



Apoio do Residente ao Desenvolvimento do Turismo em Destinos Turísticos

Costeiros: Uma Análise Fundamentada na Correlação *rô de Spearman*

João Paulo Serafim Felix
Marcio Marreiro das Chagas
Sérgio Marques Jr
Victor hugo da Silva

Resumo: O estudo busca compreender as relações entre as dimensões imagem do lugar, apego ao local, impactos do turismo e o apoio do residente ao desenvolvimento turístico local. Para isso, foi realizada uma investigação exploratória e descritiva, com abordagem analítica quantitativa, do tipo probabilística, com escolha do sujeito realizada pelo método aleatório simples. Os dados foram coletados entre agosto e novembro de 2016, resultando em 306 formulários válidos. Os dados foram analisados por meio do SPSS v. 22.0. A análise fundamentou-se em quatro etapas: (1) análise fatorial e refinamento dos dados; (2) verificação das medidas de confiabilidade; (3) verificação da normalidade da distribuição e medidas de dispersão; E, por último, (4) os coeficientes de correlação *Rô de Spearman*. Os resultados apontam que o constructo que mais influencia o apoio ao desenvolvimento do turismo em destinos turísticos costeiros são os impactos positivos, seguidos do apego ao lugar e da imagem do lugar.

Palavras-chave: Impactos do turismo. Imagem do lugar. Apego à comunidade. Apoio do residente. Correlação de *Spearman*.

Abstract: This study aims to comprehend the relationships between destination image, attachment, tourism impacts and residents support to the local tourism development dimensions. For that, it was developed an exploratory and descriptive investigation, with quantitative approach, probabilistic type, and respondent choice based on aleatory simple method. Data were collected from august to November of 2016, resulting 306 valid questioners, analyzed by SPSS v. 22.0. The analysis was based on four stages: (1) factorial analysis and refinement of the data; (2) verification of reliability measures; (3) verification of distribution normality and dispersion measurements; And, finally, (4) Spearman's *Rô* correlation coefficients. The results indicate that the construct that most influences the support for the development of tourism in coastal tourist destinations is the positive impacts, followed by attachment to the place and the image of the place.

Key-words: Tourism impacts. Destination image. Attachment. Residents Support. Spearman Correlation.

Introdução

As percepções dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo, nos últimos anos, vêm sendo estudadas sob diferentes abordagens. Seja através da Imagem do lugar (CHEN; ŠEGOTA, 2015; JI; WALL, 2011; LICHROU; O'MALLEY; PATTERSON, 2010; STYLIDIS; BIRAN; SIT; SZIVAS, 2014), do apego ao lugar (AMSDEN; STEDMAN; KRUGER, 2010; CHEN; DWYER; FIRTH, 2014; CUI; RYAN, 2011; GU;

Foz do Iguaçu – Paraná - Brasil



RYAN, 2008), dos impactos positivos e negativos do turismo (KATHLEEN; ANDERECK; VALENTINE; KNOPF; VOGT, 2005; CHEN; CHEN, 2010; DYER; GURSOY; SHARMA; CARTER, 2007; NUNKOO; RAMKISSOON, 2010), ou dos aspectos sócio demográficos (KIM; UYSAL; SIRGY, 2013; PRAYAG, 2010), existem distintas perspectivas a serem interpretadas quando se analisa a dinâmica da relação entre turismo e residente.

Aref e Redzuan (2009), ao estudarem as comunidades de Shiraz, no Irã, afirmam que existe uma correlação positiva significativa entre a idade, o tempo de residência e a renda com o nível de capacitação da comunidade para o desenvolvimento do turismo. Também analisando os fatores sócio demográficos, Milito, Marques Júnior e Silva (2016) estudaram o apoio dos residentes a execução de megaprojetos turísticos, assim como Chien, Ritchie, Shipway e Henderson (2012) e Gursoy e Kendall (2006).

Silva, Chagas e Marques Junior (2016) analisam de que maneira a imagem do lugar e os impactos do turismo influenciam a percepção dos residentes. Os resultados apontaram que existe uma relação direta entre os impactos econômicos e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo. Conclusões similares são corroboradas pelos trabalhos de Chen e Šegota (2015), Elliot, Papadopoulos e Kim (2011) e Prayag e Ryan (2012).

