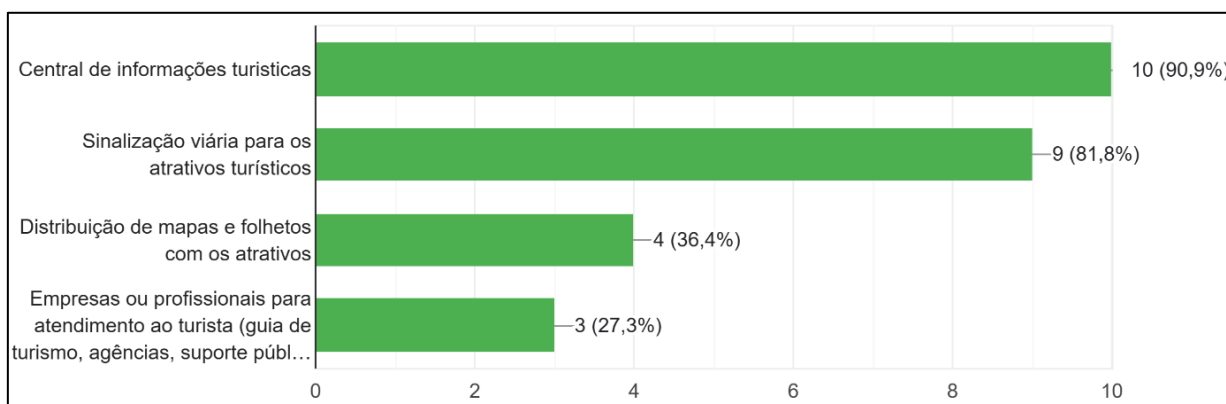


Fonte: Autora (2025)

A pesquisa revelou que mais da metade (80%) dos entrevistados avaliam o suporte turístico bom ou regular, sendo que apenas 20% indica o item como regular.

Este último percentual somou-se à questão sobre quais seriam as fraquezas, expondo como principal não-conformidade (90,9%) a ausência de uma central de informações turísticas em Lavras Novas.

Gráfico 15 – Quais seriam as fraquezas, em caso negativo



Fonte: Autora (2025)

Ao analisar as respostas compreende-se que as transformações geradas pelo turismo em Lavras Novas envolvem turistas que procuram estadias que são limitadas a um e três dias. Apesar da avaliação referente às questões estruturais e de suporte ao turismo ser boa, os visitantes entrevistados indicam uma contradição ao apontar, em quase sua totalidade, a falta de uma central de informações turísticas local.

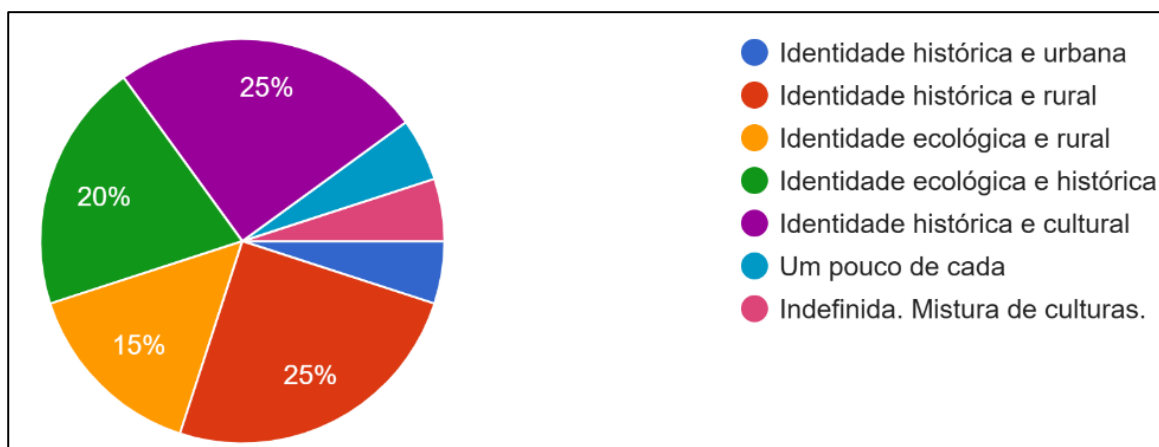
Já os moradores veem que as transformações locais tem, como aspecto positivo, a geração de emprego e renda motivada pelo turismo, enquanto o excesso de carros e os problemas relacionados ao consumo de água e luz são apontados como reflexos negativos do processo de transformação de Lavras Novas.

4.2 Urbanização turística, riscos e a questão da identidade

A análise da urbanização turística e seus riscos acerca da identidade do local foi possível de ser percebida a partir da realização da pesquisa aplicada à turistas, moradores e empresários.

O primeiro questionamento a ser percebido é sobre a percepção dos turistas sobre a identidade do local, se essa é histórica e urbana, histórica e rural, ecológica e rural, ecológica e histórica, histórica e cultural, um pouco de tudo, ou indefinida.

Gráfico 16 – Qual seria o tipo identitário presente em Lavras Novas

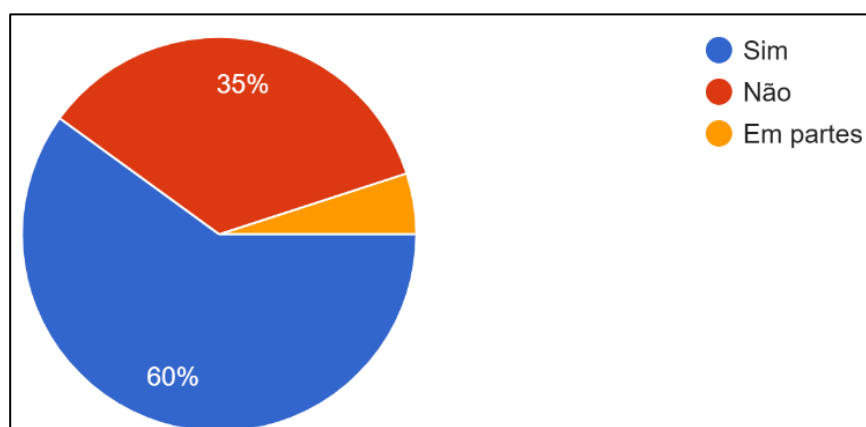


Fonte: Autora (2025)

A partir da coleta dos dados foi possível entender que a opinião dos turistas quanto a identidade do distrito é variada, tendo como destaque a identidade histórica e cultural (25%), histórica e rural (25%), ecológica e histórica (20%) e ecológica e rural (15%),

Ao questionar os respondentes sobre se o crescimento do turismo pode colocar em risco a identidade do local, excluindo os aspectos rurais para se tornar urbano, foi possível perceber que para a maioria (60%) dos turistas essa questão é algo que afeta a comunidade, eles entendem que isso pode ocorrer

Gráfico 17 – O crescimento do turismo pode colocar em risco a identidade local – Resposta dos turistas



Fonte: Autora (2025)

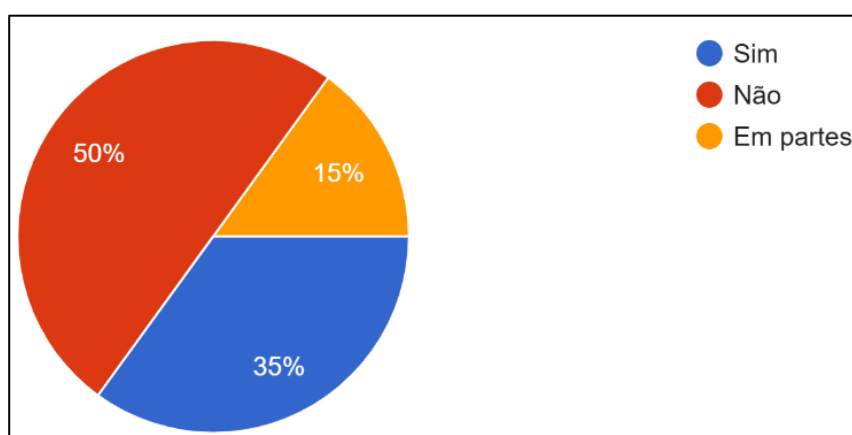
A partir das respostas obtidas, os participantes que responderam com “sim”

justificaram suas contestações com:

- “A identidade pode ser alterada se deixar a parte mais moderna influencia a parte histórica”;
- “Pode ser afetado pois no momento que o ser humano toca no local ele interfere”;
- “Os shows comprometem o turismo, antigamente era melhor, mais tranquilo”;
- “Quanto mais pessoas chegarem aqui, mais pode mudar a identidade do distrito”;
- “Pode acabar sendo explorado e perder a característica de local tranquilo”;
- “Vai chegando a infraestrutura e a ideia não é essa, antigamente era diferente, hoje já elitizou”;
- “Não sei se Lavras Novas está preparada para receber tanta gente sem modificar a identidade”;
- “Se não houver cuidado, algo que preserve, pode ser alterada”
- “Já coloca em risco, pode acabar espantando as pessoas com menor poder aquisitivo”.

