



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

JEAN BRUNO DE FARIAS SANTOS

**PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE O IMPACTO DO TURISMO
EM CIDADES DO BREJO PARAIBANO - UM ESTUDO LONGITUDINAL**

JOÃO PESSOA

2023

JEAN BRUNO DE FARIAS SANTOS

**PERCEPÇÃO DOS RESIDENTES SOBRE O IMPACTO DO TURISMO
EM CIDADES DO BREJO PARAIBANO - UM ESTUDO LONGITUDINAL**

Relato monográfico de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Administração pela Universidade Federal da
Paraíba.

Orientadora: Profa. Dra. Fabiana Gama de
Medeiros.

JOÃO PESSOA

2023

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração.

Aluno: Jean Bruno de Farias Santos

Trabalho: Percepção dos residentes sobre o impacto do turismo em cidades do Brejo paraibano - um estudo longitudinal

Área da pesquisa: Marketing

Data de aprovação: 01 de junho de 2023

Banca examinadora



Orientadora
Prof. Dra. Fabiana Gama da Medeiros

Documento assinado digitalmente
 DIANA LUCIA TEIXEIRA DE CARVALHO
Data: 07/06/2023 17:51:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Membro 1
Prof. Dra. Diana Lúcia Teixeira de Carvalho

Documento assinado digitalmente
 HELEN SILVA GONCALVES
Data: 07/06/2023 15:18:22-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Membro 2
Prof. Dra. Helen Silva Gonçalves

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S237p Santos, Jean Bruno de Farias.

Percepção dos residentes sobre o impacto do turismo
em cidades do Brejo paraibano - um estudo longitudinal
/ Jean Bruno de Farias Santos. - João Pessoa, 2023.
54 f. : il.

Orientação: Fabiana Gama de Medeiros.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Marketing de lugares. 2. Percepção dos
residentes. 3. Impacto do turismo. 4. Impacto social,
econômico e ambiental. 5. Brejo paraibano. I. Medeiros,
Fabiana Gama de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

Dedico o presente trabalho aos meus pais, Maria Betânia e José da Penha (in memoriam), meus avós Geralda e Antônio Farias (in memoriam), às minhas queridas irmãs Jobênia e Jéssika Marry, a Gabriel Teodósio, a meus professores, a meus amigos e colegas de curso, a todos aqueles que contribuíram e contribuem em minha jornada acadêmica, e a todos que estiveram e estão ao meu lado nos momentos em que mais precisei.

AGRADECIMENTOS

À Jeová Deus, pelo dom da vida e provisor de toda graça e benção.

À minha mainha, Maria Betânia, pelo carinho, dedicação, amor e atenção incondicionais.

Ao meu painho, José da Penha (in memoriam), meu primeiro e grande professor da vida, por ser a inspiração e incentivo para a vida acadêmica. Desejo que sinta orgulho de seu filho e olhe por mim.

À Profa. Dr. Fabiana Gama de Medeiros, por quem tenho grande admiração, respeito e afeto, e que colaborou sobremaneira para a realização deste trabalho, a maior incentivadora e apoiadora para que este trabalho finalmente viesse ao mundo;

Às minhas irmãs Jobênia e Jéssika Marry pelo incentivo, compreensão e suporte;

À Gabriel Teodósio, por todo amor, companheirismo, parceria, incentivo, alento e paciência.

À Amires Soares, minha sócia, por ter segurado as pontas e pela forte parceria de anos;

À Alana Francisco, minha querida amiga, pelo incentivo para que esse trabalho fosse realizado;

À querida Edjane Lucena, aos colegas Ranielly Sales, Guilherme Nunes e Douglas Borges, e aos meus primos João Pedro e Pedro Henrique, que contribuíram muito para o êxito deste trabalho.

À minha querida Tia Maria de Lourdes, pela recente e graciosa presença em nossas vidas.

Aos amigos Adson Araújo, Ana Maria, Ayexa Tavares, Bruno Sarmento, Diego Dália, Eduardo Barroca, Hélio Freitas, Hélio Araújo, Heron Leite, Hugo Alves, Joás Jerônimo, Klynara Dantas, Leopoldo Bezerra, Nayara Toscano, Pollyana Leite, Roosevelt Silva, Rosimere Araújo, Saulo Dias, Thiago Aureliano, Thiago Fernandes, Wagner Pessoa, dentre tantos outros, pelo companheirismo e amizade;

Às brilhantes professoras e professores Ana Carolina Kruta de Araujo Bispo, Andrea de Fatima de Oliveira Rego, André Gustavo Carvalho Machado, Anielson Barbosa da Silva, Arturo Rodrigues Felinto, Carlo Gabriel Porto Bellini, Celia Cristina Zago, Diana Lucia Teixeira de Carvalho, Fabio Walter, Francisco José da Costa, Helen Silva Goncalves, Joao Batista Soares Neto, Jorge de Oliveira Gomes, Lucimeiry Batista da Silva Rabay, Marcio André Veras Machado, Maria Camerina Maroja Limeira, Nadja Valeria Pinheiro, Nelsio Rodrigues de Abreu, Renata Francisco Baldanza, Rosivaldo de Lima Lucena, Samir Adamoglu de Oliveira, Suelle Cariele de Souza e Silva, Walmir Rufino da Silva, mestres e doutores com as/os quais tive a oportunidade de aprender e me tornar o profissional que hoje sou;

À todos que direta ou indiretamente contribuíram com a realização deste trabalho.

“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Não sou o que deveria ser, mas Graças a Deus, não sou o que era antes”.

(Marthin Luther King)