Os impactos do turismo, estudados Silva e Marques Junior (2012), ao analisarem os fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz, no Rio Grande do Norte, sugerem que à medida que os residentes percebem os benefícios do turismo e confiam nos atores governamentais, existe uma tendência ao apoio ao desenvolvimento do turismo religioso. Resultados correlatos são encontrados em Dyer et al. (2007), Gu e Ryan (2008) e Nunkoo e So (2015).

Este trabalho busca entender as relações entre os constructos imagem do lugar, apego ao lugar, impactos positivos e negativos e sua influência no apoio do residente ao desenvolvimento turístico local. Para tanto, a pesquisa foi realizada em Genipabu, município de Extremoz, Rio Grande do Norte, onde se encontram um dos principais atrativos turísticos do estado. A seguir são apresentados os modelos teóricos que



basearam a escolha das dimensões e variáveis manifestas selecionadas para o estudo, como também suas relações teóricas.

Modelo de Prayag e Ryan (2012)

O modelo de Prayag e Ryan (2012), investiga as relações entre a imagem do lugar, o apego ao lugar, o envolvimento pessoal e a satisfação com lugar. Foram coletados 705 questionários válidos de visitantes internacionais hospedados em hotéis na ilha de Maurício. Foi utilizada a Análise Fatorial Exploratória (AFE) e a Análise Fatorial Confirmatória (AFC) no intuito de validar os constructos.

As hipóteses propostas e confirmadas foram: H1 - Existe uma relação positiva entre o envolvimento pessoal e a imagem do destino; H2 - Há uma relação positiva entre a imagem do destino e o apego ao lugar; H3 - Quanto mais positivas for a imagem, maior será o nível de satisfação; H5 - Existe uma relação positiva entre o apego ao lugar e a satisfação; H6 - Existe uma relação positiva entre o envolvimento pessoal e o apego ao lugar; H7 - Há uma relação positiva entre satisfação e a intenção de visitar o lugar; H8 - Há uma relação positiva entre satisfação e intenção de recomendar para outros; H11 - Há uma relação positiva entre o apego ao lugar e a intenção de visitar o local; H12 - Existe uma relação positiva entre o apego a o lugar e a intenção de recomendar para os outros. As hipóteses rejeitadas foram: H4 - Existe uma relação positiva entre envolvimento pessoal e satisfação; H9 - Existe uma relação positiva entre o envolvimento pessoal e a intenção de visitar o lugar; H10 - Há uma relação positiva entre o envolvimento pessoal e a intenção de recomendar para os outros.

O estudo identificou que os mais importantes determinantes de apego ao lugar são além da satisfação com as atrações históricas e culturais, a infraestrutura (acessibilidade e acomodação) e as características como reputação e exotismo. Além disso, os autores asseveram que a imagem do lugar é um fator decisivo para compreender satisfação, apego e lealdade.



Modelo de Chen e Chen (2010)

O modelo de Chen & Chen (2010) analisa as relações entre apego ao lugar, dependência econômica do turismo, impactos turísticos positivos e negativos percebidos e o apoio ao desenvolvimento do turismo. A pesquisa foi realizada em Taiwan, com um total de 239 questionários válidos, posteriormente empregando a Modelagem de Equações Estruturais (SEM).

Dentre as hipóteses testadas, foi possível confirmar as seguintes: H1 - Existe uma relação positiva direta entre o apego ao lugar e os impactos turísticos positivos percebidos; H3 - Existe uma relação positiva direta entre a dependência econômica do turismo e os impactos turísticos positivos percebidos; H5 - Existe uma relação positiva direta entre os impactos turísticos positivos percebidos e o apoio ao desenvolvimento do turismo; H6 - Existe uma relação negativa direta entre os impactos turísticos negativos percebidos e o apoio ao desenvolvimento do turismo e H7 - Existe uma relação positiva direta entre o apego à comunidade e o apoio ao desenvolvimento do turismo. Já as hipóteses não confirmadas foram: H2 - Existe uma relação negativa direta entre o apego ao lugar e os impactos turísticos negativos percebidos; H4 - Existe uma relação negativa direta entre a dependência econômica do turismo e os impactos turísticos negativos percebidos e H8 - Existe uma relação positiva direta entre a dependência econômica do turismo e o apoio ao desenvolvimento do turismo.

Os resultados asseveram que quanto maior o vínculo com a localidade, além de efeito significativamente positivo no apoio ao desenvolvimento do turismo, maior a propensão a perceber positivamente os impactos do turismo. Ademais, os dados indicam que a dependência econômica afeta significativamente e positivamente a percepção dos impactos positivos.

