



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO
DOUTORADO EM TURISMO

Gilmara Barros da Silva

**INTER-RELAÇÕES ENTRE FATORES COGNITIVOS E EMOCIONAIS CAPAZES
DE INFLUENCIAR O APOIO DE RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO RELIGIOSO**

NATAL/RN

2024

Gilmara Barros da Silva

**INTER-RELAÇÕES ENTRE FATORES COGNITIVOS E EMOCIONAIS CAPAZES
DE INFLUENCIAR O APOIO DE RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO RELIGIOSO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN), como requisito para a obtenção do título de Doutor(a) em Turismo, na área de concentração: Gestão em Turismo.

Orientador: Sérgio Marques Júnior, Dr.

NATAL/RN

2024

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Silva, Gilmara Barros da.

Inter-relações entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do Turismo religioso / Gilmara Barros da Silva. - Natal, 2024. 190f.: il.

Tese (Doutorado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Natal, RN, 2024.

Orientação: Prof. Dr. Sérgio Marques Júnior.

1. Teoria das trocas sociais - Tese. 2. Teoria da identidade do lugar - Tese. 3. Teoria da solidariedade emocional - Tese. 4. Apoio de residentes - Tese. 5. Turismo religioso - Tese. I. Marques Júnior, Sérgio. II. Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 338.48-6:2:159

GILMARA BARROS DA SILVA

**INTER-RELAÇÕES ENTRE FATORES COGNITIVOS E EMOCIONAIS CAPAZES
DE INFLUENCIAR O APOIO DE RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO
TURISMO RELIGIOSO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN), como requisito para a obtenção do título de Doutor(a) em Turismo, na área de concentração: Gestão em Turismo.

Orientador: Sérgio Marques Júnior, Dr.

Aprovada em 28 de junho de 2024.

Presidente da Banca (Orientador) – Sérgio Marques Júnior, Dr.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Examinador Interno ao Programa – Luiz Augusto Machado Mendes Filho, Dr.

Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

Examinador Externo à Instituição – Marcelo Chiarelli Milito, Dr.

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC RN

Examinador Externo à Instituição – Márcio Marreiro das Chagas, Dr.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN

Examinadora Externa à Instituição – Marli de Fátima Ferraz da Silva Tacconi, Dra.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN

AGRADECIMENTOS

Este estudo não seria possível sem a ajuda e contribuição de pessoas que tenho muito amor e gratidão. Primeiramente, agradeço a Deus pelo dom da vida, por suas bênçãos e milagres, pois “até aqui nos ajudou o Senhor” 1 Samuel, 7:12, e venci mais uma etapa acadêmica. Sou grata pelo apoio e amor incondicional do meu esposo José Linduarte, minha filha Helena Barros, minha mãe Maria das Graças, meu pai José Humberto, minha irmã Maria Gilma e sobrinha Anna Letícia.

Ao meu esposo, José Linduarte e à minha filha Helena Barros, os quais amo e admiro muito, agradeço a compreensão e auxílio em todos os momentos dessa jornada acadêmica e outras situações da vida. José Linduarte agradeço por todas as noites e madrugadas que reservou tempo para me ajudar a aplicar questionários, tabular e conferir os dados da tese.

Agradeço à Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), ao Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) através de todos os seus docentes por me fornecerem os conhecimentos necessários à minha formação profissional. Bem como, a CAPES pelo subsídio financeiro tão importante para o desenvolvimento das minhas pesquisas no Doutorado em Turismo.

Ao meu orientador, Sérgio Marques Júnior agradeço pelo profissional e pessoa que és, pelos conhecimentos compartilhados, pela paciência nos dias de luta e por estar presente em todos os momentos em que precisei de sua ajuda. Certamente, encontrei um amigo, um tesouro! Sou imensamente grata a Deus pela sua vida e pela oportunidade de tê-lo como orientador e amigo.

Aos docentes que participaram das minhas bancas de qualificação e defesa, pelas contribuições/correções que me forneceram para melhorias da pesquisa.

Aos amigos que adquiri através do Doutorado em Turismo e que me ajudaram muito nessa jornada acadêmica, sendo parceiros em artigos, em compartilhamento de conhecimentos e em conversas sérias e descontraídas: Adriana Melo, Jackson de Souza, Kássia Guedes, Rafaely Neiva e Wagner Araújo.

Agradeço aos meus ex-alunos e colegas de profissão que me auxiliaram na pesquisa de campo da minha tese, Eduarda Nayane de Lima Bezerra, Emanuele Ferreira de Lima, Fernando Souza de Macedo, Matheus Felipe Barbosa de Lima, Micael Jeferson da Silva Santos e Paulo Henrique da Silva Bertucio.

Por fim, sou grata a todos que acreditaram em mim e tornaram essa jornada mais tranquila, sendo possível o desenvolvimento bem-sucedido da pesquisa.

Silva, G. B. (2024). Inter-relações entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso. (Tese de Doutorado em Turismo), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil.

RESUMO

Este estudo aborda a gestão do *stakeholder* comunidade residente, reconhecendo o seu poder de influência política e interesse econômico no desenvolvimento turístico em qualquer destino. Com isso, as percepções e emoções dos residentes quanto ao desenvolvimento do turismo em seu entorno habitual podem contribuir com informações úteis à elaboração de estratégias que permitam a gestão sustentável do turismo nos destinos nas mais diversas situações. Nesse sentido, este estudo tem como objetivo principal analisar as inter-relações existentes entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso. Três teorias oriundas da psicologia foram utilizadas para fundamentar esta pesquisa, a saber: Teoria das Trocas Sociais; Teoria da Identidade do Lugar; e Teoria da Solidariedade Emocional. A primeira teoria permite a investigação dos fatores cognitivos e a segunda e terceira envolve aqueles relacionados aos componentes identitários e emocionais, que podem vir a influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo em uma localidade. Tendo em vista o levantamento e análise de estudos que abordassem a temática, bem como, as referidas teorias, foi realizada uma revisão sistemática da literatura para composição teórica referente à modelagem das relações entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo. O estudo se configura como descritivo de abordagem mista quali-quantitativa sob a égide do método hipotético-dedutivo. Um modelo estrutural de relacionamento entre variáveis capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo foi testado considerando dimensões amparadas pelas teorias citadas. Os procedimentos de coleta de dados incluíram a utilização de um roteiro de entrevista e um questionário de pesquisa, ambos aplicados com a população residente do destino de turismo religioso investigado. Os resultados demonstraram a existência de relações significativas entre a percepção dos residentes quanto à qualidade de vida e os impactos do turismo religioso, bem como, entre a identidade do lugar e o apoio ao desenvolvimento do turismo, sendo esses últimos mediados pela solidariedade emocional. Baseando-se nos resultados encontrados, considera-se que para uma gestão eficaz do *stakeholder* comunidade residente e um desenvolvimento harmônico do turismo, cabe considerar estratégias voltadas à maximização dos impactos positivos do turismo, a valorização e conservação da identidade do lugar, bem como, dos fatores de solidariedade emocional dos residentes para com outrem.

Palavras-Chave: Teoria das Trocas Sociais; Teoria da Identidade do Lugar; Teoria da Solidariedade Emocional; Apoio de Residentes; Turismo Religioso.

Silva, G. B. (2024). Interrelations between cognitive and emotional factors capable of influencing residents' support for the development of religious tourism. (Doctoral Thesis in Tourism), Federal University of Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brazil.

ABSTRACT

This study addresses the management of the resident community stakeholder, recognizing its power of political influence and economic interest in tourism development in any destination. With this, the perceptions and emotions of residents regarding the development of tourism in their usual surroundings can contribute useful information to the development of strategies that allow sustainable management of tourism in destinations in the most diverse situations. In this sense, this study's main objective is to analyze the interrelationships between cognitive and emotional factors capable of influencing residents' support for the development of religious tourism. Three theories originating from psychology were used to support this research, namely: Social Exchange Theory; Place Identity Theory; and Emotional Solidarity Theory. The first theory allows the investigation of cognitive factors and the second and third involve those related to identity and emotional components, which may influence residents' support for the development of tourism in a location. In view of the survey and analysis of studies that addressed the topic, as well as the mentioned theories, a systematic review of the literature was carried out for theoretical composition regarding the modeling of relationships between cognitive and emotional factors capable of influencing residents' support for development of tourism. The study is a descriptive study with a mixed qualitative-quantitative approach under the auspices of the hypothetical-deductive method. A structural model of the relationship between variables capable of influencing residents' support for tourism development is tested considering dimensions supported by the mentioned theories. Data collection procedures included the use of an interview script and a research questionnaire, both applied to the resident population of the religious tourism destination investigated. The results demonstrated the existence of significant relationships between residents' perception of quality of life and the impacts of religious tourism, as well as between the identity of the place and support for tourism development, the latter being mediated for emotional solidarity. Based on the results found, it is considered that for effective management of the resident community stakeholder and a harmonious development of tourism, it is worth considering strategies aimed at maximizing the positive impacts of tourism, valuing, and conserving the identity of the place, as well as factors of residents' emotional solidarity with others.

Keywords: Social Exchange Theory; Place Identity Theory; Emotional Solidarity Theory; Residents' Support; Religious Tourism.

LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS

AMOS - *Analysis of Moment Structures*

BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

FECOMÉRCIO-RN - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBM-SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*

IDEB - Índice de Desenvolvimento da Educação Básica

IDH - Índice de Desenvolvimento Humano

INVTUR - Inventário da Oferta Turística

MEE - Modelagem de Equações Estruturais

MTur - Ministério do Turismo

OMT - Organização Mundial do Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

PMBOK - *Project Management Body of Knowledge*

QV - Qualidade de Vida

RN - Rio Grande do Norte

SEBRAE-RN - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte

SET - *Social Exchange Theory*

WTTC - *World Travel & Tourism Council*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Etapas do procedimento de busca	28
Figura 2 - Distribuição anual e quantitativa dos artigos aptos a inclusão no estudo	34
Figura 3 - Teoria das Trocas Sociais de Homans (1974)	49
Figura 4 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Lee (2013).....	51
Figura 5 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Stylidis <i>et al.</i> (2014)	51
Figura 6 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Stylidis (2015)	52
Figura 7 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Nunkoo e Gursoy (2016)	53
Figura 8 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Silva e Marques (2016)...	54
Figura 9 - Modelo de apoio de residentes a um megaevento proposto por Gursoy <i>et al.</i> (2017)	54
Figura 10 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Rasoolimanesh <i>et al.</i> (2017)	55
Figura 11 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Zuo <i>et al.</i> (2017)	56
Figura 12 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Nunkoo e Ramkissoon (2012)	57
Figura 13 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Gursoy <i>et al.</i> (2019).....	57
Figura 14 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Hsu <i>et al.</i> (2019)	58
Figura 15 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Ng e Feng (2020)	59
Figura 16 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Qin <i>et al.</i> (2021).....	59
Figura 17 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wei <i>et al.</i> (2021).....	60
Figura 18 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Kim <i>et al.</i> (2021)	61
Figura 19 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yim (2021)	61
Figura 20 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Vinerean <i>et al.</i> (2021)...	62
Figura 21 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wang e Chen (2015).....	65
Figura 22 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Chen <i>et al.</i> (2017)	66
Figura 23 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por W. Wang e S. Wang (2018)	67
Figura 24 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yuan <i>et al.</i> (2019).....	68
Figura 25 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wang <i>et al.</i> (2020)	68
Figura 26 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Kuo <i>et al.</i> (2021).....	69
Figura 27 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Campón-Cerro <i>et al.</i> (2017)	71

Figura 28 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por de Eslami <i>et al.</i> (2018)..	71
Figura 29 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yu <i>et al.</i> (2018).....	72
Figura 30 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Eslami <i>et al.</i> (2019)	73
Figura 31 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Bajrami <i>et al.</i> (2020).....	73
Figura 32 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Su e Swanson (2020)	74
Figura 33 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Gonzáles-García <i>et al.</i> (2020)	75
Figura 34 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yayla <i>et al.</i> (2023).....	75
Figura 35 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Prasad <i>et al.</i> (2023).....	76
Figura 36 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Han <i>et al.</i> (2023).....	77
Figura 37 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Vieira <i>et al.</i> (2023).....	78
Figura 38 - Modelos de apoio de residentes ao turismo proposto por Munanura, Parada e Kline (2023).....	79
Figura 39 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wang <i>et al.</i> (2023).....	80
Figura 40 - Modelo Teórico da Solidariedade Emocional	82
Figura 41 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Hasani <i>et al.</i> (2016)	84
Figura 42 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Nghiêm-Phú (2016)	85
Figura 43 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Moghavvemi <i>et al.</i> (2017)	86
Figura 44 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Phuc e Nguyen (2020) ..	87
Figura 45 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Joo <i>et al.</i> (2021).....	87
Figura 46 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Giango <i>et al.</i> (2022).....	88
Figura 47 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Daskin e Pala (2023).....	89
Figura 48 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Gautam (2023).....	90
Figura 49 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Munanura <i>et al.</i> (2023) .	91
Figura 50 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Schlesinger <i>et al.</i> (2023)	92
Figura 51 – Representação Esquemática do Mapa do Estado do Rio Grande do Norte	97
Figura 52 - Estátua de Santa Rita de Cássia, Santa Cruz-RN	98
Figura 53 - Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita de Cássia	99
Figura 54 - Visitação ao Santuário de Santa Rita de Cássia.....	100
Figura 55 - Ônibus no estacionamento do Santuário de Santa Rita de Cássia	100
Figura 56 - Programação religiosa no pátio da Igreja Matriz de Santa Rita de Cássia	101
Figura 57 - Imagem aérea da procissão de Santa Rita de Cássia	101

Figura 58 – Especificação do modelo estrutural do estudo	110
Figura 59 - Emoções dos residentes relacionadas ao recebimento de visitantes/turistas	123
Figura 60 - Modelo Estrutural obtido no estudo	161
Figura 61 - Modelo Respecificado	163
Figura 62 - Modelo Estrutural Alternativo	167

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Estudos correlatos ao tema	25
Quadro 2 - Resultados da busca por palavras-chave nas bases de dados	29
Quadro 3 - Critérios de qualidade para inclusão ou exclusão de estudos.....	30
Quadro 4 - Revisão sistemática da literatura	31
Quadro 5 - Lista de periódicos e quantidade de artigos selecionados	34
Quadro 6 - Impactos positivos e negativos do turismo	37
Quadro 7 - Impactos do turismo religioso	45
Quadro 8 - Escala de mensuração da solidariedade emocional.....	82
Quadro 9 - Perfil dos visitantes/turistas de Santa Cruz-RN	102
Quadro 10 - Passos procedimentais para constatação da saturação teórica	105
Quadro 11 – Descrição e codificação dos constructos e variáveis do estudo.....	108
Quadro 12 – Procedimentos metodológicos.....	113
Quadro 13 – Enunciados quanto aos pontos positivos e negativos observados	117
Quadro 14 – Ações governamentais para o desenvolvimento sustentável do turismo religioso	120
Quadro 15 - Importância do turismo religioso para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN..	124

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Caracterização da amostra quanto ao gênero	127
Tabela 2 - Caracterização da amostra quanto à faixa etária	128
Tabela 3 - Caracterização da amostra quanto à escolaridade	128
Tabela 4 - Caracterização da amostra quanto à renda mensal individual.....	129
Tabela 5 - Caracterização do perfil da amostra quanto à religião	129
Tabela 6 - Caracterização do perfil da amostra quanto ao tempo de residência	130
Tabela 7 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis dos Impactos Positivos	131
Tabela 8 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis dos Impactos Negativos.....	132
Tabela 9 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Proximidade Emocional...	134
Tabela 10 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Compreensão Simpática	135
Tabela 11 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Natureza Acolhedora	136
Tabela 12 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Qualidade de Vida	137
Tabela 13 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis de Crenças Compartilhadas	138
Tabela 14 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis de Identidade do Lugar	139
Tabela 15 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis de Apoio ao Turismo	140
Tabela 16 - Indicadores do teste de comparação de médias para gênero (Teste t).....	142
Tabela 17 - Coeficiente de correlação de Spearman para Gênero Feminino	143
Tabela 18 - Coeficiente de correlação de Spearman para Gênero Masculino.....	144
Tabela 19 - Indicadores da AFE para o constructo Impactos Positivos	146
Tabela 20 - Indicadores da AFE para o constructo Impactos Negativos.....	147
Tabela 21 - Indicadores da AFE para o constructo Proximidade Emocional.....	148
Tabela 22 - Indicadores da AFE para o constructo Compreensão Simpática	149
Tabela 23 - Indicadores da AFE para o constructo Natureza Acolhedora	150
Tabela 24 - Indicadores da AFE para o constructo Qualidade de Vida	151
Tabela 25 - Indicadores da AFE para o constructo Crenças Compartilhadas	152
Tabela 26 - Indicadores da AFE para o constructo Identidade do Lugar	153
Tabela 27 - Indicadores da AFE para o constructo Apoio ao Turismo	154
Tabela 28 - Indicadores do modelo de regressão	157
Tabela 29 - Indicadores da Análise de Variância (ANOVA).....	157
Tabela 30 - Coeficientes da regressão linear múltipla e o diagnóstico da colinearidade	158
Tabela 31 - Índices de qualidade de ajustamento do modelo estrutural.....	161
Tabela 32 - Índices de qualidade de ajustamento do modelo respecificado.....	163

Tabela 33 - Cargas fatoriais padronizadas para o modelo respecificado	164
Tabela 34 - Estimativa AVE e CR.....	165
Tabela 35 - Validação das hipóteses do estudo	166
Tabela 36 - Índices de qualidade de ajustamento do modelo alternativo	168

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
1.1 PROBLEMÁTICA	17
1.2 JUSTIFICATIVA	21
1.3 OBJETIVOS	26
1.3.1 Geral.....	26
1.3.2 Específicos.....	26
1.4 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO	26
2 REFERENCIAL TEÓRICO	28
2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA.....	28
2.2 TURISMO E GESTÃO DE <i>STAKEHOLDERS</i>	35
2.3 TURISMO RELIGIOSO: DA APROPRIAÇÃO DOS ASPECTOS CULTURAIS A BUSCA ESPIRITUAL.....	41
2.4 FATORES CAPAZES DE INFLUENCIAR O APOIO DE RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	46
2.4.1 Teoria das Trocas Sociais.....	46
2.4.1.1 Percepção dos impactos do turismo e o apoio de residentes ao turismo	50
2.4.2 Teoria da Identidade do Lugar e o apoio de residentes ao turismo.....	64
2.4.3 Qualidade de Vida e o apoio de residentes ao turismo.....	70
2.4.4 Teoria da Solidariedade Emocional.....	80
2.4.4.1 Solidariedade Emocional e o apoio de residentes ao turismo	84
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	94
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA	94
3.2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	95
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA	103
3.4 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	104
3.5 MODELO DE ANÁLISE.....	110
3.6 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS	111
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	114
4.1 OPINIÃO DOS RESIDENTES QUANTO A IMPORTÂNCIA DO TURISMO RELIGIOSO PARA O DESENVOLVIMENTO DO DESTINO INVESTIGADO.....	114
4.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA	127

4.3 CARACTERIZAÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES QUANTO AOS FATORES CAPAZES DE INFLUENCIAR O SEU APOIO AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RELIGIOSO	130
4.3.1 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Impactos Positivos	131
4.3.2 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Impactos Negativos ...	132
4.3.3 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Proximidade Emocional.....	133
4.3.4 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Compreensão Simpática.....	135
4.3.5 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Natureza Acolhedora	136
4.3.6 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Qualidade de Vida	137
4.3.7 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Crenças Compartilhadas.....	138
4.3.8 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Identidade do Lugar .	139
4.3.9 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Apoio ao Turismo	140
4.3.10 Teste de comparação de médias para gênero.....	141
4.3.11 Análise de correlações entre constructos para gênero	143
4.4 VALIDAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO	144
4.4.1 AFE do constructo Impactos Positivos	145
4.4.2 AFE do constructo Impactos Negativos.....	146
4.4.3 AFE do constructo Proximidade Emocional.....	147
4.4.4 AFE do constructo Compreensão Simpática	148
4.4.5 AFE do constructo Natureza Acolhedora	149
4.4.6 AFE do constructo Qualidade de Vida	150
4.4.7 AFE do constructo Crenças Compartilhadas	151
4.4.8 AFE do constructo Identidade do Lugar.....	153
4.4.9 AFE do constructo Apoio ao Turismo	153
4.5 VALIDAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL DO ESTUDO	154
4.5.1 Análise dos pressupostos para uso da Modelagem de Equações Estruturais	155
4.5.1.1 Normalidade multivariada	155
4.5.1.2 Linearidade e Ausência de Multicolinearidade	156
4.5.1.3 Covariâncias amostrais não nulas.....	158
4.5.1.4 Presença de múltiplos indicadores nos constructos.....	159
4.5.1.5 Medida forte	159

4.5.1.6 Inexistência de <i>outliers</i> no conjunto de dados.....	160
4.5.2 Especificação do Modelo Estrutural	160
4.5.3 Validação dos constructos.....	165
4.5.4 Validação das hipóteses propostas	166
4.5.5 Modelo Estrutural Alternativo	167
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	172
5.1 CONCLUSÕES DA PESQUISA DE CAMPO.....	172
5.2 RECOMENDAÇÕES GERENCIAIS E ACADÊMICAS	174
5.3 LIMITAÇÕES DO ESTUDO	176
REFERÊNCIAS	178
APÊNDICE A – Roteiro de entrevista.....	189
APÊNDICE B – Questionário	190

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo é apresentada a problemática com a respectiva questão problema, a justificativa teórica e prática, estudos correlatos ao tema, os objetivos e, por fim, a organização deste estudo.

1.1 PROBLEMÁTICA

O turismo depreendido como uma atividade que constitui inter-relações de ordem econômica, social, cultural, ambiental e político-institucional, pode gerar, nos destinos nos quais se desenvolve uma série de modificações, das quais se destacam impactos positivos (benefícios) ou negativos (custos) às comunidades residentes e seu local de vivência.

Conforme o enfoque das pesquisas em turismo, existem estudos que evidenciam as percepções de indivíduos quanto aos impactos positivos do turismo, tais como geração de emprego, renda, dentre outros (Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Nunkoo & Gursoy, 2016; Silva & Marques, 2016; Zuo, Gursoy & Wall, 2017; Wei, Liu & Park, 2021); os impactos negativos do turismo como aumento no custo de vida, criminalidade, poluição e outros (Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Nunkoo & Gursoy, 2016; Silva & Marques, 2016; Zuo *et al.*, 2017, Wei *et al.*, 2021); a identidade que o residente possui com o lugar de vivência (Yuan, Song, Chen e Shang, 2019; Wang, Shen, Ye & Zhou, 2020; Kuo, Cheng, Chang e Hu, 2021); a percepção quanto a qualidade de vida dos residentes (Eslami, Khalifah, Mardani, Streimikiene & Han, 2019; Bajrami, Radosavac, Cimbalevic, Tretiakova & Syromiatnikova, 2020; Vinerean, Opreana, Tileaga & Popsa, 2021); as emoções entre o residente e o turista (Woosnam, Norman & Ying, 2009; Woosnam & Norman, 2010; Joo, Xu, J. Lee, C. Lee & Woosnam, 2021, Munanura, Needham, Lindberg, Kooistra & Gharamani, 2023), dentre outros fatores que podem ser investigados como preditores do apoio de residentes.

Sob uma ótica positivista centrada no funcionalismo, organizações responsáveis por pesquisas sobre os impactos econômicos positivos do turismo tanto a nível global quanto local, tais como a *World Travel & Tourism Council* (WTTC), a Organização Mundial do Turismo (OMT) e o Ministério do Turismo do Brasil (MTur), evidenciam constantemente as contribuições relativas à geração de emprego, aumento na renda, surgimento de novos postos de trabalho, aumento no Produto Interno Bruto (PIB), dentre outros indicadores econômicos.

É válido expressar, a necessidade de estudos desenvolvidos por essas organizações, tendo por intuito, o levantamento dos impactos negativos do turismo em consonância com a

elaboração de ações estratégicas para sua mitigação, bem como, para a gestão dos conflitos entre os *stakeholders*, em decorrência das desigualdades na distribuição das benesses do turismo.

Em relação aos impactos econômicos do setor de viagens e turismo, o WTTC (2022) evidenciou que em 2019, o setor contribuiu com 10,3% no PIB global (US\$ 9,630 bilhões) e com 10,3% na geração de empregos, esta que permeia a melhoria na qualidade de vida daqueles que atuavam no turismo, representando 333 milhões de empregos gerados.

No Brasil, em 2019, a contribuição das viagens e turismo para o PIB foi de 7,7% (R\$ 667.8 bilhões) da economia total e, na geração de emprego, compreendeu a 8,1% (7.67 milhões) do total de empregos gerados no país (WTTC, 2022). Tais contribuições econômicas e geração de emprego podem, de certo modo, propiciar melhorias na qualidade de vida dos *stakeholders*, embora em níveis diferentes, com base na distribuição direta ou indireta dos proventos gerados pelo turismo.

De modo geral, em 2019 o turismo se mostrou promissor e conforme a WTTC (2020), apresentava novas possibilidades de crescimento para os anos seguintes. Porém, em 2020, em consequência da pandemia instaurada pelo coronavírus (SARS-CoV-2), as viagens e o turismo foram fortemente afetados, sendo necessária a instituição de medidas de prevenção da contaminação e transmissão da doença COVID-19 - o isolamento e o distanciamento social foram orientados em todo o mundo. Em vista disso, em 2020, a contribuição do turismo no PIB global foi de 5,3% (US\$ 4.775 bilhões) indicando uma perda de 50,4% no PIB (US\$ 4.855 bilhões) e gerou 271 milhões de empregos com uma perda de 18,6% de empregos (-62 milhões) em relação ao ano de 2019. No Brasil, o turismo contribuiu no PIB com 5,5% (R\$ 458.9 bilhões) do total da economia, apresentando uma queda de -31,3% (R\$ 208,9 bilhões) em relação ao ano de 2019. No que compete à geração de empregos, gerou 7,2% (6.22 milhões) uma queda de -18,9% considerando os empregos de 2019 (WTTC, 2022).

Devido à pandemia da COVID-19, o setor de viagens e turismo foi um dos setores mais atingidos no Brasil, apresentando perdas em faturamento (-R\$ 261,3 bilhões), receitas (-36,8%) e no fechamento de empresas (50 mil) o que, consequentemente, impactou a qualidade de vida dos profissionais e demais beneficiados pelo setor, conforme dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2020).

Na mesma linha, o MTur (2020) evidenciou que entre os meses de janeiro e julho de 2020, observou-se uma perda de 364.044 postos de trabalho formais. Com isso, deixaram de existir trabalhos no setor de alimentação (61,5%), alojamentos (21,2%), transporte terrestre (7%), agências de viagem (5,3%), cultura e lazer (3%), transporte aéreo (1,4%), aluguel de

transportes (0,3%) e transporte aquaviário (0,3%), onde os profissionais do turismo que prestavam serviços nesses estabelecimentos foram demitidos. As regiões que mais apresentaram perda de postos de trabalho no turismo foram: 1) Sudeste (-200.447); 2) Sul (-67.065); e 3) Nordeste (-62.871).

Remetendo-se ao segmento de turismo religioso, denota-se que os impactos da pandemia da COVID-19 também o afetaram, na medida em que, gera nas suas práticas religiosas, como missas e procissões, dentre outros, a aglomeração de um contingente de pessoas em um mesmo espaço e tempo. Tais eventos precisaram ser replanejados considerando as orientações dos órgãos de saúde referente ao risco de transmissão da doença (Dowson, 2020). Frente a esse período pandêmico, com a suspensão das programações religiosas presenciais em igrejas, santuários e outros, a visitação nos destinos turísticos religiosos reduziu drasticamente (Mróz, 2021).

Nessa perspectiva, foi possível verificar em informações veiculadas em *sites* e redes sociais dos atrativos turísticos religiosos internacionais e nacionais uma significativa diminuição da visitação no ano de 2020 devido a COVID-19 e as medidas de biossegurança (Mróz, 2021). Como exemplo nacional, pode-se citar a queda na visitação turística no Santuário Nacional de Aparecida que em 2019 somava 11.963.635 visitantes e em 2020 reduziu para 3.371.127 (Barros, 2021).

Com base nisso, muitas programações como eventos e celebrações religiosas foram realizados no formato virtual, através das redes sociais como *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, dentre outras, e em alguns casos, de forma presencial com número limitado de pessoas, de modo a manter o vínculo entre as instituições religiosas, atrativos turísticos e seus fiéis/turistas (Santuário Nacional de Aparecida, 2020; Mróz, 2021).

Diante da imunização das populações contra a COVID-19, os órgãos públicos, iniciativas privadas e demais partes interessadas se articularam para a retomada do turismo considerando estratégias que o fortalecesse nos destinos, primando pela biossegurança e qualidade nos serviços ofertados (MTur, 2021). Nesse sentido, em 2021, o setor de viagens e turismo contribuiu com 6,1% (US\$ 5,812 bilhões) no PIB global (um aumento de 21,7% em relação a 2020) e gerou 289 milhões de empregos (um aumento de 18,2 milhões em relação ao ano anterior), mostrando o início da recuperação do setor. No Brasil, a contribuição no PIB foi de 6,4% (R\$ 558.6 bilhões, um aumento de 21,7% em relação a 2020), gerando 7.0% (6.40 milhões, um aumento de 2.9%) do total de empregos do ano anterior (WTTC, 2022).

Já em 2022, o setor contribuiu com 7,6% no PIB global (um aumento de 22% em relação aos dados de 2021), foram criados 2,2 milhões de empregos (um aumento de 7,9% em

relação a 2021), e os gastos dos visitantes domésticos e internacionais aumentaram 20,4% e 81,9%, respectivamente (WTTC, 2023). Os referidos dados evidenciam que o turismo mundial ainda se encontra em recuperação dos impactos da pandemia, uma vez que, seus contributos ainda estão aquém daqueles obtidos no ano de 2019.

Frente a isso, o planejamento e a participação/apoio dos *stakeholders* no desenvolvimento do turismo são essenciais para a recuperação econômica gerada outrora por suas atividades. Nessa linha, o poder público, iniciativa privada, terceiro setor e sistema S possuem motivações econômicas nesse processo. Do mesmo modo, a comunidade residente possui interesse no turismo, no qual seu apoio pode ser influenciado pelas suas percepções quanto aos impactos gerados em seu local de residência, bem como pelas emoções que nutrem em relação aos turistas.

A literatura evidencia que o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo pode ser influenciado pela percepção de benefícios, custos, satisfação da comunidade (Nunkoo & Ramkissoon, 2011); percepção de impactos econômicos, sociais e ambientais positivos e negativos (Stylidis, Biran, Sit, & Szivas, 2014); por aspectos ligados a solidariedade emocional e ao compromisso da comunidade (Moghavvemi, Woosnam, Paramanathan, Musa & Hamzah, 2017); dentre outros.

Nesse sentido, o presente estudo versa sobre a gestão do *stakeholder* comunidade residente, com vistas na investigação de fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso, levando-se em conta a recuperação e sustentabilidade das suas atividades turísticas.

O objeto de pesquisa deste estudo trata-se do município de Santa Cruz, que está localizado no Nordeste brasileiro, no estado do Rio Grande do Norte (RN). O município ganhou visibilidade turística após a construção e inauguração do Santuário de Santa Rita de Cássia. Embora já existisse a devoção à Santa Rita, padroeira do município, a visitação turística se intensificou com a inauguração do atrativo turístico religioso em 2010. Tal visitação vem ocorrendo por motivos cuja busca principal é pela fé e por lazer, apresentando poucas modificações no perfil dos turistas no decorrer dos anos (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte, Fecomércio RN, 2017; 2022; 2023a).

Em meio às trocas culturais estabelecidas entre os visitantes/turistas e residentes santacruzenses, cabe considerar, para além dos aspectos cognitivos que permitem a análise dos impactos positivos e negativos do turismo, os fatores identitários e emocionais envolvidos. As emoções podem se constituir aspectos importantes no estabelecimento, manutenção e ruptura

de relações sociais, logo, para o desenvolvimento do turismo religioso de forma sustentável, os aspectos emocionais dos residentes também devem ser levados em consideração.

Em vista disso, o apoio da população residente ao desenvolvimento do turismo pode ser influenciado/afetado pelas suas percepções quanto a variados aspectos que envolvem impactos positivos e negativos, benefícios e custos que sobrevêm em seu entorno habitual, em sua cultura, em seu meio social e na economia local (Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Stylidis *et al.*, 2014; Wei *et al.*, 2021). Além disso, há que se considerar o sentimento de pertencimento e o envolvimento emocional dos residentes ao estabelecer relações com os turistas e ter o seu local de vivência totalmente alterado em função do desenvolvimento do turismo (Moghavvemi *et al.*, 2017; Kuo *et al.*, 2021; Munanura *et al.*, 2023).

Dessa forma, tão importante quanto à percepção dos residentes sobre as transformações geradas pelo turismo, são a sua identidade e suas emoções para com os turistas, uma vez que podem refletir em atitudes de apoio ou desaprovação ao desenvolvimento do turismo. Diante disso, este estudo teve como questão direcionadora de pesquisa: Qual a relação existente entre componentes cognitivos e componentes emocionais no que se refere a influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso?

1.2 JUSTIFICATIVA

As relações econômicas e sociais estabelecidas no turismo envolvem tanto a oferta de produtos e serviços turísticos a grupos de indivíduos demandantes, quanto o contato interpessoal entre residentes, prestadores de serviços turísticos e turistas em um mesmo espaço territorial. A constituição das relações de troca mercadológica – oferta de produtos e serviços está intimamente ligada à utilização dos atrativos naturais e artificiais, patrimônios materiais e imateriais presentes nos destinos turísticos.

Sob essa ótica, os residentes de destinos turísticos compartilham com os turistas o seu entorno habitual e todos os atrativos e patrimônios nele presentes. Tendo em vista o desenvolvimento do turismo de forma harmoniosa e equitativa nas destinações, gerando mais benefícios do que custos, o planejamento das atividades turísticas e a gestão dos *stakeholders* são necessários, mesmo que, a realização de tal planejamento não assegure a resolução da multiplicidade de seus problemas.

O planejamento não pode ser considerado uma panaceia, pois devido à complexidade do turismo e suas implicações gerenciais, os objetivos, metas, atividades, processos e ações

estratégicas podem divergir de um local para outro. Tais divergências podem ocorrer conforme o tempo, a existência de políticas públicas, ou mesmo pela mudança partidária e/ou mandato dos atores governamentais (Beni, 2012).

Desse modo, o planejamento é uma ferramenta que propicia uma sequência de ações para se alcançar objetivos formulados pelos empresários ou por órgãos governamentais interessados nos impactos positivos do turismo, devendo esses impactos ser externalizados à coletividade.

A participação dos *stakeholders* (poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade residente) em todo o processo de planejamento e gestão das atividades turísticas, confere a possibilidade de se obter a colaboração de todos, buscando evitar futuros comportamentos conflitantes em relação ao desenvolvimento do turismo.

Esta afirmativa é evidenciada na literatura para chamar à atenção da necessidade de uma participação mais ativa das comunidades residentes no desenvolvimento do turismo, sem que para isso, haja manipulação ou alienação desempenhada por indivíduos, instituições ou organizações que detêm o poder de decisão no turismo (Wondirad & Ewnetu, 2019; Shafieisabet & Haratifard, 2020).

As comunidades residentes compreendem os indivíduos que habitam os destinos turísticos. Sabendo que o turismo acarreta transformações de ordem econômica, social, cultural e ambiental nos destinos (Lee, 2013), e que nem sempre essas transformações são positivas, a qualidade de vida das comunidades residentes pode ser comprometida. Diante disso, o apoio desse *stakeholder* se torna primordial para a elaboração de políticas públicas de turismo, minimização dos impactos negativos e gestão de conflitos nos destinos turísticos (Gursoy, Chi & Dyer, 2010).

Vale destacar que, o entendimento empregado à palavra “participação” neste estudo, está inicialmente ligada ao contexto histórico do ser humano, que desde tempos primitivos já ansiava pelo contato interpessoal, pela autorrealização no fazer as coisas, sozinho e em coletividade, e pelo desenvolvimento do seu pensamento reflexivo.

Dentre as diversas maneiras de participar, assume-se aquela cuja decisão é voluntária, pois se remete à criação de grupos de pessoas que se articulam em prol do alcance de um objetivo comum. Vale destacar que este tipo de participação pode receber influências externas, tendo em vista atingir determinado objetivo que beneficie a coletividade (Bordenave, 1994).

A participação voluntária tratada por Bordenave (1994) assemelha-se ao tipo de participação espontânea no turismo proposta por Tosun (2006), pois considera que a

participação real da comunidade residente ocorre sem pressão ou manipulação de outrem, reconhecendo o seu nível de poder político sobre o desenvolvimento do turismo em seu entorno habitual.

Mediante a participação espontânea, o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo e ao que preconiza a *Social Exchange Theory* (SET) evidenciada em estudos anteriores (Gursoy & Rutherford, 2004; Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Silva & Marques, 2016; dentre outros), as comunidades residentes que adotam comportamentos positivos em relação ao turismo, geralmente percebem ou são impactados diretamente pelas benesses do turismo. O contrário também é suscetível, quando percebidos impactos negativos relacionados ao aumento na criminalidade, vandalismo, prostituição, custo de vida, problemas de trânsito, poluição, dentre outros, os residentes tendem a não apoiar o desenvolvimento do turismo em seu local de vivência.

Independentemente, do segmento de turismo ou do destino turístico, o seu desenvolvimento acarreta tanto impactos positivos quanto negativos de ordem econômica, social, cultural e ambiental, podendo suas consequências serem percebidas a curto, médio e longo prazo pelos indivíduos que residem nos destinos. Por considerar que a execução de qualquer atividade turística gerará modificações nos destinos e na vivência de suas comunidades residentes, as percepções e emoções desse *stakeholder* devem ser investigadas e apreciadas, uma vez que, seu entorno habitual, sua cultura e sociabilidade se transformarão em prol do desenvolvimento do turismo.

Dessa forma, a escolha do tema se justifica pelo interesse em investigar a influência de fatores cognitivos e emocionais sobre o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, levando em consideração as percepções desse *stakeholder* primário, cuja aprovação é primazia para o desenvolvimento sustentável e harmonioso do turismo em qualquer destinação.

Frente a isso, além dos impactos positivos e negativos do turismo, fatores já evidenciados em pesquisas anteriores como preditor do apoio (Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Wei *et al.*, 2021), este estudo pressupõe a inclusão da identidade do lugar, qualidade de vida e da solidariedade emocional, com a observância das emoções dos residentes para com os turistas.

Entende-se que este estudo é relevante do ponto de vista teórico, pois visa contribuir com a minimização de lacunas existentes entre as investigações sobre os fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, que na maioria das vezes, destinam seus esforços apenas na análise de fatores cognitivos como preditores do apoio, tais

como: percepções ligadas a aspectos físicos do lugar, contribuições econômicas e tangíveis do turismo. Enquanto, neste estudo, para além dos fatores cognitivos, consideram-se as emoções como fator intrínseco aos indivíduos e que, juntos, podem influenciar as decisões e/ou comportamento de apoio ao desenvolvimento do turismo.

Observa-se que, a partir da junção de conhecimentos provenientes de teorias da psicologia que permitem analisar componentes cognitivos (Teoria das Trocas Sociais) e componentes emocionais (Teoria da Identidade do Lugar e Teoria da Solidariedade Emocional) são evidenciados constructos e variáveis que podem prever o apoio dos residentes ao turismo. Destaca-se também que este estudo pode contribuir com a literatura de Turismo a partir da apresentação e discussão de pesquisas realizadas antes, durante e depois da pandemia da COVID-19, evidenciando a contínua relevância atribuída à investigação do apoio de residentes com vistas no desenvolvimento sustentável do turismo em qualquer destinação.

Do ponto de vista gerencial, entende-se que este estudo pode contribuir para gestão pública e órgãos voltados ao desenvolvimento do turismo, uma vez que, fornece dados e informações quanto aos fatores cognitivos e emocionais que podem influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, permitindo assim, uma melhor gestão desse *stakeholder*.

Nessa linha, o conhecimento das percepções dos residentes quanto ao turismo, sua identidade do lugar e suas emoções para com os turistas, permitirão aos atores governamentais (local, estadual e federal) elaborar estratégias para realizar melhorias aos pontos considerados pelos residentes como negativos e executar as intervenções necessárias com relação às interações inadequadas entre anfitrião-turistas e vice-versa, como, por exemplo, situações que envolvem violência, criminalidade, hostilidade e dentre outros.

De posse dos dados e informações constantes neste estudo, os planejadores do turismo terão acesso a evidências que sinalizam o que pode ser feito em relação aos impactos negativos percebidos, onde é necessário realizar correções no desenvolvimento turístico local a curto, médio e longo prazo, como e quando serão realizadas ações de melhorias no sentido de obter o apoio/aprovação dos residentes e a sustentabilidade do turismo no destino. Desse modo, se configura a viabilidade deste estudo, pois, a partir dos resultados obtidos, se permite refletir sobre a influência de fatores cognitivos e emocionais no apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo.

Com intuito de levantar estudos correlatos ao tema abordado, realizaram-se buscas na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) nos últimos dez anos (2013-

2023), a respeito do apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo. Nessas buscas, se utilizou como palavras-chave: “apoio”, “residentes” e “turismo” separadamente e em qualquer campo de pesquisa, resultando em 25 documentos, porém apenas 7 (6 dissertações e 1 tese) se enquadraram ao tema – Apoio de residentes e estão dispostos no quadro 1.

Quadro 1 - Estudos correlatos ao tema

Autor	Título	Instituição	Tipo	Ano
Macedo	Fatores que afetam o apoio dos residentes a projetos de implantação de parques eólicos em destinos turísticos costeiros	Universidade Federal do ABC	Tese	2019
Silva	Fatores que influenciam o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em destinos turísticos costeiros	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Dissertação	2018
Pereira	Percepções dos residentes sobre os impactos, satisfação com o lugar, governança e apoio ao desenvolvimento do turismo no Seridó Potiguar	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Dissertação	2017
Silva	Fatores capazes de influenciar o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Dissertação	2014
Santos	Fatores que afetam o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo em sítios arqueológicos: um estudo no Seridó Potiguar	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Dissertação	2014
Vieira	Apoio de residentes ao processo de gestão de projetos turísticos ambientais: um estudo do Vale dos Dinossauros em Sousa/PB	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Dissertação	2014
Milito	Fatores que influenciam o apoio dos residentes á megaeventos: uma análise sobre o projeto FIFA WORLD CUP 2014 em Natal/RN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Dissertação	2013

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Com base nas produções científicas apresentadas no quadro 1, observa-se que o apoio de residentes é uma temática investigada em diversas segmentações de turismo. Todas essas pesquisas se utilizam dos conhecimentos da SET para analisar o apoio de residentes ao turismo, enquanto neste estudo, se propõe investigar os fatores cognitivos (SET) e emocionais a saber, a identidade do lugar e os componentes da solidariedade emocional como preditores do apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo.

A seguir, são apresentados os objetivos e a organização deste estudo.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

Analisar as relações existentes entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

1.3.2 Específicos

- Apresentar o ponto de vista dos residentes quanto a importância do turismo religioso para o desenvolvimento do destino investigado.
- Caracterizar a percepção da população residente do destino de turismo religioso investigado quanto aos fatores capazes de influenciar seu apoio ao desenvolvimento do turismo.
- Elaborar e validar um modelo de mensuração capaz de investigar as relações existentes entre as variáveis observáveis e latentes construídas com base na Teoria das Trocas Sociais (SET), na Teoria da Identidade do Lugar e na Teoria da Solidariedade Emocional.
- Validar um modelo estrutural que permita averiguar as inter-relações existentes entre os fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

1.4 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

O presente estudo estrutura-se em cinco partes, a saber: a introdução composta pela problemática e questão de pesquisa, a justificativa e objetivos geral que confere: Analisar as relações existentes entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

Na segunda parte, tem-se o referencial teórico apresentando a revisão sistemática da literatura, bem como, abordando os seguintes tópicos: Turismo e Gestão de *Stakeholders*, especificamente a comunidade residente dos destinos turísticos; Turismo religioso: da apropriação dos aspectos culturais a busca espiritual, onde se aborda a íntima relação entre o Turismo Cultural e o Religioso, além de envolver a utilização de práticas culturais e religiosas como atrativos turísticos; e Fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao

desenvolvimento do turismo, onde se caracterizam as teorias basilares deste estudo e se evidencia pesquisas que apresentam fatores capazes de influenciar tal apoio.

Os procedimentos metodológicos correspondem à terceira parte deste estudo. Nessa, encontram-se a tipologia da pesquisa, a caracterização da área de estudo, a população e amostra utilizada, os procedimentos de coleta de dados, o modelo utilizado para análise das relações entre as variáveis e os procedimentos de análise dos dados.

Na quarta parte, são apresentados os resultados qualitativos e quantitativos obtidos a partir da pesquisa proposta neste estudo. Iniciando pela apresentação dos resultados da primeira fase de coleta de dados, que confere a realização de entrevistas com residentes santacruzenses a respeito da importância do turismo religioso para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN. Seguidamente, tem-se a caracterização do perfil dos entrevistados da fase quantitativa, a análise descritiva e fatorial de cada constructo estudado e a análise dos modelos de medida e estrutural final.

A quinta parte, por sua vez, apresenta as conclusões da pesquisa de campo, as recomendações gerenciais e acadêmicas e as limitações deste estudo, seguidas do registro de todas as referências utilizadas e apêndices.

A seguir, apresenta-se o referencial teórico e as teorias basilares deste estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

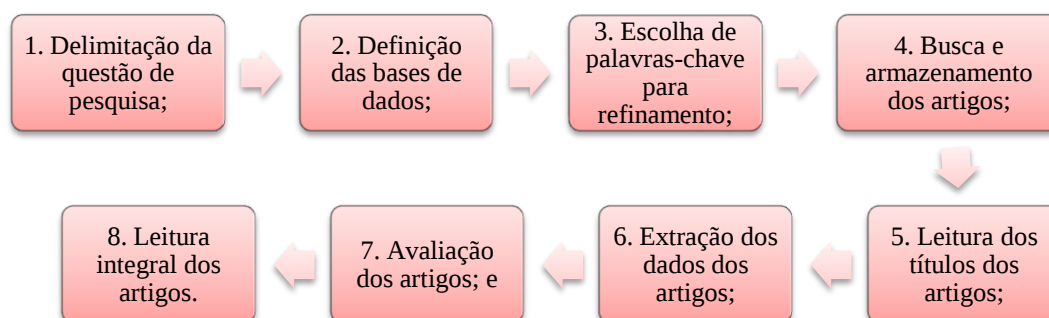
No presente capítulo são discutidos temas como gestão de *stakeholders*, turismo religioso e fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, pautando-se na SET, na Teoria da Identidade do Lugar e na Teoria da Solidariedade Emocional. Uma revisão sistemática da literatura foi realizada com vistas a levantar artigos sobre as teorias e fatores abordados neste estudo.

2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Para oportunizar a elaboração do referencial teórico deste estudo, além de utilizar autores e órgãos renomados como Beni (1988), Jafari (1977), Freeman (1984), OMT (2001), MTur (2006; 2010a; 2021), dentre outros que abordam sobre o turismo, a gestão de *stakeholders* e sobre Turismo Religioso, realizou-se ainda uma revisão sistemática da literatura para composição do subtópico “Fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo”. Essa revisão permitiu levantar artigos recentes que abordam relações entre os fatores investigados nesse estudo, a saber: impactos positivos e negativos do turismo; solidariedade emocional; qualidade de vida; crenças compartilhadas; identidade do lugar; e apoio ao desenvolvimento do turismo.

É válido destacar que a revisão sistemática da literatura foi realizada com base no procedimento de busca sugerido por Zoltowski, Costa, Teixeira e Koller (2014). Tal procedimento possui oito etapas que são evidenciadas na figura 1.

Figura 1 - Etapas do procedimento de busca



Fonte: Zoltowski *et al.* (2014).

Em relação à primeira etapa do procedimento de busca proposto por Zoltowski *et al.* (2014), esse estudo teve como questão direcionadora de pesquisa: Qual a relação existente entre componentes cognitivos e componentes emocionais no que se refere a influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso?

Para que se iniciassem as buscas dos artigos que envolvem a temática abordada, a segunda etapa foi realizada a partir da escolha das seguintes bases de dados: *Scopus*, *Science Direct* e o *Google Acadêmico*. Vale destacar que, a escolha dessas bases de dados ocorreu ao se considerar três critérios, a saber: 1. quantidade de artigos apresentando seus resumos, citações, *download* e amplas métricas de pesquisa; 2. acesso aberto às publicações internacionais; e 3. acesso a artigos científicos em português a respeito da temática investigada neste estudo.

Após a escolha das bases de dados, a terceira etapa foi cumprida ao se determinar as seguintes palavras-chave:

- a) “Support” AND “Tourism” AND “Residents”.
- b) “Support” AND “Tourism” AND “Emotional Solidarity”.
- c) “Support” AND “Tourism” AND “Quality of life”.
- d) “Support for Tourism” AND “Place Identity”.

Com base nessas palavras-chave, na quarta etapa, realizaram-se buscas nos títulos dos estudos publicados no período de 2013-2023 nas bases de dados previamente estabelecidas, resultando em um total de 212 artigos, como evidenciado no quadro 2.

Quadro 2 - Resultados da busca por palavras-chave nas bases de dados

Palavras-chaves	Quantidades de estudos por base de dados		
	<i>Scopus</i>	<i>Science Direct</i>	<i>Google Acadêmico</i>
“Support” AND “Tourism” AND “Residents”	110	20	13
“Support” AND “Tourism” AND “Emotional Solidarity”	9	5	26
“Support” AND “Tourism” AND “Quality of life”	11	12	0
“Support for Tourism” AND “Place Identity”	0	6	0
Total por base de dados:	130	43	39
Total Geral:			212

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Após as buscas nas bases de dados apresentadas no quadro 2 deu-se prosseguimento a quinta etapa, onde se realizou a leitura dos títulos dos 212 artigos encontrados e, em paralelo, excluíram-se os repetidos e/ou aqueles que fugiam ao tema abordado, permanecendo assim um quantitativo de 136 estudos aptos à próxima etapa da revisão. É válido destacar que os mesmos estudos encontrados no *Scopus* repetiram-se na base de dados do *Science Direct*, em função disso, as repetições foram subtraídas do total geral. Em relação ao *Google Acadêmico*, apresentou apenas 6 artigos diretamente relacionados à temática abordada neste estudo.

Tendo em vista fornecer um referencial teórico atualizado e bem fundamentado, considerou-se para inclusão dos artigos a abordagem das teorias SET, Identidade do Lugar e Solidariedade Emocional, bem como o quantitativo de citações dos artigos evidenciados nas bases de dados. Vale destacar que os artigos publicados no ano de 2023 ainda apresentam poucas citações, visto que não houve tempo hábil para sua expansão. Diante disso, alguns desses foram considerados para a composição teórica deste estudo, aqueles diretamente relacionados à temática abordada.

Realizou-se a leitura dos resumos dos 136 artigos ao mesmo tempo, em que se avaliou sua qualidade para inclusão ou exclusão no referencial teórico, com base nos 11 critérios propostos por Dyba e Dingsoyr (2008, p. 839) que são descritos no quadro 3. Obteve-se 65 artigos aptos às próximas etapas.

Quadro 3 - Critérios de qualidade para inclusão ou exclusão de estudos

Critérios de Qualidade	Sim (1)	Não (0)
1. O estudo relatou uma pesquisa empírica?		
2. As metas e objetivos foram claramente relatados (incluindo uma justificativa para o motivo pelo qual o estudo foi realizado)?		
3. Houve uma descrição adequada do contexto em que a pesquisa foi realizada?		
Observação: Se a pergunta 1, ou ambas as perguntas 2 e 3, receberem uma resposta “Não”, não continue com a avaliação de qualidade.		
4. O desenho da pesquisa foi apropriado para atender aos objetivos da pesquisa?		
5. Houve uma descrição adequada da amostra utilizada e dos métodos de identificação e recrutamento da amostra?		
6. Quaisquer grupos de controle foram usados para comparar os tratamentos?		
7. Métodos apropriados de coleta de dados foram usados e descritos?		
8. Houve uma descrição adequada dos métodos usados para analisar os dados e se os métodos apropriados para garantir a análise dos dados foram fundamentados nos dados?		
9. A relação entre o pesquisador e os participantes foi considerada adequada?		
10. O estudo forneceu resultados claramente declarados com credibilidade, resultados e conclusões justificadas?		
11. Eles forneceram valor para a pesquisa ou prática?		

Fonte: Dyba e Dingsoyr (2008, p. 839, tradução nossa).

Na sexta e sétima etapa empreendeu-se a extração de dados (autor, título, periódico, ano de publicação, objetivo geral, métodos e resultados encontrados) utilizando o *software Excel* e a avaliação dos 65 artigos. Por fim, na oitava etapa, realizou-se a leitura integral dos 65 artigos, permanecendo 51 aptos a compor o subtópico “Fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo”. Os dados referentes aos 51 artigos considerados para inclusão no referido subtópico são apresentados no quadro 4.