Já quando realizada a mesma pergunta para os moradores é possível perceber uma grande diferença quanto às respostas, sendo que a maioria (50%) deles creem que a identidade não sofre risco de ser alterada.

Gráfico 18 – O crescimento do turismo pode colocar em risco a identidade local –
Resposta dos moradores



Fonte: Autora (2025)

De acordo com as respostas, os participantes que escolheram pelo "não",

explicaram suas contestações da seguinte forma:

- “O povo busca manter a cultura local”;
- “A maioria dos turistas que vem são gente boa”
- “Ainda existem algumas características da comunidade, grande parte está firme para manter a identidade”;
- “Aqui a identidade é preservada”.

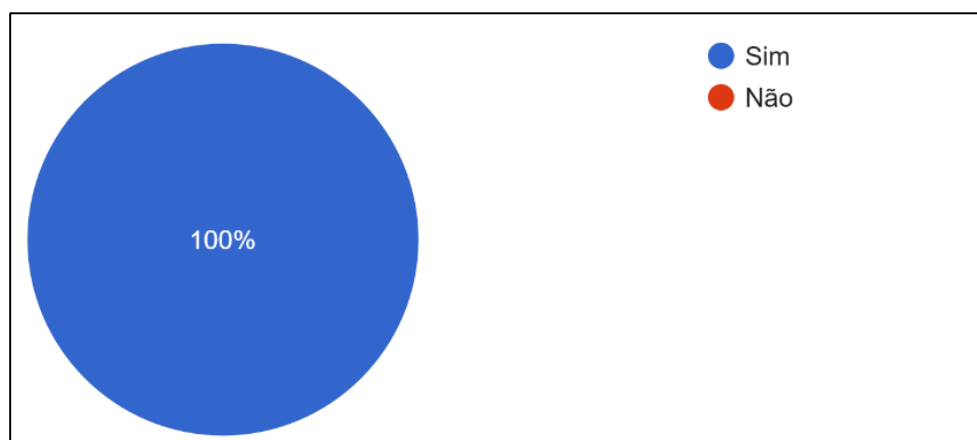
Porém, aqueles que contestaram com “sim” (35%), justificaram suas escolhas com razões parecidas dos turistas, como por exemplo:

- “Se não manter as tradições vira um lugar qualquer, pode ocorrer uma aculturação, inserindo coisas de outras culturas”;
- “O próprio nativo começa a esquecer a cultura, vai querer seguir o que o turismo traz para cá, não vai ter a cultura dos familiares”;
- “A partir da evolução das coisas, a geração dos antepassados fica para trás”.
- “Se os moradores deixarem ele pode mudar a característica”;
- “A longo prazo pode ser que mude a identidade local, isso já acontece quando tem evento porque aumenta a demanda daqui”.

As respostas dos turistas se apresentam muito distintas quando comparadas a dos moradores, podendo ser relacionada com a questão da escolaridade já observada.

Já ao se observar os questionamentos aos empresários sobre a identidade local, é possível notar respostas parecidas com as dos turistas. Ao questionar eles sobre o crescimento do turismo, a totalidade (100%) acredita que esse tem alterado algo em Lavras Novas.

Gráfico 19 – O crescimento do turismo tem alterado algo em Lavras Novas –
Resposta dos empresários



Fonte: Autora (2025)

A análise das respostas permitiu identificar as justificativas apresentadas pelos empresários acerca dos aspectos considerados positivos e negativos decorrentes dessas mudanças. Dentre os elementos avaliados como favoráveis, destacam-se: a geração de renda e empregos, a viabilidade de sustentação econômica exclusiva por meio dessa atividade, bem como a ampliação da divulgação e visibilidade do distrito.

A análise revelou os seguintes aspectos negativos: crescimento populacional desproporcional à capacidade de infraestrutura urbana; carência de serviços essenciais, como abastecimento hídrico e saneamento básico; gradual perda das características típicas de um lugar interiorano devido ao fluxo turístico e à introdução de novos valores culturais; aumento significativo do fluxo veicular com consequente congestionamento; e superlotação em eventos culturais de grande porte.

Os empresários foram indagados sobre a relevância da questão identitária no estabelecimento de vínculos com destinos turísticos. As respostas, embora variadas, apresentaram certa convergência em suas perspectivas, sendo elas:

- “Sim, é importante manter as características do lugar e entender o que atrai as pessoas, para assim tentar conservar”;
- “Sim, acho importante porque é uma coisa que se vê no dia a dia daqui, a identidade está ligada com tudo”;
- “Claro, aqui a gente tem a identidade muito na culinária mineira e regional né, é importante para a gente preservar isso, até porque essa identidade traz muitos visitantes e turistas interessados na comida daqui”;
- “Sim, com certeza. Até porque muitas pessoas que viajam para esses lugares têm interesse na história desse local. Não tem como desvincular a identidade do que o local tem a oferecer, ela está muito ligada a cultura do povo que forma aquele lugar.”

Além disso os empresários foram questionados sobre a importância da identidade, considerando a questão cultural e os moradores do distrito, tendo respostas como:

- “É importante buscar conservar; esse é o nosso diferencial. O que atrai as pessoas é o nosso estilo de vida e o fato de vivermos de forma diferente e de termos coisas que só existem aqui. Exemplo disso é o período de frio, em que a gente faz fogueira e oferece caldos; isso valoriza o local quando se divulga

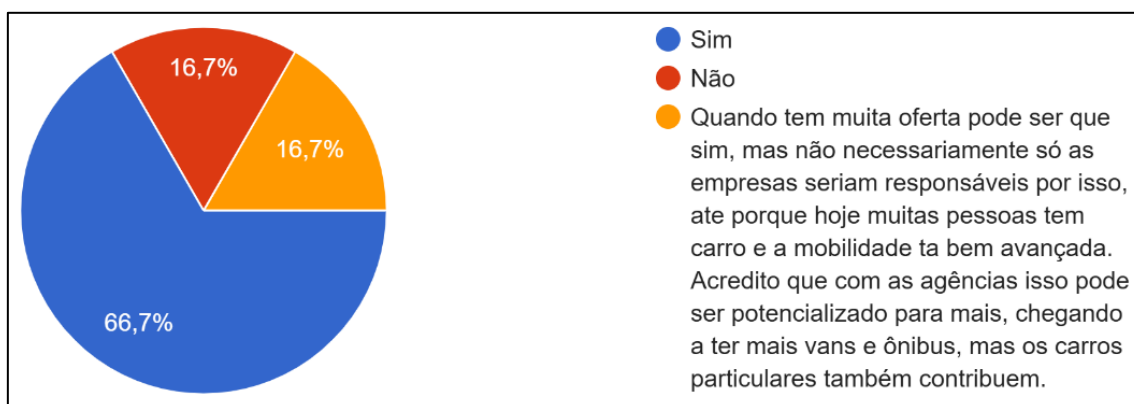
ele”;

- “Acho bem dividido, muitas pessoas pensam que o turismo acabou com a identidade do lugar, mas eu acho que não, porque não depende só do turismo e nem das pessoas do lugar. Os próprios padres acabaram com procissões por exemplo, que antes faziam muito, e era um tipo de cultura daqui, creio que é um consenso”;
- “Acho que a identidade se faz presente no dia a dia, quando se tem contato com os moradores e estando lá mesmo, vivendo o distrito do jeito mais natural”;
- “Acho que é importante porque é a base cultural daqui né, a identidade é o próprio distrito, é a cultura das pessoas daqui”;
- “Com certeza é de extrema importância, porque a identidade de qualquer lugar, território comercial, empresa, loja, destino, comunidade é o que traz as pessoas com identidade parecida ou querendo conhecer aquilo ali, faz elas se sentirem instigadas a conhecer”.

Outro questionamento às empresas foi sobre se estas se integram às tradições regionais, ou seja, participam de festas e eventos que fazem parte da cultura da comunidade. Com isso, obtiveram-se 4 para “sim” e 2 para “não”. Dos que fazem, tendem a participar de reuniões da associação de moradores, promover atividades resgatando tradições, trabalhos de apoio e divulgação, além de participar de eventos próprios da comunidade. O que não participam é devido à sazonalidade, participando somente de eventos específicos de seus estabelecimentos, ou por falta de oportunidade de atuar com a comunidade.