Modelo de Choi e Murray (2010)

Baseados na Teoria das Trocas Sociais (SET), Choi & Murray (2010), estudaram as variáveis que influenciam a atitude dos residentes no que tange ao apoio ao desenvolvimento do turismo. Foram coletados 430 questionários válidos dos residentes



do Texas. Através da Modelagem de Equações Estruturais (SEM) analisaram as relações propostas.

Dentre as hipóteses testadas e confirmadas estão: H1 - o impacto negativo do turismo está negativamente relacionado com o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H2 - O impacto positivo do turismo está diretamente relacionado com o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H3a - as atitudes dos moradores em relação à sustentabilidade ambiental estão diretamente relacionadas ao impacto negativo do desenvolvimento do turismo; H3c - as atitudes dos residentes em relação à sustentabilidade ambiental estão negativamente relacionadas com o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo; H4b - há uma relação negativa entre as atitudes dos residentes em relação à atividade de planejamento e o impacto positivo do turismo; H4c - não há relação entre as atitudes dos residentes em relação à atividade de planejamento e o apoio dos residentes da comunidade para o desenvolvimento do turismo; H5a - as atitudes dos moradores em relação à participação da comunidade estão negativamente relacionadas ao impacto positivo direto do turismo; H5c - as atitudes dos moradores em relação à participação da comunidade estão direta e negativamente relacionadas ao apoio dos residentes da comunidade ao desenvolvimento do turismo; H6a - o apego à comunidade está negativamente relacionado com o impacto positivo percebido pelo turismo dos residentes da comunidade; H6b - o apego à comunidade está positivamente relacionado com o impacto negativo percebido pelo turismo e H6c - o apego à comunidade está negativamente relacionado com o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo. Já as hipóteses rejeitadas foram: H3b - as atitudes dos moradores em relação à sustentabilidade ambiental estão negativamente relacionadas com o impacto positivo do desenvolvimento do turismo; H4a - há uma relação positiva entre as atitudes dos moradores em relação à atividade de planejamento e o impacto negativo do turismo e H5b - as atitudes dos residentes em relação à participação da comunidade estão positivamente relacionadas com o impacto negativo direto do turismo.

Os resultados apontam que além do dever de o governo local incentivar e participar diretamente do desenvolvimento, deve-se envolver os residentes desde o planejamento, à implementação e monitoramento do processo de desenvolvimento



turístico em longo prazo. Além disso, os residentes que demonstraram maior apego ao lugar foram os que mais apoiaram.

Metodologia da Pesquisa

Essa investigação é caracterizada como exploratória e descritiva, com abordagem analítica quantitativa, do tipo *survey*, de corte transversal. A população alvo desse estudo foram os residentes da praia de Genipabu, destino costeiro do litoral norte potiguar, localizado a 20 quilômetros da capital do Estado do Rio Grande do Norte, Natal. A amostragem do trabalho é probabilística, sendo o sujeito escolhido de modo aleatório simples.

O instrumento para a coleta de dados foi o formulário. Para mensuração das variáveis observáveis foi utilizada uma escala de 10 pontos, em que o valor 1 (um) indicava total discordância do residente com a assertiva proposta na investigação, ao passo que o 10 indicava total concordância com a assertiva proposta. O número total final de variáveis do formulário foi de 21, divididas em 06 dimensões: Imagem Afetiva (03 questões), Imagem Cognitiva (03 questões), Apego ao Lugar (04 questões), Impactos Positivos (03 questões), Impactos Negativos (04 questões) e Apoio do Residente ao Desenvolvimento do Turismo (04 questões). No final, foi investigado o perfil do respondente, contendo informações relativas a gênero, idade, escolaridade, estado civil, tempo que mora na comunidade, ocupação e vínculo com a atividade turística.

As variáveis componentes das dimensões referentes aos impactos do turismo foram baseadas em Andereck e Nyaupane (2011), Andereck, Valentine, Knopf e Vogt (2005), Haralambopoulos e Pizam (1996), Liu e Var (1986), Perdue, Long e Allen (1990) e Yoon, Gursoy e Chen (2001), enquanto que as da dimensão apego ao lugar foram adaptadas dos estudos de Gursoy e Rutherford (2004) e Yuksel, Yuksel e Bilim (2010). As variáveis componentes da dimensão imagem foram baseadas nos estudos de Baloglu & McCleary (1999), Prayag e Ryan (2012), Prayag (2010), Bosque e Martín (2008) e Stylidis et al. (2014). Por último, as variáveis componentes da dimensão apoio do residente foram baseadas nos estudos de Gursoy et al., (2002), Gursoy & Kendall (2006), Gursoy & Rutherford (2004), Kim, Woo e Uysal (2015), Lepp (2007; 2008) e Nunkoo e



Gursoy (2012).

