

Universidade Federal da Paraíba - UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas - CCSA
Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA
Curso de Mestrado Acadêmico em Administração - CMA

GABRIELA QUEIROGA DANTAS

EXPLORE, CUIDE E AME O LUGAR ONDE EU MORO:

uma análise da importância e desempenho de iniciativas de turismo sustentável e sua relação com a satisfação com o lugar em que vive e qualidade de vida do residente.

João Pessoa

2021



GABRIELA QUEIROGA DANTAS

EXPLORE, CUIDE E AME O LUGAR QUE EU MORO:

uma análise da importância e desempenho de iniciativas de turismo sustentável e sua relação com a satisfação com o lugar em que vive e qualidade de vida do residente.

Defesa de dissertação apresentado ao Curso de Mestrado em Administração da Universidade Federal da Paraíba, na área de Administração e Sociedade, linha de Pesquisa Marketing e Sociedade, em cumprimento parcial das exigências para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof.^a Rita de Cássia de Faria Pereira

João Pessoa

2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

D169e Dantas, Gabriela Queiroga.

Explore, cuide e ame o lugar onde eu moro : uma análise da importância e desempenho de iniciativas de turismo sustentável e sua relação com a satisfação com o lugar em que vive e qualidade de vida do residente. / Gabriela Queiroga Dantas. - João Pessoa, 2021.
104 f. : il.

Orientação: Rita de Cássia de Faria Pereira.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/João Pessoa.

1. Bem-estar social. 2. Qualidade de vida. 3. Satisfação com o lugar em que vive. 4. Turismo sustentável. I. Pereira, Rita de Cássia de Faria. II. Título.

UFPB/BC

CDU 364(043)

FOLHA DE APROVAÇÃO

GABRIELA QUEIROGA DANTAS

EXPLORE, CUIDE E AME O LUGAR ONDE EU MORO:

uma análise da importância e desempenho de iniciativas de turismo sustentável e sua relação com a satisfação com o lugar em que vive e qualidade de vida do residente.

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Administração da Universidade Federal da Paraíba, na área de Administração e Sociedade, linha de Pesquisa Marketing e Sociedade, em cumprimento parcial das exigências para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em: 25 de fevereiro de 2021.

Banca Examinadora



Prof.ª Dr.ª Rita de Cássia de Faria Pereira
Orientadora – PPGA/UFPB



Prof.ª. Dr.ª. Fabiana Gama de Medeiros
Examinadora externa – CADM/UFPB



Prof. Dr. Nelsio Rodrigues de Abreu
Examinador interno – PPGA/UFPB

João Pessoa

2021

“Eu quero uma casa no meio do mundo, com gente chegando de todo o lugar. A porta já era, janela já foi. Não tem frente, nem fundo, a casa que eu quero no meio do mundo é pro mundo morar”

(Pro mundo morar, João Nogueira).

AGRADECIMENTOS

Diferentemente do normal, esses agradecimentos foram realizados posteriormente a defesa do dia 25/02/2021, e escrever os agradecimentos após o evento torna tudo um pouco mais leve. Ter minha dissertação aprovada e a sensação de encerramento de um ciclo tão importante como é o mestrado acadêmico é demasiadamente gratificante. Com certeza fazer parte do programa de pós-graduação em Administração foi um grande desafio, no entanto conseguir concluir diante de tantas incertezas ocasionadas pela pandemia foi algo ainda maior.

Parando para absorver tudo que aconteceu e refletindo sobre o dia de ontem, o sentimento é uma mistura de dever cumprido com enorme gratidão! A trajetória de um mestrado não é fácil, é bem pesado para ser sincera, mas fortalece e lhe ajuda a evoluir bastante, no entanto, só foi possível chegar até aqui devido todo o apoio que tive e as pessoas que estiveram ao meu lado a cada momento.

Agradeço à minha família, meus pais Higino e Jane por terem me proporcionado essa oportunidade me dando todo o suporte necessário para que eu pudesse estudar, minha irmã Nina por todo o incentivo, meus avós (em especial Rita e Queiroga) que me foram fonte de inspiração para experimentar uma trajetória acadêmica, tendo em vista a referência que são como professores na minha vida e finalmente, mas tão importante quanto, meu esposo e amor Arthur por toda a paciência, leveza e encorajamento que teve comigo durante esses dois anos. Dedico também a conclusão dessa etapa as minhas amigadas da Lourdinás, da UFPB, do PPGA e da vida. Chegar até aqui e poder dizer que consegui concluir mais essa etapa não seria possível sozinha. Definitivamente essa conquista não é só minha, mas é algo que compartilho com todos que estiveram ao meu lado.

Tenho muito a agradecer por toda a parceria junto a profa. Rita, nesses quase dez anos juntas como orientadora de PIBIC, TCC e enfim, dissertação, mas de muito aprendizado. Agradeço também aos membros da banca prof. Nelsio e profa. Fabiana por todas as contribuições que foram realizadas nesse processo e a todo o corpo docente do PPGA, professores que tive o privilégio de aprender tanto. Quem me conhece sabe o quanto o mundo da pesquisa e da academia possuem minha grande admiração e o quanto quis poder explorar, poder fazer parte e deixar minha contribuição de alguma forma.

Foi encerrado um capítulo da minha vida no dia 25/02/2021 e chegou o tempo de recuperar o fôlego e partir para um novo desafio. Seja pesquisando ou iniciando uma nova especialização, a única certeza que tenho é que serei sempre inquieta por novos temas, novos aprendizados, mas sempre buscando aprender coisas novas, me desafiando e buscando evoluir como pessoa, como aluna e profissional.

Gratidão por tanto  

RESUMO

Tendo em vista o estado atual das pesquisas sobre o bem-estar turístico sob as lentes da psicologia positiva. A proliferação de pesquisas ao longo de vários anos revelou uma miríade de ligações entre o turismo e o conceito de bem-estar, bem como o aumento da pesquisa sobre qualidade de vida e bem-estar no turismo. Embora muitos estudos estejam voltados para o turista, uma ênfase está sendo solicitada na perspectiva dos residentes em áreas turísticas. Considerando a perspectiva dos moradores de áreas turísticas, o direcionamento da pesquisa conduziu à relação da satisfação com o local, na perspectiva dos moradores poucas referências são encontradas sobre o assunto. Indivíduos que residem em áreas de foco turístico tendem a sofrer os impactos do turismo, por sua vez, o turismo, se não realizado de forma consciente e planejada, pode causar danos ambientais significativos, pois muitas vezes é desenvolvido em ambientes atrativos, porém frágeis. Considerando que o turismo tem grande potencial de causar danos involuntários por ser insensível aos impactos ambientais que pode causar, tornou-se um tema e conceito importante em relação ao planejamento e desenvolvimento turístico. Assim, torna-se ainda mais evidente a preocupação com iniciativas para o desenvolvimento do turismo de forma adequada por todas as partes envolvidas num processo turístico, contando, para o presente estudo, que estará centrado na perspectiva dos residentes em zonas turísticas. O objetivo principal do estudo é examinar o impacto da qualidade de vida (QV) percebida por residentes em áreas turísticas, na satisfação com o local em que vivem (SL) e analisar se há impacto da QV e SL na percepção desses moradores sobre a importância do desenvolvimento turístico e da atuação do município para o incremento do turismo local.

Palavras-chave: bem-estar, qualidade de vida, satisfação com o lugar e turismo sustentável.

ABSTRACT

In view of the current state of research on tourism welfare under the lens of positive psychology. The proliferation of research over several years has revealed a myriad of links between tourism and the concept of well-being, as well as increased research on quality of life and well-being in tourism. Although many studies are focused on the tourist, an emphasis is being requested from the perspective of residents in tourism areas. Considering the perspective of residents in tourist areas, the direction of the research led to the relationship of satisfaction with the place, in the perspective of residents few references are found on the subject. Individuals residing in areas of tourist focus tend to suffer from the impact of tourism, tourism in turn, if not carried out in a conscious and planned way, can cause significant environmental damage, as it is often developed in attractive, but fragile environments. Considering that tourism has great potential to harm involuntarily because it is insensitive to the environmental impacts that it can cause, it has become an important theme and concept in relation to tourism planning and development. Therefore, the concern with initiatives for the development of tourism in an appropriate way by all parties involved in a tourism process becomes even more evident, counting, for the present study, will be focused on the perspective of residents in tourist areas. The main objective of the study is to examine the impact of quality of life (QOL) perceived by residents in tourist areas, on satisfaction with the place (SL) in which they live and to analyse whether there is an impact of QOL and SL on the perception of these residents about the importance tourism development and the municipality's performance to increase local tourism.

Keywords: well-being, quality of life, satisfaction with the place and sustainable tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Estruturação da dissertação	19
Figura 2: Convergência de temáticas abordadas no referencial teórico da pesquisa.....	20
Figura 3: Teorias da Psicologia Positiva mais utilizadas em estudos.....	34
Figura 4: Construção da teoria do bem-estar (PERMA)	35
Figura 5: Relacionando conceitos da Psicologia Positiva sobre Bem-Estar.	38
Figura 6: Diferença QV Subjetivo X Objetivo.....	41
Figura 7: Relação entre satisfação com o lugar, apego e qualidade de vida percebida..	45
Figura 8: Impacto do turismo de forma positiva ou negativa e sua influência na atitude do residente.....	46
Figura 9: Percepção de residentes sobre importância versus desempenho do município/governo para iniciativas de turismo sustentável.....	47
Figura 10: Processo de validação back-translation da escala de Boley, McGehee e Hammett (2017).....	54
Figura 11: Gráfico IPA Bananeiras	82
Figura 12: Gráfico IPA Seixas.....	83
Figura 13: Gráfico IPA Cabedelo	84

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Quadro resumo de estudos sobre percepção e atitude de residentes sobre o turismo.	23
Quadro 2: Resumo de estudos sobre o impacto do turismo.	26
Quadro 3: Resumo de estudos sobre qualidade de vida (QV).....	42
Quadro 4: Escala de qualidade de vida percebida.....	51
Quadro 5: Escala de satisfação com o lugar que mora.....	52
Quadro 6: Escala com itens de importância versus desempenho para iniciativas de turismo sustentável.....	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Resumo de dados demográficos da pesquisa de forma segmentada.	60
Tabela 2: Índices de correlação de ante imagem itens sobre desempenho de IST.....	62
Tabela 3: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens desempenho.	63
Tabela 4: Índices de correlação de ante imagem itens sobre importância de IST.....	64
Tabela 5: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens importância	65
Tabela 6: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens importância.	66
Tabela 7: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens satisfação com o lugar em que vive.	67
Tabela 8: Visão geral das dimensões do estudo segmentado por localidades.....	68
Tabela 9: Comparação dimensão satisfação com o lugar em que vive.	70
Tabela 10: Comparação dimensão qualidade de vida percebida.....	71
Tabela 11: Comparação dimensão importância de IST para os moradores.	73
Tabela 12: Comparação dimensão importância de IST para os moradores.	74
Tabela 13: Comparação importância de IST versus desempenho do município na percepção de residentes por localidade.....	76
Tabela 14: Resumo de resultados das regressões do estudo	78
Tabela 15: Resumo de resultados das regressões do estudo	79
Tabela 16: Médias de IPA dos 15 scores de IST	81
Tabela 17: Atribuição de quadrante para IST por localidade	85

LISTA DE SIGLAS

BES – Bem-Estar Subjetivo

QV – Qualidade de Vida

SDT – *Self Determination Theory* (Teoria da Autodeterminação)

SV – Satisfação com a Vida

SWLS – *Satisfaction With Life Scale* (Escala de Satisfação com a Vida)

IST – Iniciativas de Turismo Sustentável

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. OBJETIVOS	16
2.1 Objetivo geral.....	17
2.1.1. Objetivos específicos.....	17
3. JUSTIFICATIVA.....	17
4. REFERENCIAL TEÓRICO	20
4.1. O TURISMO, SUSTENTABILIDADE E RESIDENTES	20
4.1.1. Percepção e atitude de residentes sobre o turismo.	22
4.1.2. Impacto do turismo para residentes.....	24
4.2. MARKETING E TURISMO	28
4.2.1. Marketing de lugares e a satisfação com o lugar em que vive	30
4.3. Psicologia positiva e bem-estar na perspectiva do turismo.	33
4.3.1. Bem-estar hedônico X eudaimônico.	36
4.3.2. Bem-estar subjetivo com ênfase em qualidade de vida para residentes em áreas turísticas.	39
4.4. PROPÓSITO DAS HIPÓTESES DE PESQUISA.....	44
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	47
5.1. CONTEXTO DA PESQUISA	48
5.1.1. Bananeiras	48
5.1.2. Seixas	49
5.1.3. Cabedelo.....	49
5.2. ESTRUTURAÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS UTILIZADO. ..	50
5.3. PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS	55
5.4. PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DE DADOS.....	57
6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	59
6.1. CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	59
6.2. ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA DO INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	61
6.3. ANÁLISES COMPARATIVAS DESCRITIVAS GLOBAIS DOS CONSTRUCTOS POR LOCALIDADE.	68
6.4. ANÁLISE DAS HIPÓTESES DO ESTUDO	77
6.5. ANÁLISE DE IMPORTÂNCIA E DESEMPENHO DE IST POR BASE EM TESTE T PAREADO por localidade.	81
7. CONCLUSÃO	88
REFERÊNCIAS:.....	92
APÊNDICE A: INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	97
APÊNDICE B: PERFIL VIA INSTAGRAM PARA CAPTAÇÃO DE RESPONDENTES. ..	100

1. INTRODUÇÃO

É possível perceber que o turismo como indústria tornou-se importante força socioeconômica nos mercados desenvolvidos e em desenvolvimento. Sua potência como fonte de desenvolvimento econômico tornou essencial os esforços de planejamento estratégico em quase todos os países do mundo. Existem poucas indústrias que atravessam o mundo inteiro, reunindo culturas diversas, e o turismo pode ser considerada uma delas. A indústria do turismo enfrenta uma infinidade de desafios, tais como: instabilidade econômica, recessão e estagnação, instabilidade social, guerra/terrorismo, tecnologia da informação e mídias sociais, questões ambientais e de sustentabilidade, distribuição de benefícios turísticos e não-econômicos. Existem evidentes ramificações desses desafios para a indústria do turismo, e é visto um rico fluxo de pesquisas examinando alguns desses desafios (Uysal, Sirgy, Woo, & Kim, 2015).

Podemos citar como exemplo desses desafios enfrentados pelo turismo, o atual cenário mundial que está sendo vivenciado com a pandemia do COVID-19, os quais todos os países vêm enfrentando adaptações de rotinas e educação para um novo normal. Esta situação impactou diretamente em vários aspectos do cotidiano, sendo o turismo uma das áreas mais duramente atingida. O cenário turístico teve que se reinventar completamente e todos os envolvidos nesse processo tiveram que aprender a viver com novos cuidados. Turistas, governos, população local, comércios voltados para o turismo da região, todos estes tiveram que se adaptar e criar estratégias para que o turismo continuasse a acontecer, mas com os devidos cuidados exigidos pela Organização Mundial de Saúde (OMS).

A psicologia positiva vem cada vez ganhando impulso em pesquisas voltadas para o turismo, por se tratar de uma área que aborda sobre a vida digna de ser vivida. Dentre as principais variáveis psicológicas estudadas, podem ser citadas: felicidade, bem-estar, emoções e satisfação com a vida (Vada, Prentice, Scott, & Hsiao, 2020). O bem-estar vem sendo uma das temáticas de foco nesse campo, no entanto, dentro dele estão consolidadas duas vertentes: o bem-estar hedônico/subjetivo e o bem-estar eudaimônico/psicológico. Para esta pesquisa, foi escolhida vertente do bem-estar subjetivo, que tende a estudar questões como qualidade de vida, satisfação com a vida e felicidade, por exemplo.

A satisfação, por exemplo, estudada no turismo e muito abordada no comportamento do consumidor é um tipo específico de atitude, que ocorre em um período pós-compra ou pós-consumo (Pearce & Packer, 2013). No entanto, é possível também estudar a satisfação em outros momentos, como exemplo, após o consumo de uma experiência turística e pelas lentes de moradores envolvidos em áreas de turismo.

Uma das áreas de pesquisa que ganha impulso e maior atenção no campo do turismo é o vínculo entre as atividades turísticas, suas consequências e a qualidade de vida (QV) das pessoas envolvidas no processo turístico, no consumo de bens e serviços turísticos ou que residem próximos a essas áreas (Uysal et al., 2015). Logo, uma relação entre satisfação com o lugar em que mora e a sua influência na qualidade de vida de um morador pode ser encontrada na literatura, como é possível encontrar em estudos como o de Medeiros e Costa (2015) e que precisa de atenção pelo campo de marketing pela possibilidade de trazer contribuições para elaborações de políticas públicas por parte dos governantes e assim, poder maximizar a satisfação com o lugar e qualidade de vida para residentes.

As percepções de bem-estar são fundamentais na formação de atitudes positivas. Se o papel do marketing é identificado como um agente de mudança social, então a atividade de marketing pode ser canalizada para influenciar objetos sociais (por exemplo, serviços nos setores de lucro e sem fins lucrativos e ideias) que podem melhorar a QV da população (Sirgy, Samli & Meadow, 1982).

Tendo em vista que o turismo influencia e impacta diretamente diversos campos econômicos e sociais, praticar o turismo hoje precisa de esforços para manter uma balança equilibrada entre o bem-estar do turista, dos residentes e promover o desenvolvimento econômico para empreendedores locais, desta forma poderão ser ofertados serviços que proporcionem qualidade e experiências satisfatórias de forma que atenda os interesses dos envolvidos. Esses são problemas que vêm sendo tratados, no decorrer dos últimos anos, na área do turismo e da psicologia, no entanto, a presente pesquisa aborda uma perspectiva de estudo que pode ser voltado também para o campo da administração e do marketing.

De acordo com Odermatt e Stutzer (2017) a pesquisa sobre bem-estar fornece insights sobre como e até que ponto as instituições têm efeitos sistemáticos sobre os indicadores de bem-estar subjetivo. O foco está em regras e instituições que incluem regras constitucionais escritas, leis estaduais, normas sociais, tradições e até mecanismos auto vinculativos. Seguindo esta visão constitucional, a pesquisa em bem-estar pode fornecer insumos produtivos para o processo de tomada de decisão política. Esses insumos devem, então, provar-se na competição política e nos debates públicos e políticos sobre o tema.

Para que haja sucesso a longo prazo, é preciso alinhar as estratégias de turismo às iniciativas para que o seu desenvolvimento ocorra de maneira sustentável. A

sustentabilidade tornou-se um tema e um conceito importante em relação ao planejamento e desenvolvimento do turismo. Para que o desenvolvimento do turismo sustentável seja bem-sucedido, as partes interessadas devem estar envolvidas no processo (Byrd, 2007). Desta maneira, o turismo poderá ser praticado por uma maior longevidade e atingindo esferas econômicas, socioculturais e ambientais, de forma responsável e assim contribuir para a melhoria da qualidade de vida de residentes da área e na satisfação com o lugar em que vivem, sendo estes temas abordados sobre bem-estar, de todas as partes interessadas, envolvendo especialmente os moradores que são impactados pelo turismo de forma mais direta.

Sob a perspectiva do residente de áreas turísticas, sendo este o foco desta pesquisa, questões como satisfação com o lugar em que vive, abordado em um panorama de marketing de lugares, será que iniciativas para que o desenvolvimento do turismo ocorra de maneira sustentável pode influenciar de alguma maneira essa satisfação com o lugar em que vive? Na óptica da psicologia positiva, em uma abordagem de bem-estar subjetivo, questiona-se: será que as iniciativas de turismo sustentável podem ter algum impacto na percepção de moradores sobre a sua qualidade de vida?

Bem, abordamos aqui questões de turismo e psicologia positiva, no entanto, unir essas esferas e trazer resultados que possam auxiliar governos e municípios a promoverem e maximizar o bem-estar para a população, seja através de políticas públicas, planejamento e implementações de projetos voltados para a população ou incentivo econômico para fomentar o comércio em áreas turísticas, são ações gerenciais que a administração junto ao marketing pode vir a auxiliar.

Logo o problema de pesquisa é: **existe relação entre o desempenho do governo e a percepção de moradores sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável com a qualidade de vida e satisfação com o lugar em que vive na ótica de residentes que moram em áreas turísticas?**

2. OBJETIVOS

Com base na escolha da temática escolhida tendo por base a temática de bem-estar, satisfação com o lugar em que vive em uma abordagem de marketing de lugares e o turismo sustentável com ênfase em moradores foram propostos os seguintes objetivos.

2.1 Objetivo geral

Analisar se há relação entre o desempenho do governo e a percepção de moradores sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável com a qualidade de vida e satisfação com o lugar em que vive na ótica de residentes que moram em áreas turísticas.

2.1.1. Objetivos específicos

- Investigar se o desempenho do governo, na percepção de moradores sobre suas ações para iniciativas para o turismo sustentável, impacta na satisfação com o lugar em que vive e na qualidade de vida percebida;
- Identificar se a satisfação com o lugar em que vive impacta na qualidade de vida percebida dos residentes;
- Analisar se a qualidade de vida percebida e a satisfação com o lugar em que vive influenciam a percepção de residentes de áreas turísticas sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável;
- Comparar a importância de iniciativas turísticas sustentáveis versus desempenho de iniciativas de turismo sustentável pelo município na visão de residentes.

3. JUSTIFICATIVA

O grau em que visitantes e residentes são impactados pelas atividades turísticas também pode resultar em diferentes tipos de impactos ao longo do tempo (culturais, físicos, econômicos e ambientais), que por sua vez podem afetar o bem-estar de turistas, residentes, a experiência de férias e a qualidade de vida percebida no destino onde o turismo ocorre (Uysal et al., 2015). No campo do turismo existem diferentes contextos e culturas empresariais, opiniões divergentes, idiomas distintos e potencialmente têm visões diferentes sobre a definição de bem-estar. No entanto, independentemente dessas variações, é importante encontrar um terreno comum sob o efeito do bem-estar no turismo (Pyke, Hartwell, Blake, & Hemingway, 2016).

Acredita-se que o turismo, quando adequadamente planejado e gerenciado, produz renda, emprego, estimula as oportunidades de negócios e permite aos moradores uma exposição a novos modos de cultura e vida social. Desta forma, o bem-estar é certamente mais do que simplesmente uma produção do desenvolvimento do turismo, está relacionado a valores pessoais e circunstâncias de vida (Volo, 2016).

Em seus estudos Vada et al., (2020) notaram que os artigos publicados por seus pares estavam focados na perspectiva dos turistas, no que diz respeito à felicidade, emoções positivas e bem-estar e satisfação pessoal, na saúde e o bem-estar dos turistas que aumentaram durante as férias de longo prazo, havendo um foco mínimo nos residentes ou nas comunidades anfitriãs dos trabalhadores do turismo, por exemplo.

Embora os turistas, comerciantes de destinos e aqueles dentro da indústria de turismo sejam certamente partes interessadas importantes, os residentes também são *stakeholders* importantes para o turismo, pois são aqueles cujas vidas diárias são afetadas por esta indústria (Boley, McGehee, & Hammett, 2017). Para tanto, é importante examinar a perspectiva dos residentes da comunidade em relação à forma como vivenciam o turismo; em outras palavras, é importante buscar entender até que ponto os residentes sentem que o turismo influencia aspectos da vida da comunidade que eles consideram valiosos pessoalmente e que contribuem para a satisfação com a vida (Andereck & Nyaupane, 2011).

A diferença entre a QV e os estudos de atitudes de residentes perante o turismo é essencialmente uma medição: os estudos de atitude se concentram principalmente na maneira como as pessoas percebem que o turismo influencia as comunidades e o meio ambiente, enquanto os estudos de QV geralmente se preocupam com a forma como esses impactos afetam a satisfação individual ou familiar com a vida, incluindo satisfação com a comunidade, vizinhança e circunstâncias pessoais (Allen 1990).

Logo, o turismo pode afetar ou contribuir de forma direta com a satisfação com o lugar em que vive dos moradores que residem em áreas de foco turístico e dependendo da forma como ele é planejado e executado pode contribuir de uma maneira positiva ou negativa na vida dos moradores, podendo os tornar agentes apoiadores ou até mesmo detratores do seu desenvolvimento no local em que vivem.

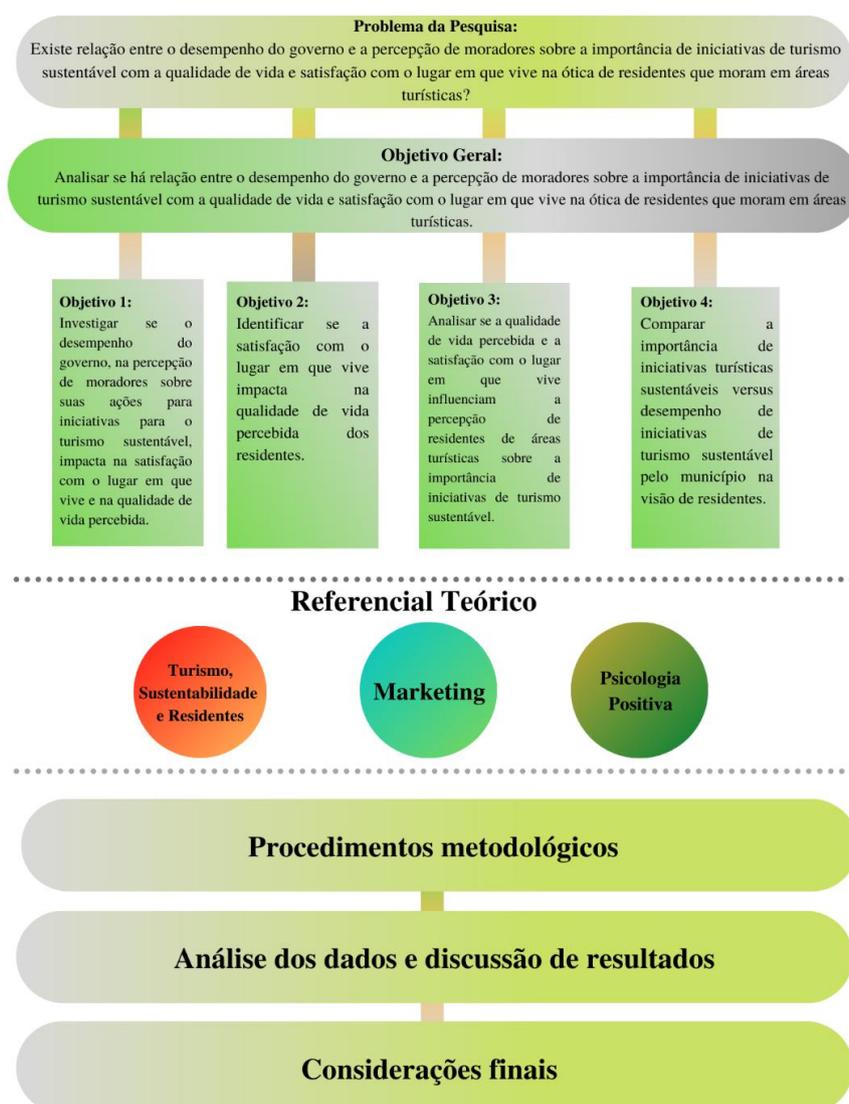
Ao explorar experiências que fornecem significado e uma sensação de bem-estar aperfeiçoado, é crucial o reconhecimento da importância de cuidar dos ambientes que proporcionam isso. Nesse sentido, o turismo sustentável seria enquadrado como uma contribuição para o bem-estar do local, quase personificando o meio ambiente e tornando o conceito de sustentabilidade relacionável e diretamente vinculado ao bem-estar da pessoa (Pope, 2018).

Dada a lacuna na literatura sobre turismo no que tange o turismo sustentável na perspectiva de residentes, Boley, McGehee e Hammett (2017) acreditam não ser surpresa que também haja uma análise limitada de como os residentes percebem a importância das

iniciativas de turismo sustentável (ISTs) e como seu município ou governo está se saindo em implementá-las. Logo, uma melhor compreensão das percepções dos residentes sobre a importância e o desempenho dessas ISTs fornecerá àqueles dentro da indústria do turismo suporte empírico e clareza sobre onde os recursos escassos devem ser apropriados para aumentar a satisfação dos residentes com a indústria, bem como maximizar o potencial de sustentabilidade em locais turísticos.

O presente estudo se justifica com a intenção de trazer uma contribuição à literatura, sobre a temática de psicologia positiva com foco no bem-estar subjetivo de residentes de áreas turísticas, direcionando a perspectiva de bem-estar a qualidade de vida percebida e trazendo também temas do marketing de lugares no que se refere à satisfação com o lugar em que vive. Por isso, acredita-se que o estudo traz contribuições ao campo do turismo, marketing e administração.

Figura 1: Estruturação da dissertação



Fonte: Elaborada pela autora (2021).

4. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico do presente estudo foi segmentado da seguinte maneira conforme está apresentado na Figura 1: (1) Marketing e Turismo, fazendo uma convergência entre os campos e desenvolvendo a pesquisa essa esfera com relação ao marketing de lugares e a satisfação com o lugar em que vive. (2) Psicologia positiva e bem-estar na perspectiva do turismo, onde será abordado mais profundamente sobre as diferenças do bem-estar subjetivo e psicológico e adiante frente será dado ênfase ao bem-estar subjetivo com foco na a qualidade de vida de residentes em áreas turísticas. E por fim, (3) o turismo, sustentabilidade e residentes, tópico este que aborda sobre a percepção e atitude de residentes sobre o turismo e também, o impacto que o turismo pode ocasionar para os residentes em referências as esferas econômicas, socioculturais e ambientais.

Figura 2: Convergência de temáticas abordadas no referencial teórico da pesquisa.



Fonte: Elaboradora pela autora (2021).

4.1. O TURISMO, SUSTENTABILIDADE E RESIDENTES

No campo do turismo, é apresentado formas de exercê-lo, principalmente focadas em aumentar ou melhorar o bem-estar individual dos consumidores. Considerando que o valor do bem-estar dos destinos turísticos é revelado e promovido por meio de estratégias de marketing de negócios, mais pessoas podem se inclinar a visitar as áreas que contribuem positivamente para o seu bem-estar, levando a benefícios econômicos para os destinos turísticos (Pyke et al., 2016).