Outro questionamento foi feito, perguntando se os empresários acreditam que o aumento de empresas do setor turístico estaria impactando a identidade do lugar e colocando em risco o desenvolvimento do setor.

Gráfico 20 – O aumento de empresas do setor turístico está impactando a identidade do lugar e colocando em risco o desenvolvimento do turismo



Fonte: Autora (2025)

Com a coleta dos dados notou-se que a maioria (66,7%) dos empresários acreditam que o aumento de empresas do setor turístico podem sim impactar a identidade do lugar, colocando em risco o desenvolvimento, não somente do setor, mas da comunidade em si.

Ao analisar os dados coletados é possível notar uma disparidade de respostas, tendo em vistas as diferentes visões e vivências sob Lavras Novas, possuindo, porém, uma preocupação, a mudança brusca do local.

5.2.1 Análise na perspectiva dos imaginários e da ideia de lugar e não-lugar

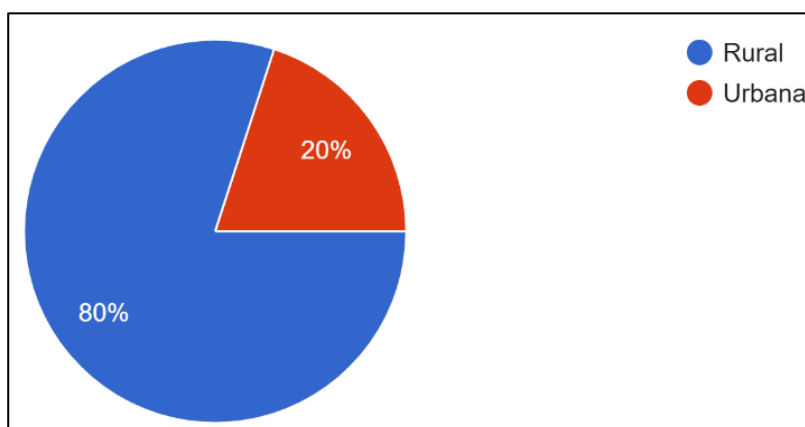
No que diz respeito à análise dos imaginários e à questão do lugar e não-lugar, foram elaboradas perguntas direcionadas a turistas, moradores e empresários, com ênfase nas dinâmicas rural-urbano, na análise do lugar e na divulgação do local, considerando o marketing como um fator influente na construção de imaginários.

Aos três grupos selecionados, questionou-se como cada indivíduo caracterizava o turismo em Lavras Novas – se rural ou urbano –, bem como as justificativas para tal percepção. Entre os turistas, a maioria (47,05%) classificou o distrito como rural, destacando aspectos como a arquitetura, a paisagem, as características de um espaço ruralizado e a "tranquilidade" mencionada por alguns.

Outros 29,41% entendem que há uma mescla entre o rural e o urbano, observando a coexistência de elementos de ambos os contextos. Já 23,52% consideram o local como urbano ao dizer que a presença de visitantes de áreas urbanas, a configuração do comércio e de restaurantes – vistos como mais elitizados – e até mesmo a ideia de um "turismo rural em um ambiente urbano" sustentam essa perspectiva.

Quando o mesmo questionamento foi dirigido aos moradores, verificou-se que a maioria (80%) identifica o local como uma área rural, reforçando a percepção predominante de um espaço marcado por características campestres, em contraste com as dinâmicas urbanas. Essa divergência de percepções entre turistas e residentes evidencia a complexidade na definição do lugar, influenciada por diferentes experiências e expectativas em relação ao território.

Gráfico 21 – Identificação da área como rural ou urbana – Respostas dos moradores

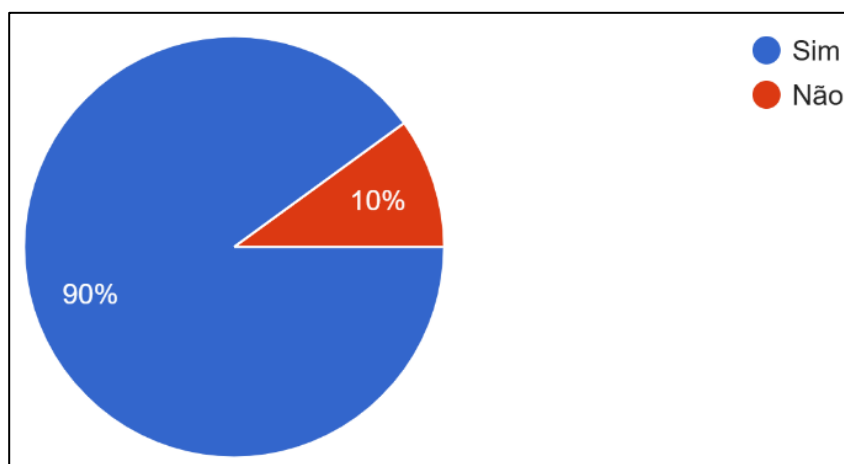


Fonte: Autora (2025)

Quanto à justificativa das respostas, considerando o local como um ambiente rural, foi possível constatar que a maioria dos participantes o identifica como tal devido a aspectos ambientais e naturais. Além disso, destacam-se características como a pequena extensão territorial e o reduzido número de habitantes, a ausência de infraestrutura típica de áreas urbanas e a falta de uma arquitetura característica de grandes cidades. Outros fatores mencionados incluem a presença de plantações e animais, a tranquilidade do local e a possibilidade de as famílias permanecerem nas ruas, permitindo que as crianças brinquem na rua livremente e sem preocupações.

Ao analisar os dados percebe-se uma convergência de percepções entre turistas e moradores, uma vez que a maioria considera Lavras Novas como um ambiente rural. Além disso, os participantes foram questionados sobre sua capacidade de definir o conceito de turismo rural e sobre o que ele representaria.

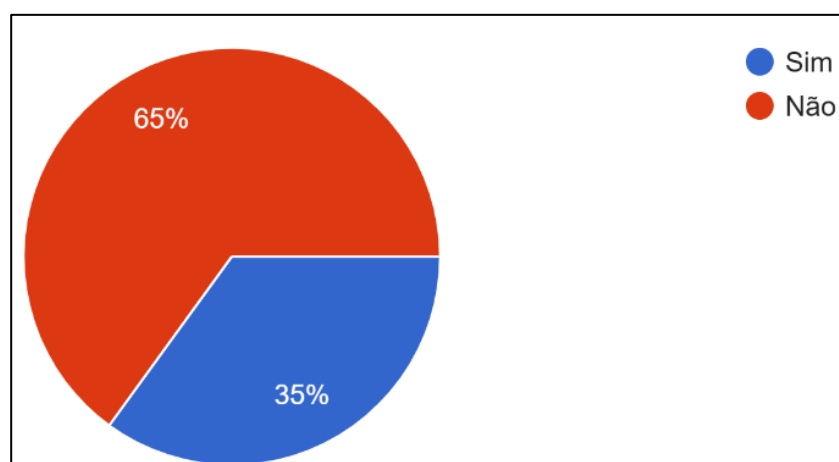
Gráfico 22 – Saber definir o que é o turismo rural – Respostas dos turistas



Fonte: Autora (2025)

Segundo a maioria dos turistas (90%), é possível definir o que é turismo rural, sendo que suas justificativas para esse tipo de turismo incluem a presença de fazendas, montanhas, atividades com animais, gastronomia local, o afastamento de centros urbanos e a existência de patrimônios naturais.

Gráfico 23 – Saber definir o que é o turismo rural – Respostas dos moradores



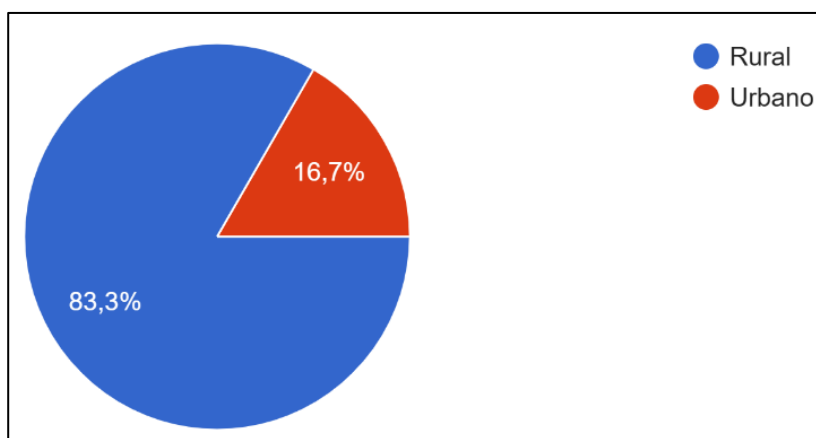
Fonte: Autora (2025)

Segundo os dados, a maior parte dos moradores (65%) não soube definir o conceito de turismo rural. Contudo, os 35% que afirmaram conhecê-lo associaram essa modalidade turística a uma maior imersão no ambiente rural, caracterizado pela ausência de infraestrutura urbana — como postos de gasolina, farmácias e hospitais — e pela presença de patrimônios naturais e ambientais. A análise desses resultados evidencia uma disparidade de percepção, uma vez que a maioria dos turistas declara compreender o que seria o turismo rural, enquanto a maior parte dos moradores demonstra não ter familiaridade com o conceito.