Os dados foram coletados entre agosto e novembro de 2016, com um total válido de 306 formulários. Após a coleta, os dados foram reorganizados no LibreOffice Calc e migrados para análises no SPSS 22.0. A análise dos dados foi feita em quatro etapas: 1) análise fatorial exploratória, onde são refinados os dados a serem trabalhados; 2) verificação das medidas de confiabilidade, através dos índices obtidos na utilização do Alfa de *Cronbach*; 3) averiguação das medidas de dispersão e da normalidade da distribuição, analisando-se médias e desvios padrões, e por último; 4) os coeficientes de correlação *r* de *Spearman* para entender as possíveis relações entre as dimensões.

Discussão dos Resultados

Perfil da Amostra

A amostra do estudo foi composta de forma predominante pelo gênero masculino (53,1%), enquanto o feminino atingiu 46,6%. O estado civil dominante foi de casados (58,0%), seguido por solteiros (28,9%). A idade dos entrevistados se concentrou na faixa entre 35 e 44, totalizando 28,5% população. Tratando-se do tempo de residência dos respondentes, se apresentou em maior proporção os residentes que residem no lugar entre 1 e 7 anos de residência (26,6%), seguidos por residentes que habitam na região de 8 a 20 anos (24,6%), de 21 a 31 anos (19,7%), de mais de 31 anos (18,0%) e a menos de 1 ano de permanência (11,1%).

Análise Fatorial e Refinamento dos Dados

Neste tópico, foi utilizada a análise fatorial exploratória. Para atendimento dos pressupostos desta técnica, foram aceitas cargas fatoriais, comunalidades e Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) acima de 0,5 e autovalores acima de 1 (HAIR; BLACK; BABIN; ANDERSON; TATHAM, 2009; MARÔCO, 2011). As medidas de confiabilidade são analisadas por meio do Alfa de *Cronbach*. Na Tabela 01, é possível observar os constructos, variáveis e indicadores.



Tabela 01: Análise fatorial exploratória das dimensões do estudo.

Variáveis	Imagem do lugar	Apego ao lugar	Impactos positivos	Impactos negativos	Apoio do residente
Genipabu é um lugar bonito	0,859				
Genipabu tem clima agradável	0,896				
Genipabu tem lugares interessantes	0,837				
Viver nessa comunidade diz muito sobre quem eu sou		0,920			
Viver nessa comunidade significa muito para mim		0,914			
Eu sou muito apegado a essa comunidade		0,927			
Eu sinto fortemente que pertencço a essa comunidade		0,919			
Eu acredito que o turismo promove o aumento de renda para a comunidade local			0,905		
Eu acredito que o turismo diversifica a economia local			0,913		
Eu acredito que o turismo aumenta o padrão de vida da comunidade local			0,860		
Eu acredito que o turismo tem contribuído para a superlotação da praia				0,878	
Eu acredito que o turismo aumenta a poluição ambiental				0,808	
Eu acredito que o turismo aumenta o barulho na comunidade				0,648	
Eu acredito que o município deveria investir na promoção do turismo					0,957
Eu acredito deve-se estimular o número de visitantes em Genipabu					0,956
Eu acredito que o desenvolvimento do turismo é muito importante para a comunidade					0,949

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Como observado na Tabela 01, foram encontradas para análise posterior os constructos: imagem do lugar, apego ao lugar, impactos positivos, impactos negativos e apoio do residente ao desenvolvimento turístico local.

Medidas de Confiabilidade

O Alfa de Cronbach é uma medida de confiabilidade que avalia a consistência interna da escala. Os valores variam entre 0 e 1, sendo 0,6 e 0,7 os limites de aceitabilidade. Quanto mais altos os valores, maior a consistência interna (HAIR et al., 2009). Outros estudos no turismo também utilizam o Alfa de Cronbach, como Jalilvand, Samiei, Dini e Yaghoubi Manzari (2012), estudando as relações estruturais do boca-a-



boca eletrônico, da imagem do destino, das atitudes e da intenção de viagem, Prayag (2010), analisando a imagem do lugar através de uma análise de segmentação, Kim, Uysal, & Sirgy (2013), investigando a experiência turística e qualidade de vida entre turistas de terceira idade, dentre outros. Na Tabela 02 são apresentados os índices encontrados na investigação.