RESUMO

O turismo é uma das atividades econômicas mais importantes em todo o mundo, gerando empregos, movimentando a economia e fomentando a cultura entre os visitantes e moradores locais. Pode remeter ao turista a ideia de férias, ao empreendedor a ideia de lucro, aos trabalhadores a ideia de geração de emprego e renda e à comunidade a ideia de desenvolvimento local. Contudo, o turismo pode gerar impactos ao local, como: ambientais, sociais, econômicos e culturais. Por isso, é importante que a população local tenha percepção sobre o impacto do turismo em suas comunidades e participe ativamente da discussão dessas questões. O objetivo da pesquisa é mensurar e analisar a percepção dos residentes sobre o impacto do turismo em municípios localizados na região do Brejo paraibano, especialmente Bananeiras e Solânea. Para operacionalização da pesquisa, foram utilizadas escalas de mensuração, do tipo Likert de 10 pontos, dos construtos de impacto percebido acerca da atividade turística e apoio à atividade turística. A pesquisa foi realizada na região do Brejo Paraibano, especialmente os municípios de Bananeiras e Solânea, por concentrarem os maiores números de residentes respondentes das amostras da pesquisa e serem cidades polo da região pesquisada. Foram realizados dois processos de amostragem com uma diferença de 5 anos entre as aplicações, a primeira coleta de dados foi feita em agosto do ano de 2018, totalizando 541 questionários válidos e a segunda coleta, foi realizada em abril de 2023, com um total de 406 questionários válidos, permitindo uma comparação entre percepções dos residentes pré e pós pandemia da Covid-19. O processo de aplicação dos questionários foi operacionalizado no sentido de buscar a maior heterogeneidade possível da amostra com aplicações in loco em locais públicos das cidades de Bananeiras e Solânea, bem como por distribuição de questionários online, por Google Forms. As técnicas utilizadas foram de estatísticas descritivas, identificando inicialmente a configuração da amostra a partir dos dados demográficos, utilizando tabelas de frequência para as variáveis categóricas. Os resultados de cada construto foram apresentados a partir de medidas de posição, como média e mediana, medidas de forma como assimetria e curtose, assim como de dispersão, a partir do desvio padrão. Os resultados mostram que há uma boa percepção sobre os benefícios econômicos do turismo para a economia das cidades do brejo paraibano. Os respondentes concordam que os eventos turísticos continuarão a desempenhar um importante papel econômico na comunidade e que as instituições devem fazer mais para promover o turismo. O turismo proporcionou aumento da disponibilidade de serviços e lazer, incentiva a criação de parque e áreas de lazer para os moradores locais e atribuíram melhorias de instalações públicas locais como proporcionadas pelo turismo. Outro impacto observado pelos moradores foi a melhoria da qualidade de serviços públicos (polícia, guarda municipal e bombeiros). Os resultados do estudo indicam que os residentes têm percepção positiva em relação ao turismo. Constata-se que os residentes estão em apoio da promoção, planejamento e desenvolvimento da atividade turística. Também é interessante notar que os moradores tenderam a perceber favoravelmente os impactos positivos econômicos e socioculturais.

PALAVRAS-CHAVE: marketing de lugares, residentes, percepção, turismo, brejo paraibano.

ABSTRACT

Tourism is one of the most important economic activities around the world, generating jobs, moving the economy and fostering culture among visitors and local residents. It can refer to the tourist the idea of vacation, to the entrepreneur the idea of profit, to the workers the idea of job and income generation and to the community the idea of local development. However, tourism can generate impacts to the place, such as: environmental, social, economic and cultural. Therefore, it is important that the local population is aware of the impact of tourism on their communities and actively participates in the discussion of these issues. The objective of the research is to measure and analyze the perception of residents about the impact of tourism in municipalities located in the Brejo region of Paraíba, especially Bananeiras and Solânea. To carry out the research, 10-point Likert-type measurement scales were used for the constructs of perceived impact on tourism activity and support for tourism activity. The survey was carried out in the region of Brejo Paraibano, especially the municipalities of Bananeiras and Solânea, as they concentrate the largest numbers of residents responding to the survey samples and are hub cities in the surveyed region. Two sampling processes were carried out with a difference of 5 years between applications, the first data collection was carried out in August 2018, totaling 541 valid questionnaires and the second collection was carried out in April 2023, with a total of 406 valid questionnaires, allowing a comparison between pre and post Covid-19 pandemic perceptions of residents. The process of applying the questionnaires was operationalized in order to seek the greatest possible heterogeneity of the sample with applications in loco in public places in the cities of Bananeiras and Solânea, as well as by distributing questionnaires online, through Google Forms. The techniques used were descriptive statistics, initially identifying the sample configuration from demographic data, using frequency tables for categorical variables. The results of each construct were presented based on position measures, such as mean and median, shape measures such as asymmetry and kurtosis, as well as dispersion, based on the standard deviation. The results show that there is a good perception of the economic benefits of tourism for the economy of the cities in the Paraíba swamp. Respondents agree that tourism events will continue to play an important economic role in the community and that institutions must do more to promote tourism. Tourism provided increased availability of services and leisure, encouraged the creation of parks and leisure areas for local residents and attributed improvements to local public facilities as provided by tourism. Another impact noted by residents was the improvement in the quality of public services (police, city guards and firefighters). The results of the study indicate that residents have a positive perception of tourism. It appears that residents are in support of the promotion, planning and development of tourist activity. It is also interesting to note that residents tended to perceive positive economic and socio-cultural impacts favorably.

KEYWORDS: marketing of places, residents, perception, tourism, marsh in Paraíba.

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1.** Descrição das variáveis ‘local de moradia’, ‘experiência de moradia em outra cidade’ e ‘gênero’**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 2.** Tempo de moradia no local de residência por cidade.....**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 3.** Descrição das variáveis ‘grau de escolaridade’ e ‘renda familiar mensal’**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 4.** Descrição das variáveis ‘idade’ e ‘situação empregatícia’**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 5.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para o Impacto Positivo Econômico**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 6.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para o Impacto Positivo Sociocultural**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 7.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Positivos Ambientais**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 8.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Negativos Econômicos**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 9.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Negativos Socioculturais**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 10.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) pra os Impactos Negativos Ambientais**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 11.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para o Apoio Geral ao Turismo**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 12.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para o Apoio ao Desenvolvimento Turístico**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 13.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para o Apoio ao Planejamento do Turismo**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 14.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para a Variável de Agrupamento – Benefícios Pessoais**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 15.** Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para a Variável de Agrupamento - Apoio para Promoção Turística**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 16.** Medidas gerais de média (Σ) e mediana (Md) por cidade**Erro! Indicador não definido.**
- Tabela 17.** Medidas gerais de média (Σ) e mediana (Md) em níveis, por cidade**Erro! Indicador não definido.**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Turismo.....	12
2.2 Impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade turística	13
2.3 Percepção do residente acerca dos impactos da atividade turística.....	14
2.4 Marketing de lugares: (Place Marketing)	15
3. DECISÕES METODOLÓGICAS	17
3.1 Mensuração.....	17
3.2 Contexto da pesquisa.....	19
3.3 Análise dos dados	22
4 ANÁLISE DOS DADOS	23
4.1 Descrição da amostra.....	23
4.2 Análise dos construtos: medidas globais.....	27
5 DISCUSSÃO	41
6 CONCLUSÕES.....	46
7 LIMITAÇÕES E PESQUISAS FUTURAS	48
7.1 Implicações práticas	48
REFERÊNCIAS.....	10

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, a prática do turismo iniciou à medida que o homem passou de sua característica sedentária para viajante, interligando-se com a ação de visitas ou viagens a um determinado local diverso da residência das pessoas que buscam conhecer estes lugares. No entanto, essas viagens não eram consideradas turismo como conhecemos atualmente, isso pois as viagens eram motivadas especialmente pela necessidade de comércio entre os habitantes, o que pode ser presumido que esta modalidade foi precursora ao turismo de lazer.