Aos empresários, foi questionado se, enquanto empresa, consideram relevante a classificação de Lavras Novas como área rural ou urbana e quais seriam os impactos decorrentes dessa distinção. As respostas obtidas apresentaram certa convergência entre os participantes: para quatro empresários, é fundamental que o local seja reconhecido como rural, uma vez que essa característica constitui um atrativo turístico significativo. Além disso, destacaram a importância de preservar as tradições locais, dado que a população mais antiga está gradualmente diminuindo, enquanto os jovens adotam uma mentalidade distinta que acompanha o processo de urbanização.

Por outro lado, os dois empresários que consideraram a distinção menos relevante justificaram que, como o local já é essencialmente rural, não haveria como promovê-lo como urbano, acreditando, portanto, que essa diferenciação não gera impacto significativo para os negócios. Outra questão foi se estes empresários acreditam ser mais interessante a divulgação do distrito como destino rural ou urbano, em que a maioria (83,3%) acredita sim ser interessante para a empresa.

Gráfico 24 – Seria mais interessante divulgar Lavras Novas como rural ou urbano



Fonte: Autora (2025)

Os entrevistados justificaram suas respostas com base em diferentes perspectivas. Aqueles que defendem a divulgação do distrito como uma área rural argumentam que os turistas buscam locais afastados dos grandes centros urbanos, valorizando a tranquilidade e o contato com um ambiente mais bucólico.

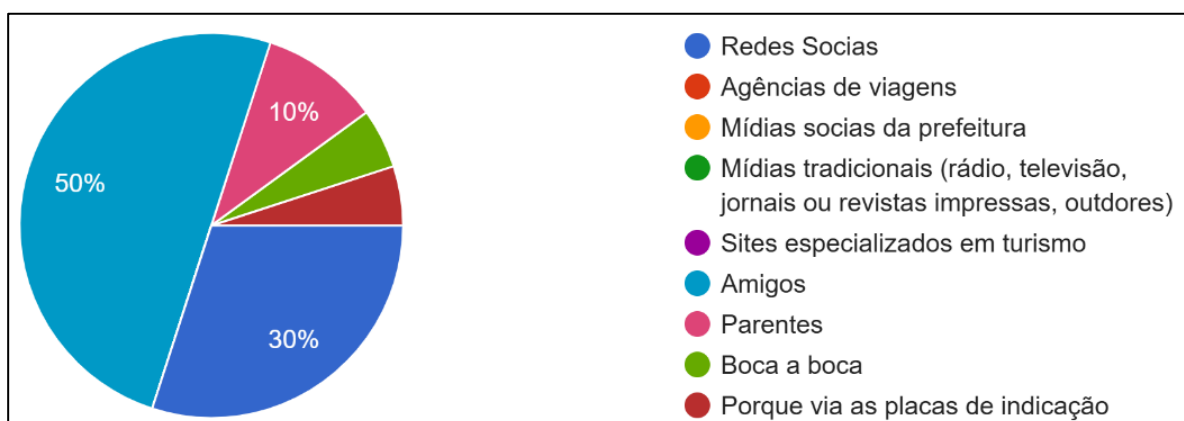
Além disso, destacam a importância de preservar as tradições da comunidade, uma vez que essas características culturais também se configuram como atrativos turísticos. No que se refere à construção de imaginários sobre o local, compreende-se que estes são formados a partir da produção de imagens, sobretudo aquelas

veiculadas em propagandas e materiais de divulgação do destino.

Nesse contexto, investigou-se junto aos turistas como tomaram conhecimento do distrito, sendo apresentadas as seguintes opções: redes sociais, agências de viagem, mídias institucionais da prefeitura, mídias tradicionais, sites especializados em turismo ou indicação de amigos e familiares.

Os dados revelaram que a maioria dos visitantes (50%) descobriu Lavras Novas por meio de amigos, enquanto as redes sociais representaram o segundo canal mais relevante (30%) no processo de divulgação do destino.

Gráfico 25 – Como o turista conheceu Lavras Novas

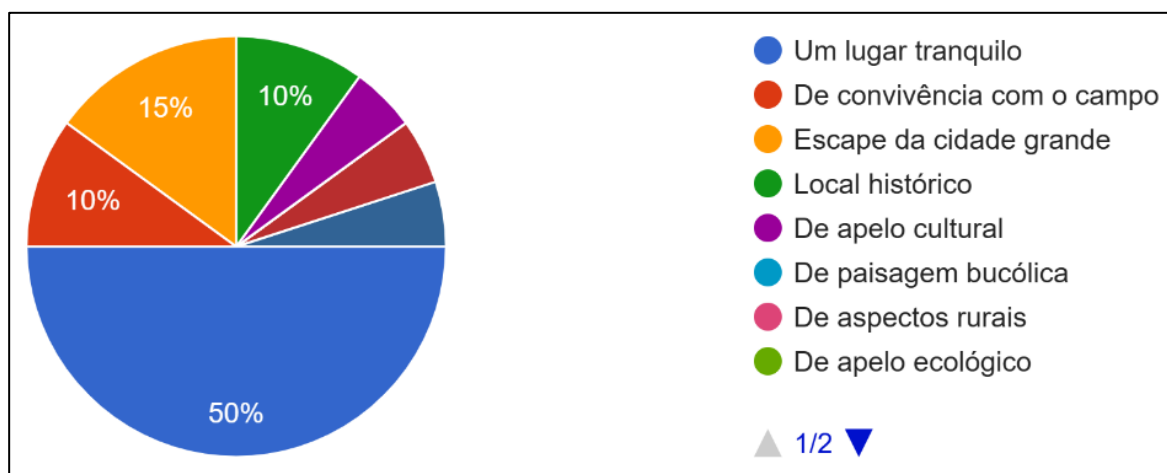


Fonte: Autora (2025)

A análise dos dados permite inferir que as mídias sociais constituem o principal canal de divulgação do distrito, uma vez que a maioria dos turistas relatou ter conhecido Lavras Novas por meio dessas plataformas. Tais meios de comunicação desempenham um papel fundamental na construção do imaginário coletivo sobre o local, influenciando as representações simbólicas que os indivíduos associam a ele. Nesse sentido, buscou-se investigar, junto aos visitantes, como eles caracterizam Lavras Novas.

As percepções mais recorrentes incluem: um lugar tranquilo, marcado pela convivência com o ambiente rural, uma alternativa de escape do contexto urbano, um espaço de relevância histórica, com apelo cultural, paisagens bucólicas e traços caracteristicamente rurais, entre outros aspectos.

Gráfico 26 – Como o turista considera Lavras Novas



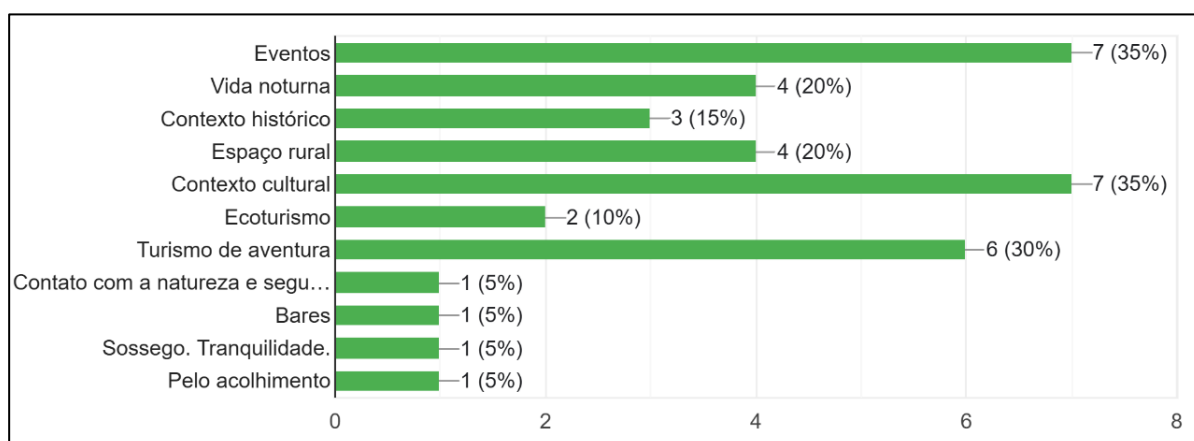
Fonte: Autora (2025)

Ao analisar os dados, constata-se que metade dos turistas (50%) considera o distrito como um local tranquilo, enquanto a outra metade apresenta percepções variadas, associando-o a um espaço de convivência com o ambiente rural, de escape do contexto urbano ou de valor histórico.