Tabela 02 – Alfa de Cronbach das dimensões.

CONSTRUCTOS	ALFA DE CRONBACH
Imagem do lugar	0,825
Apego ao lugar	0,939
Impactos positivos	0,872
Impactos negativos	0,951
Apoio do residente	0,951

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Dos resultados observados na Tabela 02, é possível confirmar que todas as dimensões apresentam valor do Alfa de Cronbach adequados e acima dos valores mínimos estipulados.

Normalidade da Distribuição e Medidas de Dispersão

A normalidade da distribuição e as medidas de dispersão dos dados são analisadas neste tópico. Tanto a média quanto do desvio padrão são utilizados. O desvio padrão mede a variância dos valores relativos à média (HAIR et al., 2009). A Tabela 03 apresenta um resumo dos resultados encontrados na análise, e em seguida são discutidos.

Tabela 03: Média e desvio padrão das variáveis e dimensões estudadas.

Constructo	Média	Desvio padrão
Eu acho que Genipabu		
Imagem do lugar é um lugar bonito	7,521	1,788
tem um clima agradável	6,983	1,136
tem lugares interessantes	5,472	2,059
Eu acho que		
Apego ao Lugar Viver nessa comunidade diz muito sobre quem eu sou	6,819	3,040
Viver nessa comunidade significa muito para mim	6,882	2,969
Eu sou muito apegado a essa comunidade	6,970	2,893



	Eu sinto fortemente que pertenço a essa comunidade	6,983	2,777
	Eu acredito que o Turismo...		
Impactos positivos	promove o aumento de renda para a comunidade local	7,983	2,336
	diversifica a economia local	8,173	2,212
	aumenta o padrão de vida da comunidade local	8,160	2,269
	Eu acredito que o Turismo...		
Impactos negativos	tem contribuído para a superlotação da praia	9,190	0,856
	aumenta a poluição ambiental	7,816	1,591
	aumenta o barulho na comunidade	6,875	1,411
	Eu acredito que...		
Apoio do Residente	o município deveria investir na promoção	8,337	2,453
	deve-se estimular o número de visitantes	8,331	2,498
	O desenvolvimento do turismo é muito importante	8,259	2,479

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Os resultados apontam que existe uma percepção positiva da imagem do lugar, onde os residentes acreditam que Genipabu é um lugar bonito, de clima agradável e com lugares interessantes. Além de fortemente apegados à comunidade, os residentes acreditam que o turismo trouxe um aumento de renda, diversificou a economia e aumentou os padrões de vida, apesar de contribuir com a superlotação, barulho e poluição da comunidade. Os residentes acreditam que o turismo é muito importante para a vida da comunidade, e incentivam uma maior promoção do turismo, como também um estímulo a quantidade de visitante.

Coeficiente de Correlação Rô de Spearman

O coeficiente de correlação Rô de *Spearman* mensura as relações entre as variáveis. Esse índice varia entre -1 e 1. Quanto mais próximo dos extremos for o índice, maior a relação. Quando o sinal for negativo, as variáveis atuam em sentido oposto (HAIR et al., 2009). Nesse estudo, o coeficiente de *Spearman* é utilizado para determinar as correlações entre os impactos da atividade turística, a imagem do lugar, o apego à comunidade e o apoio ao desenvolvimento do turismo.

O estudo de Aref e Redzuan (2009), na comunidade de Shiraz, no Irã, sobre a caracterização das lideranças comunitárias e seus esforços no fortalecimento da capacidade para o desenvolvimento do turismo nas comunidades locais também utilizou



a mesma técnica e encontrou resultados que afirmam a influência dos fatores sócio demográficos e a percepção dos residentes. Também utilizando a correlação de Spearman, Carneiro e Eusébio (2015) estudaram a interação residente-visitante e os impactos do turismo na qualidade de vida dos residentes. Do mesmo modo, Ji e Wall (2011) analisaram a imagem que os visitantes e residentes de Qingdao, na China, têm do lugar.

Na Tabela 04 são demonstradas as correlações encontradas. Dentre elas, os índices mais elevados mostram os impactos positivos do turismo, seguidos pelo apego ao lugar e imagem do lugar.