Quadro 4 - Revisão sistemática da literatura

Autor	Título	Periódico	Ano
Lee, T. H.	Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development.	<i>Tourism Management</i>	2013
Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M.	Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts.	<i>Tourism Management</i>	2014
Wang, S., Zhou, L., Lee, S., & King, C.	Analysis of residents' social identity, tourism engagement, and propensity for tourism advocacy	<i>Advances in Hospitality and Leisure</i>	2014
Stylidis, D.	The Role of Place Image Dimensions in Residents' Support for Tourism Development.	<i>International Journal of Tourism Research</i>	2015
Wang, S & Chen, J.	The influence of place identity on perceived tourism impacts.	<i>Annals of Tourism Research</i>	2015
Hasani, A., Moghavvemi, S., & Hamzah, A.	The Impact of Emotional Solidarity on Residents' Attitude and Tourism Development.	<i>PLOS ONE</i>	2016
Nghiem-Phú, B.	Perceptual and Functional Antecedents of Local Residents' Support-for-Tourism: Findings of a Study in Hanoi, Vietnam	<i>Asia Pacific Journal of Tourism Research</i>	2016
Nunkoo, R., & Gursoy, D.	Political trust and residents' support for alternative and mass tourism: an improved structural model	<i>Tourism Geographies</i>	2016
Silva, G. B., & Marques, S., Jr.	Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso: o caso de Santa Cruz (RN), Brasil	<i>Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo</i>	2016
Gursoy, D., Milito, M. C., & Nunkoo, R.	Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil.	<i>Journal of Destination Marketing & Management</i>	2017
Campón-Cerro, A. M., Folgado-Fernández, J. A., & Hernández-Mogollón, J. M.	Rural Destination Development Based on Olive Oil Tourism: The Impact of Residents' Community Attachment and Quality of Life on Their Support for Tourism Development	<i>Sustainability</i>	2017
Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A.	The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development.	<i>Tourism Management</i>	2017
Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T.	Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development.	<i>Tourism Management</i>	2017
Chen, S., Wang, S., & Xu, H.	Influence of Place Identity on Residents' Attitudes to Dark Tourism	<i>Journal of China Tourism Research</i>	2017
Zuo, B., Gursoy, D., & Wall, G.	Residents' support for red tourism in China: The moderating effect of central government	<i>Annals of Tourism Research</i>	2017
Silva, H. C. S.; Milito, M. C., Coutinho, A. C. A., & Farias, M. F.	Apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo na cidade de Florianópolis, Rio Grande do Norte, Brasil	<i>Cenário</i>	2018
Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikine, D., & Han, H.	Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development.	<i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i>	2018

Wang, W., & Wang, S.	Urban residents' place-based perceptions and attitudes toward tourism development: a comparison between the United States and China.	<i>Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism Sustainability</i>	2018
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	<i>Economics and Sociology</i>	2018
Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., & Streimikiene, D.	Impact of non-economic factors on residents' support for sustainable tourism development in Langkawi Island, Malaysia.	<i>Sustainability</i>	2019
Yuan, Q., Song, H., Chen, N., Shang, W.,	Roles of Tourism Involvement and Place Attachment in Determining Residents' Attitudes Toward Industrial Heritage Tourism in a Resource-Exhausted City in China	<i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i>	2019
Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H.	Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	2019
Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., & Çalışkan, C.	Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development	<i>Sustainability</i>	2019
Hsu, C.-Y., Chen, M. Y., & Yang, S.C.	Residents' Attitudes toward Support for Island Sustainable Tourism	<i>Sustainability</i>	2020
Bajrami, D. D., Radosavac, A., Cimbaljević, M., Tretiakova, T. N., & Syromiatnikova, Y. A.	Determinants of Residents' Support for Sustainable Tourism Development: Implications for Rural Communities	<i>Asian Geographer</i>	2020
Ng, S. L., & Feng, X.	Residents' sense of place, involvement, attitude, and support for tourism: a case study of Daming Palace, a Cultural World Heritage Site	<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	2020
Phuc, H. N., & Nguyen, H. M.	The importance of collaboration and emotional solidarity in residents' support for sustainable urban tourism: case study Ho Chi Minh City	<i>Cuadernos de Psicología del Deporte</i>	2020
González-García, R. J., Escamilla-Fajardo, P., López-Carril, S., & Nuñez-Pomar, J.	Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector	<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	2020
Su, L., & Swanson, S. R.	The effect of personal benefits from, and support of, tourism development: the role of relational quality and quality-of-life	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	2020
Wang, Y., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L.	Being rational and emotional: An integrated model of residents' support of ethnic tourism development	<i>Journal of Destination Marketing & Management</i>	2021
Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C., & Woosnam, K. M	Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic	<i>Sustainability</i>	2021
Kim, S., Kang, Y., Park, J., & Kang, S.	The Impact of Residents' Participation on Their Support for Tourism Development at a Community Level Destination	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	2021
Kuo, N., Cheng, Y., Chang, K. & Hu, S.	How social capital affects support intention: The mediating role of place identity.	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	2021
Qin, X., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L.	Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance	<i>Sustainability</i>	2021
Vinerean, S., Opreana, A., Tileaga, C., & Popsa, R. E.	The impact of COVID-19 pandemic on residents' support for sustainable tourism development.	<i>Journal of Outdoor Recreation and</i>	2021
Wei, Y., Liu, H., & Park, K.-S.	Examining the structural relationships among heritage proximity, perceived impacts, attitude and residents' support in intangible cultural heritage tourism.		
Yim, J. S.	When a place is psychologically claimed: The shifting effect of psychological ownership on		

	residents' support and prevention of local tourism	<i>Tourism</i>	
Zaman, U., & Aktan, M.	Examining residents' cultural intelligence, place image and foreign tourist attractiveness: A mediated-moderation model of support for tourism development in Cappadocia (Turkey)	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	2021
Chagas, M. M., Marques Júnior, S., & Silva, V. H.	Classificação de residentes em relação ao apoio para o desenvolvimento de destinos turísticos costeiros	<i>Revista Brasileira dos Observatórios de Turismo</i>	2022
Giango, M. K., <i>et al.</i>	Local Support on Sports Tourism Development: An Integration of Emotional Solidarity and Social Exchange Theory	<i>Sustainability</i>	2022
Vieira, S. J. E., Berselli, C., Zucco, F. D., Pereira, T., & Quadros, C. M. B.	Resident honor: expanding well-being in tourism support	<i>Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo</i>	2023
Munanura, I. E., Parada, J. A., & Kline, J. D.	A cognitive appraisal theory perspective of residents' support for tourism	<i>Journal of Ecotourism</i>	2023
Han, S., Ramkissoon, H., You, E., Kim, M. J.	Support of residents for sustainable tourism development in nature-based destinations: Applying theories of social exchange and bottom-up spillover	<i>Journal of Outdoor Recreation and Tourism</i>	2023
Prasad, S. D., VT, B., & Dixit, S. K.	Community Support for Religious Tourism: The Role of Place Image, Community Attachment and Overall Quality of Life	<i>Tourism: An International Interdisciplinary Journal</i>	2023
Yayla, O., Koç, B., Dimanche, F.	Residents' support for tourism development: Investigating quality-of-life, community commitment, and communication	<i>European Journal of Tourism Research</i>	2023
Wang, Y., Hu, W., Park, K., Yuan, Q., & Chen, N.	Examining residents' support for night tourism: An application of the social exchange theory and emotional solidarity	<i>Journal of Destination Marketing & Management</i>	2023
Wang, Y., Hu, W., Park, K., Yuan, Q., & Chen, N.	Examining residents' support for night tourism: An application of the social exchange theory and emotional solidarity	<i>Journal of Destination Marketing & Management</i>	2023
Munanura, I. E., Needham, M.D., Lindberg, K., Kooistra, C., & Ghahramani, L.	Support for tourism: the roles of attitudes, subjective wellbeing, and emotional solidarity	<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	2023
Gautam	Why local residents support sustainable tourism development?	<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	2023
Schlesinger, W., Cervera-Tauet, A., & Crespi-Vallbona, M.	Community factors affecting residents' support for tourism	<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	2023
Daskin, M., & Pala, K.	Linking emotional solidarity with residents' support for religious tourism development: an empirical research from a cultural heritage context	<i>Emerald insight</i>	2023

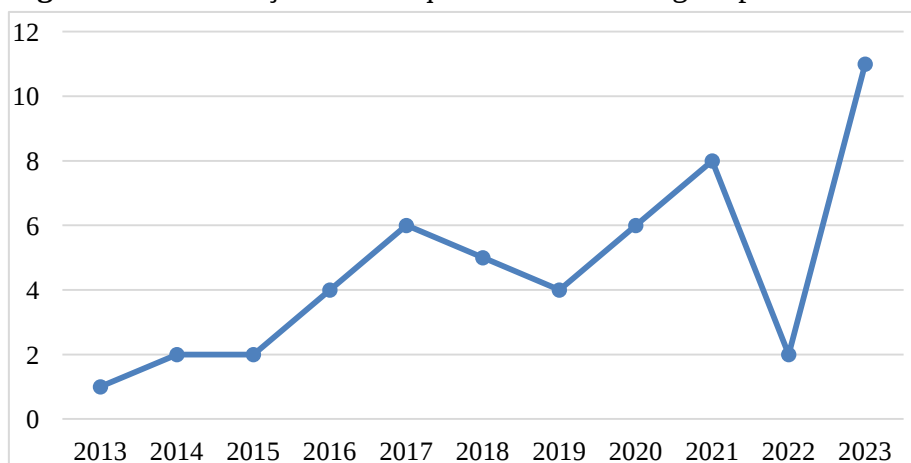
Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir das informações constantes no quadro 4, apresenta-se na figura 2, a distribuição anual e quantitativa dos artigos incluídos nesse estudo, compreendendo o período de 2013 a 2023. Os anos que apresentaram maior quantitativo de artigos aptos à composição do subtópico: “Fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo”, foram respectivamente: 2017, 2020, 2021 e 2023.

Vale destacar que a distribuição anual e quantitativa a qual se apresenta na figura 2, remete-se apenas aos artigos incluídos nesse estudo mediante realização dos procedimentos de

revisão da literatura propostos por Zoltowski *et al.* (2014) e pelos critérios de qualidade de Dyba e Dingsoyr (2008). Sendo assim, os dados apresentados não refletem a totalidade de artigos existentes sobre apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo que abordam, por exemplo, outras teorias, paradigmas e óticas distintas das evidenciadas neste estudo.

Figura 2 - Distribuição anual e quantitativa dos artigos aptos a inclusão no estudo



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

No quadro 5 são listados os periódicos nos quais os artigos selecionados foram publicados, bem como se apresenta a quantidade de artigos obtidos por periódico.

Quadro 5 - Lista de periódicos e quantidade de artigos selecionados

Periódicos	Quantidade de artigos
<i>Sustainability</i>	9
<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	5
<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	5
<i>Journal of Destination Marketing & Management</i>	4
<i>Tourism Management</i>	4
<i>Annals of Tourism Research</i>	2
<i>Journal of Outdoor Recreation and Tourism</i>	2
<i>Journal of Travel & Tourism Marketing</i>	2
<i>Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo</i>	2
<i>Advances in Hospitality and Leisure</i>	1
<i>Asian Geographer</i>	1
<i>Asia Pacific Journal of Tourism Research</i>	1
<i>Cenário</i>	1
<i>Cuadernos de Psicología del Deporte</i>	1
<i>Economics and Sociology</i>	1
<i>Emerald insight</i>	1
<i>European Journal of Tourism Research</i>	1
<i>International Journal of Tourism Research</i>	1
<i>Journal of China Tourism Research</i>	1
<i>Journal of Ecotourism</i>	1
<i>Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism</i>	1
<i>PLOS ONE</i>	1

<i>Revista Brasileira dos Observatórios de Turismo</i>	1
<i>Tourism: An International Interdisciplinary Journal</i>	1
<i>Tourism Geographies</i>	1

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme listagem de periódicos apresentada no quadro 5, destacaram-se no que compete ao número de artigos publicados, respectivamente: *Sustainability* (9), *Journal of Hospitality and Tourism Management* (5), *Journal of Sustainable Tourism* (5), *Journal of Destination Marketing & Management* (4) e *Tourism Management* (4), que envolvem temáticas como: sustentabilidade, hospitalidade, gestão do turismo e *marketing*.

Vale destacar que, os autores dos artigos utilizados no subtópico “Fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo” foram dispostos conforme ano de publicação (do mais antigo para o mais atual), bem como, organizados pela similaridade na análise dos fatores abordados neste estudo.

A seguir, apresentam-se definições e discussões sobre o Turismo e a Gestão de *Stakeholders*.

2.2 TURISMO E GESTÃO DE *STAKEHOLDERS*

O turismo foi inicialmente compreendido como sinônimo de viagens, e se desenvolveu em consonância com os avanços dos meios de transportes, hospedagem, restauração e novas tecnologias, que mais tarde se tornaram os equipamentos essenciais à realização das atividades turísticas. Sua natureza envolve a descoberta de novos territórios através da visitação; a utilização de serviços turísticos nos locais visitados; a constituição de trocas sociais complexas mediante a relação proximal entre residentes e turistas; a construção do conhecimento reflexivo do “eu” através do “outro”; e a geração de experiências distintas entre os envolvidos com o turismo (Figueiredo & Ruschmann, 2004).

Sob a égide do positivismo, a compreensão conceitual do turismo ganha significado a partir da percepção de suas contribuições enquanto atividade econômica e social, que se utiliza dos atrativos naturais, culturais e/ou artificiais nos destinos para constituir a oferta de produtos e serviços a uma demanda real e/ou potencial. A OMT (2001, p. 38) define-o como: “as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

A definição de turismo da OMT demonstra a necessidade do deslocamento das pessoas entre seu local de origem e o destino a ser visitado; a intenção de viajar que depende da existência de uma motivação (lazer, negócios, saúde, outros); tempo livre para empreender viagens; e, imprescindivelmente, poder aquisitivo para consumir os serviços turísticos os quais se podem citar: meios de transporte, hospedagem, restauração, entretenimento e outros que se fazem necessários à permanência do turista em uma destinação.

Devido ao fato de existirem uma gama de motivações que conduzem ao comportamento e a decisão das pessoas em empreender viagens, é possível conceber, de modo geral, dois tipos de motivações: intrínseca e extrínseca. Segundo Lima (2014, p. 70) a motivação intrínseca “é quando há para o indivíduo as recompensas psicológicas tais como reconhecimento, valorização e respeito”. Já a motivação dita extrínseca “se traduz quando há recompensas tangíveis como salários, benefícios e promoções”.

Além de investigar as motivações dos turistas em realizar viagens a locais distintos de sua origem, a identificação das motivações dos residentes em participar e colaborar no processo de desenvolvimento turístico em uma destinação é fundamental, para que os planejadores possam formular ações estratégicas voltadas às suas expectativas.

Boyer (2003) além de evidenciar os deslocamentos realizados nas viagens, acrescenta que essas têm como propósito a busca pelo lazer, trocas culturais e outros, que se contrapõem à vivência constituída nas atividades laborais, especialmente aquelas ligadas às conjunturas da civilização industrial. Nota-se que a motivação das viagens, seja por lazer, busca por relacionamentos interpessoais ou crescimento cultural, precede os deslocamentos.

Em face desses deslocamentos e a necessidade da utilização de serviços turísticos por parte dos turistas no destino visitado, é que se compõe a oferta turística. Diante de uma lógica capitalista a qual está impelida tal oferta, tem-se a incidência de incrementos na economia que, comumente, são evidenciados por órgãos responsáveis pelo turismo tanto em âmbito global quanto local, mediante a apresentação de dados estatísticos relacionados à geração de emprego, renda, criação de novos postos de trabalho e outros (WTTC, 2020; MTur, 2021).

Por impactos do turismo, podem-se entender as transformações ocorridas nas destinações alvo do desenvolvimento turístico. Tais transformações podem se apresentar em níveis diferenciados sobre o meio econômico, social, cultural e ambiental, em decorrência das trocas culturais estabelecidas entre os turistas, os residentes e o próprio meio físico do destino (Ruschmann, 2016).

A esse respeito, no quadro 6 são evidenciados alguns impactos positivos e negativos gerados pelo turismo nas destinações, conforme o MTur (2010a).

Quadro 6 - Impactos positivos e negativos do turismo

Impactos ambientais	
Positivos	Negativos
• Aumento no investimento para conservação e manutenção do ambiente visitado. • Melhoria das condições ambientais do destino. • Geração de emprego e renda. • Escolha e uso consciente de tecnologias ambientalmente sustentáveis. • Conservação, preservação, proteção e recuperação dos ambientes naturais. • Sensibilização dos turistas para as questões ambientais.	• Ampliação das demandas pelos recursos naturais disponíveis. • Poluição em todas as suas formas. • Uso excessivo dos recursos. • Uso inadequado do solo. • Ancoragem e posterior pisoteamento e quebra de corais. • Mudanças de comportamento da fauna silvestre. • Degradação e ocultação da paisagem. • Desenvolvimento além do esperado (aglomeração de visitantes). • Vandalismo, que pode causar a degradação das estruturas e dos equipamentos turísticos.
Impactos econômicos	
Positivos	Negativos
• Geração de novas ocupações permanentes e/ou temporárias. • Ampliação na arrecadação de tributos locais. • Geração e aumento da renda local. • Implantação de infraestrutura de apoio ao turismo. • Geração e aumento das compras locais. • Melhorias dos padrões de conservação ambiental.	• Aumento exagerado do fluxo de turistas. • Elevação do custo de vida local. • Aumento na utilização de mão de obra oriunda de outras localidades. • Remessa de lucros fora da comunidade.
Impactos socioculturais	
Positivos	Negativos
• Contato entre diferentes comunidades. • Aceleração de mudanças sociais positivas na comunidade. • Intercâmbio cultural entre residentes e visitantes.	• Geração de conflitos de interesse. • Desmatamento. • Excesso de turistas no local. • Rios represados para servir às atividades turísticas. • Modificação da cultura local (valores e costumes). • Relações econômicas entre residentes e visitantes em detrimento das relações sociais entre estes. • Prostituição e exploração sexual infanto-juvenil. • Exclusão social, econômica e social. • Desterritorialização de residentes.
Impactos políticos-institucionais	
Positivos	Negativos
• Novo relacionamento entre setor público e privado. • Fomento à participação social. • Transparência na gestão pública e privada. • Continuidade das políticas públicas.	• Insegurança institucional. • Cultura de desagregação. • Falta de participação do setor privado. • Falta de participação da sociedade civil.

Fonte: Adaptado do MTur (2010a).

Sob uma perspectiva mais holística do turismo, Jafari (1977) considera-o como o estudo do comportamento das pessoas ao se deslocarem para diferentes locais por motivações diversas, levando em conta as modificações geradas pelas empresas de turismo e pela presença do turista, que impactam o meio social, cultural e ambiental dos residentes. Assim, por se tratar de uma atividade ampla e multifacetada, o turismo necessita ser devidamente planejado e gerido com vistas à sua sustentabilidade.

A compreensão da palavra planejamento está imbuída pelas noções de uma realidade presente em relação ao que se estima tornar real no futuro. Com isso, organizações, empresas, governos e a própria sociedade, baseando-se nas situações vivenciadas no presente e estabelecem estratégias para alcançar objetivos no futuro. Barretto (2009) afirma que o planejamento é um processo contínuo e Koetz (2009) acrescenta que não se direciona somente ao que precisa ser feito (futuro), mas também, leva em consideração os meios (presente) aos quais permitirão o alcance de determinado objetivo.

Para Rezende (2020) com a realização do planejamento de uma atividade tem-se a elaboração de diagnósticos, considerando o cenário presente; prognósticos em relação ao que se almeja no futuro; e planos de ação com etapas que possibilita transcender do cenário presente ao futuro estimado pelos planejadores/gestores.

O planejamento do turismo também é apontado como um caminho para o desenvolvimento mais sustentável (Hall, 2001). No entanto, não se deve atribuir ao planejamento a responsabilidade de solucionar todos os problemas gerados pelo turismo, mas considerá-lo como uma ferramenta que permite a reflexão sobre o modelo de desenvolvimento turístico que se almeja para os destinos.

Desse modo, o propósito do planejamento das atividades turísticas está na organização da utilização do espaço geográfico o qual se insere o destino receptor, assim como nas ações empreendidas pelas empresas que compõem a oferta turística nesse mesmo espaço (Ruschmann, 2016).

Conforme o dicionário da língua portuguesa Aurélio elaborado por Ferreira (2008, p. 432) gerir tem como possíveis significados “ter gerência sobre”; “administrar”; “dirigir”; e “gerenciar”. Com isso, o processo o qual se insere a gestão trata-se do ato de administrar, dirigir e/ou controlar atividades, pessoas, recursos, etc. em prol do alcance do objetivo empresarial ou de negócios.

Nessa vertente, o entendimento está relacionado à administração eficiente e o domínio das etapas constituintes de um planejamento no qual estão inclusos um grupo de fatores: pessoas, organizações, consumidores, serviços e produtos, dentre outros (Sousa, 2013). Tais fatores afetam ou são afetados pelos objetivos previamente estabelecidos pelos planejadores/gestores.

É possível entender o destino turístico como o espaço territorial (país, região, estado e municípios) para onde se deslocam os turistas (MTur, 2010a) ou através da utilização de equipamentos como navios de cruzeiros, *resorts*, etc., que, ao mesmo tempo, podem assumir a posição de destino, atrativo e meios de transporte para onde se dirigem a demanda turística.

Por sua vez, a gestão de um destino turístico visa organizar de forma estratégica os atrativos, os equipamentos turísticos, as instituições públicas e a iniciativa privada que fornecem produtos e serviços ao turista no destino receptor (Falcão, 2016).

Nessa linha, Valls (2006) enaltece que para uma gestão de destinos turísticos ser bem-sucedida é necessário o cumprimento de responsabilidades por todos os sujeitos envolvidos, são eles: os turistas, os setores públicos e privados e a sociedade. Tais sujeitos, no contexto da gestão de empresas, podem ser assimilados como *stakeholders*, cujo termo foi inicialmente compreendido por Freeman (1984, p. 46) como “qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou é afetado pelos objetivos de uma empresa”. Assim, no ambiente empresarial, podem-se citar como *stakeholders* os: fornecedores, consumidores, governantes e a própria sociedade em geral.

Com a evolução das teorias empregadas a administração, comunicação e a gestão de projetos no ambiente empresarial, o termo *stakeholder* passou a ser utilizado com o sentido de “partes interessadas”, essas que segundo Valle, Camargo, Mota e Zygielszyper (2014, p. 15) compreende a “todos aqueles que têm um interesse positivo ou negativo no projeto, independentemente de estarem conscientes ou não de sua condição de *stakeholder*”.

Desse modo, mesmo sem total consciência do poder político o qual os *stakeholders* podem ter sobre a implantação e/ou desenvolvimento de um projeto, atividade turística ou negócio, ainda assim, podem afetar positivamente (apoio) ou negativamente as ações propostas. Por exemplo, quando uma comunidade residente percebe mais impactos negativos do turismo que positivos, consequentemente, pode não apoiar o seu desenvolvimento no destino. Conforme as reflexões de Valle *et al.* (2014) esse *stakeholder* pode exercer pressão política para desestabilizar e possivelmente descontinuar as atividades turísticas no seu local de vivência.

Com isso, Koetz (2009) evidencia que mediante a realização de um levantamento acerca dos *stakeholders* de uma organização ou instituição, torna-se possível identificar os seus interesses e gerenciá-los, de modo a compreender quais se reverberam em riscos e quais podem conduzir ao êxito na implementação de projetos, atividades ou negócios. Aqueles *stakeholders* cujos interesses, em algum momento, se mostram passíveis de se converter em conflitos, esses têm urgência de soluções.

Remetendo-se ao turismo, Valls (2006, p. 25) deixa claro que “se a maioria dos membros de uma sociedade não é favorável à orientação ao turismo do seu território, o processo gerará conflitos e disfunções a curto ou a longo prazos”. Nessa perspectiva, a gestão

dos *stakeholders* é orientada para evitar conflitos de interesse e o insucesso dos projetos e/ou atividades intencionadas pelos gestores.

De acordo com o Guia *Project Management Body of Knowledge* (PMBOK, 2008, p.10) um projeto é “um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo”. No turismo, levando em conta as especificidades de cada segmento, a implementação de suas atividades precisa ocorrer de forma organizada em um espaço propício, em um tempo determinado e, especialmente, com o apoio e a colaboração dos seus *stakeholders*. Desse modo, considera-se que um projeto cumpriu seu propósito, quando atinge ou ultrapassa as expectativas dos seus *stakeholders* (PMBOK, 2008).

Em vista disso, conhecer os *stakeholders* envolvidos com o turismo pode contribuir para a realização de um planejamento mais eficaz e eficiente, tendo por intuito o apoio em contraposição à rejeição ao desenvolvimento do turismo nas mais variadas destinações. Desse modo, os *stakeholders* podem ser classificados em dois grupos: os primários, que têm influência direta nos objetivos organizacionais; e os secundários, cujo impacto nos objetivos organizacionais é indireto e dependente do contexto (Teixeira & Domenico, 2008).

Diante dessa classificação, a comunidade residente pode ser considerada como *stakeholder* primário, pois tanto afeta diretamente com seu comportamento/decisão de aprovação/reprovação no desenvolvimento do turismo, quanto pode ser diretamente afetada pelas transformações e impactos das atividades turísticas em seu entorno habitual. Para Beni (1988) esse *stakeholder* que reside nos destinos receptores possui significativa importância no processo de interação entre os turistas e os profissionais que atuam fornecendo serviços turísticos.

Sob essa ótica, Valls (2006, p. 25) afirma que “os habitantes do destino são os primeiros interessados em conhecer a nova situação e em decidir sobre o desenvolvimento turístico da área, assumindo os benefícios e as desvantagens que ele traz”. Diante disso, é aconselhável a participação voluntária/espontânea da comunidade residente em todo o processo de planejamento e gestão das atividades turísticas, para que seja possível minimizar os conflitos de interesse e equalizar a distribuição das benesses do turismo de modo geral.

A comunidade residente possui interesses econômicos no desenvolvimento do turismo em seu entorno habitual, ao mesmo tempo, em que exerce poder político sobre o sucesso ou insucesso de tal desenvolvimento (Rocha, 2010). O primeiro está associado à relação econômica que possuem e/ou desejam estabelecer com o turismo, já o segundo trata-se da influência que podem exercer no alcance dos objetivos estimados, mediante seus comportamentos favoráveis ou desfavoráveis à execução das atividades turísticas.

Desse modo, faz-se necessária a gestão dessa parte interessada, investigando e ouvindo suas opiniões e objeções, de modo a buscar um desenvolvimento turístico mais equilibrado e a sustentabilidade de suas atividades.

Por sustentabilidade da atividade turística, depreende-se como significado do termo o equivalente à ideia de manutenção em longo prazo. Onde as atitudes e comportamentos dos *stakeholders* possam ser geridos em prol do desenvolvimento turístico nas destinações. Nessa perspectiva, Parente (2019) afirma que para se alcançar a sustentabilidade é necessário equalizar as dimensões cultural, ambiental, econômica e social, de modo que se mantenham ao longo do tempo.

Embora, encontrar um equilíbrio entre a exploração capitalista apregoada ao desenvolvimento do turismo e a necessidade de conservação tanto dos recursos naturais quanto das manifestações socioculturais seja um intento desafiador, ainda assim, deve ser premissa básica para um planejamento harmonioso que poderá conduzir a sustentabilidade das atividades turísticas.

A seguir, apresenta-se o turismo religioso e a sua relação com aspectos culturais e espirituais.

2.3 TURISMO RELIGIOSO: DA APROPRIAÇÃO DOS ASPECTOS CULTURAIS A BUSCA ESPIRITUAL

O turismo configura-se como uma atividade econômica que permeia os âmbitos econômico, social, cultural e ambiental de uma sociedade, criando ou se apropriando de atrativos que sejam capazes de demandar visitas nos destinos turísticos.

Para organizar a oferta turística o MTur (2006) considera como segmentos prioritários para o Brasil, a saber: o Turismo Cultural, Turismo Rural, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo, Turismo Náutico, Turismo de Pesca, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes e o Turismo Social.

Com base nas especificidades da demanda turística e na existência de atrativos naturais, culturais e/ou artificiais, os destinos podem desenvolver um ou mais segmentos de turismo. Há aqueles cujo desenvolvimento de suas atividades pauta-se na utilização de recursos naturais e artificiais e outros que utilizam os patrimônios culturais como atrativos para as visitas.

Em geral, o turismo cria e se apropria de componentes existentes nos destinos, as infraestruturas, equipamentos, recursos naturais, culturais e humanos, de modo a transformá-los em produtos turísticos disponíveis aos turistas (Cruz, 2001). Para compreender essa apropriação, cabe considerar algumas definições específicas da geografia quanto ao espaço geográfico e o lugar. Definir espaço geográfico não é tarefa fácil, uma vez que há variadas compreensões e aplicações a respeito deste.

Levando em conta isso, o entendimento de espaço geográfico utilizado neste estudo, o considera como uma extensão terrestre na qual ocorrem relações entre o ser humano e o meio natural. O primeiro utiliza e se apropria do segundo, em prol da sua sobrevivência ou mesmo para o desenvolvimento de suas atividades econômicas, sociais, culturais e políticas (Braga, 2007).

O entendimento geográfico de “lugar” está relacionado à denominação de um espaço terrestre (Adas, 1990). Essa denominação refere-se a um país, região, estado ou cidade em que há organização terrestre e ocupação humana. Vale destacar que nos estudos do turismo, para além do entendimento de “lugar” como um espaço territorial onde o turismo se desenvolve – o lugar turístico (Cruz, 2001), também pode assumir significados psicológicos e culturais relativos aos sentimentos de pertencimento e identificação dos sujeitos com seu entorno habitual.

Diante da utilização dos espaços, territórios e lugares pelo turismo, há a introdução de infraestruturas, equipamentos e investimentos essenciais ao desenvolvimento de suas atividades. Os destinos turísticos são esses lugares, contidos no espaço territorial, para onde se deslocam os fluxos turísticos diante da existência ou da criação de atrativos.

Os atrativos podem ser naturais ou culturais. Como tipos de atrativos naturais têm-se: montanhas; planalto e planícies; litoral; terras insulares; recursos hídricos; pântanos; fontes hidrominerais; parques e reservas de fauna e flora; grutas; cavernas; furnas; e área de caça e pesca, onde cada tipo se desmembra em subtipos relacionados. Já no que compete aos tipos de atrativos culturais, têm-se: monumentos; sítios; instituições e estabelecimentos de pesquisa e lazer; manifestações; uso e tradições populares; realizações técnicas e científicas contemporâneas; e realização de eventos diversos (Ignarra, 2003).

Com a existência de atrativos culturais nos destinos turísticos, o Turismo Cultural pode ser um segmento cujo desenvolvimento seja preterido. O Turismo Cultural de acordo com o MTur (2010b, p. 15) “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”. Nota-se que

esse segmento pressupõe a valorização e reafirmação dos aspectos culturais presentes nos mais diversos destinos turísticos, de modo a conservá-los como patrimônio de uma sociedade.

O Turismo Cultural, conforme o potencial da diversidade brasileira, bem como as especificidades e motivações da demanda turística, pode segmentar-se em: Turismo Cívico; Turismo Religioso; Turismo Místico e Esotérico; Turismo Étnico; Turismo Cinematográfico; Turismo Arqueológico; Turismo Gastronômico; Enoturismo; e Turismo Ferroviário (MTur, 2010b).

Remetendo-se especificamente, ao Turismo Religioso, conforme o MTur (2010b) esse segmento do Turismo Cultural envolve o desenvolvimento de ações e atividades que culminam na busca pelo contato espiritual e práticas religiosas independentemente de qual religião ou fé que o visitante/turista professe. Nessa situação, o turismo se apropria das tradições, da fé e religiosidade dos residentes dos destinos turísticos enquanto utiliza e cria atrativos turísticos religiosos.

Tendo em vista a prática religiosa, os indivíduos realizam visitas a espaços considerados sagrados como: igrejas; templos; santuários; terreiros; participam de eventos; festas; comemorações artísticas religiosas; roteiros e retiros religiosos; e realizam peregrinações e romarias de modo a cumprir com penitências e promessas (MTur, 2010b). Para além dessas práticas religiosas, os turistas também participam de espetáculos, festas cívicas, feiras gastronômicas, comemorações populares e folclóricas que se inserem como manifestações, usos e tradições populares (Dias & Silveira, 2003; Ignarra, 2003).

Vale destacar que as manifestações culturais de cunho religioso, independentemente da religião, possuem a capacidade de atrair turistas, romeiros e fiéis das mais diversas localidades para vivenciar a espiritualidade, cumprir com promessas e expressar sua religiosidade mediante a visita de atrativos turísticos culturais ou práticas religiosas voltadas a esse fim (MTur, 2010b; Domingos, Oliveira & Colasante, 2019).

Como visto as igrejas, os templos, santuários, eventos, peregrinações, romarias, dentre outros se constituem atrativos turísticos culturais que atraem turistas, romeiros e fiéis com motivações religiosas. Tratando especificamente do santuário como atrativo turístico, pode ser entendido como um lugar sagrado para onde as pessoas se deslocam com o intuito de conectar-se a sua espiritualidade, enquanto buscam a compreensão sobrenatural de sua existência (Oliveira, 2004).

Conforme as especificidades e tipos de santuários existentes, Oliveira (2007, p. 31) enaltece que considerando o cenário brasileiro podem-se classificar os santuários em:

- a) Os Tradicionais – marcados pelos templos reconhecidamente católicos e pela presença de um santo mediador entre os fiéis e divindade cristã. Bairros e cidades mais antigas, com patrimônios edificados tendem a situá-los;
- b) Os Naturais – que confluem todas as formas de paganismo, misticismo e novas formas de espiritualidade (incluindo cultos da Nova Era). Parques, reservas ecológicas e paisagens naturais são seus mais privilegiados lócus;
- c) Os Tecnológicos – reunindo a racionalidade de outras devoções cristãs ao aparato técnico das redes comunicacionais. *Shoppings*, ginásios e praças públicas podem nas diversas cidades favorecer sua instalação;
- d) E os Rituais – marcados pelos eventos religiosos (sacro-profanos) presentes nos espaços anteriores, com a vantagem de fazê-los interagir com todas as dinâmicas socioambientais requeridas a uma festa religiosa.

Desse modo, as visitas aos santuários regidos pelas premissas da religião católica em que se cultua um santo em específico e as práticas religiosas se cumprem em favor deste, têm-se santuários tradicionais. No Brasil, são exemplos: o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, em Aparecida-SP, o Santuário de Santa Paulina em Nova Trento-SC, o Santuário de Santa Rita de Cássia em Santa Cruz-RN, dentre outros.

Vale destacar que os santuários, ao mesmo tempo, em que envolvem a religiosidade também permitem aos turistas e fiéis o conhecimento dos aspectos histórico-culturais presentes nas destinações turísticas visitadas (Arnt, 2006).

De modo geral, o turismo religioso não se resume apenas a busca pela espiritualidade e na visita a lugares sagrados, têm se tornado um segmento que contribui na geração de benefícios econômicos nos destinos onde se desenvolve. Além de promover a valorização da identidade, história, cultura e manifestações religiosas locais, fortalecimento das tradições e prolongamento das temporadas turísticas (Iliev, 2020; Alves, Barros, Melo & Silva, 2021).

Nos destinos turísticos ocasiona transformações no *modus vivendi* e *operandi*, pois para atender a demanda turística infraestruturas e equipamentos são implantados, atrativos são criados e o comércio local se reorganiza para ofertar produtos em geral e artigos religiosos que, por vezes, tornam-se *souvenirs* para os turistas (Almeida, Enoque & Oliveira, 2019).

Como qualquer outro segmento de turismo, o turismo religioso quando desprovido de planejamento pode ocasionar uma série de impactos negativos, a saber: comercialização da religião, da cultura e identidade local; perda de autenticidade; problemas com capacidade de

carga em relação ao aumento do fluxo de turistas; perda de biodiversidade; dentre outros (Boyd, 2018; Trono & Olsen, 2018; Trombino & Trono, 2018).

Ainda nesse sentido, Santos (2011) evidencia os impactos que o turismo religioso pode ocasionar nas destinações turísticas, esses são apresentados no quadro 7 a seguir:

Quadro 7 - Impactos do turismo religioso

Impactos econômicos	
Positivos	Negativos
• Geração de emprego; • Aumento nas vendas de produtos locais; • Aumento da coleta de impostos; • Aumento no consumo de artesanato; e • Divulgação do destino.	• Custo do evento; • Aumento na sazonalidade turística; • Aumento do custo de vida; • Dependência excessiva do evento; • Mão de obra desqualificada na área.
Impactos sociais	
Positivos	Negativos
• Diminuição do índice de desemprego; • Melhorias em infraestruturas; • Aumento do nível de formação de mão de obra e incremento da qualidade dos serviços; • Aumento na qualidade de vida social; e • Conscientização da comunidade para o evento.	• Aumento na criminalidade; • Aumento na tensão social; • Aumento no congestionamento e tráfego urbano; • Problemas de infraestrutura básica; e • Exploração do visitante/turista.
Impactos culturais	
Positivos	Negativos
• Valorização do artesanato local; • Valorização da herança cultural/religiosa; • Valorização e preservação do patrimônio histórico e cultural; • Incremento do interesse pela cultura; e • Envolvimento da comunidade no evento.	• Descaracterização do artesanato; • Perda da identidade e cultura local; • Destruição do patrimônio histórico; • Encenação do interesse cultural visando o interesse meramente comercial; e • Arrogância cultural.
Impactos ambientais	
Positivos	Negativos
• Utilização racional dos espaços; • Criação de programas de conservação ambiental; • Promoção de aspectos naturais não valorizados; • Maior utilização de recursos para conservação dos espaços públicos; e • Sensibilização e conscientização ambiental da comunidade local.	• Ocupação desordenada do espaço; • Poluição da água e do solo; • Poluição sonora; • Descaracterização da paisagem provocada pela montagem de equipamentos de apoio; e • Destruição da flora/espaços verdes.

Fonte: Adaptado de Santos (2011).

Nota-se que o desenvolvimento do turismo religioso, assim como os demais segmentos, ocasiona impactos positivos e negativos nas destinações onde se desenvolve. Desse modo, ressalta-se a importância do planejamento do turismo, tendo em vista, maximizar os benefícios e minimizar os custos que podem ser gerados.

Ainda se remetendo a impactos, mais especificamente, um externo e global, teve-se que com a pandemia da COVID-19, o turismo religioso que envolve a concentração de um quantitativo expressivo de visitantes deslocando-se a lugares sagrados e atrativos religiosos (Iliev, 2020), necessitou reconfigurar suas práticas.

Ao invés de programações eminentemente presenciais, optou-se pela utilização das tecnologias digitais para transmissões litúrgicas, por exemplo. Enquanto, a visitação aos destinos e atrativos religiosos ocorria com atenção aos dados epidemiológicos até que fosse possível a retomada da visitação presencial que se deu a partir da vacinação das populações (Brussio, Souza, Santos & Ferreira, 2022).

Frente aos impactos decorrentes da pandemia da COVID-19 sobre todos os setores da sociedade e no turismo, com vistas na retomada de suas atividades de forma sustentável, faz-se necessário o apoio dos residentes dos destinos turísticos. Nesse sentido, apresenta-se a seguir, estudos que abordam sobre fatores capazes de influenciar o apoio ao desenvolvimento do turismo.

2.4 FATORES CAPAZES DE INFLUENCIAR O APOIO DE RESIDENTES AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Múltiplos são os fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento dos mais diversos segmentos de turismo em seu local de vivência. Em vista disso, grande parte dos estudos empíricos internacionais apoiam-se em fatores que utilizam os pressupostos da *Social Exchange Theory* (SET), *Place Identity Theory* e, mais recentemente, da *Emotional Solidarity Theory*, como podem ser observados em Nunkoo e Hamkissoon (2012), Wang e Chen (2015), Nunkoo e Gursoy (2016), Ng e Feng (2020), Su e Swanson (2020), Phuc & Nguyen (2020), Daskin e Pala (2023), dentre outros. Antes de apresentar os estudos que utilizam modelos estruturais para investigar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, cabe caracterizar a Teoria das Trocas Sociais, a Teoria da Identidade do Lugar e, em seguida, a Teoria da Solidariedade Emocional.

2.4.1 Teoria das Trocas Sociais

A *Social Exchange Theory* (SET) ou em português, Teoria das Trocas Sociais, trata-se de uma teoria utilizada em diversos estudos sob óticas e vieses provenientes da psicologia, antropologia, sociologia, economia, turismo e outros, que visam compreender como se constituem e se mantêm as relações interpessoais.

Anterior a publicização da SET, a Teoria da Reciprocidade do sociólogo e antropólogo Marcel Mauss (2003) já tratava sobre as relações sociais, quando em sua obra “Ensaio sobre a dádiva” evidenciou a trilogia Dar-Receber-Retribuir em que a constituição de relações sociais

era analisada mediante a percepção de vantagens ou desvantagens. A partir da referida trilogia, Mauss (2003) esclareceu que nas relações sociais o indivíduo doador obtém vantagem sobre o indivíduo que recebe, uma vez que este segundo se sente na obrigação de retribuir, ficando em desvantagem em relação ao doador.

A teoria desenvolvida por Mauss (2003) foi utilizada nos estudos da hospitalidade cujo seu processo contrário - a hostilidade seria resultado da descontinuação de alguma das ações presentes na trilogia Dar-Receber-Retribuir. Os estudos da hospitalidade são empregados ao turismo pela compreensão de que receber bem, acolher com excelência e servir com satisfação são elementos essenciais ao desenvolvimento das atividades turísticas em qualquer destino.

Vale destacar que, a hospitalidade ocorre em espaços diversos (doméstico, comercial, público e virtual) e inclui o estabelecimento de relações interpessoais que, no turismo ocorre entre os prestadores de serviços turísticos e os turistas e, entre esses e as comunidades residentes dos destinos visitados (Beni, 1988; Camargo, 2004).

Os estudos sobre a constituição e manutenção das relações sociais evoluíram conforme o passar dos anos e devido à própria natureza mutável da sociedade. Nesse sentido, Homans (1958) e Blau (1964a) foram precursores ao propor a aplicação da SET para compreender o comportamento humano nas suas relações sociais.

De modo geral Homans e Blau aplicaram a SET com ênfases distintas, enquanto o primeiro voltou-se aos conhecimentos da psicologia aplicando-os ao comportamento instrumental, o segundo enfatizava a ideia de troca sob uma análise econômica (Emerson, 1976).

A referida teoria serviu como quadro de referência para ambos os estudiosos. Blau (1964b) sintetizou a SET a ações que dependem de recompensas mútuas entre os indivíduos ao se envolverem em transações ou trocas. Já Homans (1974) utilizando-se da psicologia operante skinneriana (que permite o estudo de um único sujeito durante um longo tempo, em um mesmo ambiente, recebendo diversos estímulos e o pesquisador exerce o poder na modificação de comportamentos), testou sua teoria com pombos, mas deixou claro que também se aplicaria a pessoas, pois trata-se de um sistema que envolve trocas no ambiente em que se encontra o sujeito investigado (Emerson, 1976).

Nessa perspectiva, Homans (1974) fez três proposições a respeito da aplicação da SET ao comportamento humano, a saber:

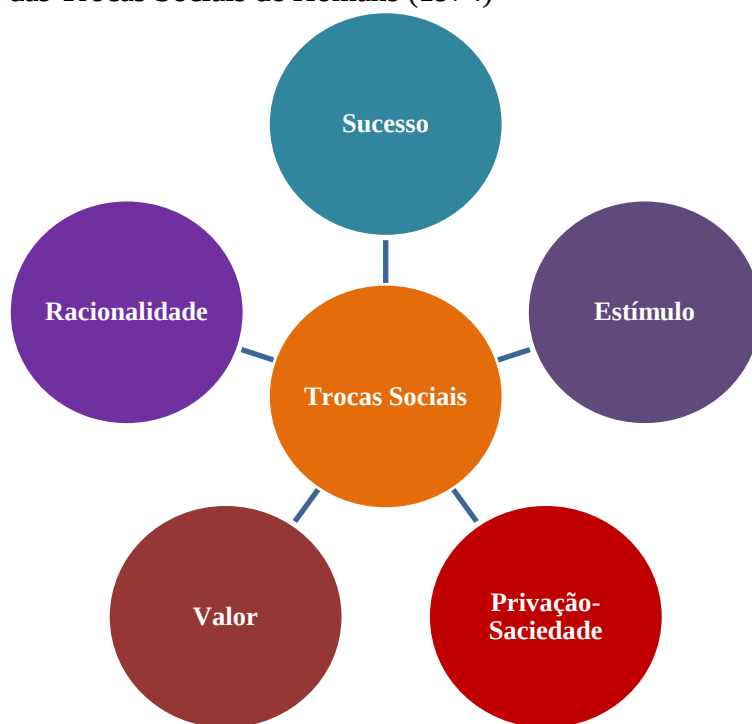
- Proposta de sucesso - quanto mais as pessoas são recompensadas (com estímulos semelhantes) por suas ações, mais provável que continuem a executá-las;
- Proposta de Estímulo - quanto mais semelhantes os estímulos (presentes aos passados) que levaram as pessoas a serem recompensadas em um dado momento, maior será a probabilidade dessas pessoas continuarem executando essas ações agora.
- Proposta de Privação-Saciedade - quanto mais vezes uma pessoa tenha recebido uma recompensa específica recentemente, menos valorosa será para ela.

Essas três proposições juntas vinculam-se à ideia de que nos relacionamentos humanos a existência de recompensas prediz a continuidade ou ruptura nas relações, ou seja, quando as recompensas são unilaterais, têm-se rupturas e quando bilaterais, tem-se o reforço dessas relações (Emerson, 1976). Homans (1974) ainda inclui complementarmente duas outras proposições, a saber:

- Proposta de Valor - quanto mais valoroso o resultado de uma ação é para uma pessoa, mais provável que realize essa ação.
- Proposta de Racionalidade - quando as pessoas escolhem uma ação entre ações alternativas, elas o fazem considerando a que percebem como valorosas para se obter o resultado esperado.

É nítido que essas duas proposições complementares tratam de uma racionalidade que se faz presente nos momentos de trocas sociais e que reforçam a necessidade de recompensas mútuas. Representando as trocas sociais conforme os estudos de Homans (1974), na figura 3 é apresentado um possível modelo.

Figura 3 - Teoria das Trocas Sociais de Homans (1974)



Fonte: Adaptado das proposições de Homans (1974).

A partir das proposições de Homans (1974), nota-se que a SET é constituída por entendimentos que remetem a recompensas, vantagens e desvantagens, reforço, valor, benefícios, custos, transações, lucro, resultados, dentre outros. Assim, as benesses estão relacionadas aos ganhos e os custos tanto a estímulos contrários quanto a perdas de recompensas nas trocas sociais (Emerson, 1976).

Desse modo, a tomada de decisão e o comportamento dos indivíduos quanto à constituição e manutenção de relações sociais estaria condicionada a percepção de vantagens (recompensas) e desvantagens, sendo a primeira uma motivação para se iniciar e manter relações e a segunda para romper com tais relações (Cortez & Johnston, 2020).

A presença e utilização da SET nos estudos do turismo tanto em produções nacionais quanto internacionais, têm evidenciado as percepções de residentes ou turistas a respeito dos impactos positivos (benefícios) e negativos (custos) gerados nas destinações onde se desenvolve o turismo e a sua influência nas atitudes ou no apoio ao turismo (Gursoy & Rutherford, 2004; Nunkoo & Ramkissoon, 2012; Lee, 2013; Silva & Marques, 2016; Yu, Huang, Yeh & Chao, 2017; Wei *et al.*, 2021).

Nessa perspectiva, a SET no turismo considera a realização de trocas sociais entre os indivíduos anfitrião-turista, onde a percepção da superação dos impactos positivos em relação

aos negativos pode influenciar na constituição e manutenção das relações sociais (Wang, Xiang, Yang & Ma, 2019; Tsai & Kang, 2019).

Referindo-se a comunidade residente, o *stakeholder* foco deste estudo, suas percepções quanto aos impactos positivos e negativos do turismo de ordem econômica, social, cultural e ambiental, tem sido analisada como preditoras do apoio ao desenvolvimento do turismo, independentemente, da segmentação ou destino investigado (Paraskevaidis & Andriotis, 2017). Assim, a partir dessas percepções dos residentes podem ser fornecidas informações relevantes aos planejadores, de modo a permitir uma gestão mais eficiente e eficaz do turismo e da participação dos seus *stakeholders*.

Levando em conta que a comunidade residente possui, consciente ou inconscientemente, o poder de estabilizar ou desestabilizar o turismo em seu entorno habitual, é crucial investigar seu apoio para evitar conflitos e promover um desenvolvimento turístico sustentável. Nesse sentido, a seguir são apresentadas pesquisas que utilizaram a SET para investigação do apoio de residentes considerando a sua percepção quanto aos impactos do turismo.

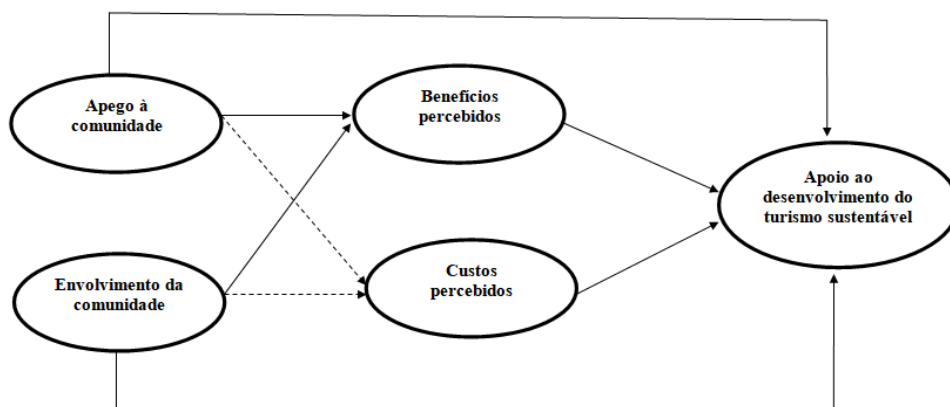
2.4.1.1 Percepção dos impactos do turismo e o apoio de residentes ao turismo

Estudos de referência internacional realizados em anos anteriores a 2013, tais como: Gursoy e Rutherford (2004), Nunkoo e Ramkissoon (2011; 2012) e Nunkoo e Gursoy (2012), utilizaram os pressupostos da SET para investigar o apoio de residentes ao turismo em diversos destinos. Em seus resultados evidenciaram e confirmaram a efetividade da SET para prevê o apoio ao turismo, principalmente, ao destacar que a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos e negativos do turismo, o apego a comunidade e a confiança nos atores governamentais se constituíram fatores capazes de influenciar o apoio dos residentes ao turismo em seus destinos de residência.

Nessa linha, a seguir serão apresentados estudos que também abordam a utilização da SET para investigação do apoio ao turismo nos últimos 10 anos (2013-2023), cumprindo com os critérios previamente estabelecidos na revisão sistemática da literatura.

A partir de um modelo desenvolvido com base na SET, Lee (2013) se propôs a avaliar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo sustentável no pantanal Cigu, Taiwan. 856 residentes do Cigu participaram do estudo que tinha como fatores: apego à comunidade, envolvimento da comunidade, benefícios e custos percebidos e apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável, tal como apresentado na figura 4.

Figura 4 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Lee (2013)

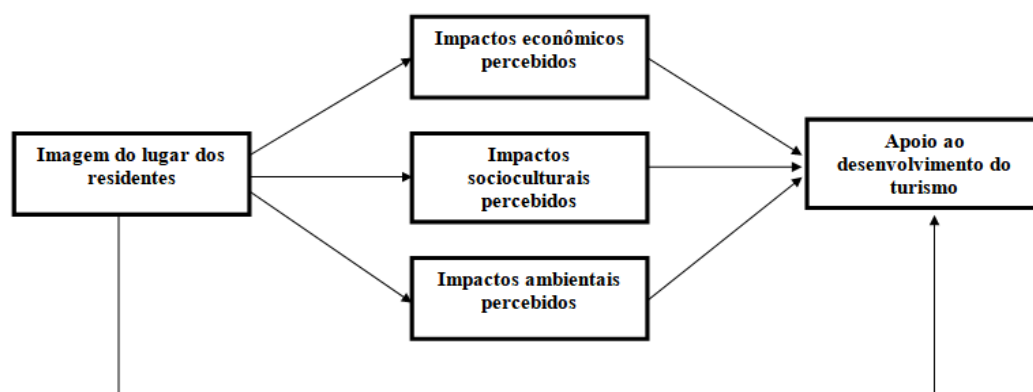


Fonte: Lee (2013, p. 43, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes do pantanal Cigu foi influenciado pela percepção dos benefícios e custos do turismo, tal como sugere os preceitos da SET. O apego à comunidade que trata da conexão que os indivíduos têm com seu local de residência, e o envolvimento comunitário que compreende questões relacionadas à vivência das pessoas em suas comunidades, afetaram a percepção dos benefícios do turismo e, consequentemente, o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo sustentável.

Stylidis *et al.* (2014) empreenderam uma pesquisa para investigar o papel da imagem do lugar no apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo em Kavala, Grécia. O estudo foi aplicado com 300 residentes considerando como fatores: imagem do lugar dos residentes, impactos econômicos, socioculturais e ambientais percebidos e o apoio ao desenvolvimento do turismo. Na figura 5 é apresentado o modelo proposto por Stylidis *et al.* (2014).

Figura 5 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Stylidis *et al.* (2014)



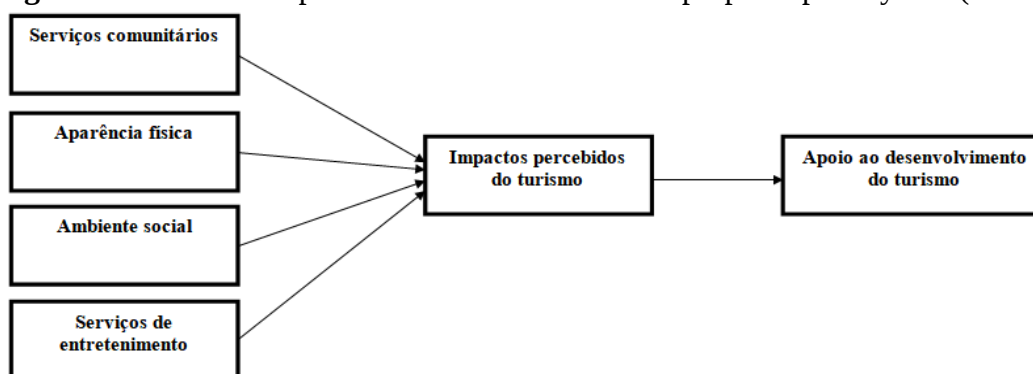
Fonte: Stylidis *et al.* (2014, p. 265, tradução nossa).

Os resultados demonstraram que o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em Kavala foi influenciado fortemente pela percepção dos impactos econômicos do turismo, seguidamente, porém de forma mais fraca, pelos impactos socioculturais e ambientais do turismo. A respeito da imagem do lugar, quanto mais positiva for, mais os residentes estarão propensos a apoiar o turismo em sua localidade.

De modo geral, quanto mais impactos econômicos percebidos pelos residentes de Kavala maior seu apoio ao turismo. Enquanto as percepções maiores ou menores dos impactos socioculturais e ambientais do turismo indicam probabilidade de apoio na mesma intensidade.

Em um segundo estudo realizado em Kavala, Grécia, Styliadis (2015) examinou o apoio ao turismo aplicando a pesquisa com 481 residentes, considerando como fatores: serviços comunitários, aparência física do local, ambiente social, serviços de entretenimento, impactos percebidos do turismo e apoio ao desenvolvimento do turismo. Na figura 6 é apresentado o modelo proposto por Styliadis (2015).

Figura 6 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Styliadis (2015)



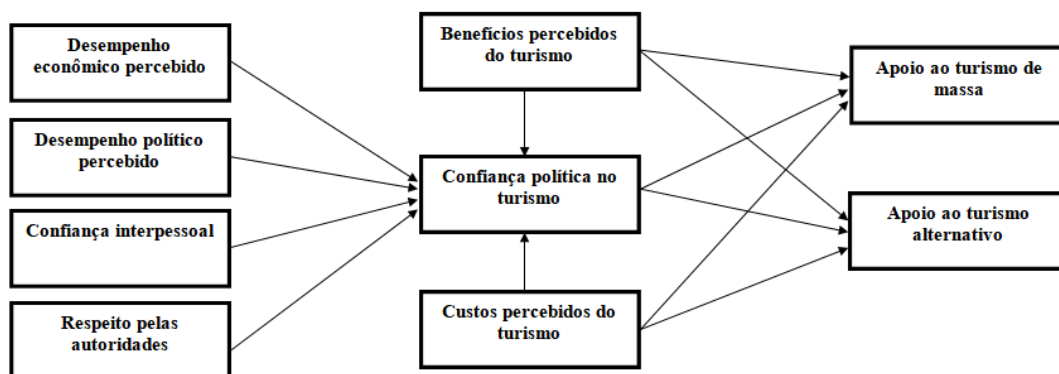
Fonte: Styliadis (2015, p. 5, tradução nossa).

Os resultados do estudo evidenciaram que o apoio dos residentes de Kavala foi influenciado pela imagem que possuem quanto ao seu local de vivência, especialmente relacionado à aparência física e o ambiente social, bem como, pela percepção dos impactos do turismo. A percepção favorável da imagem do lugar influencia a percepção dos impactos do turismo e seu subsequente apoio. Por sua vez, os serviços comunitários e de entretenimento não se mostraram significativos em influenciar a percepção dos impactos do turismo.