Diante disso, infere-se a existência de um imaginário compartilhado entre os visitantes, que majoritariamente compreendem o local como um refúgio pacífico, distante do caos característico dos grandes centros urbanos.

Já o imaginário do morador gira em torno, principalmente, do que este percebe em seu cotidiano. Com isso foi realizada uma pergunta sobre quais atividades os moradores acreditam que os turistas buscam em Lavras Novas.

Gráfico 27 – O que os moradores acreditam que atrai os turistas a visitar Lavras Novas



Fonte: Autora (2025)

A análise das respostas permitiu constatar que a maioria dos moradores (60%) acredita que os turistas visitam o distrito em função de eventos e do contexto cultural, enquanto 30% associam a motivação dos visitantes ao turismo de aventura. Esses dados revelam uma percepção consolidada entre os residentes acerca dos interesses turísticos na localidade, embora se observe uma discrepância em relação ao principal fator de atratividade, uma vez que a maioria dos visitantes busca, sobretudo, a tranquilidade oferecida pelo destino.

Já para os empresários, o turista busca a natureza, a culinária, os eventos, o “sossego”, a tranquilidade, a fuga dos grandes centros urbanos, pela questão cultural e histórica. Demonstrando uma similaridade, principalmente, às respostas dos turistas.

4.3 Reflexões sobre impactos em Lavras Novas

A análise dos dados coletados revelou que a urbanização turística acelerada em Lavras Novas tem gerado impactos significativos em diversas dimensões: econômica, social, cultural e ambiental. Esses impactos são percebidos de maneira distinta por moradores, turistas e empresários, evidenciando contradições e desafios para o desenvolvimento sustentável do distrito.

Como impactos econômicos, foi possível perceber tanto positivos quanto negativos, como por exemplo a geração de emprego e renda, como aspecto positivo mais destacado pelos moradores, com 85% mencionando o turismo como fonte de sustento. Empresários também ressaltaram o crescimento econômico e a visibilidade do distrito. Porém, alguns impactos sociais são percebidos com a aceleração da urbanização turística no local, como impactos na identidade por exemplo.

Enquanto 60% dos turistas acreditam que o crescimento do turismo pode colocar em risco a identidade rural de Lavras Novas, 50% dos moradores discordam, afirmando que a cultura local está sendo preservada. No entanto, alguns moradores expressaram preocupação com a aculturação e a perda de tradições, especialmente entre as gerações mais jovens.

Outros impactos negativos se mostram o excesso de veículos (80% dos moradores citaram esse problema) e a poluição sonora (25%), afetando a qualidade de vida da comunidade, consequência direta do aumento do fluxo turístico. Além disso se percebe impactos ambientais, principalmente na infraestrutura local, tendo em vista que o consumo de água e energia elétrica foi apontado como um problema por 50%

dos moradores, evidenciando a sobrecarga nos recursos naturais.

Turistas também mencionaram a falta de planejamento para lidar com o aumento da demanda. A paisagem rural também tem apresentado uma certa descaracterização devido à expansão de empreendimentos turísticos, este foi um tema recorrente nas entrevistas, tanto entre moradores quanto empresários.

Outro fator percebido por meio da coleta dos dados foram as percepções contrastantes entre turistas e moradores, principalmente sobre a identidade do local. Enquanto os turistas valorizam a tranquilidade e o ambiente rural, muitos moradores enfatizam a necessidade de adaptação às mudanças trazidas pelo turismo. A gestão do turismo também foi apontada como algo ausente, devido ao local não apresentar uma central de informações turísticas, sendo este fato criticado por 90,9% dos turistas, revelando falhas na organização e no suporte ao visitante. Além disso, a falta de estudos sobre capacidade de carga nas vias públicas e de políticas públicas eficientes para regular o crescimento do turismo foi destacada como um risco à sustentabilidade do distrito.

Por fim, os resultados demonstram que Lavras Novas está em um momento de transição, onde os benefícios econômicos do turismo convivem com desafios sociais e ambientais. O distrito enfrenta, assim, o desafio de conciliar o crescimento turístico com a preservação de sua essência rural e cultural. A solução passa pelo diálogo entre todos os atores envolvidos e pela adoção de um modelo de turismo que priorize a sustentabilidade e a identidade local.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo possui estrutura transversal articulada com os setores econômicos, culturais e históricos, ligando-se a diversos segmentos, interferindo e sendo afetado por eles, sendo uma atividade multidimensional e multifacetada (Assunção, 2012). Lavras Novas, objeto de estudo desta monografia, é um lugar em transformação decorrente da urbanização turística.

A produção e mutação desse espaço, como lembra Lefebvre (2006), refere-se aos processos de organização e adaptação dos espaços em prol de atender as necessidades humanas em evolução, sendo esse produto das atividades humanas. A urbanização turística é, assim, uma confirmação da existência de formas específicas da produção do espaço turístico, principalmente quando essa se mostra dominante quanto a economia local. Isto ocorre porque:

O desenvolvimento econômico e a modernização das sociedades não foram homogêneos; assim, pode-se evidenciar que, em algumas áreas, a falta de sincronismo entre o desenvolvimento do turismo e a capacidade de carga gerou problemas graves. O fato é que o turismo causa impactos diretos na sociedade, sendo responsável por mudanças de estilo de vida e interferindo na identidade coletiva das cidades. Por decorrência, é necessário um planejamento urbano adequado que permita equacionar as vantagens e os riscos do desenvolvimento turístico (Assunção, 2012, p. 19).

É a partir disso que o presente trabalho buscou analisar os riscos e impactos decorrentes desta forma de urbanização no distrito de Lavras Novas, com ênfase na questão identitária e nas transformações socioespaciais provocadas pelo turismo. Os resultados obtidos permitem afirmar que o crescimento desordenado da atividade no local tem gerado diversos desafios, evidenciando a necessidade de um planejamento mais sustentável e inclusivo.

Primeiramente, constatou-se que o turismo possui um potencial para figurar como mais uma opção de atividade nos espaços, principalmente o rural, promovendo ao mesmo tempo a valorização sociocultural das comunidades, a proteção do meio ambiente e das atividades que ocorrem ali, além de ser uma importante fonte de renda e emprego para a comunidade.

Em contraponto, o setor também acarreta problemas como o excesso de veículos, a sobrecarga da infraestrutura local e a descaracterização da paisagem rural. Esses fatores, quando somados à falta de políticas públicas eficazes, a falta de recursos e de projetos para melhorias estruturais do local, contribuem para uma

urbanização acelerada que ameaça a identidade cultural e o modo de vida tradicional do distrito. É evidente, após análise dos dados, que o turismo, no decorrer do seu processo evolutivo, demonstrou uma capacidade de mutação e adaptação às novas demandas e exigências da sociedade que habita Lavras Novas, atendendo aos mais distintos interesses.

Assim como no distrito pesquisado, isso se evidencia em regiões em que as infraestruturas e equipamentos urbanos não atingem as condições satisfatórias para atender os cidadãos que habitam o local, bem como os que chegam como visitantes. Questões como a precariedade do abastecimento de água, o saneamento básico, a iluminação pública, falta de acesso às redes de transporte coletivo, excesso de veículos particulares, são reflexos de desigualdades sociais mais profundas e falta de planejamentos estratégicos mais atento aos problemas sociais (Assunção, 2012).

A análise dos dados coletados junto a moradores, turistas e empresários revelou uma dicotomia entre as percepções sobre o local: enquanto os turistas valorizam Lavras Novas como um refúgio tranquilo e rural, os moradores enfrentam os efeitos negativos da massificação turística, como a perda de características identitárias e a pressão sobre recursos naturais. Além disso, a pesquisa destacou a relevância da mídia e das redes sociais na construção de um imaginário idealizado sobre o distrito, que nem sempre corresponde à realidade vivida pela comunidade.

Este trabalho, que analisou os riscos e impactos decorrentes da urbanização turística no distrito de Lavras Novas com ênfase na identidade local, alcançou seu objetivo ao evidenciar, a partir dos dados coletados e analisados, os efeitos da urbanização acelerada. A pesquisa constatou a descaracterização da paisagem rural, a pressão sobre a infraestrutura local e transformações culturais que ameaçam a identidade da comunidade.