Tabela 04: Coeficiente de correlação Rô de Spearman

			Imagem do lugar	Apego ao lugar	Impactos positivos	Impactos negativos	Apoio do residente
Imagem do lugar	Coeficiente de Correlação		1,000	,252**	,188**	-,125*	,230**
	Sig. (2 extremidades)		.	,000	,001	,025	,000
	N		323	323	323	323	323
Apego ao lugar	Coeficiente de Correlação		,252**	1,000	,337**	-,030	,351**
	Sig. (2 extremidades)		,000	.	,000	,596	,000
	N		323	323	323	323	323
Impactos positivos	Coeficiente de Correlação		,188**	,337**	1,000	-,049	,502**
	Sig. (2 extremidades)		,001	,000	.	,380	,000
	N		323	323	323	323	323
Impactos negativos	Coeficiente de Correlação		-,125*	-,030	-,049	1,000	,036
	Sig. (2 extremidades)		,025	,596	,380	.	,515
	N		323	323	323	323	323
Apoio do residente	Coeficiente de Correlação		,230**	,351**	,502**	,036	1,000
	Sig. (2 extremidades)		,000	,000	,000	,515	.
	N		323	323	323	323	323

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).
 * A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Dentre os resultados encontrados na Tabela 04, cabe destacar que os impactos positivos é a dimensão que apresenta maior índice de correlação com o apoio do residente



ao desenvolvimento turístico local, seguido pela dimensão apego ao lugar e pela imagem que o residente possui do lugar. Já a dimensão de impactos negativos tende a relação nula com o apoio do residente ao turismo na localidade, embora a relação não demonstre significância estatística, como as demais.

Conclusão

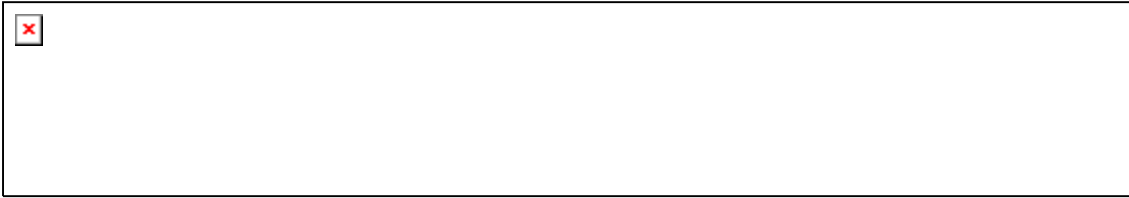
Dos resultados do estudo, observou-se que os impactos positivos é a dimensão que demonstra maior correlação com o constructo apoio do residente ao desenvolvimento turístico local. Isso conduz a conclusão que a constatação de impactos positivos relacionados ao desenvolvimento do setor de turismo naquele território, por parte da comunidade autóctone, estimula o apoio deste agrupamento de pessoas ao turismo na localidade.

Além disso, a dimensão apego também demonstrou desenvolver relação importante junto a dimensão apoio do residente. A relação entre os dois constructos é a segunda mais forte encontrada na análise. Nesse sentido, é possível inferir que existe uma relação forte e linear entre o apego e apoio. A tendência é que quanto mais apegado ao local maior é o apoio da comunidade ao desenvolvimento turístico local.

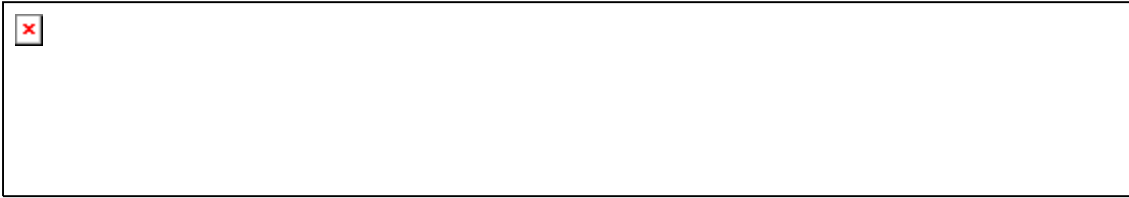
A imagem que o autóctone tem do local, é a terceira dimensão que apresenta maior índice de correlação com o apoio, o que demonstra, por sua vez, a indicação de relação relevante entre os dois constructos. Apenas os impactos negativos não apresentaram relação estatisticamente significativa, como também exibindo índices tendendo a zero.

