



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE
DO NORTE – CAMPUS CANGUARETAMA
DIREÇÃO ACADÊMICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

CLEISSON AILTON DE MATOS DA SILVA

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE O DESENVOLVIMENTO
TURÍSTICO DE CANGUARETAMA**

CANGUARETAMA/RN

2019

CLEISSON AILTON DE MATOS DA SILVA

**ANÁLISE PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE O DESENVOLVIMENTO
TURÍSTICO DE CANGUARETAMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso Superior de Tecnologia
em Gestão de Turismo, do Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande
do Norte (IFRN - Campus Canguaretama),
como requisito parcial para obtenção do título
de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientador: Márcio Marreiro das Chagas, Dr.

CANGUARETAMA/RN

2019

CLEISSON AILTON DE MATOS DA SILVA

**ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE O DESENVOLVIMENTO
TURÍSTICO DE CANGUARETAMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN - Campus Canguaretama), como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Canguaretama/RN, 26 de novembro de 2019

Márcio Marreiro das Chagas, Dr.
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
(IFRN – Campus Canguaretama)
Orientador – Presidente da Banca Examinadora

Flávio Rodrigo Freire, Dr.
(IFRN – Campus Canguaretama)
Membro da Banca Examinadora

Marcio Monteiro Maia, Dr.
(IFRN – Campus Canguaretama)
Membro da Banca Examinadora

*“O conhecimento é uma ferramenta, e como todas as ferramentas, o seu impacto está nas
mãos de quem o usa.”*

Dan Brown

Dedico este trabalho especialmente a minha mãe que amo muito, ao meus familiares e amigos que sempre me apoiaram na minha caminhada .

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a pessoa mais importante na minha vida que é minha mãe, Silene Silvestre de Lima, mesmo nossos laços não sendo de sangue eles vão muito além disso, obrigado por ter sempre acreditado em minhas capacidades e por todos os momentos de conselhos que me deu, eu te amo mais que tudo nesta vida, eu nunca seria quem sou se não fosse por você em minha vida. Obrigado por me acolher e sempre cuidar de mim.

A minha irmã Lidia Kathin do Nascimento e minha tia Maria do Desterro de Matos que sempre acreditaram em mim e me incentivaram a nunca desistir dos meus sonhos e sempre acreditaram nas minhas capacidades, mesmo quando tudo parecia difícil, eu sou eternamente grato a vocês estarem sempre comigo em todos os momentos da minha vida.

Quero agradecer também a Natany Regina Ramos do Nascimento e Jessica Caroline Ramos Fernandes por estarem desde o início da graduação sempre ao meu lado e me ajudando em tudo relacionado tanto ao curso e a vida pessoal, amigas que levarei para sempre. Obrigado por todo o incentivo que me deram e por todos os dias de luta que tivemos juntos estudando e quebrando a cabeça para chegar cada vez mais longe.

Ao meu orientador Dr. Márcio Marreiro das Chagas, por ter tanta paciência comigo e disponibilidade em todas as horas em que tive dúvidas. Muito obrigado por todo o conhecimento que me proporcionou tanto em aula quanto na pesquisa.

Ao Instituto Federal do Rio Grande do Norte, aos professores e colegas de sala por seguir comigo nessa caminhada que foi a graduação em gestão de turismo, foi uma oportunidade maravilhosa estar ao lado de tantos profissionais da área de turismo e colegas que mostraram ser companheiros e dedicados ao curso. Sem dúvidas o IFRN é uma mãe na vida de cada aluno.

A todo minha família e amigos por sempre me apoiar em minhas escolhas e estar sempre comigo quando mais precisei e ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) pela oportunidade de ter o primeiro contato com a pesquisa e por ter me proporcionado condições para que eu pudesse seguir com o meu trabalho e dar origem a essa monografia.

RESUMO

O objetivo deste estudo foi analisar as percepções dos residentes da comunidade local de Canguaretama/RN sobre o desenvolvimento da atividade turística, interação entre residentes e turistas e emoções sentidas durante a interação. A pesquisa se caracteriza como descritiva, de natureza quantitativa, além de ser do tipo *survey* de corte transversal. A escolha do sujeito foi feita através do método aleatório simples, além disso utilizou-se para a amostra o método por conveniência. A coleta de dados feita através de formulários, com afirmações em uma escala métrica de 11 pontos, em que 0 indica total discordância e 10 total concordância. Os dados foram coletados nos períodos entre 10/02/2018 até 30/04/2018, obtendo um total de 126 questionários válidos. Os dados coletados por meio dos formulários foram inseridos no software Statistical Package for Social Science (SPSS 22.0). Por meio do qual ocorreu a análise dos dados utilizando-se de estatísticas descritivas. Dentre os resultados da estatística descritiva, foi observado que os residentes têm elevadas percepções sobre os impactos positivos e baixas percepções no que diz respeito aos impactos negativos, moderado apego à comunidade, elevada percepção sobre os benefícios pessoais, baixa interação com os visitantes, assim como emoções neutras durante a interação e apoio ao desenvolvimento turístico.

Palavras-chave: Percepção do residente. Desenvolvimento sustentável. Nível de interação. Emoções sentidas durante a interação.

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the perceptions of residents of the local community of Canguaretama / RN about tourism development, interaction between residents and tourists and emotions felt during an interaction. One research describes as descriptive, quantitative nature, in addition to the type of cross-sectional research. The choice of the subject was made by the simple random method, in addition, it is used for the sample or convenience method. A data collection made through forms, with statements on an 11-point metric scale, where 0 indicates total disagreement and 10 total agreement. Data were collected from 10/02/2018 to 4/30/2018, obtaining a total of 126 valid questionnaires. Data collected through forms were entered without Statistical Package for Social Science software (SPSS 22.0). Through which an analysis of the data using descriptive statistics took place. Among the results of descriptive statistics, we observed residents who had perceptions of negative effects and low feelings that cause harmful effects, moderate after community, perceived personal benefits, low interaction with visitors, as well as neutral emotions during an interaction and support for tourism development..

Key-words: Resident's perception. Sustainable development. Interaction level. Emotions felt during the interaction.

LISTA DE TABELAS

- TABELA 1: Perfil da amostra. **Erro! Indicador não definido.**47
- TABELA 2: Percepção dos residentes sobre os impactos positivos do turismo **Erro!
Indicador não definido.**49
- TABELA 3: Percepção dos residentes sobre os impactos negativos do turismo.....**Erro! Indicador não definido.**51
- TABELA 4: Percepção dos residentes sobre o **Erro! Indicador não definido.**apego a comunidade.....53
- TABELA 5: Percepção dos residentes sobre os benefícios pessoais.....**Erro!
Indicador não definido.**.....49
- TABELA 6: Percepção dos residentes sobre a interação entre residentes e turistas**Erro!
Indicador não definido.**.....56
- TABELA 7: Percepção dos residentes sobre as emoções sentidas durante o contato entre residentes e turistas**Erro!
Indicador não definido.**.....57
- TABELA 8: Percepção dos residentes sobre o apoio ao desenvolvimento turístico**Erro!
Indicador não definido.**.....59

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 PROBLEMÁTICA.....	15
1.2 JUSTIFICATIVA	18
1.3 OBJETIVOS.....	19
<i>1.3.1 Geral.....</i>	<i>19</i>
<i>1.3.2 Específicos.....</i>	<i>19</i>
2 REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO TURISMO E A PARTICIPAÇÃO DOS AUTÓCTONES	20
2.2 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DAS DIMENSÕES.....	24
<i>2.2.1 Apego ao lugar</i>	<i>24</i>
<i>2.2.2 Impactos percebidos do turismo.....</i>	<i>26</i>
<i>2.2.3 Interação entre residentes e turistas</i>	<i>28</i>
<i>2.2.4. Emoções dos residentes sentidas durante a interação</i>	<i>30</i>
<i>2.2.5. Benefícios Pessoais</i>	<i>32</i>
2.3 MODELOS DOS ANTECEDENTES DO APOIO AO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO.....	33
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	43
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	43
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	44
3.3 COLETA DE DADOS	45
3.4 MÉTODO DE ANÁLISE DOS DADOS	46
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	47
4.1 PERFIL AMOSTRA	47

4.2 PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	49
<i>4.2.1 Percepção dos residentes sobre os impactos positivos do turismo</i>	<i>49</i>
<i>4.2.2 Percepção dos residentes sobre os impactos negativos do turismo.....</i>	<i>51</i>
<i>4.2.3 Percepção dos residentes sobre o apego a comunidade</i>	<i>53</i>
<i>4.2.4 Percepção dos residentes sobre os benefícios pessoais</i>	<i>54</i>
<i>4.2.5 Percepção dos residentes sobre a interação entre residentes e turistas.....</i>	<i>55</i>
<i>4.2.6 Percepção dos residentes sobre as emoções sentidas durante o contato entre residentes e turistas</i>	<i>57</i>
<i>4.2.7 Percepção do residente sobre o apoio ao desenvolvimento turístico</i>	<i>58</i>
5 CONCLUSÕES.....	61
REFERÊNCIAS	63
APÊNDICE A: INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	70
APÊNDICE B: ESTATÍSTICA DESCRITIVA.	72

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problemática

O turismo é uma atividade que cresce cada vez mais no Brasil e no mundo, devido a necessidade do ser humano querer conhecer diferentes expressões culturais, regiões, histórias, povos e estar em contato com diferentes realidades. De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2018), o número de viagens internacionais cresceu 7% em 2017, sendo o maior desde 2010. Segundo a mesma referência o turismo gerou também uma receita de 5% chegando a um total de 1,340 milhões de dólares.

É indiscutível que o turismo é umas das atividades que mais geram benefícios econômicos nos destinos indutores, principalmente em localidades onde é possível vivenciar o turismo de sol e praia (CHAGAS, 2014). Além disso é uma das formas na qual uma comunidade pode começar a se desenvolver.

Ainda no que diz respeito ao fator econômico do turismo, no ano de 2016, segundo o Ministério do Turismo (MTUR, 2016), durante os jogos olímpicos a receita do Brasil obteve um aumento de 38,14% em comparação com o mesmo período do ano anterior, isso mostra como o turismo é uma atividade importante para a economia do país.

Além disso, o turismo é capaz de beneficiar outros setores da economia devido ao fato de que o visitante acaba utilizando diversos produtos ou serviços da localidade. De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2018) o turismo é responsável por 1 a cada 10 empregos gerados no mundo. Dessa forma fica evidente que o turismo é um importante setor a ser desenvolvido cada vez mais, possibilitando a geração de empregos diretos e indiretos e mais qualidade de vida para os residentes das destinações turísticas.

Com isso é de fundamental importância que os destinos turísticos sejam trabalhados de forma a desenvolver a competitividade e melhorar de maneira constante seus produtos e serviços, pois cada destino tem suas especificidades que podem ser sempre melhoradas atraindo públicos cada vez mais diversificados (MTUR, 2015).

É de suma importância que os destinos turísticos estejam sempre se renovando e inovando seus produtos e serviços, pois desta forma poderão competir com muitos outros destinos turísticos. Tais competições são necessárias para o Brasil como destino de turistas internacionais devido ao fato de que quanto mais um destino melhora sua qualidade em serviços e produtos melhor será a imagem do país no contexto mundial (MTUR, 2015).

Mas para que o planejamento seja efetivo e gere benefícios para todos os que serão impactados com a prática da atividade turística torna-se necessário pensar na sustentabilidade. De acordo com Beni (2006), o desenvolvimento sustentável diz respeito não apenas a visão econômica, mas engloba fatores como sociais, ambientais e culturais, ou seja, quando se planeja o turismo em uma localidade é de extrema importância que seja pensado todos esses fatores com vista a tentar um desenvolvimento sustentável.

Nesta perspectiva, é importante que os autóctones tornem-se o principal agente atuante no que diz respeito a tomada de decisão de uma comunidade, sendo assim os planejadores do turismo seja ele público ou privado deve integrar a população local nas políticas de planejamento a fim de garantir a preservação do meio ambiente que será utilizado (BRANDÃO; BARBIERI; JUNIOR, 2013).

Portanto torna-se importante que a comunidade possa opinar no que diz respeito aos programas, projetos e ações que estejam sendo implementados. Tendo em vista que as políticas públicas devem estar de acordo com as necessidades dos autóctones e tais pessoas devem sempre participar e opinar nas decisões referentes a sua comunidade e seu modo de vida (TONON; CARDOZO, 2013).

De acordo com Vieira (2014), é necessário que os residentes apoiem a atividade turística para que assim seja possível desenvolver o turismo de forma sustentável. Além disso a autora fala que para o desenvolvimento acontecer é necessário que a comunidade deva ter confiança nos órgãos governamentais. Sendo assim é importante que o poder público e a iniciativa privada estejam sempre em consonância com os interesses da população.

É notório que a prática do turismo implica em diversos impactos na comunidade onde é desenvolvida, pensando nisso é relevante que este seja um dos fatores a ser analisado, tendo em vista que ao perceber os impactos negativos do turismo a população tende a ter antipatia pela atividade ao contrário dos positivos que fazem com que a mesma tenha mais empatia. Pereira (2017), fala que dentre os impactos do turismo existem os negativos tais como aumento do custo de vida, poluição e problemas ambientais, já os positivos são referentes a geração de emprego e renda para a comunidade. Diante disso, é importante ressaltar que a percepção da comunidade sobre os impactos contribui para o melhor direcionamento durante o planejamento do turismo.

Barreto (2004), fala que em uma localidade apenas uma parcela da população tem o contato direto com os turistas, tais contatos ocorrem em lugares diversos seja ele de maneira formal ou informal. Sendo assim, a interação entre o turista e residente deve ser um dos fatores

analisados para o levantamento da percepção de uma comunidade, haja vista que tal interação pode estar diretamente relacionada ao apoio desses residentes. Quando o residente participa ativamente nos processos de tomada de decisão e políticas públicas no que tange o desenvolvimento turístico, este contato tenderá a ser mais constante e sua percepção será mais significativa.

Todo contato humano desperta emoções diferentes entre as pessoas, que podem ser negativas ou positivas. De acordo com Rodrigues (2012), as emoções durante o contato entre turista e residente é algo que deve ser levado em consideração, pois quando o residente tem emoções negativas tendem a ser hostis com os turistas comprometendo assim o desenvolvimento do turismo na localidade, as emoções também devem ser positivas para ambas as partes. Sendo assim a partir do momento que se compreende tal perspectiva faz-se necessário desenvolver estratégias que façam com que o residente se sinta melhor com durante a interação.

Atividades que geram benefícios para as pessoas que estão envolvidas tendem a ser mais bem aceitas, caso contrário haverá uma aversão a esta prática por parte dos impactados. Desta forma, é a prática do turismo que deve sempre gerar benefícios positivos para todos os envolvidos. De acordo com Xu et al (2016), a percepção do residente sobre os ganhos que terá com o turismo faz com que ele seja mais favorável quanto ao desenvolvimento desta prática.

A partir do exposto é possível observar que a interação entre turistas e residentes impacta fortemente seu nível de apoio. Desta maneira torna-se relevante observar o nível de interação e como esta interação influencia a percepção do residente sobre o desenvolvimento turístico em uma localidade. Com base nesta perspectiva, pressupõe-se que uma parcela da população que apoia o desenvolvimento da atividade tem uma maior interação com o turista ao contrário das que não apoiam.

Com isso é notório que o levantamento da percepção da comunidade sobre o desenvolvimento turístico é um fator de suma importância no que diz respeito ao planejamento participativo. Devido ao crescimento da atividade turística no Brasil e no mundo tal atividade deve ser planejada de uma maneira que os envolvidos percebam mais impactos positivos que negativos e o conhecimento sobre o quanto a comunidade está envolvida com os visitantes e quais seus sentimentos durante este contato. Tal perspectiva pode contribuir na análise sobre a percepção da comunidade sobre a atividade turística.

Portanto, a questão da pesquisa que se coloca é qual a percepção dos residentes da comunidade local de Canguaretama sobre o desenvolvimento turístico?

1.2 Justificativa

O turismo é uma atividade capaz de gerar impactos em comunidades receptoras. No entanto com o planejamento adequado é possível diminuir os impactos negativos e gerar mais impactos positivos, caso contrário os efeitos dos impactos negativos podem ser muitas vezes irreversíveis (CHAGAS; SILVA; SILVA, 2016). Desta forma, para que tais impactos tragam mais benefícios para a localidade é necessário que o planejamento envolva todos *stakeholders* indo desde os residentes até os empresários locais, sendo este de extrema importância no que diz respeito ao planejamento e o desenvolvimento local sustentável.

Sendo assim, do ponto de vista prático é possível observar que o presente estudo é capaz de contribuir na elaboração de estratégias e ferramentas para o desenvolvimento da atividade turística em uma determinada região.

Vale salientar também que o Município de Canguaretama vem fazendo avanços no que diz respeito a sua cultura e história, em 2017 foram canonizados pelo Papa Francisco, os Mártires de Cunhaú e Uruaçu, que são santos considerados de extrema importância para os católicos da cidade e também para a cultura local. Desta forma tal acontecimento torna-se uma oportunidade para o desenvolvimento do turismo, principalmente no segmento de turismo religioso, tendo em vista que o município trabalha muito mais o turismo de sol e praia no distrito de Barra do Cunhaú fazendo com que os atrativos culturais sejam pouco explorados.

O turismo deve ser visto como uma atividade que venha a agregar ganhos para a comunidade e não apenas de âmbito comercial, mas também de forma cultural, ambiental, e social. Desta forma, é importante conhecer estratégias de gestão sustentável para que a comunidade perceba as vantagens da prática do turismo, e para que isso aconteça torna-se necessário identificar a percepção da comunidade sobre desenvolvimento do turismo, pois é conhecendo a população local e sabendo sua percepção sobre o turismo que será possível trabalhar em melhorias (PEREIRA, 2017).

O estudo corrobora para que os residentes de Canguaretama/RN possam ser inseridos no processo de planejamento, para que desta forma tenham voz nas tomadas de decisão no que diz respeito a gestão do desenvolvimento turístico, uma vez que o processo participativo pode ser considerado um dos elementos capazes de formular projetos e ações em prol dos envolvidos no desenvolvimento da atividade turística.

Quanto a relevância acadêmico/científica, o estudo visa contribuir com o fornecimento de informações que possam vir a agregar para futuros trabalhos sobre a percepção

do residente ao desenvolvimento turístico, principalmente no que diz respeito a o município de Canguaretama/RN. Sendo assim, este instrumento torna-se de fundamental importância tanto para futuros gestores da região quanto para pesquisas acadêmicas da área, torna-se também uma ferramenta para a comunidade no geral. Desta forma o estudo acerca da prática turística permite ter uma visão ampla em diversos contextos no âmbito do turismo, seja ele social, ambiental, econômico ou cultural, além de permitir uma maior compreensão sobre a percepção dos atores sociais envolvidos e impactados na prática da atividade.

De acordo com Beni (2002), para que o desenvolvimento de uma atividade ocorra é necessário que a comunidade esteja ativa dentro do sistema turístico, pois muitas vezes quando não levada em conta as suas decisões ela acaba perdendo não apenas seu lugar de origem mas também sua identidade cultural, além de ficar à margem da sociedade por não se adaptar às mudanças advindas da atividade turística.

Nesta perspectiva, o estudo acerca do turismo é capaz de abrir um leque de opções para gestores e planejadores da atividade turística tendo em vista que o mesmo se torna uma importante ferramenta, além de colaborar com o bem-estar da sociedade em meio a atividade turística.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar as percepções e atitudes da comunidade local de Canguaretama/RN em relação ao desenvolvimento turístico.