A Organização Mundial de Turismo (OMT), durante a Conferência Internacional de Estatísticas do Turismo e Viagens, realizada no Canadá (1991), destacaram recomendações fundamentais que definem o conceito de turismo, viajantes e turistas como as atividades realizadas por viajantes que permanecem em lugares fora de seu ambiente usual durante um período de não mais que um ano, a fim de dispor de tempo livre, negócios entre outros. Desse modo, a atividade de turismo surge com a necessidade prévia do fenômeno turístico, formando um processo que engloba interação simultânea entre diversos sistemas, recursos naturais, aspectos sociais, culturais e econômicos, promovendo um resultado para a localidade (BENI, 2019).

O turismo sofreu alterações ao longo do tempo, entretanto, as mudanças não são imediatas e demandam tempo e, em consequência disso, para atender as necessidades dos viajantes, os destinos visitados geram acréscimo quanto ao número de áreas, infraestrutura e condições de acolhimento aos turistas. É importante salientar que o turismo tem se destacado como uma das maiores indústrias do mundo, isso pois, gera efeitos nas localidades, podendo promover impactos positivos ou negativos na economia, cultura, meio social e ambiental das comunidades residentes.

Partindo desse pressuposto é importante compreender a percepção dos residentes quanto aos impactos do turismo, bem como a satisfação das comunidades residentes (RASOOLIMANESH et al., 2017; RIBEIRO et al., 2017). Nessa perspectiva, o planejamento da atividade turística é uma questão que deve ser trabalhada pelos governantes com visão sustentável, uma vez que se mostra como elemento fundamental para gerar desenvolvimento local, buscando equilíbrio na exploração de recursos físicos, naturais e socioculturais da localidade residente.

Na Paraíba, a região do Brejo paraibano é formada por oito cidades, dentre essas Bananeiras e Solânea. De acordo com a PBTUR (Empresa Paraibana de Turismo), o município de Bananeiras apresenta grandes perspectivas econômicas, em virtude do

seu elevado potencial natural, cultural e arquitetônico, condicionante que favorece o setor turístico, que a insere entre as cidades com maior potencial turístico da Paraíba. O município de Solânea, também apresenta potencialidades para o turismo, comércio e economia, que a tem tornado área central e a vem despontando como polo entre as cidades circunvizinhas.

Dessa forma, o objetivo principal da pesquisa é mensurar e analisar a percepção dos residentes sobre o impacto do turismo em municípios localizados na região do Brejo paraibano, especialmente Bananeiras e Solânea. Temos como objetivos secundários: identificar entre os construtos os de maior impacto percebido pelos residentes em relação à atividade turística nos municípios do Brejo paraibano; mensurar o nível de apoio dos residentes à atividade turística na região; identificar as percepções dos residentes sobre os benefícios econômicos gerados pelo turismo no Brejo paraibano; quantificar as percepções dos residentes sobre os impactos sociais e culturais decorrentes do turismo na região; e identificar os principais impactos negativos percebidos pelos residentes do Brejo paraibano.

A pesquisa sobre a percepção dos residentes em relação aos impactos do turismo é um condicionante crucial para o sucesso do turismo enquanto indústria. Os residentes desempenham um papel fundamental na sustentabilidade do turismo, por comporem a engrenagem chave dessa atividade.

A percepção dos residentes é de extrema importância porque são eles que convivem diariamente com os efeitos do turismo em suas comunidades. Eles são os principais afetados pelos impactos positivos e negativos do turismo, tais como mudanças na infraestrutura local, aumento do tráfego, pressão sobre os recursos naturais, e impactos socioculturais e econômicos.

Ao compreender a percepção dos residentes em relação a esses impactos, é possível obter informações valiosas para orientar o planejamento e a gestão do turismo de forma mais sustentável. As percepções dos residentes devem ser consideradas, pois estes possuem um conhecimento íntimo das características e necessidades locais, bem como das potencialidades e limitações da região em relação ao turismo.

Portanto, compreender a percepção dos residentes é crucial para a criação de estratégias que promovam um turismo mais sustentável e aceito pela comunidade local, fatores que justificam nossa pesquisa. Além de Bananeiras e Solânea serem cidades polo da região, terem juntas o equivalente a 50 mil habitantes e serem vizinhas, facilitando a logística na aplicação da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico, inicialmente faremos uma breve contextualização acerca de alguns conceitos sobre turismo, para na sequência abordar as questões relacionadas aos construtos da pesquisa, quais sejam: impactos sociais, econômicos e ambientais e percepção do residente acerca do impacto do turismo.

2.1 Turismo

Os primeiros relatos sobre conceitualização do turismo foram mencionados pelo economista austríaco Hermann Schattenhofen em 1911, ao qual mencionava que o turismo consiste em um processo que compreende especialmente os aspectos econômicos, tendo em vista que este manifesta-se desde a chegada do turista, sua permanência bem como sua saída, que ocorra em um município, estado ou país (BARRETO, 2014). A importância do turismo é de domínio público, pois seus efeitos abrangem os setores da economia mundial, nacional, regional e municipal.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), o turismo pode ser entendido como uma atividade de deslocamento para fora da residência habitual, com fins não lucrativos e que decorra no mínimo 24 horas e não ultrapasse 90 dias (SEABRA, 2012). As transformações no setor turístico interligam-se com décadas de estudos direcionados ao planejamento de sua estruturação, destacando-se como pioneiros os europeus, sendo responsáveis pelo desenvolvimento de diversos segmentos, dentre esses o turismo em balneários mediterrâneos, turismo cultural, o ecoturismo, rural, de montanhas, turismo de eventos, agronegócios dentre outros (SEABRA, 2003).

O turismo em sua essência tem o objetivo de proporcionar lazer, descanso, descontração e interação social (SOARES; SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, 2018). Pela visão do turista remete a ideia de férias, para o empreendedor a geração de lucro, já para os trabalhadores a demanda de empregos e renda e, para os residentes a ideia de desenvolvimento local (PANOSSO NETTO, 2010). (SCÓTOLO; PANOSSO NETTO, 2015). Assim sendo, os indivíduos tornam-se turistas ao passo que se deslocam voluntariamente de onde residem para visitar outro ambiente, onde normalmente se envolvem em diversas atividades, independente da distância ao qual o novo ambiente se encontre.

Nesse tocante, o turismo é considerado uma atividade de grande importância, particularmente para países onde o turismo internacional é expressivo (UNWTO, 2019). No Brasil,

de acordo com o Ministério do Turismo (2019), a geração de receita para o país por meio do turismo é cerca de nove vezes superior à do receptivo internacional, entretanto, o país recebe apenas cerca de 0,47% do total de turistas internacionais. (RABAHY, 2019). Portanto, o turismo é considerado uma atividade mundial, que contribui para o crescimento local, gerando empregos nas mais diversas cadeias de eventos, envolvendo desde agentes de viagens, companhias aéreas, hotelaria, gastronomia entre outros (MATAVELI; GIL, 2018).