Nunkoo e Gursoy (2016) investigaram se a confiança política influencia o apoio de residentes ao turismo de massa e alternativo. Um modelo foi aplicado com 967 residentes de Maurícios, Oceano Índico Ocidental, testando os seguintes fatores: percepção do desempenho

econômico e político, confiança interpessoal, respeito pelas autoridades, benefícios e custos percebidos do turismo, confiança política no turismo e apoio ao turismo de massa ou alternativo. Na figura 7 tem-se o modelo utilizado por Nunkoo e Gursoy (2016).

Figura 7 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Nunkoo e Gursoy (2016)



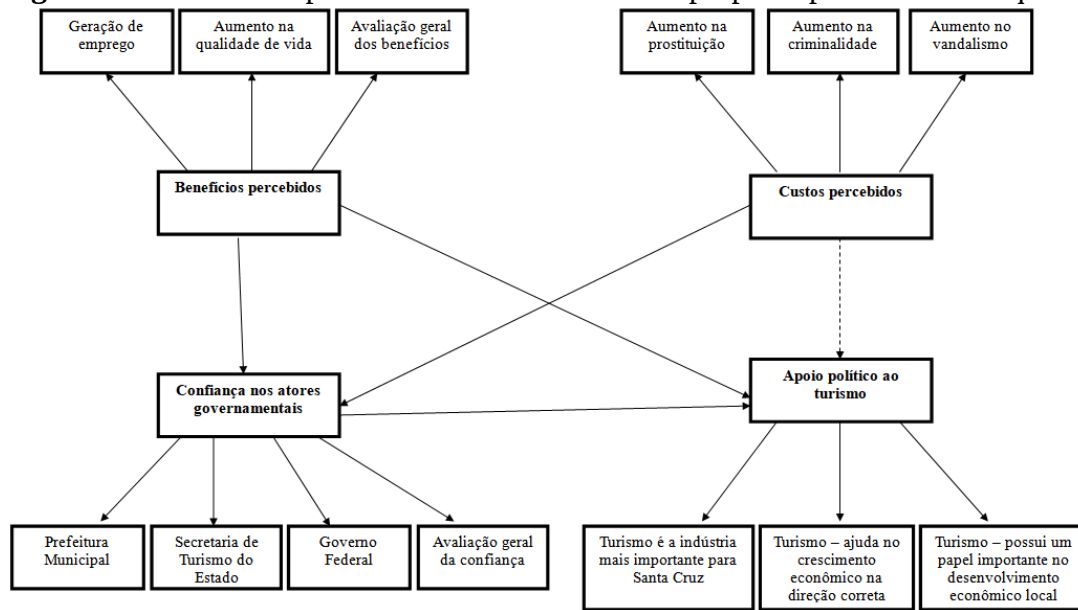
Fonte: Nunkoo e Gursoy (2016, p. 4, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que a percepção dos benefícios do turismo tanto influencia o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo de massa quanto do alternativo em Maurícios. Enquanto a percepção dos custos influencia negativamente no apoio ao turismo de massa. A confiança política que é influenciada pelo desempenho econômico e político do governo influencia mais positivamente no apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo de massa do que o turismo alternativo. Ressalta-se ainda, que se encontraram relações positivas entre a confiança interpessoal e a confiança política.

Silva e Marques (2016) analisaram o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso aplicando a pesquisa com 422 residentes de Santa Cruz, RN, Brasil, considerando como fatores: benefícios e custos percebidos do turismo, confiança nos atores governamentais e apoio ao desenvolvimento do turismo.

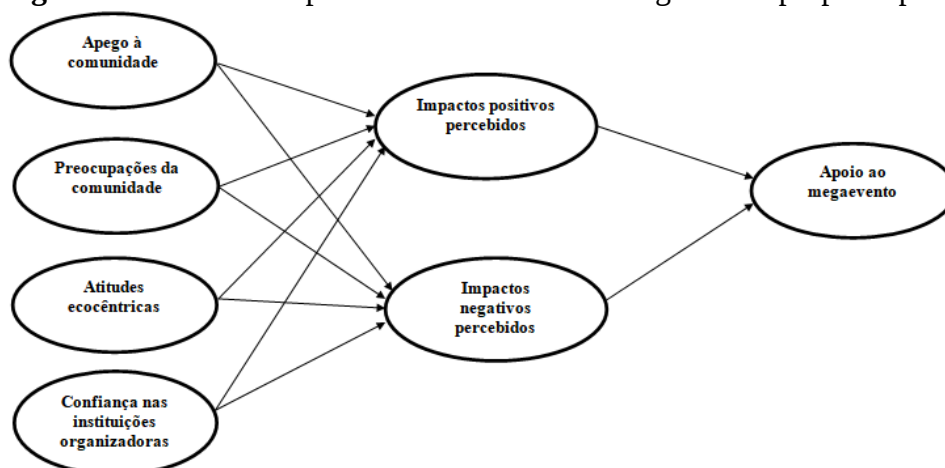
Os resultados evidenciaram que o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN foi influenciado pela percepção dos benefícios e pela confiança que empregaram nos atores governamentais a nível federal, estadual e municipal para desenvolver o turismo em seu entorno habitual.

O modelo empregado por Silva e Marques (2016) que se baseou no estudo de Nunkoo e Ramkissoon (2012), encontra-se apresentado na figura 8.

Figura 8 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Silva e Marques (2016)

Fonte: Silva e Marques (2016, p. 509).

Gursoy, Milito e Nunkoo (2017) desenvolveram uma pesquisa em Natal, RN, Brasil, com 369 residentes tendo como objetivo examinar o seu apoio ao megaevento Copa do Mundo FIFA 2014, considerando como fatores: apego à comunidade, preocupações da comunidade, atitudes ecocêntricas, confiança nas instituições organizadoras, impactos positivos e negativos percebidos e apoio ao megaevento. O modelo proposto pelos autores é apresentado na figura 9:

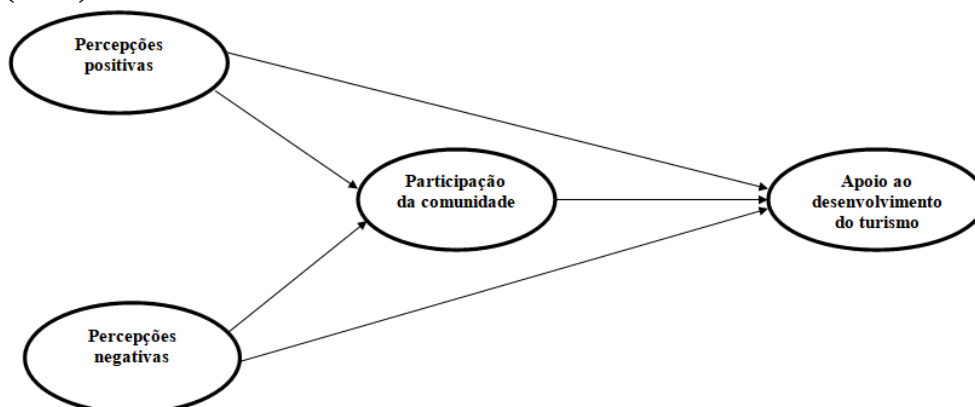
Figura 9 - Modelo de apoio de residentes a um megaevento proposto por Gursoy *et al.* (2017)

Fonte: Gursoy *et al.* (2017, p. 2, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes de Natal-RN ao megaevento Copa do Mundo FIFA 2014 foi influenciado pela percepção dos seus benefícios para o local. A confiança nas instituições organizadoras influenciou fortemente a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos e negativos do jogo. Enquanto o apego à comunidade impactou a percepção dos custos do megaevento, a preocupação da comunidade, por sua vez, influenciou a percepção quanto aos benefícios.

Rasoolimanesh, Ringle, Jaafar e Ramayah (2017) propuseram um modelo para investigar os efeitos das percepções dos impactos do turismo sobre a participação da comunidade e o apoio ao desenvolvimento do turismo em sítios do patrimônio mundial urbano e rural. O estudo foi aplicado com 410 residentes do centro urbano George Town e na área rural da Vila de Lenggong, Malásia, considerando como fatores: percepções positivas e negativas, participação da comunidade e apoio ao desenvolvimento do turismo. Na figura 10 é apresentado o modelo proposto por Rasoolimanesh *et al.* (2017).

Figura 10 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Rasoolimanesh *et al.* (2017)



Fonte: Rasoolimanesh *et al.* (2017, p. 154, tradução nossa).

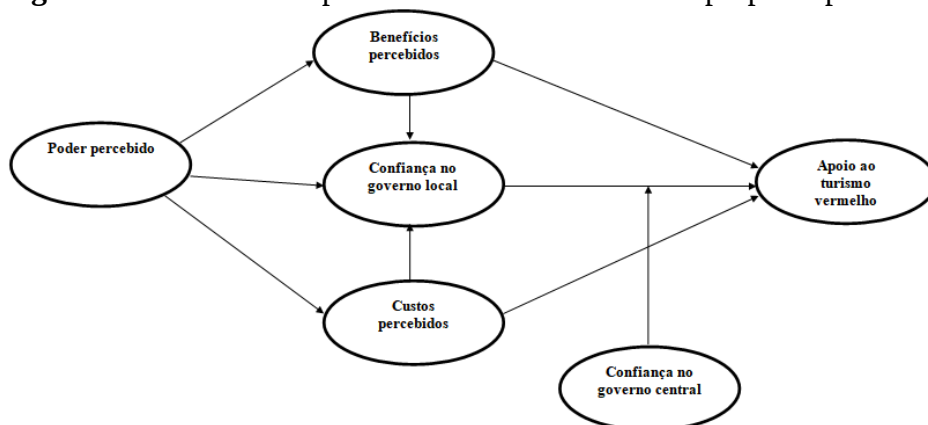
Os resultados encontrados evidenciaram que o efeito das percepções dos impactos positivos do turismo foi maior no centro urbano do que na área rural em estudo. Nesse caso, os residentes de George Town são mais favoráveis ao desenvolvimento do turismo por perceberem mais impactos positivos em seu entorno habitual. Mesmo com a incidência de impactos negativos, os residentes da área urbana assumem os impactos e apoiam o turismo. Em relação à participação comunitária, houve um efeito positivo no apoio ao turismo pelos residentes de George Town.

No que compete aos resultados da área rural, evidenciou-se que quando os residentes percebem mais impactos negativos do turismo em seu local de vivência, desejam participar do

desenvolvimento do turismo, de modo a minimizar os efeitos negativos e maximizar os positivos. Os residentes de Lenggong não acreditam que seu apoio seria influenciado pela participação comunitária nas decisões para o desenvolvimento do turismo local. É possível perceber que, todos os fatores do modelo retornaram resultados, embora que distintos nas áreas pesquisadas.

Zuo *et al.* (2017) testaram um modelo de apoio ao turismo vermelho com 758 residentes da área cênica de Jinggangshan, província de Jiangxi, na China central, considerando como fatores: poder percebido, benefícios e custos percebidos, confiança no governo local, confiança no governo central e apoio ao turismo vermelho. O modelo desenvolvido por Zuo *et al.* (2017) é apresentado na figura 11.

Figura 11 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Zuo *et al.* (2017)

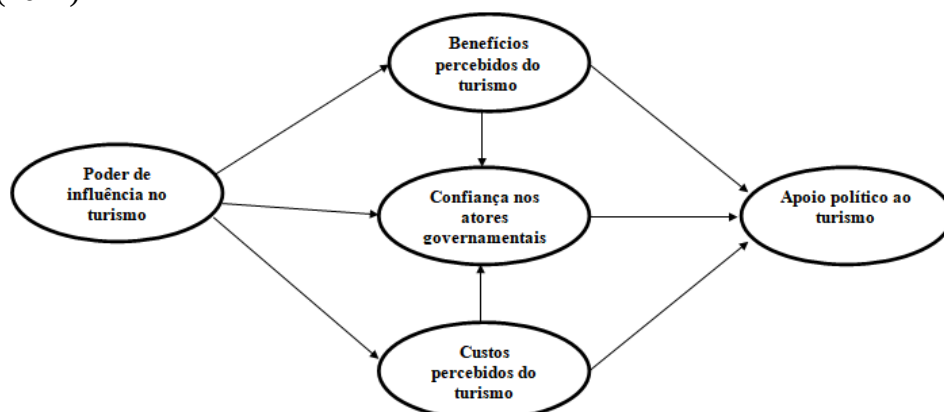


Fonte: Zuo *et al.* (2017, p. 56, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes foi influenciado positivamente pela percepção dos benefícios e negativamente pela percepção dos custos do turismo. Em relação à sua confiança no governo, apresentaram maior confiança no governo central do que no local, sendo o primeiro um moderador do segundo, bem como, do apoio ao turismo. Destacou-se ainda, que a percepção de poder do residente na tomada de decisões afeta sua percepção dos impactos do turismo e seu apoio ao turismo vermelho em Jinggangshan.

Silva, Milito, Coutinho e Farias (2018) realizaram uma pesquisa com 98 residentes do município de Florânia, RN, Brasil, com o intuito de analisar seu apoio ao desenvolvimento do turismo. Para tal análise foram considerados fatores propostos por Nunkoo e Ramkissoon (2012), a saber: poder de influência no turismo, benefícios e custos percebidos do turismo, confiança nos atores governamentais e apoio político ao turismo. Na figura 12 é apresentado o modelo proposto por Nunkoo e Ramkissoon (2012).

Figura 12 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Nunkoo e Ramkissoon (2012)

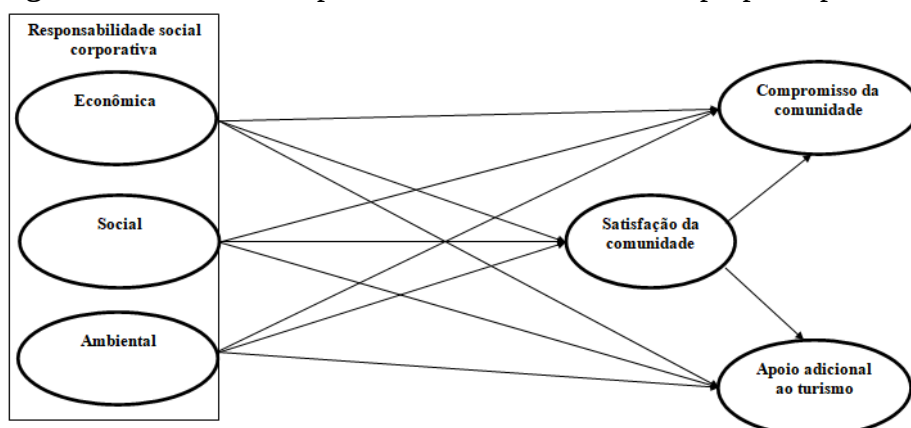


Fonte: Nunkoo e Ramkissoon (2012, p. 1001, tradução nossa).

Os resultados demonstraram que o apoio dos residentes de Florânia ao desenvolvimento do turismo foi influenciado pela percepção dos benefícios econômicos gerados pela atividade turística, pela confiança que depositavam nos atores governamentais para gestão do turismo e pelo poder de influência dos empresários em realizar ações que promovessem mais benefícios para a localidade.

Gursoy, Boğan, Dedeoğlu e Çalışkan (2019) investigaram a percepção de 629 residentes de Alanya, Turquia, quanto às práticas de responsabilidade social de hotéis locais e seu impacto no sentimento em relação à comunidade e o apoio ao desenvolvimento adicional do turismo. O modelo proposto considerou os seguintes fatores: responsabilidade social corporativa (dimensões: econômica, social e ambiental), satisfação da comunidade, compromisso da comunidade e apoio adicional ao turismo. Na figura 13 é apresentado o modelo proposto por Gursoy *et al.* (2019).

Figura 13 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Gursoy *et al.* (2019)

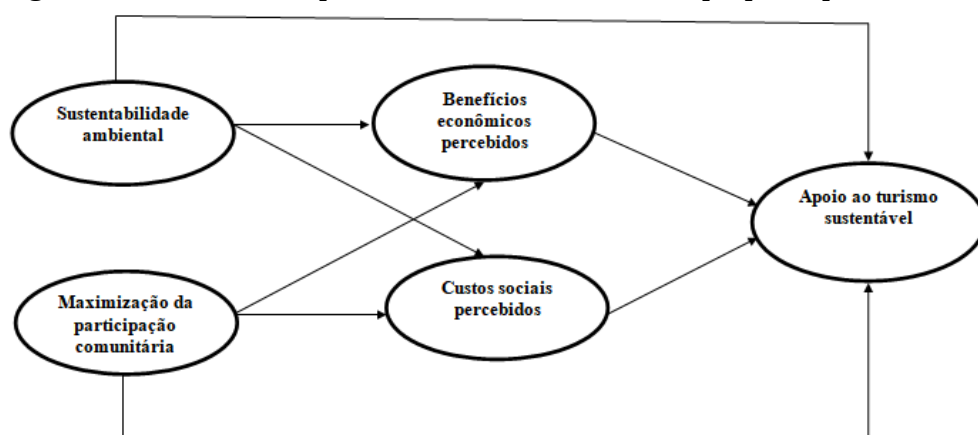


Fonte: Gursoy *et al.* (2019, p. 121, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que o apoio adicional ao turismo dos residentes de Alanya foi influenciado positivamente pela percepção da responsabilidade social corporativa nas suas três dimensões, econômica, social e ambiental e a satisfação da comunidade. Vale destacar que, a dimensão social apresentou maior impacto, seguida da econômica e ambiental. O compromisso dos residentes foi diretamente afetado pela percepção da responsabilidade social corporativa através da sua dimensão social.

Hsu, Chen e Yang (2019) examinaram o apoio de residentes ao turismo sustentável na Ilha Qimei, Taiwan. O modelo foi testado com 384 residentes da ilha considerando como fatores: atitude dos residentes em relação à sustentabilidade ambiental, maximização da participação comunitária no turismo, benefícios econômicos percebidos, custos sociais percebidos e apoio ao turismo sustentável. Na figura 14 é apresentado o modelo proposto por Hsu *et al.* (2019).

Figura 14 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Hsu *et al.* (2019)



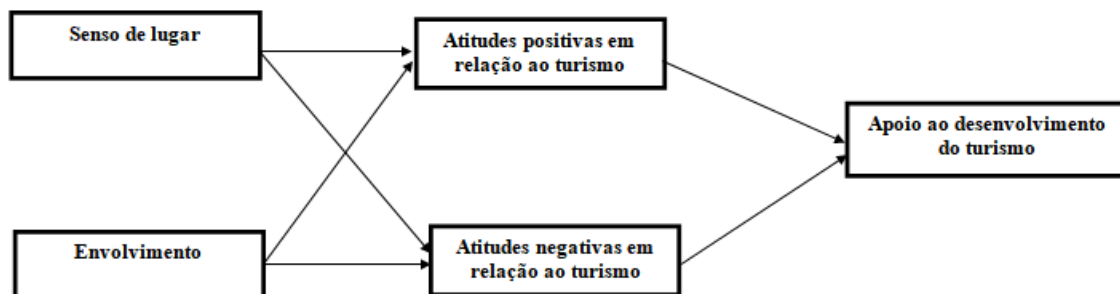
Fonte: Hsu *et al.* (2019, p. 5, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes da Ilha Qimei ao turismo sustentável foi influenciado pela maximização da participação comunitária e a percepção dos benefícios econômicos gerados pelo turismo no destino. A sustentabilidade ambiental foi mediada pela percepção dos benefícios econômicos em relação ao apoio dos residentes ao turismo sustentável na ilha.

Ng e Feng (2020) desenvolveram um estudo com 272 residentes dos arredores do Parque do Patrimônio Nacional do Palácio de Daming, Xi'an, China, objetivando investigar como os seus sentidos e o envolvimento no turismo poderiam influenciar suas atitudes e o apoio ao desenvolvimento do turismo no local. No referido estudo foram considerados os seguintes fatores: senso de lugar, envolvimento, atitudes positivas e negativas em relação ao

turismo e o apoio ao desenvolvimento do turismo. O modelo proposto por Ng e Feng (2020) é apresentado na figura 15.

Figura 15 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Ng e Feng (2020)

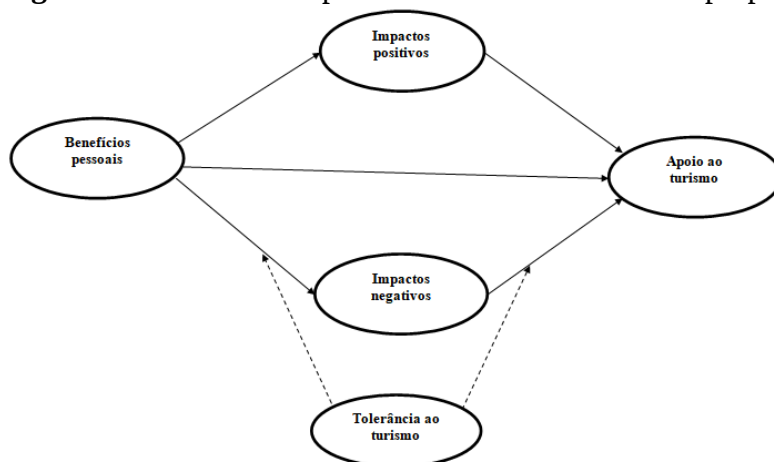


Fonte: Ng e Feng (2020, p. 6, tradução nossa).

Os resultados demonstraram que as atitudes positivas dos residentes que vivem nos arredores do Parque do Patrimônio Nacional do Palácio de Daming em relação ao turismo influenciam positivamente seu apoio, no entanto, as atitudes negativas afetam seu apoio negativamente. O senso de lugar que se trata da compreensão cognitiva e do vínculo emocional que os residentes têm com seu local de vivência, influencia suas atitudes tanto positivas quanto negativas em relação ao turismo. Por sua vez, quanto mais envolvidos com o turismo, mais os residentes adotam atitudes positivas em relação às suas atividades.

Qin, Shen, Ye e Zhou (2021) desenvolveram um estudo com 242 residentes de Qingyan, China, com intuito de investigar seu apoio ao turismo, considerando os seguintes fatores: benefícios pessoais, percepções dos impactos positivos e negativos, tolerância e apoio ao turismo. O modelo proposto por Qin *et al.* (2021) é apresentado na figura 16.

Figura 16 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Qin *et al.* (2021)

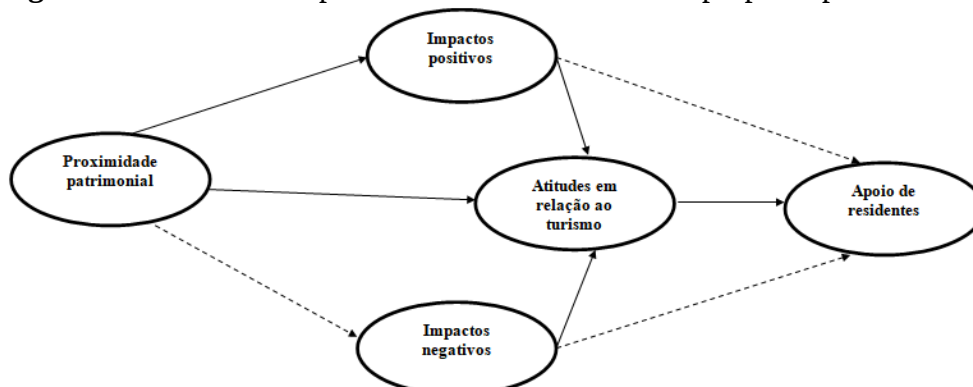


Fonte: Qin *et al.* (2021, p. 117, tradução nossa).

Os resultados mostraram que os benefícios pessoais obtidos através do desenvolvimento do turismo determinaram a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos e negativos do turismo. A tolerância ao turismo foi um elemento moderador entre os impactos negativos do turismo e o apoio. Em suma, o apoio dos residentes de Qingyan ao desenvolvimento do turismo foi afetado pela percepção dos benefícios pessoais e os impactos positivos do turismo.

Wei *et al.* (2021) realizaram uma pesquisa com 262 residentes do condado de Wen, China, com objetivo de examinar as relações entre a proximidade patrimonial dos residentes, a percepção dos impactos do turismo e sua atitude e apoio ao turismo. Na referida pesquisa, foram considerados como fatores: proximidade patrimonial, percepção dos impactos positivos e negativos, atitudes em relação ao turismo e apoio de residentes ao turismo. Na figura 17 é apresentado o modelo proposto por Wei *et al.* (2021).

Figura 17 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wei *et al.* (2021)

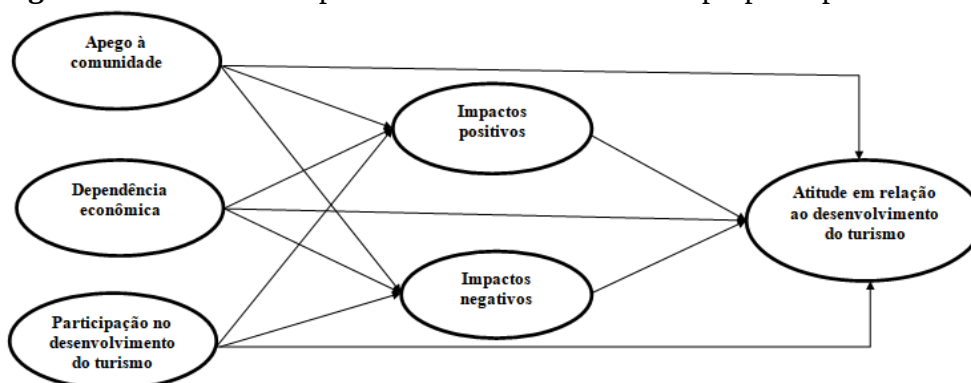


Fonte: Wei *et al.* (2021, p. 5, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que a proximidade patrimonial dos residentes que se trata da valorização dos aspectos espirituais e culturais da sociedade, assim como a percepção dos impactos do turismo influenciou significativamente as atitudes, e consequentemente, o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo em Wen.

Kim, Y. Kang, Park e S. Kang (2021) desenvolveram um estudo com 198 residentes da vila Gamcheon, Coreia do Sul, com o propósito de analisar o efeito da participação dos residentes no seu apoio ao desenvolvimento do turismo. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: apego à comunidade, dependência econômica, participação no desenvolvimento do turismo, impactos positivos e negativos e atitude em relação ao desenvolvimento do turismo. O modelo proposto por Kim *et al.* (2021) é apresentado na figura 18.

Figura 18 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Kim *et al.* (2021)

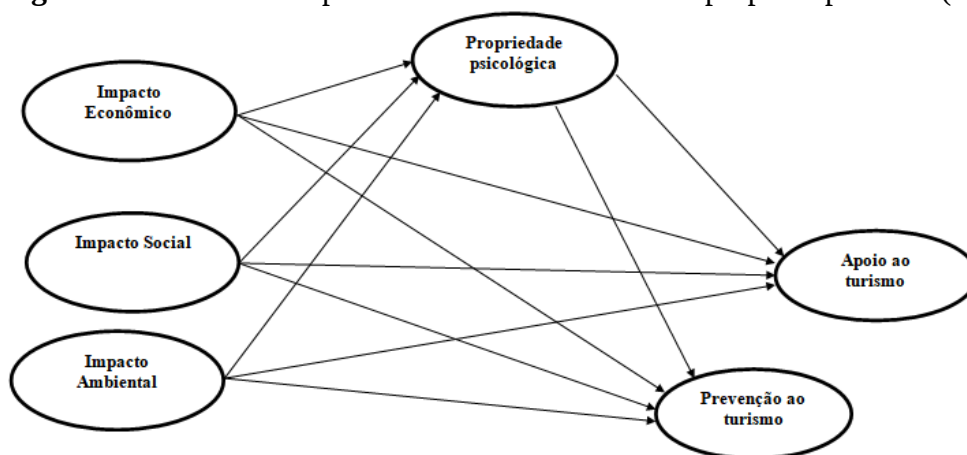


Fonte: Kim *et al.* (2021, p. 5, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que a participação dos residentes no desenvolvimento do turismo, juntamente com a percepção dos impactos positivos e negativos, seu apego e dependência econômica no turismo influenciam as atitudes em relação ao desenvolvimento do turismo em Gamcheon.

Yim (2021) realizou um estudo com 281 residentes Gopeng, Malásia, objetivando examinar o efeito da propriedade psicológica na atitude dos residentes em relação ao turismo. Nesse estudo, foram considerados como fatores: impactos econômicos, sociais e ambientais, propriedade psicológica, prevenção ao turismo e apoio ao turismo. Na figura 19 é apresentado o modelo proposto por Yim (2021).

Figura 19 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yim (2021)



Fonte: Yim (2021, p. 4, tradução nossa).

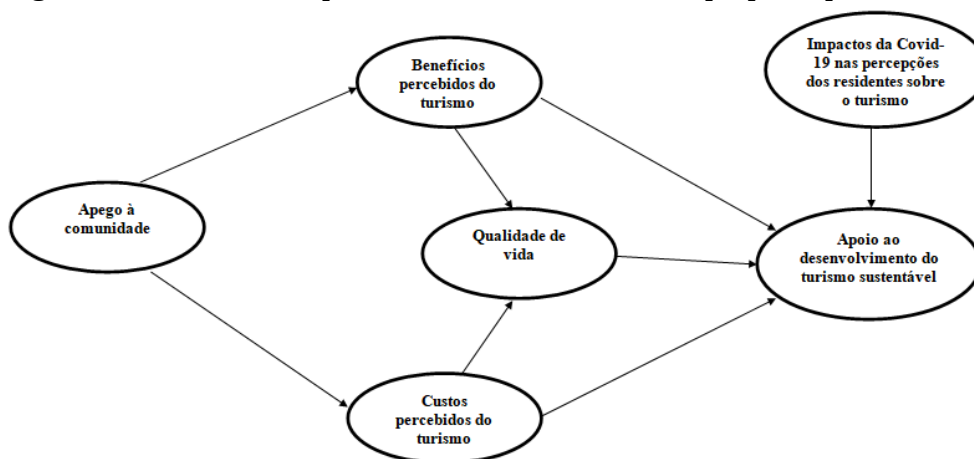
Os resultados evidenciaram que os impactos ambientais foram considerados pelos residentes de Gopeng como influenciadores do seu apoio ao desenvolvimento do turismo. O

referido fator, também afeta a prevenção ao turismo, que se trata de medidas de proteção para manutenção da estabilidade local, ou seja, contra as possíveis ameaças que o turismo pode ocasionar em um destino.

O impacto econômico afetou a propriedade psicológica dos residentes, que se trata de um sentimento de posse direcionado a um lugar em que os indivíduos se sentem conectados, assim como, a prevenção ao turismo, enquanto para o apoio ao turismo o constructo foi insignificante. Destacou-se ainda, que observados impactos econômicos favoráveis, os residentes tendem a diminuir suas atitudes de prevenção ao turismo em Gopeng.

Vinerean *et al.* (2021) aplicaram uma pesquisa com 344 residentes do condado de Sibiu, Transilvânia, objetivando investigar o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável em meio aos impactos da pandemia da COVID-19. Nessa pesquisa, foram considerados os seguintes fatores: apego à comunidade, benefícios e custos percebidos do turismo, qualidade de vida, impactos da COVID-19 nas percepções dos residentes sobre o turismo e apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável. Na figura 20 é apresentado o modelo proposto por Vinerean *et al.* (2021).

Figura 20 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Vinerean *et al.* (2021)



Fonte: Vinerean *et al.* (2021, p. 9, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo sustentável em Sibiu foi influenciado positivamente pela percepção dos benefícios do turismo e pela qualidade de vida percebida, porém foi afetado negativamente pela percepção dos impactos da COVID-19 no turismo. Em vista disso, o apoio dos residentes se tornou limitado pela concepção de que os turistas poderiam transmitir a COVID-19, incitando a sensação de perigo e/ou risco à saúde atrelada à visita turística em seu entorno habitual.

O apego comunitário influenciou a percepção dos residentes de Sibiu quanto aos benefícios e custos do turismo, de forma positiva no primeiro caso e negativa no segundo. A qualidade de vida, por sua vez, medeia parcialmente a percepção dos benefícios e o apoio ao desenvolvimento sustentável do turismo.

Chagas, Marques e Silva (2022) realizaram uma pesquisa com 298 residentes de Pipa, município de Tibau do Sul, RN, Brasil, com o intuito de classificá-los conforme sua percepção quanto ao apoio ao desenvolvimento turístico na localidade. Nesta pesquisa, foram considerados como fatores: imagem do local, apego do residente à comunidade e os impactos causados pelo turismo no destino.

Os resultados mostraram a existência de dois agrupamentos, um constituído pelos residentes que apoiam e outro pelos que não apoiam o turismo em Pipa. O grupo de residentes que apoiam (maioria) o desenvolvimento do turismo em Pipa são aqueles que apresentam adequada imagem afetiva e cognitiva do local, apego ao lugar, percepção quanto aos impactos econômicos positivos que o turismo gera no destino, bem como, baixa percepção quanto aos impactos negativos do turismo sobre o âmbito social e ambiental.

Já o grupo que não apoia o turismo apresenta baixa percepção de imagem afetiva e cognitiva com o lugar, baixo nível de apego ao local e baixa percepção dos impactos econômicos positivos do turismo, enquanto percebem altos impactos sociais e ambientais em decorrência do desenvolvimento do turismo em Pipa. Nessa linha, nota-se que a percepção dos impactos do turismo, sejam eles positivos ou negativos, influenciaram no apoio/reprovação dos residentes de Pipa.

Com base nos resultados obtidos nos estudos apresentados, nota-se a presença e influência da percepção dos impactos positivos e negativos do turismo no apoio dos residentes ao seu desenvolvimento, independentemente da segmentação ou destino investigado. Diante disso, neste estudo se propôs as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: *Existe uma relação positiva direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Hipótese 2: *Existe uma relação negativa direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos negativos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

A seguir se apresenta e discute a Teoria da Identidade do Lugar e sua relação com o apoio de residentes ao turismo.

2.4.2 Teoria da Identidade do Lugar e o apoio de residentes ao turismo

A compreensão da Teoria da Identidade do Lugar perpassa pela psicologia ambiental, na qual o lugar é o espaço físico onde acontece a vivência e se estabelece relações sociais, apresentando diversas significações para os indivíduos (Hallak, Brown & Lindsay, 2012; Kuo, *et al.*, 2021) e a identidade envolve sentimentos de pertencimento e ligações emocionais entre os indivíduos e o lugar (Wang *et al.*, 2020).

Nesse sentido, Relph (1976) evidenciou a necessidade da ampliação do entendimento de lugar, pois este não se resume ao espaço físico, é moldado pela complexidade que envolve as vivências e experiências humanas. Esta concepção mais ampla sobre o lugar contribuiu para o estudo sobre o apego, senso e identidade do lugar nas mais diversas realidades e destinações.

Prosshansky, Fabian e Kaminoff (1983) enaltecem que a identidade do lugar além de considerar a percepção dos indivíduos quanto às condições do meio físico onde satisfazem suas necessidades biológicas, psicológicas, sociais e culturais, também envolve memórias, interpretações, sentimentos e emoções a respeito desse lugar. Assim como a vida humana é dinâmica, a sua identidade do lugar é mutável, o que significa dizer que as cognições sobre as condições de vida e emoções dos indivíduos para com o espaço físico e as relações sociais constituídas no local podem se alterar com o passar do tempo.

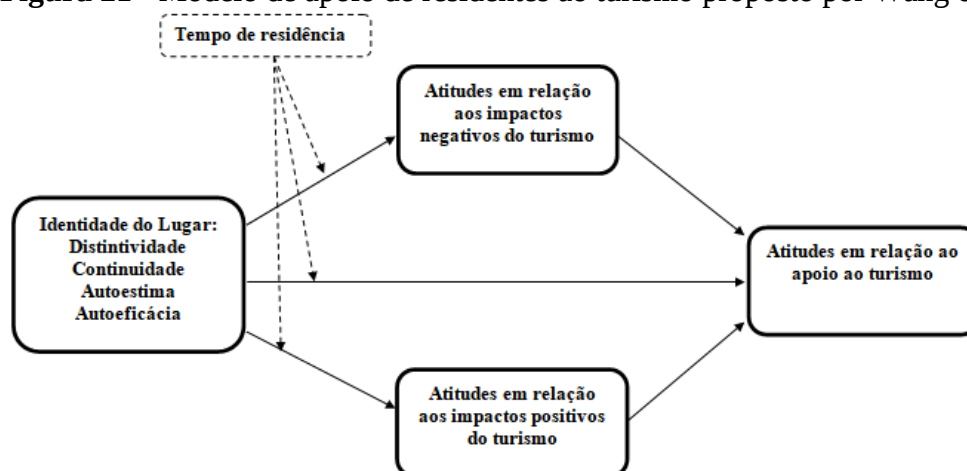
Wang e Chen (2015) evidenciam como princípios da identidade do lugar, a saber: a distintividade que tem a ver com a singularidade do destino; a continuidade, cuja premissa é a manutenção da história, memória e outros aspectos próprios do lugar; a autoestima que refere-se à autoavaliação realizada pelos indivíduos sobre si mesmo e sobre o seu meio de interação social; e a autoeficácia que está relacionada a confiança que o indivíduo possui em suas capacidades para resolver problemas ou tomar decisões.

Desse modo, a partir da compreensão da identidade do lugar e dos seus princípios, como um elo emocional entre indivíduo e o lugar que é capaz de influenciar comportamentos, tem-se segundo Kuo *et al.* (2021, p. 43) que “os residentes podem apoiar atividades turísticas e ajudar a promover e desenvolver o turismo se estiverem apegados e se sentirem orgulhosos do seu local de residência”.

Nessa perspectiva, apresenta-se a seguir estudos que se utilizam da SET e da Teoria da Identidade do Lugar com o propósito de investigação do apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo nas mais diversas destinações.

Wang e Chen (2015) investigaram 464 residentes de Indianápolis, uma cidade do Centro-Oeste dos Estados Unidos, com o intuito de examinar se a identidade do local desses residentes poderia afetar suas atitudes em relação ao desenvolvimento do turismo. Para tal investigação, se considerou os seguintes fatores: a identidade do lugar (distintividade, continuidade, autoestima e autoeficácia), as atitudes em relação aos impactos positivos e negativos do turismo e as atitudes em relação ao apoio ao turismo. O modelo proposto por Wang e Chen (2015) é apresentado na figura 21.

Figura 21 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wang e Chen (2015)

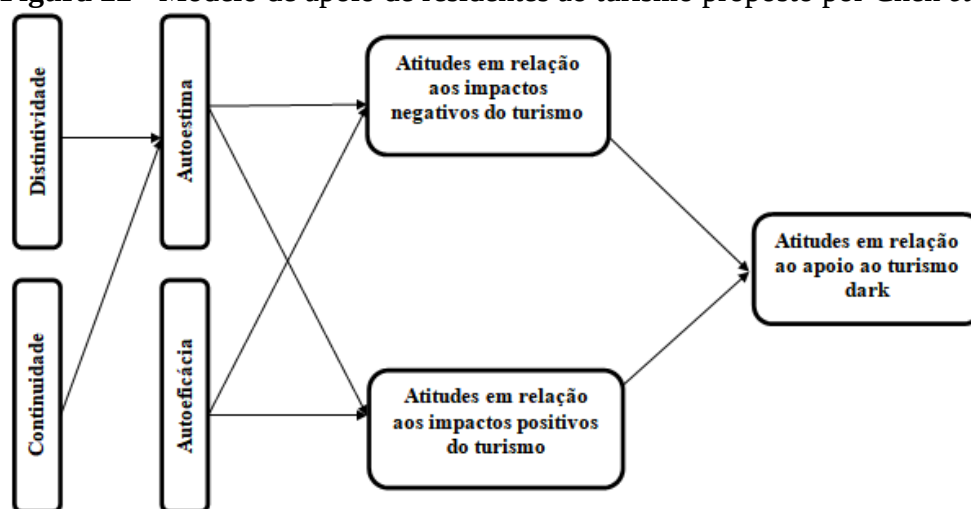


Fonte: Wang e Chen (2015, p. 20, tradução nossa).

Os resultados demonstraram que os princípios de autoestima e autoeficácia da identidade do lugar influenciaram direta e significativamente as atitudes dos residentes em relação aos impactos positivos e negativos do turismo, bem como, o seu apoio ao desenvolvimento do turismo local. Nesse sentido, evidencia-se a relevância de compreender a identidade do lugar e sua inferência sobre as atitudes, comportamentos, percepções e apoio ao turismo dos residentes nos mais variados destinos e segmentações.

Chen, Wang e Xu (2017) desenvolveram uma pesquisa com 526 residentes de Yingxiu, China (epicentro do grande terremoto de Wenchuan), com o intuito de examinar seu apoio ao turismo dark. Nessa pesquisa, foram considerados os seguintes fatores: a identidade do lugar (distintividade, continuidade, autoestima, autoeficácia), as atitudes em relação aos impactos positivos e negativos do turismo e as atitudes em relação ao apoio ao turismo dark. O modelo proposto por Chen *et al.* (2017) é apresentado na figura 22.

Figura 22 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Chen *et al.* (2017)



Fonte: Chen *et al.* (2017, p. 343, tradução nossa).

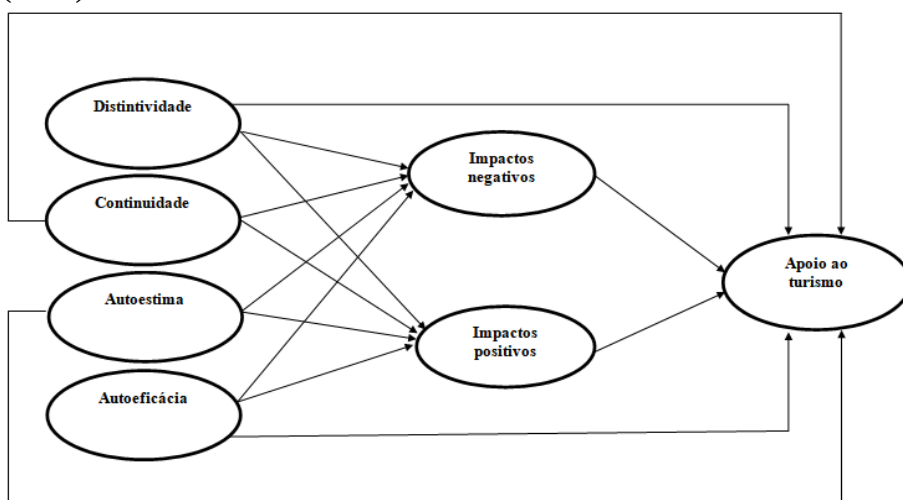
Os resultados mostraram que a identidade do lugar afetou significativamente as atitudes dos residentes quanto aos impactos positivos e negativos do turismo, e tais atitudes mediam a relação entre identidade do lugar e o apoio dos residentes ao turismo dark. Isso mostra que para se explorar sentimentos e atitudes positivas dos residentes em relação ao turismo dark, foi necessário atentar-se a maximização dos impactos positivos e minimização dos negativos e o aumento da distintividade, continuidade, autoestima e autoeficácia dos residentes de Yingxiu (Chen *et al.*, 2017).

W. Wang e S. Wang (2018) examinaram se existiam diferenças culturais na influência da identidade do lugar (distintividade, continuidade, autoestima e autoeficácia), nas percepções sobre os impactos positivos e negativos do turismo e no apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em dois destinos, a saber, Zhuhai, China (500 residentes entrevistados) e Indianápolis, Estados Unidos (464 residentes entrevistados).

Os resultados evidenciaram que os princípios da identidade do lugar se comportaram de forma diferente em relação à percepção dos residentes quanto aos impactos do turismo e seu apoio nos dois destinos investigados, por exemplo, a distintividade que trata do sentimento de singularidade do lugar foi significativa para amostra de Zhuhai, o que não aconteceu com Indianápolis; a percepção dos impactos positivos do turismo mediou a autoestima e o apoio ao turismo dos residentes de Indianápolis, enquanto para amostra de Zhuhai não foi significativa; a autoeficácia foi considerada significativa em relação aos impactos e o apoio ao turismo pelos residentes de Indianápolis, enquanto para a outra amostra isso não aconteceu (W. Wang & S. Wang, 2018).

Percebe-se que os residentes de Indianópolis pela sua identidade do lugar estavam mais propensos a apoiar o turismo do que os residentes de Zhuhai. Dessa forma, é possível constatar que as diferenças culturais entre os residentes investigados se reverberaram nas suas percepções quanto aos impactos e seu apoio ao desenvolvimento do turismo (W. Wang & S. Wang, 2018). O modelo utilizado por W. Wang e S. Wang (2018) é apresentado na figura 23.

Figura 23 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por W. Wang e S. Wang (2018)

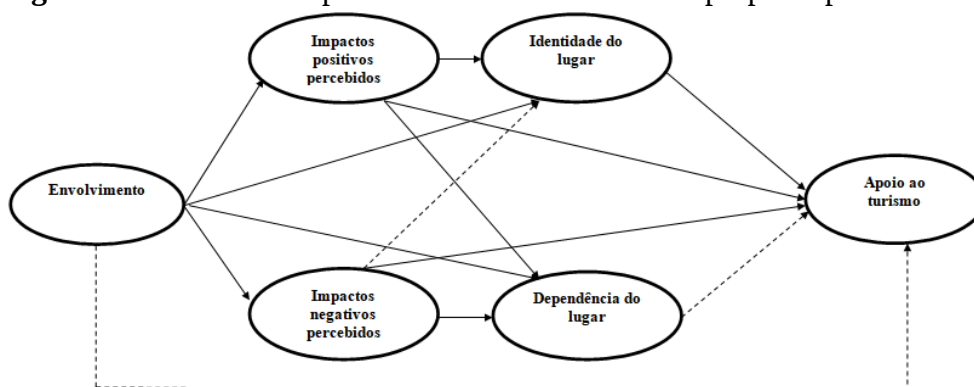


Fonte: W. Wang e S. Wang (2018, p. 8, tradução nossa).

Yuan *et al.* (2019) realizaram uma pesquisa com 336 residentes de Huangshi, China para examinar a influência do envolvimento dos residentes com o turismo, nas suas percepções dos impactos positivos e negativos do turismo, na identidade do lugar, na dependência do lugar e no seu apoio ao turismo de patrimônio industrial. Destaca-se que, por dependência do lugar, entende-se as comodidades presentes no destino, ou seja, o quanto o lugar facilita a vida das pessoas e atende suas necessidades e desejos (Wang *et al.*, 2020).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes de Huangshi foi influenciado pela percepção dos impactos positivos (benefícios) e negativos (custos) do turismo, resultado amplamente abordado em estudos que utilizam a SET e a identidade do lugar. Sendo que, a percepção desses impactos também influenciou a identidade do lugar e a dependência do lugar. Quanto ao envolvimento dos residentes com o turismo, esse não apresentou relação com o apoio ao turismo de patrimônio industrial (Yuan *et al.*, 2019). O modelo utilizado por Yuan *et al.* (2019) é apresentado na figura 24.

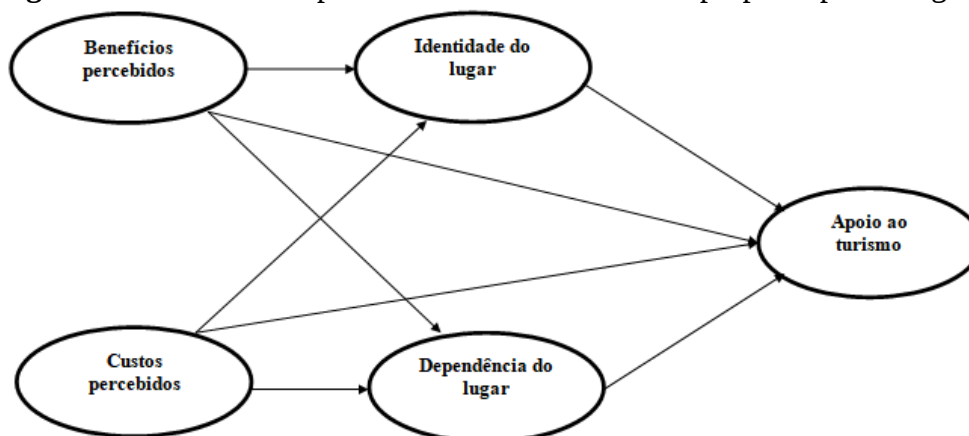
Figura 24 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yuan *et al.* (2019)



Fonte: Yuan *et al.* (2019, p. 7, tradução nossa).

Wang *et al.* (2020) desenvolveram uma pesquisa com 294 residentes étnicos da vila de Xijiang Miao, na China, tendo como propósito, examinar o efeito de fatores cognitivos (benefício e custos percebidos) e fatores emocionais (identidade do lugar e dependência do lugar) sobre o apoio dos residentes ao turismo étnico. O modelo proposto por Wang *et al.* (2020) é apresentado na figura 25.

Figura 25 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wang *et al.* (2020)

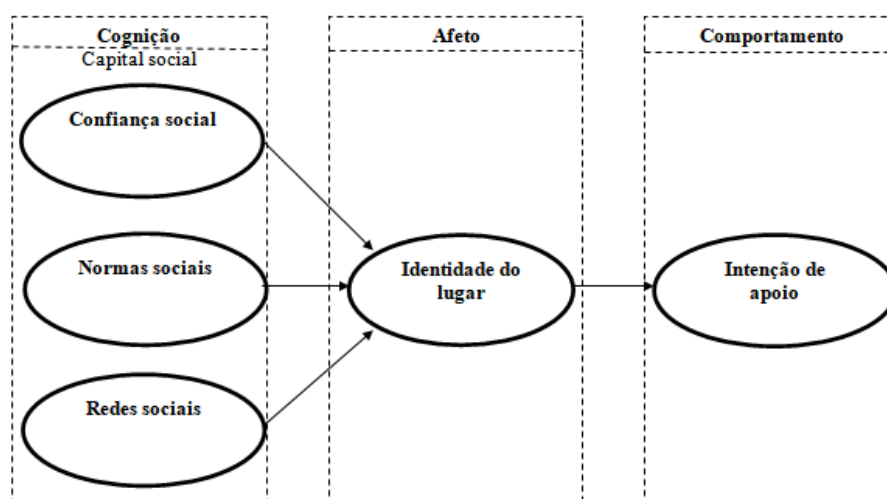


Fonte: Wang *et al.* (2020, p. 115, tradução nossa).

Como resultado da investigação, obteve-se que os fatores emocionais compostos pela identidade do lugar e pela dependência do lugar influenciaram positivamente o apoio dos residentes ao turismo. Enquanto os fatores cognitivos, a percepção dos impactos positivos e negativos não foi significativa para influenciar o apoio. Na visão de Wang *et al.* (2020) isso ocorre porque os residentes estão mais preocupados com a manutenção da sua identidade cultural, melhorias em condições de vida e a funcionalidade do lugar do que com possíveis retornos econômicos provenientes do turismo.

Kuo *et al.* (2021) realizaram uma pesquisa com 500 residentes a respeito do seu apoio ao turismo de festivais. Utilizando-se do modelo cognição-afeto-comportamento, investigaram as relações entre o capital social, a identidade do lugar e a intenção de apoio dos residentes ao Festival de Folclore Kaohsiung Zuoying Wanniam, na China. Nessa pesquisa, foram considerados os seguintes fatores: quanto à cognição – o capital social (confiança social, normas sociais e redes sociais); no afeto – a identidade do lugar; e no comportamento – a intenção de apoio dos residentes. O modelo utilizado por Kuo *et al.* (2021) é apresentado na figura 26.

Figura 26 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Kuo *et al.* (2021)



Fonte: Kuo *et al.* (2021, p. 41, tradução nossa).

Os resultados demonstraram que o capital social (confiança, normas e redes sociais) influenciou positivamente a identidade do lugar, ou seja, se os residentes estiverem satisfeitos com o seu capital social, tendem a desenvolver sentimentos mais positivos quanto à comunidade e o turismo. Nesta perspectiva, quanto maior a identidade do lugar apresentada pelos residentes, maior a probabilidade de apoiar o turismo de festival (Kuo *et al.*, 2021).

Diante da apresentação dos estudos acima mencionados, foi possível perceber que a identidade do lugar expressada pelos residentes pode influenciar o seu apoio ao desenvolvimento turístico nos mais diversos destinos. Ou seja, quanto mais envolvidos emocionalmente (sentimento de pertencimento ao lugar) os residentes se mostrem mais avaliarão os impactos do turismo e, se perceberem que sua identidade cultural/local está sendo resguardada/valorizada maior será a probabilidade do seu apoio ao desenvolvimento turístico.

Nessa perspectiva, cabe aos atores governamentais e planejadores do turismo se atentar às percepções dos residentes quanto aos impactos do turismo e sua relação com a identidade do lugar, tendo em vista, seu apoio ao invés da geração de conflitos por desaprovação da atividade em seu entorno habitual. Assim, faz-se necessária a realização constante de estudos com os residentes de destinos turísticos, visando investigar as relações e as influências da identidade do lugar e o apoio ao turismo (Wang, Zhou, Lee & King, 2014). A respeito disso, o presente estudo testou a seguinte hipótese:

Hipótese 3: *Existe uma relação positiva direta entre a identidade do lugar dos residentes e seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

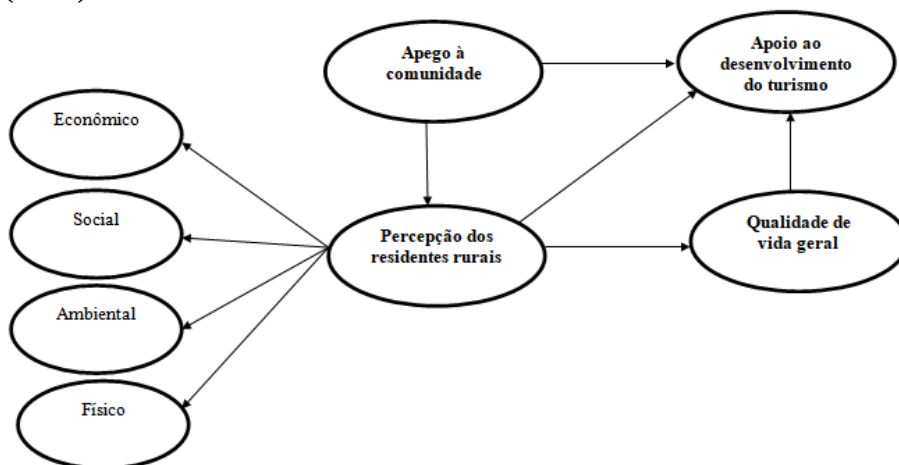
A seguir se apresenta e discute sobre a qualidade de vida e sua relação com o apoio de residentes ao turismo.

2.4.3 Qualidade de Vida e o apoio de residentes ao turismo

A Qualidade de Vida (QV) é uma temática abrangente e complexa que envolve considerar a satisfação dos indivíduos a partir de suas experiências, interpretações e vivências. É discutida no âmbito do trabalho, nos preceitos da sociedade, bem como no turismo, pois se torna alvo de seus impactos, sejam eles positivos ou negativos (Yayla, Koç & Dimanche, 2023). Nessa perspectiva, apresentam-se a seguir estudos que abordam a relação entre os impactos do turismo e a QV e como se reverberam no apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo.

Campón-Cerro, Folgado-Fernández e Hernández-Mogollón (2017) realizaram um estudo com 245 residentes dos distritos de Sierra de Gata e Las Hurdes na Espanha, para entender como as percepções dos residentes rurais sobre o desenvolvimento do turismo afetam sua intenção de apoio. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: a percepção dos residentes rurais quanto aos impactos do turismo (econômico, social, ambiental e físico), apego à comunidade, QV geral e apoio ao desenvolvimento do turismo. O modelo proposto por Campón-Cerro *et al.* (2017) é apresentado na figura 27.