Smith e Diekmann (2017) mostram que as teorias da sustentabilidade tentam cada vez mais adotar noções de utilitarismo no bem-estar, o que significa desenvolver

destinos que criem o maior número de benefícios para o maior número de pessoas dentro dos limites dos recursos da Terra. Sendo assim, a forma ideal de desenvolvimento do turismo seria a utilitária e assim não comprometeria o bem-estar da população local. É possível então perceber que o turismo pode ser promovido como um modo de vida saudável e trazer benefícios positivos para turistas e residentes simultaneamente, além disso deve ser prezado pela preservação dos recursos naturais.

Edgell (2020) reconhece que é bem consolidado nas pesquisas sobre turismo que a terra finita e deve ser conservada, protegida e natural e que todos precisam assegurar que o crescimento do turismo futuro seja de alta qualidade e sustentado para as gerações futuras desfrutarem. Este é um reconhecimento de que o turismo quando sustentável é uma parte da mudança geral que reconhece que o crescimento econômico comum com as preocupações com o meio ambiente e os valores sociais da qualidade de vida, será a força motriz para o progresso de longo prazo nas políticas de desenvolvimento do turismo.

De acordo com Dłużewska (2018), do ponto de vista das ciências sociais, partindo para uma visão do bem-estar, é importante entender se o turismo ocorre com respeito à cultura e aos valores locais e como é percebido pelos indivíduos interessados. É de primordial importância chegar ao julgamento subjetivo. Os habitantes locais ficam felizes com o turismo? Eles consideram suas vidas melhores? Ou é o contrário? E se o turismo contribui para o desenvolvimento em geral? Logo, as ciências sociais estão preocupadas com o impacto do turismo sobre os anfitriões e hóspedes paralelamente.

O turismo, pelas suas características, tem grande potencial para influenciar a QV de todos os stakeholders envolvidos no seu processo de desenvolvimento (Carneiro, Eusébio, & Caldeira, 2017). Logo, é possível perceber um crescente interesse em pesquisas sobre as percepções de QV no campo do turismo, tanto da perspectiva de turistas quanto de residentes (como exemplo, Kim, Uysal, & Sirgy, 2013; Uysal et al., 2015).

Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017) observaram que apesar do amplo conhecimento que o turismo pode ter para potencializar e para melhorar a QV dos residentes, um número limitado de estudos examinou o impacto do turismo na qualidade de vida dos residentes (como exemplo, Andereck & Naupane, 2011; Aref, 2011). Os autores entendem que há um consenso entre acadêmicos, políticos e representantes da indústria do turismo de que é de extrema relevância aumentar o conhecimento do efeito do turismo na QV dos residentes e dos fatores que podem influenciar esse efeito. No

entanto, consideram a pesquisa neste campo ainda como limitada e altamente fragmentada.

Ao estudar sobre a influência que o turismo exerce sobre residentes que são afetados por este, é notório a importância de compreender melhor como as atitudes que o residente possui perante o turismo pode exercer algum tipo de influência perante a atividade turística e a percepção desses residentes sobre o impacto que o turismo pode ocasionar em suas vidas. Nos tópicos a seguir será abordado sobre a percepção e atitudes de residentes sobre o turismo e o impacto que ele ocasiona para os moradores.

4.1.1. Percepção e atitude de residentes sobre o turismo.

O turismo, enquanto processo dinâmico e de troca, envolve uma relação direta e recíproca entre usuários e produtores do produto turístico. Este componente de interação, normalmente, é o elemento essencial que caracteriza uma experiência turística (Brida, Osti, & Faccioli, 2011). Logo, possuir o apoio ao residente é crucial para garantir o sucesso e a sustentabilidade dos destinos turísticos, pois pode afetar questões-chave, como sua vontade de trabalhar na indústria de turismo (Garau-Vadell, Gutierrez-Taño & Diaz-Armas, 2016).

O turismo pode ser considerado um componente importante dos programas de desenvolvimento econômico em todo o mundo. Os residentes por sua vez, em muitas áreas, estão enfrentando os impactos e benefícios do turismo pela primeira vez. Para obter apoio para projetos e iniciativas de turismo, muitos planejadores agora se esforçam para entender como o público percebe a indústria do turismo. Para planejadores com pouca exposição à indústria do turismo além de serem os próprios turistas, a curva de aprendizado sobre esta indústria, olhando pela perspectiva das atitudes dos residentes em relação ao turismo, esta pode ser assustadora (Harrill, 2004).

Em contrapartida, compreender melhor as atitudes de residentes em relação ao turismo podem ser incentivadoras e esclarecedoras para estratégias de melhorias de turismo em áreas turísticas, mas que precisam ter o apoio de residentes, podendo fornecer bons *insights* para a gestão pública, como exemplo o estudo realizado por Boley, McGehee e Hammett (2017).

Um aspecto da pesquisa de impacto social que é frequentemente investigado diz respeito aos efeitos do turismo na comunidade anfitriã. A fim de medir os impactos inevitáveis do turismo na população local e as percepções desenvolvidas, as reações

apresentadas pelos residentes devem ser investigadas, portanto é recomendado, uma análise das atitudes dos residentes (Brida, Osti & Faccioli, 2011). O turismo, permeia as comunidades ao contrário de outros setores. Sua composição de transporte, hospedagem e entretenimento exerce influência considerável no emprego, uso da terra, meio ambiente e estrutura social de uma comunidade. Por causa dessa influência generalizada, obter a opinião dos residentes deve ser parte integrante de qualquer processo de planejamento do turismo (Harrill, 2004).

Estudos que abordam sobre as atitudes e percepções de residentes sobre o turismo, abrangem diferentes visões e análises, conforme pode ser visto no quadro a seguir:

Quadro 1: Quadro resumo de estudos sobre percepção e atitude de residentes sobre o turismo.

Autores/Ano	Resumo dos estudos
Harrill (2004)	Neste estudo é mapeada a literatura sobre as atitudes dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo. O autor examinou que dentre os fatores que influenciam atitudes para o desenvolvimento do turismo, o autor delimitou as atitudes dos residentes ao turismo em relação a (1) fatores socioeconômicos; (2) fatores espaciais; (3) dependência econômica. Com relação aos diferentes grupos de residentes, o autor apresentou alguns estudos e escalas que delimitam os tipos de atitudes perante o turismo, como exemplo, o Modelo Irridex para definir as atitudes dos residentes resultantes dos impactos sociais na comunidade de destino e o modelo de Rothman que definiu três grupos por suas atitudes em relação ao desenvolvimento do turismo. Em linhas gerais, esta pesquisa mostrou que os residentes estão preocupados com o fato de do turismo os tornar estranhos em sua própria comunidade e se eles serão deixados de fora dos benefícios econômicos diretos do turismo. Por fim, autor acredita que cada vez mais, os planejadores de turismo devem abordar como proteger a qualidade de vida social, econômica e ambiental de uma área desfrutada por residentes e turistas.
Brida, Osti e Faccioli (2011)	Em seus estudos, analisaram como os impactos do turismo são percebidos por uma população local e quais fatores afetam a relação entre os impactos e a formação das percepções. Para isso realizaram uma análise de agrupamento para demonstrar a existência de diferentes grupos nos quais os membros têm características comuns e percepções semelhantes e atitudes. O primeiro grupo foi rotulado como “protecionistas”, sendo caracterizados como o grupo menos convencido de que o turismo aumentou o padrão de vida local. O segundo grupo rotulados como “ambivalentes e cautelosos”, tendem a ser positivos quanto aos impactos econômicos do turismo. O terceiro grupo definidos como “apoiadores do turismo”, apoiam e reivindicaram os benefícios econômicos do turismo, especialmente o investimento e o aumento do padrão de vida. Em linhas gerais, o estudo mostra que a população anfitriã considera que o turismo traz para o destino maiores vantagens do que desvantagens.
Martínez-García, Raya e Majó (2017)	Buscaram analisar as diferenças nas atitudes em relação ao turismo de residentes que vivem em vários micros destinos (cidades) dentro de um destino turístico maior. Realizaram uma análise baseada na teoria SET (Teoria da Troca Social). De acordo com o modelo SET, pelo qual a atitude dos residentes em relação ao turismo depende dos efeitos ou impactos positivos e negativos (percebidos) do turismo. O objetivo principal da pesquisa foi analisar as lacunas nas atitudes dos residentes em relação ao turismo de residentes em cidades (micro destinos pertencentes a uma área turística de macro turismo maior), que são parcialmente geridos e identificados sob os mesmos planos e ações de turismo. Os resultados mostram que uma parte significativa da lacuna nas atitudes entre as cidades é explicada pelos impactos do turismo percebidos pelos residentes.

<p>Boley, McGehee e Hammett (2017)</p>	<p>Realizaram uma análise IPA (análise de importância e desempenho), permitindo que o pesquisador identificasse visualmente as lacunas entre as percepções das partes interessadas sobre a importância de um atributo específico e o desempenho real no gerenciamento desse atributo. Para o autor se os residentes percebem os benefícios ambientais, sociais e econômicos do turismo como maiores do que os custos, eles tendem a apoiar o turismo em sua comunidade. Logo, a IPA adiciona uma camada extra de contextualização à pesquisa da atitude dos residentes, não pedindo sozinhos aos residentes que avaliem até que ponto eles concordam ou discordam de uma afirmação sobre o impacto do turismo, mas medindo as percepções dos residentes sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável bem como a atuação do município para estes tipos de iniciativas para poder auxiliar governos/municípios no desenvolvimento do turismo. Desta forma, o estudo fornece aos gerentes uma imagem mais clara de onde aprimorar seus esforços no turismo sustentável.</p>
<p>Hadinejad, Nunkoo, Moyle, Scott e Kralj, (2019)</p>	<p>Foi feita uma revisão da literatura avaliando a mudança na aplicação da teoria e abordagens metodológicas em estudos de atitudes dos residentes de revisões sistemáticas anteriores, fornecendo uma visão geral do status existente da pesquisa sobre as atitudes dos residentes em relação ao turismo. Essa revisão revelou que embora a teoria da troca social (SET) ainda seja dominante na exploração das atitudes dos residentes em relação ao turismo, novas estruturas estão começando a surgir, como a teoria institucional e a teoria de transbordamento de baixo para cima (<i>bottom-up spillover</i>). A teoria <i>bottom-up spillover</i> vem sendo aplicada para explorar o efeito do turismo no bem-estar dos residentes, e não tem sido tão explorada na literatura sobre as atitudes dos residentes. Os autores recomendam que aplicando esta teoria as pesquisas sobre as atitudes dos residentes possam trazer contribuições, investigando a qualidade de vida da comunidade local e seu apoio ao turismo. Em particular, ressaltam a importância de se concentrar nas interações dinâmicas entre os impactos do turismo (econômico, sociocultural e ambiental) e diferentes aspectos do bem-estar.</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Por fim, é preciso ter em mente que para entender a indústria do turismo, é necessário enxergar além da visão de um viajante experiente para muitos locais exóticos, é preciso mesclar a perspectiva do residente que entende o valor do turismo para sua comunidade e tem interesse em proteger a qualidade de vida da localidade (Harrill, 2004). Isolando os fatores que podem influenciar as percepções dos residentes e suas atitudes em relação ao turismo, também é importante compreender como os residentes reagem em relação ao turismo e quais estratégias eles desenvolvem para reduzir os impactos negativos do intercâmbio turístico (Brida, Osti & Faccioli, 2011).

No ponto a seguir, será abordado como o turismo pode impactar os moradores de áreas turísticas.

4.1.2. Impacto do turismo para residentes.

O turismo desempenha um papel vital no desenvolvimento **econômico, sociocultural e ambiental** de muitos países. Nos últimos anos, o impacto do turismo sobre os governos anfitriões e residentes tem sido uma área crescente de pesquisa, pois se tornou amplamente reconhecido que os planejadores e empresários devem levar em

consideração as opiniões da comunidade anfitriã se o setor quiser ser sustentável a longo prazo. Existem várias razões pelas quais a reação dos residentes ao turismo é importante, entre elas a qualidade de vida da comunidade anfitriã. Além disso, os empreendimentos turísticos comerciais podem ser prejudicados ou encerrados por um sentimento excessivamente negativo dos residentes em relação a esse desenvolvimento (Williams & Lawson, 2001).

Nos últimos anos, o impacto do turismo sobre os governos anfitriões e residentes tem sido uma área crescente de pesquisa, pois se tornou amplamente reconhecido que os planejadores e empresários devem levar em consideração as opiniões da comunidade anfitriã se o setor quiser ser sustentável a longo prazo (Williams & Lawson, 2001). Além dos efeitos econômicos e sociais, o desenvolvimento do turismo produz efeitos ambientais como aglomeração, ruído, lixo, destruição de propriedades, poluição e o aparecimento de casas de férias. O desaparecimento de plantas e animais selvagens também são resultados importantes dos impactos ambientais do turismo ou do desenvolvimento industrial (Liu & Var, 1986).

Os frágeis cenários ecológicos e a sensibilidade cultural dos locais de atração exigem monitoramento e avaliação consistentes dos impactos do turismo. Além disso, as naturezas dinâmicas, instáveis e imprevisíveis da indústria exigem uma avaliação e monitoramento consistentes de um progresso em direção ao desenvolvimento sustentável do turismo (Asmelash & Kumar, 2019). Encontrar um equilíbrio entre o crescimento econômico e a proteção de recursos naturais está desafiando governos e empresas a cooperar com o conceito de sustentabilidade como uma filosofia de gestão e desenvolvimento de recursos que permeia todas as formas de política e prática relacionadas ao turismo, do local ao global (Edgell, 2020).

Os vários efeitos negativos do turismo sobre os residentes locais e suas comunidades estão no cerne da questão, especialmente em destinos de turismo de massa maduros, que recebem um grande número de turistas e onde os benefícios do turismo podem não ser percebidos pelos locais como compensando seus subsequentes negativos efeito **econômico, sociocultural e ambiental** (Martínez-Garcia, Raya & Majó, 2017). No entanto, é preciso focar em soluções que possam trazer à tona os efeitos positivos que o turismo pode alavancar para um local. Existem vários caminhos potenciais para os impactos positivos das atividades de turismo na saúde pública, como exemplo, por meio de emoções positivas e interações sociais entre turistas e residentes (Godovykh & Ridderstaat, 2020).

De acordo com Godovykh e Ridderstaat (2020) entre os impactos econômicos positivos do turismo estão o crescimento da economia local e a criação de novos empregos; um aumento nos padrões de vida e níveis de renda; melhorias em investimentos, infraestrutura e transporte público; um aumento nas receitas fiscais; e aumento no consumo de compras. Os efeitos ambientais positivos incluem a preservação do ambiente natural, a melhoria das instalações recreativas e a conservação dos habitats naturais. Enquanto os benefícios socioculturais incluem a melhoria das oportunidades de recreação, aumentando a demanda por cultura eventos, preservação de monumentos históricos, desenvolvimento de intercâmbio cultural e preservação de tradições culturais.

Ainda conforme os autores, estes defendem que dentre os efeitos econômicos adversos estão o aumento dos preços de habitação, terra, transporte, bens e serviços. Os impactos ambientais negativos estão relacionados à poluição da água, do ar e sonora; destruição de habitats naturais; tráfego congestionado; superlotação; e obstrução de pontos de vista. Com relação aos efeitos adversos do turismo sociocultural Koens, Postma e Papp (2018) enxergam o aumento dos níveis de crime, prostituição e abuso de substâncias, entre outras consequências. Como resultado dos impactos negativos do turismo, mudanças radicais recentes na percepção dos residentes levaram ao aumento do interesse de pesquisa no turismo excessivo, que está associado a uma diminuição na qualidade de vida da população local.

No quadro 2 será apresentado pesquisas realizadas por autores sobre o impacto do turismo nestas três esferas: **econômico, sociocultural e ambiental.**

Quadro 2: Resumo de estudos sobre o impacto do turismo.

Autores/Ano	Impacto do Turismo	Resumo
Garau-Vadell; Gutierrez-Taño e Diaz-Armas (2016).	Econômico	O estudo testa a influência de uma crise econômica nas percepções e na disposição dos residentes em apoiar o desenvolvimento do turismo. Os resultados indicam que uma recessão econômica provoca um crescimento significativo do apoio dos residentes ao turismo, nomeadamente devido a uma diminuição significativa na percepção dos residentes sobre os custos associados a esse desenvolvimento. É destacado como as crises econômicas influenciam as percepções dos residentes sobre os impactos do turismo e levam a uma subestimação dos custos
Williams & Lawson (2001).	Econômico	O estudo examina como uma amostra de residentes de dez cidades da Nova Zelândia percebe o efeito do turismo em suas comunidades. As opiniões e percepções locais sobre o turismo foram usadas para segmentar a amostra em quatro grupos de opinião distintos usando a análise de cluster. Neste estudo, os entrevistados avaliaram a importância de várias questões da comunidade. O instrumento é um questionário de autopreenchimento contendo 84 itens no total. Existem 48 declarações de opinião e percepção do turismo medidas em uma escala Likert concordo discordo de cinco pontos, onde 1 é “concordo” e 5 “discordo”. Eles foram

		derivados de uma revisão da literatura, questões levantadas em grupos de foco conduzidos em locais em toda a Nova Zelândia e as ideias originais dos pesquisadores com foco maior no impacto econômico.
Tatoglu, Erdal, Ozgur, & Azakli (2002)	Econômico, sociocultural e ambiental.	A pesquisa buscou identificar os impactos percebidos do turismo por residentes em uma comunidade, Kusadasi, localizada na costa oeste da Turquia. Os impactos do turismo foram avaliados por uma escala de impacto do turismo de 33 itens. O estudo também identifica se existem diferenças significativas entre as variáveis sociodemográficas e as atitudes dos residentes em relação ao turismo pela análise de variância. A descoberta de que os impactos <u>econômicos</u> do turismo são percebidos mais favoravelmente pelos residentes tende a apoiar a visão de que o turismo atua como uma indústria de exportação e contribui para o balanço de pagamentos do país. Os resultados mostram que existe uma percepção relativamente forte e favorável em relação a alguns dos aspectos <u>sociais e culturais</u> do turismo, o que mostra não ser particularmente surpreendente, uma vez que o turismo desempenha um papel importante em facilitar o intercâmbio de culturas e criar oportunidades para aprender outras pessoas e culturas. No entanto, as descobertas de que as pessoas de Kusadasi indicam a qualidade do <u>meio ambiente</u> , a atitude da comunidade e a aglomeração e o congestionamento como os aspectos menos favoráveis do impacto do turismo.
Liu & Var (1986)	Econômico, sociocultural e ambiental.	O objetivo do estudo é determinar as atitudes dos residentes em relação aos impactos econômicos, socioculturais e ecológicos do desenvolvimento do turismo no Havaí. Foi obtido mais de 600 respondentes de quatro áreas do Havaí. Foi concluído como a forte percepção dos benefícios econômicos positivos do turismo, confirmando os resultados. Houve um alto nível de concordância sobre os benefícios culturais do turismo e a ambivalência em relação aos benefícios ambientais. Os autores se surpreenderam pois os residentes relutaram em atribuir desgastes sociais e ambientais ao turismo, apesar dos relatos na mídia sobre o turismo causando crimes e congestionamentos. Os entrevistados consideram a proteção do meio ambiente mais importante do que os benefícios econômicos do turismo, mas não estão dispostos a reduzir seu alto padrão de vida para atingir esse objetivo. Por fim, devido à natureza especial do turismo se estende além da economia.
Milman & Pizam (1988)	Socioculturais	O estudo buscou investigar as percepções dos residentes da Flórida Central sobre as consequências sociais e os impactos do turismo. Uma pesquisa por telefone com 203 famílias na Flórida Central revelou que os residentes não apenas apoiavam a magnitude atual da indústria do turismo, como também eram favoráveis à sua expansão. O estudo foi parte de um estudo comparativo internacional sobre os impactos sociais do turismo, patrocinado pelo Vienna Centre. O estudo foi realizado também na Polônia, Espanha, Iugoslávia, Bulgária, Hungria, Reino Unido e Estados Unidos. Os resultados do estudo sugerem que o apoio à indústria do turismo na Flórida Central é forte entre seus residentes. Este estudo é visto pelos autores como um complemento ao conjunto de trabalhos sobre as percepções dos residentes sobre a presença do turismo.
Zhuang, Yao, & Li (2019)	Socioculturais	A pesquisa foi realizada em três aldeias antigas na China. Uma análise qualitativa, incluindo entrevistas participativas em profundidade, foi conduzida para comparar as mudanças na cultura social induzidas pelo desenvolvimento do turismo. Além disso, uma análise de conteúdo qualitativa foi escolhida para examinar o impacto do desenvolvimento do turismo nas percepções dos residentes sobre as mudanças nos valores morais. O estudo verificou que durante os primeiros anos do turismo, a parte sociocultural (tradicionalismo) influencia ativamente o progresso do desenvolvimento. À medida que a indústria do turismo cresce, os valores e estilos de vida tradicionais tentam encontrar um ponto de equilíbrio de desenvolvimento. Em última análise, à medida que o turismo se torna uma indústria madura, uma nova força sociocultural aparecerá e todos os três estágios para o desenvolvimento do turismo

		podem ser vistos nas três aldeias estudadas. Por fim, quanto mais o turismo se desenvolveu, mais aparentes foram essas mudanças.
Biagi, Brandano, & Detotto (2012)	Socioculturais	O estudo visa demonstrar que as áreas turísticas tendem a ter uma maior quantidade de criminalidade do que as não turísticas no curto e longo prazo. Mostram a crescente demanda pelo bem turístico e suas características intrínsecas impulsionam a economia local e tornam os residentes em melhor situação. Por outro lado, as mesmas características podem gerar externalidades ambientais ou sociais negativas que pioram a situação dos residentes. Quando esses impactos negativos não são devidamente considerados, o desenvolvimento liderado pelo turismo torna-se insustentável. Logo, é investigado uma possível fonte de insustentabilidade, que pode ocorrer quando a atividade criminosa é estimulada pela presença de turistas. Os resultados gerais indicam, no entanto, que a população residente tem um efeito maior sobre o crime do que a população turística. Portanto, a principal explicação para o impacto do turismo sobre o crime parece ser os efeitos de aglomeração.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

No ponto a seguir, será abordado como o marketing e o turismo estão interligados e aprofundar questões da área de marketing de lugares e satisfação com o lugar em que mora.

4.2. MARKETING E TURISMO

Nunca houve um momento mais oportuno ou importante para abordar questões de marketing no âmbito de sustentabilidade e do turismo. De acordo com Font e McCabe (2017) o marketing turístico normalmente tem sido visto como explorador e alimentando o consumismo hedonista. Os autores fazem uma ponte entre o marketing, o turismo e a sustentabilidade. Eles defendem que o papel do turismo, tanto da indústria quanto dos turistas como consumidores, em moldar ou responder às forças globais concorrentes é importante por uma série de razões, incluindo do lado negativo, como exemplo: a contribuição do turismo para as emissões globais de carbono, seu impacto nas culturas indígenas e patrimoniais, seus impactos na natureza, paisagens “tradicionais” e urbanas e, enxergam como lado positivo, seu papel na promoção da paz, transferência de riqueza, criação de empregos e desenvolvimento de relações interculturais mais fortes.

Muitos são os atores e grupos (por exemplo, autoridades locais, empresários de turismo e comunidade local) que estão envolvidos no desenvolvimento turístico de uma área e que têm um papel a desempenhar na criação do produto turístico e experiência (Fyall, & Garrod, 2005).

O estudo realizado por Fyall, e Garrod (2005) demonstrou que existe a vontade e a possibilidade dos habitantes locais que não têm um interesse direto no turismo

contribuírem ativamente para o marketing do local em que vivem. Juntamente com os outros atores do turismo (conselho de turismo local, proprietários de hotéis, guias turísticos, etc.), os residentes podem desempenhar um papel na criação daquela experiência autêntica e genuína que os turistas estão cada vez mais procurando. Font e McCabe (2017), acreditam que o marketing pode ajudar a atrair mercados que tenham um comportamento mais “normal”, ou seja, visitantes que se comportam mais como residentes. Turistas que adotam uma postura mais como residentes reduzem o conflito anfitrião-hóspede, e são mais propensos a espalhar seu impacto econômico comprando mais produtos locais e visitando uma gama mais ampla de locais no destino turístico, em vez de pontos principais que sofrem de superlotação.

Vem sendo reconhecido que os residentes não apenas consomem o local em que vivem, mas também o moldam, juntamente com outras partes interessadas (Rozhkov e Skriabina, 2015). Os residentes são um dos principais elementos das várias construções de marketing e turismo (Mišič & Podnar, 2016; Zenker et al., 2017; Zenker & Petersen, 2013), são vistos como essenciais para a construção, criação e manutenção o desenvolvimento sustentável de uma cidade como público-alvo (Zenker, Braun, & Petersen, 2017), pois estes são beneficiados pelos desenvolvimentos positivos da cidade, ou percebendo os efeitos sociais e ambientais negativos (Sharpley, 2014).

A pesquisa em turismo tem, nomeadamente, dedicado consideravelmente mais atenção às atitudes dos residentes em relação aos turistas (como indivíduos) e ao planejamento do turismo, negligenciado assim o papel dos residentes e as relações entre os residentes na legitimação do planejamento e desenvolvimento do lugar em geral (Mišič, & Podnar, 2016). O marketing por sua vez pode auxiliar o campo do turismo a entender melhor a importância de moradores para iniciativas de turismo sustentável em áreas de turismo e a relação desses tipos de iniciativas com a satisfação com o lugar em que vive, por exemplo.

No entanto, mais importante do que entender a influência do marketing voltado para o turismo no intuito de maximizar uma experiência turística para o turista, é conseguirmos compreender como o marketing pode ajudar a elucidar as práticas de turismo sustentável que podem influenciar na qualidade de vida (QV) e satisfação com o lugar em que mora de residentes de áreas turísticas.

Desta forma, com a ajuda da perspectiva de marketing de lugares será melhor compreendido sobre a satisfação com o lugar em que vive. Posteriormente, será abordado sobre de qualidade de vida (QV) e a sua importância para que tomadores de decisão de

marketing entendam sua contribuição potencial na criação e entrega da QV para residentes conforme será abordado em maior profundidade nos próximos tópicos.

4.2.1. Marketing de lugares e a satisfação com o lugar em que vive

Na prática, assim como na teoria, as definições e conceitos de marketing de lugares muitas vezes carecem de uma definição adequada e de um uso consistente (Kotler, Haider & Rein, 1993). O subcampo de gestão de lugar e marketing reconhece a satisfação com um lugar como importante, mas, por enquanto, esse conceito permanece teoricamente pouco desenvolvido (Insch & Florek, 2008).

O marketing considerado convencional lidou com o conceito de satisfação com a vida por meio do conceito de bem-estar do consumidor. O conceito de marketing convencional de dissonância pós-compra foi aplicado ao contexto de satisfação/insatisfação com o lugar por Kotler, Haider e Rein (1993) pela primeira vez.

De acordo com Kotler, Haider e Rein (1993), a satisfação de um comprador é baseada na proximidade entre suas expectativas e o desempenho percebido do local. Os moradores por sua vez estão expostos ao desempenho do local a todo momento, pois ali vivenciam a cidade continuamente e em muitos aspectos que normalmente não são acessíveis para visitantes temporários. As expectativas estão, no entanto, sujeitas a mudanças, haja vista que sua presença permanente influencia suas expectativas em relação ao desempenho de curto prazo, como é o caso de turistas por exemplo.

O marketing de lugares por sua vez, pode ser compreendido como um uso coordenado de ferramentas de marketing apoiadas por uma filosofia orientada ao cliente compartilhada, para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas urbanas que têm valor para os clientes da cidade e para a comunidade da cidade (Braun, 2008). O marketing de lugar visa "maximizar o funcionamento social e econômico eficiente da área em questão, de acordo com quaisquer objetivos mais amplos que tenham sido estabelecidos" (Ashworth & Voogd, 1990). Por fim, é preciso destacar que embora o marketing de lugar tenha uma intenção econômica, o aumento das funções sociais - como a satisfação do cidadão - também constitui uma meta principal (Zenker, Petersen, & Aholt, 2013).

No que se refere a satisfação com o lugar que reside, o nível de satisfação dos residentes com um local é considerado um fator preponderante durante o processo de tomada de decisão de investimento empresarial, por exemplo, como é visto por García-Sánchez et al., (2011). Os políticos locais precisam demonstrar de forma convincente que

os residentes de sua cidade desfrutam de um nível mais alto de bem-estar e satisfação do que os de locais rivais, para que os executivos da empresa, a gerência e suas famílias decidam se mudar e investir na área (Insch & Florek, 2008).

A função social do lugar é frequentemente medida em termos de satisfação com o lugar, pois a satisfação está associada à resposta a uma oferta (Yoo & Park, 2016). Na tentativa de compreender a satisfação do lugar, o local normalmente é tratado como um produto e o foco tem sido a avaliação de atributos de local (Källström & Hultman, 2018).

Dentre alguns estudos sobre a satisfação com o lugar é possível destacar alguns, como os de Källström e Hultman (2018), Insch e Florek (2008), Zenker, Petersen e Aholt (2013) e Medeiros e Costa (2015), os quais serão comentados a seguir.

Källström e Hultman (2018) em seus estudos buscaram abordar a questão da satisfação com o lugar que mora pela ótica da lógica baseada em serviços como sua lente teórica. Os autores apresentam um modelo para compreender as percepções dos residentes sobre o que constitui um bom lugar para se viver. O modelo mostra que muitas propostas de valor são produzidas na esfera do provedor, independente do usuário, por exemplo, pelo município ou pelo setor empresarial.