O desenvolvimento de uma localidade com potencial turístico está interligado às estratégias e características de cada região ao qual estão inseridas, sendo assim é possível afirmar que o turismo deve ser considerado como um provedor de desenvolvimento local (SCÓTOLO; PANOSSO NETTO, 2015). Em uma situação em que o ambiente dispõe de condições econômicas globais exigentes e rápida transformação, cada local enfrenta um desafio, oferecer serviços de alta qualidade ou singular buscando acompanhar o mercado turbulento e volátil. Para o marketing estratégico, é crucial assegurar uma posição exclusiva e uma imagem positiva para ser formulada por cada localidade, que inclua o mercado, combinando ofertas e benefícios que atendam às expectativas dos mais variados públicos (investidores, novos negócios e visitantes) (OPI-RD, 2001).

Sob essa ótica, tem-se o turismo como uma ferramenta que compete satisfação da necessidade e/ou curiosidade humana de conhecer e explorar seu patrimônio cultural e histórico. Isso implica dizer que a atividade turística está voltada para o desenvolvimento humano, partindo do princípio de que esse desenvolvimento só é possível conhecendo a cultura de seus povos (GALVÃO; SOUZA; SIVA, 2010).

2.2 Impactos sociais, econômicos e ambientais da atividade turística

Quando observado o destino turístico, dentre as áreas de estudos mais analisadas, destaca-se os impactos gerados pela atividade do turismo bem como a percepção que os envolvidos têm a esse respeito, particularmente à população local. A maioria dos estudos realizados até início da década de 1970 focaram os impactos do turismo no setor econômico, fato que pode ser explicado sob a visão otimista da época, como também a maior facilidade de relatar esses impactos quando comparados aos aspectos sociais e ambientais (WALL; MATHIESON, 2006).

O turismo pode promover impactos positivos para as localidades quando os órgãos gestores direcionam seus esforços objetivando seu desenvolvimento, e como consequência, essa ação pode aumentar a qualidade de vida dos residentes, melhorar as instalações e oportunidades de emprego (SHENG; TSUI, 2010), crescimento de restaurantes, alojamentos e recreação (LIANG; BAO, 2015). Contudo, apesar dos benefícios que o turismo gera, impactos negativos também são observados quando os turistas interagem com os residentes, a exemplo da elevação no custo de vida, uso de drogas, tráfico, aumento a criminalidade como também impactos ambientais (JUROWSKI; GURSOY, 2004). Quando a gestão do turismo não é bem planejada, pode submeter a população a sérios impactos sociais e ambientais que vão além do local turístico, como a criação de empregos precários, desequilíbrio no desenvolvimento e destruição dos recursos naturais (LACERDA, 2011). Em contrapartida, quando a atividade turística tem uma base sustentável, os impactos negativos podem ser minimizados (SCÓTOLO; PANOSSO NETTO, 2015).

2.3 Percepção do residente acerca dos impactos da atividade turística

Apesar da comunidade científica reunir dados sobre os impactos da atividade turística, estudos que abordem sobre a percepção e satisfação dos residentes em países em desenvolvimento, quanto aos efeitos do turismo ainda são escassos (WANG e al., 2014). Portanto, entender as percepções que os residentes têm sobre o impacto do turismo é fundamental tendo em vista que isso pode influenciar resultados como um bom desenvolvimento do turismo (ZHANG et al., 2006), apoio dos residentes (RASOOLIMANESH et al., 2017), bem como a satisfação das comunidades residentes (RIBEIRO et al., 2017). Outro fator que pode influenciar no crescimento do turismo é a instabilidade política e a segurança (HENDERSON 2003), consequentemente, essa insegurança no setor econômico pode sofrer instabilidades, a exemplo da sazonalidade nas ofertas de emprego no turismo, o que resulta em insatisfação dos residentes que esperam obter benefícios econômicos das atividades turísticas (VARGAS-SÁNCHEZ et al., 2008).

Buscando compreender a percepção dos residentes quanto aos impactos do turismo, diversos autores observaram e elencaram alguns fatores evidentes que se sobressaem nesse aspecto classificando os fatores em dois grupos: (i) fatores extrínsecos que está relacionado com o estágio de desenvolvimento do turismo, o tipo de turismo e turistas, sazonalidade e estágio do desenvolvimento nacional e, (ii) fatores intrínsecos, que envolve os aspectos econômicos, emprego

dependente do turismo, ligação com a comunidade, distância da região turística, valores demográficos e pessoais (idade, sexo, educação) (CHOI; MURRAY, 2010; WOOSNAM et al., 2009; GU; RYAN, 2008; ANDERECK et al., 2005).

2.4 Marketing de lugares: (Place Marketing)

Na área administrativa, sob a perspectiva de Marketing, uma das abordagens que ganharam importância considerável através da ótica acadêmica, diz respeito a temática “marketing de lugar” (place marketing) (MARIUTTI, 2019). Com o avanço do século XXI, os desafios para o desenvolvimento regional em meio a oportunidades e ameaças surgem de forma acelerada, esse cenário competitivo apresenta-se como um fator essencial para voltar a atenção e capacidade dos lugares em uma reação positiva às mudanças impostas quanto aos investimentos, moradia e visitantes (KOTLER et al., 2006).

As primeiras menções sobre marketing de lugar foram abordadas por Kotler e Levy ainda na década dos anos 60 (1969), no livro *The Broadened Concept of Marketing*, que apresentou propósitos de alteração das estratégias e práticas de implementação para marcas direcionadas e interligadas. Já no fim da década de 80 (1987), Kotler traz a ideia de que os princípios do marketing podem ser aplicados tanto a um “lugar”, como também podem ser utilizados para produtos e serviços (MAURITI, 2019). Entretanto, foi a partir da década de 90, que o marketing de lugares passou a ser reconhecido como uma linha de pesquisa, apresentando seus princípios teóricos (KOTLER; KELLER, 2013; KOTLER et al., 1993). Na área acadêmica, marketing de lugar também pode ser entendido como marketing territorial, marketing geográfico, marketing público, marketing urbano e marketing de localidade (MINCIOTTI; SILVA, 2011).

A popularidade crescente do marketing de lugar percebida nas últimas décadas pode gerar a impressão de ser um fenômeno recente, porém, é notável que cada localidade observa a necessidade de individualizar-se das demais, promovendo estratégias de atratividade para os setores econômicos, políticos e psicossociais (ASHWORTH; VOOGD, 1994). Sob esse cenário mutável e desafiador, é de extrema importância desenvolver planos estratégicos de marketing, visando atender as exigências do mercado internacional quanto a prosperidade dos lugares, buscando alcançar o desenvolvimento internacional, nacional e regional, assim como o de outros lugares (KOTLER et al., 2006).