Figura 27 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Campón-Cerro *et al.* (2017)

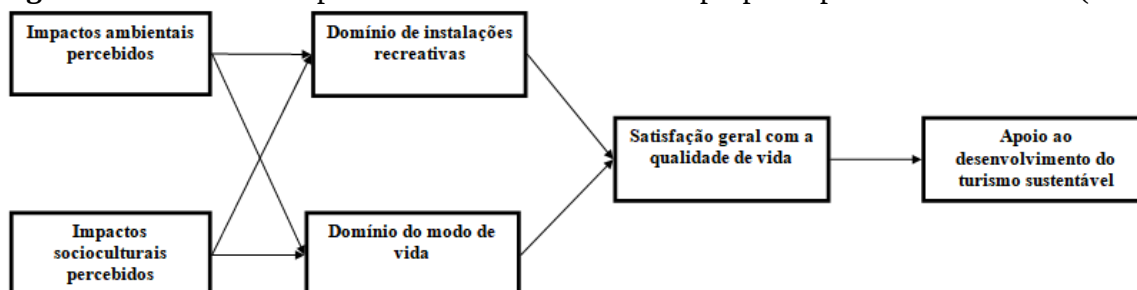


Fonte: Campón-Cerro *et al.* (2017, p. 6, tradução nossa).

Os resultados demonstraram que o apoio dos residentes de Sierra de Gata e Las Hurdes foi influenciado pela percepção dos impactos do turismo (econômicos, sociais, ambientais e físicos) no ambiente rural, o apego à comunidade e a QV que percebem em seu lugar de residência. Os residentes com maior apego à comunidade perceberam mais os impactos positivos ocasionados pelo desenvolvimento do turismo.

Eslami, Khalifah, Mardani e Streimikiene (2018) desenvolveram uma pesquisa com 542 residentes de seis distritos diferentes da Ilha de Langkawi, na Malásia, com o intuito de examinar seu apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: impactos ambientais e socioculturais percebidos, domínios de instalações recreativas e do modo de vida, a satisfação geral com a QV e o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável. Na figura 28 é apresentado o modelo proposto por Eslami *et al.* (2018).

Figura 28 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por de Eslami *et al.* (2018)

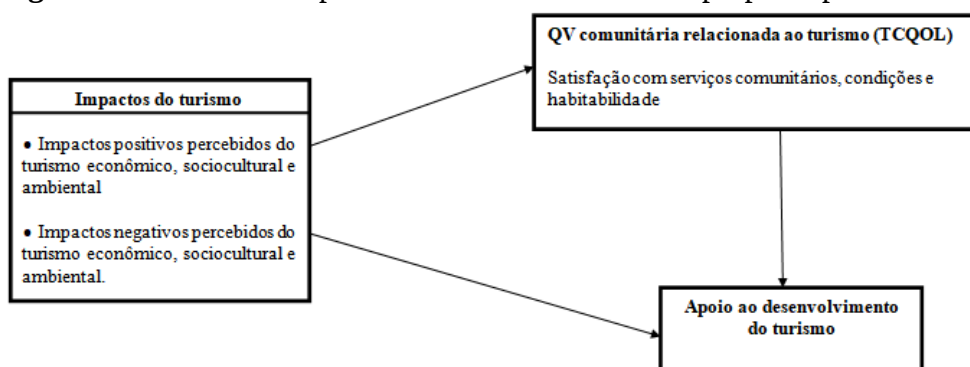


Fonte: Eslami *et al.* (2018, p. 183, tradução nossa).

Os resultados do estudo demonstraram que os impactos socioculturais do turismo influenciaram a satisfação dos residentes com os domínios do modo de vida e as comodidades recreativas, o que afetou a sua satisfação com a QV. Em linhas gerais, quanto mais os residentes se mostraram satisfeitos com a sua QV mais apoiam o desenvolvimento do turismo sustentável na Ilha de Langkawi.

Yu, Cole e Chancellor (2018) realizaram um estudo sobre o apoio ao desenvolvimento do turismo em comunidades rurais com 324 residentes de Orange County, Indiana, Estados Unidos. Nesse estudo, foram considerados como fatores: impactos econômicos, socioculturais e ambientais positivos e negativos do turismo, QV comunitária relacionada ao turismo e o apoio ao desenvolvimento do turismo no local. O modelo proposto por Yu *et al.* (2018) é apresentado na figura 29.

Figura 29 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yu *et al.* (2018)

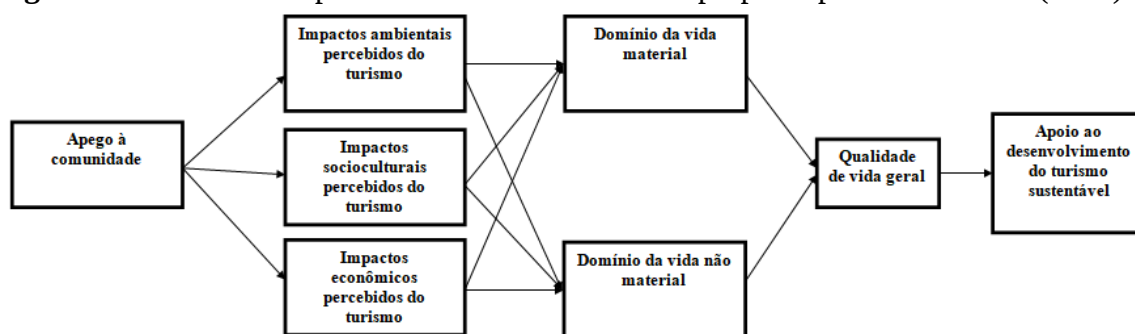


Fonte: Yu *et al.* (2018, p. 4, tradução nossa).

Os resultados mostraram que os impactos socioculturais e ambientais positivos afetaram positivamente a QV dos residentes. Já os impactos econômicos e socioculturais positivos afetaram positivamente o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, enquanto os impactos socioculturais e ambientais negativos reduziam tal apoio. Nesse contexto, a percepção dos residentes sobre a QV relacionada ao turismo desempenha um fator importante para avaliação do seu apoio ao desenvolvimento do turismo em Orange County.

Eslami *et al.* (2019) desenvolveram uma pesquisa com 542 residentes da Ilha Langkawi, Malásia, com objetivo de investigar seu apoio ao turismo sustentável, levando em consideração os seguintes fatores: apego à comunidade, impactos ambientais, socioculturais e econômicos percebidos do turismo, domínio da vida material e não material, QV geral e apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável. Na figura 30 é apresentado o modelo proposto por Eslami *et al.* (2019).

Figura 30 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Eslami *et al.* (2019)



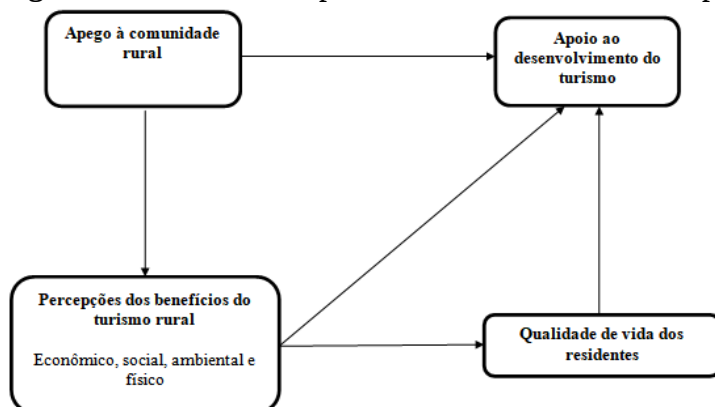
Fonte: Eslami *et al.* (2019, p. 1066, tradução nossa).

Os resultados deste estudo revelaram que o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo sustentável em Langkawi foi influenciado pela satisfação com a QV na comunidade. Vale destacar que, por QV entende-se o bem-estar dos residentes em relação ao seu entorno habitual.

Em relação aos domínios materiais - ligados a situações financeiras, de residência e emprego e renda; e os domínios não materiais - ações ou atividades que envolvem entretenimento e momentos de recreação e lazer, os residentes de Langkawi evidenciaram que esses determinam a satisfação com a QV geral. O apego à comunidade relaciona-se fortemente aos impactos percebidos do turismo que influenciam os domínios da vida material e não material.

Bajrami *et al.* (2020) aplicaram uma pesquisa com 881 residentes de comunidades rurais na Sérvia, com intuito de examinar seu apoio ao turismo, levando em consideração os seguintes fatores: apego à comunidade rural, percepções dos benefícios do turismo rural (econômico, social, ambiental e físico), QV dos residentes e apoio ao desenvolvimento do turismo. O modelo proposto por Bajrami *et al.* (2020) é apresentado na figura 31.

Figura 31 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Bajrami *et al.* (2020)

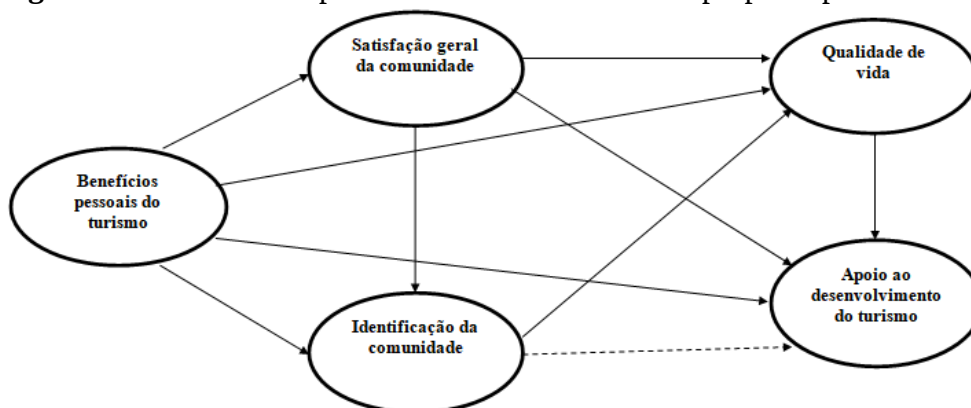


Fonte: Bajrami *et al.* (2020, p. 11, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em áreas rurais da Sérvia foi influenciado pela percepção positiva dos impactos econômicos, sociais, ambientais e físicos do turismo, bem como pelo apego que possuem ao seu lugar de vivência. Por sua vez, a QV geral dos residentes foi percebida considerando os benefícios ocasionados pelo desenvolvimento do turismo rural.

Su e Swanson (2020) examinaram o apoio ao desenvolvimento do turismo de 453 residentes da Ilha Gulangyu, localizada na cidade de Xiamen, China, considerando os seguintes fatores: benefícios pessoais do turismo, os mediadores da qualidade relacional (a satisfação geral da comunidade e identificação da comunidade), e a QV como antecessores do apoio ao desenvolvimento do turismo. O modelo utilizado por Su e Swanson (2020) é apresentado na figura 32.

Figura 32 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Su e Swanson (2020)

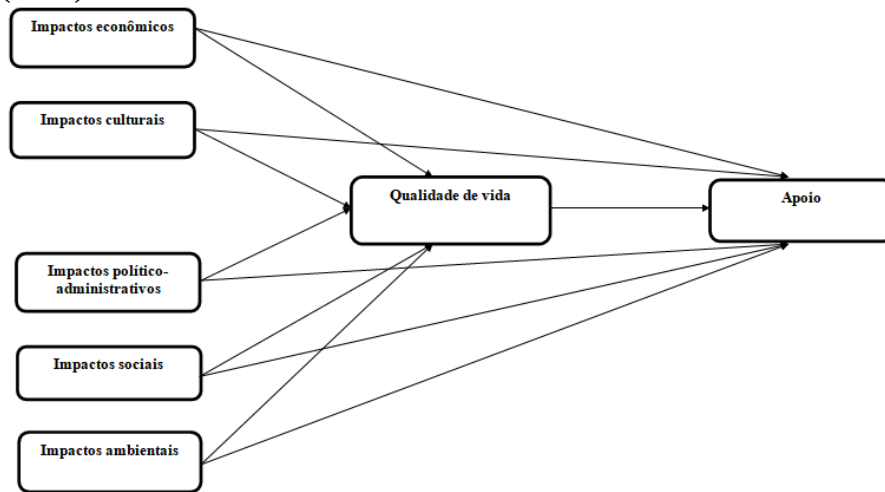


Fonte: Su e Swanson (2020, p. 437, tradução nossa).

Os resultados mostraram que quanto mais os residentes da Ilha Gulangyu percebem benefícios pessoais do turismo, mais estão satisfeitos e com identificação comunitária, bem como avaliam de forma positiva a QV. De modo geral, a percepção dos benefícios pessoais do turismo e a QV influenciaram direta e fortemente o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo no destino investigado.

González-García, Escamilla-Fajardo, López-Carril e Nuñez-Pomar (2020) analisaram as percepções de 607 residentes sobre os impactos do turismo, a QV e seu apoio ao turismo esportivo na Gran Canária. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: impactos econômicos, culturais, político-administrativos, sociais e ambientais, a qualidade de vida e o apoio. O modelo proposto por González-García *et al.* (2020) é apresentado na figura 33.

Figura 33 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Gonzáles-García *et al.* (2020)

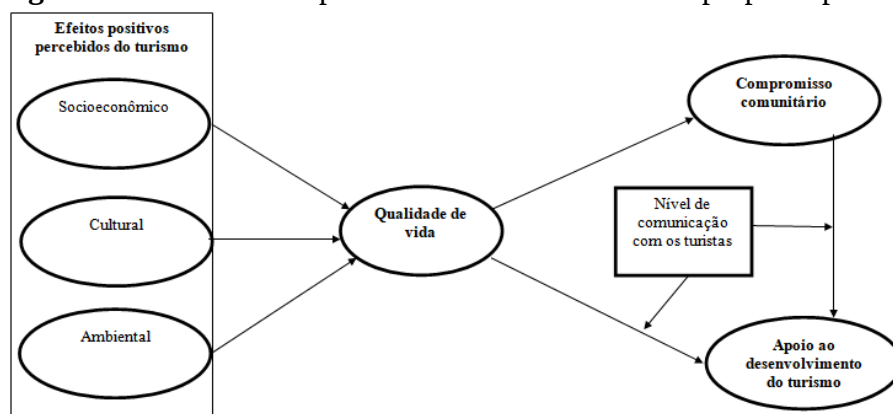


Fonte: Gonzáles-García *et al.* (2020, p. 182, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que o apoio ao turismo esportivo por parte dos residentes de Gran Canária foi influenciado significativamente pela percepção dos impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais positivos do turismo e mediado pela sua percepção quanto à QV.

Yayla, Koç e Dimanche (2023) desenvolveram um estudo com 468 residentes de Manavgat, Turquia com propósito de investigar as relações entre a percepção dos efeitos positivos do turismo (socioeconômico, cultural e ambiental), a QV dos residentes, o compromisso comunitário, o apoio ao desenvolvimento do turismo e o papel moderador do nível de comunicação com os turistas. O modelo utilizado por Yayla *et al.* (2023) é apresentado na figura 34.

Figura 34 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Yayla *et al.* (2023)



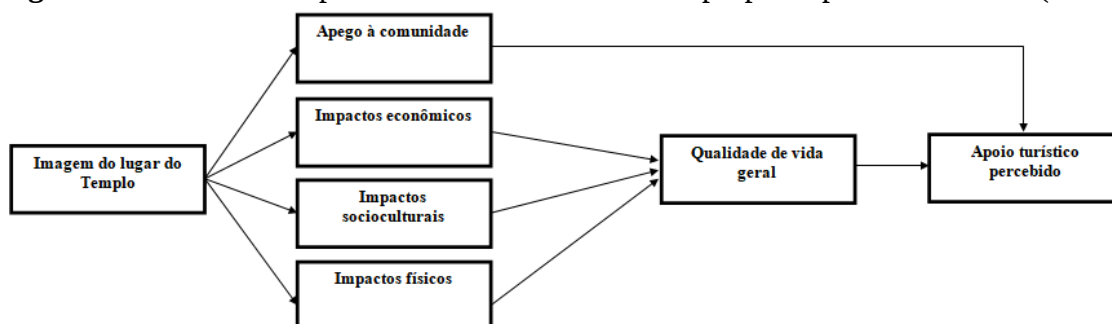
Fonte: Yayla *et al.* (2023, p. 8, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que a percepção dos impactos positivos (socioeconômicos, culturais e ambientais) do turismo melhora a QV dos residentes, e essa aumenta o compromisso comunitário e o apoio dos residentes ao turismo. Sendo o compromisso comunitário um mediador entre a QV e o apoio dos residentes ao turismo.

Já no que compete a comunicação entre residentes e turistas, essa afetou tanto o compromisso comunitário quanto o apoio ao turismo, pois se entende que quanto mais envolvido com o turismo e mais próximo o residente estiver dos turistas, maior a probabilidade de apoiar o desenvolvimento do turismo em seu entorno habitual (Yayla *et al.*, 2023).

Prasad, VT e Dixit (2023) desenvolveram uma pesquisa com 540 residentes de Thrissur, um destino cultural que recebe turistas que buscam visitar templos em Kerala, na Índia. O objetivo foi analisar atitudes e percepções dos residentes no sentido do seu apoio ao turismo religioso. Nessa pesquisa, foram considerados como fatores: imagem do lugar do templo, apego à comunidade, impactos econômicos, socioculturais e físicos e a QV geral, como preditores do apoio ao turismo. O modelo proposto por Prasad *et al.* (2023) é apresentado na figura 35.

Figura 35 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Prasad *et al.* (2023)



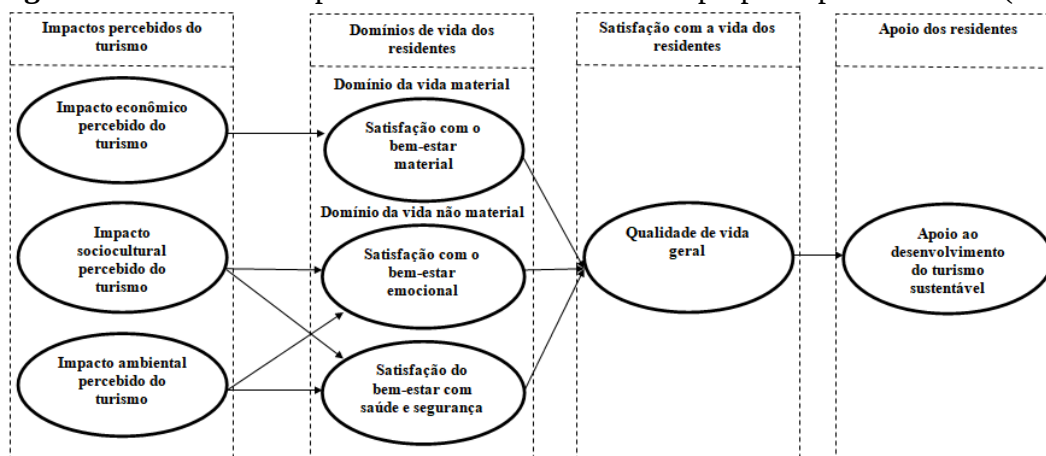
Fonte: Prasad *et al.* (2023, p. 402, tradução nossa).

Os resultados mostraram que a imagem do local do templo influenciou positivamente a percepção dos residentes quanto aos impactos econômicos, socioculturais e físicos do destino investigado, bem como o apego comunitário. Os impactos econômicos e físicos influenciaram a percepção da QV dos residentes, essa por sua vez, afetou juntamente com o apego comunitário, o apoio dos residentes ao turismo religioso em Thrissur (Prasad *et al.*, 2023).

Han, Ramkissoon, You e Kim (2023) examinaram o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável aplicando uma pesquisa com 364 residentes da cidade de Jechon, na

Coreia do Sul. Nesse estudo, foram considerados como fatores: impactos percebidos do turismo (econômico, sociocultural e ambiental), domínios da vida material (satisfação com o bem-estar material) e não material (satisfação com o bem-estar emocional, com saúde e segurança), QV geral e apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável. O modelo proposto por Han *et al.* (2023) é apresentado na figura 36.

Figura 36 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Han *et al.* (2023)



Fonte: Han *et al.* (2023, p. 6, tradução nossa).

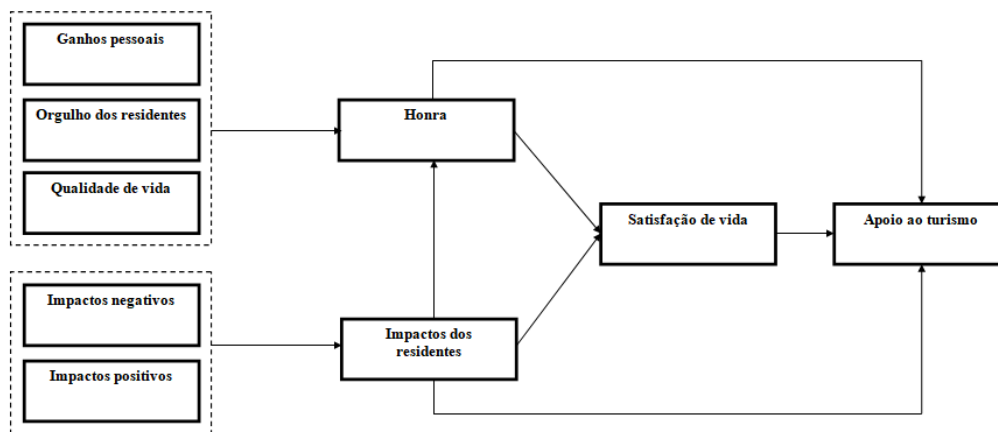
Os resultados demonstram que os impactos positivos percebidos do turismo conduzem, em última análise, ao apoio dos residentes de Jechon ao desenvolvimento do turismo sustentável. Tais impactos também têm efeitos positivos na satisfação com o bem-estar material, emocional e em termos de saúde e segurança, esses, por sua vez, afetam positivamente a QV que tem efeito positivo no apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo sustentável.

Vieira, Berselli, Zucco, Pereira e Quadros (2023) realizaram uma pesquisa com 398 residentes de Blumenau, Santa Catarina, Brasil, visando analisar a influência da sua percepção quanto à relação de honra, impactos do turismo de eventos e a satisfação de vida no apoio ao turismo. Nessa pesquisa, foram considerados os seguintes fatores: impactos positivos e negativos, impactos dos residentes, ganhos pessoais, orgulho dos residentes, QV, honra, satisfação de vida e apoio ao turismo.

Os resultados demonstraram que o apoio dos residentes de Blumenau ao turismo foi influenciado pela sua honra (ganhos pessoais, orgulho dos residentes e QV), ou seja, seu sentimento de pertencimento, autonomia e orgulho em fazer parte de uma comunidade. Destaca-se que os impactos dos residentes (impactos positivos e negativos) têm relação

positiva com a honra, satisfação com a vida e com o apoio ao turismo. O modelo utilizado por Vieira *et al.* (2023) é apresentado na figura 37.

Figura 37 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Vieira *et al.* (2023)



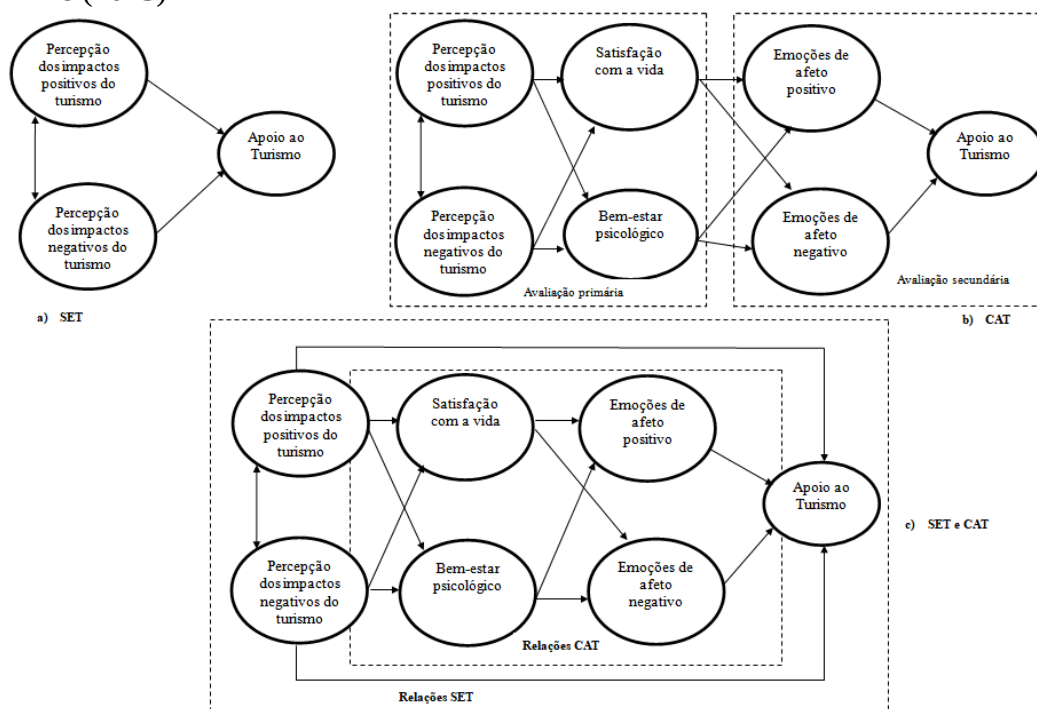
Fonte: Vieira *et al.* (2023, p. 8, tradução nossa).

Munanura, Parada e Kline (2023) realizaram um estudo visando demonstrar a utilidade potencial da integração da Teoria da Avaliação Cognitiva (CAT) e da SET para explicar o processo cognitivo que liga a percepção dos impactos do turismo, a QV e o apoio de residentes ao turismo. Esse estudo foi aplicado com 782 residentes dos condados de Klamath e Linn, no estado de Oregon, Estados Unidos, testando três modelos, o primeiro que considera SET, o segundo a avaliação cognitiva e o terceiro que une ambas as teorias.

Os modelos utilizados por Munanura, Parada e Kline (2023) são apresentados na figura 38, vale destacar que foram considerados os fatores: percepção dos impactos positivos e negativos do turismo, satisfação com a vida (QV), bem-estar psicológico, emoções de afeto positivo e negativo e apoio ao turismo.

Os resultados demonstram que a integração da SET e da CAT melhora potencialmente a previsão do apoio dos residentes de Klamath e Linn ao turismo. De modo geral, obteve-se que: os impactos positivos e negativos do turismo preveem o apoio ao turismo; os impactos positivos do turismo influenciam a QV/satisfação com a vida e o bem-estar psicológico; a QV prediz emoções afetivas positivas; o bem-estar psicológico prediz emoções afetivas negativas; e as emoções afetivas positivas aumentam o apoio dos residentes ao turismo (Munanura, Parada & Kline 2023).

Figura 38 - Modelos de apoio de residentes ao turismo proposto por Munanura, Parada e Kline (2023)

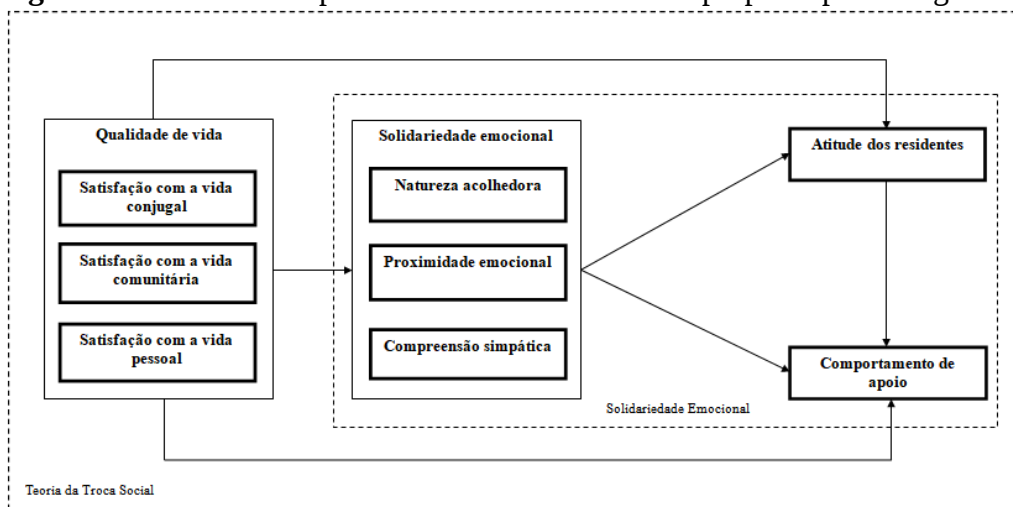


Fonte: Munanura, Parada e Kline (2023, p. 3, tradução nossa).

Em estudo realizado por Wang, Hu, Park, Yuan e Chen (2023), combinou-se a SET com a Teoria da Solidariedade Emocional para investigar o apoio de 532 residentes ao turismo noturno em Kaifeng, uma cidade com rica história cultural na China. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: QV (satisfação com a vida conjugal, comunitária e pessoal), solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática), atitude dos residentes e seu comportamento de apoio.

Os resultados mostraram que tanto a SET como a Teoria da Solidariedade Emocional agiram simultaneamente nas atitudes e no comportamento de apoio dos residentes. A relação entre a QV e o comportamento de apoio dos residentes foi afetada somente pela satisfação pessoal com a vida, e a solidariedade emocional com os turistas apresentou forte ligação com as atitudes dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo noturno em Kaifeng. Isso indica que, quando os residentes se identificam com os turistas, é provável terem percepções positivas sobre o desenvolvimento do turismo de modo geral. O modelo proposto por Wang *et al.* (2023) é apresentado na figura 39.

Figura 39 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Wang *et al.* (2023)



Fonte: Wang *et al.* (2023, p. 4, tradução nossa).

Como visto anteriormente, a QV é um fator que comumente se relaciona com os componentes da SET nas pesquisas de turismo e, mais recentemente, com fatores emocionais e novas teorias, como a Solidariedade Emocional. Dessa forma, esse estudo testou a seguinte hipótese:

Hipótese 4: *Existe uma relação positiva direta entre a qualidade de vida percebida pelos residentes e a sua solidariedade emocional com os turistas.*

A seguir apresenta-se a Teoria da Solidariedade Emocional e sua contribuição nos estudos do turismo, especialmente aqueles que visam investigar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo nos destinos.

2.4.4 Teoria da Solidariedade Emocional

A *Emotional Solidarity Theory* ou Teoria da Solidariedade Emocional tem sido utilizada nos estudos do turismo, com o intuito de investigar as emoções dos residentes para com os turistas e como tais emoções podem influenciar o apoio ao desenvolvimento turístico nas destinações (Hasani, Moghavvemi & Hamzah, 2016; Phuc & Nguyen, 2020; Daskin & Pala, 2023).

Precedendo a compreensão da solidariedade emocional, os estudos desenvolvidos pelo sociólogo, antropólogo e psicólogo francês Durkheim já tratava sobre o fato social,

entendendo-o como uma realidade inquestionável, geral e exterior aos indivíduos. Esse que exerce força coercitiva sobre os indivíduos, tanto pelo cumprimento das leis quanto pelas regras de convivência instituídas pelos grupos sociais dos quais se faz parte desde o momento do nascimento (Costa, 1997).

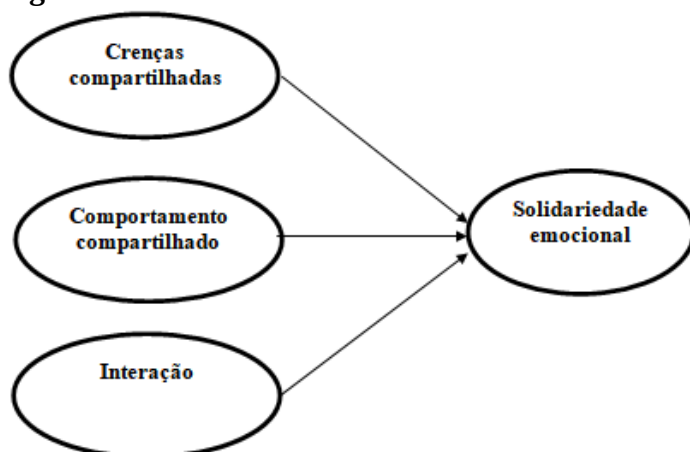
Em um contexto de divisão social do trabalho, Durkheim propôs a divisão da solidariedade em mecânica e orgânica. A primeira remete-se às relações e identificações entre os indivíduos moldadas por meio de costumes, crenças, família, etc., sendo independentes da divisão do trabalho. E a segunda, confere às sociedades capitalistas cuja divisão do trabalho torna os indivíduos interdependentes (Costa, 1997).

A respeito da compreensão de solidariedade através da interdependência entre os indivíduos residentes e turistas, a Teoria da Solidariedade Emocional foi empregada inicialmente, no estudo de Woosnam, Norman e Ying (2009) quando propuseram a aplicação da referida teoria para compreender o complexo relacionamento entre residentes e turistas nas destinações.

Com base nos estudos de Durkheim a respeito da solidariedade, Woosnam *et al.* (2009) propuseram um modelo em que a solidariedade emocional é constatada através das crenças compartilhadas, comportamento compartilhado e interação entre os residentes e turistas. O referido modelo foi testado mediante abordagem qualitativa com grupos focais de residentes pertencentes a um condado costeiro da Carolina do Sul, tendo por intuito investigar as emoções dos residentes em relação aos turistas e o que estes tinham em comum em termos de crenças, comportamento e interação.

Com vistas na compreensão geral das palavras crenças, comportamento e interação, tem-se que: “crenças” remete a convicção que um indivíduo possui sobre algo ou alguém; as ações e reações dos indivíduos em relação ao outro e a vivência de situações diversas compõem o “comportamento”; e a “interação” confere ao estabelecimento de relações mútuas entre coisas e/ou pessoas (Ferreira, 2008). Diante disso, o compartilhamento das crenças e do comportamento e a própria interação estão circunscritas nas relações estabelecidas entre residentes e turistas em um destino turístico.

Na figura 40 é apresentado o modelo proposto por Woosnam *et al.* (2009) para investigação da solidariedade emocional entre residentes e turistas.

Figura 40 - Modelo Teórico da Solidariedade Emocional

Fonte: Woosnam *et al.* (2009, p. 247, tradução nossa).

Em estudo posterior, Woosnam e Norman (2010) desenvolveram uma escala para mensuração dos fatores: crenças compartilhadas, comportamento compartilhado, interação e solidariedade emocional, testando-as a partir da aplicação de questionários com 455 residentes de um condado costeiro da Carolina do Sul.

Vale destacar que, a escala de concordância de 7 pontos variava de “discordo plenamente” a “concordo plenamente” para os fatores crenças, comportamentos e solidariedade emocional. Quanto ao constructo interação, esse foi avaliado mediante 7 pontos que indicavam frequência, variando entre “nunca” e “sempre”.

A escala proposta por Woosnam e Norman (2010) apresentou os constructos: crenças compartilhadas (preservação da área e facilidades na área); comportamento compartilhado (atividades na praia, em patrimônio cultural, de recreação ao ar livre e de patrocínio local); interação (interação com os turistas – tempo, período e temporada); e solidariedade emocional (proximidade emocional, natureza acolhedora e compreensão simpática) totalizando assim, 10 fatores, como pode ser visualizado no quadro 8.

Quadro 8 - Escala de mensuração da solidariedade emocional

Constructo	Fatores e descrição dos itens
Crenças compartilhadas	Preservação de área Apreciação pelo país baixo Respeito pela natureza na Beaufort Crença de que Beaufort é um lugar único. Acreditar que Beaufort é um ótimo lugar para passar férias. A crença de que preservar o modo de vida local em Beaufort é importante.
	Facilidades na área Crença de que há uma grande variedade de opções gastronômicas em todo o condado. Acreditar que existe uma grande variedade de opções de entretenimento em todo o condado.

Comportamento compartilhado	Atividades na praia Relaxando na praia Caminhadas na praia Natação no oceano Atividades em patrimônio cultural Visita a pontos turísticos Visita a locais históricos Passeios locais Atividades de recreação ao ar livre Navegação costeira Navegação no mar Pesca costeira Atividades de patrocínio local Compras em lojas de comerciantes locais Compras em supermercados Jantar em restaurantes locais
Interação	Interação No fim de semana Durante a baixa temporada de férias Durante a alta temporada de férias Durante a semana Durante feriados
Solidariedade Emocional	Proximidade emocional Sinto-me próximo de alguns visitantes que conheci em Beaufort Fiz amizade com alguns visitantes em Beaufort Compreensão simpática Eu me identifico com os visitantes de Beaufort Tenho muito em comum com os visitantes da Beaufort Sinto afeição pelos visitantes da Beaufort Entendo visitantes em Beaufort Natureza acolhedora Tenho orgulho de receber visitantes na Beaufort Sinto que a comunidade se beneficia de ter visitantes em Beaufort Agradeço aos visitantes pela contribuição que dão à economia local Eu trato os visitantes da feira em Beaufort

Fonte: Woosnam e Norman (2010, p. 372, tradução nossa).

Woosnam e Norman (2010) afirmaram que a escala apresentou consistência e validade em mensurar as crenças compartilhadas, comportamentos compartilhados, interações e solidariedade emocional entre residentes e turistas em uma destinação. Considerando a relevância da investigação dos compartilhamentos entre residentes e turistas, mas especificamente relacionados às crenças compartilhadas entre esses sobre o destino visitado/vivência, nesse estudo se testou a seguinte hipótese:

Hipótese 5: *Existe uma relação positiva direta entre as crenças compartilhadas dos residentes com os turistas e a sua solidariedade emocional.*

Nessa perspectiva, a solidariedade emocional envolve a proximidade emocional que, se trata da constituição de relacionamentos de amizade entre os residentes e turistas; a

compreensão simpática que estaria relacionada ao envolvimento empático (“se colocar no lugar do outro”, nas mais diversas situações) dos residentes para com os turistas; e a natureza acolhedora que compreende o interesse dos residentes em receber bem os turistas e, conseqüentemente, o turismo em seu entorno habitual (Woosnam & Norman, 2010).

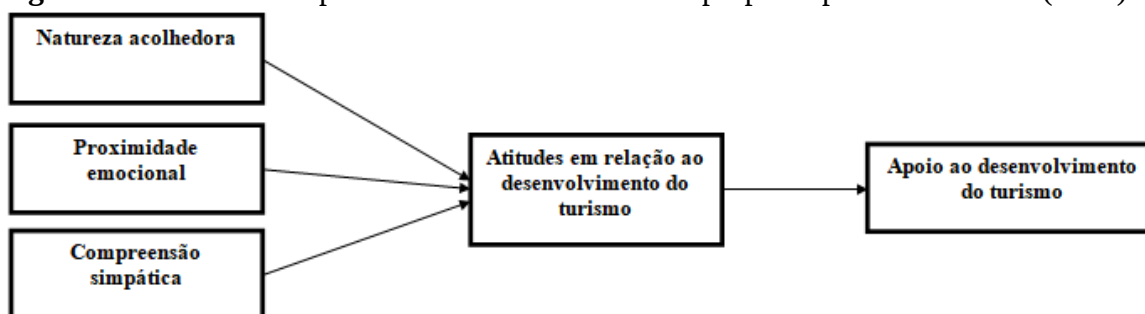
Depreende-se que, com a utilização da Teoria da Solidariedade Emocional é possível investigar como acontecem às relações entre residentes e turistas nos mais variados destinos turísticos, e quais as emoções compartilhadas que envolvem essa relação. A referida teoria pode contribuir juntamente com a SET nas investigações quanto ao apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, tal como se propõe neste estudo.

A seguir são apresentados estudos diversos sobre o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo a partir da utilização da SET e da Teoria da Solidariedade Emocional.

2.4.4.1 Solidariedade Emocional e o apoio de residentes ao turismo

Hasani *et al.* (2016) pesquisaram a solidariedade emocional de 333 residentes de áreas rurais de Pahang e Sabah na Malásia em relação aos turistas e suas respectivas atitudes de apoio ao desenvolvimento do turismo. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: natureza acolhedora, proximidade emocional, compreensão simpática, atitudes em relação ao desenvolvimento do turismo e apoio ao desenvolvimento do turismo. O modelo proposto por Hasani *et al.* (2016) é apresentado na figura 41.

Figura 41 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Hasani *et al.* (2016)



Fonte: Hasani *et al.* (2016, p. 5, tradução nossa).

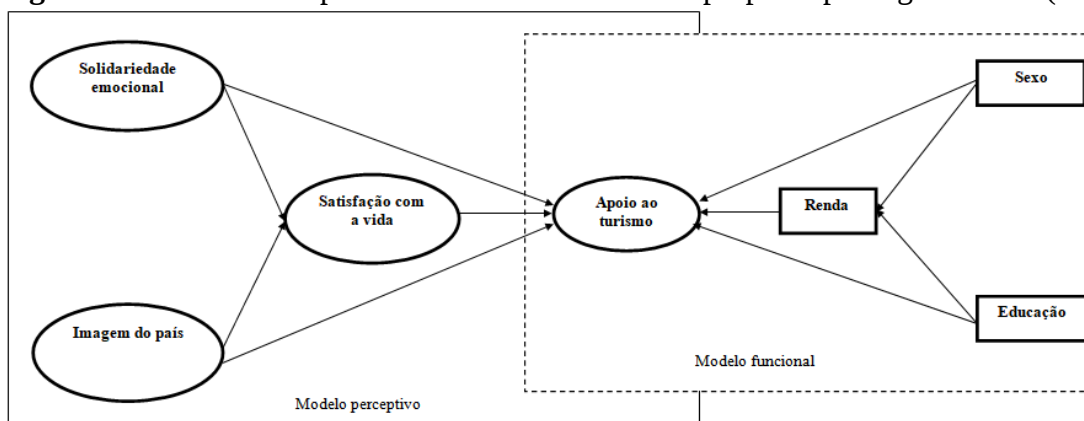
Os resultados evidenciaram que o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em Pahang e Sabah e suas atitudes são fortemente afetados pela natureza acolhedora, ou seja, pela aceitação da presença dos turistas em seu entorno habitual. Os residentes das áreas rurais

em questão apreciam o desenvolvimento do turismo com vista nos benefícios que pode gerar e, tal apreciação se personifica através da existência de turistas em Pahang e Sabah.

Destacou-se ainda que a proximidade emocional e a compreensão simpática dos residentes não afetaram suas atitudes em relação ao turismo, tampouco o seu apoio ao desenvolvimento do turismo em Pahang e Sabah.

Nghiêm-Phú (2016) desenvolveu um estudo com 306 residentes de Hanói, Vietnã visando examinar os efeitos da imagem do país, solidariedade emocional, satisfação com a vida, sexo, educação e renda nas suas atitudes de apoio ao turismo. O modelo utilizado por Nghiệm-Phú (2016) é apresentado na figura 42.

Figura 42 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Nghiệm-Phú (2016)



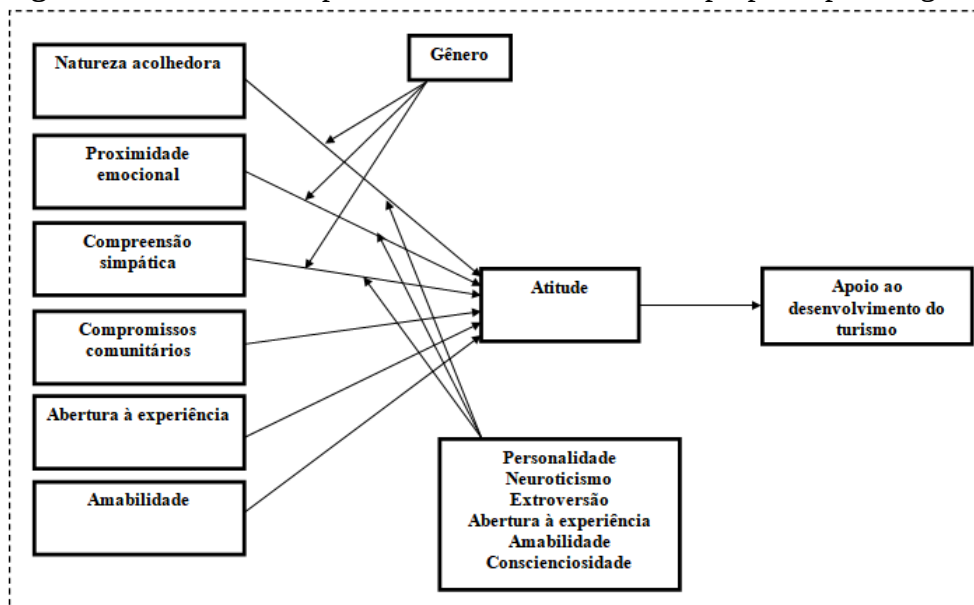
Fonte: Nghiệm-Phú (2016, p. 381, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que o apoio ao turismo em Hanói foi afetado pela solidariedade emocional para com os visitantes/turistas e pela satisfação com a vida percebida pelos residentes. Dentre as variáveis socioeconômicas, apenas a educação foi uma preditora positiva das atitudes de apoio, pois mostrou que quanto maior o desempenho educacional do residente, maior seu apoio ao desenvolvimento do turismo no local.

Moghavvemi *et al.* (2017) realizaram uma pesquisa com 340 residentes de Pahang e Sabah, Malásia, para examinar como a personalidade dos residentes, a solidariedade emocional e o comprometimento da comunidade impactam nas percepções e no apoio ao desenvolvimento do turismo em ambos os destinos. Nessa pesquisa, foram considerados como fatores: natureza acolhedora, proximidade emocional, compreensão simpática, compromissos comunitários, abertura à experiência, amabilidade, personalidade, neuroticismo, extroversão, conscienciosidade, gênero, atitude e apoio ao desenvolvimento do turismo. Vale destacar que, a solidariedade emocional leva em conta o grau de proximidade

entre indivíduos, no caso do turismo, entre residentes e turistas (Moghavvemi *et al.*, 2017). Na figura 43 é apresentado o modelo utilizado por Moghavvemi *et al.* (2017).

Figura 43 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Moghavvemi *et al.* (2017)

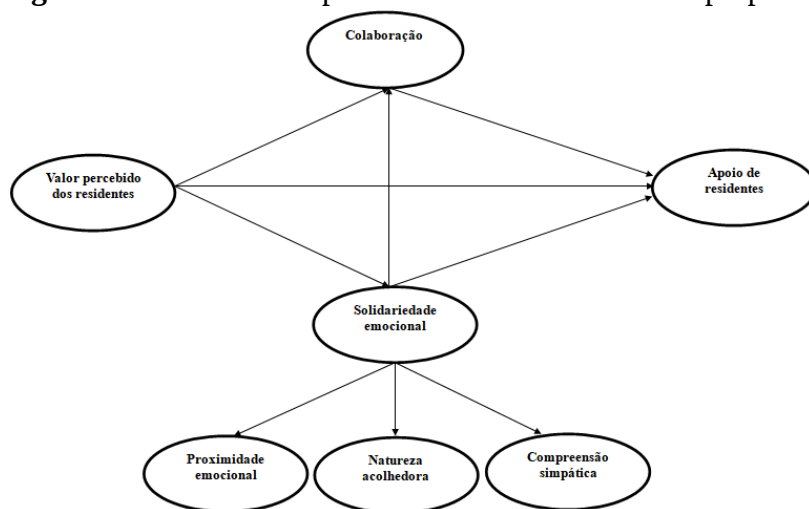


Fonte: Moghavvemi *et al.* (2017, p. 243, tradução nossa).

Os resultados do estudo demonstraram que as atitudes e o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em Pahang e Sabah foram condicionados pela natureza acolhedora, compreensão simpática, proximidade emocional, compromissos com a comunidade e pela abertura a novas experiências e amabilidade - aspectos ligados à personalidade dos residentes. O gênero tornou-se um aspecto moderador entre os fatores de solidariedade e as atitudes dos residentes em apoiar o turismo nos dois destinos turísticos supracitados.

Phuc e Nguyen (2020) desenvolveram um estudo com 451 residentes de três comunidades na cidade de Ho Chi Minh no Vietnã, com o intuito de avaliar suas opiniões quanto ao desenvolvimento do turismo, com base na Teoria da Solidariedade Emocional. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: valor percebido dos residentes (percepção dos benefícios e custos), solidariedade emocional (proximidade emocional, natureza acolhedora e compreensão simpática), colaboração no desenvolvimento do turismo e apoio de residentes. O modelo proposto por Phuc e Nguyen (2020) é apresentado na figura 44.

Figura 44 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Phuc e Nguyen (2020)

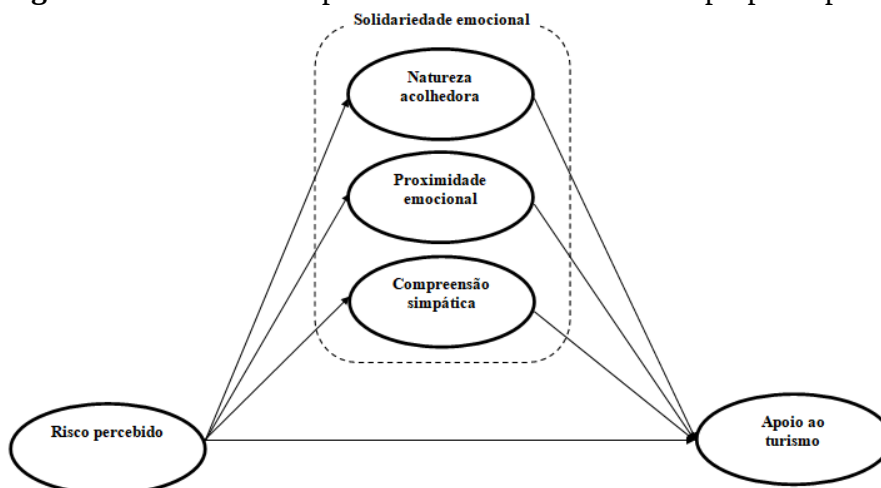


Fonte: Phuc e Nguyen (2020, p. 4, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que o apoio dos residentes das comunidades de Ho Chi Minh foi fortemente influenciado pelos valores percebidos, ou seja, pela percepção dos benefícios e custos do turismo, colaboração para o desenvolvimento do turismo e a solidariedade emocional para com os visitantes no seu local de vivência.

Joo *et al.* (2021) desenvolveram um estudo com 634 residentes da Ilha Jeju, Coreia do Sul, visando investigar como o risco percebido pelos residentes, a solidariedade emocional e o apoio ao turismo se inter-relacionam no contexto da pandemia da COVID-19. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: risco percebido, solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática) e apoio ao turismo. O modelo proposto por Joo *et al.* (2021) é apresentado na figura 45.

Figura 45 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Joo *et al.* (2021)



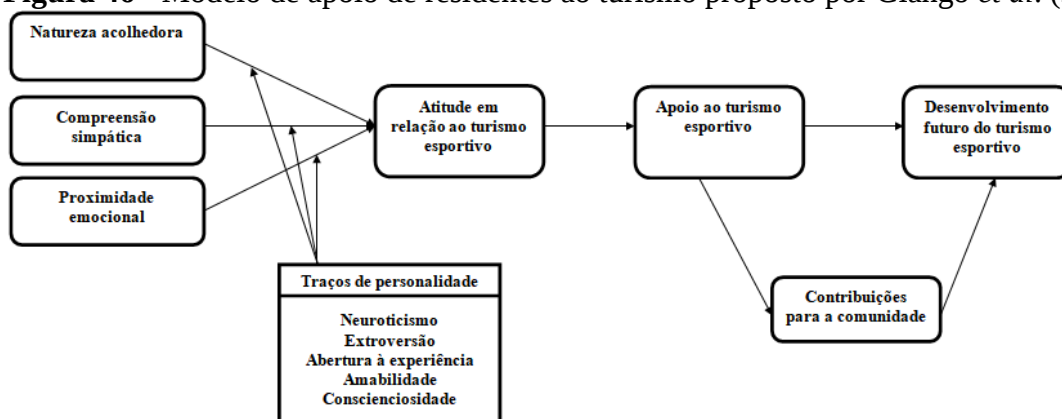
Fonte: Joo *et al.* (2021, p. 4, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que o apoio dos residentes ao turismo na Ilha Jeju dado ao contexto da pandemia, foi influenciado negativamente pela percepção do risco de contaminação pela COVID-19 e positivamente pela solidariedade emocional dos residentes em relação à presença e interação com os turistas no seu local de vivência.

Destacou-se ainda que a percepção de risco de contaminação pela COVID-19 afetou negativamente a solidariedade emocional dos residentes para com os turistas, uma vez que os enxergavam como potenciais transmissores da doença. Assim, os componentes da solidariedade emocional mediarão parcialmente a percepção de risco e do apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo na Ilha Jeju.

Giango *et al.* (2022) investigaram 1004 residentes da cidade de Danao, Filipinas com o intuito de avaliar o seu apoio ao turismo esportivo e seu desenvolvimento futuro. Nesse estudo, foram considerados os seguintes fatores: a solidariedade emocional (natureza acolhedora, compreensão simpática e proximidade emocional), traços de personalidade (neuroticismo, extroversão, abertura à experiência, amabilidade e conscienciosidade), atitudes em relação ao turismo esportivo, contribuições para a comunidade, apoio ao turismo esportivo e o desenvolvimento futuro desse tipo de turismo. O modelo proposto por Giango *et al.* (2022) é apresentado na figura 46.

Figura 46 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Giango *et al.* (2022)



Fonte: Giango *et al.* (2022, p. 9, tradução nossa).

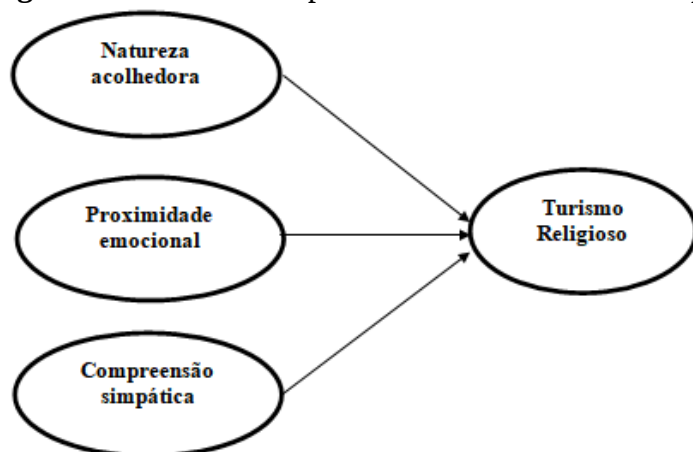
Os resultados evidenciaram que os componentes da solidariedade emocional afetaram as atitudes dos residentes em relação ao turismo, e tais atitudes influenciaram o apoio presente e futuro ao desenvolvimento do turismo esportivo em Danao, Filipinas. Como moderador entre o apoio ao turismo esportivo e o seu futuro desenvolvimento, o estudo evidenciou

apenas a contribuição para a comunidade, os traços de personalidade não apresentaram moderação entre a solidariedade e as atitudes em relação ao turismo.

O estudo evidencia, em outras palavras, que se os residentes partilharem forte natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática com turistas esportivos, tendem a perceber positivamente o turismo e desempenhar atitudes favoráveis ao seu desenvolvimento presente e futuro.

Daskin e Pala (2023) empreenderam uma pesquisa com 306 residentes da província de Amasya, Turquia, com o intuito de examinar o papel da solidariedade emocional no seu apoio ao turismo religioso. Nessa pesquisa, foram considerados os seguintes fatores: solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática) e sua influência no apoio dos residentes ao turismo religioso em Amasya. O modelo proposto por Daskin e Pala (2023) é apresentado na figura 47.