1.3.2 Específicos

- a) Caracterizar o perfil sociodemográfico dos residentes de Canguaretama-RN;
- b) Avaliar a percepção dos residentes em relação aos possíveis fatores antecedentes do apoio dos residentes ao desenvolvimento turístico;
- c) Analisar a interação entre residentes e turistas e as emoções sentidas durante a interação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Desenvolvimento sustentável do turismo e a participação dos autóctones

O desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade é considerado como sendo uma melhoria no modo de vida humano, preservando os recursos naturais e a integridade humana. É no relatório de Butland que nasce o conceito de desenvolvimento sustentável, sendo classificado como o ato de preservar os recursos atuais para que possam ser utilizados por futuras gerações (WCDE, 1987). É neste relatório que se discute sobre o crescimento econômico sem causar impactos negativos no meio natural e social, utilizando estratégias para que seja formulado um novo modelo de desenvolvimento, podendo assim beneficiar tanto o aspecto econômico quanto social e ambiental de forma igualitária.

No Brasil, a proposta de desenvolvimento sustentável também foi discutida durante a Agenda 21 do Rio 92, no intuito de adequar as políticas de sustentabilidade. Teve como fundamento a orientação sobre o esgotamento dos recursos naturais e o modelo de desenvolvimento da época, com esta conferência foram aprovados tratados que discutiam os recursos naturais do planeta e o meio ambiente (ALMEIDA; ABRANJA, 2009).

Para que uma localidade seja considerada sustentável é necessário que o planejamento seja levado em consideração. “A palavra sustentabilidade pretende refletir uma política e estratégia de desenvolvimento econômico e social contínuo, sem prejuízo do ambiente e dos recursos naturais, de cuja qualidade depende a continuidade da atividade humana e do desenvolvimento” (ASHTON, 2005, p. 108).

É necessário que do ponto de vista sustentável o turismo seja visto como um sistema que integra diversos âmbitos da comunidade. De acordo com Esteves (2004), a sustentabilidade funciona como um sistema de manutenção onde a sua duração irá depender do seu grau de adaptação diversidade, resiliência, equidade do sistema e interação entre as diferentes dimensões ambiental, social, cultural e econômica.

Entretanto falar de desenvolvimento sustentável implica dizer que se deve considerar outros fatores além do ambiental e econômico, pois a comunidade receptora torna-se indispensável para que se possa afirmar que de fato aquele local se encaixa nos padrões de sustentabilidade (GARROD; FYALL, 1998; BRANDÃO; ET AL, 2013; RODRIGUES 2012; VIEIRA, 2014).

Para Rodrigues e Rippel (2015), o desenvolvimento avaliado somente no nível de renda de uma população local não reflete as reais necessidades de um indivíduo. O desenvolvimento sustentável deve beneficiar todos os indivíduos de forma equitativa, além de ser necessário ter noção de que a uma parcela considerável da população é afetada pela desigualdade.

Durante muito tempo o desenvolvimento era visto apenas do ponto de vista econômico, não dando maiores importâncias para o fator ambiental, social ou cultural. Diante desta perspectiva Oliveira (2002), corrobora que crescer economicamente não é suficiente para que uma população se desenvolva, mas sim pensar como esse crescimento irá afetar seu modo de vida, tais como aumento no preço dos produtos e até mesmo sua qualidade de vida.

“O desenvolvimento sustentável não é só aquilo que se ganha com o desenvolvimento econômico, mas também a promoção, a igualdade entre indivíduos e entre grupos da comunidade” (RODRIGUES, 2012, p. 9). A sustentabilidade surge também como uma forma de equilibrar a distribuição de renda na comunidade, principalmente durante o desenvolvimento da prática turística, pois o turismo tende a ser uma atividade desigual e muitas vezes predatória se não seguir um bom planejamento e envolvimento das partes interessadas.

O turismo é uma das práticas que quando não planejada da forma correta gera impactos negativos e significativos no meio ambiente e no modo de vida da comunidade receptora (RODRIGUES et al, 2014). Destinos turísticos de massa onde não existe um planejamento adequado tendem a afetar o modo de vida da população local, além de gerar conflitos entre a comunidade e as iniciativas públicas e privadas que se beneficiam do turismo.

A prática da sustentabilidade gera diversos desafios para a atividade turística, pois como se sabe todo destino tende a sofrer os impactos negativos do turismo. De acordo com Silveira (1998), a sustentabilidade no âmbito do turismo começou a ganhar força a partir dos anos 90 com o surgimento da preocupação ambiental por órgãos como a Organização Mundial de Turismo (OMT) e após as recomendações da Agenda 21.

Beni (2002), diz que a partir do momento que o turismo se agrega ao conceito de desenvolvimento ele passa a ter um papel a cumprir devido ao fato de que utiliza a biosfera ao

seu redor e assim deve conservar tal ambiente. A sustentabilidade no turismo deve sanar as necessidades tanto ambientais quanto sociais, cabe aos planejadores da atividade turística garantir a manutenção e preservação dos recursos a qual o turismo utiliza, além de garantir a qualidade de vida da comunidade local.

Antes dos anos 70 não existia uma preocupação com os impactos que o turismo causava ao meio ambiente ou a sociedade ao entorno, era visto apenas o lucro gerado pela atividade. De acordo com Mendes e Detmering (2018), foi na Conferência Mundial de Turismo Sustentável (CMTS) realizada pela OMT, que foi agregado ao turismo a ideia de desenvolvimento sustentável tendo em vista o equilíbrio entre os três pilares que são respectivamente a sociedade, economia e meio ambiente.

Modalidades como o ecoturismo, turismo rural e de aventura foram surgindo como práticas de turismo sustentável, principalmente para os países menos desenvolvidos devido suas inegáveis riquezas naturais e culturais e para que assim pudessem ser inseridos no competitivo mercado mundial do turismo. Entretanto, tal prática recebia cada vez mais visitantes e tinha cada vez menos envolvimento da comunidade, ou seja, começaram a surgir desconforto e conflitos entre a comunidade e o *trade turístico*, além do excesso de visitantes em locais considerados ambientais (SILVEIRA, 1998; RODRIGUES, 2012).

O desenvolvimento do turismo em determinadas localidades deve ser claramente adequado a estratégias não somente ambientais, mas também interligadas sempre aos conceitos sociais e econômicos dando total atenção a sua viabilidade (OLIVEIRA; MANSO, 2010).

A gestão compartilhada com todos os agentes impactados pela atividade turística gera uma maior rentabilidade do ponto de vista social, econômico e ambiental, além de garantir bons projetos que possam vir a agregar na renda da comunidade local (CHAGAS, 2014; BRANDÃO; BARBIERE E JUNIOR, 2013).

Diversos autores da literatura asseveram que um bom planejamento deve sempre considerar que a comunidade ao entorno deva participar ativamente do processo da tomada de decisão, pois estas são as mais impactadas pelo processo de desenvolvimento local. De acordo com Dias (2005), o turismo é uma atividade dinamizadora e que proporciona o contato entre pessoas de culturas e costumes diferentes, desta forma deve ser bem planejado pelos órgãos competentes e de acordo com o conceito de desenvolvimento sustentável.

De acordo com Scalabrini (2014), a comunidade também é vista como um agente desenvolvedor de produtos e serviços turísticos sendo uma das mais importantes no processo de desenvolvimento. A participação ativa da comunidade no turismo é vista como uma das

alternativas que possam envolver e garantir o apoio da população local, além de gerar benefícios para todos os envolvidos.

O apoio da população local é fundamental para que tal desenvolvimento turístico seja válido, desta forma torna-se vital que todos os planejadores da atividade turística tenham noção da importância da voz que a comunidade local tem, pois assim conflitos podem ser minimizados entre visitantes e autóctones. Desta forma é necessário que os órgãos competentes mostrem para a comunidade o que está sendo feito em relação ao desenvolvimento em sua localidade e que eles possam opinar.

“Some-se a isso o fato de que a ampliação das experiências participativas pode funcionar como um meio de informação e sensibilização da sociedade quanto às falhas da administração pública, sobre a criação de políticas públicas, referente à lógica de funcionamento dos órgãos públicos e dos conselhos” (PINHEIRO et al, 2011, p. 469).

Do ponto de vista teórico as políticas referentes ao turismo deveriam se preocupar muito mais no interesse coletivo do que no interesse de grupos econômicos dominantes, para que desta forma pudessem ser oferecido espaços de debate para que a população local fosse capaz de falar sobre problemas relacionados à atividade turística, para que assim possam discutir sobre estratégias que causem menos impactos sobre a comunidade (TONON; CARDOZO, 2013).

Para que a comunidade seja envolvida em tais discussões torna-se necessário que os planejadores procurem conceitos e metodologias que estimulem a participação da população. De acordo Nunkoo, Ramkissoon e Gursoy (2012), divulgações que informem a comunidade sobre debates e discussões sobre um determinado tema possibilita um maior público em tais eventos. Estas estratégias de participação comunitária fortalecem a confiança e o apoio, devido ao fato de que a população acaba se tornando capaz de discutir e decidir sobre seus problemas de acordo com a realidade a qual vivem.

No que tange às metodologias que podem ser utilizadas para a participação da comunidade, Moesch, Costa e Silva (2011), diz que oficinas e seminários são necessários para que a comunidade entenda um pouco mais da atividade a qual está inserida e sua importância neste contexto, além disso servem como forma de sensibilização para que todos participem de forma ativa.

De acordo com tal autor, participar de discussões que envolvam o bem-estar da maioria da população dentro de uma comunidade é uma forma de exercer a cidadania, além de empoderar os autóctones tornando-os parte do processo de desenvolvimento. É de extrema importância que todos tenham conhecimento sobre seus direitos e deveres, principalmente no

que tange às políticas relacionadas ao turismo, pois o turismo como uma atividade multisetorial impacta toda uma comunidade de maneira direta ou indireta.

Brito, Breda e Costa (2015), assevera que muitas localidades têm baixa participação dos autóctones o que acaba ocasionando na falta de informação a grupos considerados minorias, tais como grupos étnicos, marginalizados e com os desfavorecidos econômica e politicamente. O autor ainda afirma que muitas vezes o planejamento do turismo acaba falhando ou até mesmo nem é feito, o que reflete muito na realidade de diversas comunidades onde os planos municipais acabam ficando apenas no papel ou nem mesmo chega a ser criado.

Cabe ressaltar que é necessário que comunidades mais afastadas dos pontos turísticos sejam inseridas no processo de decisão, pois é comum autóctones que estão à margem da comunidade serem esquecidos durante o processo decisório do desenvolvimento turístico, desta forma é relevante que todos tenham conhecimento do que está sendo feito em sua localidade (RODRIGUES, 2012).

Participar do desenvolvimento do turismo significa dizer que o controle por parte da população será exercido. Além de garantir que os planos e projetos turísticos sejam criados, executados e melhorados com êxito. Desta forma, a sociedade poderá compreender melhor seu papel dentro do *trade turístico*. Vale ressaltar também que representações e ONGs ligadas ao desenvolvimento sustentável terão voz diante de tal atividade.

Sendo assim torna-se relevante compreender que a inter-relação entre comunidade e visitantes é vista como um fator primordial para a manutenção da atividade turística, devido ao fato de que dentro de uma sociedade existem diferentes grupos de interesse e que quando tais grupos divergem sobre determinados assuntos maiores problemas podem surgir, desta forma torna-se necessário que o planejamento seja feito visando garantir o bem estar de todos para que assim os possíveis problemas sejam sanados.

2.2 Conceitos e características das dimensões

2.2.1 Apego ao lugar

O apego é definido como um forte sentimento de pertencimento ou ligação de uma ou mais pessoas a sua localidade, diversos autores estudam o apego a fim de explicar e entender o comportamento humano (HIDALGO; HERNÁNDEZ, 2001; DEYSEANE; ZULMIRA, 2009; FUNK; JAMES, 2006; GURSOY; RUTHERFORD, 2004; JUROWSKI; et al, 1997;

GURSOY; et al 2002). De acordo com Woosnam e Aleshinloye (2015), o apego ao lugar pode refletir diretamente na participação de um indivíduo dentro de sua comunidade, fazendo com que esta mesma pessoa passe a ter uma ligação emocional com o lugar.

O conceito de apego começou a ser discutido pelo campo da psicologia onde era estudado o comportamento dos autóctones em relação ao seu ambiente e aos outros indivíduos, os estudos consideram a percepção das pessoas em relação ao seu lugar revelando suas diferentes formas de experimentação sobre o ambiente ao qual está inserido.

Alguns autores discutem que o apego está relacionado ao comportamento psicológico que abrange o afetivo, o cognitivo e o conativo (HIDALGO; HERNÁNDEZ, 2001; DEYSEANE; ZULMIRA, 2009). Estudos relacionados ao conceito de apego mostram que tal sentimento se caracteriza como percepções humanas referentes a pessoas ou lugares (MCCOOL; MARTIN, 1994, FUNK; JAMES, 2006, HUMMON 1992).

O apego ao lugar é um vínculo no qual as pessoas se conectam a lugares ou outras pessoas, fazendo que assim sintam que pertencem a este lugar e crie laços afetivos e emocionais (SILVA; CHAGAS, 2018). Deste modo, cabe dizer que o apego ao lugar é a relação estabelecida entre o ser humano a alguma coisa ou alguém, fazendo com que se sinta conectado e envolvido.

Um dos motivadores do apego está ligado ao lugar onde determinada pessoa escolhe para morar, ou seja, diversos atributos daquele local podem influenciar o sentimento de pertencimento de um residente, seja ele social ou até mesmo devido aos atrativos e a própria localização do lugar (LIMA; BOMFIM, 2009).

De acordo com Silva e Chagas (2018), o tempo que uma pessoa vive em uma determinada comunidade pode influenciar diretamente em seu apego. Desta forma é relevante destacar que o nível de apego pode ser maior para um residente que vive a mais tempo em uma comunidade, assim como pode ser menor para residentes mais novos ou recém chegados no local.

O apego mostra-se também como um sentimento que pode ser despertado durante um primeiro contato de uma pessoa a determinada localidade, seja durante uma visita ou simplesmente através de uma experimentação prévia possibilitada por viagens virtuais (SANTORO, 2014). Sendo assim, o sentimento de pertencimento pode ser despertado através da identificação do indivíduo a localidade, mesmo que este contato não seja através da visita diretamente a local.

O apego é tratado como um meio pelo qual os indivíduos sentem-se ligados a sua comunidade devido ao fato de que desta forma obtêm-se benefícios advindos de uma determinada atividade geradora de renda na localidade (GURSOY; RUTHERFORD, 2004; JUROWSKI; et al, 1997; GURSOY; et al 2002; BOLEY; et al, 2014).

Já para Williams et al (1992), o apego a localidade está relacionado ao simbolismo representativo para cada indivíduo devido ao fato de que as raízes do lugar se projetam através das memórias criando assim o sentimento de pertencimento. Desta forma, o apego torna-se o resultado do valor que a comunidade ou local específico representam para uma determinada pessoa.

De acordo com Wang e Chen (2015), o apego pode ser considerado como uma série de significados que uma determinada localidade tem sobre o indivíduo, além de conhecimentos, comprometimento e satisfação. Sendo assim, o apego pode ser visto como um sentimento de segurança que permite ao indivíduo sentir-se bem no local ao qual vive ou visita, formando assim relações com o passar do tempo com específicas definições.

2.2.2 Impactos percebidos do turismo

Durante anos se discute sobre os impactos causados pela atividade turística e como esses impactos influenciam o comportamento de uma comunidade (HARALAMBOPOULOS; PIZAM, 1996, ANDERECK; et al., 2005, CHAGAS, 2014; BRANDÃO; BARBIERI; JUNIOR, 2013), o estudo sobre os impactos do turismo tornou-se uma considerável ferramenta de gestão em destinos turísticos, principalmente aqueles que tem como foco o desenvolvimento sustentável. Os impactos do turismo são consequências positivas ou negativas causadas pela atividade, tais impactos são vistos principalmente pela sociedade residente pelo fato de serem um dos principais agentes afetados pela atividade.

De acordo com a literatura os impactos do turismo podem ser vistos a partir de diferentes perspectivas, que são elas: econômicas, sociais, ambientais e culturais, sendo cada um desses impactos específicos de cada comunidade a partir do seu nível de desenvolvimento turístico (ANDERECK; et al., 2005, CHAGAS; et al., 2016; SILVA, 2018; MORALES; et al., 2018). Os impactos negativos do turismo podem ser relacionados a fatores ambientais tais como poluição, sujeira, depredação ambiental, destruição da natureza e o desmatamento; sociais com problemas relacionados à violência, prostituição, tráfico de drogas, congestionamento de tráfego, superlotação em locais públicos entre outros (ANDERECK; et al., 2005; CHAGAS; et

al., 2016; ALMEIDA GARCIA; et al., 2016; WILLIAMS; LAWSON, 2001), Problemas econômicos como aumento no preço dos produtos e serviços, dependência econômica do setor, sazonalidade dos trabalhos, vazamento de receita turística, aumento de imposto de propriedades (HARALAMBOPOULOS; PIZAM, 1996; CHAGAS, 2014; CHAGAS; et al., 2016; SILVA, 2018) e culturais onde é possível analisar impactos negativos relacionados a perda de identidade cultural, destruição do patrimônio histórico cultural, descaracterização do artesanato local, arrogância cultural (AP; CROMPTON, 1998; HALLAL; MÜLLER, 2013, BARRETO, 2009).

Já no que diz respeito aos impactos positivos do turismo é apresentado como fatores ambientais o estímulo à preservação ao meio ambiente, investimento em infraestruturas ambientais, contato com a natureza, limpeza dos patrimônios e atrativos, conscientização ambiental e educação em relação ao meio ambiente (ANDERECK; NYAUPANE 2011; ANDERECK; et al., 2005; BRUNT; COURTNEY, 1999), já os sociais podem ser vistos como intercâmbio social e cultural, melhoria na qualidade de vida, melhoria na infraestrutura turística e urbana, mais opções de lazer ao ar livre e melhoria em prestação de serviços públicos (SON; PIGRAM; RUGENDYKE 2002; BRUNT; COURTNEY 1999; MORALES; et al., 2018), No que se refere aos econômicos é possível citar aumento nas oportunidades de emprego, desenvolvimento econômico, investimento na economia local e aumento da renda da população (CHAGAS, 2014; MORALES; et al., 2018; GUO; ET AL., 2017; COSTA; MARES, 2016; BUJOSA; ROSELLÓ, 2007), os culturais podem ser vistos como resgate da cultura local, preservação cultural, interação com diferentes culturas e valorização do artesanato local (BRANDÃO; BARBIERI; JUNIOR, 2013; HALLAL; MÜLLER, 2013; MORALES; ET AL, 2018; AP; CROMPTON, 1998).

Para Hallal e Müller (2013), os impactos positivos ou negativos estão relacionados a percepção que a comunidade tem sobre quais são as vantagens e desvantagens do turismo sobre as questões ambientais, sociais, culturais e econômicas. É evidente que os impactos do turismo são referentes às transformações ocorridas durante um processo de desenvolvimento turístico em comunidades que recebem um determinado fluxo de visitantes. Além disso, o frequente contato do turista tanto com os residentes quanto com o seu entorno acaba impactando o ambiente de forma significativa.