A pesquisa de Källström e Hultman mostra que os residentes reconhecem os atributos do local tradicionalmente incluídos nos estudos de satisfação do local e reconhecem a importância desses atributos para a percepção do local. Esses atributos do local são vistos como proposições de valor, sejam produzidos pelo município na esfera do provedor ou co-criado em esfera conjunta pelo próprio residente em conjunto com um provedor ou outros residentes. Essa divisão se mostrou importante, pois os fornecedores desempenham papéis muito diferentes, dependendo do tipo de proposta de valor. Como os residentes precisam se engajar e participar da elaboração das propostas de valor co-criadas se quiserem desfrutar das proposições, o papel dos provedores passa a ser facilitar a participação dos residentes e criar oportunidades de interação.

Insch e Florek (2008) por sua vez, buscam desenvolver uma conceituação da satisfação do local para os residentes da cidade que possa ser aplicada pelos gestores do local. Os autores realizaram um amplo levantamento da literatura, e conseguiram identificar três campos principais que lidam com a satisfação – (1) psicologia, (2) sociologia e ecologia humana e (3) marketing. Logo, baseando-se e integrando percepções desses campos distintos, porém inter-relacionados, o conceito de satisfação do residente no local é estabelecido por Insch e Florek e, em seguida, os componentes identificados do modelo de trabalho da satisfação do residente são apresentados.

Zenker, Petersen e Aholt (2013) oferecem duas contribuições para o aumento da comparabilidade da pesquisa sobre satisfação do cidadão. Os autores realizam uma combinação de 18 escalas diferentes com itens derivados de pesquisa qualitativa e, em seguida, reduz esses itens a um conjunto de 21 questões que intitulam como Índice de Satisfação do Cidadão (ISC). A segunda contribuição é a replicação de quatro dimensões distintas da satisfação do cidadão, sendo: urbanidade e diversidade, natureza e recreação, oportunidades de emprego e eficiência de custos. Essas quatro dimensões estabelecem uma estrutura conceitual de fatores relevantes que podem ser úteis em pesquisas comparativas sobre a satisfação do cidadão. Logo, fornecem uma estrutura conceitual e uma escala validada e livremente acessível. O modelo resume os fatores que contribuem para a satisfação dos cidadãos com suas cidades (e motivos de insatisfação).

Após compreender melhor a importância de estudar sobre a satisfação de residentes sobre o lugar, é importante entender como é possível mensurar esse tipo de satisfação. Em seus estudos Medeiros e Costa (2015), buscaram compreender como se relacionava a satisfação ao lugar, apego ao lugar e qualidade de vida. Na pesquisa dos autores com os resultados demonstraram que a satisfação com o lugar tem uma forte influência positiva com o nível de apego ao lugar e com o no grau de percepção de qualidade de vida pelos residentes. Concluíram também que o nível de apego do residente ao lugar tem impacto positivo nessa percepção de qualidade de vida das pessoas que habitam em um determinado lugar. No entanto, é importante ressaltar que os autores para este estudo elaboraram uma escala própria de satisfação geral com a lugar, que pode ser aplicado a cidade e bairros e será utilizada neste estudo.

O campo do marketing está cada vez mais interessado com o impacto de sua disciplina no desenvolvimento do bem-estar humano. O estudo da qualidade de vida é um meio para esse fim, uma vez que o marketing é responsável por fornecer QV, é extremamente importante que os tomadores de decisão de marketing entendam sua contribuição potencial na criação e entrega da QV (Sirgy, Samli, & Meadow, 1982).

Tendo por base Inch e Floreck (2008), considerando que a população residente em uma cidade é estrategicamente o segmento mais valioso entre aqueles direcionados pelos profissionais de marketing de lugares, a qualidade de vida dos residentes e sua satisfação com sua cidade de residência deve ser o objetivo final da gestão do local. Logo, para que possamos compreender melhor sobre a importância da qualidade de vida focado em residentes, se faz importante fazer uma ponte de ligação com a área da psicologia envolvendo questões ligadas a bem-estar, conforme será visto no próximo tópico.

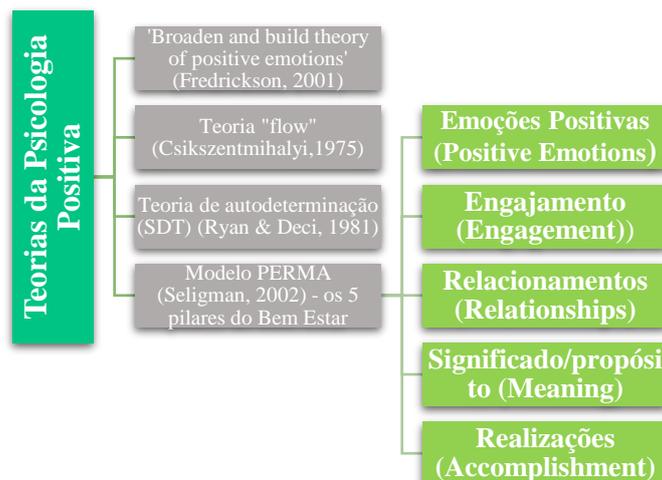
4.3. PSICOLOGIA POSITIVA E BEM-ESTAR NA PERSPECTIVA DO TURISMO.

A psicologia positiva - o estudo do que torna a vida digna de ser vivida - foi definida como uma área de estudo que busca destacar o papel das emoções positivas, forças de caráter e instituições positivas que servem ao bem-estar e à felicidade humana (Filep & Laing, 2018). Quase duas décadas atrás, Seligman e Csikszentmihalyi (2000) propuseram o desenvolvimento de uma nova ciência da psicologia envolvendo o estudo do florescimento humano, felicidade, excelência e bom funcionamento humano. Em seus estudos, Vada et al., (2020) constataram que as principais variáveis psicológicas positivas mensuradas incluem felicidade, bem-estar, emoções e satisfação com a vida e enfatizam que um dos principais desafios da pesquisa turística sobre esses temas é a dificuldade de definir e diferenciar claramente esses termos e conceitos, pois os estudiosos costumam usar os conceitos de felicidade, bem-estar, qualidade de vida como sendo algo único.

A psicologia positiva inclui pesquisas sobre temas como humor, emoções positivas, felicidade, bem-estar, “flow” (experiência de fluxo), bondade, gratidão, amor e outros temas que descrevem os aspectos mais desejáveis da existência e o número de pesquisas que abordam essas questões vem aumentando a cada dia. As emoções positivas também produzem florescimento e, além disso, não tornam simplesmente o momento presente agradável, mas também no longo prazo e, por isso, acredita-se que as mesmas merecem ser cultivadas, não apenas como estados finais em si, mas também como um meio para alcançar o crescimento psicológico e melhorar o bem-estar ao longo do tempo (Fredrickson, 2001).

As teorias da psicologia positiva serão apresentadas na Figura 2. De acordo com a revisão sistemática realizada por Vada et al., (2020) as teorias mais aplicadas em estudos de turismo são: ‘*broaden and build theory of positive emotions*’, teoria de flow (fluxo), modelo PERMA, teoria da autodeterminação (SDT), sendo estas teorias do bem-estar em geral estudados no campo da psicologia positiva.

Figura 3: Teorias da Psicologia Positiva mais utilizadas em estudos.



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Sobre as teorias mais utilizadas na psicologia positiva, é importante falar sobre o que cada uma defende. A 'broaden and build theory of positive emotions' sugere que breves experiências de emoções positivas levam à construção de recursos duráveis que, por sua vez, contribuem para os componentes afetivos e cognitivos da felicidade ao longo de meses e anos. Também é sugerido que esse acúmulo de felicidade possa motivar a realização de outras experiências agradáveis, como costumam ocorrer as experiências de turismo, em uma "espiral ascendente" (Mitas & Kroesen, 2019). A teoria da autodeterminação (SDT) por sua vez, propõe que os seres humanos possuem necessidades psicológicas inatas de autonomia, competência e relacionamento, que, quando atendidas, aumentam a automotivação e melhoram o bem-estar, esta teoria argumenta que, às vezes, as pessoas agem com base em seus motivos e necessidades mais profundos, sinceros e voltados para o crescimento, enquanto outras, por sentimentos de pressão, coerção ou má fé (Deci & Ryan, 2000).

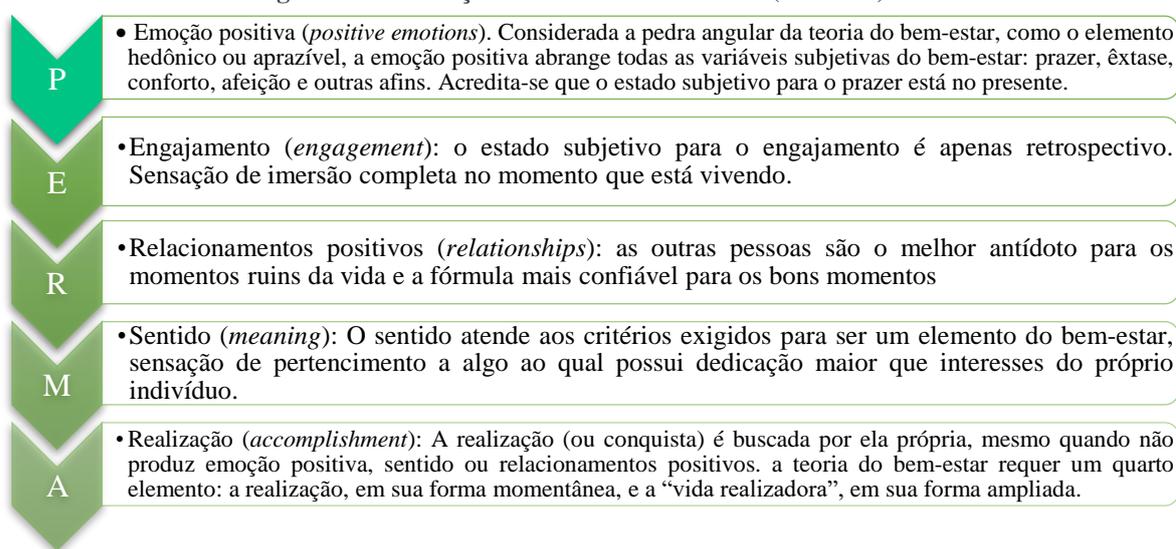
A teoria 'flow' sugere que o fluxo é experimentado no limite superior das habilidades de alguém, quando há um equilíbrio de habilidades altas com alta demanda de tarefas. O 'flow' foi originalmente conceitualizado por meio de entrevistas com pessoas que descreveram uma experiência de completa absorção em uma tarefa que provocou níveis extraordinários de diversão (Lavoie & Main, 2019). De acordo com Csikszentmihalyi (1975) o fluxo denota a sensação holística presente quando o indivíduo age com envolvimento total. É o estado em que a ação segue de acordo com uma lógica interna que parece não precisar de intervenção consciente da parte do indivíduo. O 'flow' é experimentado como um fluxo unificado de um momento para o outro, no qual é

possível se sentir no controle das próprias ações e no qual há pouca distinção entre o indivíduo e o ambiente; entre estímulo e resposta; ou entre passado, presente e futuro.

Por fim, Seligman (2012) define a teoria do bem-estar essencialmente como uma teoria de livre escolha e seus cinco elementos (emoção positiva, engajamento, sentido, relacionamentos positivos e realização), abrangem as coisas que as pessoas livres escolherão por si mesmas. Acredita-se que a vida das pessoas pode ser enriquecida redirecionando as despesas de coisas que proporcionam alegria passageira para aquelas que fornecem contribuições mais substanciais e duradouras ao bem-estar (Gilovich, 2014).

De acordo com Pope (2018), grande parte da literatura científica atual se concentra em pequenas amostras de turistas que se identificam como tendo sido transformados por viagens em um sentido amplo, geralmente no contexto de uma jornada. Nesse sentido, os autores fazem a recomendação de que é preciso considerar como o gerenciamento de experiências específicas pode instigar uma noção de transformação, dando mais importância ao cenário, aos residentes de áreas turísticas e ao provedor do turismo. Por fim, a Figura 3 explana sobre os 5 pilares no bem-estar com base nos estudos de Seligman (2012).

Figura 4: Construção da teoria do bem-estar (PERMA)



Fonte: Elaborado pela autora com base em Seligman (2012).

Para finalizar esta sessão, é importante ressaltar que o bem-estar pode ser distinguido de duas maneiras, sendo o hedônico e eudaimônico, embora classificados de forma divergente não significa dizer que são opostos, estes podem ser considerados como sentidos complementares um ao outro, conforme poderá ser visto no tópico seguinte.

4.3.1. Bem-estar hedônico X eudaimônico.

O bem-estar é uma construção complexa que diz respeito à experiência e funcionamento ideais. A pesquisa atual sobre o bem-estar deriva de duas perspectivas gerais: a abordagem hedônica, que se concentra na felicidade e define o bem-estar em termos de obtenção de prazer e prevenção da dor; e a abordagem eudaimônica, que enfoca o significado e a autorrealização e define o bem-estar em termos do grau em que uma pessoa está funcionando plenamente. Essas duas visões deram origem a diferentes focos de pesquisa e a um corpo de conhecimentos divergentes em algumas áreas e em outras complementares (Ryan & Deci, 2001).

Com relação à definição sobre hedonismo, Gilbert e Abdullah (2002) definem o nível hedônico como o grau em que os vários efeitos que uma pessoa experimenta são agradáveis; isto é, quão bem geralmente se sente.

O bem-estar hedônico como um fator que envolve emoções positivas, felicidade e prazer (sentir-se bem durante uma atividade), na visão hedônica, o bem-estar é alcançado por meio da busca pelo prazer, gozo e conforto e que os fins hedônicos variam de prazeres físicos e confortos a emocionais-cognitivos, como exemplo o prazer da interação social ou a arte, logo pesquisas ligadas a perspectivas hedônicas estão ligadas ao bem-estar subjetivo (Vada et al., 2019; Huta & Ryan, 2010, Linley et al., 2009).

O bem-estar subjetivo compreende um componente afetivo do equilíbrio entre afeto positivo e negativo, juntamente com um componente cognitivo de julgamentos sobre a satisfação com a vida (Linley et al., 2009). Na prática, bem-estar subjetivo é um termo que soa mais científico para o que as pessoas geralmente querem dizer com felicidade, à medida que a psicologia positiva chega à prevenção e terapia, os psicólogos têm boas razões para acreditar que técnicas que constroem traços positivos e experiências subjetivas positivas funcionam, tanto em terapia quanto, talvez mais importante, na prevenção de doenças (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). O bem-estar subjetivo é um construto que foi examinado ao longo de muitos séculos e foi definido em termos éticos, teológicos, políticos, econômicos e psicológicos. Como resultado, existem várias categorias usadas como descritores, incluindo felicidade, qualidade de vida e satisfação com a vida (Gilbert & Abdullah, 2002).

Na visão eudaimônica, certos conceitos de bem-estar se relacionam a um impacto a longo prazo, em oposição a experiências hedonísticas de curto prazo, no entanto, é difícil determinar a diferença entre longo, médio e curto prazo, pois a duração

do impacto de uma experiência turística depende, é claro, de inúmeras variáveis e é diferente para cada pessoa. A eudaimonia pode resultar de atividades que não são particularmente agradáveis, no entanto, são experimentadas, mas que resultam em efeitos positivos que podem ocorrer após a atividade concluída, logo pesquisas ligadas a perspectivas eudaimônicas estão ligadas ao bem-estar psicológico (Smith & Diekmann, 2017; Vada et al., 2019; Linley et al., 2009).

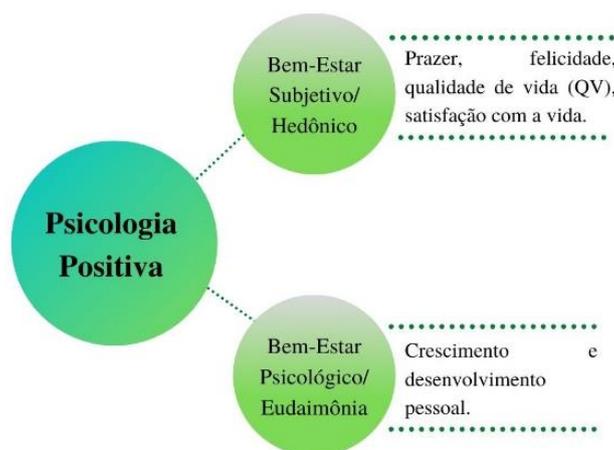
Waterman (1993) em seus estudos afirmou que, enquanto a felicidade é hedonicamente definida, a concepção eudaimônica de bem-estar exige que as pessoas vivam de acordo com seu *daimon*, ou verdadeiro eu. O autor sugeriu que a eudaimonia ocorre quando as atividades de vida das pessoas são mais congruentes ou combinadas com valores profundamente arraigados e estão holísticas ou totalmente engajadas. Desta forma, as pessoas se sentiriam intensamente vivas e autênticas, existindo como realmente são.

De acordo com Ryff (1995) estão incluídos no funcionamento psicológico positivo seis componentes distintos. Em conjunto, essas dimensões abrangem uma amplitude de bem-estar que inclui avaliações positivas de si e da vida passada (autoaceitação), uma sensação de contínuo crescimento e desenvolvimento como pessoa (crescimento pessoal), a crença de que a vida de alguém é proposital e significativa (propósito na vida), a posse de relações de qualidade com os outros (relações positivas com os outros), a capacidade de gerenciar efetivamente a vida de alguém e o mundo ao redor (domínio ambiental) e um senso de autodeterminação (autonomia).

Nos estudos de Ryff e Singer (1998) os autores relatam o bem-estar psicológico (BEP) como distinto de bem-estar subjetivo (BES) e apresentaram uma abordagem multidimensional para a medição de BEP, que explora seis aspectos distintos da atualização humana conforme citado acima. Esses seis construtos definem bem-estar psicológico teoricamente e operacionalmente e especificam o que promove a saúde física e emocional.

A natureza e estrutura do bem-estar é um tópico que tem despertado crescente interesse com o surgimento da psicologia positiva. Pesquisas sugerem dois fatores separados, no entanto relacionados, de bem-estar subjetivo e bem-estar psicológico (Linley et al., 2009). A figura 5 diferencia os dois tipos de bem-estar e fatores que são abordados em estudos relacionados a ambos.

Figura 5: Relacionando conceitos da Psicologia Positiva sobre Bem-Estar.



Fonte: elaborado pela autora (2020).

De acordo com Ryan e Deci (2001) o debate entre os teóricos hedônicos e eudaimônicos é, antigo e contemporâneo e muitas vezes tem sido bastante acalorado. Os autores destacam essas duas posições por causa de sua importância teórica e prática e porque essas abordagens geraram literaturas de pesquisa distintas, mas interligadas, em áreas temáticas dos mais diversos campos de pesquisa.

O bem-estar é mascarado por uma variedade de termos, como funções sociais, satisfação, efeitos negativos e qualidade de vida. No entanto, apesar das discrepâncias na compreensão do que constitui bem-estar, os acadêmicos concordam que o bem-estar é algo positivo, e que todos aspiramos, até mesmo algo que todos temos o direito de alcançar (Dłużewska, 2018).

Vários são os estudos que abarcam o turismo e variáveis psicológicas positivas nos últimos tempos. Dentre esses estudos há várias ênfases nos sujeitos analisados, sendo mais recorrente na literatura pesquisas para análise do sentimento de bem-estar subjetivo com foco no turista. Filep e Laing (2018) defendem que apesar do entendimento de que a pesquisa sobre o bem-estar do turista precisar ser pesquisado fora dos limites hedônicos, a maioria dos estudos sobre o tema definiu o bem-estar de maneira hedônica, em termos de humor e sentimentos positivos e de maiores prazeres.

Estes mesmos autores recomendam que pesquisas tenham maior foco sobre experiências turísticas eudaimônicas, com auxílio de lentes da psicologia positiva, quando focada no turista. Além disso, é feita a sugestão para expandir o foco tradicional no comportamento do turista para incluir na agenda de pesquisa o bem-estar das comunidades anfitriãs e dos trabalhadores do turismo. Conforme Uysal et al., (2015), o grau em que residentes são impactados pelas atividades turísticas também pode resultar

em diferentes tipos de impactos (culturais, físicos, econômicos e ambientais) ao longo do tempo, que por sua vez podem afetar o bem-estar de turistas e residentes, a experiência de férias e a qualidade de vida percebida no destino onde o turismo ocorre.

Seguindo a recomendação por parte dos autores acima citados, a presente pesquisa tem por intuito focar na perspectiva de residentes de áreas turísticas, com ênfase no bem-estar hedônico, evidenciando a importância da qualidade de vida (QV) conforme poderá ser visto no tópico a seguir.

4.3.2. Bem-estar subjetivo com ênfase em qualidade de vida para residentes em áreas turísticas.

O aumento do fluxo de turistas afeta positivamente e negativamente economias locais e a vida dos residentes de várias maneiras, sendo necessária uma consideração cuidadosa dos benefícios e armadilhas do desenvolvimento do turismo na cidade para sustentar o desenvolvimento urbano equilibrado. Enquanto as grandes cidades atraem maior fluxo de turistas, apenas uma pequena fração das instalações urbanas, as infraestruturas e os moradores são realmente afetados pelo turismo (Tokarchuk, Gabriele, & Maurer, 2016).

Em seus estudos, Andereck, Valentine, Knopf, & Vogt (2005), defendem que as trocas devem ocorrer para o turismo em uma comunidade. Os moradores devem desenvolvê-lo e promovê-lo e, em seguida, atender às necessidades dos turistas. Alguns moradores da comunidade colhem os benefícios, enquanto outros podem ser impactados negativamente. A teoria das trocas sociais sugere que as pessoas avaliam uma troca com base nos custos e benefícios incorridos como resultado dessa troca. Um indivíduo que percebe os benefícios de uma troca provavelmente a avaliará positivamente, no entanto, alguém que percebe custos tende a avaliar de forma negativa.

Tokarchuk, Gabriele e Maurer (2016) defende que os residentes que vivem em áreas intensivas de turismo podem experimentar um efeito direto do turismo em todos ou alguns de seus domínios de vida. No entanto, as áreas intensivas em turismo de uma cidade grande são geralmente muito pequenas em relação à área residencial total na respectiva cidade. Como consequência, os residentes diretamente afetados pelo turismo em todos os domínios da vida, compreendem apenas um pequeno grupo em comparação com a população total da cidade. Para o autor, turismo melhora o bem-estar não apenas dos indivíduos que interagem diretamente com os turistas (indivíduos que são frequentemente analisados na literatura de turismo), mas agrega valor para todas as

pessoas que vivem nas áreas de turismo, embora a influência econômica do turismo seja menos pronunciada nas grandes cidades, o turismo traz efeitos positivos que influenciam o bem-estar percebido dos residentes urbanos.

Estudos que fornecem uma medida da aceitação geral do desenvolvimento do turismo de acordo com Stiglitz, Sem, & Fitoussi (2009) falham em fornecer uma visão para os tomadores de decisão sobre se uma expansão do turismo leva a uma melhoria do bem-estar dos residentes. Uma forma potencial de estudar a influência do turismo na vida dos habitantes locais é estudar o efeito do turismo nas medidas subjetivas de bem-estar. Medidas como satisfação com a vida, felicidade ou qualidade de vida têm recebido a atenção dos economistas por sua capacidade de refletir uma medida mais ampla do bem-estar subjetivo individual do que aquela fornecida por medidas padrão, como produto interno bruto, taxa de emprego, crime taxa e outros.

Tendo em vista o impacto do turismo na qualidade de vida geral da comunidade local - em vez do foco tradicional em empregos e outros indicadores econômicos - tradicionalmente provou ser um desafio metodológico que impactou a credibilidade e a aplicabilidade da qualidade não econômica de estudos de vida no debate sobre desenvolvimento de destinos (Hartwell, Fyall, Willis, Page, Ladkin, & Hemingway, 2016).

Para Costanza et al., (2007), melhorar a qualidade de vida (QV) tem sido uma meta explícita ou implícita para indivíduos, comunidades, nações e o mundo. Mas definir a QV e medir o progresso em direção a esse objetivo tem sido difícil de entender. Diversos indicadores “objetivos” e “subjetivos” em uma variedade de disciplinas e escalas, e trabalhos recentes sobre pesquisas de bem-estar subjetivo (BES) e a psicologia da felicidade estimularam este tipo de interesse.

De acordo com Uysal et al. (2015), o fluxo de pesquisa de qualidade de vida (QV) no turismo vem ganhando força e está recebendo mais atenção. Na perspectiva de residentes em locais que residem em áreas de atração turística é cada vez mais necessário ter o cuidado sobre como o turismo pode afetar de forma positiva ou negativa, questões como qualidade de vida.

Quando é feita referência sobre à QV ou ao bem-estar, há uma tendência a aludir a alguma dimensão objetiva e subjetiva. Por exemplo, a QV ou bem-estar da comunidade é tipicamente capturado por medidas objetivas de bem-estar econômico (por exemplo, renda familiar, padrão de vida e a receita tributária geral) como visto no estudo de Milman e Pizam (1988), bem-estar de lazer (por exemplo, número de parques e instalações

recreativas por mil habitantes) estudado por Allen et al. (1993), bem-estar ambiental (por exemplo, impacto da sustentabilidade) visto por Mathew e Sreejesh (2017), dentre outros. No entanto, quando os pesquisadores fazem referência específica a aspectos subjetivos da QV ou bem-estar, eles usam construções psicológicas específicas, como bem-estar subjetivo (Kim, Uysal, & Sirgy, 2013), satisfação com a vida (Tokarchuk, Gabriele & Maurer, 2016), QV percebida (Su, 2016), dentre outros temas.

É importante notar que os pesquisadores que trabalham nesta área usam “QV” e “bem-estar” de forma intercambiável. Quando é feita referência a QV é importante ressaltar que existem dimensões objetivas e subjetivas conforme pode ser visto na figura 6.

Figura 6: Diferença QV Subjetivo X Objetivo



Fonte: elaborado pela autora com base em Uysal et al. (2015).

De acordo com Costanza et al. (2007) Os exames de QV geralmente se enquadram em duas categorias: (1) Indicadores "objetivos" de QV os quais incluem, por exemplo, índices de produção econômica, taxas de alfabetização, expectativa de vida e outros dados que podem ser coletados sem que uma avaliação subjetiva seja feita pelo indivíduo. Estas medidas podem se mostrar válidas e confiáveis em contextos de avaliação (tarefa reconhecidamente difícil), essas medidas relativamente objetivas podem nos ajudar a coletar dados padronizados que são menos vulneráveis à comparação social e adaptação local. (2) Indicadores subjetivos de QV normalmente dependem de ferramentas de pesquisa ou entrevista para reunir as próprias avaliações dos entrevistados de suas experiências vividas, em vez de presumir a importância de vários domínios da vida (por exemplo, expectativa de vida ou bens materiais). Por fim, quando falamos em QV é importante também entender como a satisfação com a vida (SV) pode ser um conceito saliente quando trabalhados juntos.

Sirgy, Lee, Larsen, & Wright (1998) afirmam que a satisfação com a vida é um indicador social "aceito" para qualidade de vida e o operacionaliza por meio de domínios

de componentes específicos em uma estrutura semelhante às propostas para qualidade de vida e bem-estar subjetivo. Para Camfield e Skevington (2008) a SV também parece estar subordinado à QV, onde abordagens "ascendentes" ou "básicas" são usadas para derivar itens apropriados e significativos para medidas de QV, perguntas sobre "satisfação" são frequentemente propostas pelos usuários, por exemplo, WHOQOL.

Kim, Uysal e Sirgy (2013) defendem que uma medida direta do impacto do turismo na qualidade de vida deve demonstrar que esse impacto está altamente correlacionado com as medidas estabelecidas de bem-estar subjetivo dos residentes da comunidade (por exemplo, satisfação com a vida, felicidade, bem-estar subjetivo, bem-estar psicológico, qualidade de vida percebida, e afeto positivo/ negativo).

Será apresentado alguns estudos envolvendo qualidade de vida de residentes que serviram de base para fundamentação deste tópico, entender as diferenças e construções de estudos envolvendo QV objetiva e subjetiva e assim, auxiliar na escolha de caminho de pesquisa no quadro 3.

Quadro 3: Resumo de estudos sobre qualidade de vida (QV)

Autores/Ano	QV Objetivo	QV Subjetivo	Resumo do estudo
Uysal et al. (2015)	SIM	SIM	Dada a proliferação de pesquisas sobre qualidade de vida (QV) e bem-estar no turismo, os autores revisaram a literatura e enfoca dois grupos constituintes principais: moradores de comunidades anfitriãs e turistas. O primeiro modelo que estudaram concentra no impacto de variáveis relacionadas ao turista no bem-estar dos turistas. Especificamente, o foco principal do modelo apresentado é como as experiências dos turistas contribuem para a QV. O segundo modelo enfoca o impacto de variáveis relacionadas ao turismo no bem-estar dos moradores da comunidade anfitriã e de outras partes interessadas. Este modelo descreve como os moradores veem suas condições de vida (como atração do destino) e como essas condições afetam a sensação de bem-estar em vários domínios da vida e na vida em geral.
Mathew e Sreejesh (2017).	SIM	X	O estudo busca examinar o impacto do turismo responsável percebido na qualidade de vida percebida das comunidades em destinos turísticos e analisar o papel mediador da sustentabilidade. Os autores buscam oferecer insights sobre como a percepção das comunidades anfitriãs de turismo responsável contribui para o desenvolvimento de sua percepção da qualidade de vida. Este estudo supôs que a percepção das comunidades de turismo responsável positivamente impõe sua QV através do desenvolvimento de sustentabilidade percebida favorável. Verificou-se que, como moradores da comunidade local, o turismo responsável percebido desempenha um papel central na formulação da sustentabilidade do destino percebido, o que, por sua vez, afeta sua qualidade de vida percebida. Assim, o estudo oferece implicações para o gerenciamento bem-sucedido das empresas de turismo, bem como para a sustentabilidade da comunidade e seu bem-estar.