Figura 47 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Daskin e Pala (2023)

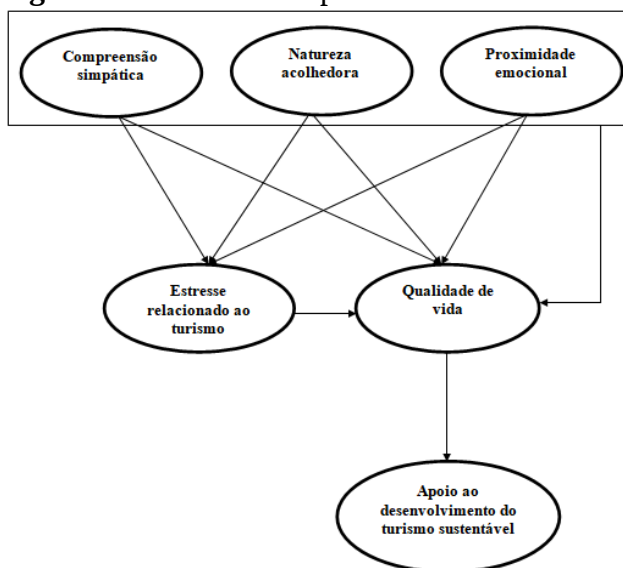


Fonte: Daskin e Pala (2023, p. 14, tradução nossa).

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes de Amasya ao turismo religioso sofreu impacto significativo e positivo da natureza acolhedora e da compreensão simpática entre esses e os turistas, enquanto a proximidade emocional não foi significativa para influenciar tal apoio. Desse modo, Daskin e Pala (2023) salientam que embora seus resultados se assemelhem apenas parcialmente com estudos como os de Woosnam (2012) e Hasani *et al.* (2016), é importante compreender que os componentes da solidariedade emocional dos residentes para com os turistas, poderão se diferenciar conforme os aspectos culturais de cada país e suas especificidades turísticas.

Gautam (2023) investigou 397 residentes de Shimla, capital de Himachal Pradesh, Norte da Índia, quanto ao seu apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável no local. Nessa investigação, foram considerados os seguintes fatores: a solidariedade emocional (compreensão simpática, natureza acolhedora e proximidade emocional), o estresse relacionado ao turismo, a QV e o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável. O modelo proposto por Gautam (2023) é apresentado na figura 48.

Figura 48 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Gautam (2023)



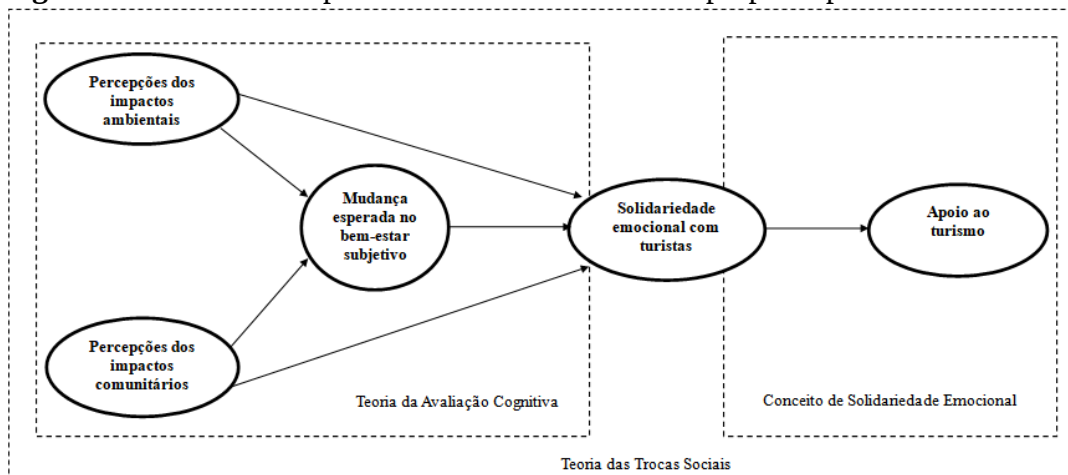
Fonte: Gautam (2023, p. 880, tradução nossa).

Os resultados evidenciaram que a natureza acolhedora impactou negativamente o estresse dos residentes em relação ao turismo, enquanto a compreensão simpática e proximidade emocional não impactaram tal estresse nem a QV dos residentes. A QV por sua vez, impactou significativamente o apoio dos residentes de Shimla ao desenvolvimento do turismo sustentável. Gautam (2023) destaca que por vezes os residentes podem não ter a oportunidade de se conectar emocionalmente com os turistas e isso repercute em resultados diversos quanto à proximidade emocional, compreensão simpática e o próprio estresse relacionado ao turismo.

Munanura *et al.* (2023) realizaram um estudo com 1.477 residentes de Oregon, Estados Unidos, com o propósito de examinar os papéis das atitudes, bem-estar subjetivo e da solidariedade emocional no apoio desses residentes ao desenvolvimento do turismo local. Nesse estudo, foram considerados como fatores: percepções dos impactos ambientais e comunitários, mudanças esperadas no bem-estar subjetivo, a solidariedade emocional com os

turistas e o apoio ao turismo. O modelo proposto por Munanura *et al.* (2023) é apresentado na figura 49.

Figura 49 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Munanura *et al.* (2023)



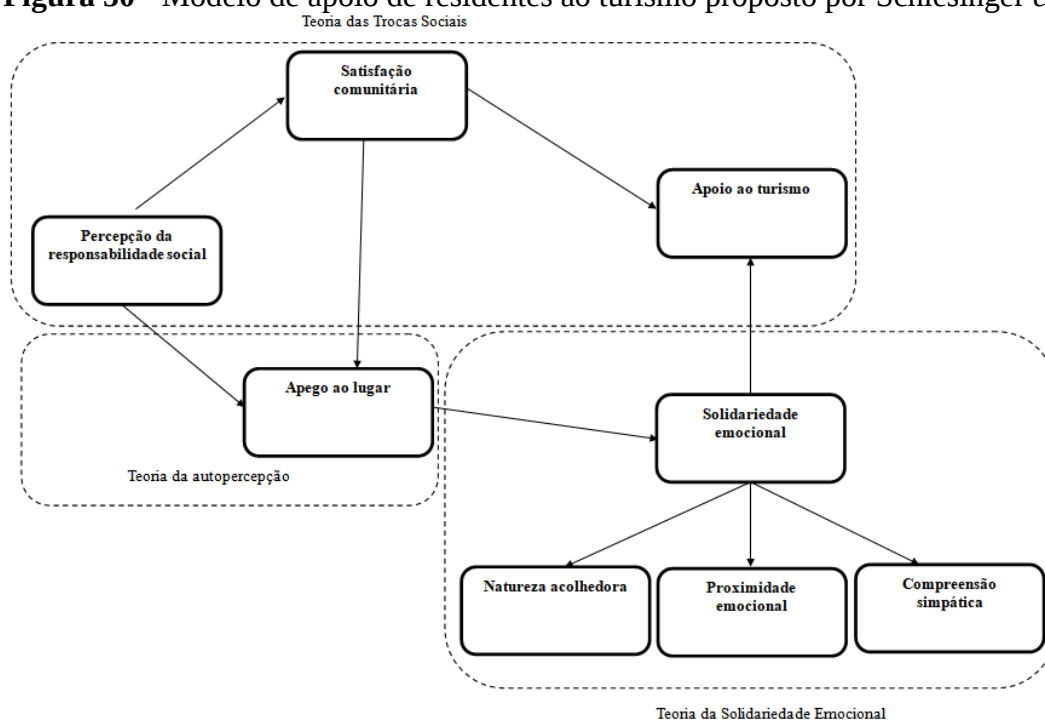
Fonte: Munanura *et al.* (2023, p. 583, tradução nossa).

Os resultados encontrados evidenciaram que o apoio dos residentes de Oregon ao turismo foi previsto pela solidariedade emocional com os turistas, enquanto a mudança esperada no bem-estar subjetivo e a percepção dos impactos ambientais positivos afetaram fortemente esta solidariedade emocional dos residentes do destino investigado.

Schlesinger, Cervera-Taulet e Crespi-Vallbona (2023) realizaram uma pesquisa com 533 residentes de Valência, Espanha, para investigar seu apoio ao desenvolvimento do turismo em seu entorno habitual. Nessa pesquisa, foram considerados os seguintes fatores: percepção da responsabilidade social do destino, satisfação comunitária, apego ao lugar, solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática) e apoio ao turismo.

Os resultados mostraram que o apoio dos residentes de Valência foi explicado pela percepção da responsabilidade social do destino, pela satisfação comunitária, pelo apego ao lugar e pela solidariedade emocional. Desse modo, quando os residentes percebem a atuação do destino como responsável, isso aumenta a satisfação comunitária e seu apego ao lugar. E através da valorização do seu lugar e do orgulho em fazer parte do destino, a solidariedade emocional é desencadeada mediante a vontade dos residentes em estabelecer contatos e relações com os turistas. O modelo proposto por Schlesinger *et al.* (2023) é apresentado na figura 50.

Figura 50 - Modelo de apoio de residentes ao turismo proposto por Schlesinger *et al.* (2023)



Fonte: Schlesinger *et al.* (2023, p. 3, tradução nossa).

Os estudos discutidos acima evidenciaram fatores que podem ser abordados em pesquisas realizadas em espaços territoriais distintos, com segmentos de turismo diferentes e níveis de desenvolvimento turístico dessemelhantes. Isso porque, a utilização da SET, Teoria da Identidade do Lugar e a Teoria da Solidariedade Emocional nas investigações do apoio de residentes ao turismo, propiciam conhecimentos sobre as influências das percepções dos impactos do turismo, identificação com o lugar, as atitudes favoráveis ou desfavoráveis ao seu desenvolvimento e das crenças e emoções que são geradas e compartilhadas mediante as trocas socioculturais entre os residentes e turistas nos destinos visitados.

Com base nisso, as percepções, as atitudes, a identidade do lugar, as emoções e o apoio dos residentes em relação ao turismo são considerados nesses estudos como aspectos fundamentais, tendo em vista conduzir um desenvolvimento turístico mais harmonioso e duradouro nas destinações.

Nessa perspectiva, os preceitos da SET a respeito da vantajosidade de se estabelecer, manter ou romper relações sociais, são convertidos na percepção de impactos positivos (benefícios) e negativos (custos) observados pelos indivíduos, dado a implantação e/ou desenvolvimento do turismo em uma perspectiva mais abrangente, ou analisando ações mais específicas, que podem influenciar o apoio geral dos residentes ao desenvolvimento do turismo em seus territórios de vivência.

De modo geral, a SET permite investigar os sujeitos através de uma racionalidade individual, a qual considera os relacionamentos mediados pela percepção de ganhos e perdas e os comportamentos favoráveis ou desfavoráveis executados por esses sujeitos. Já a Teoria da Solidariedade Emocional, preconiza um envolvimento empático, pois leva em consideração o compartilhamento de crenças e comportamentos, as interações residentes-turistas, bem como, as emoções que envolvem se colocar no lugar do outro, compreender o outro e aceitar o outro com suas diferenças e semelhanças socioculturais.

Diante da apresentação dos modelos com fatores que influenciam o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, esse estudo se propõe investigar o apoio de residentes ao turismo religioso, considerando fatores cognitivos e emocionais, pautados respectivamente, na SET, Identidade do Lugar e na Teoria da Solidariedade Emocional. Assim, se propôs a seguinte hipótese:

Hipótese 6: *Existe uma relação positiva direta entre a solidariedade emocional dos residentes para com os turistas e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Baseando-se nos estudos apresentados, propôs-se a análise da relação entre componentes cognitivos e emocionais como preditores do apoio ao desenvolvimento do turismo, cujos procedimentos metodológicos são apresentados a seguir.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados nesta investigação, envolvendo a tipologia e abordagens de pesquisa, bem como os métodos e técnicas empregados para oportunizar o desenvolvimento teórico e empírico deste estudo.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa proposta neste estudo se configura como descritiva, de abordagem mista qualitativa e quantitativa, sob a égide do método hipotético-dedutivo. A pesquisa descritiva permitiu a caracterização da população investigada, bem como o detalhamento das relações entre as variáveis propostas nesse estudo (Prodanov & Freitas, 2013).

Referindo-se à forma de abordagem do problema em estudo, foram utilizadas as pesquisas qualitativa e quantitativa. Enquanto a pesquisa qualitativa reuniu os resultados considerando seus contextos e interpretações subjetivas de uma realidade, a pesquisa quantitativa permitiu apresentar e sumarizar os resultados dispostos em forma de números, analisando-os com base em cálculos estatísticos (Shaughnessy, Zechmeister, & Zechmeister, 2012).

A princípio, a abordagem qualitativa foi utilizada juntamente com a técnica de análise de conteúdo para possibilitar o alcance do primeiro objetivo específico, ou seja, a descrição da opinião dos residentes quanto à importância do turismo religioso para o desenvolvimento do destino investigado. Assim, consideraram-se as percepções e emoções dos residentes ao receber turistas no destino e, as variáveis identificadas em seus enunciados foram ajustadas ao instrumento de pesquisa quantitativo deste estudo.

Com relação à abordagem quantitativa, foi utilizada para realização de análises estatísticas dos dados referentes aos fatores e suas respectivas variáveis, cuja composição segue os pressupostos da Teoria das Trocas Sociais, Teoria da Identidade do Lugar e da Teoria da Solidariedade Emocional, além de variáveis identificadas durante o processo qualitativo de investigação.

Nesse sentido, como método científico principal, ou seja, uma base lógica para investigação proposta neste estudo, utilizou-se o método hipotético-dedutivo, tendo em vista, testar, confirmar ou refutar as hipóteses elaboradas, de modo a permitir inferir dedutivamente uma resposta à questão problema levantada (Prodanov & Freitas, 2013). Quanto ao método de procedimento, ou seja, o meio técnico para a investigação, utilizou-se o método estatístico,

pois permitiu a análise de variáveis quantificáveis capazes de evidenciar tendências e serem apresentadas por meio de tabelas (Bonat, 2009).

Para a pesquisa de campo, entendendo-a como um meio para se obter dados e informações sobre um problema levantado, novos fenômenos ou apontamentos e/ou relacionamentos entre variáveis (Prodanov & Freitas, 2013), utilizou-se como instrumentos de coleta de dados, o roteiro de entrevista na fase qualitativa e o questionário na fase quantitativa (Lopes, 2006).

O roteiro de entrevista e o questionário foram aplicados com a população-alvo, em fases distintas deste estudo. O primeiro foi utilizado para identificação de variáveis a serem inseridas no instrumento de coleta de dados quantitativo; e o segundo, após tal inserção e ajustes, foi utilizado para obter dados que permitissem conhecer as relações e inter-relações entre variáveis e fatores do modelo, de modo a inferir os resultados sobre o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

Tratando-se do paradigma epistemológico considerado neste estudo, é relevante destacar que, diante da complexidade que gira em torno da compreensão/explicação do turismo, este por vezes, tem sido estudado sob óticas e abordagens distintas com o acréscimo de conhecimentos advindos de teorias, como por exemplo, as que derivam da psicologia, antropologia, sociologia, administração, dentre outras (Marujo, 2013).

Nessa perspectiva, este estudo utilizou três teorias, a saber: Teoria das Trocas Sociais (SET), Teoria da Identidade do Lugar e a Teoria da Solidariedade Emocional, que derivam da psicologia. Utilizando-as em conjunto, pretendeu-se investigar a influência de fatores relacionados a cada uma delas sobre o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo. Frente a isso, a vertente teórica utilizada trata-se do pós-positivismo, pois através da análise das relações e influências existentes entre os fatores do modelo, realizou-se o teste das hipóteses visando responder à questão problema deste estudo (Creswell, 2007).

A seguir, apresenta-se a caracterização da área em que se realizou a pesquisa proposta neste estudo.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

A área de estudo selecionada foi o município de Santa Cruz-RN que vem desenvolvendo o segmento de turismo religioso desde 2010 mediante a construção do seu principal atrativo religioso, o Santuário de Santa Rita de Cássia. Para melhor conhecimento a

respeito do município, a seguir são apresentados dados e informações históricas, geográficas, econômicas, educacionais e turísticas.

O histórico do município evidencia que onde se localiza atualmente, habitavam os indígenas chamados Tapuias. Esses eram seminômades, pois percorriam as serras próximas à Ribeira do Trairi, ferozes e guerreiros, viviam da pesca e da caça em um ambiente de predomínio da caatinga (Bezerra, 1984; Silva, 2003; IBGE, 2022).

Os irmãos fazendeiros Lourenço e João da Rocha e o cearense José Rodrigues buscavam um local propício para a povoação e criação de animais, preferencialmente em um espaço onde se dispusesse de recursos hídricos a longo prazo. A Ribeira do Trairi foi escolhida para ser povoada por dispor de proximidade ao rio Trairi, chamado pelos Tapuias de rio Trairara-í que significa “rio das traíras” (Bezerra, 1984; Silva, 2003; Costa, 2019; IBGE, 2022).

Diante disso, antes de fundar o município, como de costume na época, edificaram em 1825 uma pequena capela rústica feita em barro onde dispuseram a primeira imagem de Santa Rita de Cássia, que foi adquirida no Ceará com a filha de José Rodrigues. Destaca-se que a criação da paróquia só ocorreu em meados de 1835, utilizando a mesma estrutura da capela. Em 1865, os coronéis, com ajuda financeira da província e da mão-de-obra da população local, construíram a estrutura da Igreja Matriz (Bezerra, 1984; Silva, 2003; Costa, 2019; IBGE, 2022).

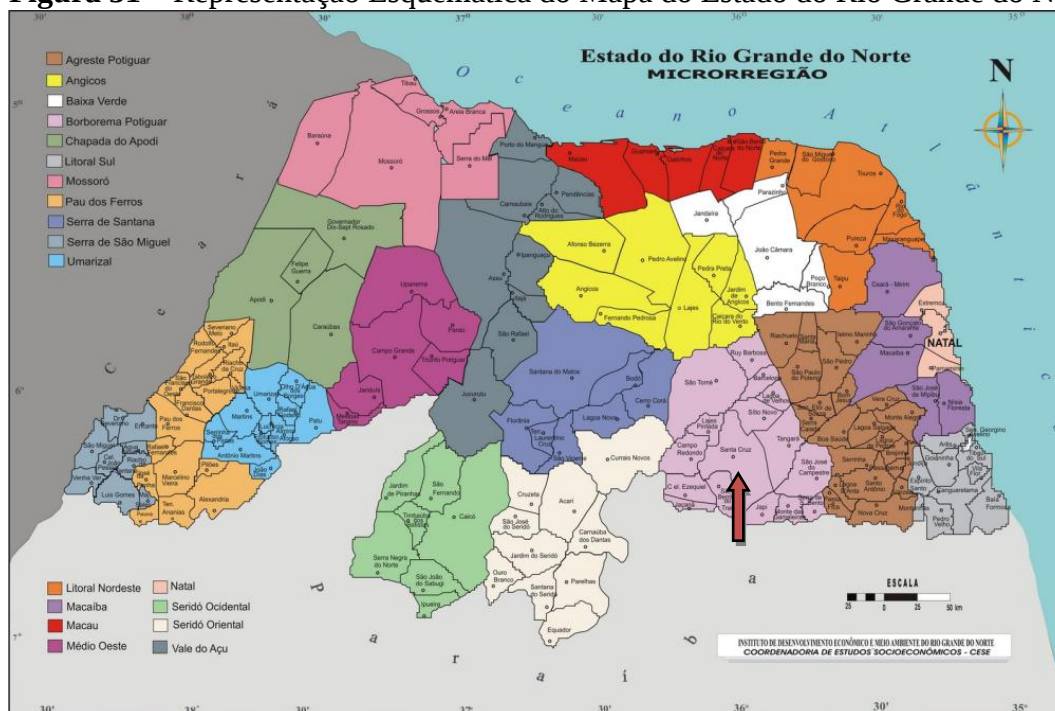
De modo geral, o município apresentou variações em sua denominação: Santa Cruz do Inharé, devido à presença abundante dessa árvore; Santa Cruz do Trairi, em referência ao rio que banhava o território; e por fim, foi denominado apenas Santa Cruz (IBGE, 2022). Vale destacar que a data de fundação do município diverge entre 1831 e 1825, sendo elevada à categoria de cidade em 1914 (Bezerra, 1984; Silva, 2003; Costa, 2019; IBGE, 2022).

O fato é que desde a construção da capela, paróquia e da Matriz dedicada à Santa Rita de Cássia, vê-se a presença longínqua de uma devoção à “santa das causas impossíveis” que se mantém até os dias atuais com as peregrinações, romarias e visitas turísticas que ocorrem no município.

No que compete à localização do município de Santa Cruz-RN, trata-se de uma região imediata que se insere na região geográfica intermediária de Natal, possuindo uma área territorial de 624,356 km², com um clima semiárido e vegetação caatinga se distanciando da capital Natal a aproximadamente 115 km. Suas coordenadas geográficas são: Latitude: 6° 13' 46" Sul, Longitude: 36° 1' 22" Oeste (IBGE, 2022; Prefeitura Municipal de Santa Cruz, 2022).

Na figura 51, tem-se uma representação esquemática do mapa do estado do Rio Grande do Norte (RN) com a localização do município de Santa Cruz-RN.

Figura 51 – Representação Esquemática do Mapa do Estado do Rio Grande do Norte



Fonte: Google imagens (2022a).

Com base no censo demográfico realizado em 2022, o município conta com 37.313 habitantes, com uma densidade demográfica de 59,76 habitantes por quilômetro quadrado. A respeito do trabalho e rendimento, o município apresentou que o salário médio mensal das pessoas ocupadas (4.310 pessoas) foi de 1,7 salários-mínimos, representando apenas 10,70% em relação ao total da população. Enquanto, 49% das pessoas recebiam até meio salário-mínimo (IBGE, 2023).

Na educação, o município apresentou no censo de 2010 um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) igual a 0,635, com uma taxa de escolarização de 95,7% de 6 a 14 anos de idade no referido censo. Em 2021, apresentou como Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) nota 4,8 nos anos iniciais do ensino fundamental e 4,1 nos anos finais do mesmo ensino (IBGE, 2023).

Em 2021, enquanto contribuição econômica, o município apresentou um PIB per capita de R\$ 15.362,76 (IBGE, 2023). Vale destacar que a participação do município na economia se dá por meio da agropecuária, indústria, comércio, construção civil e serviços, estando incluso neste último as atividades turísticas (DataSebrae, 2023).

Ainda conforme o IBGE (2023) censo 2022 o município tem uma área urbanizada de 6,82 km², onde 81,2% possuem saneamento adequado e 56,4% das vias públicas são arborizadas. Na saúde, conforme o Inventário da Oferta Turística de Santa Cruz-RN (INVTUR, 2023) o município dispõe de 12 estabelecimentos que oferecem atendimento pelo Sistema Único de Saúde (SUS), a saber, 2 hospitais, sendo 1 maternidade e dez Unidades Básicas de Saúde (UBS) distribuídas entre zona urbana (5 UBS) e zona rural (5 UBS).

A religiosidade e a expressão da cultura sempre estiveram presentes no município de Santa Cruz-RN desde seus registros históricos, ao se levar em conta a denominação do local e a devoção à padroeira Santa Rita de Cássia. De modo geral, com a inauguração do Santuário de Santa Rita de Cássia em 2010, o turismo religioso passou a ser fomentado e com o passar dos anos, aumentou a quantidade de visitantes no município de Santa Cruz-RN.

Vale destacar que o monte onde hoje se encontra o Santuário de Santa Rita de Cássia, conhecido como Monte Carmelo em alusão a Nossa Senhora do Carmo, já era visitado pelos residentes para realização de orações e cumprimento de compromissos religiosos, como promessas, por exemplo, (Santos, 2010). A visita ao local se intensificou com a construção e inauguração do Santuário de Santa Rita de Cássia.

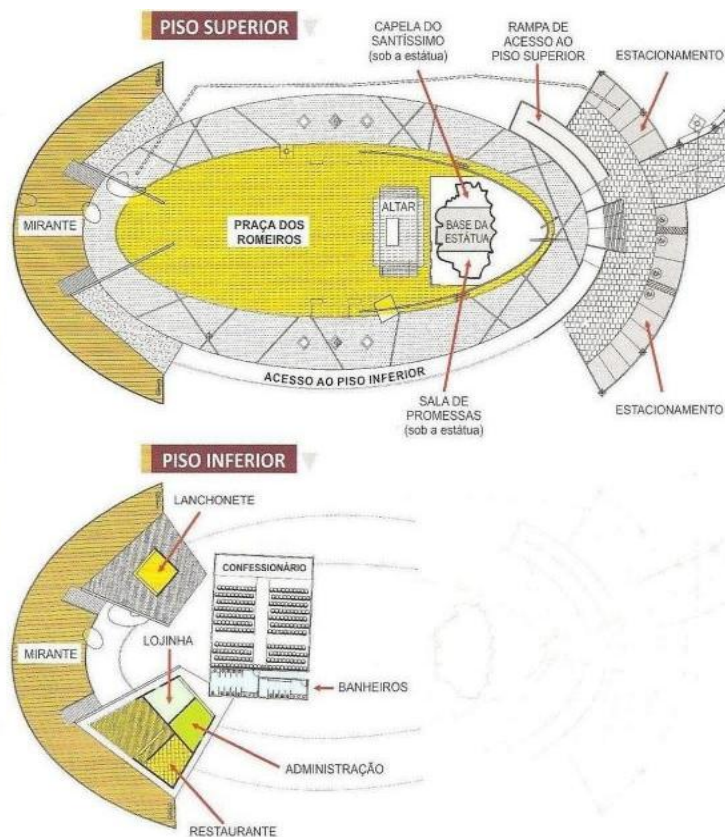
A estrutura do referido Santuário inclui a estátua de Santa Rita de Cássia, possuindo 56 metros de altura no total, sendo a estátua maior que o Cristo Redentor e Estátua da Liberdade, tal como pode ser visualizado na figura 52. Já na figura 53 é apresentada a estrutura presente no Santuário que, em 2010, chamava-se Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita de Cássia.

Figura 52 - Estátua de Santa Rita de Cássia, Santa Cruz-RN



Fonte: Google imagens (2022b).

Figura 53 - Complexo Turístico Religioso Alto de Santa Rita de Cássia



Fonte: Panfleto de divulgação do Santuário Alto de Santa Rita de Cássia (2010).

A partir da figura 53, observa-se que na base da estrutura do Santuário encontra-se uma capela para celebrações de missas, sala de promessas, praça dos romeiros, auditório, restaurante, lanchonete, lojas de artigos religiosos, banheiros, mirante e estacionamentos (Programação de Inauguração, 2010).

De modo geral, o Santuário é considerado o principal atrativo turístico religioso local, cuja visita ocorre com maior constância aos fins de semana, data de festividades religiosas, feriados e no mês de maio em comemoração à padroeira Santa Rita de Cássia. Vale destacar que, aliado ao Santuário, encontra-se em construção mais um atrativo, um teleférico.

A respeito do teleférico, trata-se de uma ação complementar ao projeto do Santuário de Santa Rita de Cássia, sendo justificado em observância à visita turística e à possibilidade de desenvolvimento econômico local. O referido projeto conta com parcerias entre o Governo Federal, Estadual e Municipal, que iniciou as etapas de construção do teleférico antes da pandemia. Com o impacto da pandemia, as obras sofreram atrasos, e o teleférico até então não foi finalizado. Estima-se que, quando estiver em execução, o

teleférico seja capaz de transportar 243 pessoas por hora, da lateral da Igreja Matriz de Santa Rita de Cássia ao Santuário e vice-versa (Dantas, 2020).

No período pandêmico (2020-2021), como em outros destinos turísticos, houve o cancelamento das festividades presenciais à padroeira Santa Rita de Cássia, sendo realizadas programações *online* através das redes sociais oficiais da prefeitura e da Igreja Matriz de Santa Rita de Cássia. Com a imunização da população em geral, no ano de 2022 retomou-se a programação presencial das festividades dedicadas à padroeira, que ocorreu entre os dias 13 e 22 de maio (Prefeitura Municipal de Santa Cruz, 2022; Paróquia de Santa Rita de Cássia, 2022; Souza, 2022).

Nas figuras 54, 55, 56 e 57 são apresentados, respectivamente, registros fotográficos da visita ao Santuário, ônibus no estacionamento, programação religiosa no pátio da Igreja Matriz de Santa Rita de Cássia e a procissão no dia 22 de maio de 2022.

Figura 54 - Visitação ao Santuário de Santa Rita de Cássia



Fonte: Prefeitura Municipal de Santa Cruz (2022).

Figura 55 - Ônibus no estacionamento do Santuário de Santa Rita de Cássia



Fonte: Prefeitura Municipal de Santa Cruz (2022).

Figura 56 - Programação religiosa no pátio da Igreja Matriz de Santa Rita de Cássia



Fonte: Prefeitura Municipal de Santa Cruz (2022).

Figura 57 - Imagem aérea da procissão de Santa Rita de Cássia



Fonte: Prefeitura Municipal de Santa Cruz (2022).

De forma análoga, é possível afirmar que a visitação turística em Santa Cruz-RN é uma realidade que vem se transformando com o passar dos anos e já apresenta uma projeção do perfil de visitantes/turistas que vêm ao município. Segundo dados da Fecomércio (2017; 2022; 2023), até 2022 a maioria dos visitantes pertenciam ao público feminino, prevalecendo em 2023 o público masculino, cuja faixa etária variou de 25 a 59 anos ou mais. Esses viajam acompanhados por familiares, tendo como motivação principal a busca pela fé e expressam seu interesse em revisitar o município em outros anos. Percebe-se ainda, certa mudança na escolaridade que já aponta a presença de turistas/visitantes com ensino médio, superior ou mais (2022-2023), bem como, na renda mensal familiar entre 2 e 5 salários-mínimos (2022-2023) o que não se observava em 2017. Esses dados são apresentados no quadro 9, a seguir.

Quadro 9 - Perfil dos visitantes/turistas de Santa Cruz-RN

Perfil/Ano	2017	2022	2023
Gênero	52% feminino	54,6% feminino	52,6% masculino.
Faixa etária	53,8% entre 25 e 44 anos.	51,6% entre 35 e 59 anos.	40,3% entre 35 e 59 anos.
Escolaridade	81,8% ensino fundamental ou médio (incompleto ou completo)	47,8% possuíam o ensino médio; 29,1% ensino superior; e 23,1% ensino fundamental.	49,2% ensino médio; 33,3% possuíam ensino superior ou mais; e 17,5% ensino fundamental.
Renda familiar mensal	74,6% até 2 salários-mínimos.	56,6% entre 2 e 5 salários-mínimos.	44,4% entre 2 e 5 salários-mínimos; 37,9% até 1 salário-mínimo; e 14,9% entre 6 ou mais salários-mínimos.
Companhia com quem viaja	61,1% com familiares.	66,1% com familiares.	66,6% com familiares.
Origem dos visitantes/turistas	85,2% do RN.	79,9% do RN.	81,7% do RN.
Classificação de participantes	53,4% visitantes e turistas.	72,1% visitantes e turistas.	61,1% visitantes e turistas.
Motivação para visitação turística	47,2% por motivos de fé e lazer; 36,8% pela fé; 15,4% somente por lazer; dentre outros.	41,8% por motivos de fé e lazer; 39,6% pela fé; e 18,5% pelo lazer.	66,2% por motivos de fé.
Interesse em revisitar o município	98,4%	97,8%	96,4%

Fonte: Fecomércio RN, (2017; 2022; 2023a).

No sentido de fomentar ainda mais o turismo religioso em Santa Cruz, o governo municipal juntamente com a Secretaria Municipal de Turismo vem promovendo discussões, eventos e seminários com esse fito. Conforme o calendário de eventos do município, anualmente é realizado um Seminário de Turismo com temáticas variadas que envolvem empreendedorismo, turismo religioso, sustentabilidade, dentre outros (Prefeitura Municipal de Santa Cruz, 2022). Em 2022 além dos eventos, discussões e reuniões que envolveram o turismo no município, realizou-se entre os dias 22 e 25 de setembro o VII Encontro Nacional da Pastoral do Turismo (ENP), evento direcionado pela Igreja Católica que visa evangelização articulada aos segmentos de turismo cultural, religioso, e de base comunitária (Machado, 2020; Silva & Santos, 2023).

O VII ENP reuniu visitantes/turistas que representavam as pastorais de Aparecida, Maringá, Salvador, São Paulo, Adustina e Umuarama, bem como, residentes santa-cruzenses, estudantes do curso Técnico de Nível Médio em Guia de Turismo e doutorandas em turismo do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN). O encontro compreendeu desde programações católicas e palestras sobre experiências das pastorais com a evangelização e o turismo até a realização de um *city tour* e

apreciação de eventos culturais no município (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, CNBB, 2022; Silva & Santos, 2023).

Em 2023, o governo municipal, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (SEBRAE-RN) e a Empresa START Consultoria Técnica LTDA atualizaram o INVTUR (2023) e entregaram à comunidade santa-cruzense, seu primeiro Plano Municipal de Turismo (PMT). Em 24 de agosto de 2023 houve a cerimônia de entrega desses documentos de relevância ímpar para o planejamento e gestão do turismo e, na mesma ocasião foi firmado convênio para implantação do Programa DEL Turismo que já iniciou suas atividades em Santa Cruz-RN (Fecomércio RN, 2023b).

Como parte das ações desenvolvidas pelo Programa Del Turismo, no dia 2 de abril de 2024 o município submeteu suas informações na plataforma *Good Travel Seal - Green Destinations* observando os critérios estabelecidos e após análise, em 16 de abril recebeu a confirmação como destino apto a concorrer ao *Top 100 Stories*, ou seja, a premiação concedida aos destinos com histórias de boas práticas (Assis, 2024). A partir dos documentos elaborados (PMT e INVTUR) e das ações do Programa Del Turismo, espera-se o desenvolvimento sustentável do turismo religioso em Santa Cruz-RN.

Após a caracterização da área onde se desenvolveu a pesquisa, apresenta-se a população e a amostra utilizada neste estudo.

3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Diante da impossibilidade da realização de pesquisas com o quantitativo total de indivíduos de uma população (Veal, 2011), por questões de tempo, recursos financeiros ou mesmo de disposição de recursos humanos para operacionalização da pesquisa, utiliza-se uma parte expressiva da população conhecida como amostra.

Em vista disso, na fase qualitativa deste estudo, onde se realizou entrevistas com residentes santa-cruzenses, seguiu-se a quantidade sugerida pela literatura, ou seja, entre 20 e 30 entrevistas (Morse, 1994; Creswell, 1998) admitindo-se mais 5 para verificação de exaustão de novas ocorrências de respostas, em que, não existindo novas ocorrências é permitida a interrupção das entrevistas (Fontanella *et al.*, 2011). Desse modo, participaram da fase qualitativa 40 respondentes.

Na fase quantitativa, utilizou-se a amostragem não probabilística, seguindo a orientação de Hair, Black, Babin, Anderson e Tatham (2009) quanto ao número mínimo necessário para realização da Modelagem de Equações Estruturais, técnica utilizada neste estudo.

Desse modo, conforme os autores, a quantidade de observações necessárias para desenvolver a modelagem, deve ser, pelo menos, dez vezes a quantidade de variáveis do modelo utilizado, ou seja, considerando que existiam 31 variáveis distribuídas entre os constructos propostos, a quantidade de observações adequadas seria de, no mínimo, 310. Porém, realizou-se a pesquisa de forma presencial com os residentes santa-cruzenses, obtendo 474 questionários válidos.

A seguir, apresentam-se os procedimentos utilizados para a coleta de dados deste estudo.

3.4 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

Tendo em vista a coleta de dados na fase qualitativa, utilizou-se um roteiro de entrevista (Apêndice A) com questões abertas para obter a opinião dos residentes sobre a importância do turismo religioso em Santa Cruz-RN, considerando suas percepções quanto aos pontos positivos e negativos do turismo, ações governamentais, emoções ao receber turistas, dentre outros.

Nesse primeiro momento, aplicou-se o roteiro de entrevista com grupos diversos da população, a saber: estudantes (a partir de 18 anos), empregados no turismo, empregados em outras áreas, desempregados e aposentados, no período de 08 a 20 de novembro de 2022. Entrevistou-se um total de 40 residentes que foram selecionados por conveniência/facilidade de acesso.

As entrevistas ocorreram utilizando-se de meios de comunicação audiovisuais - *WhatsApp* e *Google Meet*, bem como, solicitou-se via *Google Forms* dados socioeconômicos para posterior caracterização dos entrevistados. Neste mesmo formulário estava descrito um Termo de Livre Consentimento e Esclarecido com o objetivo do estudo e a autorização das gravações das respostas dos entrevistados, em que 100% concordaram em ceder seus dados e permitir as gravações. Nesta fase, admitiram-se 30 entrevistas e para constatar saturação teórica realizou-se mais 10 entrevistas, não aparecendo novas ocorrências de respostas esta fase da pesquisa foi finalizada, perfazendo os passos sugeridos por Fontanella *et al.* (2011) apresentados no quadro 10.

Quadro 10 - Passos procedimentais para constatação da saturação teórica

1. Disponibilizar os registros de dados “brutos”.
2. “Imergir” em cada registro.
3. Compilar as análises individuais (de cada pesquisador, para cada entrevista).
4. Reunir os temas ou tipos de enunciados para cada pré categoria ou nova categoria.
5. Codificar ou nomear os dados.
6. Alocar (numa tabela) os temas e tipos de enunciados.
7. Constatar a saturação teórica para cada pré categoria ou nova categoria.
8. “Visualizar” a saturação.

Fonte: Fontanella *et al.* (2011).

Após aplicação das 40 entrevistas, escutou-se suas respectivas gravações, realizou-se as transcrições com o auxílio de uma ferramenta do *OneDrive*, onde os dados brutos foram gerados em arquivo *Word* (passo 1). Esses dados foram devidamente organizados e uma leitura atenta foi realizada, tendo em vista a identificação das unidades de registro (temas) e unidades de contexto (sentido) (passo 2).

Na sequência, os temas e enunciados de cada entrevistado foram compilados (passo 3), reunidos e codificados com base nos fatores previamente estabelecidos neste estudo (passo 4 e 5). Para constatar a saturação teórica das respostas dos entrevistados (passo 6, 7 e 8), realizou-se a organização dos dados de modo a verificar a primeira ocorrência de cada tema e tipos de enunciados, onde a saturação teórica ocorreu nas respostas do entrevistado 31. A partir do respondente 32 até o 40, não se obteve novos temas/enunciados, apenas se repetiu o que os entrevistados anteriores já haviam mencionado.

Após realização das quarenta entrevistas com residentes santa-cruzenses a respeito da opinião destes sobre os impactos positivos e negativos do turismo; confiança nos atores governamentais; percepção de riscos; e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo no local, observou-se após análise de conteúdo das entrevistas, que os respondentes não conferem relevância aos riscos, mas sim aos demais aspectos questionados. Com isso, “a percepção de risco” foi retirada da proposta deste estudo.

Com base nos resultados proporcionados pela fase qualitativa deste estudo, realizou-se nova revisão da literatura e optou-se por acrescentar ao modelo de apoio de residentes, os seguintes constructos: crenças compartilhadas, qualidade de vida e identidade do lugar.

Desse modo, elaborou-se um questionário contendo dez constructos, a saber: percepção dos impactos positivos do turismo; percepção dos impactos negativos do turismo; confiança nos atores governamentais; solidariedade emocional (proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora); qualidade de vida; crenças compartilhadas;

identidade do lugar; e apoio ao desenvolvimento do turismo religioso. Cada um desses constructos apresentou cinco afirmativas, as quais os respondentes expressaram sua concordância (discordo plenamente; discordo parcialmente; nem discordo, nem concordo; concordo parcialmente; concordo plenamente; e sem opinião).

O questionário possuía, inicialmente, quarenta e nove afirmativas distribuídas entre os dez constructos, duas questões filtros e oito questões acerca do perfil do entrevistado. No total, teve-se um questionário com cinquenta e nove questões, cujo preenchimento foi estimado em dez minutos.

O referido questionário foi disponibilizado via *Google Forms* e compartilhado com 50 residentes santa-cruzenses através de contato prévio, pelo aplicativo de mensagens instantâneas *WhatsApp*. O teste piloto 1 do questionário ocorreu entre os dias 19 e 23 de abril de 2023, seguido do tratamento e análise dos dados no IBM-SPSS e *Analysis of Moment Structures* (AMOS) versão 23 para *Windows*.

Diante da visualização prévia das respostas no *Google Forms*, observou-se a necessidade da substituição do termo “plenamente” por “totalmente” nas opções de respostas do questionário, tendo em vista uma melhor compreensão por parte da população santa-cruzense.

Os dados dos cinquenta respondentes participantes do teste piloto I foram analisados no IBM-SPSS e notou-se a incidência recorrente da resposta “sem opinião” em alguns constructos do modelo (confiança nos atores governamentais; proximidade emocional; compreensão simpática; natureza acolhedora; e crenças compartilhadas). Tendo em vista compreender o porquê os respondentes preferiram essa escolha ao invés das demais opções de respostas, foi necessário reestabelecer o contato com alguns dos respondentes através de uma entrevista, onde se avaliou a compreensão das afirmativas e as justificativas referentes às suas opções de respostas “sem opinião”.

Cinco respondentes santa-cruzenses foram entrevistados e alegaram compreender bem as afirmativas, sugerindo poucas alterações de palavras, mas mantendo o sentido. Justificaram a escolha da opção “sem opinião” devido uma confusão no entendimento, já que a consideraram equivalente ao “nem discordo, nem concordo” e/ou “discordo plenamente”. Diante disso, a opção “sem opinião” que estava gerando confusão aos respondentes, foi retirada do questionário.

Seguindo-se com as análises, observou-se que a “confiança nos atores governamentais” não constituía um fator relevante para a consistência do modelo, por esse motivo, foi retirada do questionário. Os demais fatores (percepção dos impactos positivos do

turismo; percepção dos impactos negativos do turismo; proximidade emocional; compreensão simpática; natureza acolhedora; qualidade de vida; crenças compartilhadas; identidade do lugar; e apoio ao desenvolvimento do turismo religioso) permaneceram no modelo, cujos cinquenta resultados do teste piloto 1 oportunizaram a realização de uma modelagem prévia através do AMOS.

Com base nos resultados do teste piloto I, reduziu-se a quantidade de afirmativas do questionário, que antes possuía quarenta e nove afirmações distribuídas em dez constructos, e no teste piloto 2 reduziu-se para vinte e oito afirmativas dispostas entre os nove constructos existentes. Sendo assim, o questionário do teste piloto 2 possuiu um total de trinta e duas perguntas ao se considerar às mesmas oito questões referentes ao perfil do entrevistado utilizadas no piloto 1.

Para aplicação presencial dos questionários com a população santa-cruzense, reuniu-se e treinou-se uma equipe de seis aplicadores que foram de extrema importância para obtenção dos dados deste estudo. A saber, a equipe foi composta por Eduarda Nayane de Lima Bezerra, Emanuele Ferreira de Lima, Fernando Souza de Macedo, Matheus Felipe Barbosa de Lima, Micael Jeferson da Silva Santos e Paulo Henrique da Silva Bertucio estudantes da área de turismo.

Realizou-se uma reunião para capacitação da equipe no dia 21 de julho de 2023, onde se expôs o questionário já com novo quantitativo de afirmativas, bem como se instruiu sobre o público-alvo da pesquisa, formas de abordagem dos entrevistados e aplicação do questionário.

O teste piloto II foi realizado no período compreendido entre 24 de julho de 2023 e 01 de agosto de 2023. De modo geral, a equipe relatou que a aplicação do questionário ocorreu de forma fluida, sem dificuldades de compreensão por parte dos entrevistados, e se mostrou ágil no que diz respeito ao tempo de aplicação que antes necessitava de dez minutos (teste piloto I) e com as alterações, o tempo decorrido para aplicação presencial (face a face) reduziu para até cinco minutos.

Com a obtenção dos dados de mais 50 respondentes participantes do teste piloto II, realizou-se as análises pertinentes no IBM-SPSS (frequência, estatística descritiva e análise fatorial exploratória) onde se observou a necessidade de alterações de termos nas afirmações referentes aos constructos de impacto positivo e negativo do turismo, cujos termos “gera” e “aumenta” foram alterados para “tem gerado” e “tem aumentado”, bem como, fez-se necessário o acréscimo de variáveis em três dos constructos estudados a saber: impactos negativos do turismo (variável adicionada: “criminalidade”); compreensão simpática (variável

adicionada: “confiança nos turistas”); e apoio ao desenvolvimento do turismo religioso (variável adicionada: “incentivo ao desenvolvimento”), para melhor ajustamento do modelo.

Após essas alterações no questionário, reuniu-se e instruiu-se novamente a equipe, inclusive a respeito das afirmativas adicionadas e da escala *Likert* utilizada (5 pontos). Nessa escala, o entrevistado poderia expressar seu nível de concordância com as frases elaboradas conforme variável de cada constructo, onde o 1 significava discordância total e o 5 significava concordância total em relação a essas frases.

O questionário final (Apêndice B) possuía 31 afirmativas e 6 questões referentes ao perfil do entrevistado. Este foi aplicado presencialmente (face a face) no período compreendido entre 04 de agosto de 2023 e 16 de setembro de 2023, respeitando as limitações impostas pelo fator clima/tempo em meio à pesquisa de campo. A entrega dos questionários foi realizada semanalmente, bem como a tabulação dos dados em *Excel*.

Ao todo, foram aplicados 474 questionários com residentes santa-cruzenses que possuíam mais de 18 anos, por se compreender que detinham conhecimentos e opinião formada a respeito do desenvolvimento turístico em Santa Cruz. No quadro 11 encontram-se as afirmativas presentes no questionário final, sendo descritas e codificadas conforme os constructos a que pertencem, bem como se evidenciam os autores utilizados para elaboração das afirmativas em questão.

Quadro 11 – Descrição e codificação dos constructos e variáveis do estudo

Constructos	Variável	Código	Autores
Impactos Positivos (IP)	O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz.	IP1	MTur (2010a); Santos (2011); Bajrami <i>et al.</i> (2020); Qin <i>et al.</i> (2021); Wei <i>et al.</i> (2021); e Kim <i>et al.</i> (2021).
	O turismo religioso tem gerado aumento na renda da população santa-cruzense.	IP2	
	O turismo religioso tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzense.	IP3	
Impactos Negativos (IN)	O turismo religioso tem aumentado os problemas de trânsito em Santa Cruz.	IN1	MTur (2010a); Santos (2011); Bajrami <i>et al.</i> (2020); Qin <i>et al.</i> (2021); Wei <i>et al.</i> (2021); e Kim <i>et al.</i> (2021).
	O turismo religioso tem aumentado a poluição ambiental em Santa Cruz.	IN2	
	O turismo religioso tem aumentado a quantidade de pedintes em Santa Cruz.	IN3	
	O turismo religioso tem aumentado a criminalidade em Santa Cruz.	IN4	
Proximidade Emocional (PE)	Sinto-me próximo de alguns turistas que conheci em Santa Cruz.	PE1	Woosnam <i>et al.</i> (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo <i>et al.</i> (2021); Daskin e Pala (2023); Munanura <i>et al.</i> (2023); e Schlesinger <i>et al.</i> (2023).
	Gosto de fazer amizade com alguns turistas que visitam Santa Cruz.	PE2	
	Sinto afeição positiva (ex.: bem-querer, consideração, amizade, amor, apego, carinho etc.) pelos turistas que visitam Santa Cruz.	PE3	

Compreensão Simpática (CS)	Sinto que posso confiar nos turistas que visitam Santa Cruz.	CS1	Woosnam <i>et al.</i> (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo <i>et al.</i> (2021); Daskin e Pala (2023); Munanura <i>et al.</i> (2023); e Schlesinger <i>et al.</i> (2023).
	Sinto que tenho muito em comum com os turistas que visitam Santa Cruz.	CS2	
	Identifico-me com os turistas que visitam Santa Cruz.	CS3	
	Entendo o comportamento dos turistas que visitam Santa Cruz.	CS4	
Natureza Acolhedora (NA)	Tenho orgulho de ter turistas visitando Santa Cruz.	NA1	Woosnam <i>et al.</i> (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo <i>et al.</i> (2021); Daskin e Pala (2023); Munanura <i>et al.</i> (2023); e Schlesinger <i>et al.</i> (2023).
	Me sinto feliz em receber turistas em Santa Cruz.	NA2	
	Tenho prazer em receber turistas em Santa Cruz.	NA3	
Qualidade de Vida (QV)	As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas.	QV1	Eslami <i>et al.</i> (2019); Bajrami <i>et al.</i> (2020); Yayla <i>et al.</i> (2023); Prasad <i>et al.</i> (2023); e Wang <i>et al.</i> (2023).
	Em muitos aspectos, a minha vida em Santa Cruz está próxima ao ideal.	QV2	
	Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz.	QV3	
Crenças Compartilhadas (CC)	Compartilho com os turistas a crença de que Santa Cruz é um ótimo lugar para busca espiritual e práticas religiosas (peregrinações, romarias, retiros, visitação ao santuário etc.).	CC1	Woosnam <i>et al.</i> (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo <i>et al.</i> (2021); Daskin e Pala (2023); Munanura <i>et al.</i> (2023); e Schlesinger <i>et al.</i> (2023).
	Compartilho ideias religiosas semelhantes com os turistas que visitam Santa Cruz.	CC2	
	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso faz com que aumente o interesse em conhecer mais sobre Santa Cruz.	CC3	
	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso valoriza a preservação dos aspectos histórico-culturais (história, cultura, monumentos, marcos, arquitetura civil etc.) de Santa Cruz.	CC4	
Identidade do Lugar (IL)	Sinto que pertenço a Santa Cruz.	IL1	Wang e Chen (2015); Yuan <i>et al.</i> (2019); Wang <i>et al.</i> (2020); e Kuo <i>et al.</i> (2021).
	Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz.	IL2	
	Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso.	IL3	
Apoio ao Turismo (AP)	Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	AP1	Bajrami <i>et al.</i> (2020); Wang <i>et al.</i> (2020); Phuc e Nguyen (2020); Joo <i>et al.</i> (2021); Daskin e Pala (2023); Munanura <i>et al.</i> (2023); e Schlesinger <i>et al.</i> (2023).
	Apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz.	AP2	
	Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	AP3	
	Quero que o turismo religioso continue a ser tratado como importante para Santa Cruz.	AP4	

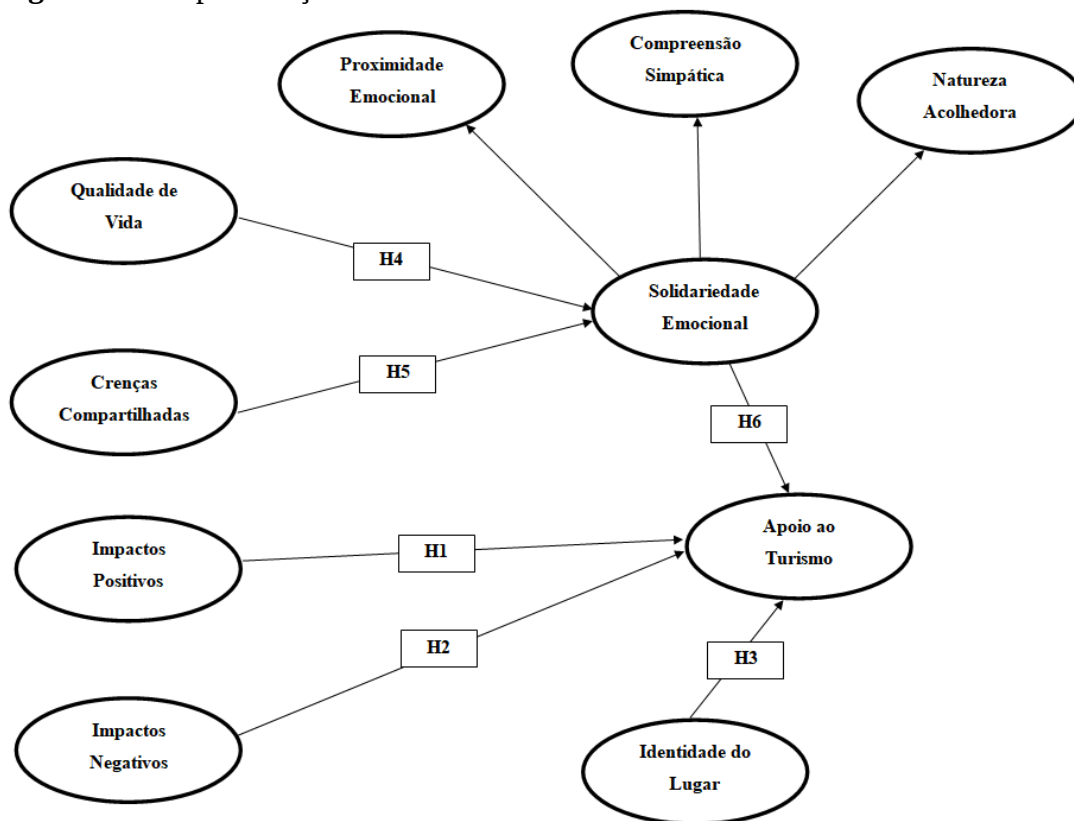
Fonte: Elaboração própria, 2023.

A seguir, apresenta-se o modelo de análise utilizado para investigação do apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

3.5 MODELO DE ANÁLISE

Com base nos estudos sobre o apoio de residentes que se pautaram nas três teorias a SET, Teoria da Identidade do Lugar e a Teoria da Solidariedade Emocional, com o intuito de investigar esse apoio ao desenvolvimento do turismo religioso, esse estudo se utilizou dos seguintes constructos: percepção dos impactos positivos e negativos do turismo, QV, crenças compartilhadas, solidariedade emocional (proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora), identidade do lugar e apoio ao turismo. Na figura 58 é apresentada a especificação do modelo estrutural com base nos referidos constructos, e na sequência têm-se as hipóteses levantadas neste estudo.

Figura 58 – Especificação do modelo estrutural do estudo



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Hipótese 1: *Existe uma relação positiva direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Hipótese 2: *Existe uma relação negativa direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos negativos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Hipótese 3: *Existe uma relação positiva direta entre a identidade do lugar dos residentes e seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Hipótese 4: *Existe uma relação positiva direta entre a qualidade de vida percebida pelos residentes e a sua solidariedade emocional com os turistas.*

Hipótese 5: *Existe uma relação positiva direta entre as crenças compartilhadas dos residentes com os turistas e a sua solidariedade emocional.*

Hipótese 6: *Existe uma relação positiva direta entre a solidariedade emocional dos residentes para com os turistas e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

A seguir, apresentam-se os procedimentos utilizados para análise dos dados deste estudo.

3.6 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS

Para análise dos dados obtidos na fase qualitativa deste estudo, onde se realizaram 40 entrevistas, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo que, segundo Franco (2021) permite a compreensão da mensagem em um processo de comunicação ao buscar responder perguntas como: O que se fala? Com que intensidade/frequência? Quais os símbolos figurativos utilizados na fala? O que significa os silêncios? E o que há nas entrelinhas? Desse modo, essa técnica permite fazer inferências em todos os elementos da comunicação, a saber: emissor, codificação, mensagem, decodificação, receptor e *feedback*.

Nessa perspectiva, esse estudo se utilizou da análise de conteúdo buscando compreender nos enunciados dos entrevistados a significação que atribuíam a cada resposta dada aos questionamentos presentes no roteiro de entrevista, bem como, obter sua opinião contextualizada a respeito da importância do turismo religioso para Santa Cruz-RN. Após as entrevistas, realizou-se as transcrições e organização dos dados; leitura de todos os enunciados; a codificação e decodificação dos dados; a categorização; e a inferência (Bardin, 1977).