De acordo com Dias (2005), o turismo sustentável deve estar apoiado em três eixos fundamentais que são: a dimensão econômica, ambiental e sociocultural. Tais eixos estão relacionados aos impactos do turismo, sendo assim quando estas dimensões são contempladas

em harmonia é possível que o setor turístico gera mais impactos positivos do que negativos sendo possível a viabilidade de um desenvolvimento sustentável.

Os impactos são características específicas de cada localidade podendo variar de acordo com o tipo de turismo praticado em uma determinada região, ou seja, ambientes onde o turismo é mais ligado a natureza os impactos podem ser mais de ambiental. Já aqueles onde o turismo é focado mais na sociedade e na cultura os impactos são de ordem sociocultural, entretanto no que diz respeito aos econômicos qualquer tipo de prática turística é capaz de impactar na economia local.

2.2.3 Interação entre residentes e turistas

O turismo é uma atividade que proporciona o contato entre diferentes pessoas em diferentes realidades, ocasionando assim uma troca de experiências e informações tanto para o residente quanto para o visitante. Sobre isso Aires, Pequeno e Fortes (2010, p. 43), falam que “O contato entre seres de hábitos, cultura, idiomas, condição social e formas de pensar diferentes inevitavelmente possibilitará que venham à tona choques tanto para visitantes como para visitados”.

A interação entre residentes e turistas trata-se do contato entre eles durante a passagem ou estadia do turista no local de visitação. A interação que os residentes têm com os turistas é capaz de modificar o modo como veem a prática da atividade turística, fazendo com que a comunicação entre ambos possa alterar sua percepção de forma negativa ou positiva (RODRIGUES, 2012).

De acordo com Zacaria (2015), o contato entre residentes e turistas se dá por grupos de diferentes contextos socioeconômicos. Tais características fazem com que tanto residentes quanto turistas experienciam o desenvolvimento turístico de maneiras diferentes o que pode dificultar a relação entre ambas as partes.

De acordo com Ward e Berno (2011), o contato que se estabelece entre residentes e turistas é capaz de minimizar o preconceito existente entre eles, além de reduzir as atitudes negativas dos residentes em relação aos turistas. Entretanto, para Bimonte e Punzo (2016), é importante que exista um equilíbrio entre custos e benefícios durante este contato, pois quando não existe equilíbrio surgem conflitos entre ambos os grupos.

A interação pode ser vista a partir de diferentes perspectivas, pois nem sempre o nível de contato entre esses dois grupos é frequente, podendo variar de acordo com os locais

em que turistas e residentes se encontram e iniciam o contato. A interação entre residentes e visitantes pode acontecer em diferentes locais seja ele turístico ou não, sendo a frequência de tal interação diferente em cada local (WOOSNAM; et al., 2018; WOOSNAM; NORMAN, 2010; RODRIGUES, 2012). Sobre esta perspectiva Barreto (2004, p. 146), afirma que:

o relacionamento entre visitantes e visitados apresenta um amplo espectro, variando de uma situação em que praticamente não há contato entre visitantes e visitados, a não ser com os prestadores de serviços turísticos, que é comum nas formas institucionalizadas de turismo e no turismo realizado em grandes centros urbanos, a outra em que os visitantes circulam dentro das comunidades receptoras, algo próprio das formas não institucionalizadas de turismo e de centros urbanos pequenos ou de centros não urbanos. Entre estas, há uma ampla gama de variações nos graus de contato e nos tipos de relações que se estabelecem.

De acordo com Dias (2005, p. 120), “O importante para ser assimilado é que os encontros pessoais entre turistas e residentes envolvem um contato humano direto, que pode ser positivo, negativo ou simplesmente superficial, indiferente para ambos os lados”.

O contato entre turista e residente pode acontecer de duas maneiras, formal ou informal, pois é evidente que a atividade turística pode proporcionar a geração de emprego para os autóctones de uma determinada região ocasionando no contato formal em locais turísticos. Além disso tal contato pode acontecer de maneira informal, ou seja, quando o residente apenas encontra com um visitante em determinados locais da comunidade. O contato entre esses dois grupos podem acontecer em locais de trabalho dos residentes tais como atrativos turísticos, eventos, bares e restaurantes e estabelecimentos comerciais já os informais podem surgir em informações que os residentes dão aos visitantes nas ruas, em conversas com os visitantes e atividades recreativas e desportivas (RODRIGUES, 2012; AIRES; PEQUENO; FORTES 2010).

De acordo com De Kadt (1979), o contato que ocorre entre residente e turistas acontece em três diferentes situações: quando o turista compra algum bem ou serviço do residente, quando o residente se encontra com turistas em atrativos e durante a troca de informações. Joo et al (2018), corrobora que o contato estabelecido entre esses dois grupos geralmente ocorre em tarefas do dia a dia dos residentes.

Quanto mais frequente é a interação entre residentes e turistas mais forte é a troca cultural entre eles, podendo trazer a tona a realidade entre cada um. Entretanto quando este contato é cada vez menos frequente pode causar um desconhecimento por parte do residente sobre o desenvolvimento do turismo e a falta de conhecimento dos turistas sobre a comunidade a qual está sendo visitada. Sobre esta afirmação, Krippendorf (2009, p. 90), afirma que:

O contato intensivo com os autóctones, do qual se gaba a publicidade, advém por ocasião das excursões em ônibus climatizados, sob a proteção, proteção do guia de viagem e no âmbito tranquilizador do grupo. O que deveria ser um encontro, sucumbe à "síndrome do zoológico": uns e outros se observam. O autóctone torna-se um espetáculo e um tema de fotografias. Mas não há, também, um meio um de se entenderem pela palavra. E como o tempo urge - afinal, temos de proteger nosso dinheiro -, está fora de cogitação qualquer parada para contemplar um pouco os arredores, com toda a tranquilidade. No hotel ou na praia só se toma conhecimento dos autóctones por causa de suas funções de serviços: o servente, a arrumadeira, o vigia, os vendedores de suvenires, o motorista, os músicos, dançarinos de músicas folclóricas os etc.

A interação entre os residentes e turistas é vista como uma relação apenas de interesse econômico, pois de uma forma ou de outra o turista gera economia na localidade onde visita (DIAS, 2005; KRIPPENDORF 2009; BARRETO, 2009).

2.2.4. Emoções dos residentes sentidas durante a interação

O turismo por ser uma atividade decorrente do contato humano proporciona diferentes sentimentos através desses contatos que podem motivar o comportamento dos residentes em relação ao turistas indo dos mais positivos até os mais negativos. De acordo com Santos (2011), a emoção é caracterizada como uma rápida resposta do indivíduo a algo com o qual ele não esperava sendo também uma forma segura de tomar uma decisão se mostrando como uma comunicação não verbal.

A etimologia da palavra emoção vem do latim “emotione” que no literal significa “movimento para fora”(Santos, 2011). Desta forma, as emoções são o que nos move e nos motiva a agir diante de determinado objeto ou acontecimento, aquilo que nos dar a determinação para tomar uma atitude em relação a algo.

Falar de emoções é algo bastante relativo, entretanto é possível perceber que a emoção diz respeito ao estado psicológico do ser humano. Para Gros (1998), a emoção é o resultado de diferentes problemas e mudanças, elas geralmente facilitam o processo de tomada de decisão preparando o indivíduo para respostas mais rápidas e fornecendo contínuas informações sobre a cíclica troca entre organismo e meio-ambiente.

No que diz respeito às emoções Damásio (1996), diz que a emoção é um processo no qual o indivíduo experimenta sensações no corpo que são desencadeadas devido a imagens mentais que estimula um sistema cerebral específico.

Para Rodrigues (2012), a emoção se mostra como um mecanismo o qual o indivíduo utiliza para verificar se algo é bom ou ruim, podendo desta forma determinar o comportamento de um indivíduo dentro da sociedade. Mesmo não dizendo diretamente nossas emoções a alguém, elas podem transparecer através de nossas atitudes, expressões e até mesmo gestos mostrando para pessoas ao redor o que sentimos.

Plutchik (1980), assevera que o ser humano é movido por emoções básicas conceituando-as em: medo, fúria, alegria, tristeza, aceitação, desgosto, expectativa e surpresa. Já Izard (1977), mostrou um pouco mais de emoções essenciais chegando a 10 tipos que foram: interesse, alegria, surpresa, tristeza, fúria, desgosto, desprezo, medo, vergonha e culpa.

No que diz respeito às emoções relacionadas ao turismo, diversos autores investigam tal perspectiva utilizando escalas que possam medir as emoções sentidas, tais como a Pleasure Arouse Dominance (PAD) de Mehrabian & Russell (1974), a Positive Affect Negative Affect Scale (PANAS) de Watson et al. (1988) e a Consumption Emotions Set (CES) de Richins (1997).

As emoções que são despertadas através do contato entre autóctone e visitante são reflexos do nível de interação existente entre eles, onde o residente pode demonstrar de diferentes maneiras os seus sentimentos ao turista. No trabalho de Woosnam e Aleshinloye (2015), a emoção é trabalhada a partir da solidariedade emocional onde os residentes e turistas tem uma noção do “nós” ao invés do “eu versus você”, identificando assim o grau de proximidade entre eles e as emoções despertadas durante o contato.

Para Barreto (2009), as emoções estão ligadas ao como a comunidade vê o turista e o desenvolvimento da atividade na região, pois em determinado ponto da atividade a hostilidade dos residentes em relação ao turista vai aumentando cada vez mais, acarretando diversos problemas que podem dificultar o funcionamento da atividade. Dias (2005), fala que a forma a qual a população resiste contra o turismo parte de manifestações e até ações agressivas contra o turista e contra a atividade turística.

Acerca disso, é possível notar que o sentimento do residente segue um padrão de acordo com o nível de desenvolvimento turístico da comunidade, este padrão é definido através da escala de relação que foi apontada por Doxey (1975), onde é mostrado a irritabilidade da população em relação ao visitante, os índices são pautados em quatro estágios que são: euforia, apatia, irritação e antagonismo. Para Aires e Fortes (2011), esta escala pode ter mais de uma atitude do residente em um mesmo período em um destino turístico, podendo assim o não seguimento das fases do modelo proposto por Doxey (1975) ser explicada por outros fatores.

As emoções dos residentes em relação aos visitantes tornam-se determinantes no que diz respeito ao planejamento da atividade turística, devido ao fato de que é necessário que o sentimento dos autóctones seja levado em consideração para que não haja conflitos e hostilidade que possam espantar os visitantes e comprometer o bem-estar dos residentes. De acordo com Ribeiro et al (2018), a solidariedade emocional existente entre autóctones e visitantes é um fator primordial para o sucesso de um destino turístico, além de garantir que o visitante possa retornar futuramente devido às relações positivas existente entre ambas as partes.

2.2.5. Benefícios Pessoais

O turismo como uma atividade geradora de renda é capaz de proporcionar diversos benefícios para aqueles que estão envolvidos direta ou indiretamente com a atividade. Desta forma, os benefícios pessoais advindos da atividade turística podem ser vistos como aqueles em que o residente se beneficia diretamente de diversas maneiras com o desenvolvimento do turismo em uma comunidade.

É evidente que toda e qualquer atividade que venha a agregar vantagens econômicas para um indivíduo será vista de forma positiva. No que diz respeito aos benefícios do turismo a literatura mostra que esta tal perspectiva é vista como ganhos econômicos da atividade turística que podem melhorar as condições de vida da comunidade a qual o turismo está em desenvolvimento (BOLEY; STRZELECKA; WOOSNAM, 2018; YU; COLE; CHANCELLOR, 2018).

Para Perdue et al (1990), os benefícios pessoais do desenvolvimento turístico se baseiam em percepções nas quais o residente identifica a atividade turística como vantagem econômica para sua própria renda, pois muitos veem o desenvolvimento do turismo como alternativa na qual é possível ter ganhos econômicos. Para destinos turísticos em desenvolvimento o turismo funciona para muitos como uma esperança na qual é possível melhorar de vida e ganhar uma renda a mais.

De acordo com McGehee e Andereck (2004), os benefícios pessoais da atividade turística tornam-se uma forma na qual os residentes começam a ver o turismo como algo positivo que os proporciona vantagens pessoais significativas. O turismo pode envolver o residente de diversas maneiras, onde é possível obter renda tanto de atividades diretas, quanto indiretas.

Mas para Wang e Pfister (2008), os benefícios pessoais podem ser vistos de perspectivas além da econômica, pois em seu estudo foi possível analisar os benefícios pessoais a partir do ponto de vista social como a revitalização do centro da cidade, eventos e programas especiais e opções de compras e restaurantes. Em corroboração com esta pesquisa Xu et al (2016), mostram que os residentes não percebem os benefícios pessoais da atividade turística, mas sim os benefícios comunitários que possam agregar valor aos residentes.

Os benefícios pessoais que um residente pode perceber advindo do desenvolvimento do turismo podem estar relacionados a sua melhoria de qualidade de vida tais como facilidades em infraestrutura básica e turística, reconhecimento cultural e mais opções de entretenimento para os residentes (NUNKOO; RAMKISSOON, 2012; BESCULIDES; LEE; MCCORMICK, 2002). Desta forma é evidente que tais benefícios podem ir além do econômico mostrando que mesmo que este benefício seja individual ele pode ser visto a partir dos ganhos pessoais que o indivíduo possa ter com determinadas ações do turismo.

A análise dos benefícios pessoais é algo bastante individual pois cada pessoa percebe os benefícios de uma forma diferente, além de ser algo que se relaciona com o modo ao qual turismo é experienciado por cada autóctone. De acordo com Boley et al (2014), a teoria de Weber mostra que o comportamento de um indivíduo pode ser classificado de duas formas, a racionalidade formal e a substantiva. A racionalidade formal diz respeito aos ganhos econômicos que o indivíduo terá, já a substantiva menciona os aspectos não econômicos. Sendo assim a partir da teoria de Weber é possível ver que os benefícios podem ser tanto econômicos quanto não econômicos.

Para Lv, Xie e Li (2019), o empoderamento do residente é um fator que pode influenciar os benefícios pessoais, tendo como importância o envolvimento dos residentes no desenvolvimento do turismo para que desta forma seja possível obter uma percepção positiva sobre os benefícios da atividade turística. Sendo assim, os benefícios pessoais são aqueles que podem ajudar um determinado indivíduo a melhorar seus padrões de vida significativamente, principalmente quando os mesmos se sentem empoderados e envolvidos diante da atividade.

2.3 Modelos dos antecedentes do apoio ao desenvolvimento turístico

O apoio é definido como um sentimento de um determinado indivíduo ou grupo de indivíduos em relação a alguma prática, sendo assim para o turismo o apoio é definido como a

cooperação entre todos os *stakeholders* sobre a atividade do meio turístico (CHAGAS; SILVA; SILVA; MARQUES JÚNIOR, 2016; SILVA; CHAGAS, 2016; RODRIGUES, 2012).

No trabalho de Chagas, Silva, Silva e Marques Júnior (2016), é mostrado a classificação em relação ao apoio para o desenvolvimento turístico em comunidades indígenas, são consideradas as principais variáveis: impactos percebidos do turismo, apego do residente a comunidade e apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo.

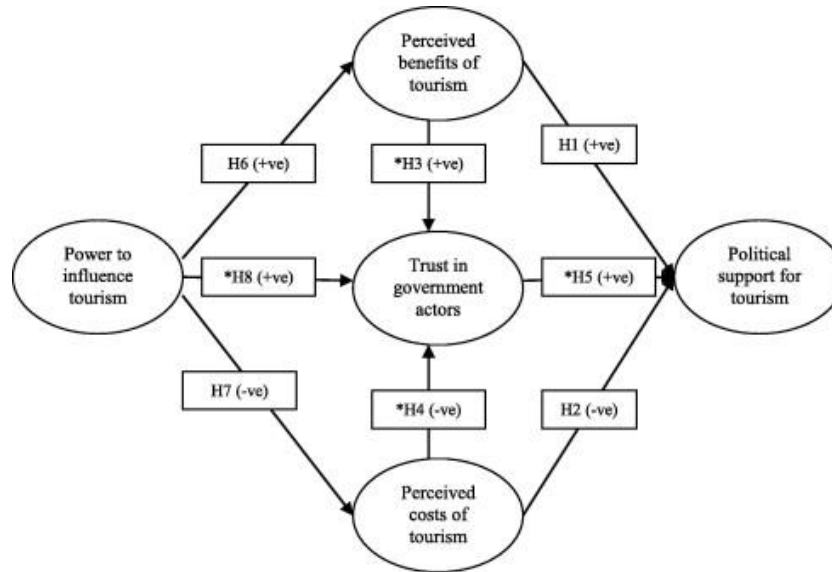
Desta forma, em sua conclusão, os grupos foram classificados em três que são: Aversos ao turismo, incentivadores por benefício e apoiadores por afetividade. Com isso é possível concluir que no primeiro grupo, ou seja, os avessos ao turismo demonstram que aqueles que possuem maior apego a comunidade tendem a ter baixa percepção dos impactos positivos e negativos, além disso possuem um baixo grau de apoio ao desenvolvimento turístico.

Já no que se refere aos dois últimos grupos, incentivadores por benefício e apoiadores por afetividade demonstram maior apoio ao desenvolvimento do turismo na comunidade além de acreditarem que os impactos positivos podem trazer benefícios e que os negativos são de níveis pouco significativo e o apego aos apoiadores por afetividade mostram um maior nível nesta dimensão.

Silva e Chagas (2016), corroboram que o nível de apoio do autóctone ao turismo é vinculado, entre outros fatores, pelo apego deste indivíduo a sua comunidade, sua percepção dos impactos do setor e pelos aspectos sócio demográficos. Para eles, o perfil sócio demográfico tende a influenciar as atitudes dos residentes, visto que o apoio está relacionado com a idade, nível de escolaridade, tempo de residência, sexo e se trabalha com o turismo ou não.

Diversos são os fatores antecedentes do apoio ao desenvolvimento turístico, tais fatores procuram explicar quais as motivações que levam os residente a apoiar a atividade turística. No estudo de Nunkoo e Ramkisson (2012), são analisadas algumas variáveis antecedentes do apoio ao desenvolvimento turístico tais como: benefícios e custos do turismo, confiança em atores governamentais e o poder dos residentes de influenciar o turismo. O estudo foi feito com residentes das Ilhas Maurícias obtendo um quantitativo de 513 questionários válidos. Para a análise das variáveis foi utilizado o Modelo de Equações Estruturais (SEM), com o objetivo de verificar a relação entre as variáveis. A seguir será mostrado a figura 1 referente ao modelo de Nunkoo e Ramkisson (2012).

Figura 1: Modelo de Nunkoo e Ramkisson (2012)



Fonte: Nunkoo e Ramkisson (2012).