Ao observar o esforço gerado para o marketing de lugares na América Latina e Caribe, Kotler et al. (2006), elencaram seis questões centrais (i) excelência do local; (ii) responsabilidade pelo próprio marketing e estratégias; (iii) integrar a tecnologia da informação ao plano de marketing; (iv) gestão integrada da comunicação com o plano de marketing; (v) divergências e convergências regionais e (vi) mão de obra qualificada. É importante relatar que, a imagem do Brasil no cenário internacional também é observada em pesquisas nacionais, especialmente quando se refere ao campo do turismo (OCKE; IKEDA, 2014). Alguns exemplos de cidades que estão passando por transformações saudáveis através da elaboração de planos de marketing de lugares são observados em Curitiba (Brasil), Puerto Madero (Argentina) Guadalajara (México) (KOTLER et al., 2006).

Para Kotler et al. (2006), é possível elencar quatro atividades que abrangem o marketing de lugar, dentre esses (i) desenvolver a imagem bem posicionado de forma atraente e forte; (ii) promover incentivos atrativos que chamem a atenção de potenciais compradores como também manter os atuais e usuários de bens e serviços (iii) disponibilizar de maneira eficiente produtos e serviços locais e; (iv) promover a imagem local e seus valores para os usuários, destacando de forma real as diferenças ofertadas.

Estudos recentes sobre as atividades de marketing de lugar têm ganhado preferência na área do turismo. Na verdade, as localidades não devem ser consideradas apenas destinos turísticos, assim como o esforço do marketing não deve ser concentrado apenas na conquista de turistas, pois isso limita sua eficácia e reduz os elementos que geram formação da sua identidade local, além de favorecer um significado ao lugar que pode não estar baseado na percepção dos residentes (OCKE; IKEDA, 2014).

3. DECISÕES METODOLÓGICAS

Neste tópico, serão apresentadas as decisões metodológicas que foram realizadas no sentido de alcançar os objetivos propostos. Inicialmente trazemos alguns aspectos acerca do contexto no qual foi realizada a pesquisa, em seguida abordamos questões relacionadas ao tipo de pesquisa, construção das escalas para medição dos construtos e método de análise dos dados.

3.1 Mensuração

Para operacionalização da pesquisa, foram utilizadas escalas de mensuração dos construtos de impacto percebido acerca da atividade turística e apoio à atividade turística, conforme detalhamento no Quadro 1. As medições das escalas foram feitas utilizando grau de concordância, do tipo Likert, de 10 pontos, adaptadas do instrumento de pesquisa já validado de de Oviedo-Garcia, Castellanos-Verdugo e Martin-Ruiz (2008).

Quadro 1. Construtos e itens das escalas

Parte 1. Propriedades da escala de medição do impacto no turismo		
Impactos positivos	Econômicos	O número crescente de turistas em minha comunidade melhorou a situação econômica da minha cidade.
		O poder de compra da minha comunidade é melhor como consequência do turismo.
		O Turismo criou empregos na minha comunidade
		O Turismo atraiu investimentos para minha comunidade
		O Turismo proporcionou benefícios econômicos para os moradores locais
		O Turismo melhorou a qualidade de vida da comunidade
	Socioculturais	A qualidade dos serviços públicos melhorou como consequência do Turismo
		O Turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer
		O Turismo aumenta a demanda por performances culturais
		O Turismo melhorou a qualidade de serviço da polícia e dos bombeiros
		O Turismo possibilitou mais intercâmbio cultural entre turistas e moradores
		O Turismo trouxe impactos positivos para a identidade cultural da minha comunidade

		O Turismo fomentou a construção de edifícios modernos
	Ambientais	O Turismo melhorou as infraestruturas (abastecimento de água, eletricidade, etc.)
		O Turismo melhorou as instalações públicas (rede rodoviária, centros cívicos (órgãos e entidades administrativas/culturais), etc.)
		O Turismo incentiva a criação de parques e áreas de lazer para moradores locais
Impactos negativos	Econômicos	O Turismo injustamente aumenta os custos reais e os impostos relacionados a ele
		O Turismo aumenta o custo de vida
		O Turismo aumenta o preço de bens e serviços
		O Turismo causa mais despesas públicas em sua comunidade
	Socioculturais	O Turismo aumenta o número de acidentes de trânsito
		O Turismo aumenta crime/roubo/vandalismo
		O Turismo aumenta alcoolismo e prostituição
		O turismo leva a atividades ilegais.
		Turistas com alto poder de compra afetaram negativamente o estilo de vida da minha comunidade
		O turismo aumenta a exploração de moradores locais
	Ambientais	O Turismo danifica o ambiente natural e a paisagem
		O Turismo destrói o ecossistema local
		O Turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e ruído)
		A construção de hotéis e instalações turísticas destruiu o ambiente natural
		O Turismo causou a aglomeração de rios, caminhos, parques e outros locais de lazer na minha comunidade
Parte 2. Impactos totais do turismo, apoio ao desenvolvimento do turismo, apoio ao planejamento turístico e propriedades de escala de medição de variáveis de agrupamento.		
Avaliação global do turismo	Os impactos totais que o desenvolvimento do Turismo causou na minha comunidade são positivos	
	Eu considero que os benefícios do Turismo são maiores do que os custos para a minha comunidade	
Apoio ao desenvolvimento do Turismo	O Turismo pode ser um dos eventos turísticos mais importantes para a minha comunidade	
	Mais ações como o Turismo ajudaria minha comunidade a crescer na direção certa	
	Eventos turísticos como o Turismo continuará a desempenhar um importante papel econômico na minha comunidade	

		Estou feliz e orgulhoso de que há turistas vindo para ver o que minha comunidade tem a oferecer
		O Turismo deve ser desenvolvido com foco em atrações culturais e históricas (museus, visitas, música, locais históricos, etc.)
		O Turismo deve ser desenvolvido com foco em eventos e programas ao ar livre (instalações esportivas, exposições, eventos públicos, etc.)
Apoio ao planejamento turístico		Minha comunidade deve planejar e gerenciar o crescimento e desenvolvimento do Turismo
		As instituições locais devem gerenciar o aumento das atividades turísticas em todos os níveis
Variáveis de agrupamento	Benefícios pessoais	O desenvolvimento do Turismo na minha comunidade afeta positivamente minha atividade profissional
		Em geral, percebo que o Turismo na minha comunidade me beneficiou pessoalmente
	Apoio para promoção turística	As instituições locais devem fazer mais para promover o Turismo
		Eu apoio a construção de novas instalações para atrair mais turismo

Fonte: Próprio autor (2023).