Su (2016)	X	SIM	Este estudo investigou as relações estruturais entre a responsabilidade social do destino (DSR), os impactos do turismo (ou seja, os impactos positivos e negativos), o apoio dos residentes ao turismo e sua qualidade de vida percebida. Para análise da QV residente os autores mediram com uma escala global de QV de três itens adaptada do estudo de Aaronson, Ahmedzai e Bergman (1993). Os resultados indicaram que o DSR aumentou a percepção dos residentes sobre os impactos positivos do turismo, mas não influenciou sua percepção dos impactos negativos. Ao mesmo tempo, descobriu-se que o DSR tem efeitos diretos e positivos no apoio dos residentes ao turismo e na percepção da qualidade de vida. Embora os impactos positivos do turismo percebidos pelos residentes tenham aumentado seu apoio ao turismo e à percepção da qualidade de vida, os impactos negativos prejudicariam o apoio ao turismo e provaram ser prejudiciais à qualidade de vida.
Kim, Uysal e Sirgy (2013)	SIM	SIM	O objetivo deste estudo foi testar um modelo teórico que liga as percepções dos residentes da comunidade sobre o impacto do turismo (econômico, social, cultural e ambiental) com a satisfação dos residentes com domínios específicos da vida (bem-estar material, bem-estar da comunidade, emocional bem-estar e saúde e segurança, bem-estar) e satisfação geral com a vida. O estudo foi elaborado para capturar as percepções do impacto do turismo e relacionar essas variáveis a construções e medidas bem estabelecidas de qualidade de vida. O modelo teórico que pode ser capturado por três proposições principais: (1) a percepção dos residentes sobre o impacto do turismo afeta sua sensação de bem-estar em vários domínios da vida (material, comunitário, emocional e saúde/segurança do bem- ser), (2) a sensação de bem-estar dos residentes nesses domínios da vida afeta sua satisfação com a vida em geral, e (3) a relação entre a percepção dos residentes sobre o impacto do turismo e sua sensação de bem-estar nesses domínios da vida é moderada por estágios de desenvolvimento do turismo.
Andereck e Nyaupane (2011)	SIM	SIM	Este estudo é uma tentativa de ir além da pesquisa de atitude e considerar explicitamente a influência do turismo na QV. Os autores desenvolveram uma medida do impacto percebido do turismo na qualidade de vida da comunidade, reunindo um grande conjunto de itens de várias fontes publicadas relacionadas a aspectos da comunidade que demonstraram desempenhar um papel na qualidade de vida comunitária percebida pelos residentes (por exemplo, preservação da paz e tranquilidade, sensação de segurança, ar e água limpos, serviços da cidade como polícia e proteção contra incêndio). Os residentes da comunidade foram questionados com três conjuntos de perguntas relacionadas aos 38 aspectos da comunidade: (1) sua própria satisfação com esses aspectos da comunidade, (2) suas percepções da importância desses aspectos da comunidade e (3) até que ponto estes aspectos da comunidade são impactados (aumentados ou diminuídos) pelo turismo.
Khizindar (2012)	SIM	X	O estudo apresenta os resultados de um projeto de pesquisa que examina os efeitos do turismo na qualidade de vida dos residentes na Arábia Saudita e identifica um conjunto de derivados principais que podem ser afetados pelo turismo. É discutido quatro dimensões-chave que definem especificamente o escopo do turismo: econômica, social, cultural e ambiental, e com as análises de dados empíricos da Arábia Saudita, essas dimensões são testadas quanto à sua

			relação com as variáveis demográficas mais amplas da Arábia Saudita. A pesquisa aborda o domínio das práticas de marketing turístico e suas implicações na qualidade de vida, com foco no escopo da indústria do turismo e no desenvolvimento do turismo. O estudo atende ao crescente interesse de governos de todo o mundo no planejamento do turismo, a melhoria do posicionamento econômico, social e global de seu país; e igualmente não ignorando quaisquer efeitos indesejáveis e negativos do desenvolvimento do turismo sobre o bem-estar dos seus cidadãos. Por fim, fornece um exame valioso das percepções dos residentes e sua qualidade de vida no que diz respeito ao escopo do desenvolvimento do turismo na região de Meca.
Costanza et al. (2007)	SIM	SIM	Em seu estudo os autores buscam conceituar as diferenças entre qualidade de vida objetiva e subjetiva. A QV para os autores é proposta como um conceito multi-escala e multi-dimensional que contém elementos objetivos e subjetivos que interagem. Relacionamos a QV às oportunidades que são fornecidas para atender às necessidades humanas nas formas de capital construído, humano, social e natural (além do tempo) e às opções de políticas que estão disponíveis para aumentar essas oportunidades. Questões relacionadas à definição, medição e dimensionamento desses conceitos são discutidas nesta pesquisa.
Camfield e Skevington (2008).	SIM	SIM	Os autores integraram os campos multidisciplinares de qualidade de vida (QV) e bem-estar e avaliaram os impactos dos fatores de saúde. Logo, em seus estudos eles fizeram uma revisão sobre estudos dessas duas áreas e puderam observar que o campo bem-estar subjetivo apresentou mais avanços teóricos do que desenvolvimento metodológico quando comparado à QV, onde o inverso parecia verdadeiro na percepção dos autores. No entanto, um exame mais detalhado mostrou que a nova definição de BES derivada de um painel de especialistas agora exhibe alta convergência com uma definição internacional de QV.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Para encerrar este tópico, a presente pesquisa optou por estudar o bem-estar hedônico pela ótica da qualidade de vida subjetiva, a ser mensurada através da Escala de Satisfação com a Vida, proposta por Diener e conforme validado por Sirgy (1998), Camfield e Skevington (2008) e Kim, Uysal e Sirgy (2013) pode ser considerada uma maneira de mensurar a qualidade de vida (QV) subjetiva na literatura atualmente.

4.4. PROPÓSITO DAS HIPÓTESES DE PESQUISA

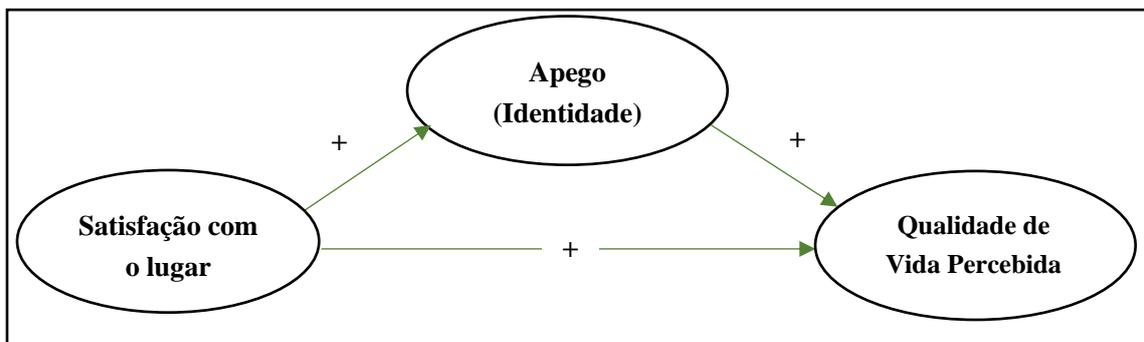
Na sessão do referencial teórico foram extraídos estudos e construído o entendimento da pesquisa, que teve por base três áreas: (1) Marketing, abrangendo uma perspectiva de marketing de lugares e satisfação com o lugar em que vive; (2) Psicologia Positiva, desdobrando suas principais temáticas de estudos no campo de turismo, na qual a presente pesquisa se fixou na perspectiva do bem-estar hedônico com ênfase na

qualidade de vida de moradores de áreas turísticas e por fim, (3) Turismo, o qual optou-se pela perspectiva da sustentabilidade e assim entender sobre o seu impacto e a atitude de residentes sobre o turismo.

Como estudos principais para construir o modelo conceitual da pesquisa foram considerados principalmente quatro referências, sendo: Medeiros e Costa (2015), Uysal et al. (2015), Martinez-Garcia, Raya e Majó (2017) e Boley, McGehee e Hammett (2017).

Medeiros e Costa (2015) buscaram compreender como se relacionava a satisfação ao lugar, apego ao lugar e qualidade de vida. Os autores para este estudo elaboraram uma escala própria de satisfação geral com o lugar adequada a cidade e bairros e que foi utilizada neste estudo. Para o presente estudo foi extraída a investigação da satisfação com o lugar e qualidade de vida percebida do estudo de Medeiros e Costa.

Figura 7: Relação entre satisfação com o lugar, apego e qualidade de vida percebida.



Fonte: Medeiros e Costa (2015).

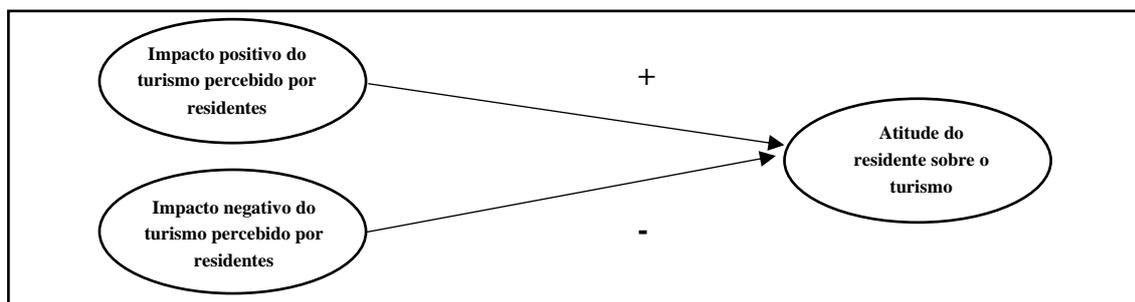
O estudo de Uysal et al. (2015), serviu como referência para o modelo conceitual dessa pesquisa tendo em vista que a revisão da literatura aprofundada que os autores realizaram sobre a qualidade de vida e bem-estar no turismo forneceu orientações para futuros estudos, auxiliando a presente pesquisa no seu direcionamento para o estudo de turismo visando compreender melhor o bem-estar com ênfase na qualidade de vida na perspectiva do residente. Os autores perceberam grande parte dos estudos mostram que as atividades turísticas possuem um efeito significativo no bem-estar dos moradores. Uysal et al. (2015) conseguiram consolidar uma série de estudos e verificar que assim que uma comunidade se torna um destino turístico, a vida desses residentes tende a ter impactos econômicos, socioculturais e ambientais.

Com essa revisão, os autores perceberam que o turismo não afeta apenas a atitude dos residentes em relação ao desenvolvimento do turismo em uma região, mas consequentemente a qualidade de vida. Sendo assim, a qualidade de vida dos residentes

é algo que precisa ter atenção por parte de governos e municípios, por exemplo. Logo, se o objetivo do desenvolvimento do turismo puder trazer uma melhoria na QV dos residentes em termos econômicos, socioculturais, lazer, dentre outros, maior será o apoio que receberá por parte dos moradores.

Martinez-Garcia, Raya e Majó (2017) analisaram as lacunas nas atitudes dos residentes em relação ao turismo de residentes em cidades que são parcialmente geridos e identificados sob os mesmos planos e ações de turismo. Os resultados mostram que uma parte significativa da lacuna estudadas pelos autores são explicadas pelos impactos do turismo percebidos pelos próprios. Quando o impacto do turismo se mostrou positivo os residentes tenderam a ter uma atitude positiva sobre este, assim como, o inverso também foi comprovado. Os impactos do turismo que foram mensuradas no estudo em relação a atitude dos moradores foram a econômica, a sociocultural e ambiental. Desse estudo, foi extraída a visão de impacto do turismo, bem como a atitude do residente, que nesta pesquisa será abordada como forma de percepção sobre o tema.

Figura 8: Impacto do turismo de forma positiva ou negativa e sua influência na atitude do residente.

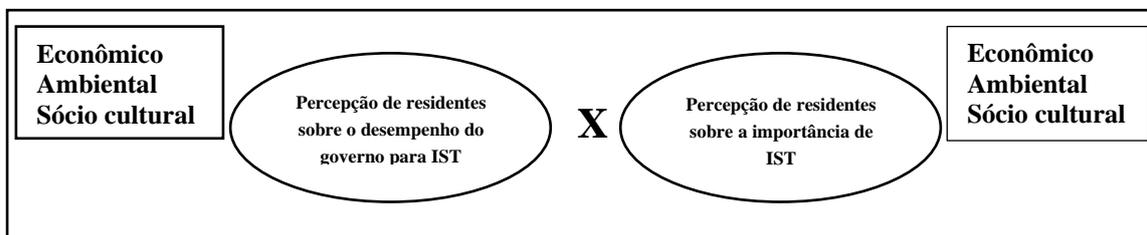


Fonte: Adaptado de Martinez-Garcia, Raya e Majó (2017).

Por fim, Boley, McGehee e Hammett (2017) realizaram uma análise de importância e desempenho sobre iniciativas de turismo sustentável de três municípios realizando uma comparação da percepção de residentes destes locais. Para os autores, se os residentes conseguem perceber os reais benefícios ambientais, sociais e econômicos do turismo como maiores do que os custos, eles tendem a apoiar o turismo em sua comunidade. Os autores desenvolveram um questionário para mensurar as percepções dos residentes sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável (IST), bem como a atuação do município para estes tipos de iniciativas para poder auxiliar governos/municípios no desenvolvimento do turismo. O questionário de IST foi utilizado nesta dissertação como instrumento para esta pesquisa para investigar se o desempenho das iniciativas de turismo sustentável na percepção dos residentes pode influenciar na

satisfação com o lugar (SL) em que vive e na qualidade de vida (QV), e se a SL e a QV influenciam na percepção de importância de IST dos moradores

Figura 9: Percepção de residentes sobre importância versus desempenho do município/governo para iniciativas de turismo sustentável.



Fonte: Adaptado de Boley, McGehee e Hammett (2017).

Por fim, com base principalmente nestes quatro estudos e na construção do referencial teórico desta pesquisa, foram desenvolvidas as seguintes hipóteses do estudo:

H1: O desempenho do governo para iniciativas de turismo sustentável (IST) influencia a satisfação com o lugar em que vive de residentes em áreas turísticas;

H2: O desempenho do governo para iniciativas de turismo sustentável (IST) influencia a qualidade de vida de residentes em áreas turísticas;

H3: A satisfação com o lugar em que vive influencia a percepção de residentes de áreas turísticas sobre a importância de IST;

H4: A qualidade de vida de residentes em áreas turísticas influencia a percepção de residentes sobre a importância de IST;

H5: A satisfação com o lugar em que vive influencia a qualidade de vida de residentes em áreas turísticas.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo é apresentada a metodologia utilizada para esta dissertação, que tem como propósito identificar a percepção de residentes sobre o desenvolvimento do turismo com iniciativas de turismo sustentável no tocante a importância que eles acreditam que haja e o desempenho do município e se há alguma relação com a qualidade de vida percebida e a satisfação com o lugar que mora.

A análise destes aspectos é fundamental para um desenvolvimento turístico sustentável, pois este pode ser um importante indicador do desenvolvimento de um destino turístico.

Nesta sessão será caracterizado o local do estudo, assim como conterà as explicações sobre os procedimentos aplicados na investigação para que possa dar suporte

as respostas ao problema de pesquisa e as hipóteses aqui levantadas no estudo, isto será possível através da utilização de técnicas adequadas e tratamento dos dados coletados.

5.1. CONTEXTO DA PESQUISA

A presente pesquisa foi realizada em duas localidades, sendo a primeira coleta realizada na cidade de Bananeiras, a segunda no bairro do Seixas em João Pessoa e a terceira na cidade de Cabedelo, todos localizados no Estado da Paraíba. Os municípios e o bairro escolhidos serão descritos a seguir.

5.1.1. Bananeiras

A cidade de Bananeiras localizada na serra da Borborema no brejo da Paraíba, foi escolhida devido seu potencial turístico que vem progredindo nos últimos anos. Um exemplo do incentivo ao turismo realizada pelo município é a lei 313/2005, o qual a prefeitura decreta incentivo fiscais especiais para os empreendimentos voltado à oferta de meios de hospedagem para turismo e lazer.

Conforme o IBGE, no ano de 2020 sua população estimada é de 21.269 habitantes distribuídos em uma área territorial de 258 km² e fica a 141 km de João Pessoa, capital Paraibana. A economia do município atualmente é focada na agricultura e na pequena pecuária. No entanto, o município vem revelando sua vocação para o turismo a cada dia que passa. Devido a essa ascendência turística que pode ser observada nos últimos anos, o turismo vêm fomentando iniciativas de turismo nos moradores do município, como exemplo, o restaurante “Vó Corina” mantido por uma cooperativa local para desenvolvimento do turismo, os engenhos de cachaça da região que proporciona aos turistas a oportunidade de conhecer o processo de produção mesclado com opções de lazer, o sítio “Bica do Coco” com opção gastronômica regional e lazer com contato a natureza, trilhas de quadriciclo para conhecer o distrito de Roma, a cachoeira do roncador e demais locais que permitem o visitante ter uma experiência de contato com um ambiente natural. Aliado a isso, é perceptível o desenvolvimento do comércio no município e da construção civil, caracterizada pela construção de condomínios de casas, os quais vêm atraindo pessoas a investir na região devido à imagem de refúgio da serra que vem se consolidando em Bananeiras.

5.1.2. Seixas

Foi enaltecida a curiosidade para entender melhor o processo turístico da área do Seixas também neste trabalho. O bairro do Seixas é um bairro de pequena extensão em João Pessoa, no ponto mais oriental do Brasil e do continente americano, e constitui uma pequena faixa de areia com aproximadamente 1,5km de extensão. É possível encontrar opções de turismo natural, nas imediações do Farol do Cabo Branco, a praia desse bairro possui as Piscinas Naturais do Seixas, onde encontra-se centenas de espécies marinhas, um cenário de beleza natural, além de opções de lazer como bares de restaurantes.

É uma região que também possui características residenciais, onde é possível encontrar moradores de condomínios e casas de bairro apesar da sua pequena extensão e do seu foco turístico. De acordo com o censo de 2010 o bairro possui cerca de 414 habitantes divulgado pelo IBGE. O Seixas possui potencial para uma melhor exploração de pontos no que tange o turismo sustentável. A ponta do Seixas, conhecida principalmente pelo sol nascer primeiro. Trata-se de uma região praticamente exclusiva para os moradores, por ser um bairro de pequena extensão, com uma praia que pode ser considerada de uso exclusivo de moradores, o bairro do Seixas vem se desenvolvendo de forma acelerada nos últimos anos.

É possível encontrar no bairro, opções de camping para aqueles que desejam ter maior contato com a natureza, abertura de pousadas, ascensão do lazer no tocante a bares e restaurantes. Próximo ao bairro da Penha, o bairro do Seixas possui apenas uma entrada e uma saída, localizado em frente as piscinas naturais do Seixas. As visitas turísticas ao bairro vêm aumentando constantemente nos últimos tempos. Sendo assim, foi considerado também uma opção como *locus* de pesquisa devido ser uma area preponderantemente residencial e com ascensão turística.

5.1.3. Cabedelo

De acordo com o IBGE (2020), Cabedelo, segundo núcleo de colonização do Estado, possui tradições históricas de grande beleza. Seu nome provém das dunas de areia fina e alva que se formam em suas praias. Data dos fins do século XVI a construção do Forte Velho e da Fortaleza de Santa Catarina, que na época dos assédios dos piratas franceses e da invasão holandesa, serviram de palco a tremendos combates. Arrasada

diversas vezes, foi a fortaleza outras tantas reconstruída. Atualmente possui uma população estimada de 68.767 habitantes de acordo com o IBGE.

Cabedelo também é conhecida como um destino turístico de parada recomendada para aqueles que visitam João Pessoa, por se situar há cerca de 20 minutos de veículo da capital da Paraíba, é um município conhecido pelas praias, a ilha de areia vermelha que fica descoberta com a baixa maré, o pôr do sol no Jacaré, a Fortaleza de Santa Catarina e o dique de Cabedelo, por exemplo.

5.2. ESTRUTURAÇÃO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS UTILIZADO.

Para esta pesquisa, optou-se pela realização de *surveys* nos locais supracitados. Tal procedimento prevê a aplicação de técnicas quantitativas, as quais são frequentemente utilizadas em estudos como turismo, psicologia e marketing. No decorrer deste tópico será apresentado o processo de construção e validação do método de coleta de dados.

A construção do questionário teve por base a revisão bibliográfica e três referências literárias fundamentais, sendo os seguintes estudos: Diener et al. (1985), Medeiros e Costa (2015) e Boley, McGehee e Hammett (2017).

O questionário foi estruturado com um total de 45 itens conforme consta no apêndice desta pesquisa, sendo: 5 itens de qualidade de vida percebida, 4 itens de satisfação com o lugar que vive, 30 itens sobre importância e desempenho para iniciativas de turismo sustentável e por fim, 6 questões sociodemográficas. Antes dos itens elencados foi apresentado um termo de consentimento ao respondente de forma que os garantissem que as respostas seriam codificadas. No final do questionário foi acrescentado um espaço para que os participantes que tivessem interesse em saber os resultados da pesquisa, deixasse seu e-mail ou entrasse em contato com a pesquisadora para enviar um resumo da pesquisa. A seguir será explanado sobre as dimensões consideradas para este questionário.

- Qualidade de vida percebida

Em relação à qualidade de vida (QV), conforme abordado no referencial teórico, esta pode ser mensurada de duas maneiras, sendo: (1) QV percebida/subjetiva ou (2) QV objetiva.

A qualidade de vida objetiva é geralmente mensurada pelo WHOQOL-breff

construída por Fleck et al. (2000). Esta escala é composta por e 26 questões divididas em quatro domínios: físico, psicológico, relações sociais e meio ambiente. Fleck et al. (2000), realizaram a validação da escala internacional para o contexto brasileiro.

A qualidade de vida percebida por sua vez, é apresentada pela escala proposta por Diener et al. (1985) – *SWLS: Satisfaction with Life Scale* - e conforme validado por Sirgy (1998) e Kim, Uysal e Sirgy (2013) é considerada uma maneira de medir a qualidade de vida (QV) subjetiva na literatura atualmente. Trata-se de uma escala de cinco itens, validada em vários estudos da área de marketing e psicologia, por exemplo. No entanto, para a presente pesquisa, optou-se estudar pela óptica da qualidade de vida subjetiva, devido estar diretamente alinhado com os estudos do bem-estar hedônico, caminho este escolhido para estudo.

Quadro 4: Escala de qualidade de vida percebida

DIMENSÃO	ITENS DA ESCALA
Qualidade de vida percebida/subjetiva	Em geral minha vida está próxima do ideal
	Eu já alcancei as coisas que considero importantes na vida
	Eu estou satisfeito com minha vida
	Se eu pudesse viver minha vida novamente, eu não mudaria quase nada
	As minhas condições de vida são excelentes

Fonte: Diener et al. (1985).

- Satisfação com o lugar que vive

Para poder abordar essa temática, foi utilizada a escala criada e validada por Medeiros e Costa (2015) sobre satisfação com o local em que vive. Por meio dessa escala, é possível compreender a relação entre satisfação com o lugar. O estudo desenvolvido pelos autores trata de outros os pontos como (1) a QV percebida (5 itens), (2) Apego/identidade (7 itens), (3) Apego/Dependência (5 itens) e Satisfação Geral com a cidade/bairro (4 itens). Foram utilizados pelos autores indicadores na forma de afirmações, para aferição em escalas do tipo *Likert* com 10 pontos (de 1 a 10). No entanto, para a presente pesquisa foi utilizado o constructo satisfação com o lugar que vive. Conforme explanado anteriormente esta pesquisa foi realizada nos municípios de Bananeiras, Cabedelo e no bairro do Seixas, logo, na coleta do Bairro do Seixas, foi substituído o termo *cidade/município* por *bairro*, no intuito de direcionar ao intuito que a pesquisa se propõe, analisar aspectos do bairro do Seixas. No entanto em Bananeiras e Cabedelo foi mantido o termo cidade.

Quadro 5: Escala de satisfação com o lugar que mora

DIMENSÃO	ITENS DA ESCALA
Satisfação com o lugar que mora	Eu estou satisfeito com o que tenho à disposição na cidade onde moro
	Minha experiência com o que tenho na cidade onde resido é satisfatória
	O que tem na cidade onde resido é exatamente o que preciso
	Eu acredito que a cidade onde vivo me fornece bons serviços

Fonte: Medeiros e Costa (2015).

- Importância e desempenho de desenvolvimento do turismo com iniciativas de turismo sustentável

Nesta dimensão foram considerados os itens desenvolvidos por Boley, McGehee e Hammett (2017). De acordo com os autores poucas pesquisas examinaram as percepções dos residentes sobre as iniciativas de turismo sustentável (ISTs) ou o desempenho de seu município nessas ISTs e que possam ajudar no desenvolvimento do turismo na região, embora a literatura do turismo sustentável inclua ampla discussão sobre a definição de sustentabilidade e a importância de capacitar os residentes para turismo.

No estudo elaborado por Boley, McGehee e Hammett (2017) foi seguida uma segmentação com base na ênfase de seu plano de turismo sustentável (econômico, sociocultural e meio ambiente), logo 15 iniciativas de turismo sustentável (IST) foram incorporadas a um instrumento de pesquisa e aplicado com os residentes para medir suas percepções de quão importante era cada IST e o desempenho correspondente para esses itens. Deste modo, considerando a escala com esses 15 itens apresentados no estudo, esta pesquisa realizou uma adaptação para o contexto brasileiro.

Considerando a revisão da literatura desta pesquisa três condições específicas foram consideradas para a adaptação dessa escala, sendo três os indicadores: **econômico, sociocultural e ambiental**.

Os mesmos itens são utilizados, no entanto, com perguntas para percepções diferentes, sendo: (1) percepção individual sobre a importância dessas iniciativas de turismo sustentável, com a questão “**Quão importantes** são estas ações para você?” e (2) percepção individual acerca do desempenho do município para estas iniciativas, com a questão “**Quão bem** o seu município atua nestas ações?”. Para estes itens foi considerada a escala Likert de 10 pontos (com pontos variando de 1 “realmente não importa” a 10 “extremamente importante”). Para a avaliação do desempenho do município, usou-se também a escala de 10 pontos com 1 correspondendo a péssimo e 10 à excelente.

Quadro 6: Escala com itens de importância versus desempenho para iniciativas de turismo sustentável

DIMENSÕES	ITENS DA ESCALA
Econômico	Apoiar empreendimentos turísticos locais no município/bairro
	Fazer do município/bairro um destino visitável nas quatro estações
	Elevar o número de trabalhos na área de turismo no município/bairro
	Proporcionar aos turistas do município/bairro uma experiência de excelência em sua visita
Sociocultural	Proporcionar oportunidades que todos do município/bairro participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo
	Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro
	Preservar a cultura e patrimônio do município/bairro
	Decretar políticas de zoneamento ambiental no município/bairro
	Intensificar parcerias entre membros das comunidades no município/bairro
Ambiental	Proteger a qualidade da água do município/bairro
	Conservar o meio ambiente do município/bairro
	Proteger a qualidade do ar do município/bairro
	Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos no município/bairro
	Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o município/bairro
	Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município/bairro

Fonte: adaptado de Boley, McGehee e Hammett (2017).

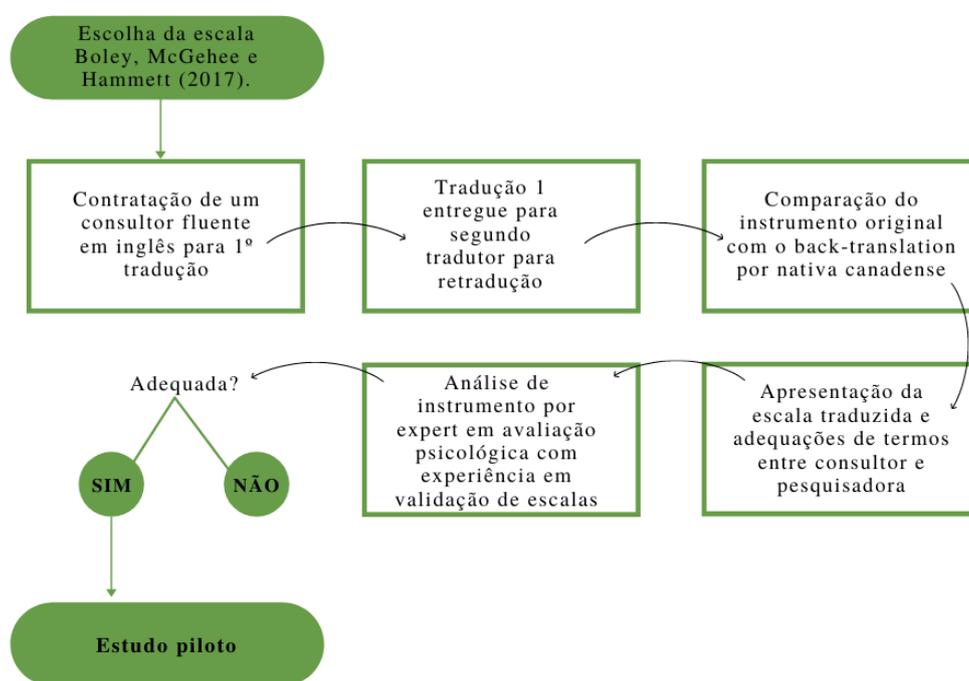
Para a adaptação da presente escala foi realizada o seguinte procedimento. Foi realizada a técnica da tradução reversa (*back-translation*), que, de acordo com Borsa, Damasio e Bandeira (2012), deve suceder todos os procedimentos de ajuste semântico e idiomático, haja vista que o instrumento, nesta etapa, deverá estar “pronto” para avaliação final do autor do instrumento original. A tradução reversa, por sua vez, refere-se a traduzir a versão sintetizada e revisada do instrumento para o idioma de origem. Possui como principal objetivo avaliar em que medida a versão traduzida está refletindo o conteúdo do item, conforme propõe a versão original.