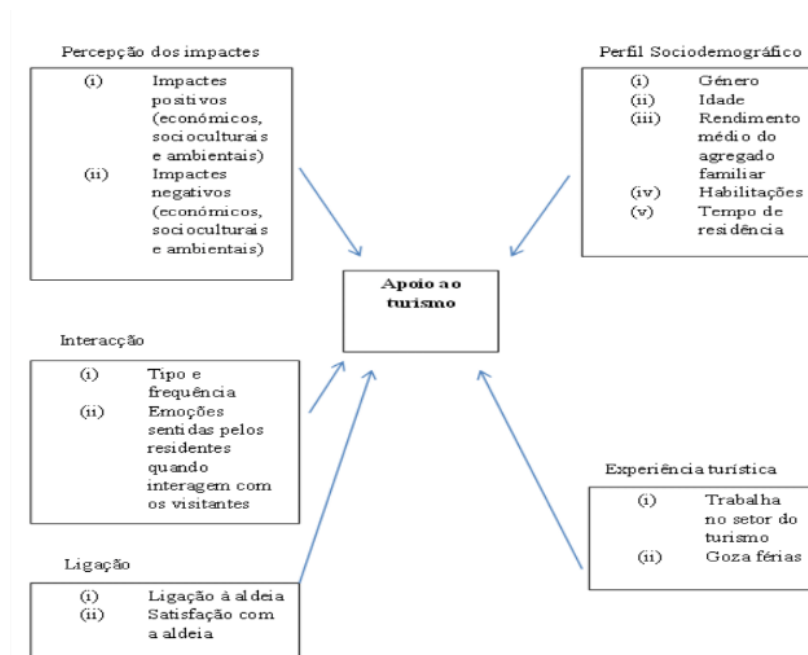
Desta forma foram analisadas as seguintes hipóteses: H1: Existe uma relação positiva direta entre os benefícios percebidos do turismo e o apoio à indústria; H2: Existe uma relação negativa direta entre os custos percebidos do turismo e o apoio à indústria; H3: Existe uma relação positiva direta entre os benefícios percebidos do turismo e a confiança dos residentes nos atores do governo; H4: Existe uma relação negativa direta entre os custos percebidos do turismo e a confiança dos moradores nos atores do governo; H5: Existe uma relação positiva direta entre a confiança dos residentes nos atores do governo e seu apoio ao turismo; H6: Existe uma relação positiva direta entre o poder dos residentes de influenciar o turismo e os benefícios percebidos do turismo; H7: Existe uma relação negativa direta entre o poder dos residentes de influenciar o turismo e os custos percebidos do turismo; H8: Existe uma relação positiva direta entre o poder dos residentes de influenciar o turismo e sua confiança nos atores do governo. Das hipóteses analisadas a única rejeitada foi a H2: Existe uma relação negativa direta entre os custos percebidos do turismo e o apoio à indústria.

Dentre os resultados encontrados na pesquisa foram vistos que a relação entre os autóctones e o atores governamentais devem ser de total esclarecimento por parte dos órgãos governamentais sobre as decisões relacionadas ao planejamento turístico para que assim exista a confiança por parte dos residentes. É visto também que os custos e benefícios do turismo são determinados pela confiança dos residentes nos órgãos governamentais. Desta forma torna-se necessário que as políticas de planejamento do turismo e o desenvolvimento da atividade possa vir a agregar mais benefícios do que custos para a comunidade. Outro resultado foi que existe uma relação determinante entre o poder dos residentes e a confiança nos atores governamentais.

Sendo assim, cursos de capacitação do residentes torna-se uma maneira na qual pode melhorar significativamente a confiança do residentes além de melhorar os resultados no desenvolvimento turístico.

Rodrigues (2012), desenvolveu um modelo a fim de analisar as percepções dos residentes ao desenvolvimento turístico os principais fatores analisados como antecedentes do apoio foram: perfil sociodemográfico dos residentes, percepção dos residentes dos impactes do turismo, nível de interação entre residentes e visitantes, emoções sentidas pelos residentes na interação com os visitantes e ligação dos residentes aos destinos turístico. O estudo foi realizado em nove aldeias de Portugal, com 102 residentes entrevistados. Em sua análise a autora utiliza PAD (Pleasure, Arousal, Dominance), no intuito de verificar o nível de emoção sentida pelos residentes quando interagem com os visitantes. Além disso foi utilizado o coeficiente de correlação de *Spearman* para os identificar os fatores que influenciam o apoio dos residentes ao desenvolvimento turístico, o teste t para que fosse analisado o gênero e a experiência dos residentes e o apoio ao turismo e por fim a regressão linear múltipla para também obter os fatores influenciadores do apoio. A seguir será mostrado a figura 2 referente ao modelo de Rodrigues (2012).

Figura 2: Modelo de Rodrigues (2012)



Fonte: Rodrigues (2012).

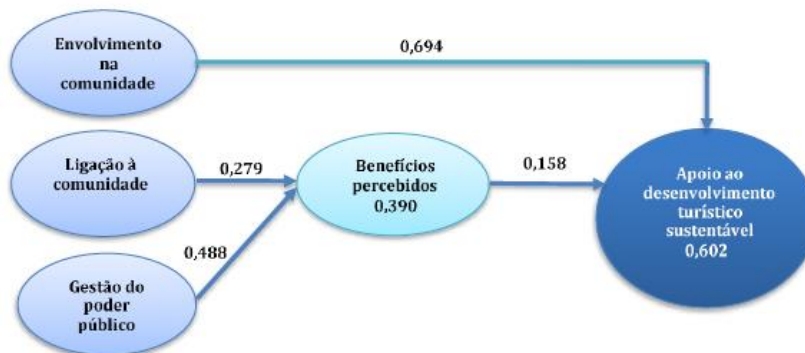
Desta forma foram analisadas as seguintes hipóteses: H1: A percepção dos residentes dos benefícios do turismo influencia de forma positiva o nível de apoio dos residentes de

destinos rurais ao desenvolvimento do turismo; H2: A percepção dos residentes dos custos do turismo influencia de forma negativa o apoio dos residentes de destinos rurais ao desenvolvimento do turismo; H3: Existem diferenças estatisticamente significativas na atitude dos residentes dos destinos rurais face ao desenvolvimento do turismo de acordo com as suas características sociodemográficas; H4: A experiência turística dos residentes dos destinos rurais está positivamente relacionada com o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H5: Existe uma relação direta entre a frequência da interação entre residentes e visitantes e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H6: A interação com o objetivo de desenvolver relações de amizade está relacionada de forma positiva com o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H7: Existe uma relação direta entre as emoções positivas sentidas pelos residentes quando interagem com os visitantes e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H8: Quanto maior for a ligação dos residentes à aldeia maior será o seu apoio ao desenvolvimento do turismo; H9: Quanto maior for a satisfação dos residentes com a aldeia maior será o seu apoio ao desenvolvimento do turismo. Das hipóteses analisadas apenas a H2: A percepção dos residentes dos custos do turismo influencia de forma negativa o apoio dos residentes de destinos rurais ao desenvolvimento do turismo, foi validada.

Dentre os principais resultados foi visto que no modelo de regressão linear múltipla os impactos socioculturais negativos influenciam de forma negativa o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, a sua satisfação com a aldeia, influência de forma positiva o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo. Além disso, na dimensão de interação foram descobertos 3 fatores capazes de explicar o tipo e frequência de interação, que foram: “interação com o objetivo de desenvolver relações de amizade”, “interação formal” e “interação informal”. Desta forma foi visto também que o apoio dos residentes é influenciado de forma positiva pela frequência de interação existente entre residentes e visitantes para desenvolver relações de amizade.

Já Rodrigues et al (2014), desenvolve um modelo baseado no desenvolvimento turístico sustentável com o intuito de analisar a percepção dos residentes tais como sua ligação com a comunidade, gestão do poder público, os benefícios do turismo, envolvimento na comunidade e apoio ao desenvolvimento turístico sustentável. O trabalho tem como foco investigar a inter-relação entre as variáveis, sendo esta investigação feita na cidade de Lamengo em Portugal, com 300 residentes. A seguir será apresentado a figura que mostra o modelo de Rodrigues et al (2014).

Figura 3: Rodrigues et al (2014)



Fonte: Rodrigues et al (2014).

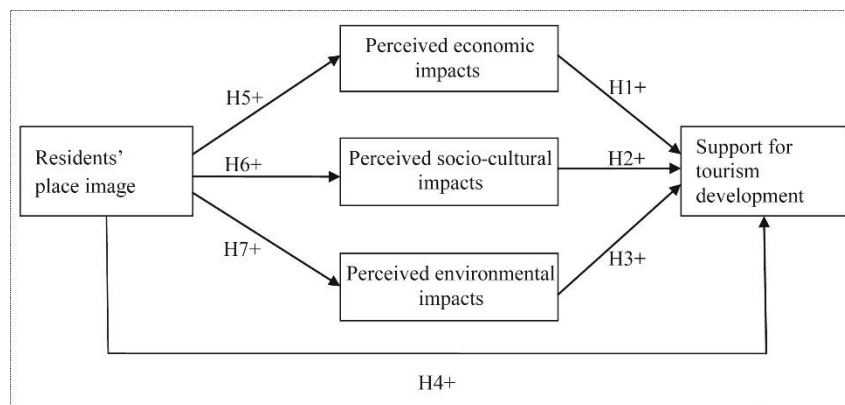
Sendo assim foram apresentadas as seguintes hipóteses: H1a: Existe uma relação positiva e directa entre a ligação à comunidade e os benefícios percebidos do turismo; H1b: Existe uma relação negativa e directa entre a ligação à comunidade e os custos percebidos do turismo; H1c: Existe uma relação positiva e directa entre a ligação à comunidade e o apoio (dos residentes) ao DTS; H2a: Existe uma relação positiva e directa entre o envolvimento na comunidade e os benefícios percebidos do turismo; H2b: Existe uma relação negativa e directa entre o envolvimento na comunidade e os custos percebidos do turismo; H2c: Existe uma relação positiva e directa entre o envolvimento na comunidade e o apoio (dos residentes) ao DTS; H3a: Existe uma relação positiva e directa entre a GPP na actividade turística e os benefícios percebidos do turismo; H3b: Existe uma relação negativa e directa entre a GPP na actividade turística e os custos percebidos do turismo; H3c: Existe uma relação positiva e directa entre a GPP na actividade turística e o apoio (dos residentes) ao DTS; H4a: Existe uma relação positiva e directa entre os benefícios percebidos do turismo e o apoio (dos residentes) ao DTS; H4b: Existe uma relação negativa e directa entre os custos percebidos do turismo e o apoio (dos residentes) ao DTS. Durante a avaliação das escalas foi visto que alguns itens que apresentavam erros correlacionados, entretanto o único construto removida foi a de “custos percebidos” devido a itens problemáticos tais como falta de validade e correlações significativas com o restante das variáveis do modelo, desta forma foi necessário alterar o modelo alterado inicialmente proposto. Os construtos H1c: Existe uma relação positiva e directa entre a ligação à comunidade e o apoio (dos residentes) ao DTS; H2a: Existe uma relação positiva e directa entre o envolvimento na comunidade e os benefícios percebidos do turismo; H3c: Existe uma relação positiva e directa entre a GPP na actividade turística e o apoio (dos residentes) ao DTS; Não foram suportadas.

Os resultados indicam que das variáveis analisadas, o envolvimento dos residentes tem um alto impacto no apoio do residente ao desenvolvimento turístico. Já no que se refere às variáveis ligação à comunidade e a GPP na atividade turística tem um modesto impacto e apenas indireto através dos efeitos dos efeitos positivos sobre os benefícios percebidos.

Para Stylidis et al (2014), o apoio dos residentes ao desenvolvimento turístico tem como antecedentes os impactos ambientais, econômicos e socioculturais. Além disso, o autor investiga o papel da imagem a fim de entender qual a influência da imagem do lugar na formação da percepção dos impactos do turismo e no apoio dos residentes ao desenvolvimento turístico.

O estudo se delimitou a Kavala na Grécia, com residentes com mais de 18 anos de idade e que tinham mais de um ano de permanência no local. Foi obtido uma amostra de 300 entrevistados no intuito de utilizar a Modelagem de Equações Estruturais (SEM). Foram também utilizados a Análise Fatorial Exploratória (AFE), com o objetivo de analisar as dimensões que sustentam a imagem do local dos residentes e a Análise Fatorial Confirmatória (AFC), a fim de analisar as as possíveis relações existentes entre os constructos estudados. A seguir será mostrado a figura 4 que apresenta o modelo de Stylidis et al (2014).

Figura 4: Modelo de Stylidis et al (2014)



Fonte: Stylidis et al (2014).

Foram formuladas as seguintes hipóteses: H1: Há uma relação positiva direta entre os impactos econômicos percebidos do turismo e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H2: Há uma relação positiva direta entre os impactos socioculturais percebidos do turismo e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H3: Há uma relação positiva direta entre os impactos ambientais percebidos do turismo e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H4: Há uma relação positiva direta entre a imagem do lugar e o apoio ao desenvolvimento do turismo; H5: Há uma relação positiva direta entre a imagem do

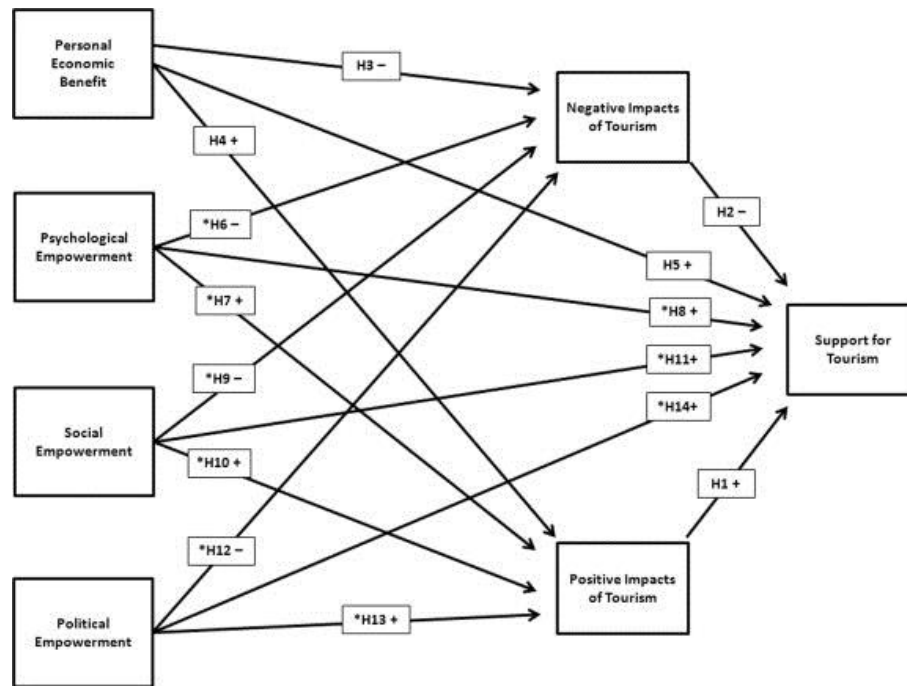
lugar e os impactos econômicos percebidos do turismo; H6: Há uma relação positiva direta entre a imagem do lugar e os impactos socioculturais percebidos do turismo; H7: Há uma relação positiva direta entre a imagem do lugar e os impactos ambientais percebidos do turismo; todas as hipóteses foram validadas.

Os resultados deste estudo mostram que quanto mais os residentes percebem os impactos econômicos, socioculturais e ambientais favoráveis do desenvolvimento turístico maior será seu nível de apoio. Também mostram que é importante a análise da imagem do local para a definição da percepção dos moradores sobre os impactos do turismo e no nível de apoio.

No estudo de Boley et al (2014), é proposto a teoria de Weber da racionalidade formal e substantiva como uma forma de reforçar a teoria das trocas sociais. Além disso, a racionalidade substantiva é utilizada como antecedente da escala de empoderamento dos residentes e a formal da escala de benefícios econômicos pessoais do turismo. Desta forma o autor insere em seu estudo as dimensões de empoderamento psicológico, social e político, além dos benefícios econômicos pessoais do turismo, impacto negativo e positivo do turismo e apoio ao turismo.

O estudo foi realizado com base nos residentes dos condados de Floyd, Botetourt e Franklin na Virginia, EUA. O número de amostras coletadas foi de 703 questionários válidos, foi também utilizada a Análise Fatorial Confirmatória (AFC) no intuito de testar a confiabilidade e validade das escalas e o Modelo de Equações Estruturais (SEM) a fim de analisar a relação entre os construtos. A seguir será mostrado a figura 5 que representa o modelo de Boley et al (2014).

Figura 5: Modelo de Boley et al (2014)



Fonte: Boley et al (2014).

Desta forma foram formulados as seguintes hipóteses: H1: Existe uma relação positiva entre os impactos positivos percebidos do turismo e o apoio geral ao turismo; H2: Existe uma relação negativa entre os impactos negativos percebidos do turismo e o apoio geral ao turismo; H3: Existe uma relação negativa entre os benefícios econômicos pessoais percebidos pelo turismo e os impactos negativos percebidos pelo turismo; H4: Existe uma relação positiva entre os benefícios econômicos pessoais percebidos do turismo e os impactos positivos percebidos do turismo; H5: Existe uma relação positiva entre os benefícios econômicos pessoais percebidos do turismo e o apoio geral ao turismo; H6: O empoderamento psicológico percebido tem uma relação negativa com os impactos negativos percebidos pelo turismo; H7: O empoderamento psicológico percebido tem uma relação positiva com os impactos positivos percebidos do turismo; H8: O empoderamento psicológico percebido tem uma relação positiva com o apoio geral ao turismo; H9: O empoderamento social percebido tem uma relação negativa com os impactos negativos percebidos pelo turismo; H10: O empoderamento social percebido tem uma relação positiva com os impactos positivos percebidos do turismo; H11: O empoderamento social percebido tem uma relação positiva com o apoio geral ao turismo; H12: O empoderamento político percebido tem uma relação negativa com os impactos negativos percebidos pelo turismo; H13: O empoderamento político percebido tem uma relação positiva com os impactos positivos percebidos do turismo; H14: O poder político percebido tem uma relação positiva com o apoio geral ao turismo. Das hipóteses

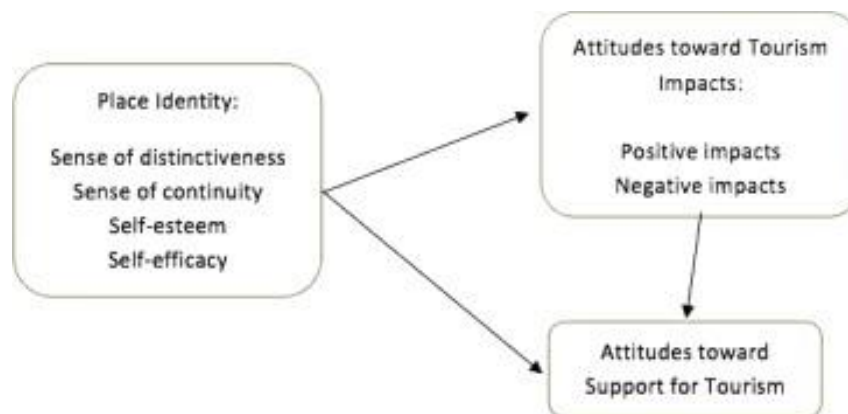
analisadas as que não foram apoiadas foram a H3: Existe uma relação negativa entre os benefícios econômicos pessoais percebidos pelo turismo e os impactos negativos percebidos pelo turismo; H4: Existe uma relação positiva entre os benefícios econômicos pessoais percebidos do turismo e os impactos positivos percebidos do turismo; H11: O empoderamento social percebido tem uma relação positiva com o apoio geral ao turismo e a H14: O poder político percebido tem uma relação positiva com o apoio geral ao turismo.

Dentre os principais resultados foram vistos que o empoderamento psicológico e o benefício econômico pessoal tem efeitos diretos e positivos sobre o apoio ao desenvolvimento turístico, foi visto também que existe a necessidade de capacitar os residentes do ponto de vista psicológico, social e político aliados a estratégias de marketing que possam mostrar os residentes como diferencial da localidade.