Na fase quantitativa, utilizou-se o sistema de processamento de dados *Statistical Package for the Social Sciences* (IBM-SPSS) versão 23 para *Windows* com o pacote AMOS, que possibilitou a execução das análises estatísticas descritivas, fatorial exploratória e confirmatória e a modelagem de equações estruturais.

A análise descritiva propiciou o arranjo e a sumarização dos dados estatísticos (Silvestre, 2007), enquanto a análise fatorial exploratória permitiu a detecção de variáveis que fossem capazes de explicar os fatores (Corrar, Paulo & Dias, 2009). Vale destacar que, se entende como variáveis: atributos, aspectos, características, eventos e atos que possam ser medidos e apresentados em valores (Cooper & Schindler, 2016).

Mediante a realização da análise fatorial exploratória, tem-se a especificação de modelos de medidas considerando as variáveis dependentes e independentes. Já a regressão linear permite a análise das relações entre as variáveis, estabelecendo assim, um modelo estrutural (Marôco, 2010).

A análise fatorial e a regressão linear são técnicas que compõem a Modelagem de Equações Estruturais (MEE) que permite a elaboração de modelos com os quais se realizam testes para sua validação, se evidencia relações causais e se confirma ou refuta hipóteses (Marôco, 2010). Nesse sentido, para a construção e validação do modelo estrutural deste estudo, utilizou-se o pacote AMOS versão 23 para *Windows*.

No quadro 12 são apresentados resumidamente os procedimentos metodológicos e, na sequência, os resultados e discussões pertinentes a este estudo.

Quadro 12 – Procedimentos metodológicos

Qual a relação existente entre componentes cognitivos e componentes emocionais no que se refere a influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso?	Objetivos Específicos	Categoria de Análise	Técnica de Coleta	Técnica de Análise
	Apresentar o ponto de vista dos residentes quanto a importância do turismo religioso para o desenvolvimento do destino investigado.	Pontos positivos e negativos do turismo; ações governamentais; emoções ao receber turistas; importância do turismo religioso; e apoio ao turismo.	Roteiro de entrevista	Análise de conteúdo
	Caracterizar a percepção da população residente do destino de turismo religioso investigado quanto aos fatores capazes de influenciar seu apoio ao desenvolvimento do turismo.	Impactos positivos e negativos do turismo; solidariedade emocional (proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora); qualidade de vida; crenças compartilhadas; identidade do lugar; e apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.	Aplicação de questionários com população-alvo.	Estatística descritiva.
	Elaborar e validar um modelo de mensuração capaz de investigar as relações existentes entre as variáveis observáveis e latentes construídas com base na Teoria das Trocas Sociais (SET), na Teoria da Identidade do Lugar e na Teoria da Solidariedade Emocional.	Impactos positivos e negativos do turismo; solidariedade emocional (proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora); qualidade de vida; crenças compartilhadas; identidade do lugar; e apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.	Aplicação de questionários com população-alvo.	Análise fatorial exploratória e confirmatória.
	Validar um modelo estrutural que permita averiguar as inter-relações existentes entre os fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.	Impactos positivos e negativos do turismo; solidariedade emocional (proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora); qualidade de vida; crenças compartilhadas; identidade do lugar; e apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.	Aplicação de questionários com população-alvo.	Modelagem de Equações Estruturais.

Fonte: Elaboração própria, 2023.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 OPINIÃO DOS RESIDENTES QUANTO A IMPORTÂNCIA DO TURISMO RELIGIOSO PARA O DESENVOLVIMENTO DO DESTINO INVESTIGADO

Com o intuito de caracterizar o perfil dos entrevistados que participaram da fase qualitativa deste estudo, tem-se, em relação ao gênero feminino e masculino, que ambos obtiveram a mesma porcentagem (50%). Conforme dados do IBGE (2023) a população santa-cruzense apresentou, no censo 2022, 52% (19.507) pessoas do gênero feminino contra 48% (17.806) do gênero masculino.

Quanto à faixa etária, 20% possuíam entre 18 e 22 anos; 15% entre 23 e 27 anos; 15% entre 33 e 37 anos; 15% entre 43 e 47 anos, 12% entre 28 e 32 anos; 10% maior que 52 anos; 8% entre 48 e 52 anos; e 5% entre 38 e 42 anos. Desse modo, a maioria dos entrevistados (65%) possuía faixa etária entre 18 e 47 anos, no momento de obtenção dos dados deste estudo.

Em relação ao nível de escolaridade apresentado pelos entrevistados, 33% possuíam ensino médio completo; 28% pós-graduação; 20% ensino superior completo; 8% ensino superior incompleto; 7% ensino médio incompleto; 4% entre fundamental completo e incompleto. Em relação ao nível de instrução e à faixa etária, ressalta-se que no *site* do IBGE, até o momento de compilação destes dados no estudo, ainda não se encontravam informações detalhadas acerca desses aspectos do perfil dos residentes santa-cruzenses a partir do censo de 2022.

Desse modo, levando em conta o censo do IBGE 2010, quando a população santa-cruzense era de 35.797 habitantes, verificou-se que 16% (5.735) detinham o ensino médio completo e superior incompleto, 13% (4.540) ensino fundamental completo e médio incompleto, 3% (1.206) ensino superior completo, 0,13% (46) não determinado e a maioria 52% (18.505) apresentavam-se sem instrução e fundamental incompleto (IBGE, 2023). Percebe-se em relação ao nível de escolaridade dos entrevistados da fase qualitativa e os dados referentes à instrução em 2010, aumentos nas porcentagens e a presença do nível de pós-graduação dos residentes, que não foi evidenciado no censo de 2010.

Quanto à renda mensal individual dos entrevistados em questão, obteve-se que 35% possuíam renda menor que um salário-mínimo (vigente em 2022, R\$ 1.212,00); 33% recebiam mais que dois salários-mínimos; e 32% entre um e dois salários-mínimos. Esses resultados assemelham-se aos dados obtidos quanto ao trabalho e rendimento no censo IBGE

2010, onde 49% das pessoas possuíam como renda individual mensal até meio salário-mínimo. Em 2021, obteve-se que apenas 10,70% (4.310) dos residentes santa-cruzenses possuíam ocupação em relação à população total (IBGE, 2023).

No tocante ao estado civil dos entrevistados, obteve-se que 47% afirmaram ser casados; 37% solteiros; 8% em união estável; 5% divorciado; e 3% viúvo. Ao se verificar a religião dos respondentes, teve-se que 62% disseram ser católicos; 28% evangélicos; 5% não ser religioso; e 5% ser cristão sem uma denominação específica. Até o momento de compilação destes dados no estudo, ainda não se dispunha de informações relacionadas a esses dados no censo de 2022. Por esse motivo, conforme o censo do IBGE 2010, a maioria dos residentes 55% (19.601) eram solteiros, 24% casados, 3% (1.195) viúvos, 1% (441) divorciados e 1% (296) separados. Em relação à religião, a predominância apresentada no censo de 2010 foi à católica 85% (30.533) seguida da evangélica 10% (3.739), (IBGE, 2023), o que, embora passados anos, também pode ser visto através dos dados dos entrevistados desta fase qualitativa.

De modo geral, considerando as características do perfil dos 40 respondentes da fase qualitativa, é possível perceber que se oportunizou a participação igualitária dos gêneros. Na faixa etária participaram indivíduos jovens, adultos e idosos, que possuíam estados civis diversos. Quanto à religião, demonstrou as duas mais predominantes no município: católica e evangélica (IBGE, 2023).

A seguir serão apresentadas as súmulas das respostas dos 40 entrevistados referentes às 6 questões presentes no roteiro de entrevista que possuía, inicialmente, 8 questões abertas, porém, excluiu-se 2 por não apresentar dados consistentes para este estudo. Ao mesmo tempo, realizaram-se inferências considerando os enunciados, significados, silêncios, contextos e exemplos figurativos utilizados pelos entrevistados no momento de fala. “P” trata-se da pergunta realizada ao entrevistado seguido do seu número sequencial.

P1: O que você sabe sobre o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN?

A respeito deste questionamento, os entrevistados destacaram de modo geral, que o turismo se desenvolveu no município de Santa Cruz-RN, após a construção e inauguração do Santuário de Santa Rita de Cássia que fez com que a visitação turística aumentasse, deixando de se restringir ao mês de maio quando ocorre a comemoração a festa da padroeira, acontecendo também aos fins de semana, como se observa, no enunciado transcrito a seguir:

Após o santuário, vemos muita gente vindo à cidade para visitar e participar de eventos religiosos, surgindo também comércios e atividades comerciais voltadas para os turistas, como exemplo os artesãos (Entrevistado, 20).

O enunciado acima também evidencia impactos positivos do turismo no que concerne ao surgimento de novos negócios na cidade, gerando, conseqüentemente, emprego e renda para a população local, quando cita os artesãos, por exemplo. Os entrevistados evidenciaram ainda, as transformações que observaram no município, tais como investimentos e melhorias em infraestrutura, aumento/surgimento de equipamentos de hospedagem, meios de restauração, atrativos religiosos e outros, as contribuições econômicas ao comércio e as ações realizadas pela gestão municipal para divulgar a cidade, elaborar planos e finalizar o teleférico, como pode ser constatado no enunciado transcrito a seguir:

O comércio melhorou. O espaço do templo da igreja procurou também adequar para atender os turistas. Os poucos hotéis que tínhamos, hoje a gente já tem pousadas e hotéis que foram melhorando ainda mais. O calçamento foi substituído pelo asfalto, que dá uma melhor mobilidade para os ônibus (Entrevistado 2).

Vale destacar que os entrevistados também ressaltaram a necessidade de se desenvolver outros segmentos de turismo na cidade além do religioso. Isso fica evidente no seguinte enunciado:

Acredito que a cidade não deveria se restringir apenas ao santuário. Procurar outros potenciais que a cidade tem, para que a cidade não se restrinja apenas ao turismo religioso, ter outros atrativos, mas com a preocupação em preservar o que há de natural nela (Entrevistado 23).

Além da opinião quanto à necessidade de outros segmentos de turismo a serem desenvolvidos no município, se evidencia a preocupação dos residentes com a manutenção dos aspectos ligados à sua identidade, ou seja, a cultura, a história e o ambiente natural presente no destino.

A seguir, apresenta-se o questionamento P2 e seus respectivos enunciados e interpretações.

P2: Em sua opinião, quais os pontos positivos e negativos do desenvolvimento do turismo religioso no município? Justifique sua resposta.

Para este questionamento, obtiveram-se como pontos positivos e negativos em maior incidência, os enunciados apresentados no quadro 13 a seguir.

Quadro 13 – Enunciados quanto aos pontos positivos e negativos observados

Pontos positivos	
Tipo de enunciado	Total de recorrências
Visibilidade da cidade (imagem)	23 citações
Movimentação econômica	18 citações
Geração de empregos	14 citações
Geração de renda	14 citações
Surgimento de novos empreendimentos turísticos	15 citações
Crescimento do comércio	13 citações
Aumento na visitação turística	12 citações
Melhorias em infraestrutura (asfalto, ruas, acesso à atrações)	9 citações
Valorização do artesanato local	6 citações
Chegada de novas empresas (farmácias, supermercados, dentre outros)	4 citações
Pontos negativos	
Tipo de enunciado	Total de recorrências
Nenhum ponto negativo a destacar	27 citações
Criminalidade	19 citações
Aumento nos problemas de trânsito	11 citações
Aumento na poluição (lixo e ar)	9 citações
Aumento nos problemas de abastecimento de água	7 citações
Aumento nos problemas com estacionamentos	5 citações
Aumento na quantidade de pedintes	4 citações

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Os pontos positivos de maior recorrência nas falas dos entrevistados foram a visibilidade do município e a movimentação econômica gerada pelo turismo. A respeito disso,

pode-se destacar, conforme o enunciado transcrito: *“a cidade primeiro passou a ser vista nacionalmente e mundialmente e, o turismo economicamente tem sua colaboração”* (Entrevistado 29).

Desse modo, além da imagem e visibilidade que o município passou a ter após a chegada do turismo, também movimentou a economia local com o crescimento do comércio de bens e serviços, com a geração de emprego e renda, o surgimento de novos empreendimentos ligados direta ou indiretamente ao turismo e a valorização do artesanato local, como se observa no enunciado transcrito a seguir: *“houve crescimento no comércio, na parte de hotéis, mais emprego e renda direto ou indireto seja na parte do comércio ou artesanato”* (Entrevistado 19).

A visitação turística no município também foi citada, como se destaca no enunciado transcrito: *“vejo que a cidade ficou mais conhecida, mais visitada, deixa um certo benefício econômico na cidade”* (Entrevistado 10). Percebe-se que as visitas turísticas aumentaram ao se considerar que, embora o município recebesse devotos no mês de maio para participação dos festejos dedicados à Santa Rita de Cássia, após a inauguração do Santuário, essas visitas passaram a ocorrer também em outros meses do ano.

Relacionada à existência dessa visitação e as contribuições socioeconômicas do turismo no município, une-se a valorização dos aspectos culturais e identidade local, como pode ser observado no enunciado transcrito:

O turismo trouxe a possibilidade de geração de emprego e renda. Uma identidade de artesanato. Recolocou Santa Cruz no circuito de cidades em desenvolvimento. A autoestima do santa-cruzense ela deu um salto, por ter alguma coisa para mostrar para apresentar, para fazer uma foto e enviar ao mundo (Entrevistado 25).

Desse modo, primando pela valorização da cultura e identidade local, os entrevistados destacaram a necessidade de novos atrativos para agregar ainda mais valor ao turismo religioso, como pode ser visto no enunciado transcrito: *“a gente sabe que tem ações particulares voltados ao turismo, por último temos o atrativo Memorial Santa Rita”* (Entrevistado 22).

Já no que compete aos pontos negativos, os entrevistados destacaram com maior recorrência o aumento da criminalidade, problemas relacionados ao trânsito no município, a poluição e ao abastecimento hídrico local. No que compete à criminalidade, esta foi destacada pelos entrevistados a partir da percepção do aumento de atos como furtos, após a chegada do

turismo no município, como pode ser visto nos enunciados transcritos: *“aumentou mais a questão de furtos”* (Entrevistado 33) e *“a questão da criminalidade gera um pouco de insegurança para o morador e o turista”* (Entrevistado 34).

Nota-se que, os entrevistados evidenciam a criminalidade como ponto negativo que impacta suas vidas, mas também que afeta negativamente o desenvolvimento do turismo religioso no município, ao considerar a necessidade de se promover segurança ao residente e ao visitante/turista.

A percepção dos residentes quanto aos problemas de trânsito no município foi relacionada com o aumento de veículos particulares e ônibus que transportam os visitantes/turista em Santa Cruz, reduzindo a mobilidade dos moradores devido à falta de organização do trânsito, bem como, dos estacionamentos presentes no destino, como se destaca no enunciado transcrito: *“o aumento da desorganização de algumas coisas dentro do município, por exemplo, o trânsito, precisa de uma organização”* (Entrevistado 6).

Os problemas relacionados à poluição ambiental estiveram presentes nas falas dos entrevistados, pois consideraram que com a demanda de turistas no município geram-se resíduos sólidos os quais, por vezes, não são descartados adequadamente, como se destaca no enunciado transcrito a seguir:

Falta uma parte de organização na estrutura, eu percebo como a cidade fica com muito lixo, muito trânsito principalmente no dia 22 de maio, aspectos que afetam o meio ambiente, como a locomoção, tem complicações que afetam os residentes (Entrevistado 1).

Em relação ao abastecimento hídrico, os entrevistados destacaram que os residentes já vivenciam situações de recessão de água com constância no município e com a chegada de turistas aumenta-se a demanda por água, sendo necessárias melhorias nesse sentido, como se destaca no enunciado transcrito a seguir:

Falta ainda uma infraestrutura para melhor receber os turistas. Melhorar o trânsito e a questão dos estacionamentos, a questão da água que afeta não só os moradores, mas também as pessoas que visitam Santa Cruz (Entrevistado 27).

Também se fez presente nas falas dos entrevistados a percepção de que, com o desenvolvimento do turismo religioso no município, houve aumento na quantidade de

pedintes (pessoas que pedem esmola) e que esses abordam residentes e turistas de formas diversas, como se destaca no enunciado:

Houve também ampliação do número de pedintes, no início, também houve até uma certa violência para com esse turista, pois eles aguardavam os turistas descenderem para fazerem pequenos assaltos e para pedir também (Entrevistado 2).

Os entrevistados que não citaram pontos negativos evidenciaram apenas sugestões de melhorias que os atores governamentais poderiam realizar no município no sentido de contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo religioso. Tais sugestões são apresentadas no questionamento P3 a seguir.

P3: Em sua opinião, quais as ações que se empreendidas pelos atores governamentais (federal, estadual e municipal) podem contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo religioso em Santa Cruz?

Frente ao que foi exposto como pontos negativos, os entrevistados apontaram ações com as quais os atores governamentais (federal, estadual e municipal) poderiam contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo religioso em Santa Cruz-RN. Essas ações seguem expostas no quadro 14.

Quadro 14 – Ações governamentais para o desenvolvimento sustentável do turismo religioso

Tipo de enunciado	Total de recorrências
Divulgação do Turismo	7 citações
Segurança	6 citações
Incentivo e captação de formados em Guia de Turismo	6 citações
Organização do trânsito	6 citações
Infraestrutura	5 citações
Atendimento ao cliente	4 citações
Novos atrativos	4 citações
Elaboração de roteiro turístico	3 citações
Investir nas associações de ambulantes	3 citações
Valorização da cultura local/ Tombamento de casarões	3 citações

Sinalização turística	2 citações
Investir em novos segmentos de turismo	2 citações

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

De forma análoga, as ações citadas pelos entrevistados pressupõem melhorias e resoluções de aspectos que julgaram como pontos negativos do turismo ou fragilidades já existentes no município e que precisam de maior atenção governamental.

Conforme opinião dos entrevistados, a ação de divulgação do turismo em Santa Cruz-RN foi sugerida aos três poderes: federal, estadual e municipal, tanto do ponto de vista de uma divulgação externa (estados, regiões e países), como também para transparecer as benesses e transformações do turismo para os próprios residentes santa-cruzenses, como pode ser visto no enunciado transcrito a seguir:

Melhorar a divulgação externa, precisa de uma divulgação melhor do Turismo Religioso no município para mostrar para o residente, a importância do turismo (Entrevistado 6).

A segurança, a organização do trânsito e o incentivo à captação de residentes formados em Guia de Turismo foram ações que também se destacaram nas falas dos entrevistados. Com base na percepção dos entrevistados quanto ao aumento da criminalidade e dos problemas de trânsito devido ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN, esses pontuaram à necessidade de guarda municipal para organizar o trânsito e maiores investimentos de ordem federal, estadual e municipal em segurança para o destino, como pode ser destacado no enunciado:

Organizar o trânsito da nossa cidade, pois é muito desorganizado. Colocar mais sinais de trânsito e guardas municipais para que haja fiscalização (Entrevistado 17).

Evidenciaram ainda que, frente à existência de um curso Técnico de Nível Médio em Guia de Turismo ofertado na Escola Estadual José Bezerra Cavalcanti (EEJBC, 2022), 7ª Direc, Secretaria de Estado da Educação, da Cultura, do Esporte e do Lazer do Rio Grande do Norte (SEEC/RN), o governo municipal poderia implementar ações para oportunizar à entrada desses formados no mundo do trabalho, atuando assim, em seu local de residência, como pode ser destacado no enunciado transcrito a seguir:

A prefeitura poderia, por exemplo, capitar os alunos do curso de Guia de Turismo que nós temos na nossa cidade e preparar esses alunos para que eles pudessem exercer a profissão (Entrevistado 2).

Os entrevistados citaram a necessidade de ações implementadas pela prefeitura municipal, governo estadual e federal voltadas a melhorias na infraestrutura, especialmente, na questão do abastecimento hídrico que já foi pontuado como uma situação recorrente que tem se acentuado devido ao desenvolvimento do turismo.

Como ações do governo municipal destacaram as melhorias na acessibilidade para deficientes; na sinalização turística dos atrativos a serem visitados; no atendimento ao cliente/turista com formações e capacitações para quem atua no turismo; incentivo às associações de ambulantes que atuam nos atrativos turísticos; e valorização dos aspectos culturais e históricos com o tombamento dos casarões que ainda existem no município, tal como pode ser visto no enunciado transcrito a seguir:

Apoio na infraestrutura, apoio em atividades culturais que vão gerar uma atividade diferente para a cidade, apoio nas ruas e sinalização de bons trajetos até chegar ao destino. Acolhimento também lá no santuário é importante (Entrevistado 4).

Nota-se, a partir dos enunciados, que os residentes entrevistados destacaram aspectos relevantes ao planejamento e desenvolvimento turístico sustentável, tanto do ponto de vista da organização estrutural quanto no que se refere às ações operacionais e à qualidade no atendimento à demanda turística. A seguir, apresenta-se o questionamento P4 e seus respectivos enunciados e interpretações.

P4: Como você se sente ao receber visitantes/turistas em Santa Cruz? Justifique sua resposta.

A respeito deste questionamento, de modo geral, os entrevistados demonstraram emoções positivas de felicidade, identidade, honra, gratidão e orgulho em receber visitantes/turistas em Santa Cruz-RN, principalmente, por levar em conta os impactos positivos gerados pelo turismo e à própria visibilidade e desenvolvimento que o município recebeu após a visita turística, como é possível perceber no enunciado transcrito a seguir:

Como cidadão Santa-cruzense me sinto muito feliz. Saber que a cidade está recebendo turistas está se movimentando. Hoje é uma cidade maior que tem crescido cada vez mais no cenário estadual,

orgulhoso de receber pessoas que falam bem da cidade e que está buscando o progresso. (Entrevistado 19).

É possível perceber através das falas dos entrevistados, o sentimento identitário de pertencimento ao lugar, ao mesmo tempo, que se evidencia a hospitalidade/natureza acolhedora através da felicidade dos residentes santa-cruzenses em receber visitantes/turistas de diversos destinos em seu entorno habitual.

Há ainda aqueles que se julgam indiferentes quanto as suas emoções, pois ainda precisam de mais tempo para validá-las, especialmente, no que compete à sua identidade do lugar, como pode ser visto no enunciado transcrito a seguir:

Não sou muito afeito à divulgação da cidade com sentimento de pertencimento, mas nada contra os residentes que com emoção exprimem seu prazer em dizer que mora em Santa Cruz-RN. Eu não sei ser assim, vou me cobrar mais nisso (Entrevistado 3).

A seguir, apresentam-se no questionamento P5 os enunciados dos entrevistados quanto à sua opinião sobre a importância do turismo para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN.

P5: De modo geral, qual a importância do turismo religioso para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN?

A respeito deste questionamento, os entrevistados deixaram evidentes em suas respostas os seguintes enunciados apresentados no quadro 15.

Quadro 15 - Importância do turismo religioso para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN

Tipo de enunciado	Total de recorrências
Crescimento econômico	15 citações
Visibilidade da cidade	10 citações
Geração de emprego	10 citações
Geração de renda	7 citações
Aumento de empreendimentos turísticos	4 citações
Melhorias nas vendas de bens e serviços	2 citações

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Nota-se que os entrevistados atribuíram o crescimento econômico e a visibilidade que o município possui atualmente ao desenvolvimento do turismo religioso, como pode ser visto nos enunciados transcritos a seguir:

O turismo religioso em Santa Cruz hoje é o principal responsável pelo incremento do desenvolvimento da cidade. Muito do que se projeta na nossa cidade é voltada para que se tenha uma boa imagem do complexo turístico. Eu Acredito que o turismo religioso hoje em Santa Cruz, ele é responsável por 50% do desenvolvimento da cidade (Entrevistado 2).

Posicionou a cidade no mapa. Posicionou no ponto de vista de marketing e divulgação. A grande contribuição do turismo foi realmente acordar a cidade para essa chegada de novas pessoas e novos empreendimentos. O turismo deu uma vida para uma região que morreu junto com algodão (Entrevistado 40).

Observa-se que, os entrevistados reconhecem em sua fala a importância socioeconômica do turismo para o desenvolvimento do destino. E relacionado a isso, destacaram o surgimento de novas oportunidades de emprego e renda sendo geradas para os residentes em decorrência do turismo, como pode ser visto no enunciado transcrito a seguir:

Acaba tendo grande importância a atividade turística, saindo um pouco da dependência apenas do comércio, porque faz a economia girar trazendo a geração de emprego e renda (Entrevistado 31).

Os entrevistados destacaram também melhorias relativas à infraestrutura básica, turística e de apoio ao mencionar que o município cresceu no que diz respeito a chegada de novas empresas e empreendimentos turísticos, bem como, na venda de produtos e serviços destinados ao atendimento dos visitantes/turistas, como pode ser visto no enunciado transcrito a seguir:

Foi uma luz para Santa Cruz, fez mudar o cenário da realidade de nossa cidade. Santa Cruz está crescendo começou a ter mais hotéis, mais pousadas, restaurantes e alguns atrativos surgiram na cidade (Entrevistado 4).

Unindo-se todos os enunciados, pode-se dizer que a percepção dos entrevistados em relação à importância do turismo religioso para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN, volta-se as contribuições socioeconômicas do turismo percebidas.

A seguir, apresenta-se o questionamento *P6* e seus respectivos enunciados e interpretações.

P6: Você se julga contra ou a favor do desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN? Justifique sua resposta.

Quanto a este questionamento, todos os entrevistados se julgaram a favor do desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN por levarem em conta o crescimento econômico, a visibilidade do município, a geração de emprego e renda, as melhorias em infraestrutura, as oportunidades de trocas culturais entre anfitrião e visitantes/turistas e pela valorização da história e cultura local, como evidenciado nas respostas aos questionamentos anteriores *P1* a *P5*. Isso pode ser corroborado através dos enunciados transcritos a seguir:

Me julgo muito favorável ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz, porque ganhamos uma cidade em constante desenvolvimento. Pessoas estão vindo morar na cidade justamente por conta das oportunidades geradas em Santa Cruz (Entrevistado 26).

Eu sou completamente a favor do turismo religioso de Santa Cruz. Porque eu sinto que abre portas para Santa Cruz aparecer mais como cidade (Entrevistado 32).

Eu me julgo a favor porque trouxe outras oportunidades para a cidade e a infraestrutura da cidade melhorou muito depois do Santuário (Entrevistado 38).

Há aqueles que sendo a favor, sinalizaram a necessidade de uma melhor organização do turismo, com o surgimento de novos segmentos, atrativos e roteiros turísticos no município, como pode ser visto no enunciado transcrito a seguir:

Eu me julgo favorável, com a necessidade de a gente ampliar um roteiro turístico em nosso município que avance para além do religioso. Expanda isso dentro do nosso município para que a gente possa ter o turista mais tempo na sua cidade (Entrevistado 29).

Destaca-se que os resultados qualitativos obtidos com os 40 entrevistados permitiram verificar as opiniões e em quais contextos os residentes atribuíram o desenvolvimento de Santa Cruz-RN à presença do turismo. Diante disso, reafirmou-se a utilização dos fatores

amplamente trabalhados nas Teorias das Trocas Sociais (impactos positivos e negativos do turismo e percepção quanto à qualidade de vida) e a viabilidade em abordar fatores emocionais através da Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional dos residentes com os turistas. Esses resultados também proporcionaram a inserção e adequação de variáveis presentes no instrumento de coleta de dados quantitativo – o questionário.

A seguir, apresenta-se a caracterização dos residentes que participaram da fase quantitativa deste estudo.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DA AMOSTRA QUANTITATIVA

Tendo em vista a caracterização do perfil da amostra utilizada na fase quantitativa deste estudo, apresentam-se a seguir os dados referentes ao gênero, faixa etária, escolaridade, renda mensal individual, religião e tempo de residência em Santa Cruz. Vale destacar que a amostra final contou com 474 entrevistados. Na tabela 1, apresenta-se a caracterização da amostra quanto ao gênero:

Tabela 1 - Caracterização da amostra quanto ao gênero

Gênero	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Feminino	257	54,2	54,2	54,2
Masculino	203	42,8	42,8	97,0
Outro	6	1,3	1,3	98,3
Prefiro não responder	8	1,7	1,7	100,0
Total	474	100,0	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme pode ser observado na tabela 1, o gênero feminino (54,2%) foi predominante em relação ao masculino (42,8%) e demais indivíduos que expressaram não se encaixar nessas duas opções de respostas. Esse resultado é consistente com os dados do IBGE censo 2022, onde a maioria da população, cerca de 19.507 (52%) são do gênero feminino (IBGE, 2023).

A partir dos dados da tabela 2 relacionada à faixa etária da amostra, nota-se que a maioria dos entrevistados (74,9%) apresentaram idade entre 18 e 45 anos e apenas (25,1%) possuíam idade entre 46 ou mais que 60 anos. Esse dado é corroborado conforme o IBGE censo 2022 ao evidenciar que cerca de 53,3% da população santa-cruzensense possuía idade entre 18 e 45 anos no momento da pesquisa (IBGE, 2023).

Tabela 2 - Caracterização da amostra quanto à faixa etária

Faixa Etária	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
18-24 anos	76	16,0	16,0	16,0
25-31 anos	111	23,4	23,4	39,5
32-38 anos	88	18,6	18,6	58,0
39-45 anos	80	16,9	16,9	74,9
46-52 anos	47	9,9	9,9	84,8
53-59 anos	38	8,0	8,0	92,8
60 anos ou mais	34	7,2	7,2	100,0
Total	474	100,0	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Em relação ao nível de escolaridade dos entrevistados da fase quantitativa, nota-se a partir da tabela 3, que a maioria (66,2%) tinham ensino médio completo, estavam com graduação em andamento ou já haviam finalizado um curso de graduação, enquanto 20,5% responderam não ter finalizado o ensino fundamental e/ou ensino médio, 5,5% ter finalizado o ensino fundamental e apenas 4,2% disseram possuir pós-graduação em andamento e/ou concluída.

Tabela 3 - Caracterização da amostra quanto à escolaridade

Escolaridade	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Sem escolaridade	17	3,6	3,6	3,6
Ensino fundamental incompleto	49	10,3	10,4	14,0
Ensino fundamental completo	26	5,5	5,5	19,5
Ensino médio incompleto	48	10,1	10,1	29,6
Ensino médio completo	195	41,1	41,2	70,8
Ensino superior incompleto	52	11,0	11,0	81,8
Ensino superior completo	66	13,9	14,0	95,8
Pós-graduação incompleta	2	0,4	0,4	96,2
Pós-graduação completa	18	3,8	3,8	100,0
Total	473	99,8	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Devido à indisponibilidade de dados detalhados sobre a instrução/escolaridade dos residentes santa-cruzenses a partir do censo de 2022, até o momento de compilação desses dados no estudo, foram utilizados os dados do IBGE censo 2010 evidenciando que a taxa de escolarização de indivíduos entre 6 e 14 anos era de 95,7% no referido ano, onde se obteve que 16% da população detinha o ensino médio completo e/ou superior incompleto (IBGE, 2023).

Com base nos dados apresentados na tabela 4, nota-se que 50,1% dos entrevistados disseram deter uma renda mensal individual, conforme salário vigente em 2023 (R\$

1.320,00), entre um e dois salários-mínimos, seguido de 36,6% que disseram receber menos que um salário-mínimo, incluindo-se aqui, beneficiários de programas do governo, como, por exemplo, o Bolsa Família. Apenas 13,3% responderam possuir mais de dois salários-mínimos como renda mensal individual. De acordo com IBGE (2023), em 2021 o salário médio da população santa-cruzenense era de 1,7 salários-mínimos, onde apenas 10,7% dos residentes possuíam ocupação/trabalho.

Tabela 4 - Caracterização da amostra quanto à renda mensal individual

Renda	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
< R\$ 1.320,00	173	36,5	36,6	36,6
R\$ 1.320,00 - R\$ 2.640,00	237	50,0	50,1	86,7
R\$ 2.641,00 - R\$ 3.960,00	35	7,4	7,4	94,1
R\$ 3.961,00 - R\$ 5.280,00	11	2,3	2,3	96,4
R\$ 5.281,00 - R\$ 6.600,00	4	0,8	0,8	97,3
R\$ 6.601,00 - R\$ 7.920,00	5	1,1	1,1	98,3
> R\$ 7.921,00	8	1,7	1,7	100,0
Total	473	99,8	100,0	
Omisso	1	0,2		
Total	474	100,0		

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Ao se remeter à religião dos entrevistados, obtiveram-se os seguintes resultados apresentados na tabela 5.

Tabela 5 - Caracterização do perfil da amostra quanto à religião

Religião	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Sem religião	56	11,8	11,8	11,8
Católica	293	61,8	61,9	73,8
Evangélica	87	18,4	18,4	92,2
Espírita	9	1,9	1,9	94,1
Umbanda, candomblé ou outras religiões afro-brasileiras	4	0,8	0,8	94,9
Outra	24	5,1	5,1	100,0
Total	473	99,8	100,0	
Omisso	1	0,2		
Total	474	100,0		

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Ao se verificar os dados apresentados na tabela 5, nota-se que a religião predominante entre os entrevistados foi a católica (61,9%) seguida da evangélica com (18,4%). 11,8% afirmaram não ter religião definida e apenas 7,8% demais religiões. Devido à

indisponibilidade de dados a respeito da religião dos residentes no censo do IBGE de 2022, até o momento de compilação desses dados no estudo, utilizou-se aqui como referência os dados do censo de 2010, onde se evidenciava a predominância da religião católica (85%) entre os residentes santa-cruzenses (IBGE, 2023).

Referindo-se ao tempo em que os entrevistados residem no município investigado, obtiveram-se os seguintes resultados apresentados na tabela 6.

Tabela 6 - Caracterização do perfil da amostra quanto ao tempo de residência

Tempo de Residência	Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem cumulativa
Há 1 ano	38	8,0	8,0	8,0
Entre 2 e 10 anos	67	14,1	14,1	22,2
Entre 11 e 19 anos	147	31,0	31,0	53,2
Entre 20 e 28 anos	117	24,7	24,7	77,8
Entre 29 e 37 anos	60	12,7	12,7	90,5
Entre 38 e 46 anos	31	6,5	6,5	97,0
Entre 47 e 55 anos	11	2,3	2,3	99,4
Há 56 anos ou mais	3	0,6	0,6	100,0
Total	474	100,0	100,0	

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

De acordo com os dados apresentados na tabela 6, percebe-se que a maioria dos entrevistados (82,5%) residem no município entre 2 e 37 anos, seguido dos que residem entre 38 e mais de 56 anos (9,4%) e apenas há 1 ano (8,0%). Levando-se em conta o tempo de residência dos entrevistados, acredita-se que esses já possuem opiniões formadas quanto aos aspectos ligados ao turismo religioso em seu entorno habitual, sendo capazes de evidenciar percepções a respeito das afirmativas/variáveis investigadas neste estudo.

A seguir, apresenta-se a caracterização da percepção dos residentes investigados quanto aos fatores capazes de influenciar seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.

4.3 CARACTERIZAÇÃO DA PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES QUANTO AOS

FATORES CAPAZES DE INFLUENCIAR O SEU APOIO AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RELIGIOSO

Tendo em vista a caracterização da percepção dos residentes quanto aos fatores capazes de influenciar o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso, foi realizada a análise descritiva das variáveis considerando os indicadores: média, desvio padrão, coeficiente de variação, assimetria e curtose.

A média indica onde a maioria dos dados de uma distribuição se concentra/posiciona, o desvio padrão apresenta a dispersão dos dados em relação a uma medida central e o coeficiente de variação evidencia o quanto o desvio padrão se distanciou em relação à média (Peris, 2020).

O indicador assimetria é uma medida da simetria de uma distribuição. Na maioria dos casos, a comparação é feita com uma distribuição normal. Uma distribuição positivamente assimétrica tem relativamente poucos valores grandes e uma cauda mais alongada à direita, e uma distribuição negativamente assimétrica tem relativamente poucos valores pequenos e uma cauda mais alongada à esquerda. Valores assimétricos fora do intervalo -1 a $+1$ indicam uma distribuição substancialmente assimétrica (Hair *et al.*, 2009).

No que compete à curtose, esta é uma medida da elevação ou do achatamento de uma distribuição quando comparada com uma distribuição normal. Um valor positivo indica uma distribuição relativamente elevada, e um valor negativo indica uma distribuição relativamente achatada (Hair *et al.* 2009). Nesse sentido, os indicadores da análise descritiva obtidos para cada constructo são apresentados a seguir.

4.3.1 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Impactos Positivos

Na tabela 7 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis do constructo Impactos Positivos (IP).

Tabela 7 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis dos Impactos Positivos

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
IP1	474	3,460	1,407	40,652	-0,653	-0,953
IP2	474	3,608	1,352	37,485	-0,806	-0,624
IP3	474	3,762	1,387	36,875	-0,966	-0,405

CV (%): Coeficiente de Variação, em porcentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme pode ser observado através dos dados apresentados na tabela 7, dentro da escala de avaliação utilizada (escala métrica de 05 pontos), os residentes entrevistados entendem que o turismo religioso pode gerar impactos econômicos positivos para o município. Observa-se que as médias variaram entre 3,460 para a variável IP1 (O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz) e 3,762 para a variável IP3 (O turismo religioso

tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzense) com coeficiente de variação na ordem de 40%.

A respeito desses resultados, na fase qualitativa os entrevistados evidenciaram recorrentemente em seus enunciados como impactos positivos do turismo: a sua contribuição na econômica local, na geração de emprego e renda, na imagem do lugar e no crescimento do comércio onde também se inclui empresas turísticas, como destacado nos enunciados dos entrevistados 19 e 29 apresentados no subtópico 4.1 a respeito do constructo impactos positivos.

Esses dados são coerentes com estudos realizados por Styliadis (2014), Bajrami *et al.*, (2018), Yim (2021), Chagas *et al.* (2022) ao evidenciarem que quando os residentes percebem mais impactos econômicos positivos, têm mais propensão a apoiar o desenvolvimento do turismo em seu entorno habitual.

Em termos de assimetria, verificou-se que todas as variáveis do constructo se encontram com valores dentro do intervalo $[-1, +1]$ e a curtose apresentou valores inferiores a 10, sugerindo uma distribuição normal dos dados (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresenta-se a análise descritiva referente ao constructo impactos negativos.

4.3.2 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Impactos Negativos

Na tabela 8 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Impactos Negativos (IN).

Tabela 8 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis dos Impactos Negativos

Variáveis	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
IN1	474	3,612	1,291	35,749	-0,716	-0,639
IN2	474	3,407	1,312	38,512	-0,552	-0,899
IN3	473	2,987	1,420	47,539	-0,067	-1,317
IN4	474	2,751	1,502	54,585	0,193	-1,449

CV (%): Coeficiente de Variação, em porcentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

De acordo com os dados apresentados na tabela 8, os residentes entrevistados entendem que o turismo pode gerar impactos socioambientais negativos para o município. As médias variaram entre 3,612 para a variável IN1 (O turismo religioso tem aumentado os

problemas de trânsito em Santa Cruz) e 3,407 IN2 (O turismo religioso tem aumentado a poluição ambiental em Santa Cruz), com coeficiente de variação na ordem de 54%.

Esses dados sugerem que os residentes investigados na fase quantitativa compartilham a mesma percepção dos entrevistados na fase qualitativa ao destacar como impactos negativos do turismo religioso: o aumento nos problemas de trânsito, sinalizando a necessidade de organização e também o aumento na poluição ambiental, com a geração e disposição inadequada de resíduos sólidos devido a presença massiva de turistas, principalmente em meio aos festejos da padroeira de Santa Cruz, como destacado pelo entrevistado 1 em seu enunciado sobre os impactos negativos no subtópico 4.1.

As médias das variáveis IN3 (O turismo religioso tem aumentado a quantidade de pedintes em Santa Cruz) e IN4 (O turismo religioso tem aumentado a criminalidade em Santa Cruz) variaram entre 2,987 e 2,751 indicando a opinião relativa dos entrevistados, pois não souberam/conseguiram dimensionar o nível em que se encontram os aspectos presentes nas afirmativas.

A respeito dessas variáveis, é importante destacar que na fase qualitativa, houve poucas menções ao aumento de pedintes, mas os entrevistados destacaram recorrentemente o aumento na criminalidade como um impacto negativo. Este resultado pode estar relacionado a múltiplas situações que não se resumem apenas ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz como sugere a opinião relativa dos respondentes da fase quantitativa.

De forma análoga, os dados do constructo impactos negativos são coerentes com estudos realizados por Bajrami *et al.* (2018), Qin *et al.* (2021) e Chagas *et al.* (2022) ao abordarem a influência desse constructo sobre as atitudes dos residentes e consequente apoio ao desenvolvimento do turismo em qualquer que seja a destinação.

Do mesmo modo do constructo anterior, obteve-se que todas as variáveis apresentaram assimetria dentro do intervalo [-1, +1] e curtose inferior a 10, sugerindo assim, a existência de uma distribuição normal dos dados (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresentam-se os dados da análise descritiva do constructo proximidade emocional.

4.3.3 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Proximidade Emocional

Na tabela 9 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Proximidade Emocional (PE).

Tabela 9 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Proximidade Emocional

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
PE1	474	2,574	1,486	57,719	0,279	-1,466
PE2	474	3,297	1,416	42,957	-0,438	-1,153
PE3	473	3,820	1,310	34,285	-0,926	-0,333

CV (%): Coeficiente de Variação, em percentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Com base nos dados da tabela 9, os entrevistados apresentaram opinião relativa quanto às variáveis PE1 (Sinto-me próximo de alguns turistas que conheci em Santa Cruz) e PE2 (Gosto de fazer amizade com alguns turistas que visitam Santa Cruz), cujas médias foram 2,574 e 3,297, respectivamente. Já no que compete à variável PE3 (Sinto afeição positiva pelos turistas que visitam Santa Cruz) cuja média foi 3,820, os entrevistados expressaram concordância parcial a essa afirmativa. Vale destacar que o coeficiente de variação apresentou percentagem na ordem de 58%.

No tocante à concordância parcial dos entrevistados em relação à variável PE3, destaca-se os achados na fase qualitativa quando os entrevistados se mostraram permissivos e interessados em constituir relações com os turistas em seu entorno habitual, tal como destacado pelo entrevistado 19, no subtópico 4.1.

Os resultados obtidos estão de acordo com achados no estudo de Gautam (2023), pois pondera que mesmo havendo estudos que evidenciam a influência dos três componentes da solidariedade emocional no apoio dos residentes ao turismo (Moghavvemi *et al.*, 2017; Phuc & Nguyen, 2020; Giango *et al.*, 2022) há situações em que, os indivíduos não tiveram oportunidade e tempo hábil para se aproximar emocionalmente dos turistas, desse modo, justifica-se sua opinião relativa/parcial a respeito do constructo proximidade emocional.

Os dados do presente constructo possuem uma distribuição normal, pois todas as variáveis apresentaram assimetria dentro do intervalo [-1, +1] e curtose inferior a 10 (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresentam-se os dados da análise descritiva do constructo compreensão simpática.

4.3.4 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Compreensão Simpática

Na tabela 10 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Compreensão Simpática (CS). A partir dos dados foi possível observar que do mesmo modo que o constructo proximidade emocional, os residentes entrevistados apresentaram opiniões relativas nas variáveis CS1 (Sinto que posso confiar nos turistas que visitam Santa Cruz), CS2 (Sinto que tenho muito em comum com os turistas que visitam Santa Cruz), CS3 (Identifico-me com os turistas que visitam Santa Cruz), cujas médias variaram entre 2,996 e 3,129 e concordância parcial na variável CS4 (Entendo o comportamento dos turistas que visitam Santa Cruz) cuja média foi 4,082. Vale destacar que o coeficiente de variação apresentou percentagem na ordem de 46%.

Tabela 10 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Compreensão Simpática

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV	Assimetria	Curtose
CS1	474	2,996	1,328	44,324	-0,155	-1,157
CS2	474	3,051	1,416	46,426	-0,314	-1,327
CS3	474	3,129	1,414	45,181	-0,369	-1,258
CS4	474	4,082	1,147	28,086	-1,328	0,963

CV (%): Coeficiente de Variação, em percentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Em se tratando da concordância parcial dos residentes quanto à compreensão do comportamento dos turistas que visitam Santa Cruz, pode ser observada também no enunciado do entrevistado 19, quando expressa sua intenção de receptividade com os turistas, no subtópico 4.1.

De forma análoga, os resultados obtidos no constructo compreensão simpática, também corroboram com os achados de Gautam (2023) ao evidenciar que, por vezes, os residentes podem não ter a oportunidade de exercer a compreensão simpática devido à falta de proximidade com os turistas/visitantes.

Destaca-se que os dados do presente constructo constituem uma distribuição normal, pois todas as suas variáveis apresentaram assimetria dentro do intervalo $[-1, +1]$ e curtose inferior a 10 (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresentam-se os dados da análise descritiva do constructo natureza acolhedora.

4.3.5 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Natureza Acolhedora

Na tabela 11 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Natureza Acolhedora (NA).

Tabela 11 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Natureza Acolhedora

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV	Assimetria	Curtose
NA1	474	4,451	0,939	21,102	-1,964	3,517
NA2	474	4,475	0,922	20,608	-2,119	4,334
NA3	473	4,419	0,956	21,629	-1,887	3,149

CV (%): Coeficiente de Variação, em porcentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Com base nos dados apresentados na tabela 11, observa-se que os residentes entrevistados evidenciaram a existência de sua natureza acolhedora para com os turistas que visitam o município. Nota-se que as médias variaram entre 4,419 e 4,475 onde, os residentes enalteceram sua concordância em relação a todas as variáveis presentes no constructo Natureza Acolhedora, a saber: NA1 (Tenho orgulho de ter turistas visitando Santa Cruz), NA2 (Me sinto feliz em receber turistas em Santa Cruz) e NA3 (Tenho prazer em receber turistas em Santa Cruz), com um coeficiente de variação na ordem de 22%.

Esses resultados estão de acordo com os achados pelos autores Moghavvemi *et al.* (2017), Phuc e Nguyen (2020), Giango *et al.* (2022) e Daskin e Pala (2023) ao evidenciarem a influência dos componentes da solidariedade emocional, onde se inclui a natureza acolhedora nas atitudes dos residentes quanto ao desenvolvimento do turismo em localidades diversas.

De modo geral, os resultados obtidos na fase qualitativa deste estudo, ajudam a compreender a concordância dos residentes quanto às afirmações/variáveis do constructo Natureza Acolhedora, pois a maioria dos enunciados destacaram emoções positivas dos residentes para com os turistas, tais como, felicidade, honra e orgulho em receber pessoas no município, tal como destacado pelos entrevistados 8 e 19 no subtópico 4.1.

Em relação à distribuição dos dados desse constructo, observou-se que as variáveis NA1 e NA3 apresentaram assimetria fora do intervalo [-1, +1], enquanto NA2 apresentou

maior alteração -2,119, podendo indicar a presença de *outliers*. No que compete à curtose, esta apresentou resultados inferiores a 10 (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresentam-se os dados da análise descritiva do constructo qualidade de vida.

4.3.6 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Qualidade de Vida

Na tabela 12 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Qualidade de Vida (QV).

Tabela 12 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis da Qualidade de Vida

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
QV1	474	3,749	1,257	33,524	-0,948	-0,178
QV2	473	3,404	1,404	41,236	-0,587	-1,031
QV3	473	4,266	1,060	24,848	-1,684	2,235

CV (%): Coeficiente de Variação, em percentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme pode ser observado através dos dados apresentados na tabela 12, os residentes entrevistados demonstraram possuir qualidade de vida em Santa Cruz. Apresentaram concordância parcial quanto às variáveis QV1 (As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas) e QV3 (Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz), cujas médias foram 3,749 e 4,266, respectivamente. Enquanto na variável QV2 (Em muitos aspectos, a minha vida em Santa Cruz está próxima do ideal), os entrevistados apresentaram opinião relativa, cuja média foi 3,404, onde o coeficiente de variação esteve na ordem de 41%.

Esses resultados são coerentes de acordo com os achados por Eslami *et al.* (2019), Bajrami *et al.* (2020) e Wang *et al.* (2023), pois evidenciaram que a percepção do residente quanto às facilidades/oportunidades presentes em sua comunidade, seu bem-estar pessoal e a sua satisfação com a vida são aspectos constituintes da qualidade de vida.

Destaca-se ainda, que na constituição da QV os residentes também consideram a influência dos impactos positivos e negativos do turismo. Na fase qualitativa deste estudo, pode-se depreender que tanto a geração de emprego e renda pode impactar positivamente na QV quanto os problemas de trânsito e a poluição ambiental podem afetar negativamente a vida dos residentes em comunidade, como evidenciado no subtópico 4.1.

Referindo-se à distribuição dos dados do constructo Qualidade de Vida, este apresentou normalidade, uma vez que os valores de assimetria encontram-se dentro do intervalo $[-1, +1]$ e a curtose inferior a 10 (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresenta-se a análise descritiva referente ao constructo Crenças Compartilhadas.

4.3.7 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Crenças Compartilhadas

Na tabela 13 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Crenças Compartilhadas (CC). A partir dos dados, foi possível perceber que os residentes entrevistados acreditam compartilhar crenças com os turistas que visitam Santa Cruz. Esses demonstraram concordância parcial quanto às variáveis CC1 (Compartilho com os turistas a crença de que Santa Cruz é um ótimo lugar para busca espiritual e práticas religiosas), CC3 (Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso faz com que aumente o interesse em conhecer mais sobre Santa Cruz) e CC4 (Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso valoriza a preservação dos aspectos histórico-culturais de Santa Cruz), cujas médias variaram entre 3,996 e 4,131.

Em relação a variável CC2 (Compartilho ideias religiosas semelhantes com os turistas que visitam Santa Cruz) apresentaram opinião relativa a essa afirmação, cuja média foi 3,420, onde o coeficiente de variação esteve na ordem de 44%.

Tabela 13 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis de Crenças Compartilhadas

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
CC1	474	3,996	1,192	29,830	-1,211	0,502
CC2	474	3,420	1,492	43,639	-0,532	-1,205
CC3	474	4,131	1,194	28,895	-1,393	0,901
CC4	474	4,108	1,146	27,907	-1,447	1,288

CV (%): Coeficiente de Variação, em porcentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A respeito da opinião relativa dos entrevistados quanto a variável CC2, pode ser justificada ao considerar os comentários realizados no momento da aplicação dos questionários, pois mencionaram que, o turismo religioso em Santa Cruz é predominantemente católico, e embora demonstrassem seu respeito à referida religião, não

comungavam das mesmas ideias católicas que estariam imbuídas nas crenças dos turistas que visitam o município. Os resultados obtidos são coerentes com os estudos desenvolvidos por Woosnam *et al.* (2009) e Woosnam e Norman (2010) ao considerar que entre as crenças que podem ser compartilhadas entre residentes e turistas, se fazem presentes aspectos ambientais, sociais e culturais.

Quanto à distribuição dos dados do constructo Crenças Compartilhadas, observa-se que em algumas variáveis os valores de assimetria se encontram fora do intervalo $[-1, +1]$, podendo indicar a presença de *outliers*. A curtose apresentou valores inferiores a 10, indicando assim uma distribuição normal dos dados (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresenta-se a análise descritiva referente ao constructo Identidade do Lugar.

4.3.8 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Identidade do Lugar

Na tabela 14 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Identidade do Lugar (IL). A partir dos dados, percebe-se que os residentes entrevistados apresentaram concordância com as variáveis do presente constructo, evidenciando assim, sua identificação com Santa Cruz, seu lugar de vivência. As médias variaram entre 4,357 e 4,617, onde os residentes demonstraram concordar parcialmente com a afirmação presente em IL1 (Sinto que pertenço a Santa Cruz) e totalmente com as afirmações de IL2 (Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz) e IL3 (Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso). O coeficiente de variação apresentou porcentagem na ordem de 23%.

Tabela 14 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis de Identidade do Lugar

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
IL1	474	4,357	1,019	23,381	-1,879	3,145
IL2	474	4,555	0,743	16,311	-1,898	3,794
IL3	473	4,617	0,713	15,435	-2,288	6,233

CV (%): Coeficiente de Variação, em porcentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Esses resultados podem ser relacionados aos obtidos na fase qualitativa, haja vista, ser perceptível nos enunciados a forte identificação, felicidade e orgulho que os residentes possuem em se tratando do seu lugar de vivência. Isso se torna nítido tanto nos enunciados sobre a importância do turismo para o município quanto os relacionados a

hospitalidade/natureza acolhedora dos residentes santa-cruzenses, como pode ser verificado na fala do entrevistado 25 ao evidenciar que se elevou a autoestima do residente ao poder mostrar seu entorno habitual; e entrevistado 8 ao mencionar que se sente feliz, que receber é algo identitário dos residentes que envolve sua história e religiosidade.

Os resultados também são consistentes com os achados dos autores Wang e Chen (2005), Yuan *et al.* (2019), Wang *et al.* (2020) e Kuo *et al.* (2021) ao evidenciarem que aspectos como memórias, história, cultura, condições de vida e sentimentos para com a comunidade, constituem-se elementos da identificação com o lugar que, por sua vez, pode influenciar as atitudes dos residentes em relação ao turismo.

Em relação à distribuição dos dados do constructo Identidade do Lugar, observa-se que os valores de assimetria de IL1 e IL2 se encontram fora do intervalo $[-1, +1]$, apenas IL3 apresentou maior alteração -2,288, podendo indicar a presença de *outliers*. A curtose apresentou valores inferiores a 10, indicando assim uma distribuição normal dos dados (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresenta-se a análise descritiva referente ao constructo Apoio ao Turismo.

4.3.9 Percepção dos residentes sobre as variáveis do constructo Apoio ao Turismo

De forma análoga, tanto os resultados da fase qualitativa quanto da fase quantitativa deste estudo evidenciaram que os residentes investigados apoiam e são favoráveis (subtópico 4.1) ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.

Na tabela 15 são apresentados os indicadores da análise descritiva para as variáveis pertencentes ao constructo Apoio ao Turismo (AP).

Tabela 15 - Indicadores da análise descritiva para as variáveis de Apoio ao Turismo

Variável	N	Média	Desvio Padrão	CV (%)	Assimetria	Curtose
AP1	474	4,643	0,701	15,107	-2,587	8,230
AP2	474	4,542	0,796	17,523	-2,172	5,263
AP3	474	4,487	0,831	18,513	-2,071	4,826
AP4	474	4,650	0,777	16,719	-2,744	8,141

CV (%): Coeficiente de Variação, em porcentagem

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Tendo em vista os dados apresentados na tabela 15, os entrevistados apresentaram concordância com todas as variáveis do presente constructo, evidenciando assim, seu apoio ao

desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz. As médias variaram entre 4,487 e 4,650, onde os residentes demonstraram concordar totalmente com as afirmações de AP1 (Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz), AP2 (Eu apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz), AP3 (Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz) e AP4 (Quero que o turismo religioso continue a ser tratado como importante para Santa Cruz) cujo coeficiente de variação apresentou porcentagem na ordem de 19%.

Os resultados quantitativos apresentados na tabela 15 podem ser relacionados aos resultados da fase qualitativa deste estudo, no que compete à favorabilidade dos residentes quanto ao desenvolvimento do turismo religioso, apresentado no subtópico 4.1. Onde foi possível perceber que, apesar da percepção dos impactos negativos do turismo, da necessidade de melhorias infraestruturais e ações governamentais, ainda assim, os entrevistados se mostraram favoráveis ao turismo religioso em seu entorno habitual.

Esses resultados também são consistentes com os encontrados por Bajrami *et al.* (2020), Wang *et al.* (2020), Phuc e Nguyen (2020) e Daskin e Pala (2023), ao evidenciarem que o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo pode ser influenciado pela percepção dos impactos do turismo, as crenças compartilhadas, a solidariedade emocional, a qualidade de vida e a identidade com o lugar, constructos abordados neste estudo.