Sendo assim, foi contratada uma consultoria com um brasileiro fluente na língua inglesa, proprietário de uma escola de inglês, foi entregue a ele o cabeçalho e os itens de pesquisa presentes no artigo de Boley, McGehee e Hammett (2017). O tradutor realizou a tradução do inglês para o português, após esta fase o mesmo entregou a sua versão traduzida para um residente canadense fluente também na língua inglesa o qual fez o *back-translation*. Após a segunda rodada, foi passada as duas versões em inglês para uma cidadã canadense, esta realizou uma comparação da escala original em inglês e a versão retraduzida, sendo aprovada pela nativa. Após esta etapa, foi entregue à pesquisadora a versão traduzida e validada por nativos. Neste processo de tradução, o revisor ficou em dúvida se deveria ser aplicada a expressão “*enacting land zoning policies*”, traduzido

como *políticas de loteamento de terra*. No entanto, quando debatido chegou-se ao consenso que seria melhor compreendido como *zoneamento ambiental*, pois corresponde à atribuição de usos e atividades compatíveis conforme as características específicas do território, permitindo, restringindo, ou impossibilitando determinados usos e atividades.

Logo, foi realizada uma consolidação da versão preliminar do instrumento (Figura 10), a partir do trabalho de três pessoas para finalização do instrumento: (1) consultor contratado que realizou a tradução e assessorado por outro fluente na língua e nativa quanto ao *back-translation*, (2) a pesquisadora, e (3) o expert em avaliação psicológica, professora de psicologia com experiência em validação de escalas.

Figura 10: Processo de validação *back-translation* da escala de Boley, McGehee e Hammett (2017).



Fonte: Elaborado pela autora (2020).

- Finalização da estruturação do instrumento

Foi realizada a técnica de *back-translation* apenas para os itens do estudo de Boley, McGehee e Hammett (2017), considerando que os itens de satisfação com o lugar em que mora foi construída e validada em português, bem como, a escala de qualidade de vida percebida. Antes do pré-teste foi divulgado o questionário para uma especialista em escalas e pesquisadores conhecidos pela autora para que avaliassem se estava em conformidade para a coleta do pré-teste.

O instrumento foi submetido à avaliação de especialista de construção de escalas na área de psicologia. A análise do instrumento buscou considerar título, itens, instruções,

procedimentos de escore e forma de registro, verificando se a proposta apresentava clareza e abrangência. Foi questionado pela especialista o porquê da escolha da escala de *Likert* com 10 pontos e o motivo da escolha da sessão demográfica estar desmembrada e não em uma única sessão. Foi argumentado pela pesquisadora que nas pesquisas de ciências sociais em administração, conforme Costa (2011), existe a recomendação de dispor os itens de forma aleatória para que se possa evitar viés de resposta, bem como a recomendação de pontuação de 10 pontos devido ser uma média de pontuação brasileira consolidada, principalmente em âmbito educacional. Sendo assim, foi mantido conforme sugerido pela pesquisadora.

Houve a intenção inicialmente de utilizar as duas escalas de qualidade de vida (percebida e objetiva). No entanto, as pessoas que haviam recebido o questionário inicialmente para validação questionaram a extensão do instrumento. Tendo em vista que caso ambas as escalas de qualidade de vida fossem consideradas, o instrumento conteria 71 questões, levando em consideração que as amostras adquiridas seriam segmentadas por áreas turísticas, o número elevado de itens poderia inibir o número de respondentes e dificultar a obtenção de uma amostra aceitável para análise. Por fim, a estrutura do instrumento foi finalizada contendo 45 itens no geral considerando apenas a qualidade de vida percebida.

A coleta de dados iniciou com 105 pessoas da cidade de Bananeiras. Assim, utilizou-se a estratégia de investigação de levantamento (*survey*), a qual apresenta uma descrição quantitativa de tendências, atitudes ou opiniões de uma população por meio de uma amostra significativa colocada como objeto de investigação (Creswell, 2007). Foi realizado uma coleta exploratória com uma amostra considerável tendo em vista que seria necessário realizar a validação da escala adaptada do estudo de Boley, McGehee e Hammett (2017).

5.3. PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS

Esta pesquisa se caracteriza como sendo descritiva. Para Gil (2014), as pesquisas desse tipo têm o intuito de descrever as características de determinada população ou fenômeno, assim como estabelecer as relações entre as variáveis. Este estudo utiliza métodos quantitativos para a mensuração e análise dos dados. Tais métodos buscam testar empiricamente teorias mais objetivas e as relações entre as variáveis do estudo. Pesquisas dessa natureza fazem uso de recursos estatísticos para tentar generalizar os resultados

encontrados na realidade do fenômeno (Creswell, 2007).

A coleta de dados ocorreu entre os dias 15 de novembro de 2020 e 29 de dezembro de 2020, com o questionário montado na plataforma GoogleForms. Devido um dos *locus* da pesquisa ser a cidade de Bananeiras e a dificuldade de encontrar uma quantidade adequada de respondentes, embora com o compartilhamento via *whatsapp* e *facebook*, com pessoas do município, a quantidade de respondentes ainda se encontrava baixa. Logo, surgiu a ideia de criar um *instagram* oficial da pesquisa (*@explorecuideame*) para poder entrar em contatos com os residentes com maior facilidade e assim, expor a ideia geral da pesquisa para que estes pudessem ajudar a compartilhar com familiares e amigos, bem como, ter uma ideia geral do que a pesquisa buscou alcançar. Por meio do perfil do Instagram foram contactados 367 residentes desta cidade. Além disso, também foram aplicados alguns questionários de forma presencial na cidade de Bananeiras, totalizando 105 respostas deste município. Além da divulgação por redes sociais, obteve-se também o apoio de divulgação no site da Prefeitura de Bananeiras.

O Instagram mostrou-se uma ferramenta útil para captação de respondentes interessante, tendo em vista a interação com o público alvo e o dinamismo que o aplicativo pode proporcionar. Além disso, a captação de respondentes iniciou-se ao seguir perfis oficiais da cidade e a interação dos seguidores nos *posts*, pois houve o pressuposto por parte da autora que os residentes da cidade realizariam maior interação com os *posts* dos perfis oficiais ou de comércios locais. A captação de respondentes iniciou ao clicar em cada perfil, pois muitos eram identificados na descrição do perfil como “Bananeiras-PB”, facilitando assim o contato. Foi feita uma mensagem padrão na qual a pesquisadora se apresentava, explicava um pouco sobre a pesquisa e questionava se a pessoa poderia responder e caso pudesse colaborar, compartilhar com conhecidos também da cidade, no apêndice B contará as imagens da estruturação do perfil na plataforma social “Instagram” elaborada para captação de respondentes.

Com relação à coleta de dados dos moradores do Seixas, devido conhecimento por parte da pesquisadora de residentes do bairro foi possível realizar uma divulgação mais direcionada com a ajuda do grupo de *whatsapp* “Ame o Seixas” o qual divulgou o questionário para seus participantes e em um grupo de *whatsapp* de um condomínio do bairro. É importante ressaltar que por ser um bairro de pequena extensão e população, a pesquisa conseguiu alcançar 45 respondentes, o equivalente a aproximadamente ¼ de residentes totais do local.

Por fim, a coleta de dados realizada com moradores da cidade de Cabedelo

também foi realizada em sua maior parte por meio de compartilhamento do instrumento via Instagram, seguindo a mesma estratégia relatada para captação dos moradores de Bananeiras. Ao ser iniciada a coleta de dados na cidade houve uma certa dificuldade de captação de respondentes devido às festividades de final de ano, foram contactadas 608 pessoas por esta plataforma e foi relatado um incentivo para que as pessoas pudessem responder, sendo informado que aos que respondessem o questionário, seria sorteado um valor de R\$100,00. No dia 29 de dezembro de 2020 foi encerrada a coleta de dados, contando com a participação de 108 respondentes da cidade de Cabedelo.

5.4. PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DE DADOS.

Para o presente estudo a análise de dados foi realizada pelo *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versão 25.0 nele foi realizado as análises na seguinte ordem: (1) análise fatorial exploratória (AFE) para testar a confiabilidade e a validade do instrumento utilizado para o estudo, (2) análise estatística descritiva de médias e desvios padrões dos dados da pesquisa para descrever a amostra e posteriormente, avaliar os índices decorrentes dos escores das prioridades valorativas, (3) análises estatísticas inferenciais para a análise de correlação e regressão linear simples para investigação das hipóteses e (4) análise de importância e desempenho (IPA) comparativa entre as localidades;

Sobre a análise fatorial exploratória e de confiabilidade, foi realizada uma análise do instrumento utilizado para a pesquisa, foi realizada principalmente para validação do questionário adaptado de Boley, McGehee e Hammett (2017), sendo realizada a análise de confiabilidade e validação das escalas. Para esta adequação foi realizada uma amostra com os respondentes da cidade de Bananeiras, e foi analisado o MAS (Medida de Adequação da Amostragem), a confiabilidade, a consistência interna dos seus itens, foi realizada a extração dos itens e avaliado o grau de explicação do constructo, para poder saber se a escala utilizada realmente iria mensurar o que o estudo se propôs a realizar.

As análises estatísticas descritivas do estudo foram realizadas de duas formas, inicialmente para realizar a caracterização da amostra do estudo, sendo sumarizado em quadro de comparação entre medidas globais e comparação por localidade dos dados demográficos dos respondentes. A segunda parte buscou avaliar os índices decorrentes dos escores das prioridades valorativas com base na média e desvios padrões dos constructos da pesquisa, logo foram realizadas uma sintetização dos resultados em médias

de cada constructo de forma global e por localidade e posteriormente foi sendo analisado cada dimensão isoladamente e seus itens.

Sobre a parte inferencial da pesquisa, foi realizada uma análise de correlação de Pearson para identificar a relação entre as variáveis conforme proposto nas hipóteses previamente abordadas por meio de regressões simples, sendo realizada comparação dentre as variáveis utilizadas no estudo (sendo comparadas duas à duas) para entender se associação dessas variáveis possuem boa correlação, e servem para prever comportamentos. O objetivo da correlação é medir e avaliar o grau de relação existente entre duas variáveis, sua interpretação varia entre positiva, negativa e nula (Toledo & Ovalle, 2012). Posteriormente, foram realizadas as análises das variâncias (ANOVA), cujo propósito é testar se as médias de duas ou mais populações amostrais são iguais. Além disso foi realizada o procedimento de regressão para análise das hipóteses propostas no estudo.

Por fim, foi realizada uma análise de importância e desempenho (IPA) dos constructos importância de iniciativas de turismo sustentável e desempenho de IST na percepção de residentes conforme realizado no estudo de Boley, McGehee e Hammett (2017). Para isso foi importante entender que a IPA é uma forma comumente aplicada de análise na pesquisa em turismo, principalmente devido às suas claras implicações gerenciais, no entanto, é uma técnica metodológica ambígua conceitualmente, metodologicamente e de forma mensurável (Azzopardi & Nash, 2013). Essa limitação mais controversa diz respeito à decisão subjetiva que cada pesquisador pode tomar sobre onde colocar a mira dentro da matriz IPA, é uma técnica comumente “centrado na escala” porque os retículos são simplesmente colocados no meio da escala Likert usada para medir a importância e o desempenho. (Oh, 2001).

O método *Importance-Performance Analysis* (IPA) foi proposto por Martilla e James (1977) como um modelo facilmente aplicável, para avaliar a importância e performance dos atributos de um produto, a fim de desenvolver programas de marketing mais efetivos. A matriz se divide em quatro quadrantes que auxiliam na tomada de decisão e formulação de estratégias, sendo: quadrante I - *concentre aqui*, itens que são muito importantes, entretanto apresentam baixa satisfação em relação a performance, pela avaliação dos participantes, sendo onde o gestor deve priorizar suas ações; quadrante II - *continue o bom trabalho*, tanto a importância, quanto a performance do item são consideradas altas pelos entrevistados, assim, são itens que devem continuar sendo mantidos sobre atenção prioritária; quadrante III - *baixa prioridade*, mostra os itens

percebidos com baixa performance, mas que também não são considerados importantes para o entrevistado, devendo, então ser os últimos na lista de prioridades do gestor, e por fim, quadrante IV - *possível exagero*, itens neste quadrante apresentam alta performance, porém são avaliados como não tão importantes, portanto, são pontos que o investimento deve ser menor, e indica pontos de inversão na prioridade do gestor.

Para esta análise foram considerados os resultados do *test t* de forma pareada entre cada um dos 15 itens de IST confrontando importância e desempenho, na qual cada indicador foi plotado segundo seu score médio de importância e desempenho por localidade.

No tópico a seguir será realizado as análises e discussão de resultados da pesquisa.

6. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Para a melhor compreensão os resultados deste estudo são apresentados em sete subseções principais: (1) caracterização da amostra, (2) análise fatorial exploratória do instrumento de pesquisa, (3) análises comparativas descritivas globais dos constructos por localidade, (4) análise das hipóteses propostas no estudo, (5) análise IPA dos dados por localidade.

6.1. CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A primeira amostragem foi realizada no bairro do Seixas e posteriormente foi estendido para as cidades de Bananeiras e de Cabedelo. Houve um total de 258 respondentes, sendo 45 respondentes do Seixas (17,4%), 105 de Bananeiras (40,7%) e 108 de Cabedelo (41,9%).

Sobre os respondentes, a maioria foi do sexo feminino, sendo 55,4% da amostra representada por mulheres e 44,6% por homens. Com relação à escolaridade dos respondentes 40,3% possuíam pós-graduação incompleta/completa, 46,1% ensino superior incompleto/completo, 11,2% ensino médio incompleto/completo e 2,3% ensino fundamental incompleto/completo. Sobre a renda familiar dos moradores, 45% possuem uma renda superior a R\$5.000,00, 18,2% acima de R\$3.000,00 até R\$5.000,00, 24% acima de R\$1.000,00 até R\$3.000,00 e 12,2% até R\$1.000,00. Sobre o estado de ocupação em termos de trabalho, 70,2% estão empregados e 29,2% não estão trabalhando. Por fim, sobre o tempo que residem nas cidades e no bairro: 3,9% moram há menos de

um ano, 19% entre 1 e 5 anos, 8,5% moram entre 6 à 10 anos, 9,7% entre 11 há 15 anos, 15,5% entre 16 e 20 anos, e por fim, a maioria reside há mais de 20 anos (43,4%).

Realizando uma análise do perfil dos respondentes, é possível perceber que nas três localidades a maioria dos respondentes foram do sexo feminino. O Seixas apresentou uma média de idade de respondentes maior que Cabedelo e Bananeiras. O nível de escolaridade dentre as regiões escolhidas para o estudo sofreu variação, Bananeiras e Cabedelo obtiveram a maior parte dos respondentes com ensino superior completo ou incompleto, enquanto o Seixas teve um perfil de respondentes de maioria com pós-graduação completa ou incompleta. A renda familiar dos respondentes teve a sua maioria nas três localidades acima de R\$5.000,00, também sua maior parte encontra-se trabalhando. Por fim, com relação ao tempo que residem no local os três lugares apresentam sua amostra com maior parte dos residentes morando na localidade há mais de 20 anos.

Tabela 1: Resumo de dados demográficos da pesquisa de forma segmentada.

	Bananeiras		Seixas		Cabedelo		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Gênero									
Masculino	46	43,2	22	48,9	47	43,5	115	55,4	
Feminino	59	56,2	23	51,1	61	56,5	143	49,6	
Idade (média)	32,96		44,67		33,01		35,02		
Escolaridade									
Ensino fundamental incompleto/completo	4	3,8	1	2,2	1	9	6	2,3	
Ensino médio incompleto/completo	9	8,6	1	2,2	19	17,6	29	11,2	
Ensino superior incompleto/completo	57	54,3	17	37,8	62	57,4	119	46,1	
Pós-graduação incompleta/completa	35	33,3	26	57,8	26	24,1	104	40,4	
Renda familiar									
Até R\$1.000,00	21	20	-	-	12	11,1	33	12,8	
Acima de R\$1.000,00 - R\$3.000,00	33	31,4	4	8,9	25	23,1	62	24	
Acima de R\$3.000,00 - R\$5.000,00	18	17,1	5	11,1	24	22,2	47	18,2	
Superior a R\$5.000,00	33	31,4	36	80	47	43,6	116	45	
Ocupação									
Trabalhando	64	61	28	62,2	89	82,4	181	70,2	
Não está trabalhando	41	39	17	37,8	19	17,6	77	29,8	
Tempo de residência no local									
Menos de 1 anos	4	3,8	3	6,6	3	2,8	10	3,9	
Entre 1 e 5 anos	27	25,7	6	13,3	16	14,8	49	19	
Entre 6 e 10 anos	9	8,6	6	13,3	7	6,8	22	8,5	
Entre 11 e 15 anos	3	2,9	4	8,9	18	16,7	25	9,7	
Entre 16 e 20 anos	12	11,4	9	20	19	17,6	40	15,5	
Há mais de 20 anos	50	47,6	17	37,8	45	41,7	112	43,4	

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

6.2. ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

A utilização de escalas múltiplas pode estar suscetível a erros de mensuração. Logo, é importante avaliá-las quanto a critérios de precisão e aplicabilidade (Malhotra, 2006). Para tanto, atentou-se às questões de validade e confiabilidade das escalas

Para esta dissertação, entende-se que foi feita a validade de construto, pois as escalas utilizadas foram inicialmente obtidas por meio de uma revisão de literatura de trabalhos que convergiram com o tema de interesse da pesquisa. A escala de desempenho e importância da percepção de moradores sobre iniciativas de turismo sustentável por Boley, McGehee e Hammett (2017), foi adaptada para uma versão em português conforme processo explanado na metodologia desse estudo. Enquanto as outras escalas utilizadas (qualidade de vida percebida e satisfação com o lugar em que mora) possuíam sua validação realizada por Medeiros e Costa (2015) e também realizada sua validação aqui no presente estudo.

Para a análise de confiabilidade e validação das escalas utilizadas para esta pesquisa foi considerada a amostra da cidade de Bananeiras, primeiro local a ser realizada a coleta de dados e após a sua testagem foi realizada a coleta de dados nas demais localidades. Sobre a confiabilidade, uma forma de analisá-la em uma escala é por meio da consistência interna dos seus itens. Desta forma, foi calculado o coeficiente de alfa de Cronbach, este se refere as médias dos coeficientes que resultam de todas as combinações possíveis das metades divididas (Malhotra, 2006). De acordo com os padrões de referência para o teste, o valor mínimo aceitável para indicar uma confiabilidade satisfatória é 0,60, abaixo desse valor a consistência interna da escala utilizada é considerada baixa.

No tocante as comunalidades, estas são apresentadas antes e depois da extração do número desejado de fatores, sendo que, após a extração, as comunalidades variam entre 0 e 1, sendo 0 ou valores próximos quando os fatores comuns não explicam nenhuma variância da variável e 1 ou valores próximos quando explicam toda sua variância (Malhotra, 2006).

Também deve ser avaliado o grau de explicação do construto (auto valor), ao passo que a porcentagem da variância total explicada pelo fator deve exceder 50% e a avaliação das cargas fatoriais (correlação simples entre as variáveis e fatores) deve apresentar valores acima de 0,70 (Malhotra, 2006).

Logo, buscou-se conhecer os índices de consistência interna (alfa de Cronbach, α) da escala de percepção sobre importância e desempenho de IST (valores econômicos, sociocultural e ambiental) sendo primeiramente analisada o constructo desempenho e após o de importância. Também foi realizada a verificação por meio de scores e comunalidades, distribuição dos fatores de acordo com os valores próprios e a variância e análise de cargas fatoriais dos itens conforme descrito a seguir.

- Desempenho de iniciativas de turismo sustentável

Verificou-se a adequação amostral por meio da medida de Kaiser-MeyerOlkin, que apresentou resultado suficiente para a análise ($KMO = 0,970$), que foi realizada antes da AFE. O Teste de Esfericidade de Bartlett mostrou resultado adequado para a realização da AFE [sig 0.000, p-valor<0.0005] sinalizando um forte indicativo de que a amostra pode ser considerada adequada para realização dessa validação pois a matriz de correlação não se apresentou como uma matriz identidade.

Realizando o teste de MSA (Medida de Adequação da Amostragem), conhecida como correlação de ante imagem a mesma tem por intuito verificar se os itens se apresentam como adequados para a amostra, assim como o contrário, possuindo um média para corte de 0,50, logo se algum item estivesse abaixo deste indicativo, deve ser ponderado sua exclusão. O MSA obteve valores entre 0,952 e 0,983. Desta forma, conforme pode ser visto na Tabela 2, todos os itens se mostraram adequados.

Tabela 2: Índices de correlação de ante imagem itens sobre desempenho de IST

Codificação	Item	MSA
D.EC.1	Apoiar empreendimentos turísticos locais no município/bairro	0,961
D.EC.2	Fazer do município/bairro um destino visitável nas quatro estações	0,952
D.EC.3	Elevar o número de trabalhos na área de turismo município/bairro	0,963
D.EC.4	Proporcionar aos turistas do município/bairro uma experiência de excelência em sua visita	0,975
D.SC.1	Proporcionar oportunidades que todos do município/bairro participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo	0,979
D.SC.2	Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro	0,981
D.SC.3	Preservar a cultura e patrimônio do município/bairro	0,983
D.SC.4	Decretar políticas de zoneamento ambiental no município/bairro	0,981
D.SC.5	Intensificar parcerias entre membros das comunidades do município/bairro	0,970
D.AMB.1	Proteger a qualidade da água do município/bairro	0,968
D.AMB.2	Conservar o meio ambiente do município/bairro	0,953
D.AMB.3	Proteger a qualidade do ar do município/bairro	0,968

D.AMB.4	Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos no município/bairro	0,968
D.AMB.5	Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o município/bairro	0,97
D.AMB.6	Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município/bairro	0,972

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Realizando a extração dos fatores foi possível perceber que há um fator que explica todos os itens e esse fator precisa explicar a variância total do desempenho, sendo essa superior a 50% para que possa ser considerada uma boa adequação de extração. Os resultados da AFE, em que os valores próprios pelo critério de Kaiser indicam que há um fator que explica todos os itens e esse fator explica 86,53% da variância total do desempenho, logo há uma forte indicação de que as variáveis possuem somente um fator subjacente.

Com relação às comunalidades, após a extração quanto mais próximo os valores de 1, mais explicativo o item se torna considerando sua variância, desta forma é possível perceber que as comunalidades dos itens “desempenho”, podem ser consideradas adequadas para o estudo tendo em vista que apresentaram bons escores e comunalidades.

Sobre a análise das cargas fatoriais dos itens no fator é indicado que os resultados não sejam abaixo de 0,40. Conforme a literatura, deve ser considerado um score fatorial mínimo de 0,7 para ser considerado um com resultado, logo pode ser visto também na Tabela 3, todos os valores apresentam resultados adequados para serem considerados.

Tabela 3: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens desempenho.

Codificação		Escore	Comunalidade	Fator
D.EC.1	Apoiar empreendimentos turísticos locais no município/bairro	0,887	0,775	0,88
D.EC.2	Fazer do município/bairro um destino visitável nas quatro estações	0,899	0,792	0,89
D.EC.3	Elevar o número de trabalhos na área de turismo município/bairro	0,919	0,868	0,932
D.EC.4	Proporcionar aos turistas do município/bairro uma experiência de excelência em sua visita	0,86	0,798	0,893
D.SC.1	Proporcionar oportunidades que todos do município/bairro participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo	0,87	0,859	0,927
D.SC.2	Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro	0,921	0,921	0,959
D.SC.3	Preservar a cultura e patrimônio do município/bairro	0,882	0,869	0,932
D.SC.4	Decretar políticas de zoneamento ambiental no município/bairro	0,902	0,895	0,946

D.SC.5	Intensificar parcerias entre membros das comunidades do município/bairro	0,934	0,927	0,963
D.AMB.1	Proteger a qualidade da água do município/bairro	0,913	0,856	0,925
D.AMB.2	Conservar o meio ambiente do município/bairro	0,946	0,896	0,947
D.AMB.3	Proteger a qualidade do ar do município/bairro	0,93	0,883	0,94
D.AMB.4	Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos no município/bairro	0,921	0,911	0,955
D.AMB.5	Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o município/bairro	0,823	0,771	0,878
D.AMB.6	Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município/bairro	0,867	,818	0,905

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Por fim, realizando uma análise da escala “desempenho” foi possível obter o valor do Alfa Crombach de 0,989, apontando para a fidedignidade do instrumento, tendo em vista que o máximo é 1, podendo ser considerada adequada para o instrumento que visa compreender o desempenho de iniciativas de turismo sustentável.

- Importância de iniciativas de turismo sustentável

Sobre os itens que visam mensurar a importância de iniciativas de turismo sustentável pela óptica de moradores foi possível verificar também uma adequação amostral por meio da medida de Kaiser-MeyerOlkin, que apresentou resultado suficiente para a análise (KMO = 0,951). O Teste de Esfericidade de Bartlett mostrou resultado adequado para a realização da AFE [sig 0.000, p-valor<0.0005] sendo um forte indicativo de que a amostra pode ser considerada adequada para realização dessa validação.

Passando para o teste de MSA, foi obtido valores entre 0,931 e 0,980. Conforme pode ser visto na Tabela 4, todos os itens se mostraram adequados.

Tabela 4: Índices de correlação de ante imagem itens sobre importância de IST

Codificação	Item	MSA
I.EC.1	Apoiar empreendimentos turísticos locais no município/bairro	0,935
I.EC.2	Fazer do município/bairro um destino visitável nas quatro estações	0,931
I.EC.3	Elevar o número de trabalhos na área de turismo município/bairro	0,936
I.EC.4	Proporcionar aos turistas do município/bairro uma experiência de excelência em sua visita	0,943
I.SC.1	Proporcionar oportunidades que todos do município/bairro participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo	0,951
I.SC.2	Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro	0,957
I.SC.3	Preservar a cultura e patrimônio do município/bairro	0,980
I.SC.4	Decretar políticas de zoneamento ambiental no município/bairro	0,956

I.SC.5	Intensificar parcerias entre membros das comunidades do município/bairro	0,952
I.AMB.1	Proteger a qualidade da água do município/bairro	0,939
I.AMB.2	Conservar o meio ambiente do município/bairro	0,939
I.AMB.3	Proteger a qualidade do ar do município/bairro	0,970
I.AMB.4	Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos no município/bairro	0,976
I.AMB.5	Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o município/bairro	0,931
I.AMB.6	Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município/bairro	0,949

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Realizando a extração dos fatores foi possível perceber que há um fator que explica todos os itens e esse fator explica 79,36% da variância total da importância de iniciativas de turismo sustentável na percepção dos respondentes, podendo considerar que há uma boa adequação da extração.

Os resultados das comunalidades de cada variável estão dispostos na Tabela X, sendo possível perceber que todos os itens de mostraram adequados com valores que se aproximam de 1 com exceção do I.AMB.5 e I.AMB.5 que apresentaram comunalidades após a extração consideradas como baixas, sendo 0,327 e 0,49 respectivamente, no entanto a diferença aqui apresentada não foi considerada interessante o suficiente de forma que fosse realizada a exclusão de ambos os itens. Esta decisão foi tomada tendo em vista que é uma escala do estudo de Boley, McGehee e Hammett (2017) e está sendo feita uma adaptação para um estudo brasileiro.

Sobre a análise das cargas fatoriais dos itens, conforme pode ser visto da Tabela 5, todos os valores apresentam resultados adequados para serem considerados, tendo em vista que nenhum fator resultou em valor menor que 0,4.

Tabela 5: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens importância

Codificação		Escores	Comunalidades	Fator
I.EC.1	Apoiar empreendimentos turísticos locais no município/bairro	0,896	0,79	0,889
I.EC.2	Fazer do município/bairro um destino visitável nas quatro estações	0,892	0,756	0,870
I.EC.3	Elevar o número de trabalhos na área de turismo município/bairro	0,892	0,815	0,903
I.EC.4	Proporcionar aos turistas do município/bairro uma experiência de excelência em sua visita	0,89	0,815	0,903
I.SC.1	Proporcionar oportunidades que todos do município/bairro participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo	0,732	0,644	0,803
I.SC.2	Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro	0,875	0,852	0,923

I.SC.3	Preservar a cultura e patrimônio do município/bairro	0,888	0,878	0,937
I.SC.4	Decretar políticas de zoneamento ambiental no município/bairro	0,869	0,825	0,908
I.SC.5	Intensificar parcerias entre membros das comunidades do município/bairro	0,892	0,851	0,922
I.AMB.1	Proteger a qualidade da água do município/bairro	0,969	0,925	0,962
I.AMB.2	Conservar o meio ambiente do município/bairro	0,971	0,931	0,965
I.AMB.3	Proteger a qualidade do ar do município/bairro	0,934	0,915	0,957
I.AMB.4	Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos no município/bairro	0,909	0,904	0,951
I.AMB.5	Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o município/bairro	0,516	0,327	0,572
I.AMB.6	Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município/bairro	0,64	0,49	0,700

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Realizando a análise da escala “importância” foi possível obter o valor do Alfa Crombach de 0,978, apontando para a fidedignidade do instrumento, sendo esta considerada alta e adequada para o instrumento que visa compreender a importância de iniciativas de turismo sustentável na perspectiva dos respondentes.

- Qualidade de Vida Percebida

Sobre os itens que visam mensurar a qualidade de vida percebida foi possível verificar a adequação amostral por meio da medida de Kaiser-MeyerOlkin, que apresentou resultado suficiente para a análise (KMO = 0,814). O Teste de Esfericidade de Bartlett mostrou resultado adequado para a realização da AFE [sig 0.000, p-valor<0.0005] sendo um forte indicativo de que a amostra pode ser considerada adequada para realização dessa validação. Realizando a extração dos fatores foi possível perceber que há um fator que explica todos os itens e esse fator explica 67,14% da variância total da qualidade de vida percebida pelos respondentes, podendo considerar que há uma boa adequação da extração.

Os resultados das comunalidades de cada variável estão dispostos na Tabela 6, sendo possível perceber que todos os itens de mostraram adequados com valores que se aproximam de 1. Sobre a análise das cargas fatoriais dos itens, conforme pode ser visto, todos os valores apresentam resultados adequados para serem considerados.

Tabela 6: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens importância.