Referências

- AMSDEN, B. L.; STEDMAN, R. C.; KRUGER, L. E. The Creation and Maintenance of Sense of Place in a Tourism-Dependent Community. **Leisure Sciences**, v. 33, n. 1, p. 32-51. 2010.
- ANDERECK, K. L., & NYAUPANE, G. P. Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. **Journal of Travel Research**, v. 50, n. 3, p. 248–260. 2011.



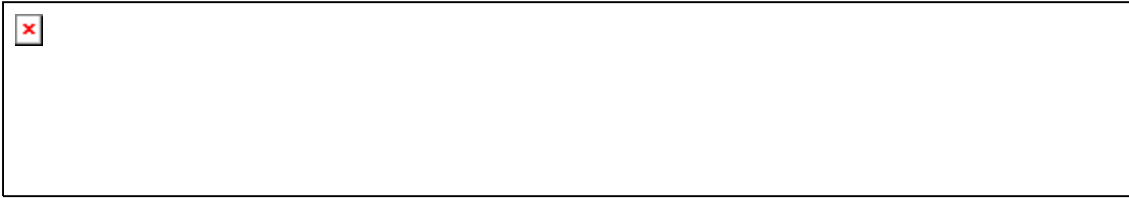
- ANDERECK, K.L.; VALENTINE, K.M.; KNOFF, R.C.; VOGT, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 4, p. 1056–1076, 2005.
- AREF, F.; REDZUAN, M. Community Leaders' Characteristic and their Effort in Building Capacity for Tourism Development in Local Communities. **International Journal of Business and Management**, v. 4, n.10, p. 187. 2009.
- BALOGLU, S.; MCCLEARY, K. W. U.S. International Pleasure Travelers' Images of Four Mediterranean Destinations: A Comparison of Visitors and Nonvisitors. **Journal of Travel Research**, v. 38, n. 2, p. 144–152. 1999.
- BESTARD, A. B.; NADAL, J. R. Modelling environmental attitudes toward tourism. **Tourism Management**, v. 28, n. 3, p. 688–695. 2007.
- CARNEIRO, M.; EUSÉBIO, C. Host-tourist interaction and impact of tourism on residents' Quality of Life. **Tourism & Management Studies**, v. 11, n.1, p. 25–34. 2015.
- CHEN, C.-F.; CHEN, P.-C. Resident Attitudes toward Heritage Tourism Development. **Tourism Geographies**, v. 12, n. 4, p. 525–545. 2010.
- CHEN, N. (CHRIS); DWYER, L.; FIRTH, T. Effect of dimensions of place attachment on residents' word-of-mouth behavior. **Tourism Geographies**, v. 16, n. 5, p. 826–843. 2014.
- CHEN, N.; ŠEGOTA, T. Resident attitudes, place attachment and destination branding: A research framework. **Tourism and Hospitality Management**, v. 21, n. 2, p. 145–158. 2015.
- CHIEN, P. M.; RITCHIE, B. W.; SHIPWAY, R.; & HENDRSON, H. (2012). I Am Having a Dilemma: Factors Affecting Resident Support of Event Development in the Community. **Journal of Travel Research**, v. 51, n. 4, p. 451–463. 2012.
- CHOI, H. C.; MURRAY, I. Resident attitudes toward sustainable community tourism. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 18, n. 4, p. 575–594. 2010.
- CUI, X.; RYAN, C. Perceptions of place, modernity and the impacts of tourism - Differences among rural and urban residents of Ankang, China: A likelihood ratio analysis. **Tourism Management**, v. 32, n. 3, p. 604–615. 2011.