Além disso, os resultados demonstraram que o turismo, apesar de trazer benefícios econômicos, como geração a geração de emprego e renda, também acentua desigualdades e desafios socioambientais, confirmando a hipótese inicial de que a mercantilização do espaço sem planejamento adequado coloca em risco a preservação do patrimônio material e imaterial do distrito.

Quanto aos objetivos específicos, compreende-se que foram atendidos pela pesquisa. A caracterização do tipo de turismo praticado no distrito revelou que Lavras Novas se consolidou, principalmente, como destino de turismo rural e ecológico, atraindo visitantes em busca de contato com a natureza, tranquilidade e manifestações

culturais tradicionais. Contudo, observou-se que a oferta turística vem passando por um processo de diversificação, incorporando progressivamente elementos urbanos como eventos de grande porte e estabelecimentos gastronômicos de perfil mais elitizado, configurando um cenário de hibridização do espaço que mescla, de forma híbrida, características rurais e urbanas.

No que diz respeito à formação do imaginário sobre o distrito, a análise demonstrou como a exposição midiática - com destaque às redes sociais - construiu uma representação idealizada de Lavras Novas como refúgio bucólico e pacífico, imagem que frequentemente não corresponde à realidade experimentada pela população local. Essa dissonância entre o imaginário turístico propagado e as transformações concretas no território emergiu como um dos eixos centrais da discussão, revelando os efeitos da mercantilização da imagem do destino.

A investigação sobre os riscos e impactos do turismo no distrito permitiu identificar e categorizar problemas como: o processo de gentrificação em curso; a sobrecarga da infraestrutura local frente ao crescimento desordenado do fluxo turístico; o aumento exponencial de veículos circulando em vias não preparadas para tal demanda; e a gradual erosão de tradições e manifestações culturais locais. Esses impactos foram analisados a partir das percepções coletadas entre moradores, turistas e empresários, oferecendo uma visão das transformações em curso.

No âmbito da caracterização turística do local, o estudo confirmou que Lavras Novas encontra-se em um estágio de transição entre o rural e o urbano, configurando o que pode ser classificado como um espaço híbrido. Esta condição ambígua foi percebida de maneira diferenciada pelos atores sociais envolvidos: enquanto os turistas tendem a enfatizar e valorizar os aspectos de ruralidade, os moradores locais destacam justamente as mudanças de caráter urbano que transformam seu cotidiano.

Diante disso, observa-se como importante a adoção de medidas que promovam um turismo mais equilibrado e sustentável, como a elaboração de estratégias para melhorar a qualidade dos serviços nesse setor, dando novos rumos à utilização insuficiente do potencial turístico de Lavras Novas.

É necessário, ainda, o desenvolvimento de políticas públicas que considerem a capacidade de carga do distrito, garantindo que o crescimento turístico não ultrapasse os limites da infraestrutura disponível. Além disso, é significativo que a comunidade local seja protagonista no desenvolvimento turístico, com iniciativas que preservem e divulguem suas tradições, como festivais culturais, gastronomia típica e artesanato.

Tais ações coletivas podem ser desenvolvidas de forma conjunta a programas de educação ambiental e turística que envolvam moradores e visitantes, incentivando práticas responsáveis e o respeito ao patrimônio natural e cultural.

Por fim, é oportuno reforçar a importância de se pensar o turismo não apenas como uma atividade econômica, mas um fenômeno complexo que envolve não apenas relações sociais, culturais e ambientes. Lavras Novas pode se tornar um exemplo de turismo sustentável, desde que exista o compromisso social com o equilíbrio entre desenvolvimento e preservação. Percebe-se, assim, uma necessidade de entender a possibilidade de uma estabilidade entre a manutenção destas identidades locais e os desenvolvimentos inseridos dentro dos processos econômicos, sendo necessário o equilíbrio para garantir a prudência necessária a frente desta urbanização.

A presente pesquisa, que aqui se encerra, abre caminho para futuros estudos que aprofundem temas como a governança turística, os impactos da gentrificação e as estratégias de resiliência comunitária, contribuindo para o debate acadêmico e prático sobre o turismo em áreas rurais.

6 BIBLIOGRAFIA

ACERENZA, M. A. **Administração do turismo**. Bauru: EDUSC, 2002, v. 1 e 2.

ALVES, C. P. Políticas de Identidade e Políticas de Educação: estudo sobre identidade. **Psicologia & Sociedade**, 2017b. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-0310/2017v29172186>. Acesso em: 23 mai. 2023.

ARAÚJO, T. V.; STRASSBURGER, N. C. . Políticas Públicas para o Turismo Rural Sustentável: uma análise da produção científica. **Turismo e Sociedade**, [S. l.], v. 12, n. 2, 2020. Curitiba: UFPR, p. 130 - 151. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/68938>. Acesso em 17 mai. 2025.

ASSUNÇÃO, P. Turismo e processo de urbanização: desafios na preservação do patrimônio natural e cultural. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 7, p. 17-32, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.12660/oit.v7n2.6888>. Acesso em: 18 dez. 2024.

AUGE, M. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. 9. ed. Campinas, SP: Papirus, 1994. 112 p. ISBN 85-308-0291-8.

BARRETO, M. O turismo na história. In: BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. Campinas: Papirus Editora, 2003. cap. 5. p. 43-57. Disponível em: <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/123456789/2001>. Acesso em: 25 fev. 2025.

BARROS, A., MORAIS, E. P. Descaracterização da paisagem rural: consequências e desafios para as comunidades rurais. **Revista Tópicos**, v. 2, p. 1 - 51, 2024. Disponível em: <https://zenodo.org/records/13289690>. Acesso em: 25 mar. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo rural: orientações básicas. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2. ed. 2010. In: BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003:11. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 01 de jul. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural. Brasília, DF, 2003. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural-orientacoes-basicas.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2025.

BRUSADIN, L. B. A dinâmica do patrimônio cultural no turismo dentre o processo híbrido de memória e identidade da cultura social. **CULTUR – Revista de Cultura e Turismo**, ano 09 - nº 03, p. 64 - 95 – Out/2015. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/937>. Acesso em: 03 ago. 2025.

CANDIOTTO, L. Z. P. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 1, p. 3–24, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14203>. Acesso em: 25 mar. 2025.

CÉSAR, P. A. B. Urbanização turística: esboço para a definição de uma categoria do espaço social. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 2, p. 406–420, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14223>. Acesso em: 9 mar. 2025.

CÉSAR, P. A. B. Urbanização turística como categoria de análise na produção social do espaço; *In*: VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 7, 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2010a, p. 1 – 13. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/05/Urbanizacao%20turistica%20como%20categoria%20de%20analise%20na%20producao%20social%20do.pdf. Acesso em: 14 fev. 2025.

CHAVES, F. N. Lavras Novas – MG: Das Minas de ouro às Rotas de Turismo. **Revista Extraprensa**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 74–81, 2015. Disponível em: <https://revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx15-a9>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CONCEIÇÃO, R. A. M. Turismofobia: Notas sobre o Processo de Imaginação Social no Turismo / Tourismphobia: Notes on the Process of Social Imagination in Tourism. **Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, [S. l.], v. 12, n. 3, 2020. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/7560>. Acesso em: 9 jul. 2025.

COELHO, C. Não-lugares - Uma leitura crítica sob a ótica do turismo. *In*: II Seminário de Pesquisa em TURISMO DO MERCOSUL, 2004, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2004, p. 1 – 15. Disponível em: <https://fundacao.ucs.br/site/midia/arquivos/13-nao-lugares.pdf>. Acesso em: 8 jul. 2025.

DUTRA, C. A. Representações do turismo em Lavras Novas: potencial de geração de conflitos ambientais. **Revista Geografias**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 55–69, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/geografias/article/view/13353>. Acesso em: 10 jul. 2025.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Relação de 1840 divisões territoriais distritais, sendo 853 distritos-sedes municipais (sede municipal: cidade), e 987 distritos (sede distrital: vila) – dezembro/2024**. FJP 2024. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/186BPQN8j6izoJo29EM8ZcmslB6xnRUTM/view>. Acesso em: 16 jul. 2025.

GOMES, J. M. C. **A influência do turismo em pequenas localidades: o caso de São Bartolomeu e Lavras Novas**. 2024. 59 f. Monografia (Graduação em Turismo) - Escola de Direito, Turismo e Museologia, Universidade Federal de Ouro Preto,

Ouro Preto, 2024. <https://monografias.ufop.br/handle/35400000/7177>. Acesso em: 28 mai. 2025.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7.ed. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2003. 102 p. Acesso em: https://leiaarqueologia.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/02/kupdf-com_identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf. Acesso em: 3 fev. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo 2022: 87% da população brasileira vive em áreas urbanas**. Agência IBGE Notícias, 23 ago. 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41901-censo-2022-87-da-populacao-brasileira-vive-em-areas-urbanas>. Acesso em: 8 jul. 2025.