No modelo desenvolvido por Wang e Xu (2015), é analisado as percepções do residente em relação ao desenvolvimento turístico, também é visto como antecedentes do apoio dos residentes as dimensões de impactos negativos e positivos e a identidade do local, além disso a identidade local é vista a partir de quatro princípios que são eles: senso de distinção, senso de continuidade, senso de auto-estima e senso de auto-eficácia.

O estudo foi realizado em Zhuhai no sul da China, onde foi obtido um total de 500 questionários válidos, para que pudesse ser utilizado a Modelagem de Equações Estruturais (SEM), além disso foi feita a Análise fatorial Exploratória (AFE) com a intenção de identificar a dimensionalidade da escala, a Análise Fatorial Confirmatória (AFC) também foi utilizada para que fosse testado as possíveis relações entre os construtos hipotetizados. Será mostrado a seguir na imagem 6 o modelo de Wang e Xu (2015).

Figura 6: Modelo de Wang e Xu (2015)



Fonte: Wang e Xu (2015).

As hipóteses analisadas foram: H1: As percepções dos residentes sobre a identidade do local (ou seja, senso de distinção, senso de continuidade, senso de auto-estima e senso de auto-eficácia) têm uma influência significativa em suas percepções dos impactos negativos e positivos do turismo; H2: As percepções dos residentes sobre a identidade do lugar têm uma influência significativa em suas atitudes em relação ao apoio ao turismo; H3: As percepções dos residentes sobre os impactos do turismo (positivos ou negativos) mediam significativamente as relações entre as percepções dos residentes sobre a identidade do lugar e suas intenções comportamentais percebidas para apoiar o turismo. Todas as hipóteses foram validadas.

Os resultados mostraram que existe uma relação entre a identidade do local e os impactos negativos e positivos do turismo. Entretanto dos quatro princípios de identidade do local, a variável de continuidade não foi validada em relação aos impactos negativos e positivos do turismo e no apoio. A auto-eficácia também não mostrou relação com os impactos negativos. Além disso foi visto que dos princípios analisados o único que fez relação direta com o apoio ao turismo, assim como os impactos positivos e negativos.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 Tipologia da pesquisa

A pesquisa se caracteriza como descritiva, de natureza quantitativa, além de ser do tipo survey de corte transversal.

De acordo com Veal (2011), a pesquisa descritiva é o método pelo qual busca-se descrever algo, ou seja, o motivo de algo ser como é, além de buscar mapear padrões de comportamento para que se possa explicar determinado fenômeno que ainda não foram estudados.

Já em relação ao método quantitativo, a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2005), assevera que é um meio de coletar informações da população estudada através de questionários que podem explicar o comportamento desta mesma população. Já Veal (2011), acrescenta que tal abordagem serve para testar hipóteses ou tirar conclusões através de análise estatística. Para Richardson (2012), o método quantitativo funciona como uma forma de assegurar que os resultados sejam mais precisos podendo assim evitar distorções durante a análise e interpretações.

Para Lakatos e Marconi (2011), o método quantitativo é meio pelo qual é possível provar hipóteses através de levantamento de dados, que podem ser analisados estatisticamente. Eles assevera também que tal análise é vista a partir do método hipotético-dedutivo, pois sugere teorias e hipóteses e comprovação das mesmas, sejam elas validadas ou não.

Já no que diz respeito ao corte transversal, Richardson (2012), diz que são dados coletados de uma população específica no qual é selecionado uma amostra desta população para que ela possa ser analisada em um período específico. O corte transversal possibilita a descoberta de diferentes resultados para diversos investigados sobre uma mesma variável. Tais características quando analisadas em relação a população buscam entender o seu perfil sociodemográfico (HAIR JÚNIOR; BABIN; MONEY; SAMUEL, 2005; OMT, 2005).

3.2 População e Amostra

A amostra foi realizada de modo não probabilístico, com a escolha do indivíduo realizada pelo método por conveniência. A principal diferença entre população e amostra é que a população diz respeito ao número total de pessoas que se pretende estudar, e dentre essas pessoas uma parcela foi selecionada para a pesquisa, está em questão diz respeito a amostra (VEAL, 2011).

De acordo com a OMT (2005), a população diz respeito ao determinado grupo de indivíduos com características iguais ou semelhantes sobre o qual se pretende analisar determinados comportamentos. Para que seja definido a população a ser analisada é necessário que tal população tenha pelo menos uma característica em comum. Veal (2011), diz que a população também diz respeito a objetos ou lugares com intenção de ser investigado acerca de um determinado assunto ou fato.

No que diz respeito à amostra, ela se caracteriza como a parcela da população que se pretende investigar, a partir de critérios pré-determinados pelo pesquisador (VEAL, 2011; RICHARDSON, 2012). Devido a impossibilidade de se analisar toda a população em pesquisas sociais, a amostragem funciona como um meio pelo qual é possível analisar as determinadas características da população de forma reduzida mas que seja representativa.

A população investigada foi constituída pelos residentes do município de Canguaretama, Estado do Rio Grande do Norte, Brasil, cuja praia de Barra de Cunhaú é um de seus principais atrativos naturais e fortemente reconhecida no mercado turístico. Está situada a 85 quilômetros de Natal, capital do estado, conta também com uma população estimada em

34.267 habitantes. Ocupando uma área total de 245,408 km² (IBGE, 2018). A escolha do sujeito foi feita através do método aleatório simples, além disso utilizou-se o para a amostra o método por conveniência.

3.3 Coleta de dados

A coleta de dados feita através de formulários, com afirmações em uma escala métrica de 11 pontos, em que 0 indica total discordância e 10 total concordância. Os dados foram coletados nos períodos entre 10/02/2018 até 30/04/2018, obtendo um total de 126 questionários válidos.

Em relação ao número de variáveis foram no total de 41, divididas em (07) dimensões: impactos positivos (06 questões), impactos negativos (07 questões), apoio do residente ao desenvolvimento do turismo (06 questões), interação entre residente e visitante (06 questões), apego (04 questões), benefícios pessoais (04 questões), emoções sentidas durante a interação (08 questões). Ao final foi analisado questões relacionadas ao perfil socioeconômico do residente, contendo informações relativas à gênero, estado civil, se trabalha ou não com o turismo, tempo que vive na comunidade, idade, escolaridade, renda familiar mensal em reais e bairro de residência.

As variáveis utilizadas referentes aos impactos do turismo foram baseadas em Perdue, Long e Allen (1990), Silva; Chagas e Marques Junior (2016), Silva e chagas (2016), Rodrigues (2012), Chagas (2014), Rodrigues (2012), Brandão; Barbieri e Junior (2013), Rodrigues et al. (2014), Chagas et al. (2016), Pereira (2017), enquanto as dimensões de apego ao lugar foram adaptadas do estudo de Gursoy e Rutherford (2004), Chagas; Silva e Marques Junior (2016), Silva e Chagas (2016), Rodrigues (2012), Hidalgo e Hernández (2001), Santoro (2014), Rodrigues et al. (2014), Chagas et al. (2016), Rollero e Piccoli (2010), Willians, Patterson e Roggenbuck (1992). Já a dimensão interação entre residente e visitante e a dimensão de emoções sentidas durante a interação foi baseado em Aires, Pequeno e Fortes (2010), Rodrigues (2012), Barreto (2004), Zacarias (2014), Joo et al (2018), Woosnam et al (2018), Woosnam e Norman (2010), Ribeiro et al (2018). Os benefícios pessoais foram baseados em Perdue, Long, Allen (1990), Ribeiro et al. (2017), Boley et al. (2014), Maragh, Gursoy e Vieregge (2015), Xu et al (2016). E, por fim, a dimensão relacionada ao apoio do residente foi baseada em Nunkoo e Ramkissoon (2011), Silva, Chagas e Marques Junior (2016), Silva e

Chagas (2016), Rodrigues (2012), Rodrigues et al., (2014), Vieira (2014), Chagas et al. (2016), Silva (2014), Santos (2014) e Pereira (2017).

3.4 Método de Análise dos dados

Os dados coletados por meio dos formulários foram inseridos no *software Statistical Package for Social Science (SPSS 22.0)*. Por meio do qual ocorreu a análise dos dados utilizando-se de estatísticas descritivas.

A análise de dados foi feita através do método descritivo a fim de explicar dados previamente coletados. Para a OMT (2005), a estatística descritiva possibilita a previsão da evolução das características da população, é possível prever o comportamento de um determinado destino turístico. Com a estatística descritiva erros cometidos anteriormente em outras pesquisas podem ser corrigidos ou ajustados, possibilitando assim a melhor gestão no que se refere ao planejamento turístico.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil amostra

A tabela 01 apresenta o perfil da amostra dos residentes entrevistados. Foi visto que da amostra coleta da população para este estudo foi composta de 56,3% do gênero masculino e 43,7% do gênero feminino. Em relação ao estado civil foi identificado a predominância dos solteiros com 59,5%, casados (25,4%), divorciados (5,6%) e outros com apenas 9,5%. Com relação ao nível de escolaridade dos residentes da amostra da pesquisa foram identificados que 46,8% possuem ensino médio, 26,2% ensino superior, 21,4% ensino fundamental, 3,4% pós-graduado e 2,4% sem instrução formal. Já a faixa etária dos entrevistados foi observado que 38,4% possuem idades entre 18 a 25 anos, 24% 36 a 50, 18,4% 26 a 35, 10,4% 51 a 65, 6,4% 14 a 17 e por último os acima de 65 anos com um total de 2,4%. A seguir na tabela 1 será mostrado o perfil da amostra da população.

Tabela 1: Perfil da amostra

<i>Gênero</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Masculino</i>	71	56,3
<i>Feminino</i>	55	43,7
<i>Total</i>	<u>126</u>	<u>100,0</u>
<i>Estado civil</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Solteiro</i>	75	59,5
<i>Casado</i>	32	25,4
<i>Divorciado</i>	7	5,6
<i>Outros</i>	12	9,5
<i>Total</i>	<u>126</u>	<u>100,0</u>
<i>Faixa etária</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>14 a 17 anos</i>	8	6,4
<i>18 a 25 anos</i>	48	38,4
<i>26 a 35 anos</i>	23	18,4
<i>36 a 50 anos</i>	30	24,0
<i>51 a 65 anos</i>	13	10,4
<i>Acima de 65 anos</i>	3	2,4
<i>Total</i>	<u>125</u>	<u>100,0</u>
<i>Escolaridade</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Sem instrução formal</i>	3	2,4
<i>Ensino fundamental</i>	27	21,4
<i>Ensino médio</i>	59	46,8

<i>Ensino superior</i>	33	26,2
<i>Pós-graduação</i>	4	3,2
<u>Total</u>	126	<u>100,0</u>
<i>Renda (Reais)</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Até R\$ 937,00</i>	37	29,6
<i>R\$ 938,00 a R\$ 1.876,00</i>	57	45,6
<i>R\$ 1.877,00 a R\$ 3.752,00</i>	26	20,8
<i>R\$ 3.753,00 a R\$ 7.504,00</i>	5	4,0
<u>Total</u>	125	<u>100,0</u>
<i>Vínculo de trabalho com o turismo</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Sim</i>	16	12,7
<i>Não</i>	110	87,3
<i>Tempo que vive na comunidade</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Menos de 1 ano</i>	2	1,6
<i>1 a 7 anos</i>	10	7,9
<i>8 a 20 anos</i>	50	39,7
<i>21 a 30 anos</i>	33	26,2
<i>Acima de 30 anos</i>	31	24,6
<u>Total</u>	126	<u>100,0</u>
<i>Bairro de residência</i>	<i>Frequência</i>	<i>Porcentagem (%)</i>
<i>Areia Branca</i>	33	26,2
<i>Sertãozinho</i>	22	17,5
<i>Centro</i>	30	23,9
<i>Catu</i>	4	3,2
<i>Barra do Cunhau</i>	9	7,1
<i>Estação</i>	2	1,6
<i>Jiqui</i>	4	3,2
<i>Jiqui Campo</i>	1	,8
<i>Lagoa de São João</i>	6	4,8
<i>Piquiri</i>	8	6,3
<i>Projeto Crescer</i>	6	4,8
<i>Salem</i>	1	,8
<u>Total</u>	<u>126</u>	<u>100</u>

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De acordo com os dados da tabela 1, é possível notar que a maior parcela da população (46,6%), têm renda familiar entre R\$ 938,00 a R\$ 1.876,00 seguido de 29,6% com até R\$ 937, 20,8% R\$ 1.877,00 a 3.752,00, 4% R\$ 3.753,00 a R\$ 7.504,00. Referente aos que trabalham ou não com a atividade turística foi visto que 87,3% dos residentes não trabalham com o setor do turismo, ao passo de 12,7% que trabalham com o turismo. Em relação ao tempo em que os residentes vivem na comunidade os dados mostram que 39,7% tem de 8 a 20 anos,

26,2% 21 a 30 anos, 24,6% acima de 30 anos, 7,9% 1 a 7 anos e por fim 1,6% com menos de um ano de residência. No que se refere ao bairro de residência os dados mostram que com maior porcentagem de 26,2% estão os residentes de Areia Branca seguido de 23,9% Centro, 17,5% Sertãozinho, 7,1% Barra do Cunhaú, 6,3% Piquiri, 4,8% Lagoa de São João e Projeto Crescer, 3,2% Jiqui e Catu, 1,6% Estação e 0,8% Jiqui Campo e Salem.

4.2 Percepção dos residentes sobre o desenvolvimento turístico

4.2.1 Percepção dos residentes sobre os impactos positivos do turismo

Na tabela 2, relacionada aos impactos positivos do turismo foram analisadas seis variáveis. Os resultados indicaram que os residentes têm uma elevada percepção referente à dimensão.

Tabela 2: Percepção dos residentes sobre os impactos positivos do turismo

%	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Média	Desvio padrão
Variáveis													
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar a renda para as pessoas que moram aqui	1,6	,8	1,6	1,6	2,4	4,0	9,5	14,3	17,5	14,3	32,5	7,89	2,260
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá melhorar o emprego para as pessoas que moram aqui	0	1,6	0	1,6	1,6	5,6	7,9	9,5	13,5	21,4	37,3	8,29	1,999
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá melhorar a	0	,8	0	3,2	2,4	11,1	11,9	12,7	15,1	14,3	28,6	7,71	2,098

qualidade de vida das pessoas que moram aqui														
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá melhorar a infraestrutura da cidade	,8	0	2,4	,8	3,2	6,3	7,9	12,7	12,7	18,3	34,9	8,03	2,169	
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá estimular a preservação ambiental	,8	,8	1,6	4,0	,8	6,3	9,5	15,1	13,5	15,1	32,5	7,83	2,270	
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá estimular a valorização da cultura local	,8	,8	,8	2,4	0	4,0	8,7	8,7	13,5	19,8	40,5	8,34	2,075	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No que se refere aos impactos positivos do turismo, nota-se elevadas médias em relação a dimensão, o que mostra que os residentes acreditam que a atividade turística pode impactar a comunidade de forma positiva. Além disso, é possível notar que a média das variáveis manifestas propostas para a dimensão de impactos positivos variam entre 7,71 e 8,34 o que corrobora com a afirmação. Desta forma, a compreensão sobre a percepção positiva dos impactos da atividade é um aspecto necessário para fins de planejamento e gestão em destinos turísticos. De acordo com a literatura torna-se necessário que a percepção dos impactos positivos do turismo seja visto por uma parcela significativa dos autóctones pois desta forma eles tenderão a apoiar o desenvolvimento do turismo (RODRIGUES, 2012; SILVA, 2014; SILVA, 2018; RODRIGUES; VIEIRA; MARQUES; TEIXEIRA, 2014).

No que diz respeito às variáveis, é percebido que os residentes acreditam de maneira significativa que o trade turístico será capaz de estimular a valorização da cultura local, esta variável obteve a maior nota da dimensão analisada chegando a 8,34. O aspecto cultural pode

ser um diferencial para uma determinada comunidade, tais aspectos tornam-se uma oportunidade dos autóctones mostrarem um pouco sobre suas raízes. De acordo com Brandão, Barbieri e Junior (2013), com o advento da atividade turística a cultura do povo indígena passou a ser mais valorizada tanto pelos próprios residentes quanto pelos visitantes. Já no que se refere a menor média da dimensão diz respeito a melhoria da qualidade de vida para a população local, esta variável obteve uma média de 7,71, entretanto ainda é considerada uma média aceitável para validação da afirmação.

4.2.2 Percepção dos residentes sobre os impactos negativos do turismo

A tabela 3 apresenta a análise descritiva da percepção dos residentes sobre os impactos negativos do turismo onde foram exploradas sete variáveis. Nela é possível ver dados referentes a média, desvio padrão e porcentagem da avaliação dos residentes.

Tabela 3: Percepção dos residentes sobre os impactos negativos do turismo

Variáveis	%											Média	Desvio padrão
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar a violência	21,4	11,1	7,9	4,0	7,9	17,5	4,8	11,9	6,3	2,4	4,8	3,90	3,101
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar a poluição ambiental	15,1	9,5	8,7	4,0	2,4	13,5	13,5	11,9	10,3	6,3	4,8	4,67	3,159
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar o crescimento desordenado da cidade	12,7	8,7	5,6	9,5	6,3	14,3	12,7	11,1	7,1	7,1	4,8	4,68	3,006

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá trazer perda da qualidade de vida	26,2	11,1	8,7	11,9	10,3	15,1	7,1	1,6	4,8	1,6	1,6	3,03	2,662
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá trazer aumento dos conflitos entre os moradores	25,4	11,1	9,5	9,5	10,3	11,9	5,6	5,6	6,3	2,4	2,4	3,28	2,897
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá afetar negativamente o modo de vida da população local	25,4	15,1	9,5	12,7	5,6	11,1	2,4	5,6	5,6	4,0	3,2	3,15	3,002
Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar os preços dos produtos e serviços na cidade	8,7	4,0	3,2	2,4	3,2	7,9	7,9	9,5	19,0	13,5	20,6	6,64	3,179

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De acordo com a tabela 3, é possível verificar que a média das variáveis manifestas mostram que os residentes não acreditam que o desenvolvimento da atividade turística possa trazer impactos negativos para a comunidade. Entretanto no que diz respeito a variável relacionada ao aumento do preço de produtos e serviços na comunidade é perceptível que os residentes acreditam em tal afirmação. Tal resultado se mostra preocupante em relação ao crescimento da atividade turística. Além disso pode estar relacionado ao fato de que o desenvolvimento do turismo em qualquer localidade gera a valorização de serviços e produtos

devido ao aumento do fluxo turístico e conseqüentemente a exploração em relação a produtos e serviços turísticos (PEREIRA, 2017; CHAGAS, 2014, SILVA, 2018; VIEIRA, 2014).

A variável que obteve a menor média foi a referente a perda da qualidade de vida com o aumento do turismo com 3,03. Este resultado mostra que os residente não acreditam que o turismo gere a perda de qualidade de vida para a comunidade, vale ressaltar também que em uma das variáveis na dimensão anterior é corroborado tal afirmação, onde foi visto que os residente acreditam que o turismo é capaz de melhorar sua qualidade de vida.

4.2.3 Percepção dos residentes sobre o apego a comunidade

Para análise do construto de apego ao lugar foram inseridas quatro variáveis, presentes na tabela 4. Nela se encontram os dados que se referem às médias, porcentagem e desvio padrão de cada variável.