Codificação	Escor es	Comunal idades	Fator
-------------	----------	----------------	-------

QV1	Em geral minha vida está próxima do ideal	1	0,736	0,858
QV2	Eu já alcancei as coisas que considero importantes na vida	1	0,714	0,845
QV3	Eu estou satisfeito com minha vida	1	0,773	0,879
QV4	Se eu pudesse viver minha vida novamente, eu não mudaria quase nada	1	0,560	0,745
QV5	As minhas condições de vida são excelentes	1	0,574	0,757

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Por fim, ao calcular o do Alfa Crombach obteve-se o valor de 0,978 para os itens relacionados à qualidade de vida percebida, tal resultado indica a fidedignidade da escala, sendo esta considerada alta e adequada.

- Satisfação com o lugar em que vive

Os itens que visam mensurar a satisfação com o lugar em que vive, escala essa elaborada por Medeiros e Costa (2015), cuja recomendação é de utilização para cidades e bairros, foi também verificada sua confiabilidade para utilização no instrumento de pesquisa. Foi possível verificar a adequação amostral por meio da medida de Kaiser-MeyerOlkin, que apresentou resultado suficiente para a análise ($KMO = 0,761$). O Teste de Esfericidade de Bartlett mostrou resultado adequado para a realização da AFE [sig 0.000, p-valor<0.0005] sendo um forte indicativo de que a amostra pode ser considerada adequada para realização dessa validação. Realizando a extração dos fatores foi possível perceber que há um fator que explica todos os itens e esse fator explica 80,72% da variância total de satisfação com o lugar em que vive, podendo considerar uma boa adequação da extração.

Os resultados das comunalidades de cada variável estão dispostos na Tabela 7, sendo possível perceber que todos os itens de mostraram adequados com valores que se aproximam de 1. Sobre a análise das cargas fatoriais dos itens, todos os valores apresentam resultados adequados para serem considerados.

Tabela 7: Resultados das comunalidades inicial/após extração e análise das cargas fatoriais dos itens satisfação com o lugar em que vive.

Codificação		Escore	Comunalidades	Fator
SL1	Eu estou satisfeito com o que tenho à disposição na cidade/bairro onde moro	1	0,842	0,917
SL2	Minha experiência com o que tenho na cidade/bairro onde resido é satisfatória	1	0,846	0,920
SL3	O que tem na cidade/bairro onde resido é exatamente o que preciso	1	0,754	0,868

SL4	Eu acredito que a cidade/bairro onde vivo me fornece bons serviços	1	0,787	0,887
------------	--	---	-------	-------

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Para finalizar a análise de confiabilidade da escala, ao calcular o do Alfa Crombach obteve-se o valor de 0,914 para os itens relacionados à satisfação com o lugar em que vive, sendo esta considerada alta e adequada.

6.3. ANÁLISES COMPARATIVAS DESCRITIVAS GLOBAIS DOS CONSTRUCTOS POR LOCALIDADE.

- Análises comparativas globais das 4 dimensões do estudo

Nesta sessão da análise serão apresentadas as análises dos itens de forma holística de cada dimensão realizada nesta pesquisa, sendo elas: importância de iniciativas de turismo sustentável (IST) na perspectiva dos moradores, qualidade de vida percebida, satisfação com o lugar em que vive e desempenho do município para IST. Sobre as medidas descritivas, foram consideradas a média e o desvio padrão conforme pode ser visto na Tabela 8. É importante ressaltar que para a análise dessa sessão foi considerada a seguinte forma normativa de valores, a escala *Likert* do estudo foi de 0 a 10, sendo assim, considerou-se valores de 0 a 5 como baixa, acima de 5 até 8 como moderados e acima de 8 até 10 como alta.

Tabela 8: Visão geral das dimensões do estudo segmentado por localidades.

Constructo	Geral		Bananeiras		Seixas		Cabedelo	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
<i>Importância IST</i>	9,38	1,32	9,42	1,13	9,0	1,73	9,51	1,03
<i>Qualidade de vida percebida</i>	7,20	2,25	7,27	2,17	7,83	1,82	6,87	2,42
<i>Satisfação com o lugar em que vive</i>	6,22	2,49	6,44	2,49	6,59	2,26	5,85	2,55
<i>Desempenho IST</i>	7,20	3,03	7,88	2,57	5,70	3,52	7,16	2,99

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Considerando a importância de IST, pode-se perceber que não há uma variação discrepante entre a média geral da dimensão e os locais de forma individual, é possível perceber que em média há uma percepção elevada sobre a importância de iniciativas para o turismo sustentável e o desvio padrão dentre elas não consideradas altas. É possível

perceber que os resultados de Cabedelo obtiveram maior resultado e menor desvio-padrão para essa dimensão. É importante ressaltar que para essa dimensão foi considerada as médias dos tópicos econômicos, socioculturais e ambiental previsto na escala.

Com relação à qualidade de vida percebida é possível perceber que há uma elevação dos resultados do desvio padrão. As médias obtiveram pouca divergência entre resultado geral e por localidade, no entanto, pode ser considerado que todos obtiveram resultados moderados quanto à qualidade de vida que possuem. Pode ser visto que os moradores de Cabedelo obtiveram menor média e maior oscilação de respostas quanto a este constructo da pesquisa, considerando o desvio padrão, do que as demais localidades.

Sobre a satisfação com o lugar em que vivem é possível perceber classificações mais baixas em comparação às demais dimensões, no entanto, podem ter suas médias consideradas como moderadas. Dentre as localidades, Cabedelo mais uma vez se destacou como a menor média dentre os demais e com maior variação dentre as respostas dos respondentes da área.

Por fim, analisando o desempenho de iniciativas de turismo sustentável por parte do município, este foi o constructo que mais oscilou em termo de desvio-padrão e obteve medias moderadas conforme pode ser visto na Tabela 8 e assim como da dimensão importância foi considerada as médias de cada tópicos (econômico, sociocultural e ambiental) para se ter uma média global do constructo.

- Análise comparativa global dimensão satisfação com o lugar em que vive

Sobre a dimensão satisfação com o lugar em que vive é possível perceber conforme apresentado na Tabela 9, que todas as médias possuem valores com resultados de satisfação que podem ser considerados como moderados. Sendo possível verificar que a cidade de Cabedelo em todos os itens apresentou as menores médias de satisfação e o bairro do Seixas apresentou todas as médias de satisfação com o lugar em que vive superior em comparação aos outros locais com exceção do item SL4 equivalente à *“Eu acredito que o/a bairro/cidade que eu vivo me oferece bons serviços”*, cujo item houve maior satisfação pelos residentes da cidade de Bananeiras.

Esse resultado pode ser atribuído devido o bairro do Seixas ser uma área de menor tamanho e realmente não oferecer a comodidade de terem mais próximos alguns serviços como lojas, supermercados, dentre outros. Os comércios locais que se encontram no bairro são mais voltados para o ramo alimentício com restaurantes e bares, pequenos

comércios e artesanatos locais, como pequenos mercados de venda de peixes, situados no bairro da Penha e por fim, serviços de ordem turística, como alugueis de caiaque e passeios de catamarã para as piscinas do Seixas.

Com relação à cidade de Cabedelo, o nível de satisfação com a cidade apresentou média mais baixas em relação às demais localidades, uma das razões para isso ocorrer pode ser a questão de ser uma cidade que fica há cerca de 20 minutos da capital João Pessoa, logo, é fácil o acesso a uma maior gama de serviços na capital e realizar uma comparação com os estabelecimentos locais e assim causar um impacto na satisfação, por exemplo, para ter acesso a um determinado serviço de melhor qualidade precisariam recorrer a capital. Tendo em vista que a dimensão satisfação busca mensurar itens mais voltados à satisfação e à experiência com os serviços oferecidos na cidade esse impacto pode ser inferido à proximidade das cidades e ofertas de serviços em maior quantidade em João Pessoa, assim ocasionando uma comparação e uma diminuição na satisfação.

Tabela 9: Comparação dimensão satisfação com o lugar em que vive.

	Total		Bananeiras		Seixas		Cabedelo	
	Média	Desvio Padrão						
SL1	6,17	2,52	6,31	2,70	6,87	2,09	5,74	2,43
SL2	6,70	2,45	6,92	2,38	7,16	2,15	6,30	2,59
SL3	5,86	2,53	6,07	2,53	6,36	2,38	5,44	2,55
SL4	6,14	2,48	6,45	2,33	5,98	2,41	5,91	2,63
Medidas Gerais	6,22	2,49	6,44	2,49	6,59	2,26	5,85	2,55

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

- Análise comparativa global dimensão qualidade de vida percebida

Sobre o constructo qualidade de vida percebida é possível perceber como apresentado na Tabela 10, analisando globalmente todas as médias possuem valores moderados em qualidade de vida, considerando valores até 8. É possível perceber que dentre os itens o quesito QV2 apresenta valor um pouco inferior em média global referente a seguinte afirmação “*Eu já alcancei coisas que considero importantes na vida*” em comparação as demais afirmações. Realizando uma comparação entre as localidades, o Seixas apresentou maiores médias qualidade de vida e menores dispersão de respostas considerando os valores de desvio padrão dos itens, quando comparados as outras cidades, no item QV3 referente à “*Eu estou satisfeito com a minha vida*” obteve uma média alta, em comparação as demais localidades que obtiveram resultados moderados.

A cidade de Cabedelo por sua vez apresentou as menores médias de qualidade de vida com exceção do item QV5 referente à afirmação “*As minhas condições de vida são excelentes*” onde a cidade de Bananeiras obteve menor média para esse item. Cabedelo também apresentou maior dispersão de respostas quanto a qualidade de vida percebida quando comparada as outras duas localidades em todos os itens.

Tabela 10: Comparação dimensão qualidade de vida percebida.

	Total		Bananeiras		Seixas		Cabedelo	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
QV1	7,23	2,00	7,30	1,99	7,82	1,53	6,92	2,13
QV2	6,54	2,38	6,63	2,40	7,16	2,02	6,19	2,46
QV3	7,71	2,17	7,93	1,95	8,20	1,65	7,30	2,48
QV4	7,01	2,49	7,17	2,43	7,71	2,16	6,56	2,61
QV5	7,50	2,20	7,30	2,10	8,24	1,76	7,39	2,41
Medidas Gerais	7,20	2,25	7,27	2,17	7,83	1,82	6,87	2,42

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

- Análise comparativa global dimensão percepção de importância de IST por moradores.

Passando para a análise sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável na percepção dos moradores das localidades descrita na Tabela 11. Analisando de maneira global todas as áreas pesquisadas é possível perceber que as médias de respostas sobre a importância de IST nas esferas econômica, sociocultural e ambiental, obtiveram valores bastante elevados, todos acima de 9.

No entanto, observando isoladamente é interessante notar que na esfera de importância econômica o Seixas apresentou resultados de divergência acentuada em comparação as outras localidades considerando as médias ponderadas apresentadas. Analisando individualmente os itens da esfera econômica, temos as seguintes afirmativas: “*Apoiar empreendimentos turísticos locais no Seixas*” (I.EC.1), “*Fazer do Seixas um destino visitável nas quatro estações*” (I.EC.2), “*Elevar o número de trabalhos na área de turismo no Seixas*” (I.EC.3) e “*Proporcionar aos turistas do Seixas uma experiência de excelência em sua visita*” (I.EC.4). É interessante perceber que pode haver um conflito neste grupo de respondentes, embora tenha obtido médias moderadas, em comparação as outras duas localidades, os respondentes de Cabedelo e de Bananeiras podem ser

considerados mais “apoiadores” do desenvolvimento econômico por meio do turismo do que no Seixas.

A amostra do bairro do Seixas seria considerada um grupo “ambivalente e cauteloso” enquanto Bananeiras e Cabedelo poderiam ser classificadas como “apoiadores”. Explorando as respostas dos participantes da amostra do Seixas de forma mais precisa, foi interessante perceber que os resultados em média os levariam a classificá-los como cautelosos com relação ao apoio econômico, no entanto, analisando as respostas da amostra em termos individuais é possível perceber que apresentam extremos de percepção. Havendo uma divergência de interesse bem marcante entre respondentes que tendem ao “protecionismo” e outros que são “apoiadores”.

Tendo em vista que o bairro do Seixas é uma área predominantemente residencial, os poucos estabelecimentos que possuem são restaurantes, bares e serviços turísticos. Logo os tipos de estabelecimentos, tendem a atrair turistas e residentes da cidade de João Pessoa a frequentarem ao bairro, e por ser uma área de pequena extensão pode ocasionar um desconforto para uma parte do grupo de residentes, devido não ter uma infraestrutura que comporte a quantidade de carros e possuir apenas um acesso de entrada e saída para o bairro. No entanto, à outra parte de residentes considerada como apoiadores pode ser atribuída essa percepção por serem pessoas que são comerciantes locais ou trabalham nesses estabelecimentos. Logo impulsionar o turismo na região irá aumentar as perspectivas econômicas e oportunidades de crescimento e desenvolvimento.

Tendo por base estudos que exploram o impacto do turismo, como exemplo a pesquisa realizada por Martínez-García, Raya e Majó (2017), em que os autores verificaram que em cenários de recessão econômica o impacto relacionando ao apoio de residentes ao turismo tende a aumentar, mesmo com a contrapartida negativa que pode vir junto com o aumento de visita ao destino. Como é visto por Godovykh e Ridderstaat (2020), os benefícios econômicos vão além do aumento de emprego e renda, o amadurecimento do turismo traz os benefícios em termos de investimento na infraestrutura e transportes públicos por parte do governo, por exemplo. Além de trazer um cuidado maior com relação à preservação ambiental e à preservação de patrimônios históricos e fortalecimento da cultura local.

É possível perceber, que em média, analisando cada esfera, sobre a economia em relação à iniciativa de turismo sustentável, com exceção do Seixas, é um fator que possui bastante importância para Bananeiras e Cabedelo. As demais dimensões, socioeconômica e ambiental, apresentaram percepção de importância elevada nas três localidades.

Sendo o quadrante de importância socioeconômica com maiores médias apresentadas pelas três localidades. Sobre os pontos abordados nesse ponto estão envolvidas as questões: “*Proporcionar oportunidades que todos em Bananeiras/Seixas/Cabedelo participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo*” (I.SC.1); “*Elevar a qualidade de vida dos residentes de Bananeiras/Seixas/Cabedelo*” (I.SC.2); “*Preservar a cultura e patrimônio de Bananeiras/Seixas/Cabedelo*” (I.SC.3); “*Decretar políticas de zoneamento ambiental em Bananeiras/Seixas/Cabedelo*” (I.SC.4) e “*Intensificar parcerias entre membros das comunidades de Bananeiras/Seixas/Cabedelo*” (I.SC.5). Os resultados apresentam pontos que atingem o papel da comunidade local para fazer parte de processos decisórios para o desenvolvimento do turismo, ou seja, nas três localidades há um interesse maior da população para participarem mais ativamente de decisões políticas tomadas pelo governo, é possível perceber que há sentido na manifestação em maior média nesse quesito, pois estes são partes envolvidas e diretamente afetadas por tais decisões governamentais.

Tabela 11: Comparação dimensão importância de IST para os moradores.

Itens Importância	Total		Bananeiras		Seixas		Cabedelo	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
I.EC.1	8,98	2,00	9,32	1,45	7,00*	3,33	9,48	1,01
I.EC.2	9,00	2,01	9,37	1,19	7,18*	3,45	9,41	1,32
I.EC.3	9,10	1,88	9,50	,90	7,20*	3,33	9,50	1,13
I.EC.4	9,20	1,87	9,42	1,13	7,67*	3,39	9,63	1,10
Medidas gerais I.EC.	9,07	1,94	9,40	1,17	7,26*	3,37	9,50	1,14
I.SC.1	9,25	1,47	9,14	1,56	9,53	1,49	9,24	1,35
I.SC.2	9,74	,88	9,65	1,08	9,87	,457	9,79	,77
I.SC.3	9,77	,75	9,69	,91	9,82	,614	9,83	,62
I.SC.4	9,50	1,10	9,51	1,16	9,49	1,12	9,48	1,04
I.SC.5	9,45	1,13	9,41	1,10	9,47	1,53	9,49	,97
Medidas gerais I.SC.	9,54	1,07	9,48	1,16	9,64	1,04	9,57	0,95
I.AMB.1	9,89	,48	9,86	,47	9,89	,61	9,93	,43
I.AMB.2	9,91	,41	9,89	,44	9,89	,53	9,95	,32
I.AMB.3	9,72	,58	9,54	,69	9,89	,49	9,82	,43
I.AMB.4	9,60	1,16	9,67	,77	9,20	2,14	9,70	,83
I.AMB.5	8,48	2,27	8,29	2,21	9,31	1,93	8,33	2,39
I.AMB.6	9,14	1,77	9,00	1,85	9,56	1,55	9,11	1,77
Medidas gerais I.AMB	9,46	1,11	9,37	1,07	9,62	1,21	9,48	1,03

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

- Análise comparativa global dimensão percepção de desempenho do município de IST por moradores.

Com relação ao constructo do desempenho do município para IST na percepção dos moradores das localidades, é possível notar que quando se trata do desempenho dos municípios e bairro todas as médias dos itens do constructo podem ser consideradas moderadas. No entanto, é interessante observar que todos os resultados dos respondentes do Seixas, embora considerado moderado, quando comparado com Bananeiras e Cabedelo foram obtidos resultados aquém e podendo ser considerados baixos, haja vista que todos os resultados do Seixas apresentaram resultados acima de 5.

Além disso, em todos os itens dessa dimensão é possível perceber pelo comportamento do desvio padrão que pode ter havido divergência entre os respondentes com relação à percepção sobre o desempenho do município para IST pois é possível perceber dispersões superior a 2 em todos os itens, ressaltando que os resultados do Seixas são os que apresentam maior divergência nas respostas em todas as esferas, econômica, sociocultural e ambiental, deste constructo devendo ressaltar que possui a amostra em quantidade bem menor que as outras localidades e se tratar de um bairro (Tabela 12).

Considerando a escala definida para o estudo foi de 0 à 10, considerando valores de 0 à 5 como baixo, acima de 5 até 8 como moderados e acima de 8 até 10 como alto. Diferentemente dos resultados da percepção de importância no qual todas as três dimensões obtiveram altas médias em termos valorativos, com exceção do Seixas na dimensão econômica, os resultados da percepção do desempenho do município para IST na perspectiva dos moradores apresentaram em todas as dimensões das localidades dos estudos, resultados considerados moderados, sendo a área do Seixas com as menores médias dentre as modalidades todas em torno de 5, podendo ser percebido uma maior insatisfação ou menor percepção sobre ações municipais para IST para a área quando comparado aos municípios de Bananeiras e Cabedelo.

Tabela 12: Comparação dimensão importância de IST para os moradores.

Itens	Total		Bananeiras		Seixas		Cabedelo	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
D.EC.1	7,22	2,86	8,10	2,26	5,31	3,12	7,15	2,89
D.EC.2	7,26	2,99	8,09	2,44	5,64	3,16	7,13	3,15

D.EC.3	7,21	2,91	8,05	2,33	5,58	3,19	7,08	3,01
D.EC.4	7,36	2,88	8,33	2,06	5,42	3,45	7,23	2,89
Medidas gerais D.EC.	7,26	2,91	8,14	2,27	5,49	3,23	7,15	2,98
D.SC.1	6,84	3,27	7,43	2,91	5,73	3,66	6,72	3,33
D.SC.2	7,34	2,99	7,99	2,58	5,73	3,66	7,38	2,84
D.SC.3	7,41	2,96	8,32	2,24	5,67	3,73	7,26	2,89
D.SC.4	7,10	3,02	7,73	2,66	5,80	3,49	7,02	2,99
D.SC.5	7,09	3,01	7,68	2,68	5,67	3,55	7,11	2,90
Medidas gerais D.SC.	7,16	3,05	7,83	2,62	5,72	3,62	7,10	2,99
D.AMB.1	7,35	3,13	7,81	2,81	5,98	3,73	7,48	3,02
D.AMB.2	7,46	3,05	8,01	2,61	5,98	3,77	7,55	2,95
D.AMB.3	7,33	3,08	7,93	2,67	5,96	3,53	7,32	3,09
D.AMB.4	7,16	3,09	7,74	2,69	5,82	3,64	7,14	3,05
D.AMB.5	6,78	3,06	7,40	2,76	5,51	3,49	6,71	3,00
D.AMB.6	7,05	3,09	7,59	2,86	5,67	3,61	7,11	2,93
Medidas gerais D.AMB	7,19	3,08	7,75	2,74	5,82	3,63	7,22	3,01

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

- Análise comparativa global descritiva da dimensão percepção de importância de IST vs. percepção de desempenho do município de IST por moradores.

Nesta parte das análises descritivas, tendo por base os estudos de Boley, McGehee e Hammett (2017), foi realizada uma análise dos resultados descritivos e de frequência das questões da amostra de forma global e por localidade. Foi feita a média de cada item da escala importância versus desempenho das dimensões econômica, sociocultural e ambiental. É possível observar que embora os índices valorativos sobre a importância tenham obtido resultados superiores quando questionados sobre o desempenho, em média dos quesitos e médias globais dos constructos obtiveram médias consideradas altas, conforme escala definida para o estudo foi de 0 à 10, com exceção da localidade do Seixas.

Na localidade do Seixas, todos os itens e médias globais das dimensões obtiveram resultados valorativos moderados, ou seja, acima de 5 até 8. Cabedelo e Bananeiras obtiveram resultados com índices altos (acima de 8) para todos os itens considerando a percepção e a importância de iniciativa de turismo sustentável na percepção dos respondentes.

Sobre Bananeiras, a amostra obteve resultados melhores em todos os itens quando comparados as localidades do Seixas e Cabedelo. Cabedelo obteve médias superiores ao

Seixas, e apresentou apenas uma média considerada moderada, sendo o item, I.AC.1/D.SC.1 equivalente ao confronto entre a importância na percepção dos residentes e o desempenho do município para “*proporcionar oportunidades que todos em Bananeiras/Seixas/Cabedelo participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo*”, havendo um indicativo de que o município pode ter uma oportunidade de melhoria na comunicação com a população do município para que os envolvam mais em decisões para o desenvolvimento turístico.

Por fim, é interessante notar que as médias comparativas da importância e desempenho do item I AMB.5/D. AMB.5 equivalentes a “*limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para Bananeiras/Seixas/Cabedelo*” é um ponto que pode ser melhor explorado para que o desempenho do município para essa ação possa convergir com a importância que é apresentada pelos respondentes da pesquisa.

É importante ressaltar que estes itens que apresentaram destaque por possuírem médias moderadas em seus resultados precisa ser dada atenção. O impacto do turismo sobre os governos e residentes tem tido um número de pesquisa em crescimento ao longo dos anos, pontos como frágeis cenários ecológicos e a sensibilidade cultural dos locais de atração vêm sendo demandado monitoramento e avaliação consistentes dos impactos do turismo para a sociedade, por meio dessas avaliações será possível obter progresso em direção ao desenvolvimento sustentável do turismo, o que poderá colaborar com uma redução dos efeitos negativos que o turismo pode proporcionar para os residentes e comunidades locais (Asmelash & Kumar, 2019; Martínez-Garcia, Raya & Majó, 2017).

Tabela 13: Comparação importância de IST versus desempenho do município na percepção de residentes por localidade

	Total		Bananeiras		Seixas		Cabedelo	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
IEC.1	8,98	2,00	9,32	1,45	7,00	3,33	9,48	1,01
DEC.1	7,22	2,86	8,10	2,26	5,31	3,12	7,15	2,89
	8,10	2,43	8,71	1,86	6,16	3,23	8,31	1,95
IEC.2	9,00	2,01	9,37	1,19	7,18	3,45	9,41	1,32
DEC.2	7,26	3,00	8,09	2,44	5,64	3,16	7,13	3,15
	8,13	2,50	8,73	1,82	6,41	3,30	8,27	2,23
IEC.3	9,10	1,88	9,50	0,90	7,20	3,33	9,50	1,13
DEC.3	7,21	2,91	8,05	2,33	5,58	3,19	7,08	3,01
	8,16	2,39	8,78	1,61	6,39	3,26	8,29	2,07
IEC.4	9,20	1,87	9,42	1,13	7,67	3,39	9,63	1,10

D.EC.4	7,36	2,88	8,33	2,06	5,42	3,45	7,23	2,89
	8,28	2,37	8,88	1,60	6,54	3,42	8,43	1,99
Media I-D EC	8,17	2,43	8,77	1,72	6,38	3,30	8,33	2,06
I.SC.1	9,25	1,47	9,14	1,57	9,53	1,49	9,24	1,35
D.SC.1	6,84	3,27	7,43	2,91	5,73	3,66	6,72	3,33
	8,04	2,37	8,29	2,24	7,63	2,57	7,98	2,34
I.SC.2	9,74	,876	9,65	1,08	9,87	,457	9,79	,774
D.SC.2	7,34	3,00	7,99	2,58	5,73	3,66	7,38	2,84
	8,54	1,94	8,82	1,83	7,80	2,06	8,58	1,81
I.SC.3	9,77	,752	9,69	,913	9,82	,614	9,83	,619
D.SC.3	7,41	2,96	8,32	2,24	5,67	3,73	7,26	2,89
	8,59	1,86	9,00	1,58	7,74	2,17	8,55	1,75
I.SC.4	9,50	1,10	9,51	1,16	9,49	1,12	9,48	1,04
D.SC.4	7,10	3,02	7,73	2,66	5,80	3,49	7,02	2,99
	8,30	2,06	8,62	1,91	7,64	2,30	8,25	2,01
I.SC.5	9,45	1,13	9,41	1,10	9,47	1,531	9,49	,972
D.SC.5	7,09	3,01	7,68	2,68	5,67	3,55	7,11	2,90
	8,27	2,07	8,54	1,89	7,57	2,54	8,30	1,93
Media I-D SC	8,35	2,06	8,66	1,89	7,68	2,33	8,33	1,97
I.AMB.1	9,89	,48	9,86	,469	9,89	,611	9,93	,426
D.AMB.1	7,35	3,13	7,81	2,82	5,98	3,73	7,48	3,02
	8,62	1,81	8,83	1,64	7,93	2,17	8,70	1,72
I.AMB.2	9,91	,414	9,89	,445	9,89	,532	9,95	,317
D.AMB.2	7,46	3,05	8,01	2,61	5,98	3,77	7,55	2,95
	8,69	1,73	8,95	1,53	7,93	2,15	8,75	1,63
I.AMB.3	9,72	,578	9,54	,694	9,89	,487	9,82	,429
D.AMB.3	7,33	3,08	7,93	2,67	5,96	3,53	7,32	3,09
	8,53	1,83	8,74	1,68	7,92	2,01	8,57	1,76
I.AMB.4	9,60	1,16	9,67	,768	9,20	2,138	9,70	,83
D.AMB.4	7,16	3,09	7,74	2,69	5,82	3,64	7,14	3,05
	8,38	2,12	8,70	1,73	7,51	2,89	8,42	1,94
I.AMB.5	8,48	2,27	8,29	2,21	9,31	1,93	8,33	2,39
D.AMB.5	6,78	3,06	7,40	2,77	5,51	3,49	6,71	3,00
	7,63	2,66	7,84	2,49	7,41	2,71	7,52	2,69
I.AMB.6	9,14	1,77	9,00	1,85	9,56	1,55	9,11	1,77
D.AMB.6	7,05	3,09	7,59	2,86	5,67	3,61	7,11	2,93
	8,10	2,43	8,30	2,35	7,61	2,58	8,11	2,35
Media I-D AMB	8,32	2,10	8,56	1,90	7,72	2,42	8,35	2,02

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

6.4. ANÁLISE DAS HIPÓTESES DO ESTUDO

No intuito de aprofundar e entender melhor as relações entre as variáveis, foram realizadas análises de regressão linear simples para cada constructo.

Antes de realizar as análises de regressão foi feito um teste de validade estatística e confiabilidade dos constructos sobre percepção de importância e desempenho de IST, foi optado por realizar essa verificação devido ser um instrumento adaptado de um estudo internacional, como uma forma de reforçar a validação desse instrumento. O alfa Crombach do constructo importância de iniciativas de turismo sustentável obteve um resultado de 0,978, indicando uma alta fidedignidade do instrumento. Para a dimensão percepção de desempenho de IST foi obtido um alfa de 0,989, também apresentando um bom desempenho quanto a sua fidedignidade.

Nesta dissertação, a utilização da análise de regressão linear teve como propósito identificar as relações entre o desempenho de IST e a satisfação com o lugar em que vive, desempenho de IST e a qualidade de vida. Foram realizadas cinco regressões para cada tipo de relação proposta para esse estudo. Conforme pode ser vista na Tabela 13. É possível perceber que para a relação de desempenho de IST e satisfação com o lugar em que vive ($R=0,492$; $p<0,001$) tem um resultado que não se deve ao acaso e teve a multicolinearidade estatística respeitada. Sobre o desempenho e sua influência na qualidade de vida ($R=0,362$; $p<0,001$) não se deve ao acaso e foi respeitada a multicolinearidade. A satisfação com o lugar e a influência sobre a percepção da importância de IST ($R=0,373$; $p<0,001$), embora baixa também pode ser considerada acatada. A qualidade de vida e a relação com a importância de IST ($R=0,507$; $p<0,001$) foi também respeitada e aceita e por fim, a correlação da satisfação com o local na qualidade de vida ($R=0,706$; $p<0,001$) também foi respeitada e aceita.

Tabela 14: Resumo de resultados das regressões do estudo

Relação	Pearson	P-valor	Multicolineariedade Estatística	
			Tolerância	VIF
Desempenho IST → Satisfação com o local	0,492	0,000	1	1
Desempenho IST → Qualidade de vida	0,362	0,000	1	1
Satisfação com o local → Importância IST	0,373	0,000	1	1
Qualidade de vida → Importância IST	0,507	0,000	1	1
Satisfação com o local → Qualidade de vida	0,706	0,000	1	1

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Com os resultados obtidos, é possível analisar se as forças preditivas das relações propostas para esse estudo podem confirmar as hipóteses da pesquisa, conforme demonstrado na Tabela 14.