JESUS, G. M. Cenários contemporâneos da urbanização turística. **Caderno Virtual de Turismo**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 1 – 11, 2006. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/65>. Acesso em: 6 mar. 2025.

LEFEBVRE, H. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: *La Production de l'espace*. 4. Ed. Paris: Editions Anthropos, 2000.) Primeira versão início – fev. 2006. Disponível em: https://gpect.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/06/henri_lefebvre-a-produc3a7c3a3o-do-espac3a7o.pdf. Acesso em: 27 out. 2024

MARTINS, C. S. P. **Mobilidade urbana em Lavras Novas - MG: novas perspectivas para a preservação do centro histórico**. 2023. 123 f. Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) - Escola de Minas, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2023. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/5526>. Acesso em: 15 out. 2023.

MOTA, J. S. Utilização do google forms na pesquisa acadêmica. **Revista Humanidades e Inovação**, v.6, n.12, p. 371 – 380, 2019. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadesinovacao/article/view/1106>. Acesso em: 06 ago. 2025.

NITSCHKE, L. B.; BASTARZ, C. Vertentes do turismo rural a partir da produção agrícola e da produção do turismo. *In*: Gomes, B. M. A. (org.). **Turismo e Sociedade**. Curitiba: UFPR, 2021, p. 120 - 139. Disponível em: <https://turismoesociedade.ufpr.br/wp-content/uploads/2021/10/Livro-TS-2a-Edicao.pdf>. Acesso em: 13 mai. 2025.

OURO PRETO. **Lei Complementar N° 29 de 28 de Dezembro de 2006** – Ouro Preto, MG, 2006. Disponível em: https://sgm.ouropreto.mg.gov.br/arquivos/prestacao_contas/lc-29-2006-plano-diretor.pdf. Acesso em: 25 jul. 2025.

PAIVA, R. A. Sobre a relação turismo e urbanização. **PosFAUUSP**, São Paulo, Brasil, v. 20, n. 33, p. 126–145, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2317-2762.v20i33p126-145>. Acesso em: 09 mai. 2025.

SÁ, T. Lugares e não lugares em Marc Augé. **Tempo Social: revista de sociologia da USP**, São Paulo, v. 26, n. 2, p. 209–229, dez. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-20702014000200012>. Acesso em: 8 jul. 2025.

SCHNEIDER, C. Lei Geral do Turismo no Brasil e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: um estudo da sua relação com a identidade cultural e a qualidade de vida. **RELACult - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade**, [S. l.], v. 11, 2025. DOI: 10.23899/qw9jbf81. Disponível em: <https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/2636>. Acesso em: 22 maio. 2025.

SIDRA. Sistema IBGE de Recuperação Automática. **Tabela 9923 – População residente, por situação do domicílio – Distrito. 2022**. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/geratabela?format=xlsx&name=tabela9923.xlsx&terr=N&rank=-&query=t/9923/n10/314610705,314610710,314610715,314610720,314610725,314610730,314610734,314610735,314610740,314610745,314610750,314610752,314610755/v/all/p/all/c1/all/d/v1000093%202/l/v,p%2Bc1,t>. Acesso em: 17 jul. 2025.

SILVA, M. M. A. S. Turismo. **Caderno Setorial ETENE**, Fortaleza, v. 9, n. 364, p. 1-15, 2024. Disponível em: <https://www.bnb.gov.br/revista/cse/article/view/3106>. Acesso em: 25 fev. 2025.

SILVA, G. O imaginário rural do leitor urbano: o sonho mítico da casa no campo. **Brazilian journalism research**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 162–170, 2009. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/200>. Acesso em: 7 jul. 2025.

SPRINT DADOS. **Demanda do Turismo Rural**. 2023. Disponível em: <https://www.sprintdados.com.br/turismorural>. Acesso em: 1 jul. 2025.

TATAGIBA, A. B.; CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto; tradução Magda Lopes. "" 3 ed. "" Porto Alegre: ARTMED, 296 páginas, 2010. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 205–208, 2012. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/11610>. Acesso em: 4 fev. 2025.

TEIXEIRA, P. R.; MICHELIN, R. L.; DALL'AGNOL, S. Turismo e globalização: análise da relação com a identidade cultural; *In*: V ANPTUR - SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO; 5; 2008; Belo Horizonte. **Anais...** São Paulo: Aleph, 2008, p. 1 - 11. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/5/98.pdf>. Acesso em: 5 fev. 2025.

VARAJÃO, G. F. D. C.; DINIZ, A. M. A. Turismo, produção do espaço e urbanização: evolução do uso e ocupação do solo de Lavras Novas, Ouro Preto-MG / Tourism, production of space and urbanization: evolution of the land use of Lavras Novas, Ouro Preto-MG. **Caderno de Geografia**, Belo Horizonte, v. 24, n. 42, p. 73–89, 2014. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/geografia/article/view/6660>. Acesso em: 9 jul. 2025.

VARAJÃO, G. F. D. C.; DINIZ, A. M. A. A evolução da rede urbana de Lavras Novas

e a transformação do seu patrimônio construído. **Cadernos de Arquitetura e Urbanismo**, Belo Horizonte, v. 20, n. 26, p. 111 - 127, 2014a. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/Arquiteturaeurbanismo/article/view/P.2316-1752.2013v20n26p111>. Acesso em: 10 jul. 2025.

VIANA, M. A. **O turismo e os desafios no setor hoteleiro em Lavras Novas - MG**. 2018. 55 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018. Disponível em: <http://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/1016>. Acesso em: 28 nov. 2024.

YIN, R. K. (2015). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman. Disponível em: http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/fetch/74304716/3-YIN-planejamento_metodologia.pdf. Acesso em: 04 fev. 2025.

ANEXOS

Anexo 1 – Formulário para moradores

Urbanização Turística, Identidade e Risco: O Caso do Distrito de Lavras Novas/MG - Formulário para Moradores

Formulário elaborado para obter informações a serem incluídas na Monografia da aluna Mariana Fontanezi Machado Galvão do curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP.

Pesquisa totalmente confidencial, sem divulgação dos participantes.

galvaotbt@gmail.com [Mudar de conta](#)



 Não compartilhado

Você reside a quanto tempo em Lavras Novas?

Sua resposta

Qual a sua idade?

Sua resposta

Qual a sua escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental incompleto
- ☐ Ensino Fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo



Você trabalha em Lavras Novas?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se sim, seu trabalho envolve o turismo de maneira direta ou indiretamente?

- ☐ Sim
- ☐ Não

O que você pensa do turismo praticado no distrito?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo

Justifique a resposta acima.

Sua resposta _____



Na sua opinião, o que você acredita ser um aspecto negativo quanto ao turismo:

- ☐ Poluição sonora
- ☐ Excesso de carros
- ☐ Quantidade de lixo
- ☐ Volume de pessoas
- ☐ Redução da segurança
- ☐ Aumento no consumo de água e luz

Na sua opinião, o que você acredita ser um aspecto positivo quanto ao turismo:

- ☐ Aumento da renda
- ☐ Geração de emprego
- ☐ Visibilidade para o distrito
- ☐ Melhorias estruturais (pavimentação, saúde, educação, trabalho, acesso à internet)

O que você pensa a respeito do turismo futuramente em Lavras Novas?

Sua resposta _____

Você considera que reside em uma área rural ou urbana?

- ☐ Rural
- ☐ Urbana



Justifique a resposta acima.

Sua resposta

Você considera que Lavras Novas possui um tipo de turismo rural ou urbano? E porque?

Sua resposta

Você sabe definir o que é turismo rural?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, justifique

Sua resposta

Você sabe a diferença entre turismo rural e ecológico?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, justifique.

Sua resposta



Quanto ao turismo, você acredita que os turistas buscam qual principal atratividade?

- ☐ Eventos
- ☐ Vida noturna
- ☐ Contexto histórico
- ☐ Espaço rural
- ☐ Contexto cultural
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo de aventura
- ☐ Outro: _____

Na sua opinião, o crescimento do turismo coloca em risco a identidade do local?
Ou seja, exclui os aspectos rurais para se tornar urbano?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Em partes

Justifique a resposta acima.

Sua resposta _____

Qualquer outra informação que deseja apresentar.

Sua resposta _____

Enviar

[Limpar formulário](#)



Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Anexo 2 – Formulário para turistas

Urbanização Turística, Identidade e Risco: O Caso do Distrito de Lavras Novas/MG

Formulário elaborado para obter informações a serem incluídas na Monografia da aluna Mariana Fontanezi Machado Galvão do curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP.