- DYER, P.; GURSOY, D. SHARMA, B.; CARTER, J. Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. **Tourism Management**, v. 28, n. 2, p. 409–422. 2007.
- ELLIOT, S.; PAPADOPOULOS, N.; KIM, S. S. An integrative model of place image exploring relationships between destination, product, and country images. **Journal of Travel Research**, v. 50, n. 5, p. 520–534. 2011.
- GU, H.; RYAN, C. Place attachment, identity and community impacts of tourism-the case of a Beijing hutong. **Tourism Management**, v. 29, n. 4, p. 637–647. 2008.
- GURSOY, D.; JUROWSKI, C.; UYSAL, M. Resident attitudes. **Annals of Tourism Research**, v. 29, n. 1, p. 79–105. 2002.
- GURSOY, D.; KENDALL, K. W. (2006). Hosting mega events. Modeling Locals' Support. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 3, p. 603–623. 2006.
- GURSOY, D.; RUTHERFORD, D. G. Host attitudes toward tourism: An improved structural model. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 495–516. 2004.
- HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Multivariate Data Analysis**. Prentice Hall. 2009.
- HARALAMBOPOULOS, N.; PIZAM, A. Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 3, p. 503–526. 1996.
- JI, S.; WALL, G. Visitor and Resident Images of Qingdao, China, as a Tourism Destination. **Journal of China Tourism Research**, v. 7, n. 2, 207–228. 2011.
- KIM, H.; WOO, E.; Uysal, M. Tourism experience and quality of life among elderly tourists. **Tourism Management**, v. 46, p. 465–476. 2015.
- KIM, K.; UYSAL, M.; SIRGY, M. J. How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? **Tourism Management**, v. 36, p. 527–540. 2013.
- LEPP, A. Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. **Tourism Management**, v. 28, n. 3, p. 876–885. 2007.
- LEPP, A. Attitudes Towards Initial Tourism Development in a Community With No Prior Tourism Experience: The Case of Bigodi, Uganda. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 16, n. 1, p. 5–22. 2008.



- LICHROU, M.; O'MALLEY, L.; PATTERSON, M. Narratives of a tourism destination: Local particularities and their implications for place marketing and branding. **Place Branding and Public Diplomacy**, v. 6, n.2, p. 134–144. 2010.
- LIU, J. C.; VAR, T. Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. **Annals of Tourism Research**, v. 13, n. 2, p. 193–214. 1986.
- MARÔCO, J. **Análise estatística: com o SPSS Statistics**. Lisboa: ReportNumber, 2011.
- MILITO, M. C., MARQUES JÚNIOR, S.; SILVA, V. **Apoio de residentes a megaprojetos turísticos : A influência dos aspectos sócio-demográficos na Copa do Mundo de Futebol 2014 em Natal-RN**. XIII Seminário ANPTUR. 2016.
- NUNKOO, R.; GURSOY, D. Residents' support for tourism. An Identity Perspective. **Tourism Management**, v. 34, n. 1, p. 243–268. 2012.
- NUNKOO, R.; RAMKISSOON, H. Small island urban tourism: a residents' perspective. **Current Issues in Tourism**, v. 13, n. 1, p. 37–60. 2010.
- NUNKOO, R.; SO, K. K. F. Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Models. **Journal of Travel Research**, v.55, n. 7, p. 847 – 861, 2015.
- PERDUE, R. R.; LONG, P. T.; ALLEN, L. Resident support for tourism development. **Annals of Tourism Research**, v.17, n. 4, p. 586–599. 1990.
- PRAYAG, G. Images as Pull Factors of a Tourist Destination: A Factor-Cluster Segmentation Analysis. **Tourism Analysis**, v. 15, n. 2, p. 213–226. 2010.
- PRAYAG, G.; RYAN, C. Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. **Journal of Travel Research**, v. 51, n. 3, 342–356. 2012.
- REZA JALILVAND, M.; SAMIEI, N.; DINI, B.; YAGHOUBI MANZARI, P. Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. **Journal of Destination Marketing and Management**, v. 1, n. 1–2, p. 134–143. 2012.
- RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.; SAN MARTÍN GUTIÉRREZ, H. La satisfacción del turista. Un modelo cognitivo-afectivo en turismo. **Annals of Tourism Research En Español**, v. 10, n. 1, p. 122–145. 2008.



SILVA, G.; MARQUES JUNIOR, S. **Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso** : o caso de Santa Cruz (RN), Brazil Factors affecting residents ' support to the development of religious tourism : the case of Santa Cruz (RN), Brazil *Factores que*, v. 10, n. 3, p. 497–515. 2012.

SILVA, V.; CHAGAS, M.; MARQUES JUNIOR, S. O papel da imagem do lugar e dos impactos percebidos e suas influências no apoio dos residentes A. **Revista Interface**, v. 13, n. 01, p. 5–19. 2016.

STYLIDIS, D.; BIRAN, A.; SIT, J.; SZIVAS, E. M. Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts.

Tourism Management, v. 45, n. xx. 260–274. 2014.

YOON, Y., GURSOY, D.; CHEN, J. S. Validating a tourism development theory with structural equation modeling. **Tourism Management**, v. 22, n. 4, p. 363–372. 2001.

YUKSEL, A.; YUKSEL, F.; BILIM, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. **Tourism Management**, v. 31, n. 2, p. 274–284. 2010.