3.2 Contexto da pesquisa

A região escolhida para a realização da pesquisa trata-se do Brejo Paraibano. O estado da Paraíba atualmente vem ganhando destaque como um dos principais roteiros turísticos do Nordeste, oferecendo ao turista, tanto do país quanto do exterior, diversas oportunidades de visitação. Algo importante que deve ser mencionado é o crescimento e a evidência do turismo rural nessa região do Brejo paraibano que têm gerado desenvolvimento para as cidades do interior, como: mapeamento e adesão de 50 estabelecimentos/empreendimentos; consultorias realizadas em 30 empresas; diagnósticos realizados no território envolvendo os setores atendidos, atrativos e experiências; parcerias celebradas com associações; elaboração da marca e comunicação integrada de turismo; implantação do portal online turístico, implantação e gestão das redes sociais; produção de vídeos institucionais do destino, e melhoria da integração das prefeituras com a cadeia turística (SEBRAE, 2022).

O Brejo paraibano está incluído em uma das 23 microrregiões do estado da Paraíba, formado por nove municípios (fig.1), Alagoa Grande, Alagoa Nova, Areia, Bananeiras, Borborema, Matinhas, Pilões, Serraria e Solânea (MTPB, 2022). Faz parte da mesorregião do Agreste, cortada

por serras e planaltos, resultando em clima mais ameno e em temperaturas mais baixas (MARQUES; ARAÚJO; DINIZ, 2016) (RIBEIRO, 2021).



Fig.1. Mapa turístico da Paraíba. Fonte: Google (2022) Endereço eletrônico: <https://alelontra.com.br/mapa-do-turismo-da-paraiba-2022-registra-53-municipios-e-12-regioes-turisticas/>

As características climáticas são um dos atributos que atraem os turistas às cidades do Brejo paraibano. Com temperaturas mais amenas que os da região metropolitana de João Pessoa, e invernos frios, alcançando até 12° C. Contam também de diversos cenários naturais com belas paisagens e arquiteturas antigas. Com isso, a região disponibiliza um leque de roteiros e eventos para os turistas, que incluem diversidade cultural, arte, música e gastronomia, a exemplo do evento Rota Cultural Caminhos do Frio, a Civilização do Açúcar, os Caminhos dos Engenhos, o Festival Sons e Sabores, dentre outros (MEDEIROS COSTA, 2020). Desse modo, o Brejo paraibano é composto por distinções edificadas a partir de bases históricas, culturais e geográficas, isso torna essa região única, dotado de um espaço com suas particularidades e que a torna atrativa para a atividade turística.

Diante de suas características, o Brejo paraibano oferece ao turista um contemplar rústico, com atrativos de seus recursos naturais onde encontram-se trilhas de beleza particular, a exemplo das áreas formadas por relevos cobertos com vegetação de caatinga. Em meio às belezas naturais, mescla-se aos atributos socioeconômicos e culturais, materializados nos engenhos, salas de senzalas, nos vastos hectares de cana-de-açúcar, nas edificações administrativas e religiosas de considerável valor histórico, paisagístico, artístico, paleontológico e científico, bem como as moradias dos trabalhadores (GALVÃO; SOUZA; SIVA, 2010).

Bananeiras e Solânea são cidades polo da região do Brejo, seu quantitativo populacional conjunto atinge quase 50 mil habitantes, além de serem cidades vizinhas e dividirem o Campus IV da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, o que facilitou a logística de aplicação da pesquisa, O universo da presente pesquisa, portanto, trata-se dos residentes da região do Brejo Paraibano.

Foram realizados dois processos de amostragem com uma diferença de 5 anos entre aplicações. O estudo foi realizado em agosto de 2018, mês de um dos principais eventos turísticos das cidades, o Caminhos do Frio, e em abril de 2023, mês de preparação para os festejos juninos. Consequentemente, isso produziu respostas realistas, dado os eventos turísticos estarem sendo realizados ou preparados em períodos próximos das coletas da pesquisa, ou seja, recentes na mente dos respondentes.

Na primeira coleta de dados levantou-se 541 questionários válidos e na segunda coleta, contabilizou-se um total de 406 questionários válidos. Desta forma, permitindo uma comparação entre percepções dos residentes pré e pós pandemia da Covid-19.

As premissas para a aplicação dos questionários foi buscar o maior quantitativo de respondentes possível para as amostras, que possuísem maior nível instrucional, para que respondessem com maior habilidade analítica o instrumento, e disponibilidade para responder a pesquisa. Buscamos grupos os mais diversificados possíveis.

Na aplicação in loco, fomos a locais públicos das cidades de Bananeiras e Solânea em que houvesse alguma concentração de pessoas, como igrejas, escolas públicas, repartições públicas, usuários de serviços públicos, lojas comerciais, e nas turmas dos cursos técnicos e superiores do Campus IV da UFPB, em dias e turnos alternados, dispensando de responder a pesquisa os que já haviam participado da pesquisa em dias anteriores. Aos respondentes da amostra de 2018, entregávamos um cartão com um link e um QRCode do instrumento de pesquisa, para que eles

pudessem distribuir a alguma outra pessoa para contribuir com a pesquisa online, realizada em paralelo com a pesquisa in loco.

Já em 2023, realizamos o impulsionamento virtual na plataforma Instagram durante 04 semanas, entre os meses de março e abril, com direcionamento para o questionário online, disponível via Google Forms. Após a etapa virtual prosseguimos para a aplicação e coleta in loco, no fim do mês de abril. O período de coleta em 2023 (3 dias) foi reduzido comparado ao de 2018 (8 dias). Em ambas as coletas, realizávamos as visitas às turmas nos turnos matutinos e noturnos, e no contraturno ou turno sem aulas, aplicávamos as pesquisas

Todos os dados coletados das duas amostragens foram tabulados e consolidados em planilhas do Excel, sendo realizadas análises preliminares de adequação dos dados, identificação de valores perdidos, erros e/ou valores discrepantes.

3.3 Análise dos dados

A análise dos dados foi dividida de acordo com as duas amostragens, buscando apresentar as comparações entre os resultados obtidos em 2018 com os de 2023. As técnicas utilizadas foram de estatísticas descritivas, identificando inicialmente a configuração da amostra a partir dos dados demográficos, utilizando tabelas de frequência para as variáveis categóricas. Na sequência, foram apresentados os resultados de cada construto a partir de medidas de posição, como média e mediana, medidas de forma como assimetria e curtose, assim como de dispersão, a partir do desvio padrão. Categorizamos a pontuação de 0,00 a 5,00 como baixa, de 5,01 a 7,00 como moderada, e de 7,01 a 10,00 como elevada. O detalhamento dos procedimentos encontra-se no tópico 4 a seguir

4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste tópico apresentamos os resultados comparando as amostragens de 2018 e 2023. Não foram inclusas, na amostra de 2023, as respostas obtidas com o formulário on-line, pelo fato do mesmo conter uma escala Likert de medição de 5 pontos, diferente do restante das pesquisas (2018 e 2023). Oportunamente, em uma análise futura, essa fatia será somada à amostra de 2023.