Quanto à distribuição dos dados do constructo Apoio ao Turismo, observa-se que os valores de assimetria de todas as variáveis apresentaram alterações em relação ao intervalo $[-1, +1]$, podendo indicar a presença de *outliers*. A curtose apresentou valores inferiores a 10, indicando assim uma distribuição normal dos dados (Hair *et al.*, 2009).

A seguir, apresenta-se o teste de comparação de médias considerando o gênero dos entrevistados da fase quantitativa deste estudo.

4.3.10 Teste de comparação de médias para gênero

Tendo por intuito avaliar a significância estatística da diferença entre médias amostrais obtidas para os gêneros feminino e masculino, para uma única variável dependente, foi utilizado o teste t para amostras independentes. O nível de significância associado a esse teste estatístico para avaliar a diferença entre os grupos foi atribuído como sendo 0,05 (5%).

Conforme dados apresentados na tabela 16 a respeito dos indicadores do teste de comparação de médias para gênero, obteve-se que não houve diferenças de médias entre

homens e mulheres para os constructos impactos positivos, impactos negativos e identidade do lugar.

No constructo qualidade de vida, observou-se que a variável QV3 (Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz) apresentou diferença estatística entre as médias, onde as mulheres mostraram maior nível de satisfação com a vida que levam em Santa Cruz do que os homens. Na tabela 16 apresentam-se os indicadores do teste de comparação de médias para gênero.

Tabela 16 - Indicadores do teste de comparação de médias para gênero (Teste t)

Constructo	Variável	Escore Médios		Teste t	
		F N (257)	M N (203)	Valor t	p
Impactos Positivos (IP)	IP1 - O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz.	3,428	3,507	-0,602	0,547
	IP2 - O turismo religioso tem gerado aumento na renda da população santa-cruzense.	3,599	3,635	-0,287	0,775
	IP3 - O turismo religioso tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzense.	3,727	3,807	-0,618	0,537
Impactos Negativos (IN)	IN1-O turismo religioso tem aumentado os problemas de trânsito em Santa Cruz.	3,615	3,630	-0,130	0,897
	IN2-O turismo religioso tem aumentado a poluição ambiental em Santa Cruz.	3,397	3,404	-0,057	0,954
	IN3- O turismo religioso tem aumentado a quantidade de pedintes em Santa Cruz.	2,988	2,970	0,134	0,893
	IN4 - O turismo religioso tem aumentado a criminalidade em Santa Cruz.	2,778	2,699	0,556	0,579
Qualidade de Vida (QV)	QV1 - As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas.	3,794	3,670	1,040	0,299
	QV2 - Em muitos aspectos, a minha vida em Santa Cruz está próxima ao ideal.	3,350	3,435	-0,647	0,518
	QV3 - Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz.	4,385	4,124	2,586	0,010
Identidade do Lugar (IL)	IL1 - Sinto que pertenço a Santa Cruz.	4,432	4,320	1,207	0,228
	IL2 - Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz.	4,560	4,552	0,124	0,901
	IL 3 - Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso.	4,681	4,555	1,889	0,060
Apoio ao Turismo (AP)	AP1 - Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	4,661	4,611	0,761	0,447
	AP2 - Apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz.	4,568	4,507	0,821	0,412
	AP3 - Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	4,564	4,389	2,212	0,028
	AP4 - Quero que o turismo religioso continue a ser tratado como importante para Santa Cruz.	4,700	4,571	1,718	0,087

F – Gênero Feminino; M – Gênero Masculino; N – Número de entrevistados em cada gênero; t – Estatística do Teste t de Student; e p – Valor de probabilidade de erro de se rejeitar Ho (Bilateral).

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Já no que compete ao constructo apoio ao turismo, observou-se diferença estatística na variável **AP3** (Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz), onde novamente as mulheres apresentaram maior nível de apoio ao incentivo para o desenvolvimento do turismo na localidade do que os homens.

4.3.11 Análise de correlações entre constructos para gênero

Para analisar as correlações existentes entre os constructos propostos neste estudo, para cada gênero em separado, foi utilizado o coeficiente de correlação de *Spearman*, uma medida não paramétrica da dependência dos postos das variáveis. O coeficiente da correlação de *Spearman* gera um número que varia de -1 a +1. Quanto mais próximo dos extremos (-1 ou 1), maior é a força da correlação. Já os valores próximos de 0 implicam em correlações mais fracas ou inexistentes (Hair *et al.*, 2009). Na tabela 17 são apresentados os coeficientes de correlação obtidos para o gênero feminino.

Tabela 17 - Coeficiente de correlação de Spearman para Gênero Feminino

Variável	Impacto Positivo	Impacto Negativo	Qualidade de Vida	Identidade do Lugar	Apoio ao Turismo
Impacto Positivo	1,000				
Impacto Negativo	0,194**	1,000			
Qualidade de Vida	0,328**	0,122	1,000		
Identidade do Lugar	NS	NS	0,462**	1,000	
Apoio ao Turismo	0,174**	NS	0,217**	0,407**	1,000

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

NS: Correlação não significativa

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir dos dados apresentados na tabela 17, nota-se que para o gênero feminino, há correlações significativas entre a percepção dos impactos positivos gerados pelo turismo (essencialmente aspectos econômicos), a qualidade de vida e a identidade do lugar com o apoio ao turismo. Porém, não se observou correlação entre a percepção dos impactos negativos e o apoio ao desenvolvimento do turismo no município.

Na tabela 18 são apresentados os coeficientes de correlação obtidos para o gênero masculino.

Tabela 18 - Coeficiente de correlação de Spearman para Gênero Masculino

Variável	Impacto Positivo	Impacto Negativo	Qualidade de Vida	Identidade do Lugar	Apoio ao Turismo
Impacto Positivo	1,000				
Impacto Negativo	0,205**	1,000			
Qualidade de Vida	0,470**	NS	1,000		
Identidade do Lugar	0,292**	NS	0,364**	1,000	
Apoio ao Turismo	0,326**	NS	0,266**	0,432**	1,000

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral). NS: Correlação não significativa

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

No que compete ao gênero masculino, obteve-se um comportamento semelhante ao feminino. Foram verificadas correlações significativas entre os impactos positivos do turismo, qualidade de vida e identidade do lugar com o apoio ao desenvolvimento do turismo. De forma análoga, não se observaram correlações significativas entre a percepção dos impactos negativos e o apoio ao desenvolvimento do turismo em Santa Cruz.

A seguir, apresenta-se a validação do modelo de mensuração deste estudo.

4.4 VALIDAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO

Visando validar a escala de mensuração utilizada neste estudo, para investigar as relações existentes entre as variáveis observáveis e latentes construídas com base na Teoria das Trocas Sociais (SET), na Teoria da Solidariedade Emocional e na Teoria da Identidade do Lugar, foi utilizada a Análise Fatorial Exploratória (AFE). A análise fatorial exploratória é uma técnica de interdependência que visa identificar agrupamentos entre variáveis (Hair *et al.*, 2009), tendo como critérios de avaliação, os indicadores *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), teste de esfericidade de *Bartlett's*, comunalidade, carga fatorial e a porcentagem de variância total de cada constructo. Também foi utilizado um teste de confiabilidade através do indicador *Alfa de Cronbach*.

A esse respeito, o teste *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) é um critério utilizado para identificar se um modelo de análise fatorial está adequado/ajustado, testando a consistência geral dos dados. Conforme Hair *et al.* (2009), quanto mais os valores do KMO estiverem próximos de 1, maior representatividade cada constructo terá na análise fatorial.

O teste de Esfericidade de Bartlett verifica a significância geral de todas as correlações de uma matriz, indicando o grau de correlação entre as variáveis de um constructo. Diante disso, o valor de significância ($p < 0,05$) identifica se há correlação entre pelo menos algumas das variáveis do constructo investigado (Hair *et al.*, 2009).

Em relação à comunalidade, segundo Hair *et al.* (2009), essa se refere à quantia total de variância que uma variável original compartilha com todas as outras variáveis incluídas na análise. Nesse sentido, os valores de comunalidade devem estar acima de 0,5, em cada variável, para que essa possa ser mais convergente dentro de um fator.

Quanto às cargas fatoriais, segundo Corrar *et al.* (2009, p. 79), “são valores que medem o grau de correlação entre a variável original e os fatores. O quadrado da carga fatorial representa o quanto do percentual da variação de uma variável é explicado pelo fator”. A esse respeito, destaca-se que os valores mínimos, em cada variável, para obter representatividade dentro de um fator, devem estar acima de 0,5. Além disso, quando as cargas fatoriais ultrapassam o valor de 0,7 indica-se uma estrutura bem definida dentro de um constructo (Hair *et al.*, 2009).

A variância total explicada, segundo Hair *et al.* (2009), objetiva garantir significância para os fatores determinados. Assim, as variáveis de cada constructo foram analisadas em conjunto para perceber se essas, de fato, explicavam um fator. Os autores apontam que, nas Ciências Sociais Aplicadas, valores percentuais a partir de 60% já são considerados significativos para confirmar a adequação das variáveis dentro de um fator.

Por fim, também foi realizada a análise da confiabilidade do questionário aplicado, por meio do indicador *Alfa de Cronbach*. É uma medida de confiabilidade que varia de 0 a 1, sendo os valores de 0,60 a 0,70 considerados o limite inferior de aceitabilidade.

Destaca-se que no estudo foi utilizada a rotação fatorial ortogonal do tipo VARIMAX, a qual maximiza a soma de variâncias de cargas exigidas da matriz fatorial ao simplificar as colunas e linhas. A rotação VARIMAX é a “mais utilizada e tem como característica o fato de minimizar a ocorrência de uma variável possuir altas cargas fatoriais para diferentes fatores, permitindo que uma variável seja facilmente identificada com um único fator” (Corrar *et al.*, 2009). Quanto ao método de extração dos fatores, utilizou-se a Análise de Componentes Principais que, conforme Hair *et al.* (2009) considera a variância total e deriva fatores que contêm pequenas proporções de variância única e, em alguns casos, variância de erro.

Os resultados encontrados para cada constructo são apresentados a seguir.

4.4.1 AFE do constructo Impactos Positivos

Na tabela 19 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Impactos Positivos (IP).

Tabela 19 - Indicadores da AFE para o constructo Impactos Positivos

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
IP1	O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz.	0,829	0,911
IP2	O turismo religioso tem gerado aumento na renda da população santa-cruzeense.	0,820	0,905
IP3	O turismo religioso tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzeense.	0,708	0,841

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,713

Bartlett's Test of Sphericity: 708,858 Sig: 0,000

% da Variância: 78,548

Alfa de Cronbach: 0,863

Eigenvalue: 2,356

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Através dos dados apresentados na tabela 19, verifica-se que as variáveis pertencentes ao constructo “Impactos Positivos do Turismo” apresentaram valores de comunalidade que variaram entre 0,708 e 0,829, acima do mínimo exigido (0,5) indicando convergência das variáveis dentro do fator, ao mesmo tempo, que as cargas fatoriais variaram entre 0,841 e 0,911, superando o mínimo exigido (0,7) indicando a existência de uma estrutura bem definida dentro do constructo. Em relação ao KMO obteve-se (0,713) que se aproxima de 1, evidenciando a adequação da amostra à análise fatorial realizada.

O teste de Esfericidade de Bartlett apresentou valor de significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), que indica a existência de correlações significativas entre as variáveis presentes no constructo estudado.

Destaca-se que as três variáveis que compõem o constructo Impactos Positivos do Turismo, se interligam no que compete à constituição e explicação de um único fator, apresentando uma variância total explicada elevada de 78,548%. O referido constructo apresentou *Alfa de Cronbach* igual a 0,863, superior ao mínimo exigido (0,7) demonstrando que há confiabilidade nos dados e que as afirmativas/variáveis estão de acordo no que se refere à investigação proposta neste estudo.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Impactos Negativos.

4.4.2 AFE do constructo Impactos Negativos

Na tabela 20 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Impactos Negativos (IN).

Tabela 20 - Indicadores da AFE para o constructo Impactos Negativos

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
IN1	O turismo religioso tem aumentado os problemas de trânsito em Santa Cruz.	0,527	0,726
IN2	O turismo religioso tem aumentado a poluição ambiental em Santa Cruz.	0,599	0,774
IN3	O turismo religioso tem aumentado a quantidade de pedintes em Santa Cruz.	0,632	0,795
IN4	O turismo religioso tem aumentado a criminalidade em Santa Cruz.	0,514	0,717

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,684

Bartlett's Test of Sphericity: 455,564 Sig: 0,000

% da Variância: 56,789

Alfa de Cronbach: 0,744

Eigenvalue: 2,272

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Com base na tabela 20, nota-se que todas as variáveis do constructo “Impactos Negativos do Turismo” apresentaram valores de comunalidade acima do mínimo exigido (0,5), variando entre 0,514 e 0,632, indicando assim, convergência das variáveis dentro do fator. Quanto às cargas fatoriais, estas variaram entre 0,717 e 0,795, acima do mínimo exigido (0,7), mostrando que as variáveis analisadas formam uma estrutura bem definida dentro do constructo.

O KMO apresentou valor aceitável (0,684) quanto à adequação da amostra à análise fatorial realizada. A significância foi igual a 0,000 ($p < 0,05$) no teste de Esfericidade de Bartlett evidenciando a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

As quatro variáveis do constructo Impactos Negativos do Turismo se conectam no sentido de constituir e explicar um único fator, cuja variância total explicada foi de 56,789%. O referido constructo apresentou *Alfa de Cronbach* igual a 0,744, acima do mínimo exigido (0,7), demonstrando a confiabilidade dos seus dados.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Proximidade Emocional.

4.4.3 AFE do constructo Proximidade Emocional

Na tabela 21 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Proximidade Emocional (PE).

Tabela 21 - Indicadores da AFE para o constructo Proximidade Emocional

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
PE1	Sinto-me próximo de alguns turistas que conheci em Santa Cruz.	0,550	0,742
PE2	Gosto de fazer amizade com alguns turistas que visitam Santa Cruz.	0,821	0,906
PE3	Sinto afeição positiva (ex.: bem-querer, consideração, amizade, amor etc.) pelos turistas que visitam Santa Cruz.	0,561	0,749

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,544

Bartlett's Test of Sphericity: 370,246 Sig: 0,000

% da Variância: 64,386

Alfa de Cronbach: 0,717

Eigenvalue: 1,932

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme dados apresentados na tabela 21, percebe-se que todas as variáveis do constructo “Proximidade Emocional” apresentaram valores de comunalidade entre o mínimo exigido (0,5) e superior a esse, variando entre 0,550 e 0,821, confirmando a existência de convergência das variáveis dentro do fator. Em relação às cargas fatoriais, estas variaram entre 0,742 e 0,960, superior ao mínimo exigido (0,7), mostrando que as variáveis estudadas foram bem definidas dentro do constructo.

O KMO apresentou valor aceitável (0,544), indicando adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett resultou uma significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), constatando a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

As três variáveis que compõem o constructo Proximidade Emocional, se interligam e conseguem constituir e explicar um único fator, com uma variância total explicada de 64,386%. O *Alfa de Cronbach* foi igual a 0,717 acima do mínimo exigido (0,7), demonstrando a confiabilidade dos dados do constructo.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Compreensão Simpática.

4.4.4 AFE do constructo Compreensão Simpática

Na tabela 22 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Compreensão Simpática (CS).

Tabela 22 - Indicadores da AFE para o constructo Compreensão Simpática

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
CS1	Sinto que posso confiar nos turistas que visitam Santa Cruz.	0,481	0,694
CS2	Sinto que tenho muito em comum com os turistas que visitam Santa Cruz.	0,776	0,881
CS3	Identifico-me com os turistas que visitam Santa Cruz.	0,738	0,859

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,626

Bartlett's Test of Sphericity: 391,263 Sig: 0,000

% da Variância: 66,495

Alfa de Cronbach: 0,745

Eigenvalue: 1,995

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

No caso do constructo Compreensão Simpática que inicialmente possuía quatro variáveis, fez-se necessário à eliminação da variável CS4 (Entendo o comportamento dos turistas que visitam Santa Cruz), pois apresentou valor de comunalidade muito inferior ao estabelecido como limite para a constituição do fator (0,246). Desse modo, optou-se pelo uso das variáveis CS1 a CS3 que apresentaram valores de comunalidade próximas ao limite mínimo exigido (0,5) e superior, variando entre 0,481 e 0,776 demonstrando sua convergência dentro do fator. No que compete às cargas fatoriais, essas também estiverem próximas ao valor mínimo exigido (0,7) e superior, variando entre 0,694 e 0,881, evidenciando assim, que as variáveis estudadas foram bem definidas para o constructo.

Em relação ao KMO obteve-se valor aceitável (0,626) o que indica a adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett obteve significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), evidenciando a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

As variáveis incluídas neste constructo, ou seja, CS1, CS2 e CS3 se unem e conseguem constituir e explicar um único fator, com uma variância total explicada de 66,495%. O *Alfa de Cronbach* resultou em 0,745 acima do mínimo exigido (0,7), demonstrando a confiabilidade dos dados do constructo.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Natureza Acolhedora.

4.4.5 AFE do constructo Natureza Acolhedora

Na tabela 23 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Natureza Acolhedora (NA).

Tabela 23 - Indicadores da AFE para o constructo Natureza Acolhedora

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
NA1	Tenho orgulho de ter turistas visitando Santa Cruz.	0,792	0,890
NA2	Me sinto feliz em receber turistas em Santa Cruz.	0,849	0,922
NA3	Tenho prazer em receber turistas em Santa Cruz.	0,744	0,863

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,717

Bartlett's Test of Sphericity: 735,270 Sig: 0,000

% da Variância: 79,510

Alfa de Cronbach: 0,870

Eigenvalue: 2,385

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir dos dados da tabela 23 nota-se que as variáveis do constructo Natureza Acolhedora apresentaram valores de comunalidade que variaram entre 0,744 e 0,849, acima do mínimo exigido (0,5), indicando convergência das variáveis dentro do fator, ao mesmo tempo, em que as cargas fatoriais variaram entre 0,863 e 0,922, superando o mínimo exigido (0,7) indicando a existência de uma estrutura bem definida dentro do constructo.

Em relação ao KMO obteve-se (0,717) que se aproxima de 1, evidenciando a adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett apresentou valor de significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), que indica a existência de correlações significativas entre as variáveis presentes no constructo estudado.

Destaca-se que as três variáveis que compõem o constructo Natureza Acolhedora, se conectam no que compete à constituição e explicação de um único fator, com uma variância total explicada elevada de 79,510%. O referido constructo apresentou *Alfa de Cronbach* igual a 0,870, superior ao mínimo exigido (0,7), demonstrando que há confiabilidade nos dados e as variáveis utilizadas estão de acordo no que se refere à proposta deste estudo.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Qualidade de Vida.

4.4.6 AFE do constructo Qualidade de Vida

Na tabela 24 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Qualidade de Vida (QV).

Tabela 24 - Indicadores da AFE para o constructo Qualidade de Vida

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
QV1	As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas.	0,769	0,877
QV2	Em muitos aspectos, a minha vida em Santa Cruz está próxima ao ideal.	0,640	0,800
QV3	Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz.	0,522	0,722

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,615

Bartlett's Test of Sphericity: 323,873 Sig: 0,000

% da Variância: 64,364

Alfa de Cronbach: 0,718

Eigenvalue: 1,931

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Através dos dados apresentados na tabela 24, nota-se que as variáveis do constructo Qualidade de Vida apresentaram valores de comunalidade que variaram entre 0,522 e 0,769, entre o mínimo exigido (0,5) e acima deste, indicando convergência das variáveis dentro do fator. As cargas fatoriais variaram entre 0,722 e 0,877, acima do mínimo exigido (0,7), mostrando que as variáveis foram bem definidas dentro do constructo.

No que se refere ao KMO, obteve-se valor aceitável (0,615), evidenciando a adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett apresentou valor de significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), que indica a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

As três variáveis do constructo Qualidade de Vida se associam para constituir e explicar um único fator, com uma variância total explicada de 64,364%. O referido constructo apresentou *Alfa de Cronbach* igual a 0,718 acima do mínimo exigido (0,7), demonstrando a confiabilidade dos seus dados.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Crenças Compartilhadas.

4.4.7 AFE do constructo Crenças Compartilhadas

Na tabela 25 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Crenças Compartilhadas (CC).

Tabela 25 - Indicadores da AFE para o constructo Crenças Compartilhadas

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
CC1	Compartilho com os turistas a crença de que Santa Cruz é um ótimo lugar para busca espiritual e práticas religiosas (peregrinações, romarias, retiros, visitação ao santuário etc.).	0,760	0,872
CC2	Compartilho ideias religiosas semelhantes com os turistas que visitam Santa Cruz.	0,526	0,725
CC3	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso faz com que aumente o interesse em conhecer mais sobre Santa Cruz.	0,755	0,869
CC4	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso valoriza a preservação dos aspectos histórico-culturais (história, cultura, monumentos, marcos, arquitetura civil etc.) de Santa Cruz.	0,740	0,860

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,800

Bartlett's Test of Sphericity: 866,368 Sig: 0,000

% da Variância: 69,504

Alfa de Cronbach: 0,841

Eigenvalue: 2,780

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

De acordo com os dados apresentados na tabela 25, percebe-se que todas as variáveis do constructo Crenças Compartilhadas apresentaram valores de comunalidade entre o mínimo exigido (0,5) e superior a esse, variando entre 0,526 e 0,760, onde é possível perceber a convergência das variáveis dentro do fator. No que tange às cargas fatoriais, estas variaram entre 0,725 e 0,872, acima do mínimo exigido (0,7), indicando que as variáveis estudadas foram bem definidas no constructo em questão.

Em relação ao KMO obteve-se (0,800) que se aproxima de 1, evidenciando assim, a adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett resultou em uma significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), indicando a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

Vale destacar que as quatro variáveis que compõem o constructo Crenças Compartilhadas, se interligam para constituir e explicar um único fator, com uma variância total explicada de 69,504%. O *Alfa de Cronbach* foi igual a 0,841, superior ao mínimo exigido (0,7), demonstrando a confiabilidade dos dados do constructo.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Identidade do Lugar.

4.4.8 AFE do constructo Identidade do Lugar

Na tabela 26 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Identidade do Lugar (IL).

Tabela 26 - Indicadores da AFE para o constructo Identidade do Lugar

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
IL1	Sinto que pertenço a Santa Cruz.	0,665	0,816
IL2	Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz.	0,729	0,854
IL3	Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso.	0,709	0,842

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,701

Bartlett's Test of Sphericity: 409,646 Sig: 0,000

% da Variância: 70,091

Alfa de Cronbach: 0,768

Eigenvalue: 2,103

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Com base nos dados apresentados na tabela 26, observa-se que as variáveis do constructo Identidade do Lugar apresentaram valores de comunalidade acima do mínimo exigido (0,5), variando entre 0,665 e 0,729, indicando a convergência das variáveis dentro do fator. As cargas fatoriais superaram o mínimo exigido (0,7), variando entre 0,816 e 0,854, mostrando que as variáveis presentes no constructo foram bem definidas.

O KMO (0,701) se aproxima de 1, mostrando a adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett apresentou uma significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), indicando a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

As três variáveis do constructo Identidade do Lugar, se relacionam para constituir e explicar um único fator, com uma variância total explicada de 70,091%. O *Alfa de Cronbach* foi igual a 0,768, acima do mínimo exigido (0,7), demonstrando a confiabilidade dos dados do constructo em questão.

A seguir são apresentados os resultados da AFE para o constructo Apoio ao Turismo.

4.4.9 AFE do constructo Apoio ao Turismo

Na tabela 27 são apresentados os indicadores extraídos pela AFE referente ao constructo Apoio ao Turismo (AP).

Tabela 27 - Indicadores da AFE para o constructo Apoio ao Turismo

Variável	Descrição da Variável	Comunalidade	Carga Fatorial
AP1	Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	0,676	0,822
AP2	Apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz.	0,728	0,853
AP3	Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	0,727	0,853
AP4	Quero que o turismo religioso continue a ser tratado como importante para Santa Cruz.	0,651	0,807

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,812

Bartlett's Test of Sphericity: 812,784 Sig: 0,000

% da Variância: 69,548

Alfa de Cronbach: 0,853

Eigenvalue: 2,782

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Levando em conta os dados apresentados na tabela 27, observa-se que as variáveis do constructo Apoio ao Turismo apresentaram valores de comunalidade acima do mínimo exigido (0,5), variando entre 0,651 e 0,728, indicando convergência das variáveis dentro do fator. As cargas fatoriais variaram entre 0,807 e 0,853, superando o mínimo exigido (0,7) e indicando que as quatro variáveis foram bem definidas dentro do constructo.

Quanto ao KMO obteve-se (0,812) valor próximo a 1, indicando a adequação da amostra à análise fatorial realizada. O teste de Esfericidade de Bartlett apresentou valor de significância igual a 0,000 ($p < 0,05$), que evidencia a existência de correlações significativas entre as variáveis do constructo estudado.

Vale destacar que as quatro variáveis que compõem o constructo Apoio ao Turismo, se articulam de modo a constituir e explicar um único fator, com uma variância total explicada de 69,548%. O referido constructo apresentou *Alfa de Cronbach* igual a 0,853, superando o mínimo exigido (0,7) e demonstrando a confiabilidade dos dados.

A seguir são apresentados os resultados da validação de um modelo estrutural para o estudo.

4.5 VALIDAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL DO ESTUDO

Neste subtópico, será inicialmente apresentada a análise dos pressupostos necessários para utilização da técnica de Modelagem de Equações Estruturais (MEE), bem como, a validação de um modelo estrutural que permita averiguar as inter-relações existentes entre os

fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

4.5.1 Análise dos pressupostos para uso da Modelagem de Equações Estruturais

Ao se utilizar da técnica de MEE faz-se necessário atender certos pressupostos para evitar o seu uso indevido ou problemas na avaliação e interpretação dos dados. Nessa linha, caso haja violação nos dados, essa pode provocar enviesamento nas estimativas dos parâmetros e índices de ajustamento do modelo (Marôco, 2010).

A respeito disso, neste estudo, foram avaliados os seguintes pressupostos para uso da técnica de MEE, a saber: normalidade multivariada, linearidade, covariâncias amostrais não nulas, presença de múltiplos indicadores nos constructos, ausência de multicolinearidade (variáveis exógenas), medida forte e inexistência de *outliers* no conjunto de dados.

A seguir serão definidos e discutidos estes pressupostos.

4.5.1.1 Normalidade multivariada

Por normalidade multivariada, pode-se entender como um grau em que um conjunto de dados de uma amostra apresenta uma distribuição normal (Hair *et al.*, 2009). Para investigação dessa normalidade, existem diversos testes, onde aqui se apresentam os principais, a saber: a verificação visual do histograma, os valores de assimetria e curtose e testes específicos como Kolmogorov Smirnov, Shapiro Wilks, dentre outros. Nessa linha, o presente estudo utilizou como teste para verificação de normalidade, os valores de assimetria e curtose.

Destaca-se que, para uma distribuição normal dos dados os valores de assimetria (*sk*) devem ser inferiores a $|3|$ e os valores de curtose (*ku*) inferiores a 10 (Marôco, 2010). Porém, deve-se levar em conta que, em grandes amostras ($n > 30$) a ausência de normalidade dos dados não causa muitos problemas, como sugerem Ghasemi e Zahedias (2012). Segundo os mesmos autores, quando há centenas de observações é possível desconsiderar a distribuição dos dados, caso este encontrado no presente estudo (474 questionários validados).

Com base nisso, observando as tabelas apresentadas na análise descritiva das variáveis deste estudo, todas se encontram com valor de assimetria inferior a $|3|$ e curtose inferior a 10, supondo-se então uma tendência a uma distribuição normal dos dados.

A seguir será apresentado o pressuposto de Linearidade e ausência de multicolinearidade.

4.5.1.2 Linearidade e Ausência de Multicolinearidade

A linearidade, como a própria palavra sugere, trata-se de padrões sequenciais de dados onde se apresenta sua dispersão em uma linha reta. É utilizada para verificar se o modelo estudado possui as propriedades de aditividade e homogeneidade, bem como, se as variáveis possuem correlações lineares entre si. Para realização dessa verificação, utiliza-se comumente o diagrama de dispersão e a análise de regressão linear (Hair *et al.*, 2009).

No que compete a multicolinearidade, trata-se de um pressuposto em que variáveis independentes não devem se relacionar/associar entre si, pois caso isso ocorra, estaria se refletindo os mesmos resultados das variáveis manifestas ou latentes, se tornando uma redundância dessas e ocasionando erros de estimação (Marôco, 2010).

Neste estudo, foi utilizada a análise de regressão linear para avaliar o pressuposto da linearidade e ausência de multicolinearidade, considerando-se como variável dependente o Apoio ao Turismo e como independentes as variáveis: Impactos Positivos e Negativos do Turismo, Proximidade Emocional, Compreensão Simpática, Natureza Acolhedora, Qualidade de Vida, Crenças Compartilhadas e Identidade do Lugar.

Para verificar a presença ou ausência de multicolinearidade nas estimativas, foi utilizado neste estudo o Fator de Inflação de Variância (VIF), indicador do efeito que as outras variáveis independentes têm sobre o erro padrão de um coeficiente de regressão, na análise de regressão. O fator de inflação de variância está diretamente relacionado ao valor de *tolerância* ($VIF_i = 1/TOL_i$). Valores VIF altos indicam alto grau de *colinearidade* ou *multicolinearidade* entre as variáveis independentes. Nessa linha, embora o pesquisador tenha certa liberdade para decidir quanto ao nível de tolerância da existência de multicolinearidade, de modo geral, são aceitáveis valores de VIF menores que 5 ou 10, pois indicam que a presença da multicolinearidade não ocasiona sérios problemas no estudo (Hair *et al.*, 2009).

No que se refere à análise de regressão, tem-se na tabela 28 o coeficiente de determinação R^2 encontrado para o modelo em análise.

Tabela 28 - Indicadores do modelo de regressão

Modelo	R	R ²	R ² ajustado	Erro padrão da estimativa	Durbin-Watson
1	0,600 ^a	0,360	0,349	0,80681263	1,835

a. Preditores: (Constante), Identidade, Negativo, Compreensão, Positivo, Crenças, Qualidade, Proximidade, Natureza.

b. Variável Dependente: Apoio.

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme pode ser observado na tabela 28, o modelo proposto apresentou um coeficiente de determinação R^2 de 0,360, indicando a existência de relações lineares entre as variáveis utilizadas. Essas relações podem ser consideradas significativas, ao se levar em consideração os dados apresentados na tabela 29 sobre a Análise de Variância do Modelo (ANOVA).

Tabela 29 - Indicadores da Análise de Variância (ANOVA)

Modelo		Soma dos Quadrados	gl	Quadrado Médio	F	Sig.
1	Regressão	170,310	8	21,289	32,704	0,000 ^b
	Resíduo	302,690	465	0,651		
	Total	473,000	473			

a. Variável Dependente: Apoio.

b. Preditores: (Constante), Identidade, Negativo, Compreensão, Positivo, Crenças, Qualidade, Proximidade, Natureza.

gl: graus de liberdade

F: Estatística do teste F

Sig: Nível de significância

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Neste sentido, entende-se que os dados atendem ao pressuposto da linearidade. Observa-se também que o teste estatístico Durbin-Watson, referente à análise da autocorrelação entre os resíduos, apresentou valor 1,835, próximo a 2. De acordo com Corrar *et al.* (2014) valores próximos a 2 indicam baixa correlação entre os resíduos. Os mesmos autores acrescentam que, em um modelo de regressão linear se pressupõe que a correlação existente entre os resíduos, ao longo do espectro das variáveis independentes, seja zero (Corrar *et al.*, 2014).

Em relação à regressão linear múltipla, na tabela 30 são apresentados os coeficientes, bem como o diagnóstico da colinearidade.

Tabela 30 - Coeficientes da regressão linear múltipla e o diagnóstico da colinearidade

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Tolerância	VIF
(Constante)	1,335E-16	0,037		0,000	1,000		
Positivo	0,088	0,044	0,088	2,028	0,043	0,724	1,380
Negativo	-0,014	0,039	-0,014	-0,361	0,718	0,922	1,084
Proximidade	0,024	0,046	0,024	0,513	0,608	0,641	1,559
Compreensão	0,128	0,044	0,128	2,901	0,004	0,703	1,422
Natureza	0,161	0,048	0,161	3,367	0,001	0,603	1,659
Qualidade	0,031	0,046	0,031	0,687	0,492	0,658	1,521
Crenças	0,208	0,043	0,208	4,831	< 0,001	0,741	1,349
Identidade	0,256	0,050	0,256	5,165	< 0,001	0,560	1,786

t: Estatística t

Sig: Nível de significância:

VIF: Fator de inflação de variância

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme dados apresentados na tabela 30, nota-se que no modelo de regressão proposto, as variáveis: Impactos Negativos, Proximidade Emocional e Qualidade de Vida não se mostraram significativamente preditoras da variável dependente Apoio ao Turismo ($p > 0,05$).

Foi possível perceber que, as variáveis independentes do modelo apresentaram VIF inferior a 5, critério este utilizado para considerar como aceitável a presença de multicolinearidade. Em outras palavras, considera-se como aceitável o nível de multicolinearidade existente no modelo proposto, atendendo-se então a este pressuposto.

A seguir será apresentado o pressuposto das covariâncias amostrais não nulas.

4.5.1.3 Covariâncias amostrais não nulas

Por covariância pode-se entender uma medida estatística que indica como as variáveis de uma amostra variam juntas. Assim, se a covariância amostral de um determinado constructo é diferente de zero, tem-se uma relação linear entre as variáveis investigadas. Em se tratando das covariâncias amostrais não nulas, Marôco (2010) afirma que se deve assegurar a existência de constructos explicados por um conjunto de variáveis manifestas, as quais precisam apresentar algum tipo de associação.

Tal pressuposto foi examinado e atestado através dos indicadores resultantes da AFE, quando foi proposto a construção de um modelo de mensuração necessário para o emprego da MEE, análise está apresentada no subtópico 4.4 deste estudo. Desta forma, considera-se que

os indicadores da AFE garantem a existência de covariâncias amostrais não nulas entre os constructos propostos neste estudo.

A seguir será apresentado o pressuposto da presença de múltiplos indicadores nos constructos.

4.5.1.4 Presença de múltiplos indicadores nos constructos

Ao se trabalhar com variáveis agrupadas, frequentemente são utilizados múltiplos indicadores ou variáveis observáveis que estão teoricamente relacionadas ao constructo investigado. Esses indicadores são escolhidos para capturar diferentes aspectos do constructo que juntos fornecem uma medida mais abrangente e confiável. Nesse sentido, segundo Hair *et al.* (2009, p. 26), “o uso de múltiplos indicadores permite ao pesquisador especificar mais precisamente as respostas desejadas. Não deposita total confiança em uma única resposta, mas na resposta “média” ou “típica” de um conjunto de respostas relacionadas”.

Conforme pode ser visualizado no quadro 11, cada constructo deste estudo possuiu três ou mais indicadores para ser avaliado. Neste sentido, considera-se que este pressuposto foi atendido, uma vez que Marôco (2010), afirma que isso se configura como uma condição para operacionalizar e passar confiança na representatividade da medida do constructo no modelo de equações estruturais.

A seguir será apresentado o pressuposto da medida forte.

4.5.1.5 Medida forte

Este pressuposto está diretamente relacionado ao instrumento de medida e suas escalas com seus intervalos. Segundo Marôco (2010) a escala *Likert* de cinco pontos é frequentemente utilizada. Essa avaliação melhora à medida que o número de classes aumenta (maior que 5). Neste estudo, utilizou-se uma escala métrica baseada no modelo *Likert* de cinco pontos para quantificar a relevância dos constructos, podendo ser observado no questionário, entendendo-se que este procedimento atende ao pressuposto da Medida Forte.

A seguir será apresentado o pressuposto da inexistência de *outliers* no conjunto de dados.

4.5.1.6 Inexistência de *outliers* no conjunto de dados

No que compete a este pressuposto, cabe ressaltar que, segundo Marôco (2010, p. 64), os *outliers* são “observações que estão fora da tendência das restantes das observações”. São valores que se desviam significativamente do padrão de um conjunto de dados, seja por problemas de observação, registro das variáveis, erros de medição, variações naturais extremas ou padrões de comportamentos incomuns dos dados (Marôco, 2010).

Para atender ao pressuposto da ausência de *outliers* no conjunto de dados, neste estudo, foram eliminadas as respostas dos questionários cujos valores das variáveis padronizadas fossem maiores do que $|3|$, sendo substituídas pelos valores médios da distribuição.

Baseando-se nos indicadores apresentados, entende-se que todos os pressupostos necessários para o uso da técnica da Modelagem de Equações Estruturais foram atendidos.

A seguir será apresentada a especificação do modelo estrutural.

4.5.2 Especificação do Modelo Estrutural

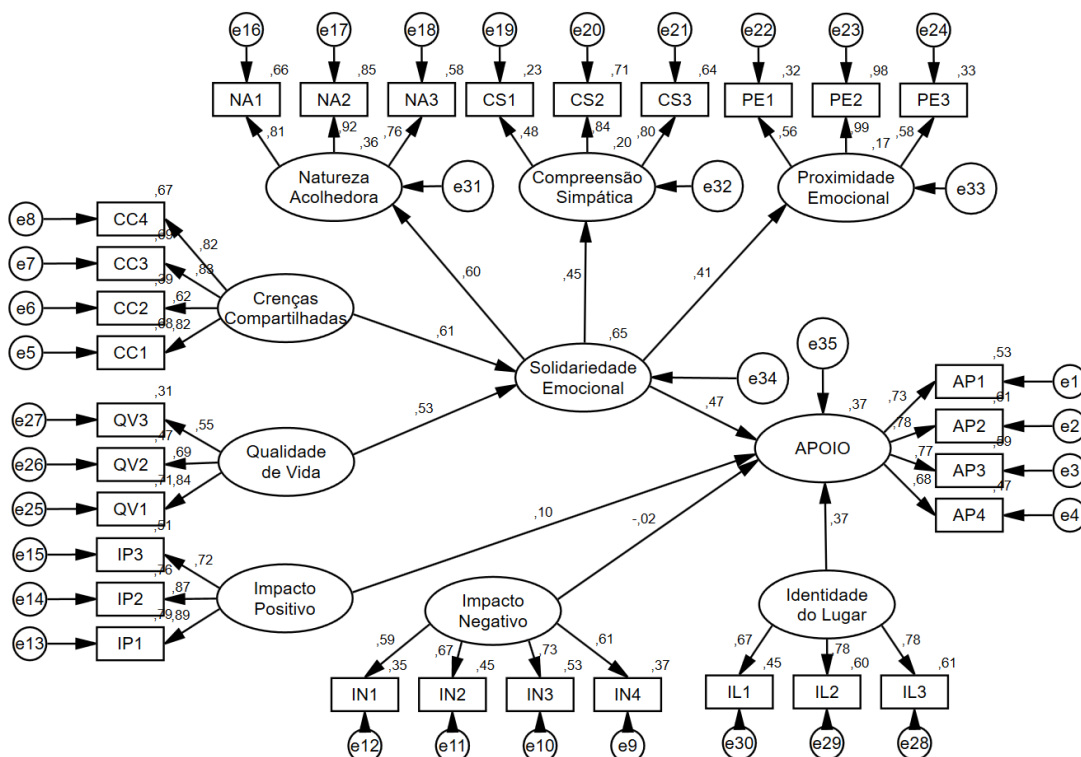
Neste subtópico apresenta-se o modelo estrutural composto pelos seus constructos e variáveis investigadas. Conforme Marôco (2010) trata-se de um modelo linear que estabelece as relações entre as variáveis observáveis (manifestas) e latentes, sob análise.

Os dados apresentados na figura 60 permitem considerar que o modelo proposto neste estudo exibe uma adequada relação estrutural, com coeficiente de determinação (R^2) para a variável dependente Apoio de 0,37. Entretanto, como sugere Marôco (2010), existe a necessidade de avaliar a qualidade do ajustamento do modelo de medida teórico, para que este possua uma estrutura correlacional observada entre as variáveis manifestas e, em caso contrário, pode-se requerer ajustes no modelo proposto.

Nesse sentido, para se avaliar a qualidade de ajustamento do modelo estrutural, foram utilizados os seguintes índices: Qui-Quadrado por graus de liberdade (χ^2/gf), em que o índice χ^2 necessita ser abaixo de cinco para ser aceito; índice absoluto *Goodness off fit index* (GFI); índices relativos *Comparative fit index* (CFI); e *Tucker-Lewis index* (TLI), os quais necessitam estar acima de 0,8, no entanto, acima de 0,9 são ideais. Também foram estimados os índices de parcimônia por meio dos *Parsimony-CFI* (PCFI) e *Parsimony-GFI* (PGFI), além de um índice de discrepância populacional *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA).

A seguir é apresentado o modelo estrutural inicial obtido neste estudo (Figura 60), bem como, os parâmetros e os índices de ajustamento do modelo (Tabela 31).

Figura 60 - Modelo Estrutural obtido no estudo



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Tabela 31 - Índices de qualidade de ajustamento do modelo estrutural

Índices	Valores do Modelo	Valores de referência (Marôco, 2010)	Classificação do Ajustamento
χ^2/df	4,539	> 5 mau ajustamento [2;5] Ajustamento regular [1;2] Bom ajustamento ~1 Ajustamento muito bom	Regular
GFI	0,782	<0,8 Mau ajustamento	Mau ajustamento
CFI	0,793	[0,8; 0,9] Ajustamento regular	Mau ajustamento
TLI	0,773	[0,9; 0,95] Bom ajustamento	Mau ajustamento
PGFI	0,666	$\geq 0,95$ Ajustamento muito bom	Bom
PCFI	0,722	<0,6- Mau ajustamento] 0,6; 0,8] Ajustamento bom $\geq 0,8$ Ajustamento muito bom	Bom
RMSEA	0,086	>0,10- Inaceitável [0,05; 0,10] - Ajustamento aceitável $\leq 0,05$ - Bom ajustamento	Aceitável

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

De acordo com os dados apresentados na tabela 31, observa-se que o modelo proposto neste estudo apresenta, em sua grande maioria, indicadores de qualidade de ajustamento

variando entre mau ajustamento (índice absoluto GFI e índices relativos CFI e TLI), e ajustamento regular, sugerindo a necessidade de respecificação. Em outras palavras, entende-se que o modelo ajustado é inapropriado para explicar a estrutura correlacional das variáveis observadas da amostra utilizada, não significando, como comenta Marôco (2010), que o modelo esteja completamente errado.

Ainda nesse sentido, Marôco (2010, p. 53) destaca que “é possível, com um número de alterações reduzidas, reespecificar o modelo para que o ajustamento melhore significativamente”, como, por exemplo, eliminar vias não significativas e correlacionar erros de medida. Assim, ao se verificar o constructo Impactos Negativos, obteve-se que este não apresentou relação significativa com o Apoio ao Turismo (valor de probabilidade de erro p estimado em 0,696, ou seja, $p > \alpha$.) sendo necessário excluí-lo do modelo.

Esse resultado é consistente com os encontrados por Vargas-Sánchez, Valle, Mendes e Silva (2015) ao investigarem a atitude dos 769 residentes de duas regiões Algarve, Portugal e de Huelva, Espanha sobre o desenvolvimento do turismo, considerando como fatores: benefícios pessoais, percepção dos impactos positivos e negativos do turismo, apego comunitário, nível de desenvolvimento turístico percebido, percepções sobre os turistas e atitudes em relação ao desenvolvimento do turismo no local. Os resultados mostraram que as atitudes foram influenciadas de formas distintas diante das diferenças de cada destino. Porém, um resultado comum aos dois destinos foi a inexistência de relações significativas entre a percepção dos impactos negativos do turismo e as atitudes dos residentes quanto ao desenvolvimento do setor.

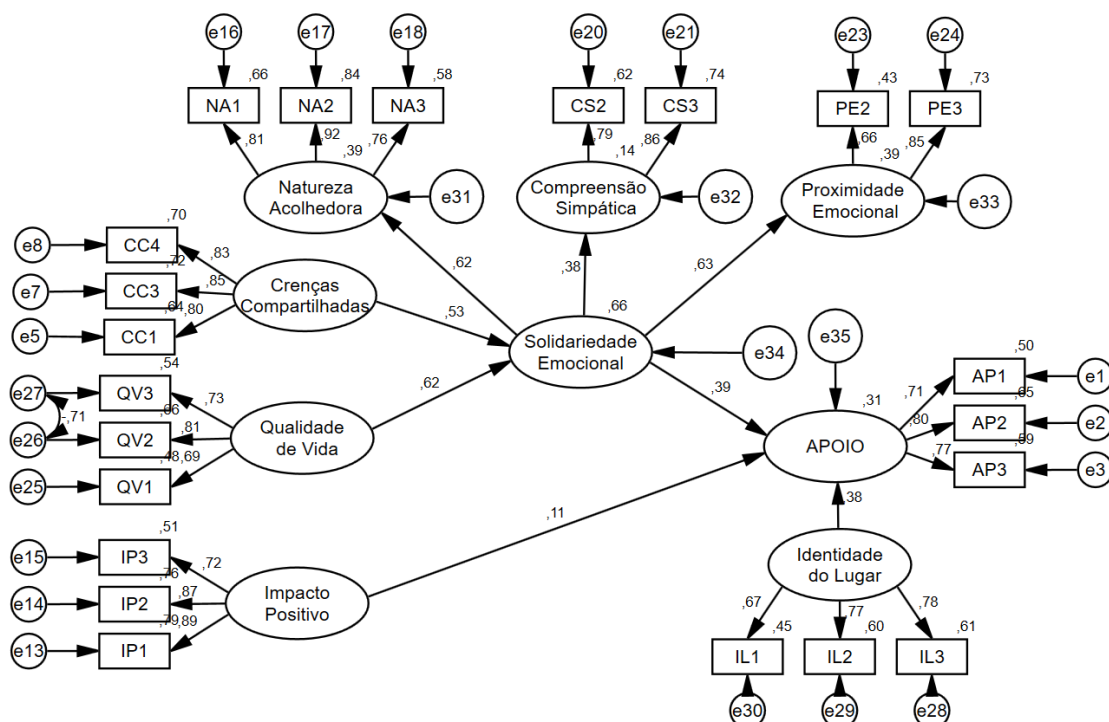
Na mesma linha, Qin *et al.* (2021) ao realizarem uma pesquisa com 242 residentes em Qingyan, China, a respeito do papel da tolerância desses no seu apoio ao desenvolvimento do turismo, obtiveram como resultado que o apoio foi afetado apenas pelos benefícios pessoais e impactos positivos do turismo, sendo que os impactos negativos do turismo não apresentaram relação significativa com o apoio ao turismo dos residentes, tal como evidenciado neste estudo.

Após a constatação da necessidade de exclusão do constructo impactos negativos do turismo, se apresenta na figura 61 um modelo respecificado. A respeito deste modelo, na tabela 32 se encontram os indicadores de qualidade de ajustamento do modelo em questão, sendo possível observar que com as modificações propostas (respecificação) melhoraram a qualidade de ajustamento dos índices absoluto (GFI) e relativos (CFI e TLI) para uma condição de regular. No entanto, perdeu-se a qualidade de ajustamento no índice absoluto χ^2/gl . De acordo com Marôco (2010, p. 43) os índices absolutos “avaliam a qualidade do

modelo *per se*, sem comparação com outros modelos”, não possuindo grande utilidade, já que estes índices não se comparam com outros modelos (Marôco, 2010).

A seguir é apresentado o modelo respecificado (Figura 61), bem como, os parâmetros e os índices de ajustamento do modelo (Tabela 32).

Figura 61 - Modelo Respecificado



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Tabela 32 - Índices de qualidade de ajustamento do modelo respecificado

Índices	Valores do Modelo	Valores de referência (Marôco, 2010)	Classificação do Ajustamento
X^2/gf	5,145	> 5 Mau ajustamento [2;5] Ajustamento regular [1;2] Bom ajustamento ~1 Ajustamento muito bom	Mau Ajustamento
GFI	0,831	<0,8 Mau ajustamento [0,8; 0,9] Ajustamento regular [0,9;0,95] Bom ajustamento ≥0,95 Ajustamento muito bom	Regular
CFI	0,839		Regular
TLI	0,814		Regular
PGFI	0,657		Bom
PCFI	0,726	<0,6- Mau ajustamento] 0,6; 0,8] Ajustamento bom ≥0,8 Ajustamento muito bom	Bom
RMSEA	0,094		Aceitável

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Como procedimento, durante a fase de respecificação do modelo, foram retirados constructos que não apresentaram relações estruturais significativas e variáveis com baixa carga fatorial padronizada. Consequentemente, novas cargas fatoriais foram geradas para cada variável diante do modelo respecificado e estas são apresentadas na tabela 33.

Tabela 33 - Cargas fatoriais padronizadas para o modelo respecificado

Constructo	Variável	Código	Carga Fatorial Padronizada
Impactos Positivos (IP)	O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz.	IP1	0,888
	O turismo religioso tem gerado aumento na renda da população santa-cruzeense.	IP2	0,871
	O turismo religioso tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzeense.	IP3	0,716
Proximidade Emocional (PE)	Gosto de fazer amizade com alguns turistas que visitam Santa Cruz.	PE2	0,658
	Sinto afeição positiva (ex.: bem-querer, consideração, amizade etc.) pelos turistas que visitam Santa Cruz.	PE3	0,855
Compreensão Simpática (CS)	Sinto que tenho muito em comum com os turistas que visitam Santa Cruz.	CS2	0,787
	Identifico-me com os turistas que visitam Santa Cruz.	CS3	0,859
Natureza Acolhedora (NA)	Tenho orgulho de ter turistas visitando Santa Cruz.	NA1	0,812
	Me sinto feliz em receber turistas em Santa Cruz.	NA2	0,919
	Tenho prazer em receber turistas em Santa Cruz.	NA3	0,759
Qualidade de Vida (QV)	As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas.	QV1	0,693
	Em muitos aspectos, a minha vida em Santa Cruz está próxima ao ideal.	QV2	0,815
	Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz.	QV3	0,733
Crenças Compartilhadas (CC)	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso faz com que aumente o interesse em conhecer mais sobre Santa Cruz.	CC3	0,847
	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso valoriza a preservação dos aspectos histórico-culturais de Santa Cruz.	CC4	0,835
Identidade do Lugar (IL)	Sinto que pertenço a Santa Cruz.	IL1	0,670
	Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz.	IL2	0,772
	Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso.	IL3	0,782
Apoio ao Turismo (AP)	Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	AP1	0,706
	Apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz.	AP2	0,805
	Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	AP3	0,769

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A seguir será apresentada a validação dos constructos propostos neste estudo.

4.5.3 Validação dos constructos

Para confirmar um modelo de mensuração utilizado, é necessário validar seus constructos, ou seja, o quanto um conjunto de variáveis medidas realmente representa o constructo latente teórico que aquelas variáveis são planejadas para medir. Neste estudo, para validar os constructos resultantes do modelo respecificado, foi utilizada a validade convergente, ou seja, o quanto indicadores de um construto específico convergem ou compartilham uma elevada proporção de variância em comum (Hair *et al.*, 2009).

Como indicadores de validade convergente, utilizou-se a Variância Média Extraída (AVE) e a Confiabilidade Composta (CR). Para validar o constructo, a AVE de cada fator deve ser superior a 50% e os valores CR acima de 0,7. Contudo, valores de CR entre 0,6 e 0,7 podem ser aceitáveis desde que outros indicadores de validade de constructo sejam bons.

A AVE e a CR foram obtidas a partir dos seguintes modelos matemáticos:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n} \quad [1]$$

Em que “ λ ” representa a carga fatorial padronizada e “n” representa o número de indicadores

$$CR = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i \right)^2}{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i \right)^2 + \left(\sum_{i=1}^n \delta_i \right)} \quad [2]$$

Em que a Variância de Erro (δ) = $1 - (\text{carga fatorial padronizada})^2$

Os resultados encontrados para AVE e CR estimados para o estudo são apresentados na tabela 34:

Tabela 34 - Estimativa AVE e CR

Constructo	Variância Média Extraída (AVE)	Confiabilidade Composta (CR)
Impacto Positivo	0,686	0,867
Identidade do Lugar	0,552	0,786
Qualidade de Vida	0,561	0,792
Crenças Compartilhadas	0,707	0,828
Natureza Acolhedora	0,693	0,871
Compreensão Simpática	0,679	0,808
Proximidade Emocional	0,582	0,732
Apoio ao Turismo	0,579	0,805

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Para validar o constructo, reitera-se que AVE de cada fator deve ser superior a 50% ($AVE > 0,5$) e os valores de CR acima de 0,7, valores estes propostos por Hair *et al.* (2009). Conforme pode ser observado pela tabela 34, todos os constructos propostos no estudo obtiveram validade convergente, a partir da estimativa da AVE e da CR de cada constructo.

Após validação dos constructos, apresenta-se, a seguir, a validação das hipóteses levantadas neste estudo.

4.5.4 Validação das hipóteses propostas

Os dados relacionados à validação das hipóteses teóricas deste estudo seguem apresentados na tabela 35. Essa validação foi realizada através da estimativa do valor de probabilidade de erro (*p-value*) observado em cada relação causal proposta, verificando os valores de significância dos coeficientes de cada uma delas. Nessa linha, de acordo com Corrar *et al.* (2014), para que as hipóteses sejam consideradas confirmadas, o *p-value* deve ser igual ou menor do que 5% ($p < 0,05$).

Tabela 35 - Validação das hipóteses do estudo

Hipótese	Enunciado	p-value	Validação da Hipótese
1	<i>Existe uma relação positiva direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.</i>	0,034	Confirmada
2	<i>Existe uma relação negativa direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos negativos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.</i>	0,483	Rejeitada
3	<i>Existe uma relação positiva direta entre a identidade do lugar dos residentes e seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.</i>	< 0,001	Confirmada
4	<i>Existe uma relação positiva direta entre a qualidade de vida percebida pelos residentes e a sua solidariedade emocional com os turistas.</i>	< 0,001	Confirmada
5	<i>Existe uma relação positiva direta entre as crenças compartilhadas dos residentes com os turistas e a sua solidariedade emocional</i>	< 0,001	Confirmada
6	<i>Existe uma relação positiva direta entre a solidariedade emocional dos residentes para com os turistas e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso</i>	< 0,001	Confirmada

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Conforme dados apresentados na tabela 35 quanto às estimativas do *p-value* e validação das hipóteses, percebe-se que no modelo estrutural proposto, somente a hipótese 2 (*Existe uma relação negativa direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos*

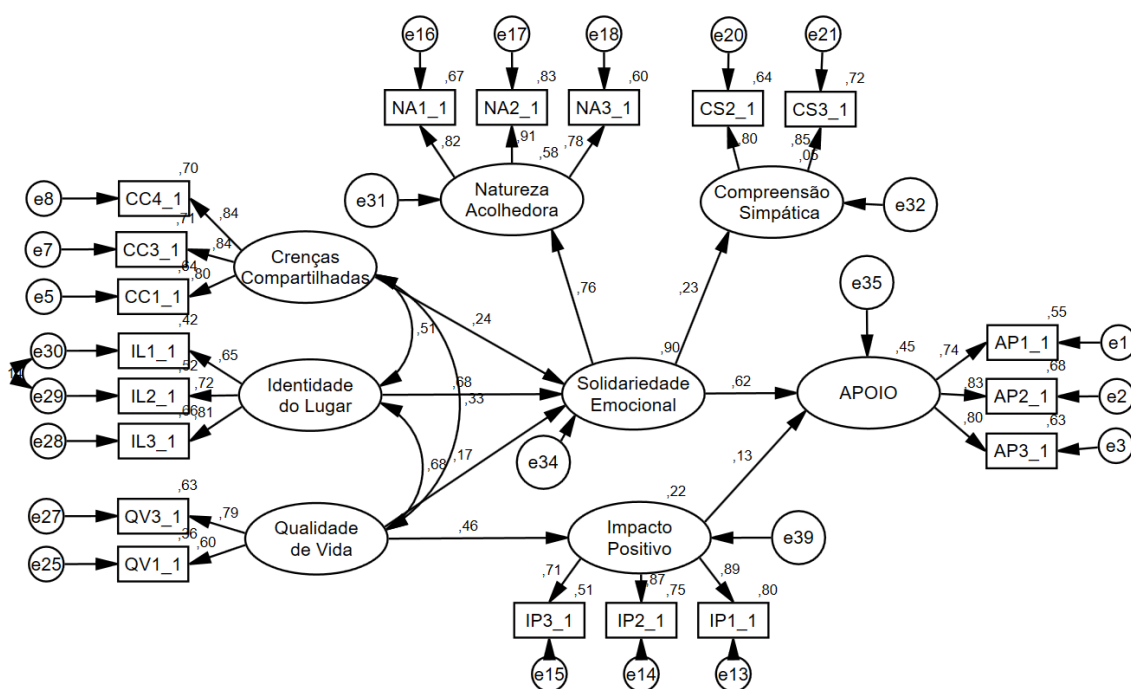
negativos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso) foi rejeitada, as demais hipóteses foram confirmadas.