Pesquisa totalmente confidencial, sem divulgação dos participantes.

galvaotbt@gmail.com [Mudar de conta](#)



 Não compartilhado

Onde você reside?

Sua resposta

Qual a sua idade?

Sua resposta

Qual a sua escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental incompleto
- ☐ Ensino Fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo

Quantas noites pretende ficar?

☐ 1 noite

☐ 2 noites

☐ 3 noites

☐ 4 noites

☐ 5 noites

☐ Outro: _____

Você veio ao distrito outras vezes?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, quantas vezes?

Sua resposta _____



Como você descobriu Lavras Novas?

- ☐ Redes Sociais
- ☐ Agências de viagens
- ☐ Mídias sociais da prefeitura
- ☐ Mídias tradicionais (rádio, televisão, jornais ou revistas impressas, outdoors)
- ☐ Sites especializados em turismo
- ☐ Amigos
- ☐ Parentes
- ☐ Outro: _____

O que te atrai em Lavras Novas?

- ☐ Paisagem
- ☐ Turismo rural
- ☐ Turismo de lazer
- ☐ Turismo de aventura
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo de eventos
- ☐ Contexto histórico
- ☐ Cultura local
- ☐ Gastronomia
- ☐ Outro: _____



Dos atrativos citados acima, qual você realmente pratica?

- ☐ Paisagem
- ☐ Turismo rural
- ☐ Turismo de lazer
- ☐ Turismo de aventura
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo de eventos
- ☐ Contexto histórico
- ☐ Cultura local
- ☐ Gastronomia
- ☐ Outro: _____

Você considera o distrito de Lavras Novas:

- ☐ Um lugar tranquilo
- ☐ De convivência com o campo
- ☐ Escape da cidade grande
- ☐ Local histórico
- ☐ De apelo cultural
- ☐ De paisagem bucólica
- ☐ De aspectos rurais
- ☐ De apelo ecológico
- ☐ Outro: _____



Você considera que Lavras Novas possui um tipo de turismo rural ou urbano? E porque?

Sua resposta _____

Você sabe definir o que é turismo rural?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, justifique?

Sua resposta _____

Você sabe a diferença entre turismo rural e ecológico?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, justifique.

Sua resposta _____



Como você avalia a infraestrutura do distrito quanto ao tratamento de água, iluminação, segurança, acesso a internet, transporte, suporte profissional ao turista (guias, central de informações, sinalização viária, distribuição de mapas e folhetos com os atrativos).

- ☐ Ótima
- ☐ Boa
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssima

Em caso negativo, qual carência você observa quanto a infraestrutura?

- ☐ Tratamento da água
- ☐ Iluminação
- ☐ Segurança
- ☐ Acesso a internet
- ☐ Transporte
- ☐ Outro: _____

Como você avalia o suporte turístico oferecido em Lavras Novas?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo



Em caso de ruim ou péssimo, quais seriam as fraquezas.

- ☐ Central de informações turísticas
- ☐ Sinalização viária para os atrativos turísticos
- ☐ Distribuição de mapas e folhetos com os atrativos
- ☐ Empresas ou profissionais para atendimento ao turista (guia de turismo, agências, suporte público)

Considerando a identidade local, como você avalia Lavras Novas?

- ☐ Identidade histórica e urbana
- ☐ Identidade histórica e rural
- ☐ Identidade ecológica e rural
- ☐ Identidade ecológica e histórica
- ☐ Identidade histórica e cultural
- ☐ Outro: _____

Na sua opinião, o crescimento do turismo coloca em risco a identidade do local?
Ou seja, exclui os aspectos rurais para se tornar urbano?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Em partes

Justifique a resposta acima.

Sua resposta _____



Você considera que o distrito satisfaz o que você buscava?

☐ Sim

☐ Não

Em caso positivo, justifique

Sua resposta

Em caso negativo, justifique

Sua resposta

Você pretende retornar ao distrito?

☐ Sim

☐ Não

Qualquer outra informação que deseja apresentar.

Sua resposta

Enviar

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Federal de Ouro Preto. - [Entre em contato com o proprietário do formulário](#)

Este formulário parece suspeito? [Denunciar](#)

Google Formulários



Anexo 3 – Formulário para empresários

Urbanização Turística, Identidade e Risco: O Caso do Distrito de Lavras Novas/MG - Formulário para Empresários

Formulário elaborado para obter informações a serem incluídas na Monografia da aluna Mariana Fontanezi Machado Galvão do curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP.

Pesquisa totalmente confidencial, sem divulgação dos participantes.

galvaotbt@gmail.com [Mudar de conta](#)



Não compartilhado

Onde você reside?

Sua resposta

Qual a sua idade?

Sua resposta

Qual a sua escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental incompleto
- ☐ Ensino Fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo



Quantas noites pretende ficar?

☐ 1 noite

☐ 2 noites

☐ 3 noites

☐ 4 noites

☐ 5 noites

☐ Outro: _____

Você veio ao distrito outras vezes?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, quantas vezes?

Sua resposta _____



Como você descobriu Lavras Novas?

- ☐ Redes Sociais
- ☐ Agências de viagens
- ☐ Mídias sociais da prefeitura
- ☐ Mídias tradicionais (rádio, televisão, jornais ou revistas impressas, outdoors)
- ☐ Sites especializados em turismo
- ☐ Amigos
- ☐ Parentes
- ☐ Outro: _____

O que te atrai em Lavras Novas?

- ☐ Paisagem
- ☐ Turismo rural
- ☐ Turismo de lazer
- ☐ Turismo de aventura
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo de eventos
- ☐ Contexto histórico
- ☐ Cultura local
- ☐ Gastronomia
- ☐ Outro: _____



Dos atrativos citados acima, qual você realmente pratica?

- ☐ Paisagem
- ☐ Turismo rural
- ☐ Turismo de lazer
- ☐ Turismo de aventura
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo de eventos
- ☐ Contexto histórico
- ☐ Cultura local
- ☐ Gastronomia
- ☐ Outro: _____

Você considera o distrito de Lavras Novas:

- ☐ Um lugar tranquilo
- ☐ De convivência com o campo
- ☐ Escape da cidade grande
- ☐ Local histórico
- ☐ De apelo cultural
- ☐ De paisagem bucólica
- ☐ De aspectos rurais
- ☐ De apelo ecológico
- ☐ Outro: _____



Você considera que Lavras Novas possui um tipo de turismo rural ou urbano? E porque?

Sua resposta

Você sabe definir o que é turismo rural?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, justifique?

Sua resposta

Você sabe a diferença entre turismo rural e ecológico?

☐ Sim

☐ Não

Se sim, justifique.

Sua resposta



Como você avalia a infraestrutura do distrito quanto ao tratamento de água, iluminação, segurança, acesso a internet, transporte, suporte profissional ao turista (guias, central de informações, sinalização viária, distribuição de mapas e folhetos com os atrativos).

- ☐ Ótima
- ☐ Boa
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssima

Em caso negativo, qual carência você observa quanto a infraestrutura?

- ☐ Tratamento da água
- ☐ Iluminação
- ☐ Segurança
- ☐ Acesso a internet
- ☐ Transporte
- ☐ Outro: _____

Como você avalia o suporte turístico oferecido em Lavras Novas?

- ☐ Ótimo
- ☐ Bom
- ☐ Regular
- ☐ Ruim
- ☐ Péssimo



Em caso de ruim ou péssimo, quais seriam as fraquezas.

- ☐ Central de informações turísticas
- ☐ Sinalização viária para os atrativos turísticos
- ☐ Distribuição de mapas e folhetos com os atrativos
- ☐ Empresas ou profissionais para atendimento ao turista (guia de turismo, agências, suporte público)

Considerando a identidade local, como você avalia Lavras Novas?

- ☐ Identidade histórica e urbana
- ☐ Identidade histórica e rural
- ☐ Identidade ecológica e rural
- ☐ Identidade ecológica e histórica
- ☐ Identidade histórica e cultural
- ☐ Outro: _____

Na sua opinião, o crescimento do turismo coloca em risco a identidade do local?
Ou seja, exclui os aspectos rurais para se tornar urbano?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Em partes

Justifique a resposta acima.

Sua resposta _____



Você considera que o distrito satisfaz o que você buscava?

☐ Sim

☐ Não

Em caso positivo, justifique

Sua resposta

Em caso negativo, justifique

Sua resposta

Você pretende retornar ao distrito?

☐ Sim

☐ Não

Qualquer outra informação que deseja apresentar.

Sua resposta

Enviar

Limpar formulário

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Federal de Ouro Preto. - [Entre em contato com o proprietário do formulário](#)

Este formulário parece suspeito? [Denunciar](#)

Google Formulários