Inicialmente apresentamos uma descrição das amostras em termos de dados demográficos, para na sequência analisar de forma descritiva os resultados de cada construto da pesquisa. Ao final do tópico fazemos uma breve discussão dos resultados.

4.1 Descrição da amostra

Após a consolidação em planilha de todos os dados contidos nos questionários, partiu-se para contemplar as variáveis observáveis na amostra. Foram analisadas descritivamente variáveis relacionadas ao local de residência dos respondentes, tempo de residência na cidade em que reside, experiência de moradia em outra cidade, grau de escolaridade, gênero, renda mensal familiar, situação empregatória e idade. Na Tabela 1, estão descritas as primeiras variáveis da amostragem.

Tabela 1. Descrição das variáveis 'local de moradia', 'experiência de moradia em outra cidade' e 'gênero'.

Local de moradia			Experiência de moradia em outra(s) cidade(s)			Gênero		
Ano 2018								
Cidade	Freq.	%	Resposta	Freq.	%	Gênero	Freq.	%
Bananeiras	234	42,5%	Não	283	52%	Masculino	260	48,1%
Solânea	111	20,2%	Sim	258	48%	Feminino	281	51,9%
Outras	205	37,2%						
Total	550	100,0	Total	541	100,00	Total	541	100,0
Ano 2023								
Cidade	Freq.	%	Resposta	Freq.	%	Gênero	Freq.	%
Bananeiras	83	20,4%	Não	205	52%	Masculino	164	41%
Solânea	118	29,0%	Sim	193	48%	Feminino	232	59%
Outras	206	50,6%						
Total	407	100%	Total	398	100,00	Total	396	100,00

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Pertinente à variável local de moradia da amostra de 2018, a maioria dos respondentes, 234 (42,5%), reside na cidade de Bananeiras, algo já previsto no esforço de coleta. Em Solânea,

município limítrofe, obtivemos 111 respondentes (20,2%). Obtivemos respondentes de mais 41 cidades, que categorizamos por “Outras”, somando-se 205 (37,3%). Verificou-se que, em relação à variável ‘experiência de moradia’ em outra(s) cidade(s), 283 (52%) dos respondentes afirmaram que nunca moraram em outra cidade além da que residem, e 258 (48%) informaram que já residiram em outra cidade. Esses resultados demonstram bom equilíbrio entre duas categorias, o que é positivo para a heterogeneidade da amostra. No que concerne ao gênero, os resultados obtidos, também evidenciam uma boa divisão entre as categorias, com 281 (51,9%) pertencentes ao sexo feminino e 260 (48,1%) ao sexo masculino.

Na amostra de 2023, na variável local de moradia, 83 respondentes (20,4%) residiam em Bananeiras, 118 (29,0%) em Solânea, e 206 respondentes (50,6%) oriundos de outras 42 cidades, que também categorizamos por “Outras”. Creditamos os quantitativos ao fato de Bananeiras e Solânea serem centro urbanos mais desenvolvidos e congregarem pessoas de diversas localidades, que se deslocam para o comércio e estudos, regressando às suas respectivas cidades no fim de suas atividades. Em relação à variável ‘experiência de moradia em outra(s) cidade(s)’, 205 (52%) dos respondentes afirmaram que nunca moraram em outro município além do que residem, e 192 (48%) afirmaram já terem residido em outro município. No quesito gênero, 164 (41%) eram do sexo masculino e 232 (59%) do feminino.

Ainda vale destacar, que o tempo médio de moradia dos respondentes em sua cidade de residência ficou em 15,19 anos para o município de Bananeiras, 10,62 anos para o município de Solânea, e 17,76 anos para as demais cidades. Esses resultados refletem um aspecto positivo quanto a média de tempo de vivência nas cidades de residência, para que os respondentes possam ter uma experiência suficientemente razoável em termos de tempo podendo assim avaliar a cidade em que residem. Na Tabela 2, são apresentadas as médias por cidade e os respectivos desvios padrão. Comparativamente, as médias cresceram um pouco na amostra de 2023 de Bananeiras e Solânea, sendo de 15,75 anos para os residentes de Bananeiras, 10,62 anos para Solânea e 18,65 para os residente das outras cidades.

Tabela 2. Tempo de moradia no local de residência por cidade.

Ano 2018		
Cidade	Média	Desvio padrão
Bananeiras	15,19	10,34
Solânea	10,62	9,96
Outras	17,76	7,89
Ano 2023		

Bananeiras	15,75	9,83
Solânea	12,22	9,36
Outras	18,65	6,59

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Comparando o desvio padrão entre cada cidade nas amostras de 2018 e 2023, percebemos uma dispersão alta dentre os residentes de Bananeiras e Solânea, quando comparada com o desvio padrão menor dos residentes de outras cidades. Tal constatação pode encontrar explicação no fato de Bananeiras e Solânea sofrerem de um fluxo de mobilidade de residentes maior devido à presença da Universidade Federal da Paraíba (Campus III), sendo parte dos respondentes da amostra, acadêmicos desta instituição residentes nas referidas cidades.

Na Tabela 3, observa-se os resultados descritivos das variáveis ‘grau de escolaridade’ e ‘renda familiar mensal’ de ambas as amostragens. No tocante ao grau de escolaridade, encontramos as amostras compostas em sua maioria por pessoas que estão cursando ou concluíram o ensino superior, totalizando 273 (50,2%) em 2018 e 212 (52,7%) em 2023, com pós-graduação 35 (6,4%) em 2018 e 13 (3,2%) em 2023, cursando o ensino médio ou concluído, o total foi de 229 (42,1%) dos respondentes em 2018 e 167 (41,5%) em 2023, e sete (1,3%) respondentes da amostra de 2018 estão cursando ou concluíram o ensino fundamental, contra dez (2,5%) da amostra de 2023. Esses resultados eram esperados, visto o esforço em captar na amostragem respondentes de maior nível instrucional, para que respondessem com maior habilidade analítica o instrumento da pesquisa.