É possível dizer que o nível preditivo da percepção de desempenho do município de IST explica a satisfação com o lugar em que vive em 49%. Embora seja uma correlação

em um nível considerado fraco é possível aceitar essa relação, logo confirmando parcialmente a H1. Sobre o desempenho de IST influenciar na qualidade de vida é possível atribuir uma relação de 36% que embora considerada fraca, pode ser aceita parcialmente a H2. É possível concluir que a satisfação com o lugar em que vive pode influenciar a noção de importância de IST em 37,3%, embora considerada uma relação fraca pode ser parcialmente aceita a H3 desse estudo. No tocante à qualidade de vida exercer influência sobre a percepção da importância é possível verificar uma força preditiva de 50,7% nesta relação, considerada com correlação moderada, podendo confirmar a H4. Por fim, a satisfação com o lugar em que vive influencia na qualidade de vida em 70% também podendo ser verificada uma correlação moderada, portanto sendo aceita a H5.

Tabela 15: Resumo de resultados das regressões do estudo

Hipóteses	Relação	R	%	Análise das correlações	
H1	Desempenho IST → Satisfação com o local que vive	0,492	49,2%	Correlação fraca	Confirmada
H2	Desempenho IST → Qualidade de vida	0,362	36,2%	Correlação fraca	Confirmada
H3	Satisfação com o local que vive → Importância IST	0,373	37,3%	Correlação fraca	Confirmada
H4	Qualidade de vida → Importância IST	0,507	50,7%	Correlação moderada	Confirmada
H5	Satisfação com o local que vive → Qualidade de vida	0,706	70,6%	Correlação forte	Confirmada

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Por fim, todas as hipóteses do modelo proposto podem ser consideradas confirmadas. Ressaltando que todas as relações apresentadas nesse modelo não se devem ao acaso, tendo em vista que o p-valor de cada uma das relações resultou em 0,000. As multicolinearidades estatísticas podem ser consideradas como respeitadas por cada uma das relações propostas. Deve-se lembrar que as correlações das variáveis não podem ser altas e nem baixas demais, deve-se respeitar o princípio de correlação de Person, onde o p-valor pode variar de -1 a $+1$.

Embora as correlações levantadas nas hipóteses H1, H2 e H3 sejam consideradas fracas, não são baixas o suficiente para poder inferir que são correlações que podem ser descartadas. Sendo assim, essas três hipóteses foram consideradas como confirmadas parcialmente devido à baixa correlação, no entanto são resultados que não se devem ao acaso e que se influenciam.

Dentre as hipóteses levantadas para esse estudo, já era esperada a confirmação da H5 devido a estudo anterior realizado por Medeiros e Costa (2015). Foi encontrada uma relação positiva entre qualidade de vida percebida e percepção sobre importância de ITS, ou seja, as pessoas que possuem percepção em níveis mais altos de qualidade de vida percebida tendem a se importarem mais com iniciativas de turismo sustentável. Todas as relações do modelo possuem influência positiva.

Por fim, o presente modelo pode ter sua relevância reforçada pelos estudos de Hadinejad, Nunkoo, Moyle, Scott e Kralj, (2019), onde os autores defendem a teoria *bottom-up spillover* como uma forma de explorar o efeito do turismo no bem-estar dos residentes, sendo recomendado a sua aplicação sobre as atitudes dos residentes para poder trazer contribuições. Pois, investigando a qualidade de vida da comunidade local e seu apoio ao turismo é possível concentrar importância nas interações dinâmicas entre os impactos do turismo (econômico, sociocultural e ambiental) e diferentes aspectos do bem-estar.

- Análise complementar do modelo proposto

Durante as análises, embora o modelo geral tenha sido aceito é importante fazer algumas considerações. Foi realizada uma análise das variâncias (ANOVA), a qual tem como propósito testar se as médias de duas ou mais populações amostrais são iguais, e foi possível identificar a priori que existe diferença entre os grupos para os construtos de percepção sobre importância de IST, percepção sobre desempenho de IST, qualidade de vida percebida e satisfação com o lugar em que vive.

Com o apontamento da análise de variância da existência de diferença de médias entre os grupos, foi feita uma análise *post hoc* de múltiplas comparações, no intuito de identificar onde as diferenças entre os grupos foram mais discrepantes. Foram apresentadas diferenças na percepção de importância de IST entre moradores de Bananeiras e Seixas, e entre Seixas e Cabedelo. Foi apresentado divergência quanto a satisfação com o lugar em que vive entre os moradores do Seixas e de Cabedelo. E não houve diferença entre os grupos com relação a qualidade de vida percebida e a percepção do desempenho de IST por moradores de forma discrepante.

6.5. ANÁLISE DE IMPORTÂNCIA E DESEMPENHO DE IST POR BASE EM TESTE T PAREADO POR LOCALIDADE.

Realizando o teste t com os resultados da amostra é possível primeiramente perceber uma diferença em tamanhos por localidade. Considerando que o p-valor da análise do *test t* pareado entre importância e desempenho, sabendo que $p\text{-valor} < 0,005$ é possível atribuir que há diferença significativa dentre os grupos, foi possível perceber que para os itens EC1, EC2, EC3, EC4, AMB4 e AMB5 apresentaram diferenças mediante as localidades.

Tabela 16: Médias de IPA dos 15 scores de IST

IST	Total					Bananeiras			Seixas			Cabedelo		
	n= 258					n=105			n=45			n=108		
	I	D	I-D	t	p-valor	I	D	I-D	I	D	I-D	I	D	I-D
	I-D													
EC.1	8,98	7,22	1,77	10,41	,000	9,32	8,10	1,22	7,00	5,31	1,69	9,48	7,15	2,33
EC.2	9,00	7,26	1,74	9,82	,000	9,37	8,09	1,29	7,18	5,64	1,53	9,41	7,13	2,28
EC.3	9,10	7,21	1,89	11,27	,000	9,50	8,05	1,46	7,20	5,58	1,62	9,50	7,08	2,42
EC.4	9,20	7,36	1,84	10,91	,000	9,42	8,33	1,09	7,67	5,80	1,87	9,63	7,23	2,40
SC.1	9,25	6,84	2,41	11,53	,010	9,14	7,43	1,71	9,53	5,73	3,80	9,24	7,15	2,09
SC.2	9,74	7,34	2,40	12,60	,270	9,65	7,99	1,66	9,87	5,73	4,13	9,79	7,38	2,41
SC.3	9,77	7,41	2,36	12,71	,102	9,69	8,32	1,36	9,82	5,67	4,16	9,83	7,26	2,57
SC.4	9,50	7,10	2,40	12,19	,393	9,51	7,73	1,78	9,49	5,80	3,69	9,48	7,02	2,46
SC.5	9,45	7,09	2,36	11,89	,735	9,41	7,68	1,73	9,47	5,67	3,80	9,49	7,11	2,38
AMB.1	9,89	7,35	2,54	12,86	,930	9,86	7,81	2,05	9,89	5,98	3,91	9,93	7,48	2,44
AMB.2	9,91	7,46	2,45	12,94	,151	9,89	8,01	1,88	9,89	5,98	3,91	9,95	7,55	2,41
AMB.3	9,72	7,33	2,39	12,63	,008	9,54	7,93	1,61	9,89	5,96	3,93	9,82	7,32	2,50
AMB.4	9,60	7,16	2,45	12,81	,001	9,67	7,74	1,92	9,20	5,82	3,38	9,70	7,14	2,56
AMB.5	8,48	6,78	1,70	7,88	,004	8,29	7,40	0,89	9,31	5,51	3,80	8,33	6,71	1,62
AMB.6	9,14	7,05	2,09	9,78	,173	9,00	7,59	1,41	9,56	5,67	3,89	9,11	7,11	2,00

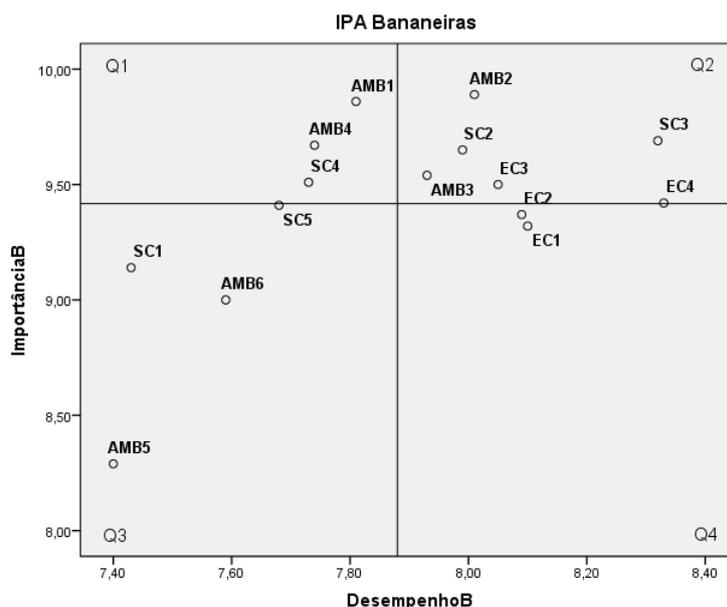
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Com base em uma revisão dos prós e contras das opções disponíveis (por exemplo, centrado em escala ou centrado em dados) e a natureza do estudo, uma abordagem híbrida para a seleção cruzada foi realizada, considerou-se o máximo e mínimo as respostas sobre importância e desempenho de forma geral e por cada localidade de forma cartesiana e por cada localidade com base no *test t*. As pontuações médias mínimas e máximas de importância para as 15 iniciativas de turismo sustentável no geral foram entre 8-10, 7-10 e 8-10 para as localidades de Bananeiras, Seixas e Cabedelo, respectivamente. As

pontuações mínimas e máximas de desempenho de IST foram entre 7,40-8,40; 5,40-6,00 e 6,60-7,60 para Bananeiras, Seixas e Cabedelo, respectivamente.

Para poder visualizar melhor os resultados obtidos foram espelhados os resultados de cada item nos quadrantes conforme definido por Martilla e James (1977) sendo apresentados os resultados de cada localidade conforme é apresentado (Figuras 11, 12 e 13).

Figura 11: Gráfico IPA Bananeiras



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

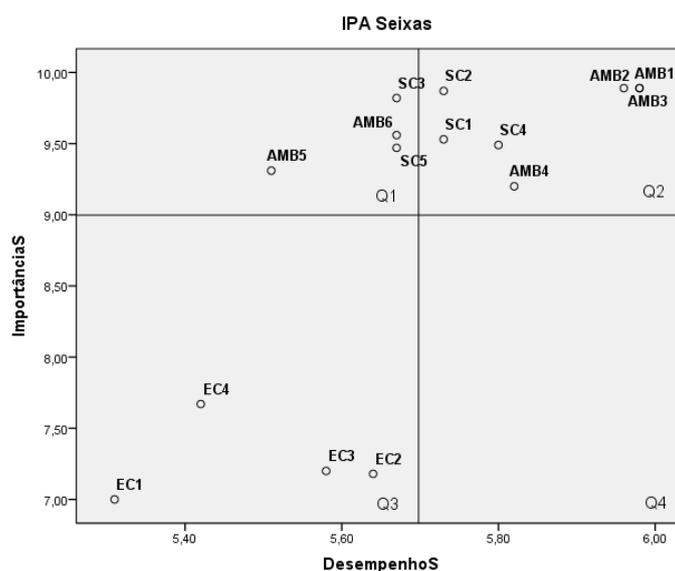
Sobre Bananeiras é possível perceber que é preciso que o município se preocupe em especial com SC4 (*Decretar políticas de zoneamento ambiental em Bananeiras*), AMB1 (*Proteger a qualidade da água de Bananeiras*) e AMB4 (*Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos em Bananeiras*). Pode ser considerado ações de IST com um bom trabalho que está sendo realizado os itens EC3 (*Elevar o número de trabalhos na área de turismo em Bananeiras*), EC4 (*Proporcionar aos turistas de Bananeiras uma experiência de excelência em sua visita*), SC2 (*Elevar a qualidade de vida dos residentes de Bananeiras*), SC3 (*Preservar a cultura e patrimônio de Bananeiras*), AMB2 (*Conservar o meio ambiente de Bananeiras*) e AMB3 (*Proteger a qualidade do ar de Bananeiras*), logo são pontos prioritários que sempre precisam ser demandados esforços para mantê-los em alto desempenho. No quadrante 3 foram posicionados os itens SC1, SC5, AMB5 e AMB6, considerados de

baixa prioridade para resolver de imediato, no entanto, não deve ser descartado um olhar voltado para sua melhoria.

E por fim, o único ponto que apresenta como alta performance, mas também não pode ser negligenciado para melhoria, são os itens EC1 (*Apoiar empreendimentos turísticos locais em Bananeiras*) e EC2 (*Fazer de Bananeiras um destino visitável nas quatro estações*), esses dois itens é interessante notar que nos últimos anos, de fato, houve um incentivo para empreendimento turísticos em Bananeiras, como exemplo a lei 313/2005, a qual a prefeitura decreta incentivo fiscais voltado à oferta de meios de hospedagem para turismo e lazer e também a preocupação de tornar Bananeiras uma cidade que seja visitável não apenas no São João, como exemplo, a iniciativa do evento “Caminhos do Frio” e eventos para competições de corrida, tais iniciativas podem justificar como pontos de alta performance, no entanto avaliados como não tão importantes.

Passando para a análise do bairro do Seixas conforme apresentado na figura 12.

Figura 12: Gráfico IPA Seixas



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

No Seixas é possível perceber que o município deve se atentar aos itens SC3 (*Preservar a cultura e patrimônio do Seixas*), SC5 (*Intensificar parcerias entre membros das comunidades do Seixas*), AMB5 (*Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o Seixas*) e AMB6 (*Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município*). No quadrante 2 é possível inferir que está sendo realizado um

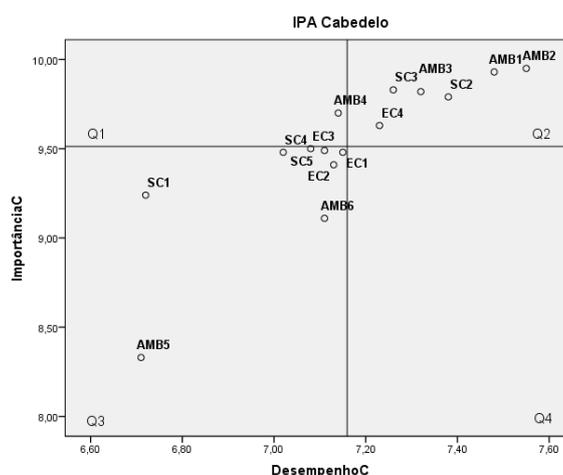
bom trabalho pelo município nos pontos SC1 (*Proporcionar oportunidades que todos no Seixas participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo*), SC2 (*Elevar a qualidade de vida dos residentes do Seixas*), SC4 (*Decretar políticas de zoneamento ambiental no Seixas*), AMB1 (*Proteger a qualidade da água do Seixas*), AMB2 (*Conservar o meio ambiente do Seixas*) e AMB3 (*Proteger a qualidade do ar do Seixas*) logo é preciso que continue sendo realizado um trabalho prioritário para esses pontos.

É preciso ter atenção, porém com menor prioridade para os quesitos EC1, EC2, EC3 e EC4. Digno de nota é o fato de que toda a dimensão para o desenvolvimento econômico do local foi classificada como de baixa prioridade, podendo apresentar uma resistência pelos próprios moradores do bairro para uma evolução do turismo economicamente.

A pouca relevância para o desenvolvimento econômico no bairro na visão dos residentes pode ser devido enxergar o turismo como importante para sua qualidade de vida (em termos de atividades de lazer, por exemplo), mas ter um emprego relacionado ao turismo não é uma opção, além disso o desenvolvimento econômico no bairro poderá contribuir com uma superlotação e assim, afetar diretamente na qualidade de vida daqueles que residem na região. Logo, para que possa incentivar o desenvolvimento econômico no bairro, poderá ser necessário aumentar a conscientização sobre o valor econômico do turismo na comunidade pode ser útil para seu crescimento, bem como, trazer em contrapartida um maior apoio na organização da infraestrutura do bairro.

Por fim, analisando a localidade de Cabedelo conforme apresentação da figura 13.

Figura 13: Gráfico IPA Cabedelo



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Analisando a localidade de Cabedelo, o município precisa concentrar esforços em AMB4 (*Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos em Cabedelo*), precisa manter um bom trabalho com maior foco em EC4 (*Proporcionar aos turistas de Cabedelo uma experiência de excelência em sua visita*), SC2 (*Elevar a qualidade de vida dos residentes de Cabedelo*), SC3 (*Preservar a cultura e patrimônio de Cabedelo*), AMB1 (*Proteger a qualidade da água de Cabedelo*), AMB2 (*Conservar o meio ambiente de Cabedelo*) e AMB3 (*Proteger a qualidade do ar de Cabedelo*). Por fim, dentre os itens com baixa prioridade de esforços foram apontados EC1, EC2, EC3, SC1, SC4, AMB5 e AMB6, frisando que não deve ser negligenciado, no entanto, pode ser destinado menos esforços do que para os itens elencados nos quadrantes 1 e 2.

Em linhas gerais é importante ressaltar que as médias trabalhadas nos gráficos para o desempenho foram elencados conforme média mínima e máxima de respostas por localidade baseado na importância e desempenho de todos os itens por região, sendo interessante ressaltar que as médias de desempenho de Bananeiras são mais altas do que a do Seixas e Cabedelo, que possuem médias consideradas moderadas (acima de 5 até 8). Logo é possível perceber, que embora seja possível elencar prioridades para desenvolvimento de iniciativas de turismo sustentável nas localidades, é interessante que haja um aumento no desempenho do município principalmente para o Seixas e Cabedelo.

Para que possa ser melhor visualizado os itens de convergência e divergência dentre os pontos de importância e desempenho de IST dentre as localidades está apresentando de forma sintetizada os resultados (Tabela 17).

Tabela 17: Atribuição de quadrante para IST por localidade

	IST	Bananeiras	Seixas	Cabedelo
EC.1	Apoiar empreendimentos turísticos locais no município/bairro	Q4: Possível exagero	Q3: baixa prioridade	Q3: baixa prioridade
EC.2	Fazer do município/bairro um destino visitável nas quatro estações	Q4: Possível exagero	Q3: baixa prioridade	Q3: baixa prioridade
EC.3	Elevar o número de trabalhos na área de turismo município/bairro	Q2: continue o bom trabalho	Q3: baixa prioridade	Q3: baixa prioridade
EC.4	Proporcionar aos turistas do município/bairro uma experiência de excelência em sua visita	Q2: continue o bom trabalho	Q3: baixa prioridade	Q2: continue o bom trabalho
SC.1	Proporcionar oportunidades que todos do município/bairro participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo	Q3: baixa prioridade	Q2: continue o bom trabalho	Q3: baixa prioridade
SC.2	Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho
SC.3	Preservar a cultura e patrimônio do município/bairro	Q2: continue o bom trabalho	Q1: concentre aqui	Q2: continue o bom trabalho
SC.4	Decretar políticas de zoneamento ambiental no município/bairro	Q1: concentre aqui	Q2: continue o bom trabalho	Q3: baixa prioridade
SC.5	Intensificar parcerias entre membros das comunidades do município/bairro	Q3: baixa prioridade	Q1: concentre aqui	Q3: baixa prioridade

AMB.1	Proteger a qualidade da água do município/bairro	Q1: concentre aqui	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho
AMB.2	Conservar o meio ambiente do município/bairro	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho
AMB.3	Proteger a qualidade do ar do município/bairro	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho	Q2: continue o bom trabalho
AMB.4	Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos no município/bairro	Q1: concentre aqui	Q2: continue o bom trabalho	Q1: concentre aqui
AMB.5	Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para o município/bairro	Q3: baixa prioridade	Q1: concentre aqui	Q3: baixa prioridade
AMB.6	Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município/bairro	Q3: baixa prioridade	Q1: concentre aqui	Q3: baixa prioridade

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O marketing de lugares neste ponto, pode auxiliar com o uso coordenado de ferramentas de marketing orientando para um compartilhamento, comunicação e entrega e troca de ofertas urbanas que podem agregar valor para a cidade em si e para a população. Levando em consideração que a população residente em uma cidade é estrategicamente o segmento mais valioso e que o marketing de lugar visa "maximizar o funcionamento social e econômico eficiente da área a IPA pode ser uma ferramenta que pode auxiliar a compreender atitudes de residentes em relação ao turismo, se tornando uma ferramenta incentivadora e esclarecedora para estratégias de melhorias de turismo em áreas turísticas, mas que precisam ter o apoio de residentes, podendo fornecer bons *insights* para a gestão pública (Braun, 2008; Ashworth & Voogd, 1990; Insch & Florek, 2008; Boley, McGehee & Hammett, 2017).

A IPA contextualiza a atitude dos residentes, auxiliando a medir os impactos inevitáveis do turismo na população local e as percepções desenvolvidas no ponto de vista do residente. As reações apresentadas por eles precisam ser investigadas para que possa ser avaliado até que ponto os moradores concordam ou discordam de uma afirmação sobre o impacto do turismo na região. Possuir o apoio ao residente é crucial para garantir o sucesso e a sustentabilidade dos destinos turísticos, pois pode afetar questões-chave, como sua vontade em apoiar o turismo. Logo, medindo as percepções dos residentes sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável e a atuação do município para estes tipos de iniciativas podem auxiliar gestões a se concentrar nos problemas mais demandados pela população e assim, ajudar a desenvolver o turismo com o apoio dos residentes (Boley, McGehee & Hammett, 2017; Brida, Osti & Faccioli, 2011; Garau-Vadell, Gutierrez-Taño & Diaz-Armas, 2016).

É importante ressaltar que realizando uma análise comparativa dentre as três localidades, foi de comum acordo a importância e o apoio dos residentes para que as gestões de cada município mantenham o foco e a melhoria em três itens, que foram

elencados no segundo quadrante: “*Elevar a qualidade de vida dos residentes do município/bairro (EC2)*”, “*Conservar o meio ambiente do município/bairro (AMB2)*” e “*Proteger a qualidade do ar do município/bairro (AMB3)*”. É importante verificar que esses resultados vão em conformidade com estudos de Smith e Diekman (2017) que apontam um maior utilitarismo do bem-estar, respeitando a sustentabilidade dos ambientes naturais e não comprometendo o bem-estar da população local e assim como apontado por Carneiro, Eusébio e Caldeira (2017) o turismo possui uma influência considerável na qualidade de vida, no entanto para que se possa potencializar e melhorar a QV é preciso também entender os impactos que ele pode causar na comunidade e respeitar a preservação ambiental.

Os resultados aqui obtidos reforçam estudos sobre o impacto do turismo (como exemplo: Asmelash & Kumar, 2019; Martínez-Garcia, Raya & Majó, 2017; Williams & Lawson, 2001; Tatoglu, Erdal, Ozgur, & Azakli, 2002, dentre outros) analisando pontos econômicos, sociocultural e ambiental, associado a atitude do residente (Martínez-Garcia, Raya e Majó, 2017; Brida, Osti e Faccioli, 2011, Harril, 2004). Vários estudos analisam separadamente o impacto do turismo e a atitude do residente, no entanto, seguindo o pensamento de Boley, McGehee & Hammett (2017). É importante realizar uma análise em forma de cruzamento para essas duas perspectivas logo, como é enxergado pelo residente e como é visto o desempenho do governo ou município pela população? Realizando esse confronto de visões será possível evoluir ações mais direcionadas, assim como nortear a gestão das cidades onde há uma necessidade maior de melhorias, quais os pontos que vem agradando a população, quais estão tendo um certo exagero de atenção e quais pontos não tem grande prioridade para os moradores, mas que pode ser demandada atenção futuramente.

7. CONCLUSÃO

As principais considerações desse estudo são apresentadas neste último capítulo, sendo resgatados o problema de pesquisa e os objetivos, sendo também discutidas as implicações teóricas e conceituais dessa pesquisa, juntamente com os principais resultados, despontando as limitações do estudo e recomendações para trabalhos futuros. No intuito de entender melhor sobre bem-estar, mais focado em qualidade de vida percebida e sua relação com satisfação com o lugar em que vive e realizar uma análise na perspectiva de importância de iniciativas de turismo sustentável (IST) e o desempenho do município para IST, entre as indagações que emergiram, se apresentando como de relevante importância teórica e prática, elaborou-se como problema de pesquisa a seguinte questão: existe relação entre o desempenho do governo e a percepção de moradores sobre a importância de iniciativas de turismo sustentável com a qualidade de vida e satisfação com o lugar em que vive na ótica de residentes que moram em áreas turísticas?

É importante lembrar que a qualidade de vida vem sendo um tema de destaque para o turismo e tem sido considerada uma meta para indivíduos e comunidades alcançá-la (Uysal et al., 2015; Costanza et al., 2007). A troca proporcionada entre turismo e comunidade precisa ser realizada de uma forma que mantenha uma balança equilibrada dentre os interesses das partes envolvidas em um processo de desenvolvimento de turismo de uma localidade, pois desta forma poderá auxiliar em tomada de decisões por parte de governantes, por exemplo, e estender melhorias no bem-estar dos residentes paralelamente a expansão do turismo para a região (Andereck et al., 2005; Tokarchuk, Gabriele & Maurer, 2016; Stiglitz, Sem e Fitoussi, 2009).

A pesquisa em turismo tem negligenciado o papel dos residentes e as relações entre os residentes na legitimação do planejamento e desenvolvimento do lugar em geral (Mišič, & Podnar, 2016). Sendo assim, a presente pesquisa buscou alinhar uma perspectiva de marketing ao campo do turismo, trazendo uma abordagem de satisfação o lugar em que vive relacionado com a iniciativas de turismo sustentável e qualidade de vida percebida, bem como, realizando uma análise IPA (importância e desempenho) ferramenta utilizada em estudos de marketing, para entender melhor as 15 ISTs propostas no estudo de Boley, McGehee e Hammett (2017).

Tendo como objetivo geral do estudo analisar se existe relação sobre o desempenho do governo e a percepção de moradores sobre a importância de iniciativas

de turismo sustentável com a qualidade de vida e satisfação com o lugar em que vive na ótica de residentes que moram em áreas turísticas. Para poder alcançar este objetivo, os objetivos específicos da pesquisa propunham a investigação, identificação e análise das relações entre importância e desempenho de iniciativas de turismo sustentável relacionado a qualidade de vida percebida e satisfação com o lugar em que vive. Para alcançar esses pontos foram propostas cinco hipóteses de pesquisa que buscaram entender se havia correlação entre as quatro dimensões (importância IST, desempenho IST, qualidade de vida percebida e satisfação com o lugar em que vive).

As hipóteses do estudo foram confirmadas, algumas relações como desempenho de IST e satisfação com o lugar em que vive, desempenho do município para IST e qualidade de vida percebida e satisfação com o lugar em que vive e importância de IST obtiveram correlação fraca, no entanto, não suficientemente para que fossem descartadas. A relação qualidade de vida percebida e importância de IST apresentou uma correlação moderada e por fim, a satisfação com o local que vive e qualidade de vida percebida apresentando uma relação forte confirmando resultados de estudos como Medeiros e Costa (2015). Por meio da confirmação das hipóteses da pesquisa foi possível a pesquisa alcançar o seu objetivo geral, atendendo aos objetivos específicos 1, 2 e 3.

O quarto objetivo específico do estudo, embora não esteja interligado diretamente a atender o objetivo geral do estudo, foi listado para análise devido à forma que foram coletados os dados, tendo como intuito realizar uma comparação dentre os respondentes por municípios. Para isso foi realizada uma análise de importância e desempenho, tendo por base o estudo de Boley, McGehee, e Hammett (2017), no entanto, esta análise foi realizada com a comparação de médias, por meio de uma análise de teste t pareado entre importância de IST e desempenho do município para IST na percepção de moradores de três localidades distintas (Bananeiras, Seixas e Cabedelo).

O presente estudo pode contribuir com a literatura como sugerido por Hadinejad, Nunkoo, Moyle, Scott e Kralj, (2019), sobre a temática de turismo no bem-estar dos residentes, investigando não apenas a qualidade de vida da comunidade local e seu apoio ao turismo, como também a satisfação com o lugar em que vive, sendo possível agregar uma visão do campo de marketing como contribuição para pesquisas de turismo e bem-estar, ressaltando a importância da concentração das interações dinâmicas entre os impactos do turismo (econômico, sociocultural e ambiental) e diferentes aspectos do bem-estar, como exemplo, qualidade de vida percebida, tema este abordado no estudo. Outra contribuição com a literatura, foi também a influência que a importância que as IST

podem ter para a qualidade de vida percebida e também com a satisfação com o lugar em que vive, o estudo se voltou também para uma perspectiva, conforme identificado por Uysal et al., (2015) de preocupação que a qualidade de vida dos residentes fosse afetada pelo turismo.

O estudo também visou contribuir com a área de marketing de lugares, enaltecendo sua importância para decisões governamentais e também com contribuições para a literatura, quando convergindo o tema de satisfação com o lugar em que vive e qualidade de vida percebida com o campo do turismo com ênfase no impacto do turismo e atitude de residentes perante iniciativas de turismo sustentável.

Em termos de contribuições práticas do estudo, foi realizada uma validação de escala de 15 itens de iniciativas de turismo sustentável que pode ser aplicada para mensurar em maior escala por governantes a importância e o desempenho do município para IST (econômico, sociocultural e ambiental).

Além disso, a apresentação da IPA neste estudo mostrou-se uma ferramenta de marketing que pode contribuir em tomadas de decisões por governantes aliando a percepção da comunidade quanto a importância e o desempenho e mapear pontos de maior atenção e que precisa ser mantido o foco no planejamento para o desenvolvimento do turismo da região, foi possível perceber que esta é uma ferramenta de fácil aplicação e que pode auxiliar em tomadas de decisões por parte de gestores de municípios. A IPA também pode ajudar fortalecendo a interação com a sociedade, incluindo os residentes e os atribuindo a devida importância que eles possuem conforme apontado pela literatura.