Tabela 4: Percepção dos residentes sobre o apego a comunidade

Variáveis	%											Média	Desvio padrão
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Eu prefiro viver nessa cidade do que em qualquer outra	8,7	1,6	1,6	4,0	7,1	19,0	,8	9,5	11,9	6,3	29,4	6,58	3,196
Viver nessa cidade diz muito sobre quem eu sou	2,4	1,6	4,0	6,4	4,8	20,0	4,8	11,2	8,8	10,4	25,6	6,75	2,805
Viver nessa cidade significa muito para mim	1,6	2,4	4,0	5,6	3,2	15,1	10,3	7,9	11,1	11,1	27,8	6,99	2,761
Eu sou muito apegado a essa cidade	5,6	,8	7,9	1,6	6,3	15,1	4,0	7,1	10,3	9,5	31,7	6,82	3,138

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No que refere a dimensão de apego ao lugar presente na tabela 4, é possível observar médias que variam entre 6,58 e 6,99 o que indica que os residentes têm um moderado apego a sua comunidade.

O desvio padrão das variáveis se mostraram elevados, o que corrobora para a dispersão dos resultados e médias menores e com valores abaixo de 7,00. Desta forma, torna-se evidente que os residentes estão dispersos quanto a sua avaliação, o que implica dizer que uma parcela desta população não sente um elevado nível de apego ao lugar. O apego é visto como um antecedente fundamental no que diz respeito ao apoio do residente, pois é desta forma que os autóctones se sentem motivados a participar cada vez mais no que diz respeito a gestão e planeamento da atividade (SILVA; CHAGAS; MARQUES JÚNIOR, 2016; RODRIGUES; VIEIRA; MARQUES; TEIXEIRA, 2014; RODRIGUES, 2012).

Com média 7, considerando o arredondamento a maior variável desta dimensão diz respeito ao significado de viver na comunidade. Desta forma percebe-se que os residentes consideram que sua comunidade tem um significado muito importante.

4.2.4 Percepção dos residentes sobre os benefícios pessoais

No que diz respeito aos benefícios pessoais são apresentados na tabela 5 quatro variáveis para a dimensão. Nela podem ser vistos dados referentes a média, desvio padrão e percentagem.

Tabela 5: Percepção dos residentes sobre os benefícios pessoais

%	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Média	Desvio padrão
Variáveis													
Acho importante os benefícios do turismo que podem fazer eu melhorar de vida	1,6	,8	1,6	,8	,8	12,7	6,3	11,1	15,9	9,5	38,9	7,90	2,344
Acho importante os benefícios do turismo que podem me	1,6	1,6	2,4	1,6	9,5	11,9	2,4	10,3	13,5	19,8	25,4	7,36	2,588

beneficiar diretamente														
Eu me sinto pessoalmente beneficiado pelo turismo na cidade	17,5	7,1	7,9	9,5	5,6	13,5	5,6	7,1	7,9	5,6	12,7	4,65	3,428	
Acredito que o turismo ajuda a melhorar minhas condições de vida	4,0	4,0	7,1	7,9	6,3	11,1	6,3	11,1	7,9	11,9	22,2	6,32	3,110	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De acordo com a tabela 5, é visto que uma maioria significativa dos avaliados têm uma forte percepção sobre os benefícios pessoais do turismo, principalmente no que diz respeito aos benefícios que possam trazer melhoria de vida. Tal resultado pode ser explicado a partir da perspectiva de que os autóctones veem o turismo como uma oportunidade na qual é possível melhorar seus padrões de vida a partir dos benefícios que poderá receber, além do fato de que o turismo é uma atividade que gera oportunidade em diversas esferas de uma comunidade. Os benefícios pessoais da atividade turística são fatores antecedentes primordiais no que diz respeito a percepção dos residentes sobre o apoio ao desenvolvimento da atividade, tendo em vista que de acordo com a teoria das trocas sociais quanto mais benefícios maior é a tendência dos residentes apoiarem a atividade (BOLEY; STRZELECKA; WOOSNAM, 2014; PERDUE; LONG; ALLEN, 1990; MCGEHEE; ANDERECK, 2004).

A maior média dentre as variáveis de 7,90, mostram que os residentes consideram importante os benefícios pessoais que os proporcione melhoria de vida. Já a menor média 4,65, mostra que os residentes não sentem-se beneficiados com o turismo. Tais resultados indicam que o turismo é visto como uma importante atividade, entretanto ainda não é algo que gere benefícios significativos para os residentes.

4.2.5 Percepção dos residentes sobre a interação entre residentes e turistas

A tabela 6 mostra o nível de interação entre residentes e turistas, para a avaliação dos respondentes foram colocados um total de seis variáveis. A tabela mostra um baixo índice de interação de acordo com a média.

Tabela 6: Percepção dos residentes sobre a interação entre residentes e turistas

Variáveis	%											Média	Desvio padrão
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Frequência de interação com turistas no local de trabalho	39,7	8,7	7,1	1,6	6,3	11,9	7,9	4,0	3,2	3,2	6,3	3,06	3,319
Frequência de interação com turistas nos atrativos turísticos	17,5	4,0	4,8	4,8	13,5	11,9	7,9	12,7	10,3	7,9	4,8	4,79	3,125
Frequência de interação com turistas na rua (dando informações sobre locais aos visitantes)	19,8	10,3	11,1	3,2	7,9	7,9	10,3	7,9	6,3	5,6	9,5	4,27	3,412
Frequência de interação com turistas nos estabelecimentos comerciais	20,6	7,9	7,9	7,1	7,9	16,7	4,0	6,3	5,6	9,5	6,3	4,22	3,301
Frequência de interação com turistas em eventos	22,2	7,9	7,1	11,1	3,2	12,7	8,7	5,6	10,3	4,0	7,1	4,13	3,306
Frequência de interação com turistas em atividades recreativas ou esportivas	34,1	8,7	11,1	5,6	3,2	7,1	7,1	7,1	5,6	4,0	6,3	3,33	3,398

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Na tabela 4 observa-se que a média das variáveis se encontram entre 3,06 e 4,79 o que pode ser considerado baixas médias para esta análise, isso nos leva a concluir que existe

uma baixa interação entre os residentes e turistas na comunidade. No trabalho de Rodrigues (2012), ao analisar o nível de interação ela concluiu que não existe uma interação muito próxima entre residentes e turista. Este resultado pode estar relacionado ao fato de que a atividade ainda se encontra em fase de desenvolvimento. Além disso, os locais onde o turismo já é uma realidade os residentes ainda não estão totalmente envolvidos no processo turístico, outro fato que pode estar relacionado é o distanciamento dos residentes em relação aos locais turísticos.

No que diz respeito ao desvio padrão é possível observar elevados níveis de desvio, isto indica que mesmo que a média dos respondentes seja baixa ainda existe uma parcela da população que afirma interagir com os turistas em determinados locais em sua comunidade, principalmente na interação onde os residentes contatam com os turistas em atrativos.

4.2.6 Percepção dos residentes sobre as emoções sentidas durante o contato entre residentes e turistas

Na dimensão de emoções sentidas durante a interação apresentada na tabela 7 foram analisadas um total de oito variáveis. Os dados do construto apresentam as médias, porcentagens e desvios padrões das variáveis, onde foram evidenciadas emoções neutras em relação ao construto.

Tabela 7: Percepção dos residentes sobre as emoções sentidas durante o contato entre residentes e turistas

Variáveis	%											Média	Desvio padrão
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Infeliz/Feliz	4,8	,8	1,6	,8	1,6	26,2	10,3	7,1	9,5	8,7	28,6	6,96	2,741
Desanimado/Animado	6,4	0	2,4	1,6	5,6	20,8	10,4	8,8	12,8	4,8	26,4	6,70	2,846
Insatisfeito/Satisfeito	5,6	1,6	2,4	2,4	4,8	22,4	8,0	12,0	8,8	12,8	19,2	6,54	2,810
Submisso/Dominante	7,2	,8	3,2	1,6	8,8	34,4	11,2	11,2	10,4	3,2	8,0	5,57	2,470
Desestimulado/Estimulado	5,6	0	4,0	2,4	9,6	21,6	10,4	11,2	12,0	4,8	18,4	6,26	2,727

Aborrecido/Relaxado	6,4	0	1,6	4,0	6,4	27,2	9,6	12,0	10,4	6,4	16,0	6,19	2,672
Desinteressado/Interessado	5,6	1,6	1,6	2,4	5,6	20,0	11,2	8,0	9,6	9,6	24,8	6,69	2,864
Independente/Dependente	6,4	1,6	2,4	3,2	4,0	40,8	11,2	7,2	5,6	6,4	11,2	5,68	2,561

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Diante da tabela 7 é possível perceber que uma parcela significativa dos entrevistados tem uma percepção neutra sobre as emoções durante o contato com os turistas, as médias variam de 5,57 a 6,96 diante da escala métrica de avaliação. Entretanto, duas médias se destacam no que diz respeito a menores valores de avaliação, são elas independente com 5,68 e submisso com 5,57. Tais resultados revelam que os residentes percebem não serem dependentes do turista, pelo fato de que são capazes de ter sua própria economia onde não dependem de forma tão significativa do turismo como atividade econômica, como visto na tabela 8 em que os residentes preferem outras atividades econômicas em detrimento do turismo. No que se refere a variável submisso, entende-se que os residentes ainda tem um sentimento de inferioridade em relação aos turistas.

Resultados diferentes foram encontrados no estudo de Rodrigues (2012), onde foi identificado que as emoções despertadas através do contato entre residentes e visitantes são positivas. Além disso a autora classifica tais emoções em “Arouse-Pleasure” e “Dominance” onde é mostrado que os residentes não se sentem dominados pela presença dos visitantes e sentem prazer em recebê-los. Para Doxey (1990), durante os primeiros estágios de desenvolvimento turístico em uma localidade os residentes tendem a ser mais hospitaleiros com os visitantes. Desta forma, os resultados presentes nesta dimensão podem ser explicados devido ao fato de o processo de desenvolvimento turístico se encontrar em seus primeiros estágios, o que implica em percepções mais neutras por parte dos residentes.

No que diz respeito a maior média da dimensão, foi visto na variável infeliz/feliz com o valor de 6,96. Este resultado indica uma neutra emoção durante o contato entre residentes e turistas, outro fato que pode explicar este resultado é a baixa interação existente entre ambas as partes o que faz com que os residentes estejam isentos em relação a emoção.

4.2.7 Percepção do residente sobre o apoio ao desenvolvimento turístico

Na tabela 8 estão presentes as variáveis relacionadas a dimensão de apoio do residente ao desenvolvimento turístico, o número de variáveis exploradas foram seis. A tabela revela que de acordo com as médias os residentes apoiam o desenvolvimento da atividade turística.

Tabela 8: Percepção do residente sobre o apoio ao desenvolvimento turístico

%	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Média	Desvio padrão
Variáveis													
Eu apoio o desenvolvimento do turismo na cidade	,8	,8	0	,8	0	3,2	2,4	7,1	10,3	14,3	60,3	8,98	1,782
Eu sou a favor do estímulo ao aumento do número de visitantes	,8	0	1,6	0	,8	4,0	5,6	7,9	17,5	15,1	46,8	8,59	1,890
Acredito que o desenvolvimento do Turismo é muito importante para a cidade	0	,8	0	,8	0	2,4	5,6	4,8	15,9	14,3	55,6	8,93	1,611
Eu acredito que a cidade deveria estimular mais o turismo	0	0	0	1,6	1,6	0	6,3	8,7	12,7	15,9	53,2	8,87	1,597
Eu acredito que a cidade está melhor depois do turismo	4,8	3,2	3,2	3,2	2,4	8,7	11,9	11,9	17,5	16,7	16,7	6,83	2,799
Eu prefiro que seja desenvolvido o turismo na cidade do que outras atividades econômicas	4,8	2,4	8,0	4,8	1,6	18,4	12,0	10,4	8,8	7,2	21,6	6,27	2,974

**da região,
como a cana
de açúcar e
criação de
camarão, por
exemplo.**

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

As médias das variáveis da tabela 8 indicam que os residentes apoiam o desenvolvimento do turismo. Este resultado pode estar relacionado ao fato de que a atividade turística na cidade ainda se encontra em fase de desenvolvimento, o que revela que os residentes se encontram em estado de euforia de acordo com a escala de Doxey (1990). O apoio a atividade turística é um elemento fundamental para que o desenvolvimento do *trade turístico* seja bem-sucedido, além de ter os residentes como principal *stakeholder* capazes de alavancar a atividade de forma sustentável (RODRIGUES; VIEIRA; MARQUES; TEIXEIRA, 2014; VIEIRA, 2014; CHAGAS; SILVA; SILVA; MARQUES JÚNIOR, 2016; SILVA, 2014).

Diante dos resultados da tabela, é visto que a maior média se refere a variável de apoio do residente ao desenvolvimento turístico com valor de 8,98. Este resultado mostra que o apoio do residente ao desenvolvimento turístico é considerado elevado, eles acreditam que o turismo é uma oportunidade para que a comunidade desenvolva e gere benefícios e melhoria em seus padrões de vida. Já a menor média se refere ao turismo como principal atividade econômica em detrimento das outras da região com valor de 6,27. A partir deste resultado é possível perceber que os residentes não têm o turismo como preferência no que diz respeito a atividade econômica.

5 CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo investigar as percepções dos residentes em relação ao desenvolvimento turístico no município de Canguaretama/RN, desta forma foram analisados as dimensões de impactos positivos e negativos, apego à comunidade, benefícios pessoais, interação entre residentes e turistas, emoções sentidas durante a interação e o apoio do residente ao desenvolvimento turístico.

Conclui-se que a percepção dos residentes sobre os impactos positivos do turismo foram relativamente elevadas, já os negativos mostram que os residentes não veem o desenvolvimento da atividade como uma ameaça, exceto pela crença de que a atividade possa trazer o aumento no preço de produtos e serviços na comunidade. Torna-se necessário que os projetos relacionados ao desenvolvimento da atividade continuem gerando cada vez mais impactos positivos, além disso é necessário assegurar para a comunidade que com o desenvolvimento da atividade turística os preços dos serviços e produtos será justo tanto para comunidade quanto para os visitantes, pois como é possível perceber em destinos turísticos mais segmentados a exploração dos serviços e produtos impacta de forma significativa a vida dos autóctones, além de dificultar o desenvolvimento da atividade no destino.

No que diz respeito ao apego a comunidade foi visto que os residentes têm moderado apego ao lugar em que vivem. É relevante que os residentes tenham um elevado apego a sua comunidade, pois tal dimensão revela o quanto a comunidade é importante para cada indivíduo, desta forma cabe ao poder público o incentivo através do fortalecimento cultural da localidade para que assim seu senso de pertencimento dos residentes seja cada vez mais significativo para que tenham orgulho de fazer parte de sua localidade.

A percepção dos benefícios pessoais revelam que os residentes acreditam fortemente que o desenvolvimento da atividade possa gerar futuros benefícios pessoais. Entretanto os resultados revelam que tais benefícios ainda não são uma realidade na comunidade de Canguaretama, devido ao fato de que a cidade ainda está em fase de desenvolvimento turístico e não possui um fluxo tão intenso. É necessário que o desenvolvimento da atividade envolva os residentes e que os mesmo possam ter ganho pessoais significativos para que os benefícios da atividade superem seus custos.

Na análise da interação entre residentes e turistas foi observado que existe um baixo nível de interação entre os dois grupos dentro da comunidade, no entanto os dados mostram que o local onde este contato é mais frequente diz respeito aos atrativos turísticos. Como dito em

outras análises é visto que o fato de esta interação ser menos frequente cabe-se ao fato de que o destino ainda não se desenvolveu por completo em relação ao turismo, logo os residentes não tem um nível tão alto e contato com os visitantes. Vale ressaltar também que o destino que possui maior fluxo turístico entre os distritos de Canguaretama é Barra do Cunhaú. Porém é possível notar que os visitantes frequentam o local através de empreendimentos que impossibilitam o contato direto com os residentes, exceto por aqueles que trabalham diretamente com o turismo em tais empresas levando assim os residentes ao tipo de contato formal. A inclusão dos residentes no desenvolvimento turístico é uma ferramenta fundamental para que se possa ter melhores resultados durante o planejamento da atividade, desta forma o frequente contato entre visitantes e visitados demonstra o quanto os residentes estão envolvidos com o turismo, seja de maneira formal ou informal.

As emoções despertadas durante o contato entre residentes e turistas foram vistas como sendo neutras, os residentes também se mostraram independentes dos visitantes. É visto que diante da escala do modelo Irridex proposto por Doxey (1990), os residentes encontram-se em fase inicial de desenvolvimento o que implica dizer que se encaixam no estágio de euforia onde conseguem ver a atividade de forma bastante positiva e sentem-se animados com a chegada de turistas. Com o decorrer do tempo conforme a atividade turística se desenvolva é necessário que os planejadores da atividade turística avaliem as emoções dos residentes em relação aos visitantes, pois é importante que tais emoções sejam sempre positivas para que não ocorra conflitos entre os residente e visitantes.

Em relação ao apoio foi visto que os residentes apoiam o desenvolvimento da atividade turística, porém uma considerável parcela dos autóctones preferem que seja desenvolvido outras atividades econômicas em detrimento da atividade turística. O apoio do residente ao desenvolvimento turístico é fundamental no que diz respeito ao crescimento da atividade em qualquer localidade, sabendo disso é fundamental que os gestores locais busquem cada vez mais através de programas e projetos para que possam obter o apoio dos residentes em relação a atividade, além disso é necessário que outras atividades econômicas da região sejam levadas em consideração durante o planejamento.

REFERÊNCIAS

- ABRANJA, Nuno e ALMEIDA, Isabel. Turismo e sustentabilidade. **COGITUR - Journal of Tourism Studies**, 2, 2, 15-31. 2009.
- AIRES, J. D.; PEQUENO, E.A.; FORTES, L. (2010). A relação entre turistas estrangeiros e residentes: o caso de Ponta Negra-Natal/RN. **Revista Hospitalidade**, v.7, n.2, p.38-51, 2010.
- ALMEIDA, F.; PELÁEZ, M.A.; BALBUENA, A.; CORTÉS, R. **Residents' perceptions of tourism development in Benalmadena (Spain)**. *Tour. Manag.* 2016, 54, 259–274.
- ANDERECK, K.L, VALENTINE, K.M, KNOPF, R.C & VOGT, C.A(2005). **Residents' perceptions of Community tourism impacts**. *Annals of Tourism Research*, v.32, n. 4, p. 1056–1076.
- AP, J., & CROMPTON, J. L. (1998). Developing and Testing a Tourism Impact Scale. **Journal of Travel Research**, 37(2), 120–130.
- ASHTON, Sandra Mary. **O PLANEJAMENTO DO TURISMO: INVESTIGAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**. Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, v. 2, n. 1, nov. 2016. ISSN 2446-6875.
- BARRETO, Margarita. **Cultura e turismo: discussões contemporâneas**. 2.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2007. (Coleção Turismo). ISBN 978-85-308-0854-9.
- BARRETTO, M. **Relações entre Visitantes e Visitados: um retrospecto dos estudos sócio antropológicos**. In: Turismo em análise. v. 15, n.2, São Paulo: CRP/ECA/USP: Aleph: novembro, 2004, p. 133-149.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 8.ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2002. 523 p. il.
- BENI, Mario Carlos. **Política e planejamento estratégico no desenvolvimento sustentável do turismo**. Turismo em Análise, v. 17, n. 1, p. 3-4, maio 2006.
- BESCUVIDES, A., LEE, M. E., & MCCORMICK, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. **Annals of Tourism Research**, 29(2), 303-319.
- BIMONTE, S., & PUNZO, L. (2016). Tourist development and host–guest interaction: An economic exchange theory. **Annals of Tourism Research**, 58, 128-139.
- BOLEY, B. B., MCGEHEE, N. G., PERDUE, R. R., & LONG, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. **Annals of Tourism Research**, 49, 33–50.
- BOLEY, B. B., STRZELECKA, M., & WOOSNAM, K. M. (2018). Resident Perceptions of the Economic Benefits of Tourism: Toward a Common Measure. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 42(8), 1295–1314.