Após análises que levaram a resspecificação do modelo, a seguir será apresentado um modelo estrutural alternativo.

4.5.5 Modelo Estrutural Alternativo

Levando em conta os indicadores de qualidade de ajustamento do modelo respecificado observa-se que, de modo geral, as relações propostas representam de forma regular o fenômeno estudado, sugerindo então a existência de outras relações causais significativas. Assim, propôs-se um modelo estrutural alternativo, cuja especificação é apresentada na figura 62.

Figura 62 - Modelo Estrutural Alternativo



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Com base na figura 62, percebe-se que o modelo estrutural alternativo apresentou um coeficiente de determinação R^2 de 0,45, maior do que o proposto no modelo respecificado (0,31) indicando relações estruturais mais consolidadas.

De forma análoga, o modelo estrutural alternativo apresenta indicadores de qualidade de ajustamento melhores do que o respecificado, principalmente nos índices relativos, conforme pode ser observado na tabela 36.

Tabela 36 - Índices de qualidade de ajustamento do modelo alternativo

Índices	Valores do Modelo	Valores de referência (Marôco, 2010)	Classificação do Ajustamento
X^2/gl	2,742	> 5 <i>Mau ajustamento</i>]2;5] <i>Ajustamento regular</i>]1;2] <i>Bom ajustamento</i> ~1 <i>Ajustamento muito bom</i>	Regular
<i>GFI</i>	0,918	<0.8 <i>Mau ajustamento</i> [0.8; 0.9[<i>Ajustamento regular</i>]0.9;0.95] <i>Bom ajustamento</i> ≥0.95 <i>Ajustamento muito bom</i>	Bom
<i>CFI</i>	0,945		Bom
<i>TLI</i>	0,933		Bom
<i>PGFI</i>	0,677		Bom
<i>PCFI</i>	0,774	<0.6- <i>mau ajustamento</i>] 0.6; 0.8] <i>Ajustamento bom</i> ≥0.8 <i>Ajustamento muito bom</i>	Bom
<i>RMSEA</i>	0,061	>0.10- <i>Inaceitável</i>]0.05; 0.10] - <i>Ajustamento aceitável</i> ≤ 0.05 - <i>Bom ajustamento</i>	Aceitável

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Observa-se, neste modelo estrutural alternativo, significativa relação entre a qualidade de vida e a percepção dos impactos positivos do turismo, (coeficiente de trilha de 0,464, altamente significativo). Esse resultado é consistente com os achados na fase qualitativa deste estudo, ao se remeter aos enunciados que tratam dos impactos positivos do turismo religioso percebidos pelos residentes, assim como, os que evidenciaram as possibilidades, comodidades e facilidades existentes no destino investigado após o desenvolvimento do turismo, os quais podem propiciar melhorias na qualidade de vida dos residentes. Ainda nessa linha, os resultados obtidos também são corroborados através dos seguintes estudos:

Guo, Kim e Chen (2014) realizaram uma pesquisa com 416 residentes de quatro distritos de Xangai (Jin'an, Yangpu, Zhabei e Huangpu) com intuito de investigar as percepções dos residentes quanto ao desenvolvimento do turismo e a sua qualidade de vida levando em conta as diferenças entre os perfis dos residentes e os *clusters* gerados pelo turismo. Os autores correlacionaram aspectos ligados à qualidade de vida, a saber: segurança pública, tempo de lazer, coesão familiar, construção comunitária, atmosfera social, estado de saúde, margem econômica e custo de vida, com os impactos percebidos do turismo, sendo eles: melhor vida comunitária, ambiente positivo, impacto cultural positivo, benefícios econômicos, planejamento turístico, melhor vida familiar, oportunidades positivas de emprego e participação pública.

Os resultados demonstraram que, o aspecto da qualidade de vida – segurança pública foi associado significativamente com os seguintes impactos do turismo: melhor vida comunitária, ambiente positivo e melhor vida familiar; o tempo de lazer foi significativamente associado aos impactos culturais positivos, benefícios econômicos e a melhor vida familiar; a atmosfera social foi associada a uma melhor vida comunitária e a um ambiente positivo; o estado de saúde relacionou-se com a melhor vida familiar; a margem econômica associou-se significativamente com a melhor vida comunitária, planejamento turístico e oportunidades positivas de emprego; e o custo de vida associou-se ao ambiente positivo, impactos culturais positivos e melhor vida familiar. De modo geral, os resultados apresentaram significância considerável entre a qualidade de vida e os impactos do turismo.

Como visto nos resultados obtidos por Guo *et al.* (2014), existem relações e influências significativas da qualidade de vida nos impactos percebidos do turismo, corroborando os achados no modelo alternativo de apoio de residentes proposto neste estudo.

Na mesma linha, Moon, Yang, Kim e Seo (2019) realizaram uma pesquisa com 205 moradores da cidade de Incheon, Coreia do Sul, durante os Jogos Asiáticos de 2014, com o intuito de investigar a sua qualidade de vida percebida e a influência desta nas expectativas e no apoio ao megaevento esportivo. O modelo utilizado pelos autores considerou como fatores a qualidade de vida, as expectativas positivas e negativas dos residentes e o seu apoio ao megaevento.

Os resultados demonstraram que a percepção da qualidade de vida dos residentes afeta suas expectativas quanto ao megaevento, conforme o nível da QV percebida sobre os aspectos econômicos e sociais gerados no local. Desse modo, os residentes que detinham elevada QV percebida esperavam mais benefícios econômicos e sociais dos jogos do que aqueles cuja percepção da QV era baixa. Estas expectativas positivas, que podem ser comparadas a percepção de impactos positivos do megaevento, conduziram ao apoio dos residentes aos jogos asiáticos em Incheon.

De modo geral, os resultados encontrados por Moon *et al.* (2019) corroboram os achados no modelo alternativo deste estudo, haja vista, que a percepção do residente quanto a sua qualidade de vida antecede e influencia a percepção dos impactos sejam eles provenientes de um evento ou desenvolvimento turístico.

Ainda no que compete ao modelo alternativo, observa-se que a relação entre Identidade do lugar e Apoio ao Desenvolvimento do Turismo é mediada pela Solidariedade Emocional (coeficiente de trilha de 0,685, altamente significativo). Isso também pode ser corroborado pelos resultados da fase qualitativa ao se verificar os enunciados referentes às

emoções dos residentes quanto ao seu entorno habitual e sua disposição em receber turistas no destino (natureza acolhedora e compreensão simpática), haja vista, que expressaram emoções positivas que envolvia orgulho, felicidade, prazer e honra. Tais emoções tanto se refletem na solidariedade emocional quanto na identificação que os residentes possuem com seu lugar de vivência, podendo influenciar seu apoio ao desenvolvimento do turismo no destino investigado. Os resultados também são consistentes com os achados nos seguintes estudos:

Aleshinloye, Fu, Ribeiro, Woosnam e Tasci (2020) desenvolveram um estudo com visitantes participantes do festival cultural e religioso de Osun Osogbo, realizado na periferia de Osogbo, capital do estado de Osun, Nigéria, tendo como propósito compreender as relações pessoas-lugar através de um modelo que reuniu a Teoria da Identidade do Lugar, Teoria do Contato Intergrupar e Solidariedade Emocional. Aleshinloye *et al.* (2020) aplicaram o estudo com 309 visitantes que participaram do referido festival, considerando como fatores: o apego ao lugar (identidade do lugar e dependência do lugar), solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática), frequência de interação e distância social (afinidade e evitação dos residentes).

Os resultados demonstraram que a dependência do lugar prediz a distância social, afetando positiva e negativamente a afinidade dos residentes, sendo mediada pelos três componentes da solidariedade emocional. As relações entre apego ao lugar (mediada pela solidariedade emocional) e a distância social variaram conforme as interações entre residentes e turistas durante o festival. No que compete à identidade do lugar, o estudo de Aleshinloye *et al.* (2020) evidencia que esta impacta positivamente os componentes da solidariedade emocional, ou seja, a natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática. Este resultado corrobora o encontrado através das relações evidenciadas no modelo alternativo obtido neste estudo, pois reafirma a relação positiva entre a identidade do lugar e a solidariedade emocional.

Ainda nessa perspectiva, Patwardhan *et al.* (2020) realizaram uma pesquisa com 813 visitantes que participaram de um festival religioso na Igreja Attur em Karkala, Índia, com objetivo de examinar a sua lealdade utilizando a ligação emocional com o local, o nível de segurança percebido e a solidariedade emocional entre residentes e visitantes.

Como resultados da pesquisa, obtiveram que a lealdade do destino é influenciada pela ligação emocional com o local, ou seja, pela identidade do lugar e dependência do lugar e pela solidariedade emocional. A identidade do lugar influenciou os três componentes da solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática), enquanto a dependência do lugar relacionou-se apenas com a proximidade

emocional e a compreensão simpática. Vale destacar que, o efeito da identidade do lugar na lealdade do destino também foi mediado pela solidariedade emocional.

Diante desses resultados, corroboram-se os achados deste estudo, pois a identidade do lugar mostra-se mais uma vez como uma variável antecedente e influenciadora dos três componentes da solidariedade emocional, fato esse que também se repete no estudo de Lee, Joo e Woosnam (2022).

Lee *et al.* (2022) realizaram estudo com 421 turistas em Soomy Village, um destino rural na província Gyeonggi, na Coreia do Sul, com a intenção de testar dois modelos em que no primeiro o apego ao lugar (identidade e dependência do lugar) antecede a solidariedade emocional e no segundo a solidariedade emocional antecede o apego ao lugar (identidade e dependência do lugar).

Os resultados mostraram que no teste do modelo 1, o apego ao lugar (identidade do lugar e dependência do lugar) antecedeu a solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática) dos turistas, sendo que a identidade do lugar superou a dependência do lugar no que compete a explicação dos três componentes da solidariedade emocional.

Em relação ao modelo 2, obteve-se que os componentes da solidariedade emocional foram preditores do apego ao lugar, sendo mais significativos na relação entre a solidariedade emocional e a identidade do lugar. Nesse sentido, Lee *et al.* (2022) evidenciaram que existe uma relação bidirecional entre o apego ao lugar (identidade e dependência) e a solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática).

Diante disso, a relação positiva e significativa entre a identidade do lugar e a solidariedade emocional demonstrada no modelo alternativo deste estudo (Figura 62), pode ser corroborada pelos achados de Lee *et al.* (2022) ao confirmarem no modelo 1 que a identidade do lugar antecede/prediz a solidariedade emocional.

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Neste capítulo são apresentadas as conclusões do estudo, após realização da pesquisa de campo, bem como as recomendações gerenciais e acadêmicas que visam contribuir nas reflexões sobre o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, principalmente, ao se considerar fatores que podem influenciar positiva e negativamente a tomada desta decisão.

5.1 CONCLUSÕES DA PESQUISA DE CAMPO

O presente estudo foi aplicado a um destino turístico do Nordeste brasileiro, tendo como objetivo principal analisar as relações existentes entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso. Um embasamento teórico foi realizado, tendo em vista reunir e evidenciar as contribuições das teorias: das Trocas Sociais, da Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional, para realização de pesquisas quanto ao apoio de residentes ao turismo. Nesse sentido, o conhecimento e a utilização de pesquisas nacionais e internacionais sobre apoio de residentes permitiram maior compreensão e familiaridade com o tema e uso da técnica de MEE, sendo possível relacionar seus resultados aos que foram obtidos neste estudo.

Cumprindo com o primeiro objetivo específico: apresentar o ponto de vista dos residentes quanto à importância do turismo religioso para o desenvolvimento do destino investigado, nota-se que os residentes entrevistados percebem a importância socioeconômica do turismo para o município, sinalizando o que melhorou após sua chegada e também os aspectos relacionados tanto a infraestrutura básica quanto a gestão governamental que precisam de atenção, tendo em vista, o bem-estar tanto do residente quanto dos turistas. Além disso, os entrevistados demonstraram seu sentimento de identificação com o lugar de vivência, a favorabilidade ao desenvolvimento do turismo e sua propensão positiva em receber e expressar sua hospitalidade (natureza acolhedora) para com os turistas.

No que compete ao segundo objetivo específico: caracterizar a percepção da população residente do destino de turismo religioso investigado quanto aos fatores capazes de influenciar seu apoio ao desenvolvimento do turismo, nota-se que os residentes percebem: a geração de impactos econômicos positivos (emprego, renda e oportunidades de negócios) e impactos socioambientais negativos (problemas de trânsito e poluição ambiental); uma qualidade de vida adequada no local; poucas/escassas oportunidades de estabelecer relações

próximas com os turistas; sua identificação com o lugar, sua natureza acolhedora e crenças compartilhadas com os turistas.

Tendo em vista cumprir com o terceiro objetivo específico: elaborar e validar um modelo de mensuração capaz de investigar as relações existentes entre as variáveis observáveis e latentes construídas com base na Teoria das Trocas Sociais (SET), na Teoria da Identidade do Lugar e na Teoria da Solidariedade Emocional, considerou-se na elaboração do modelo, os seguintes constructos: impactos positivos e negativos do turismo; identidade do lugar; qualidade de vida; crenças compartilhadas; solidariedade emocional (proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora) e apoio ao turismo. Para sua validação, realizaram-se análises como: fatorial exploratória e de confiabilidade (*Alfa de Cronbach*) onde se verificou o agrupamento das variáveis e a adequação do questionário no que compete ao propósito deste estudo.

Em relação ao quarto e último objetivo específico: validar um modelo estrutural que permita averiguar as inter-relações existentes entre os fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso, obteve-se que o modelo estrutural especificado neste estudo apresentou coeficiente de determinação $R^2 = 0,37$ cujos índices de qualidade de ajustamento do modelo variaram entre mau (GFI, CFI e TLI) e regular (X^2/gl), indicando a necessidade de sua respecificação.

Na respecificação do modelo, excluiu-se o constructo Impactos Negativos, haja vista, não se apresentar uma via significativa e antecessora do apoio ao turismo. Com esta modificação, o modelo apresentou $R^2 = 0,31$, regularizando os índices de qualidade de ajustamento (GFI, CFI e TLI) e perdendo, sem grandes consequências, a qualidade do índice X^2/gl .

Diante disso, ao testar as hipóteses deste estudo, obteve-se que a H1, H3, H4, H5 e H6 foram confirmadas, enquanto a H2 (impactos negativos) foi rejeitada. Isso significa dizer que, o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso pode ser influenciado pela percepção de fatores cognitivos (impactos econômicos positivos e qualidade de vida) e fatores emocionais (solidariedade emocional para com o turista, as crenças compartilhadas com eles e a sua identidade do lugar).

Após a respecificação do modelo proposto neste estudo, percebeu-se que poderiam existir outras relações causais mais significativas. Desse modo, um modelo alternativo foi testado e apresentou um $R^2 = 0,45$ (superior ao modelo respecificado) com significativa melhoria nos índices de qualidade de ajustamento, sendo assim considerado o modelo que melhor reflete a realidade do fenômeno estudado, indicando relações mais consolidadas.

O modelo alternativo apresentou relações significativas entre a qualidade de vida e a percepção dos impactos positivos do turismo, bem como, uma mediação realizada pela solidariedade emocional (natureza acolhedora e compreensão simpática) entre a Identidade do Lugar e o Apoio ao Turismo, devidamente corroborados pelos resultados qualitativos deste estudo e por pesquisas internacionais (Guo *et al.*, 2014; Moon *et al.*, 2019; Aleshinloye *et al.*, 2020; Patwardhan *et al.*, 2020; Lee *et al.*, 2022).

Com a realização deste estudo, pretendeu-se contribuir com o planejamento e gestão do turismo, bem como, do apoio da comunidade residente, atentando-se para suas percepções e emoções quanto ao turismo/turista, já que esse *stakeholder* pode favorecer ou desfavorecer o desenvolvimento turístico em qualquer destinação, independentemente, do segmento de turismo pretendido.

Assim, conclui-se que os fatores cognitivos estudados com base na Teoria das Trocas Sociais, a saber: percepções dos impactos positivos do turismo e a qualidade de vida dos residentes, assim como, os fatores emocionais investigados a partir das teorias da Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional, sendo esses: identidade do lugar, crenças compartilhadas, natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática se mostraram significativos no que diz respeito à investigação do apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo.

A seguir, apresentam-se algumas recomendações gerenciais e acadêmicas deste estudo.

5.2 RECOMENDAÇÕES GERENCIAIS E ACADÊMICAS

Ao se considerar os resultados obtidos neste estudo, ressalta-se o apoio de residentes ao turismo como um fator de decisão/ação necessário para que haja sucesso em seu desenvolvimento nos mais diversos destinos. Diante disso, convém aos atores governamentais conhecer e gerenciar as percepções e opiniões dos residentes sobre o desenvolvimento do turismo local, fato este que se concentra as recomendações deste estudo.

Os resultados evidenciaram que para os residentes investigados o apoio ao desenvolvimento do turismo religioso esteve circunscrito às suas percepções e opiniões quanto aos impactos positivos do turismo, a qualidade de vida, a identidade do lugar, as crenças compartilhadas e a solidariedade emocional para com os turistas. A junção desses fatores permitiu aos entrevistados conferirem importância significativa ao turismo no que diz respeito ao desenvolvimento/crescimento do município de Santa Cruz-RN.

Frente a isso, recomenda-se aos atores governamentais responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, dentro das suas competências e atribuições, elaborar um planejamento cujos planos e estratégias visem:

- Maximizar os impactos positivos do turismo, com distribuição equitativa das suas benesses (emprego, renda e oportunidades de negócios) à comunidade residente do destino turístico;
- Realizar melhorias infraestruturais (organização do trânsito, ampliação do abastecimento hídrico, etc.), de segurança pública (guarda municipal, mais policiamento para inibir a criminalidade) e organização do turismo no destino, o que favorecerá a qualidade de vida no local;
- Elaborar projetos de Educação Ambiental a serem aplicados com residentes e turistas com propósito de sensibilização quanto a disposição inadequada de resíduos sólidos no ambiente, bem como, uso parcimonioso da água, proporcionando assim, a redução da poluição ambiental e dos problemas de sobrecarga no abastecimento hídrico local, enquanto outras medidas para resolução do problema não forem executadas;
- Promover ações de valorização dos aspectos histórico-culturais do município, o que afetará positivamente o sentimento de pertencimento dos residentes, ou seja, sua identidade do lugar;
- Oportunizar a permanência dos turistas no município a partir da realização das ações supracitadas, proporcionando também aos residentes mais tempo de convivência com esses, compartilhando suas crenças e executando plenamente sua solidariedade emocional.

As recomendações apresentadas pautam-se nos resultados encontrados neste estudo, considerando os fatores e variáveis investigadas, podendo existir vários outros aspectos que também necessitam de melhorias e intervenções governamentais. Sendo assim, faz-se necessário constantes investigações do apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, levando em conta o planejamento, planos, estratégias e ações que se pretende executar nos destinos a curto, médio e longo prazo.

No que compete à academia, visando minimizar as lacunas existentes nas pesquisas sobre apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, este estudo contribuiu com a junção e análise de fatores cognitivos (amplamente utilizados em pesquisas da mesma natureza) e

fatores emocionais. Com isso, obteve-se um modelo alternativo que apresentou relações significativas entre a percepção da qualidade de vida dos residentes e os impactos positivos do turismo e entre a identidade do lugar e o seu apoio, onde a solidariedade emocional (natureza acolhedora e compreensão simpática) atuou como mediadora nesta última relação.

Diante disso, recomenda-se que em novas pesquisas sobre o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, sejam relacionados com maior constância os fatores cognitivos aos emocionais, haja vista, que nem todo fenômeno/fato observado poderá ser compreendido/analizado apenas pela racionalidade humana. Dessa forma, seria um equívoco dissociar a racionalidade dos sentimentos e emoções intrínsecos aos indivíduos, sejam eles anfitriões ou visitantes de um destino turístico.

Ainda nesse sentido, sugere-se analisar em estudos futuros a influência de outros constructos e variáveis, tais como: dependência do lugar, crenças e comportamentos compartilhados, interações com os turistas, dentre outros que somados aos fatores cognitivos proporcionem dados e informações válidas a compreensão do fenômeno turístico, bem como, a gestão das expectativas e do apoio dos seus *stakeholders*.

Remetendo-se ao destino de turismo religioso investigado neste estudo, ou seja, Santa Cruz-RN, recomenda-se que as pesquisas além de investigar outros fatores que possam influenciar o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, realizem uma análise das ações empreendidas pelos atores governamentais, no sentido de promover benefícios, qualidade de vida aos residentes e mais desenvolvimento para o município em questão.

Por fim, reafirma-se neste estudo o cumprimento do objetivo principal e a constatação dos fatores capazes de influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso (percepção dos impactos positivos, identidade do lugar, qualidade de vida, crenças compartilhadas e solidariedade emocional), esperando com isso, contribuir com a literatura acadêmica sobre o tema e com a gestão do turismo de modo geral.

5.3 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

As limitações encontradas neste estudo estiveram circunscritas à realização da pesquisa de campo (fases qualitativa e quantitativa) e à obtenção de dados para corroboração de aspectos do perfil dos entrevistados.

Quanto à pesquisa de campo, destaca-se a inviabilidade da realização das entrevistas (fase qualitativa) de forma presencial, pois cada grupo de respondentes (estudantes, empregados no turismo, empregados em outras áreas, desempregados e aposentados) possuía

disponibilidade de data e horário distintos, considerando suas ocupações. Em vista disso, buscou-se realizar a pesquisa sem interrupções, imediatismo ou outros aspectos de urgência que pudessem comprometer os resultados deste estudo, optando-se, assim, pela execução das entrevistas via *Google Meet* e *WhatsApp* no dia e horário livre dos entrevistados.

Também houve limitações relacionadas à aplicação dos questionários com os residentes do destino investigado (fase quantitativa), pois foi realizada considerando a facilidade de acesso e disponibilidade dos respondentes em participar da pesquisa, sem seguir uma amostragem estratificada da população por bairros, por exemplo. Em meio a essa aplicação, foi necessário lidar com as condições climáticas locais, suspendendo temporariamente a pesquisa em dias de chuva; e com a indisponibilidade dos residentes que, diante do seu horário laboral, escolar e outros, não podiam responder à pesquisa naquele momento. Diante disso, realizaram-se ajustes no cronograma de aplicação dos questionários, acrescentando dias e horários para retorno da equipe de pesquisa às residências, repondo assim, os dias inviabilizados pelas chuvas e/ou pela indisponibilidade dos residentes.

Em relação à corroboração quanto ao perfil dos entrevistados deste estudo, verificou-se a necessidade de maior detalhamento dos dados e informações ambientais, econômicas, etárias, estatísticas e dentre outros sobre a população do destino investigado, conforme o censo IBGE de 2022. Isso pode ter causado certo distanciamento da realidade quanto aos dados referentes à caracterização do perfil dos entrevistados, haja vista que foram utilizados aqueles disponibilizados no censo de 2010.

REFERÊNCIAS

- Adas, M. (1990). *Geografia: noções básicas de geografia*. (2a ed). São Paulo: Moderna.
- Aleshinloye, K. D., Fu, X., Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., & Tasci, A. D. A. (2020). The Influence of Place Attachment on Social Distance: Examining Mediating Effects of Emotional Solidarity and the Moderating Role of Interaction. *Journal of Travel Research*, 59(5) pp. 828–849.
- Almeida, L. L. S., Enoque, A. G., & Oliveira, A., Jr. (2019). Turismo religioso como fonte de desenvolvimento local: um estudo acerca da produção do espaço urbano a partir da prática turística religiosa. *Marketing & Tourism Review*, 4(2), pp. 1-37.
- Alves, M. L. B., Barros, A. G. A. L., Melo, A., & Silva, S. K. M. (2021). Festas religiosas no espaço virtual: dimensões socioculturais do turismo religioso no Estado Rio Grande do Norte/RN. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 10(1), pp. 183-210.
- Arnt, L. (2006). Peregrinação x turismo: um estudo de caso no Santuário de Azambuja – Brusque, SC. Dissertação de Mestrado, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, SC, Brasil.
- Assis, K. G. D. (2024). Reuniões e ações do Programa DEL Turismo. [Entrevista cedida a] Gilmará Barros da Silva. Santa Cruz-RN, 30 jun. 2024.
- Bajrami, D. D., Radosavac, A., Cimbaljević, M., Tretiakova, T. N., & Syromiatnikova, Y. A. (2020). Determinants of Residents’ Support for Sustainable Tourism Development: Implications for Rural Communities. *Sustainability*, 12(22), pp. 1-16.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa, Portugal: Edições 70 LTDA.
- Barretto, M. (2009). *Planejamento responsável do turismo*. (2a ed.). Papirus Editora.
- Barros, V. H. (2021). Os impactos da pandemia no movimento anual do Santuário de Aparecida. <https://www.a12.com/santuاريو/noticias/os-impactos-da-pandemia-nomovimento-anual-do-santuاريو-de-aparecida>.
- Beni, M. C. (1988). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.
- Beni, M. C. (2012). *Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão*. Barueri/SP: Manole.
- Bezerra, M. S. (1984). *Memória histórica de Santa Cruz*. Natal-RN.
- Blau, P. M. (1964a). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, 34(2), pp. 193-206.
- Blau, P. (1964b). *Exchange and Power in Social. Life*. New York: Wiley.
- Bonat, D. (2009). *Metodologia da pesquisa*. (3a ed). Curitiba: IESDE Brasil S.A.
- Bordenave, J. E. D. (1994). *O que é participação*. (8a ed.). São Paulo: Brasiliense.
- Boyd, S. W. (2018). The role of reritage tourism in the management and promotion of pilgrimage trails and routes. In Olsen, D. H.; & Trono, A. (Eds.). *Religious Pilgrimage Routes and Trails: Sustainable Development and Management*, (pp. 38-48). Wallingford, UK: CABI.
- Boyer, M. (2003). *História do turismo de massa*. Bauru, SP: EDUSC.
- Braga, R. M. (2007). O espaço geográfico: um esforço de definição. *GEOUSP Espaço e Tempo*, 11(2), pp. 65-72.

- Brussio, J. C., Souza, J. A. X., Santos, J. R. C., & Ferreira, A. L. S. (2022). O festejo de São José de Ribamar/MA e as (re)configurações do turismo religioso no espaço e tempo da pandemia da Covid -19. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 10(1), pp. 162-182.
- Camargo, L. O. L. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Campón-Cerro, A. M., Folgado-Fernández, J. A., & Hernández-Mogollón, J. M. (2017). Rural Destination Development Based on Olive Oil Tourism: The Impact of Residents' Community Attachment and Quality of Life on Their Support for Tourism Development. *Sustainability*, 9(9), 1624, 1-16.
- Chagas, M. M., Marques Júnior, S., & Silva, V. H. (2022). Classificação de residentes em relação ao apoio para o desenvolvimento de destinos turísticos costeiros. *Revista Brasileira dos Observatórios de Turismo*, 1(1), pp. 109-129.
- Chen, S.; Wang, S., & Xu, H. (2017) Influence of Place Identity on Residents' Attitudes to Dark Tourism. *Journal of China Tourism Research*, 13(4), pp. 338-356.
- Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. (2020). CNC Notícias 234. 2019. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/>.
- Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, CNBB. 7º Encontro Nacional da Pastoral do Turismo, de 22 a 25 de setembro, na cidade de Santa Cruz (RN). Disponível em: <<https://www.cnbb.org.br/inscricoes-abertas-para-o-7o-encontro-nacional-da-pastoral-do-turismo/>>.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2016). *Métodos de Pesquisa em Administração* (12a ed.). McGraw Hill Brasil.
- Corrar, L. J, Paulo, E., & Dias, J. M., Jr. (Coord.). (2009). *Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas.
- Cortez, R. M.; Johnston, W. J. (2020). The Coronavírus crisis in B2B settings: Crisis uniqueness and managerial implications based on social exchange theory. *Industrial Marketing Management*, 88, pp. 125-135.
- Costa, C. (1997). *Sociologia: introdução à ciência da sociedade*. (2a ed.). São Paulo: Moderna.
- Costa, D. (2019). Da semente à frondosa árvore: a devoção a Santa Rita de Cássia em Santa Cruz. In: A história da devoção a Santa Rita na terra da Santa Cruz. *Revista O Roseiral*, Santa Cruz-RN, 4, pp. 1-68.
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 2ª Ed. Porto Alegre, Artmed.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cruz, R. C. A. (2001). *Introdução à geografia do turismo*. São Paulo: Roca.
- Dantas, C. F. (2020). Construção e implementação do teleférico em Santa Cruz-RN. [Entrevista cedida a] Willyane de Moraes Correia e Gilmara Barros da Silva. Santa Cruz, 29 set. 2020.
- Daskin, M., & Pala, K. (2023). Linking emotional solidarity with residents' support for religious tourism development: an empirical research from a cultural heritage context. *Kybernetes*, pp. 1-23.

Datasebrae. (2023). Empresas-RN-Santa Cruz. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empresas-rn/>. 29 de mar.

Dias, R., & Silveira, E. J. S. da (org.). (2003). Turismo religioso: ensaios e reflexões. Campinas: Editora Alínea.

Domingos, F. O., Oliveira, A. N., & Colasante, T. (2019). Planejamento do Turismo Religioso e seus Desafios em Lunardelli, Vale do Ivaí, Paraná. *Turismo e Sociedade*, 12(3), pp. 57-76.

Dowson, R. (2020). A Discussion of the Practical and Theological Impacts of COVID-19 on Religious Worship, Events and Pilgrimage, from a Christian Perspective. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 8(7), 33-51.

Dyba, T., & Dingsoyr, T. (2008). Empirical studies of agile software development: A systematic review. *Information and software technology*, 50(9-10), pp. 833-859.

Emerson, R. M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2, pp. 335-362.

Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., & Streimikiene, D. (2018). Impact of non-economic factors on residents' support for sustainable tourism development in Langkawi Island, Malaysia. *Economics and Sociology*, 11(4), pp. 181-197.

Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), pp. 1061-1079.

Escola Estadual José Bezerra Cavalcanti. (2022). *Plano de trabalho para a gestão da Escola Estadual José Bezerra Cavalcanti – 2023-2025*. 7ª Direc, Santa Cruz-RN.

Falcão, L. A. C. (2016). *Termos técnicos do meio turístico: conceitos, definições, siglas e tipologias*. Glossário 3T. São Borja: IFFAR.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. (2022). Perfil dos Participantes da Festa da Padroeira de Santa Cruz-RN 2022. Fecomércio, Santa Cruz, maio.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. (2017). Perfil dos Participantes dos Festejos de Santa Rita de Cássia. Fecomércio, Santa Cruz, maio.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. (2023a). Perfil dos Participantes da Festa de Santa Rita de Cássia. Fecomércio, Santa Cruz, maio.

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. (2023b). Sistema Fecomércio RN assina convênio para implantação do DEL Turismo em Santa Cruz. Fecomércio RN. Disponível em: < <https://fecomerciorn.com.br/noticias/sistema-fecomercio-rn-assina-convenio-para-implantacao-do-del-turismo-em-santa-cruz/> >.

Ferreira, A. B. H. (2008). *Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa*. (7a ed). Curitiba: Positivo.

Figueiredo, S. L., & Ruschmann, D. V. M. (2004). Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. *Novos Cadernos NAEA*, 7, pp. 171-203.

- Fontanella, B. J. B., Luchesi, B. M., Saidel, M. G. B., Ricas, J. Turato, E. R., & Melo, D. G. (2011). Amostragem em pesquisas qualitativas: proposta de procedimentos para constatar saturação teórica. *Caderno Saúde Pública*, Rio de Janeiro, 27(2), pp. 389-394.
- Franco, M. L. P. B. (2021). *Análise de conteúdo*. (1a ed.). Campinas, SP: Editora Autores Associados.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*. Boston, Ma: Pitman.
- Gautam, V. (2023). Why local residents support sustainable tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), pp. 877-893.
- Ghasemi, A., & Zahedias, S. (2012). Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians. *International Journal Endocrinology Metabolism*, 10(2):486-489.
- Giango, M. K., Hintapan, R., Suson, M., Batican, I., Quiño, L., Capuyan, L., Anoos, J. M., Batoon, J., Aro, J. L., Maturan, F., Yamagishi, K., Gonzales, G., Burdeos, A., & Ocampo, L. (2022). Local Support on Sports Tourism Development: An Integration of Emotional Solidarity and Social Exchange Theory. *Sustainability*, 14(19), 12898, pp. 1-26.
- González-García, R. J.; Escamilla-Fajardo, P.; López-Carril, S.; Nuñez-Pomar, J. (2020). Residents' perceptions of sports tourism: impacts, quality of life and support for the industry. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20(2), pp. 174-188.
- Google imagens. (2022b). Estátua de Santa Rita de Cássia, Santa Cruz-RN. Disponível: <https://www.google.com>.
- Google imagens. (2022a). Mapa do Estado do Rio Grande do Norte. Disponível: <https://www.google.com>.
- Guia PMBOK. (2008). *Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento dos projetos*. Project Management Institute, Inc. (4a ed.). Campus Boulevard.
- Guo, Y., Kim, S. & Chen, Y. (2014) Shanghai residents' perceptions of tourism impacts and quality of life, *Journal of China Tourism Research*, 10(2), pp. 142-164.
- Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., & Çalışkan, C. (2019). Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, pp. 117–128.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), pp. 381-394.
- Gursoy, D., Milito, M. C., & Nunkoo, R. (2017). Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), pp. 344-352.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: an improved structural model. *Annals of Tourism Research*. 31(3), pp. 495-516.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.
- Hall, C. M. (2001). Política e planejamento turístico: o imperativo sustentável. In: Hall, C. M. *Planejamento Turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto.

- Hallak, R.; Brown, G.; & Lindsay, N. J. (2012). The Place Identity e Performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis. *Tourism Management*, 33, pp. 143-154.
- Han, S., Ramkissoon, H., You, E., & Kim, M. J. (2023). Support of residents for sustainable tourism development in nature-based destinations: Applying theories of social exchange and bottom-up spillover. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, pp. 1-12.
- Hasani, A., Moghavvemi, S., & Hamzah, A. (2016). The Impact of Emotional Solidarity on Residents' Attitude and Tourism Development. *PLOS ONE*, 11(6), e0157624, pp. 1-14.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), pp. 597-606.
- Homans, G. C. (1974). *Social Behavior*. revised ed. New York: Harcourt-Brace.
- Hsu, C.-Y., Chen, M. Y., & Yang, S.C. (2019). Residents' Attitudes toward Support for Island Sustainable Tourism. *Sustainability*, 11(18), 5051, pp. 1-16.
- Ignarra, L. R. (2003). *Fundamentos do Turismo*. (2a ed). São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Iliev, D. (2020). The evolution of religious tourism: Concept, segmentation and development of new identities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, pp. 131-140.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). Santa Cruz-RN. Disponível: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/santa-cruz/panorama>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2023). Brasil. Disponível: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/panorama>.
- Inventário da Oferta Turística. (2023). Santa Cruz-RN. Prefeitura Municipal de Santa Cruz, Santa Cruz-RN.
- Jafari, J. (Ed.) (1977). The Socioeconomic Costs of Tourism to Developing Countries. *Annals of Tourism Research*. V|Sp. pp. 6-11.
- Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C., & Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, pp. 1-12.
- Kim, S., Kang, Y., Park, J., & Kang, S. (2021). The Impact of Residents' Participation on Their Support for Tourism Development at a Community Level Destination. *Sustainability*, 13, 4789, pp. 1-15.
- Koetz, L. S. (2009). *Teoria da administração I*. São Paulo: Person Education do Brasil.
- Kuo, N.; Cheng, Y.; Chang, K. C.; & Hu, S. (2021). How social capital affects support intention: The mediating role of place identity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, pp. 40-49.
- Lee, S., Joo, D., & Woosnam, K. M. (2022). The bi-directional relationship between place attachment and emotional solidarity in a rural destination: A two-way approach. *International Journal of Tourism Research*, 24(5), pp. 725-737.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, pp. 37-43.
- Lima, R. J. B. (2014). *Gestão de negócios*. Londrina: UNOPAR.

- Lopes, J. (2006). *O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas*. Recife: Universitária da UFPE.
- Machado, J. C. J. (2020). *O semear à pastoral do turismo: vivências no estado do Pará*. Belém/PA: Paka-Tatu.
- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: fundamentos teóricos, softwares e aplicações*. PSE Produtos e Serviços Estatísticos, Ltda.
- Marujo, N. (2013). A pesquisa em Turismo: Reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. *Turydes*, 6(14), 1-16.
- Mauss, M. (2003). Ensaio sobre a dádiva. (II parte, pp. 183-294, Neves, P. Trad.). São Paulo: Cosac Nalfy. (Obra original publicada em 1950).
- Ministério do Turismo. (2010a). *Programa de qualificação a distância para o desenvolvimento do turismo: turismo e sustentabilidade formação de redes e ação municipal para a regionalização do turismo*. (2a ed.). Brasília: O Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC.
- Ministério do Turismo. (2010b). *Turismo Cultural: orientações básicas*. (3a ed) Brasília: Ministério do Turismo. Disponível: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-cultural-orientacoes-basicas.pdf>.
- Ministério do Turismo. (2006). *Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Ministério do Turismo. (2020). *Relatório de impacto da pandemia de Covid-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil*. Subsecretaria de Gestão Estratégica. Coordenação-Geral de Dados e Informações. Disponível: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins.html>>.
- Ministério do Turismo. (2021). *Relatório Retomada do turismo*. Brasília: MTur. Disponível: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/retomada-do-turismo>.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, pp. 242-254.
- Moon, B., Yang, S., Kim, K., & Seo, W. (2019). Resident-focused tourism policy: perceived quality-of-life difference and its effect on expectations about and support for mega events, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(2), pp. 220-235.
- Morse, J. M. (1994). Designing funded qualitative research. In: Norman, K. D., & Yvonna, S. L. (eds.). *Handbook of qualitative research*. (2a ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 220-2335.
- Mróz, F. (2021). The Impact of COVID-19 on Pilgrimages and Religious Tourism in Europe During the First Six Months of the Pandemic. *Journal of Religion and Health*, 60(2), pp. 625–645.
- Munanura, I. E., Needham, M. D., Lindberg, K., Kooistra, C., & Ladan Ghahramani, L. (2023). Support for tourism: the roles of attitudes, subjective wellbeing, and emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), pp. 581-596.
- Munanura, I. E., Parada, J. A., & Kline, J. D. (2023): A cognitive appraisal theory perspective of residents' support for tourism. *Journal of Ecotourism*, pp. 1-20.

- Ng, S. L., & Feng, X. (2020). Residents' sense of place, involvement, attitude, and support for tourism: a case study of Daming Palace, a Cultural World Heritage Site. *Asian Geographer*, pp. 1–19.
- Nghiêm-Phú, B. (2016). Perceptual and Functional Antecedents of Local Residents' Support-for-Tourism: Findings of a Study in Hanoi, Vietnam. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(4), pp. 375-397.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2016). Political trust and residents' support for alternative and mass tourism: an improved structural model, *Tourism Geographies*, 19(3), pp. 1-22.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents support for tourism an identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), pp. 243-268.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), pp. 964-988.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), pp. 997-1023.
- Oliveira, C. D. M. (2007). Festas populares religiosas e suas dinâmicas espaciais. *Mercator-Revista de Geografia da UFC*, 6(11), pp. 23-32.
- Oliveira, C. D. M. (2004). *Turismo religioso*. São Paulo: Aleph.
- Organização Mundial do Turismo. Sancho, A. (Org.). (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.
- Panfleto de divulgação (2010). Complexo Turístico Alto de Santa Rita de Cássia. Santa Cruz, RN.
- Paraskevaïdis, P., & Andriotis, K. (2017). Altruism in tourism: Social Exchange Theory vs Altruistic Surplus Phenomenon in host volunteering. *Annals of Tourism Research*, 62, pp. 26-37.
- Parente, T. C. (2019). *Sustentabilidade organizacional*. São Paulo: Senac.
- Paróquia de Santa Rita de Cássia. (2022). Programação das festividades de Santa Rita de Cássia 2022. Disponível: <https://www.facebook.com/paroquiasantaritarn/>.
- Patwardhan, V., Ribeiro, M. A., Payini, V., Woosnam, K. M., Mallya, J., & Gopalakrishnan, P. (2020). Visitors' place attachment and destination loyalty: examining the roles of emotional solidarity and perceived safety. *Journal of Travel Research*, 59(1), pp. 3-21.
- Peris, R. W. (2020). *Métodos quantitativos aplicados à finanças*. São Paulo: SENAC.
- Phuc, H. N., & Nguyen, H. M. (2020). The importance of collaboration and emotional solidarity in residents' support for sustainable urban tourism: case study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 1–20.
- Prasad, S. D., VT, B., & Dixit, S. K. (2023). Community Support for Religious Tourism: The Role of Place Image, Community Attachment and Overall Quality of Life. *Tourism an International Interdisciplinary Journal*, 71(2), pp. 398-410.
- Prefeitura Municipal de Santa Cruz. (2022). Programação da Festa de Santa Rita de Cássia. Disponível: <<https://www.instagram.com/p/Cdfj1NCuBuD/>>.
- Prodanov, C. C.; Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. (2a ed.). Nova Hamburgo: Feevale.

- Programação de Inauguração. (2010). Estátua de Santa Rita de Cássia: a realização do sonho. 1 fot: color; 21x29,7 cm.
- Project Management Institute, (editor). (2017). Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos (Guia PMBOK)/Project Management Institute. (6a ed.). Newtown Square, PA: Project Management Institute.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), pp. 57–83.
- Qin, X., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2021). Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, pp. 114–123.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, pp. 147–158.
- Relph, E. C. (1976). *Place and Placelessness*. London. Pion.
- Rezende, M. F. Filho. (2020). O Futuro do Turismo. *Cenário: Revista Interdisciplinar Em Turismo E Território*, 8(14), pp. 6–16.
- Rocha, T. (2010). Gestão dos stakeholders para a construção de vantagem competitiva. In: Rocha, T., & Goldschmidt, A (coord.). (2010). *Gestão de stakeholders: como gerenciar o relacionamento e a comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse*. São Paulo: Saraiva.
- Ruschmann, D. (2016). *Planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Papirus editora.
- Santos, E. (2010). *Santa Cruz: nossa história, nossa gente*. Santa Cruz-RN.
- Santos, J. F. O. (2011). Os impactos do turismo religioso: o caso da Semana Santa em Braga. Dissertação de Mestrado, Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal. Disponível: <http://bdigital.ufp.pt/handle/10284/2237>.
- Santuário Nacional (2020, march 16). Saiba como acompanhar as missas do SN pelo celular, rádio e TV. <https://www.a12.com/santuاريو/noticias/saiba-como-acompanhar-as-missasdo-sn-pelo-celular-radio-e-tv>.
- Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A. & Crespi-Vallbona, M. (2023). Community factors affecting residents' support for tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, pp. 1-19.
- Shafieisabet, N., & Haratifard, S. (2020) The empowerment of local tourism stakeholders and their perceived environmental effects for participation in sustainable development of tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, pp. 486-498.
- Shaughnessy, J. J.; Zechmeister, E. B. Zechmeister, J. S. (2012). *Metodologia de pesquisa em psicologia*. (9a ed.). São Paulo: AMGH.
- Silva, G. B., & Marques, S., Jr. (2016). Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso: o caso de Santa Cruz (RN), Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(3), pp. 497-515.
- Silva, G. B. & Santos, A. M. (2023). A Percepção dos estudantes do curso de Guia de Turismo acerca do VII Encontro Nacional da Pastoral do Turismo em Santa Cruz-RN. *Revista Querubim*, 5(49), pp. 57-64.

- Silva, H. C. S., Milito, M. M., Coutinho, A. C. A., & Farias, M. F. (2018). Apoio de Residentes ao desenvolvimento do turismo na cidade de Florânia, Rio Grande do Norte, Brasil. *Cenário*, 6(11), pp. 92-113.
- Silva, J. B. (2003). *Santa Cruz a gente não conhece: a história de um povo contada por pessoas apaixonadas por sua terra*. Santa Cruz-RN.
- Silvestre, A. L. (2007). *Análise de dados e estatística descritiva*. Escolar.
- Sousa, N. B. (2013). *Gestão e liderança: novos modelos de gestão e estilo de liderança*. São Paulo.
- Souza, M. P. (2022). Dados e informações sobre as festividades à Santa Rita de Cássia 2022. [Entrevista cedida a] Gilmara Barros da Silva. Santa Cruz, RN.
- 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, pp. 260–274.
- Stylidis, D. (2015). The Role of Place Image Dimensions in Residents' Support for Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), pp. 129–139.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2020) The effect of personal benefits from, and support of, tourism development: the role of relational quality and quality-of-life. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3), pp. 433-454.
- Teixeira, M. L. M., & Domenico, S. M. R. (2008). Fator humano: uma visão baseada em stakeholders. In: *Gestão do fator humano: visão baseada em stakeholders*. Hanashiro, D. M. M., Teixeira, M. L. M., & Zaccarelli, L. M. (Org.). (2a ed.). São Paulo: Saraiva.
- Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*. 27, pp. 493-504.
- Trombino, G., & Trono, A. (2018). Environment and sustainability as related to religious pilgrimage routes and trails. In D. H. Olsen, & A. Trono (Eds.). *Religious pilgrimage routes and trails: Sustainable development and management* (pp. 49–60). Wallingford, UK: CABI.
- Trono, A., & Olsen, D. H. (2018). Pilgrimage trails and routes: Journeys from the present to the future. In D. H. Olsen, & A. Trono (Eds.). *Religious pilgrimage routes and trails: Sustainable development and management* (pp. 247–254). Wallingford, UK: CABI.
- Tsai, J. C., & Kang, T. (2019). Reciprocal intention in knowledge seeking: Examining social exchange theory in an online professional community. *International Journal of Information Management*, 48, pp. 161-174.
- Valle, J. A. S., Camargo, A. A. B., Mota, E. B. & Zygielszyper, P. M. K. (2014). *Gerenciamento de stakeholders em projetos*. Rio de Janeiro: FGV.
- Valls, J. F. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro: FGV.
- Vargas-Sánchez, A., Valle, P. O., Mendes, J. C., & Silva, J. A. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management*, 48, pp. 199–210.
- Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo: Aleph.
- Vieira, S. J. E., Berselli, C., Zucco, F. D., Pereira, T., & Quadros, C. M. B. (2023). Resident honor: expanding well-being in tourism support. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 17, pp. 1-19.

- Vinerean, S., Opreana, A., Tileaga, C., & Popsa, R. E. (2021). The impact of COVID-19 pandemic on residents' support for sustainable tourism development. *Sustainability*, 13(12541), pp. 1-29.
- Wang, S.; & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, pp. 16–28.
- Wang, S.; Zhou, L.; Lee, S.; & King, C. (2014). Analysis of Residents' Social Identity, Tourism Engagement, and Propensity for Tourism Advocacy. *Advances in Hospitality and Leisure*. pp. 109-129.
- Wang, W.; & Wang, S. (2018): Urban residents' place-based perceptions and attitudes toward tourism development: a comparison between the United States and China. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, pp. 1-23.
- Wang, Y., Hu, W., Park, K. S., Yuan, Q., & Chen, N. (2023). Examining residents' support for night tourism: An application of the social exchange theory and emotional solidarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 28 (100780), pp. 1-12.
- Wang, Y., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2020). Being rational and emotional: An integrated model of residents' support of ethnic tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, pp. 112–121.
- Wang, Y., Xiang, D., Yang, Z., & Ma, S. (2019). Unraveling customer sustainable consumption behaviors in sharing economy: A socio-economic approach based on social exchange theory. *Journal of Cleaner Production*, 208, pp. 869-879.
- Wei, Y., Liu, H., & Park, K.-S. (2021). Examining the structural relationships among heritage proximity, perceived impacts, attitude and residents' support in intangible cultural heritage tourism. *Sustainability*, 13(15), 8358, pp. 1-14.
- Wondirad, A., & Ewnetu, B. (2019). Community participation in tourism development as a tool to foster sustainable land and resource use practices in a national park milieu. *Land Use Policy*, 88, pp. 1-13.
- Woosnam, K. M., & Norman, W. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), pp. 365-380.
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the Theoretical Framework of Emotional Solidarity between Residents and Tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), pp. 245–258.
- World Travel & Tourism Council. (2020). Brazil 2020 Annual Research: Key Highlights. Disponível: <https://www.wttc.org/>.
- World Travel & Tourism Council. (2023). Economic impact research. Disponível: <https://www.wttc.org/>.
- World Travel & Tourism Council. (2022). Travel & Tourism: Economic Impact 2022. Disponível: <https://www.wttc.org/>.
- Yayla, Ö., Koç, B., & Dimanche, F. (2023). Residents' support for tourism development: Investigating quality-of-life, community commitment, and communication. *European Journal of Tourism Research*, 33(3311), pp. 1-23.
- Yim, J. S. (2021). When a place is psychologically claimed: The shifting effect of psychological ownership on residents' support and prevention of local tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, 100408, pp. 1-10.

Yu, C., Cole, S. T., & Chancellor, C. (2018). Resident Support for Tourism Development in Rural Midwestern (USA) Communities: Perceived Tourism Impacts and Community Quality of Life Perspective. *Sustainability*, 10(802), pp. 1-17.

Yu, C., Huang, Y., Yeh, P., & Chao, P. (2017). Resident's attitudes toward island tourism development in Taiwan. *Island Studies Journal*, 12(2), pp. 159-176.

Yuan, Q.; Song, H.; Chen, N.; & Shang, W. (2019). Roles of Tourism Involvement and Place Attachment in Determining Residents' Attitudes Toward Industrial Heritage Tourism in a Resource-Exhausted City in China. *Sustainability*, 11(5151), pp. 1-23.

Zoltowski, A. P. C., Costa, A. B., Teixeira, M. A. P., & Koller, S. H. (2014). Qualidade metodológica das revisões sistemáticas em periódicos de psicologia brasileiros. *Psicologia: teoria e Pesquisa*, 30(1), pp. 97-104.

Zuo, B., Gursoy, D., & Wall, G. (2017). Residents' support for red tourism in China: The moderating effect of central government. *Annals of Tourism Research*, 64, pp. 51-63.

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista

1. O que você sabe sobre o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN?
2. Em sua opinião, quais os pontos positivos e negativos do desenvolvimento do turismo religioso no município? Justifique sua resposta.
3. Em sua opinião, quais as ações que se empreendidas pelos atores governamentais (federal, estadual e municipal) podem contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo religioso em Santa Cruz?
4. Como você se sente ao receber visitantes/turistas em Santa Cruz? Justifique sua resposta.
5. De modo geral, qual a importância do turismo religioso para o desenvolvimento de Santa Cruz-RN?
6. Você se julga contra ou a favor do desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN? Justifique sua resposta.

APÊNDICE B – Questionário

Aponte seu nível de concordância com as seguintes afirmações:	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Nem discordo, nem concordo	Concordo parcialmente	Concordo totalmente
1. O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2. O turismo religioso tem gerado aumento na renda da população santa-cruzeira.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3. O turismo religioso tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzeira.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4. O turismo religioso tem aumentado os problemas de trânsito em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5. O turismo religioso tem aumentado a poluição ambiental (geração de lixo e poluição do ar) em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6. O turismo religioso tem aumentado a quantidade de pedintes (pessoas que pedem esmola) em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7. O turismo religioso tem aumentado a criminalidade em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8. Sinto-me próximo de alguns turistas que conheci em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9. Gosto de fazer amizade com alguns turistas que visitam Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10. Sinto afeição positiva (ex.: bem-querer, consideração, amizade, apego etc.) pelos turistas que visitam Santa Cruz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11. Sinto que posso confiar nos turistas que visitam Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12. Sinto que tenho muito em comum com os turistas que visitam Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13. Identifico-me com os turistas que visitam Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14. Entendo o comportamento dos turistas que visitam Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15. Tenho orgulho de ter turistas visitando Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16. Me sinto feliz em receber turistas em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17. Tenho prazer em receber turistas em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18. As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19. Em muitos aspectos, minha vida em Santa Cruz está próxima do ideal.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20. Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21. Compartilho com os turistas a crença de que Santa Cruz é um ótimo lugar para busca espiritual e práticas religiosas (peregrinações, romarias, retiros, visitação de santuário etc.).	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22. Compartilho ideias religiosas semelhantes com os turistas que visitam Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23. Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso faz com que aumente o interesse em conhecer mais sobre Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24. Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso valoriza a preservação dos aspectos histórico-culturais (história, cultura, monumentos etc.) de Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25. Sinto que pertenço a Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26. Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27. Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28. Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29. Apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30. Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31. Quero que o turismo religioso continue a ser tratado como importante para Santa Cruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Perfil dos Entrevistados

Gênero: (1) Feminino (2) Masculino (3) Outro: _____ (4) Prefiro não responder

Faixa etária: (1) Entre 18 e 24 anos (2) Entre 25 e 31 anos (3) Entre 32 e 38 anos (4) Entre 39 e 45 anos
(5) Entre 46 e 52 anos (6) Entre 53 e 59 anos (7) 60 anos ou mais

Escolaridade: (1) Sem escolaridade (2) Ensino fundamental incompleto (3) Ensino fundamental completo
(4) Ensino médio incompleto (5) Ensino médio completo (6) Ensino superior incompleto
(7) Ensino superior completo (8) Pós-graduação incompleta (9) Pós-graduação completa

Renda mensal individual: (1) Menos que R\$ 1.320,00 (2) Entre R\$ 1.320,00 e R\$ 2.640,00
(3) Entre R\$ 2.641,00 e R\$ 3.960,00 (4) Entre R\$ 3.961,00 e R\$ 5.280,00
(5) Entre R\$ 5.281,00 e R\$ 6.600,00 (6) Entre R\$ 6.601,00 e R\$ 7.920,00 (7) Mais que R\$ 7.921,00

Religião: (1) Sem religião (2) Católica (3) Evangélica (4) Espírita
(5) Umbanda, candomblé ou outras religiões afro-brasileiras (6) Outra: _____.

Há quanto tempo reside em Santa Cruz? _____ (em anos).