Como uma última contribuição prática, a interação com a amostra da pesquisa por meio de um perfil social, realizando postagens informativas sobre o tema da pesquisa e interagindo com os mesmos sobre dúvidas e curiosidades que surgiram ao visitar o perfil no *instagram*, sendo criada uma identidade visual para a pesquisa, desta forma foi possível captar o interesse para que houvesse a divulgação dos resultados da pesquisa para os respondentes que apresentaram interesse em receber posteriormente as conclusões da pesquisa, desta forma podendo ajudar a fomentar a importância de governantes a tomar decisões quanto a gestão do turismo das cidades refletindo mais sobre como suas ações podem influenciar a satisfação com o lugar em que vive e a qualidade de vida percebida pelos residentes.

Apesar das importantes contribuições teóricas trazidas por este estudo e da tentativa de inovação de temática abrangendo uma perspectiva do campo de marketing, é preciso ressaltar que qualquer método utilizado em pesquisas, não está isento de vieses e

limitações. Nesse sentido, existem algumas questões que merecem ser mencionadas neste encerramento. Com relação à natureza da amostra, não se pode generalizar os resultados encontrados para a população da cidade de Bananeiras e Cabedelo. Além disso, embora a amostra do bairro do Seixas tenha sido considerada representativa, talvez expandir o foco do questionário para moradores da cidade de João Pessoa para comparar no campo desempenho equipados dentre cidades poderia ter trazido resultados interessantes, no entanto, foi de escolha da pesquisadora manter a amostra apenas para os cidadãos do bairro do Seixas devido à grande incidência turística para os residentes.

Em relação à forma de coleta esta também pode ser considerada uma limitação, é necessário mencionar que todos os participantes foram convidados a participar da pesquisa por meio de redes sociais, tendo em vista a questão da pandemia não foi possível realizar uma coleta de dados em campo, bem como, o período da pesquisa por ter sido realizada na finalização do ano pode ter contribuído para uma incidência menor de respondentes.

Como sugestão de pesquisas futuras, pode ser explorado em maior profundidade a teoria *bottom-up spillover* e o seu efeito para turismo e no bem-estar dos residentes. Também pode ser verificado se há ações por partes de diferentes municípios para aplicação de medidas efetivas que abarquem as três dimensões de impacto do turismo (econômico, sociocultural e ambiental) em seu planejamento governamental para desenvolvimento do turismo na região e assim, realizar uma comparação dentre as gestões dos municípios.

REFERÊNCIAS:

- Allen, L. R. (1990). Benefits of leisure attributes to community satisfaction. **Journal of Leisure Research**, 22, 183-96.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, P. G. (2011) Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. **Journal of Travel Research**, 50(3), 248–260.
- Andereck, L. K., Valentine, M. K., Knopf, C.R., & Vogt A.C. (2005) Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, 32, 1056–1076.
- Aref, F. (2011) The effects of tourism on quality of life: a case study of Shiraz, Iran. **Life Science Journal**, 8(2), 26-30.
- Ashworth, G. J., & Voogd, H. (1990). Selling the city: marketing approaches in public sector urban planning. London: Belhaven
- Asmelash, G.A., & Kumar, S. (2019) Assessing progress of tourism sustainability: developing and validating sustainability indicators. **Tourism Management**, 71, 67-83.
- Azzopardi, E., & Nash, R. (2013). A critical evaluation of importance e performance analysis. **Tourism Management**, 35, 222-233.
- Biagi, B., Brandano, G. M., & Detotto, C. (2012) The effect of tourism on crime in Italy: a dynamic panel approach. **Economics: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal**, 6, 12-25.
- Boley, B. B., McGehee, G. N., & Hammett, T. L. A. (2017) Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: the resident perspective. **Tourism Management**, 58, 66-77.
- Borsa, C. J., Damásio, F. B., & Bandeira, R. D. (2012) Adaptação e validação de instrumentos psicológicos entre culturas: algumas considerações. **Paidéia**, 22(53), 423-432.
- Braun, E. (2008). City marketing: Towards an integrated approach. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management (ERIM).
- Brida, G.J., Osti, L., & Faccioli, M. (2011) Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: a case study of the small rural community of Folgaria (Trentino – Italy). **Benchmarking: An International Journal**, 18(3), 359-385.
- Byrd, E. T. (2007) Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. **Tourism Review**, 62(2), 6-13.
- Camfield, L., & Skevington, M., S. (2008) On subjective well-being and quality of life. **Journal of Health Psychology**, 13(6) 764–775.
- Carneiro, J. M., Eusébio, C., & Caldeira, A. (2017) The influence of social contact in residents' perceptions of the tourism impact on their quality of life: a structural equation model. **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, 1-30.
- Costa, F. J. (2011) Mensuração e desenvolvimento de escalas: aplicações em Administração. Rio de Janeiro.
- Costanza, R., Fishera. B., Alib, S., Beerc, C., Bondd, L., Boumansa, R., Danigelise, L. N., Dickinsonf, J., Elliottc, C., Farleya, J., Gayerg, E. D., Glennh, M. L. , Hudspethb, T., Mahoneyi, D., McCahillj, L., McIntoshk, B., Reedl, B., Rizvim, S., Rizzon, M. D., Simpaticoj, T., Snappo, R. (2007) Quality of life: an approach integrating opportunities, human needs, and subjective well-being. **Ecological Economics**, 61, 267 – 276.
- Creswell, J. W. (2007) Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto. 2ª edição. Porto Alegre: Artmed.

- Csikszentmihalyi, M. (1975) Play and intrinsic rewards. **Journal Humanistic Psychology**, 15(3), 41-63.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000) “The ‘what’ and ‘why’ of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior” **Psychological Inquiry** 11, 227–268.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985.) The satisfaction with life scale. **Journal of Personality Assessment**, 49(1), 71-75.
- Dłużewska, M. A. (2018) Well-being versus sustainable development in tourism—The host perspective. **Sustainable Development**, 23, 1-11.
- Edgell, L. D. (2020) *Maning Sustainable Tourism: A legacy for the future*. Routledge.
- Filep, S., & Laing, J. (2018) Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology. **Journal of Travel Research**, 58(3), 343-354.
- Fleck, P. A. M., Louzada, S., Xavier, M., Chachamovich, E., Vieira, G., Santos, L. Pinzon, V. (2000) Aplicação da versão em português do instrumento abreviado de avaliação de qualidade de vida “WHOQOL-bref”. **Revista de Saúde Pública**, 34(2), 178—183.
- Font, X., & McCabe, S. (2017) Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential, **Journal of Sustainable Tourism**, 25(7), 869-883.
- Fredrickson, B. L. (2001) The role of positive emotions in positive psychology: the broaden-and-build theory of positive emotions. **American Psychologist** 56 (3), 218–26.
- Fyall, A., & Garrod, B. (2005) *Tourism marketing: a collaborative approach*, 1st ed. Clevedon, U.K.: Channel View Publications, 4, 225-322.
- Garau-Vadell, J. B., Gutierrez-Taño, D., & Diaz-Armas, R. (2016) Economic crisis and residents’ perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. **Journal of Destination Marketing & Management**, 7, 68-75.
- Gilbert, D, & Abdullah, J. (2002) A study of the impact of the expectation of a holiday on an individual's sense of well-being. **Journal of Vacation Marketing**, 6, 352-361.
- Godovykh, M., & Ridderstaat, J. (2020) Health outcomes of tourism development: A longitudinal study of the impact of tourism arrivals on residents’ health. **Journal of Destination Marketing & Management**, 17, 1-7.
- Hadinejad, A., Nunkoo, R., Moyle, D. B., Scott, N., & Kralj, A. (2019) Residents’ attitudes to tourism: a review. **Tourism Review**, 74(2), 1-17.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009) *Análise multivariada dos dados*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with Implications for tourism planning. **Journal of Planning Literature**, 18(3), 251–266
- Hartwell, H., Fyall, A., Willis, C., Page, S., Ladkin, A., & Hemingway, A. (2016): Progress in tourism and destination wellbeing research. **Current Issues in Tourism**, 21(16), 1830-1892.
- Huta, V., & Ryan, R. M. (2010) Pursuing pleasure or virtue: the differential and overlapping well-being benefits of hedonic and eudaimonic motives. **Jornal of Happiness Studies**, 11, 735–762.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020. Resultado dos Dados Preliminares do Censo -2010 Ponta do Seixas. Acesso em 26 de dezembro 2020 <https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/761#resultado>
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020. Resultado dos Dados Sobre Cidade de Cabedelo. Acesso em 26 de dezembro 2020 <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/cabedelo/panorama>

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020. Resultado dos Dados Sobre Cidade de Bananeiras. Acesso em 26 de dezembro 2020 <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pb/bananeiras.html>

Insch, A., & Florek, M. (2008) A great place to live, work and play. **Journal of Place Management and Development**, 1(2), 138 – 149.

Källström, L., & Hultman, J. (2018) Place satisfaction revisited: residents' perceptions of "a good place to live". **Journal of Place Management and Development**, 2(3), 274-290.

Khizindar, M. T. (2012): Effects of tourism on residents' quality of life in Saudi Arabia: an empirical study, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 617-637.

Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, J. M. (2013) How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? **Tourism Management**, 36, 527-540.

Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. **Sustainability**, 10(12), 1–15.

Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. New York: The Free Press

Lavoie, R., & Main, K. (2019) Consumer microflow experiences. **Psychological Marketing**, 36, 1133-1142.

Linley, A. P., Maltby, J., Wood, M. A., & Osborne, G. (2009) Measuring happiness: The higher order factor structure of subjective and psychological well-being measures. **Personality and Individual Differences**, 47, 878–884.

Liu, J., & Var, T. (1986) Resident attitudes towards tourism impacts in Hawaii. **Annals of Tourism Research**, 13, 193–214.

Malhotra, N. K. (2006) *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Trad. Laura Bocco, 4. ed. Porto Alegre: Bookman.

Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. **Journal of Marketing**, 41(1), 77–79.

Martínez-García, E., Raya, M. J., & Majó, J. (2017) Differences in residents' attitudes towards tourism among mass tourism destinations. **Int J Tourism Res**, 19(5), 535-545.

Mathew, V. P., & Sreejesh, S. (2017) Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 31, 83-89.

Medeiros, G. F., & Costa, J. F. (2015) Satisfação e apego ao lugar: implicações para qualidade de vida em uma visão de marketing de lugares. **Turismo em Análise**, 26(4), 795-816.

Milman, A., & Pizam, A. (1988) Social impacts of tourism on central Florida. **Annals of Tourism Research**, 15, 191-204.

Mišič, U. K., & Podnar, K. (2016) Perception of city management, fellow residents, and Perceived External Prestige (PEP) as antecedents of city affective commitment - The city marketing perspective. **Cities**, 1-9.

Mitas, O., & Kroesen, M. (2019) Vacations over the years: a cross-lagged panel analysis of tourism experiences and subjective well-being in the Netherlands. **Journal of Happiness Studies**, 21, 2807–2826.

Oh, H. (2001). Revisiting importance and performance analysis. **Tourism Management**, 22(6), 617-627.

Pearce, P. L., & Packer, J. (2013). Minds on the move: New links from psychology to tourism. **Annals of Tourism Research**, 40, 386-411.

Pope, E. (2018) Tourism and wellbeing: transforming people and places, **International Journal of Spa and Wellness**, 1, 69-81.

- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2016) Exploring well-being as a tourism product resource. **Tourism Management**, 55, 94-105
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: a review of research on hedonic and eudaimonic well-being. **Annual Review of Psychology**, 52, 141-166.
- Ryff, D. C., & Keyes, M. L. C. (1995) The structure of psychological well-being revisited. **Journal of Personality and Social Psychology**, 69, 719-727.
- Ryff, D. C., & Singer, B. (1998) The contours of positive human health. **Psychol. Inq**, 9, 1-28.
- Seligman, P. E. M. (2012) *Florescer: uma nova compreensão sobre a natureza da felicidade e do bem-estar*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Seligman, P. E. M., & Csikszentmihalyi, M. (2000) Positive psychology, **American Psychologist**, 55, 5-14.
- Sharpley, R. (2014) Host perceptions of tourism: A review of the research. **Tourism Management**, 42, 37-49.
- Sirgy, J. M., Samli, C. A., & Meadow, L. H. (1982) The Interface between quality of life and marketing: a theoretical framework. **Journal of Marketing & Public Policy**, 1, 69-84.
- Sirgy, M. J., Lee, J. D., Larsen, V., & Wright, N. (1998) Satisfaction with material possessions and general well-being: the role of materialism. **Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior**, 11, 103-118.
- Smith, K. M., & Diekmann, A. (2017) Tourism and well-being. **Annals of Tourism Research**, 66, 1-13, v. 66.
- Stiglitz, J., Sem, A., & Fitoussi, J. (2009) Report by the commission on the measurement of economic performance and social progress, p. 149. Available at: <http://www.stiglitz-sen-toussi.fr/en/index.htm>.
- Su, L., Huang, S. S., & Huang, J. (2016) Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 42(7), 1039-1057.
- Tatoglu, E., Erdal, F., Ozgur, H., & Azakli, S. (2002) Resident attitudes toward tourism impacts. **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, 3(3), 79-100.
- Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Maurer, O. (2016) Development of city tourism and well-being of urban residents: A case of German Magic Cities. **Tourism Economics**, 23(2), 343-359.
- Toledo, G. L., & Ovalle, I. I. (2012) *Estatística básica*. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Uysal, M., Sirgy, J. M., Woo, E., & Kim, L. H. (2015) Quality of Life (QOL) and well-being research in tourism. **Tourism Management**, 53, 244-261.
- Vada, S., Prentice, C., & Hsiao, A. (2019) The influence of tourism experience and well-being on place attachment. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 47, 322-330.
- Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020) Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review. **Tourism Management Perspectives**, 33, 1-14.
- Volo, S. Eudaimonic well-being of islanders: Does tourism contribute? The case of the Aeolian Archipelago. **Journal of Destination Marketing & Management**, 6(4), 465-476.
- Waterman, A. S. (1993) Two conceptions of happiness: contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. **J. Pers. Soc. Psychology**, 64, 678-691.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001) Community issues and resident opinions of tourism. **Annals of Tourism Research**, 28(2), 269-290.

Yoo, J., & Park, M. (2016) "The effects of e-mass customization on consumer perceived value, satisfaction, and loyalty toward luxury brands". **Journal of Business Research**, 69(12), 5775-5784.

Zenker, S., Braun, E., & Petersen, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, 58, 15–27.

Zenker, S., Petersen, S., & Aholt, A. (2013) The Citizen Satisfaction Index (CSI): Evidence for a four basic factor model in a German sample. **Cities**, 31, 156-164.

Zhuang, X., Yao, Y., & Li, J. (2019) Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China. **Sustainability**, 11, 1-19.

Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos em Bananeiras										
Proteger a qualidade do ar de Bananeiras										
Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para Bananeiras										
Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município										

Qual o seu grau de escolaridade?

- Ensino fundamental incompleto/completo
 Ensino médio incompleto/completo
 Ensino superior incompleto/completo
 Pós-graduação incompleta/completa

Qual a sua idade? _____

Será que você é satisfeito com o lugar em que vive?

Com relação ao lugar em que você vive, pedimos para que você marque de 1 a 10, onde 1 significa que você discorda totalmente e 10 que você concorda totalmente com as seguintes afirmações.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Eu estou satisfeito com o que tenho à disposição na cidade onde moro										
Minha experiência com o que tenho na cidade onde resido é satisfatória										
O que tem na cidade onde resido é exatamente o que preciso										
Eu acredito que a cidade onde vivo me fornece bons serviços										

Qual sua renda familiar mensal?

- Até R\$1.000,00
 Acima de R\$1.000,00 até R\$3.000,00
 Acima de R\$3.000,00 até R\$5.000,00
 Acima de R\$5.000,00

Há quanto tempo você reside nesta cidade?

- Menos de 1 ano
 Entre 1 à 5 anos
 Entre 6 à 10 anos
 Entre 11 à 15 anos
 Entre 16 à 20 anos
 Mais de 20 anos

E sobre Qualidade de Vida (QV)?

Sobre a percepção que você possui com relação a sua vida e o lugar que você reside. Pedimos para que você faça uma análise e indique o quanto concorda ou discorda das afirmações abaixo:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Em geral minha vida está próxima do ideal										
Eu já alcancei as coisas que considero importantes na vida										
Eu estou satisfeito com minha vida										
Se eu pudesse viver minha vida novamente, eu não mudaria quase nada										
As minhas condições de vida são excelentes										

Qual o seu gênero?

- Feminino
 Masculino

Atualmente você

- Está trabalhando
 Não está trabalhando

Percepção sobre o DESEMPENHO do seu município para ações de iniciativas do turismo sustentável

Quão bem o governo ou a prefeitura do seu município atua nestas ações? Onde 1 corresponde à Péssimo e 10 à Excelente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Apoiar empreendimentos turísticos locais de Bananeiras										
Fazer de Bananeiras um destino visitável nas quatro estações										
Elevar o número de trabalhos na área de turismo em Bananeiras										
Proporcionar aos turistas de Bananeiras uma experiência de excelência em sua visita										
Proporcionar oportunidades que todos em Bananeiras participem das decisões relacionadas ao desenvolvimento do turismo										
Elevar a qualidade de vida dos residentes de Bananeiras										
Preservar a cultura e patrimônio de Bananeiras										
Decretar políticas de zoneamento ambiental em Bananeiras										
Intensificar parcerias entre membros das comunidades de Bananeiras										
Proteger a qualidade da água de Bananeiras										
Conservar o meio ambiente de Bananeiras										
Proteger a qualidade do ar de Bananeiras										
Desenvolver empreendimentos turísticos certificados como ecologicamente corretos em Bananeiras										
Limitar o desenvolvimento turístico numa escala apropriada para Bananeiras										
Garantir que o desenvolvimento turístico não exceda os recursos do município										

Obrigada 😊

Sua participação foi muito importante! Agradeço sua colaboração!

Você gostaria de receber posteriormente um resumo sobre o resultado desta pesquisa?

- Sim
 Não

Caso sim, deixe aqui seu e-mail para possamos encaminhar um resumo quando a pesquisa for concluída! _____

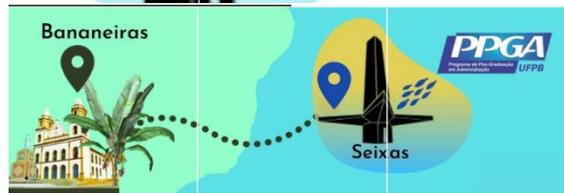
APÊNDICE B: PERFIL VIA INSTAGRAM PARA CAPTAÇÃO DE RESPONDENTES.



EXPLORE, CUIDE & AME CABEDELO



EXPLORE, CUIDE & AME O SEIXAS



<p>TURISMO & SUSTENTABILIDADE</p> <p>OXE! QUAL É O COSTO DO MUNDO NOSSO, MAS TEM QUE ME AJUDAR A CUIDAR TAMBÉM!</p>	<p>QUALIDADE DE VIDA (QV)</p> <p>BEM-ESTAR OBJETIVO E PSICOLÓGICO?</p> <p>Vamos criar uma rede de compartilhamento?</p>	<p>SATISFAÇÃO COM O LUGAR QUE VIVE</p> <p>MKT DE LUGARES?</p> <p>Desenvolvimento do Turismo?</p> <p>QUAL A RELAÇÃO COM A QUALIDADE DE VIDA E NA SATISFAÇÃO COM O LUGAR EM QUE VIVE?</p>
--	--	--

EXPLORE, CUIDE & AME BANANEIRAS



Postagens informativas realizadas no perfil.

Data	Conteúdo
1ª postagem 28 de novembro de 2020	Meu nome é Gabriela, sou mestranda em Administração com ênfase em Marketing e Sociedade pelo PPGA/UFPB e estou realizando uma pesquisa sobre a “Percepção sobre a importância e desenvolvimento do turismo e sua relação com a qualidade de vida e a satisfação com o lugar em que mora por residentes de áreas turísticas”. Este perfil foi criado para que pudesse me conectar com vocês e poder contar com a ajuda de vocês para entender melhor sobre o assunto. Esta pesquisa será realizada em duas etapas, sendo a primeira com os residentes de Bananeiras e outra com os residentes do bairro do Seixas em João Pessoa. A participação de você, morador de Bananeiras é de muita importância e os resultados obtidos desta pesquisa serão compartilhados com vocês se quiserem. Vou explicar um pouquinho sobre a ideia em cada publicação 
2ª postagem 28 de novembro de 2020	Por que a cidade de Bananeiras? Bem, aqui na Paraíba a cidade de Bananeiras nos últimos anos tem sido bem procurada como um refúgio na Serra e vem se desenvolvendo para o turismo a cada ano que passa. * Esta pesquisa visa compreender a percepção dos residentes da cidade sobre como o turismo vem se desenvolvendo e se vocês acham importante esse crescimento. Além disso busco analisar como anda o desempenho do município para este processo na percepção de vocês. * A contribuição de vocês é bastante importante para que possamos de certa forma ouvir e entender a sua visão sobre o assunto, os resultados podem servir de base para que o município utilize como forma de melhorar algo ou se ter ideia se estão no caminho certo quanto as diretrizes para o desenvolvimento do turismo na região  Alinhado a isso pretendo entender a relação deste desenvolvimento com a qualidade de vida (QV) e satisfação com o lugar em que vive, nas próximas postagens explicarei um pouco mais sobre isso para vocês 
3ª postagem 30 de novembro de 2020	Boa noite pessoal de Bananeiras, que tal ajudar a entender melhor sobre desenvolvimento do turismo e a relação com a qualidade de vida e satisfação com o lugar que reside?  Ei moradores, vocês são parte essenciais de um processo turístico, será que Bananeiras tem seu apoio? O que será que o turismo pode ajudar no desenvolvimento socioeconômico, cultural e ambiental? Vamos descobrir juntos? Posso lembrar mais uma vez que sua participação cidadão bananeirense é muito importante?  Vamos ajudar essa pesquisa compartilhando com seus amigos, colegas, familiares que residem em Bananeiras? Queremos conhecer vocês  #bananeiras #bananeiraspb
4ª postagem: 1 de dezembro de 2020	Olá moradores de Bananeiras! Já pensou se juntos fizéssemos parte de uma rede de compartilhamento? 

	<p>Captar respondentes para uma pesquisa não é mole não, mas se de 1 em 1 conseguirmos compartilhar podemos alcançar muitas pessoas e contribuir diretamente com resultados!</p> <p>E assim vou caminhando nesta pesquisa, venho entrando em contato, apresentando a pesquisa, abusando um pouquinho de vocês pedindo ajuda para compartilhar ☹️ e caso for da sua vontade morador, ajudar na proliferação do conhecimento científico de forma livre e sem pressão...🙏</p> <p>Assim seremos uma rede de pessoas! A cada um que tirou 3 minutos do seu tempo para responder esta pesquisa, muito obrigada! A cada um que além de tirar 3 minutos do seu tempo, ajudou a compartilhar e pediu para que um amigo ou familiar residente de Bananeiras respondesse também, muito obrigada ❤️</p> <p>Gratidão 🌸🌻</p>
<p>5ª postagem 4 de dezembro de 2020</p>	<p>Já parou para pensar morador de Bananeiras que vocês são partes fundamentais para o desenvolvimento do turismo na cidade?</p> <p>O turismo pode impactar diretamente em três esferas: econômico, sociocultural e ambiental.</p> <p>Você já imaginou que o seu contato e o seu envolvimento com o turismo pode aproximar mais pessoas a conhecer a sua cidade? Além disso, e se essas atitudes pudessem influenciar turistas a fazer parte de um sistema de turismo sustentável e ajudar vocês a cuidar do município?</p> <p>Afinal, gentileza gera gentileza 🌸</p> <p><u>#bananeiras #bananeiraspb #turismo #moradores #moradoresdebananeiras</u></p>
<p>6ª postagem 6 de dezembro de 2020</p>	<p>Hoje vou compartilhar um pouco mais sobre esta pesquisa com vocês! Este estudo está firmado em três aspectos: marketing, psicologia positiva e turismo. Vou começar falando sobre a ênfase no campo de marketing.</p> <p>Bem, ao pensar em marketing muitos o enxergam de forma negativa, como uma forma de persuadir ao consumo, mas há outras vertentes do marketing que vai muito além disso, é o mkt e sociedade. Nessa linha de pensamento o mkt tem a preocupação em cuidar de nós cidadãos e é nessa linha de pensamento que o PPGA vem pesquisando ❤️</p> <p>Esta pesquisa traz uma perspectiva de marketing de lugares, deixa a gente te contar um pouco sobre 😊</p> <p>O mkt de lugares pode ser compreendido como um uso coordenado de ferramentas de marketing apoiadas por uma filosofia orientada ao cliente de forma compartilhada, no intuito de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas urbanas que têm valor para os clientes da cidade e para a comunidade da cidade (Braun, 2008). No entanto, é preciso entender que embora o mkt de lugar tenha uma intenção econômica, o aumento das funções sociais - como a satisfação do cidadão - também constitui uma meta principal, e é por isso que esta pesquisa aborda uma visão de mkt de lugares voltado para a satisfação com o lugar em que vive.</p> <p>Isnch e Flock (2008) defendem que a população residente em uma cidade é estrategicamente o segmento mais valioso entre aqueles direcionados pelos profissionais de marketing de lugares, a qualidade de vida dos residentes, logo sua</p>

	<p>satisfação com sua cidade de residência deve ser o objetivo final da gestão do local, e esta pesquisa compartilha desse mesmo pensamento. Por isso a participação de vocês é considerada valiosa, como falamos no post anterior, o residente da cidade é parte fundamental para seu desenvolvimento.</p> <p>Se gostou, curta aqui e comenta </p> <p>Ah sim! As referências:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insch, A.; Florek, M. A great place to live, work and play. Journal of Place Management and Development, vol. 1, iss 2 pp. 138-149, 2008. • Braun, E. City marketing: Towards an integrated approach. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management (ERIM), 2008.
<p>7ª postagem 8 de dezembro de 2020</p>	<p>Olá moradores </p> <p>hoje estou aqui para falar sobre a segunda área que a pesquisa aborda, a Psicologia Positiva. Você já ouviu falar? </p> <p>De acordo com Filep e Laing (2018), a psicologia positiva - o estudo do que torna a vida digna de ser vivida - foi definida como uma área de estudo que busca destacar o papel das emoções positivas, forças de caráter e instituições positivas que servem ao bem-estar e à felicidade humana.</p> <p>O bem-estar por sua vez, é um tópico que tem despertado crescente interesse com o surgimento da psicologia positiva, este pode ser classificado de duas maneiras, sendo subjetivo/hedônico e psicológico/eudaimônico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na prática, bem-estar subjetivo é um termo que soa mais científico para o que as pessoas geralmente querem dizer com felicidade, qualidade de vida, satisfação com a vida, afeto positivo e negativo. • O bem-estar psicológico por sua vez, se relaciona a um impacto a longo prazo, em oposição a experiências hedonísticas de curto prazo. De acordo com Ryff (1995), no funcionamento psicológico positivo seis componentes distintos. <p> O foco desta pesquisa por sua vez está no bem-estar subjetivo/hedônico com ênfase na qualidade de vida percebida de moradores de áreas turísticas. Conforme Uysal et al. (2015), o grau em que residentes são impactados pelas atividades turísticas também pode resultar em diferentes tipos de impactos (culturais, físicos, econômicos e ambientais) ao longo do tempo, que por sua vez podem afetar o bem-estar de turistas e residentes, a experiência de férias e a qualidade de vida percebida no destino onde o turismo ocorre.</p> <p>Ah sim, as fontes caso queiram maiores informações </p> <p>Filep, S.; Laing, J. Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology. Journal of Travel Research, p.1 -12, 2018. Ryff, D. C.; Keyes, M. L. C. The Structure of Psychological Well-Being Revisited. Journal of Personality and Social Psychology, v.69, p.719-727, 1995. Uysal, M.; Sirgy, J, M.; Woo, E.; Kim, L. H. Quality of Life (QOL) and well-being research in tourism. Tourism Management, p.1-18, 2015.</p>
<p>8ª postagem 8 de dezembro de 2020</p>	<p>Olá moradores </p> <p>vamos falar da última temática que também aborda esta pesquisa, o turismo e a sustentabilidade!</p> <p>O turismo pode ser considerado um componente importante dos programas de desenvolvimento econômico, sócio cultural e ambiental em todo o mundo. Os</p>

	<p>residentes por sua vez, em muitas áreas, estão enfrentando os impactos e benefícios do turismo pela primeira vez. Logo, possuir o apoio ao residente é crucial para garantir o sucesso e a sustentabilidade dos destinos turísticos, pois pode afetar questões-chave, como sua vontade de trabalhar na indústria de turismo. 🏠 🏡 ✂️</p> <p>Smith e Diekmann (2017) mostram que as teorias da sustentabilidade 🔄 tentam cada vez mais adotar noções de utilitarismo no bem-estar, o que significa desenvolver destinos que criem o maior número de benefícios para o maior número de pessoas dentro dos limites dos recursos da Terra. Sendo assim, a forma ideal de desenvolvimento do turismo seria a utilitária e assim não comprometeria o bem-estar da população local.</p> <p>Considerando os residentes parte fundamental para o sucesso de um programa de desenvolvimento turístico, compreender melhor as atitudes de residentes em relação ao turismo podem ser incentivadoras e esclarecedoras para estratégias de melhorias de turismo em áreas turísticas, mas que precisam ter o apoio de residentes, podendo fornecer bons insights para a gestão pública, como exemplo o estudo realizado por Boley, McGehee e Hammett (2017).</p> <p>Sendo assim, essa pesquisa 📖 busca compreender melhor na percepção de residentes como iniciativas de turismo sustentável, considerando o desenvolvimento econômico, social e cultural, na percepção de moradores de áreas turísticas sobre a importância que isto possui para o indivíduo e qual o desempenho do município para estes tipos de iniciativas.</p> <p>As referências caso queiram entender mais a fundo 📖 Boley, B.B.; McGehee, G, N.; Hammett, T. L. A. Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The residente perspective. <i>Tourism Management</i>, v. 58, p. 66-77, 2017. Smith, K. M.; Diekmann, A. Tourism and well-being. <i>Annals of Tourism Research</i>, P. 1-13, v. 66, 2017.</p>
--	--