BRANDÃO, C. N.; BARBIERI, J. C.; REYES JÚNIOR, E. **Análise dos impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais do turismo indígena: estudo multicase em comunidades indígenas de Roraima.** In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 37; 2013, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2013.

BRITO, Marcilio Lins de Medeiros; BRENDA, Zélia Maria de Jesus; COSTA, Carlos Manuel Martins da. **Planejamento do turismo e stakeholders: abordagens, concepções, metodologias.** Revista Iberoamericana de Turismo – Ritur, Penedo, Al, v. 5, n. 2, p.140-154, jul./dez. 2015.

Chagas, M. M. das. (2014). **Avaliação dos impactos sócio-econômicos do turismo gerados pelo setor hoteleiro: uma análise dos hotéis da Via Costeira – Natal/RN.** Revista Espaço Acadêmico, 13(153), 93-104.

Chagas, M. M., Silva, M. A., Silva, V. H., & Marques Júnior, S. (2016). **Classificação de residentes em relação ao apoio para o desenvolvimento turístico em comunidades indígenas: Uma tipologia empírica baseada em Cluster Analysis.** In: anais do X Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, Paraná, PR.

D.R. WILLIAMS, M.E. PATTERSON, J.W. ROGGENBUCK, A.E. WATSON. **Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place.** Leisure Sciences, 14 (1992), pp. 29-46.

DAMÁSIO, A. (1996). **O Erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano.** São Paulo: Companhia das Letras.

DE KADT, E. (1979). **Tourism: Passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries.** New York, NY: Oxford University Press.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Atlas, 2005. 178 p. il.

DOXEY, G. 1975. **A Causation Theory of Visitor–Resident Irritants: Methodology and Research Inferences.** The Impact of Tourism. In the Sixth Annual Conference Proceedings, pp.195-198. San Diego: The Travel Research Association.

ESTEVEZ, Marcio Cesar. **A sustentabilidade de empreendimentos rurais: um estudo a partir da implantação do turismo rural no estado de São Paulo / Marcio Cesar Esteves.** -- São Carlos: UFSCar, 2005. 145 p.

FUNK, D. C.; JAMES, J. D. **Consumer loyalty: the meaning of attachment in the development of sport team allegiance.** Journal of Sport Management, v. 20, p. 189-217, 2006.

GARROD, B. & FYALL, A. (1998). **Beyond the rhetoric of sustainable tourism? Tourism Management.** Vol 19, nº 3, pp: 199-212.

GIL, Antonio Carlos **Métodos e técnicas de pesquisa social / Antonio Carlos Gil.** - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GROSS, J. J. (1998). **The emerging field of emotion regulation: An integrative review.** *Review of General Psychology*, 2, 271–299.

GURSOY, D.; JUROWSKI, C.; UYSAL, M. **Resident attitudes: a structural modeling approach.** *Annals of Tourism Research*, v. 29, n. 1, p. 79-105, 2002.

GURSOY, D.; RUTHERFORD, D. G. **Host attitudes toward tourism: An improved structural model.** *Annals of Tourism Research*, v. 31, n. xx, p. 495–516, 2004.

HALLAL, D. R., & MÜLLER, D. (2013). Impactos do turismo na cidade de Pelotas/RS, segundo a comunidade local. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, 3 (2), 269 - 279.

HARALAMBOPOULOS, N., & PIZAM, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. **Annals of Tourism Research**, v. 23, p. 503–526.

HIDALGO, M. C., & HERNÁNDEZ, B. (2001). Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. **Journal of Environmental Psychology**, 21(3), 273–281.

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2662-gastos-de-estrangeiros-no-brasil-crescem-38-na-olimp%C3%ADada.html> acesso: 26/08/2018.

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/canguaretama/panorama> acesso: 20/07/2018.

HUMMON, D. M. (1992). **Community attachment: Local sentiment and sense of place.** In I Altman, & S. Low (Eds.), *Place attachment*. New York: Plenum.

Índice de competitividade do turismo nacional : relatório Brasil 2015 / Coordenação Luiz Gustavo Medeiros Barbosa. – Brasília, DF : Ministério do Turismo, 2015.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo.** 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013. 226 p. il.

IZARD, C.E. (1977). **Human emotions.** New York: Plenum.

JOO, D.; TASCI, A.D.; WOOSNAM, K.M.; MARUYAMA, N.U.; HOLLAS, C.R.; ALESHINLOYE, K.D. **Residents' attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance.** *Tour. Manag.* 2018, 64, 245–257.

JUROWSKI, C., UYSAL, M., & WILLIAMS, D. R. (1997). A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism. **Journal of Travel Research**, 36(2), 3–11.

KRIPPENDORF Jost. **Sociologia do turismo: para uma compreensão do lazer e das viagens.** 3. ed. rev. ampli. São Paulo: Aleph, 2009. 237 p. il. (Série Turismo).

LIMA, D. M., & BOMFIM, Z. A. (2009). **Vinculação afetiva pessoaambiente: diálogos na psicologia comunitária e psicologia ambiental.** *Psico*, 40 (4), 491-497.

LIU, J., SHEDON, P., & VAR, T. (1987). Residents Perceptions of the Environmental Impacts of Tourism. **Annals of Tourism Research**. p. 17–37.

Lv Q, Xie X, Li Y. The Effects of Resident Empowerment on Intention to Participate in Financing: The Roles of Personal Economic Benefit and Negative Impacts of Tourism[J]. **Journal of China Tourism Research**, 2019: 1-22.

MCCOOL, S. F., & MARTIN, S. R. (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development. **Journal of Travel Research**, 32(3), 29–34.

MCGEHEE, N., & ANDERECK, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. **Journal of Travel Research**, 43(2), 131-140.

MEHRABIAN, A., e RUSSELL, J.A. (1974). **An approach to environmental psychology**. Cambridge, MA: M.I.T. Press.

MENDES, Francisco Coelho; DETMERING, Priscilla Helen Medeiros. **TURISMO SUSTENTÁVEL NA COMUNIDADE CHÃ DE JARDIM EM AREIA/PB**. Applied Tourism, [s.l.], v. 3, n. 1, p.72-92, 30 abr. 2018. Editora UNIVALI.

MOESCH, Marutschka; COSTA, Alice; SILVA, Camila M. **METODOLOGIAS PARTICIPATIVAS: O caso Rota das Especiarias, Viamão/RS**. Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade; v. 3, n. 2 (2011): Dossiê Turismo Rural.

NUNKOO, Robin; RAMKISSOON, Haywantee; GURSOY, Dogan. **Public trust in tourism institutions**. Annals Of Tourism Research, [s.l.], v. 39, n. 3, p.1538-1564, jul. 2012.

OLIVEIRA, Ermelinda; MANSO, José R. Pires. **Turismo sustentável: utopia ou realidade?**. Tékhne, Barcelos, n. 14, p. 235-253, dez. 2010.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. **Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento**. Revista da FAE, Curitiba, v.5, n.2, p.41-48, maio/ago. 2002.

PERDUE, R. R., LONG, P. T., & ALLEN, L. (1990). Resident support for tourism development. **Annals of Tourism Research**, 17(4), 586-599.

PEREIRA, Francisca Verilene de Araújo. **Percepções dos residentes sobre os impactos, satisfação com o lugar, governança e apoio ao desenvolvimento do turismo no Seridó Potiguar**. 101f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

PINHEIRO, I. F., LIMA, V. L., FREIRE, E. M., e MELO, A. A. (2011). **Percepção ambiental de uma comunidade da caatinga sobre o turismo: visões e perspectivas para o planejamento turístico com vistas a sustentabilidade**. Sociedade & Natureza, (3), 467-482.

PLUTCHIK, R. (1962). **The emotions: Facts, theories, and a new model**. New York: Harper & Row.

RIBEIRO, M. A., WOOSNAM, K. M., PINTO, P., & SILVA, J. A. (2018). Tourists' Destination Loyalty through Emotional Solidarity with Residents: An Integrative Moderated Mediation Model. **Journal of Travel Research**, 57(3), 279–295.

RICHARDSON, Roberto Jarry, **Pesquisa social: métodos e técnicas** / Roberto Jarry Richardson; colaboradores José Augusto de Souza Peres ... (et al.). - 3. ed. - 14. reimpr. - São Paulo Atlas, 4012.

RICHINS, M. (1997). Measuring Emotions in the Consumption Experience. **Journal of Consumer Research**, 24, 127-146.

RODRIGUES, A. P.; VIEIRA, I.; MARQUES, C. P.; TEIXEIRA, M. S. **Apoio da comunidade residente ao desenvolvimento turístico sustentável: um modelo de equações estruturais aplicado a uma cidade histórica do Norte de Portugal**. *Tourism & Management Studies*, v.10, n.2, 17-25, 2014.

ROLLER, C., DE PICCOLI, N., 2010. Place attachment, identification and environment perception: an empirical study. **Journal of Environmental Psychology** 30, 198–205.

RODRIGUES, K. F., & RIPPEL, R. (2015). **Desenvolvimento sustentável e técnicas de mensuração**. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade* 4(3), 73-88.

RODRIGUES, Sónia Sofia Santos. **Turismo sustentável em destinos rurais - o papel dos residentes**. 2012. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão e Planeamento em Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro, 2012.

SANTORO, Monica Almeida Gavilan. **Análise da relação entre apego ao lugar, satisfação e fidelidade dos visitantes em destinos turísticos ambientais: um estudo em Fernando de Noronha/PE**. 2014. 107 f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Desenvolvimento Regional e Gestão em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

SANTOS, A. C. S. (2011). **Segmentação de Mercado da Viagem Medieval com base nas emoções**. Tese de Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro.

SCALABRINI, E., REMAOLDO, P., & LOURENÇO, J. M. (2014). Percepções de residentes a respeito dos impactos da atividade turística: Uma análise das publicações brasileiras sobre o tema, **Tourism and Hospitality International Journal**,2(2), 12-31.

SILVA, Victor Hugo da. **Fatores que influenciam o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em destinos turísticos costeiros**. 2018. 94f. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

SILVA, Víctor Hugo da; CHAGAS, Márcio Marreiro das. **Análise da relação entre perfil sociodemográfico da comunidade local e o grau de apoio ao desenvolvimento da atividade turística**, In: Anais do XII da Associação Brasileira de Pós-graduação em Turismo (ANPTUR), 2016a, São Paulo (SP).

SILVEIRA, Marcos Aurélio Tarlombani da. **Políticas de desenvolvimento e sustentabilidade: possibilidades e perspectivas com base no turismo**. *Raega - O Espaço Geográfico em Análise*, [S.l.], v. 2, dez. 1998. ISSN 2177-2738.

STYLIDIS, D., BIRAN, A., SIT, J., & SZIVAS, E. M. (2014). **Residents ‘support for tourism development: The role of residents ‘place image and perceived tourism impacts.** *Tourism Management*, 45, 260–274.

TONON, Luciana Maria Pinheiro; CARDOZO, Poliana Fabíula. EFETIVAÇÃO DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO PARTICIPATIVO NAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO DO PARANÁ. **Revista de investigación en turismo y desarrollo local.** V. 6, n. 14, 2013.

UNWTO. UNWTO Tourism Highlights. 2018. Disponível em: <www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>. Acesso em: 27 ago. 2018.

VIEIRA, Kaline Formiga. **Avaliação do apoio dos residentes no processo de gestão de projetos turísticos ambientais: um estudo do vale dos dinossauros – Sousa/PB.** 2014.116f. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN, 2014.

WANG, S., & CHEN, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, 52, 16-28.

WANG, S., & XU, H. (2015). **Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitude towards tourism.** *Tourism Management*, 47, 241-250.

WANG, Y., & PFISTER, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. **Journal of Travel Research**, 47(1), 84-93.

WARD, C., & BERNO, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. **Annals of Tourism Research**, 38(4), 1556–1569.

WATSON, D., CLARK, L.A., & TELLEGEN, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. **Journal of Personality and Social Psychology**, 54, 1063-1070.

WCED. World Commission on Environment and Development. *Our Common Future*. Oxford and New York: Oxford University Press, 1987.

WILLIAMS, J., & LAWSON, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 2, p. 269-290.

WOOSNAM, K. M., & NORMAN, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's theoretical constructs. **Journal of Travel Research**, 49, 365-380.

WOOSNAM, K. M., ALESHINLOYE, K. D., RIBEIRO, M. A., STYLIDIS, D., JIANG, J., & ERUL, E. (2018). Social determinants of place attachment at a World Heritage Site. **Tourism Management**, 67, 139–146.

WOOSNAM, Kyle M.; ALESHINLOYE, Kayode D. Residents' Emotional Solidarity with Tourists: Explaining Perceived Impacts of a Cultural Heritage Festival. **Journal Of**

Hospitality & Tourism Research, [s.l.], v. 42, n. 4, p.587-605, 30 abr. 2015. SAGE Publications.

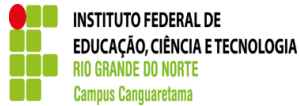
XU, S., BARBIERI, C., ANDERSON, D., LEUNG, Y. F., & ROZIER-RICH, S. (2016). **Residents' perceptions of wine tourism development**. *Tourism Management*, 55, 276-286.

YOON, Y., GURSOY, D., & CHEN, J.S. (2001). **Validating a tourism development theory with structural equation modeling**. *Tourism Management*, v. 22, p. 363–372, 2001.

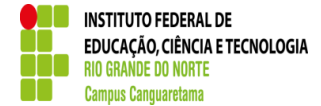
YU, C.; COLE, S.T.; CHANCELLOR, C. **Resident Support for Tourism Development in Rural Midwestern (USA) Communities: Perceived Tourism Impacts and Community Quality of Life Perspective**. *Sustainability* 2018, 10, 802.

ZACARIAS, D. A. (2015). **Turismo em áreas balneares: uma análise da interação entre residentes e visitantes na Praia do Tofo, Moçambique**. *Revista de Gestão Costeira Integrada*, 15(2): 179- 191.

APÊNDICE A: Instrumento de Coleta de Dados.



INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - IFRN
CAMPUS CANGUARETAMA
COORDENAÇÃO DE PESQUISA E INOVAÇÃO



A – Indique seu grau de concordância com as afirmações: Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá...

Por favor, avalie conforme a escala ao lado...	← Discordo plenamente ----- Concordo plenamente →
[...] aumentar a renda para as pessoas que moram aqui	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] melhorar o emprego para as pessoas que moram aqui	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] melhorar a qualidade de vida das pessoas que moram aqui	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] melhorar a infraestrutura da Cidade	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] estimular a preservação ambiental	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] estimular a valorização da cultura local	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

B – Indique seu grau de concordância com as afirmações: Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá...

Por favor, avalie conforme a escala ao lado...	← Discordo plenamente ----- Concordo plenamente →
[...] aumentar a violência	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] aumentar a poluição ambiental	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] aumentar o crescimento desordenado da cidade	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] trazer perda da qualidade de vida	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] trazer aumento dos conflitos entre os moradores	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] afetar negativamente o modo de vida da população local	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
[...] aumentar os preços dos produtos e serviços na cidade	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

C – Indique seu grau de concordância com as seguintes afirmações:

Por favor, avalie conforme a escala ao lado...	← Discordo plenamente ----- Concordo plenamente →
<i>Eu apoio o desenvolvimento do turismo na cidade</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Eu sou a favor do estímulo ao aumento do número de visitantes</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Acredito que o desenvolvimento do Turismo é muito importante para a cidade</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Eu acredito que a cidade deveria estimular mais o turismo</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Eu acredito que a cidade está melhor depois do turismo</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Eu prefiro que seja desenvolvido o turismo na cidade do que outras atividades econômicas da região, como a cana de açúcar e criação de camarão, por exemplo.</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

D – Com que frequência o senhor(a) interage com turistas ou visitantes nos espaços ou atividades listados a seguir:

Por favor, avalie conforme a escala ao lado...	← Nunca ----- Sempre →
<i>Local de trabalho</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Atrativos turísticos</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Na rua (dando informações sobre locais aos visitantes)</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Estabelecimentos comerciais</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Em eventos</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Atividades recreativas ou esportivas com os visitantes</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

E – Avalie seu grau de concordância com as afirmações:

Por favor, avalie conforme a escala ao lado...	← Discordo plenamente ----- Concordo plenamente →
<i>Eu prefiro viver nessa cidade do que em qualquer outra</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Viver nessa cidade diz muito sobre quem eu sou</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Viver nessa cidade significa muito para mim</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Eu sou muito apegado a essa comunidade</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]
<i>Acho importante os benefícios do turismo que podem fazer eu melhorar de vida</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]

<i>Acho importante os benefícios do turismo que podem me beneficiar diretamente</i>	[0]	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]
<i>Eu me sinto pessoalmente beneficiado pelo turismo na cidade</i>	[0]	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]
<i>Acredito que o turismo ajuda a melhorar minhas condições de vida</i>	[0]	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]

F – Aponte como senhor(a) se sente ao interagir com turistas ou visitantes em Canguaretama com relação as emoções listadas:

	← Negativamente ----- Positivamente →	
<i>Infeliz</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Feliz</i>
<i>Desanimado</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Animado</i>
<i>Insatisfeito</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Satisfeito</i>
<i>Submisso</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Dominante</i>
<i>Desestimulado</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Estimulado</i>
<i>Aborrecido</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Relaxado</i>
<i>Desinteressado</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Interessado</i>
<i>Independente</i>	[0] [1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10]	<i>Dependente</i>

H – Dados pessoais:

Gênero: [] Masculino [] Feminino

Estado civil: [] Solteiro [] Casado [] Divorciado [] Outros

O Sr^o(a) trabalha com turismo? [] SIM [] NÃO

Tempo que vive na comunidade? [] menos de 1 ano [] 1 a 7 anos [] 8 a 20 anos [] 21 a 30 anos [] Acima de 30 anos

Idade: [] 14 a 17 anos [] 18 a 25 anos [] 26 a 35 anos [] 36 a 50 anos [] 51 a 65 anos [] Acima de 65 anos

Escolaridade: [] Sem instrução formal [] Ensino Fundamental [] Ensino Médio [] Ensino Superior [] Pós-graduado.

Renda familiar mensal em reais (soma de todos os ganhos das pessoas que moram em sua casa por mês, em média)

[] Até R\$ 937,00 [] R\$ 938,00 a R\$ 1.876,00 [] R\$ 1.877,00 a R\$ 3.752,00 [] 3.753,00 a R\$ 7.504,00 [] Acima de R\$ 7.504,00

APÊNDICE B: ESTATÍSTICA DESCRITIVA.

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar a renda para as pessoas que moram aqui

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	2	1,6	1,6	1,6
	1	1	,8	,8	2,4
	2	2	1,6	1,6	4,0
	3	2	1,6	1,6	5,6
	4	3	2,4	2,4	7,9
	5	5	4,0	4,0	11,9
	6	12	9,5	9,5	21,4
	7	18	14,3	14,3	35,7
	8	22	17,5	17,5	53,2
	9	18	14,3	14,3	67,5
	10	41	32,5	32,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá melhorar o emprego para as pessoas que moram aqui

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1	2	1,6	1,6	1,6
	3	2	1,6	1,6	3,2
	4	2	1,6	1,6	4,8

5	7	5,6	5,6	10,3
6	10	7,9	7,9	18,3
7	12	9,5	9,5	27,8
8	17	13,5	13,5	41,3
9	27	21,4	21,4	62,7
10	47	37,3	37,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá melhorar a qualidade de vida das pessoas que moram aqui

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido 1	1	,8	,8	,8
3	4	3,2	3,2	4,0
4	3	2,4	2,4	6,3
5	14	11,1	11,1	17,5
6	15	11,9	11,9	29,4
7	16	12,7	12,7	42,1
8	19	15,1	15,1	57,1
9	18	14,3	14,3	71,4
10	36	28,6	28,6	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá melhorar a infraestrutura da cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1	,8	,8	,8
	2	3	2,4	2,4	3,2
	3	1	,8	,8	4,0
	4	4	3,2	3,2	7,1
	5	8	6,3	6,3	13,5
	6	10	7,9	7,9	21,4
	7	16	12,7	12,7	34,1
	8	16	12,7	12,7	46,8
	9	23	18,3	18,3	65,1
	10	44	34,9	34,9	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá estimular a preservação ambiental

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1	,8	,8	,8
	1	1	,8	,8	1,6
	2	2	1,6	1,6	3,2
	3	5	4,0	4,0	7,1
	4	1	,8	,8	7,9
	5	8	6,3	6,3	14,3
	6	12	9,5	9,5	23,8

7	19	15,1	15,1	38,9
8	17	13,5	13,5	52,4
9	19	15,1	15,1	67,5
10	41	32,5	32,5	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá estimular a valorização da cultura local

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1	,8	,8	,8
	1	1	,8	,8	1,6
	2	1	,8	,8	2,4
	3	3	2,4	2,4	4,8
	5	5	4,0	4,0	8,7
	6	11	8,7	8,7	17,5
	7	11	8,7	8,7	26,2
	8	17	13,5	13,5	39,7
	9	25	19,8	19,8	59,5
	10	51	40,5	40,5	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar a violência

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
--	------------	-------------	--------------------	-------------------------

Válido	0	27	21,4	21,4	21,4
	1	14	11,1	11,1	32,5
	2	10	7,9	7,9	40,5
	3	5	4,0	4,0	44,4
	4	10	7,9	7,9	52,4
	5	22	17,5	17,5	69,8
	6	6	4,8	4,8	74,6
	7	15	11,9	11,9	86,5
	8	8	6,3	6,3	92,9
	9	3	2,4	2,4	95,2
	10	6	4,8	4,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar a poluição ambiental

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	19	15,1	15,1	15,1
	1	12	9,5	9,5	24,6
	2	11	8,7	8,7	33,3
	3	5	4,0	4,0	37,3
	4	3	2,4	2,4	39,7
	5	17	13,5	13,5	53,2
	6	17	13,5	13,5	66,7
	7	15	11,9	11,9	78,6

8	13	10,3	10,3	88,9
9	8	6,3	6,3	95,2
10	6	4,8	4,8	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar o crescimento desordenado da cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	16	12,7	12,7	12,7
	1	11	8,7	8,7	21,4
	2	7	5,6	5,6	27,0
	3	12	9,5	9,5	36,5
	4	8	6,3	6,3	42,9
	5	18	14,3	14,3	57,1
	6	16	12,7	12,7	69,8
	7	14	11,1	11,1	81,0
	8	9	7,1	7,1	88,1
	9	9	7,1	7,1	95,2
	10	6	4,8	4,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá trazer perda da qualidade de vida

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
--	------------	-------------	--------------------	-------------------------

Válido	0	33	26,2	26,2	26,2
	1	14	11,1	11,1	37,3
	2	11	8,7	8,7	46,0
	3	15	11,9	11,9	57,9
	4	13	10,3	10,3	68,3
	5	19	15,1	15,1	83,3
	6	9	7,1	7,1	90,5
	7	2	1,6	1,6	92,1
	8	6	4,8	4,8	96,8
	9	2	1,6	1,6	98,4
	10	2	1,6	1,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá trazer aumento dos conflitos entre os moradores

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	32	25,4	25,4	25,4
	1	14	11,1	11,1	36,5
	2	12	9,5	9,5	46,0
	3	12	9,5	9,5	55,6
	4	13	10,3	10,3	65,9
	5	15	11,9	11,9	77,8
	6	7	5,6	5,6	83,3
	7	7	5,6	5,6	88,9

8	8	6,3	6,3	95,2
9	3	2,4	2,4	97,6
10	3	2,4	2,4	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá afetar negativamente o modo de vida da população local

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido 0	32	25,4	25,4	25,4
1	19	15,1	15,1	40,5
2	12	9,5	9,5	50,0
3	16	12,7	12,7	62,7
4	7	5,6	5,6	68,3
5	14	11,1	11,1	79,4
6	3	2,4	2,4	81,7
7	7	5,6	5,6	87,3
8	7	5,6	5,6	92,9
9	5	4,0	4,0	96,8
10	4	3,2	3,2	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que o aumento do turismo na cidade poderá aumentar os preços dos produtos e serviços na cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	11	8,7	8,7	8,7
	1	5	4,0	4,0	12,7
	2	4	3,2	3,2	15,9
	3	3	2,4	2,4	18,3
	4	4	3,2	3,2	21,4
	5	10	7,9	7,9	29,4
	6	10	7,9	7,9	37,3
	7	12	9,5	9,5	46,8
	8	24	19,0	19,0	65,9
	9	17	13,5	13,5	79,4
	10	26	20,6	20,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu apoio o desenvolvimento do turismo na cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1	,8	,8	,8
	1	1	,8	,8	1,6
	3	1	,8	,8	2,4
	5	4	3,2	3,2	5,6
	6	3	2,4	2,4	7,9
	7	9	7,1	7,1	15,1
	8	13	10,3	10,3	25,4

9	18	14,3	14,3	39,7
10	76	60,3	60,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu sou a favor do estímulo ao aumento do número de visitantes

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1	,8	,8	,8
	2	2	1,6	1,6	2,4
	4	1	,8	,8	3,2
	5	5	4,0	4,0	7,1
	6	7	5,6	5,6	12,7
	7	10	7,9	7,9	20,6
	8	22	17,5	17,5	38,1
	9	19	15,1	15,1	53,2
	10	59	46,8	46,8	100,0
Total		126	100,0	100,0	

Acredito que o desenvolvimento do Turismo é muito importante para a cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1	1	,8	,8	,8
	3	1	,8	,8	1,6

5	3	2,4	2,4	4,0
6	7	5,6	5,6	9,5
7	6	4,8	4,8	14,3
8	20	15,9	15,9	30,2
9	18	14,3	14,3	44,4
10	70	55,6	55,6	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que a cidade deveria estimular mais o turismo

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido 3	2	1,6	1,6	1,6
4	2	1,6	1,6	3,2
6	8	6,3	6,3	9,5
7	11	8,7	8,7	18,3
8	16	12,7	12,7	31,0
9	20	15,9	15,9	46,8
10	67	53,2	53,2	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu acredito que a cidade está melhor depois do turismo

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido 0	6	4,8	4,8	4,8

1	4	3,2	3,2	7,9
2	4	3,2	3,2	11,1
3	4	3,2	3,2	14,3
4	3	2,4	2,4	16,7
5	11	8,7	8,7	25,4
6	15	11,9	11,9	37,3
7	15	11,9	11,9	49,2
8	22	17,5	17,5	66,7
9	21	16,7	16,7	83,3
10	21	16,7	16,7	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu prefiro que seja desenvolvido o turismo na cidade do que outras atividades econômicas da região, como a cana de açúcar e criação de camarão, por exemplo.

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	6	4,8	4,8	4,8
	1	3	2,4	2,4	7,2
	2	10	7,9	8,0	15,2
	3	6	4,8	4,8	20,0
	4	2	1,6	1,6	21,6
	5	23	18,3	18,4	40,0
	6	15	11,9	12,0	52,0
	7	13	10,3	10,4	62,4

	8	11	8,7	8,8	71,2
	9	9	7,1	7,2	78,4
	10	27	21,4	21,6	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
	Total	126	100,0		

Frequência de interação com turistas no local de trabalho

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	50	39,7	39,7	39,7
	1	11	8,7	8,7	48,4
	2	9	7,1	7,1	55,6
	3	2	1,6	1,6	57,1
	4	8	6,3	6,3	63,5
	5	15	11,9	11,9	75,4
	6	10	7,9	7,9	83,3
	7	5	4,0	4,0	87,3
	8	4	3,2	3,2	90,5
	9	4	3,2	3,2	93,7
	10	8	6,3	6,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Frequência de interação com turistas nos atrativos turísticos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	22	17,5	17,5	17,5
	1	5	4,0	4,0	21,4
	2	6	4,8	4,8	26,2
	3	6	4,8	4,8	31,0
	4	17	13,5	13,5	44,4
	5	15	11,9	11,9	56,3
	6	10	7,9	7,9	64,3
	7	16	12,7	12,7	77,0
	8	13	10,3	10,3	87,3
	9	10	7,9	7,9	95,2
	10	6	4,8	4,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Frequência de interação com turistas na rua (dando informações sobre locais aos visitantes)

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	25	19,8	19,8	19,8
	1	13	10,3	10,3	30,2
	2	14	11,1	11,1	41,3
	3	4	3,2	3,2	44,4
	4	10	7,9	7,9	52,4

5	10	7,9	7,9	60,3
6	13	10,3	10,3	70,6
7	10	7,9	7,9	78,6
8	8	6,3	6,3	84,9
9	7	5,6	5,6	90,5
10	12	9,5	9,5	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Frequência de interação com turistas nos estabelecimentos comerciais

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	26	20,6	20,6	20,6
	1	10	7,9	7,9	28,6
	2	10	7,9	7,9	36,5
	3	9	7,1	7,1	43,7
	4	10	7,9	7,9	51,6
	5	21	16,7	16,7	68,3
	6	5	4,0	4,0	72,2
	7	8	6,3	6,3	78,6
	8	7	5,6	5,6	84,1
	9	12	9,5	9,5	93,7
	10	8	6,3	6,3	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Frequência de interação com turistas em eventos

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	28	22,2	22,2	22,2
	1	10	7,9	7,9	30,2
	2	9	7,1	7,1	37,3
	3	14	11,1	11,1	48,4
	4	4	3,2	3,2	51,6
	5	16	12,7	12,7	64,3
	6	11	8,7	8,7	73,0
	7	7	5,6	5,6	78,6
	8	13	10,3	10,3	88,9
	9	5	4,0	4,0	92,9
	10	9	7,1	7,1	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Frequência de interação com turistas em atividades recreativas ou esportivas

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	43	34,1	34,1	34,1
	1	11	8,7	8,7	42,9
	2	14	11,1	11,1	54,0
	3	7	5,6	5,6	59,5

4	4	3,2	3,2	62,7
5	9	7,1	7,1	69,8
6	9	7,1	7,1	77,0
7	9	7,1	7,1	84,1
8	7	5,6	5,6	89,7
9	5	4,0	4,0	93,7
10	8	6,3	6,3	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Eu prefiro viver nessa cidade do que em qualquer outra

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido 0	11	8,7	8,7	8,7
1	2	1,6	1,6	10,3
2	2	1,6	1,6	11,9
3	5	4,0	4,0	15,9
4	9	7,1	7,1	23,0
5	24	19,0	19,0	42,1
6	1	,8	,8	42,9
7	12	9,5	9,5	52,4
8	15	11,9	11,9	64,3
9	8	6,3	6,3	70,6
10	37	29,4	29,4	100,0

Total	126	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Viver nessa cidade diz muito sobre quem eu sou

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	3	2,4	2,4	2,4
	1	2	1,6	1,6	4,0
	2	5	4,0	4,0	8,0
	3	8	6,3	6,4	14,4
	4	6	4,8	4,8	19,2
	5	25	19,8	20,0	39,2
	6	6	4,8	4,8	44,0
	7	14	11,1	11,2	55,2
	8	11	8,7	8,8	64,0
	9	13	10,3	10,4	74,4
	10	32	25,4	25,6	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Viver nessa cidade significa muito para mim

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
--	------------	-------------	--------------------	-------------------------

Válido	0	2	1,6	1,6	1,6
	1	3	2,4	2,4	4,0
	2	5	4,0	4,0	7,9
	3	7	5,6	5,6	13,5
	4	4	3,2	3,2	16,7
	5	19	15,1	15,1	31,7
	6	13	10,3	10,3	42,1
	7	10	7,9	7,9	50,0
	8	14	11,1	11,1	61,1
	9	14	11,1	11,1	72,2
	10	35	27,8	27,8	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu sou muito apegado a essa cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	7	5,6	5,6	5,6
	1	1	,8	,8	6,3
	2	10	7,9	7,9	14,3
	3	2	1,6	1,6	15,9
	4	8	6,3	6,3	22,2
	5	19	15,1	15,1	37,3
	6	5	4,0	4,0	41,3

7	9	7,1	7,1	48,4
8	13	10,3	10,3	58,7
9	12	9,5	9,5	68,3
10	40	31,7	31,7	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Acho importante os benefícios do turismo que podem fazer eu melhorar de vida

	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido 0	2	1,6	1,6	1,6
1	1	,8	,8	2,4
2	2	1,6	1,6	4,0
3	1	,8	,8	4,8
4	1	,8	,8	5,6
5	16	12,7	12,7	18,3
6	8	6,3	6,3	24,6
7	14	11,1	11,1	35,7
8	20	15,9	15,9	51,6
9	12	9,5	9,5	61,1
10	49	38,9	38,9	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Acho importante os benefícios do turismo que podem me beneficiar diretamente

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	2	1,6	1,6	1,6
	1	2	1,6	1,6	3,2
	2	3	2,4	2,4	5,6
	3	2	1,6	1,6	7,1
	4	12	9,5	9,5	16,7
	5	15	11,9	11,9	28,6
	6	3	2,4	2,4	31,0
	7	13	10,3	10,3	41,3
	8	17	13,5	13,5	54,8
	9	25	19,8	19,8	74,6
	10	32	25,4	25,4	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Eu me sinto pessoalmente beneficiado pelo turismo na cidade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	22	17,5	17,5	17,5
	1	9	7,1	7,1	24,6
	2	10	7,9	7,9	32,5
	3	12	9,5	9,5	42,1
	4	7	5,6	5,6	47,6

5	17	13,5	13,5	61,1
6	7	5,6	5,6	66,7
7	9	7,1	7,1	73,8
8	10	7,9	7,9	81,7
9	7	5,6	5,6	87,3
10	16	12,7	12,7	100,0
Total	126	100,0	100,0	

Acredito que o turismo ajuda a melhorar minhas condições de vida

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	5	4,0	4,0	4,0
	1	5	4,0	4,0	7,9
	2	9	7,1	7,1	15,1
	3	10	7,9	7,9	23,0
	4	8	6,3	6,3	29,4
	5	14	11,1	11,1	40,5
	6	8	6,3	6,3	46,8
	7	14	11,1	11,1	57,9
	8	10	7,9	7,9	65,9
	9	15	11,9	11,9	77,8
	10	28	22,2	22,2	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Infeliz - Feliz

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	6	4,8	4,8	4,8
	1	1	,8	,8	5,6
	2	2	1,6	1,6	7,1
	3	1	,8	,8	7,9
	4	2	1,6	1,6	9,5
	5	33	26,2	26,2	35,7
	6	13	10,3	10,3	46,0
	7	9	7,1	7,1	53,2
	8	12	9,5	9,5	62,7
	9	11	8,7	8,7	71,4
	10	36	28,6	28,6	100,0
	Total	126	100,0	100,0	

Desanimado - Animado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	8	6,3	6,4	6,4
	2	3	2,4	2,4	8,8
	3	2	1,6	1,6	10,4
	4	7	5,6	5,6	16,0

5		26	20,6	20,8	36,8
6		13	10,3	10,4	47,2
7		11	8,7	8,8	56,0
8		16	12,7	12,8	68,8
9		6	4,8	4,8	73,6
10		33	26,2	26,4	100,0
Total		125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Insatisfeito - Satisfeito

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	7	5,6	5,6	5,6
	1	2	1,6	1,6	7,2
	2	3	2,4	2,4	9,6
	3	3	2,4	2,4	12,0
	4	6	4,8	4,8	16,8
	5	28	22,2	22,4	39,2
	6	10	7,9	8,0	47,2
	7	15	11,9	12,0	59,2
	8	11	8,7	8,8	68,0
	9	16	12,7	12,8	80,8
	10	24	19,0	19,2	100,0

Total		125	99,2	100,0
Ausente	Sistema	1	,8	
Total		126	100,0	

Submisso - Dominante

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	9	7,1	7,2	7,2
	1	1	,8	,8	8,0
	2	4	3,2	3,2	11,2
	3	2	1,6	1,6	12,8
	4	11	8,7	8,8	21,6
	5	43	34,1	34,4	56,0
	6	14	11,1	11,2	67,2
	7	14	11,1	11,2	78,4
	8	13	10,3	10,4	88,8
	9	4	3,2	3,2	92,0
	10	10	7,9	8,0	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Desestimulado - Estimulado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	7	5,6	5,6	5,6
	2	5	4,0	4,0	9,6
	3	3	2,4	2,4	12,0
	4	12	9,5	9,6	21,6
	5	27	21,4	21,6	43,2
	6	13	10,3	10,4	53,6
	7	14	11,1	11,2	64,8
	8	15	11,9	12,0	76,8
	9	6	4,8	4,8	81,6
	10	23	18,3	18,4	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Aborrecido - Relaxado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	8	6,3	6,4	6,4
	2	2	1,6	1,6	8,0
	3	5	4,0	4,0	12,0
	4	8	6,3	6,4	18,4
	5	34	27,0	27,2	45,6

6		12	9,5	9,6	55,2
7		15	11,9	12,0	67,2
8		13	10,3	10,4	77,6
9		8	6,3	6,4	84,0
10		20	15,9	16,0	100,0
Total		125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Desinteressado - Interessado

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	7	5,6	5,6	5,6
	1	2	1,6	1,6	7,2
	2	2	1,6	1,6	8,8
	3	3	2,4	2,4	11,2
	4	7	5,6	5,6	16,8
	5	25	19,8	20,0	36,8
	6	14	11,1	11,2	48,0
	7	10	7,9	8,0	56,0
	8	12	9,5	9,6	65,6
	9	12	9,5	9,6	75,2
	10	31	24,6	24,8	100,0
Total		125	99,2	100,0	

Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		

Independente - Dependente

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	8	6,3	6,4	6,4
	1	2	1,6	1,6	8,0
	2	3	2,4	2,4	10,4
	3	4	3,2	3,2	13,6
	4	5	4,0	4,0	17,6
	5	51	40,5	40,8	58,4
	6	14	11,1	11,2	69,6
	7	9	7,1	7,2	76,8
	8	7	5,6	5,6	82,4
	9	8	6,3	6,4	88,8
	10	14	11,1	11,2	100,0
	Total	125	99,2	100,0	
Ausente	Sistema	1	,8		
Total		126	100,0		