Tabela 3. Descrição das variáveis ‘grau de escolaridade’ e ‘renda familiar mensal’

Ano 2018					
GRAU DE ESCOLARIDADE			RENDA FAMILIAR MENSAL		
Categorias	Freq.	%	Categorias	Freq.	%
Ensino Fundamental	7	1,3%	Até R\$ 1.000	274	51,4%
Ensino Médio	229	42,1%	Acima de R\$ 1.000 até R\$ 3.000	175	32,8%
Ensino Superior	273	50,2%	Acima de R\$ 3.000 até R\$ 5.000	51	9,6%
Pós-Graduação	35	6,4%	Acima de R\$ 5.000	33	6,2%
Total	544	100,0	Total	533	100,0
Ano 2023					
Categorias	Freq.	%	Categorias	Freq.	%
Ensino Fundamental	10	2,5%	Até R\$ 1.000	189	49%
Ensino Médio	167	41,5%	Acima de R\$ 1.000 até R\$ 3.000	146	38%
Ensino Superior	212	52,7%	Acima de R\$ 3.000 até R\$ 5.000	30	8%
Pós-Graduação	13	3,2%	Acima de R\$ 5.000	19	5%
Total	402	100,0	Total	384	100,0

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Relacionados à renda, os resultados concentraram-se entre as categorias de renda mais baixa, tendo a maioria dos respondentes, 274 (51,4%) em 2018 e 189 (49%) em 2023, renda familiar mensal de até R\$ 1.000,00 reais e, 175 (32,8%) e 146 (38%) com renda entre de R\$ 1.000,00 até R\$ 3.000,00 reais, em 2018 e 2023 respectivamente. Um número menor de respondentes (33) em 2018 e (19) em 2023 com renda acima de R\$ 5.000,00 reais (6,2%) e (5%), e também 51 (9,6%) e 30 (8%) respondentes na categoria entre de R\$ 3.000,00 até R\$ 5.000,00 reais. Estes resultados evidenciam a heterogeneidade da amostra.

Na Tabela 4, observa-se os resultados em relação às variáveis ‘idade’ e ‘situação empregatícia’. Percebe-se que a maioria das pessoas está distribuída na faixa etária de até 21 anos em ambas as amostras, correspondendo a 62%, sendo 333 (62%) respondentes em 2018 e 256 em 2023, e em seguida, 145 (27%) e 125 (32%) respondentes estão distribuídos entre 21 até 31 anos, na amostra de 2018 e 2023 respectivamente.

Tabela 4. Descrição das variáveis ‘idade’ e ‘situação empregatícia’

Ano 2018					
Idade	Freq.	%	Situação empregatícia	Freq.	%
Até 21 anos	333	62%	Não está trabalhando	376	70%
Acima de 21 até 31 anos	145	27%			
Acima de 31 até 41 anos	40	7,4%	Trabalha em meio turno	45	8%
Acima de 41 anos até 51 anos	14	2,6%			
Acima de 51 até 61 anos	5	0,9%	Trabalha o dia inteiro	116	22%
Acima de 61 anos	0	0,0%			
Total	537	100%	Total	537	100%
Ano 2023					
Idade	Freq.	%	Situação empregatícia	Freq.	%
Até 21 anos	256	62%	Não está trabalhando	269	68%
Acima de 21 até 31 anos	125	32%	Trabalha em meio turno	69	17%
Acima de 31 até 41 anos	16	4%			
Acima de 41 anos até 51 anos	5	1%	Trabalha o dia inteiro	58	15%
Acima de 51 até 61 anos	2	1%			
Acima de 61 anos	2	1%			
Total	396	100,0	Total	396	100,0

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Estes resultados denotam uma amostra de respondentes jovens, o que se deve ao fato da maioria dos respondentes estarem incluídos dentro de ambientes de estudo e pesquisa, como universitários e escolas, já que o intuito era captar na amostragem respondentes com nível maior de instrução e, conseqüentemente, medir as relações entre os construtos.

No que se refere à situação de emprego dos respondentes, em ambas as amostras a maioria não estava trabalhando, sendo 376 (70%) em 2018 e 269 (69%) em 2023, e trabalhando em meio turno ou o dia inteiro são 161 (30%) e 127 (32%), o que pode encontrar justificativa na faixa etária dos respondentes (maioria com até 21 anos), e no fato da maioria dos respondentes serem estudantes e universitários.

4.2 Análise dos construtos: medidas globais

Neste item, apresentam-se as análises descritivas das medidas globais de cada uma das dimensões utilizadas na referida pesquisa. Classificando-as em: (i) impacto positivo econômico, sociocultural e ambiental; (ii) impacto negativo econômico, sociocultural e ambiental; (iv) a avaliação global do turismo; (v) apoio ao desenvolvimento turístico; (vi) apoio ao planejamento do turismo e; (vii) variáveis de agrupamento: benefícios pessoais e apoio para promoção turística. As medidas descritivas utilizadas foram a média, a mediana, o desvio padrão, a assimetria e a curtose, respectivamente. A Tabela 5, apresenta as medidas do construto impacto positivo econômico para a amostra global.

Tabela 5. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para o Impacto Positivo Econômico

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Número crescente de turistas em minha comunidade melhorou a situação econômica da minha cidade.	6,32	7,00	2,58	-0,42	-0,63
Poder de compra da minha comunidade é melhor como consequência do turismo.	5,51	6,00	2,77	-0,10	-1,07
Turismo criou empregos na minha comunidade	6,09	7,00	2,76	-0,38	-0,95
Turismo atraiu investimentos para minha comunidade	6,48	7,00	2,66	-0,52	-0,71
Turismo proporcionou benefícios econômicos para os moradores locais	6,23	7,00	2,73	-0,46	-0,81
Turismo melhorou a qualidade de vida da comunidade.	5,81	6,00	2,55	-0,32	-0,71
Medidas gerais	6,07	6,67	2,67	-0,37	-0,81
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Número crescente de turistas em minha comunidade melhorou a situação econômica da minha cidade.	5,92	6,00	2,87	-0,28	-1,01

Poder de compra da minha comunidade é melhor como consequência do turismo.	5,13	5,00	2,86	0,04	-1,16
Turismo criou empregos na minha comunidade	5,52	6,00	3,08	-0,14	-1,29
Turismo atraiu investimentos para minha comunidade	6,12	7,00	2,96	-0,40	-1,03
Turismo proporcionou benefícios econômicos para os moradores locais	6,05	6,00	2,86	-0,31	-0,99
Turismo melhorou a qualidade de vida da comunidade.	5,62	6,00	2,60	-0,21	-0,79
Medidas gerais	5,73	6,00	2,87	-0,22	-1,05

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

A partir dos resultados obtidos no construto impactos positivos econômicos, verifica-se uma média geral de 6,07 e uma mediana de 6,67, ambas com medidas moderadas. Dentre as variáveis, destaca-se “O turismo atraiu investimentos para minha comunidade” que obteve a maior média e mediana em ambos os anos (6,48 e 6,12) e mediana (7,00). Tratando-se do desvio padrão, verifica-se um intervalo menor (2,67 e 2,87), destacando-se a variável “O turismo melhorou a qualidade de vida da comunidade” que obteve o menor desvio nos dois anos (2,55 e 2,60, respectivamente). Em termos de assimetria e curtose, em geral as variáveis se estão dentro do padrão, com observação à variável “O poder de compra da minha comunidade é melhor como consequência do turismo”, que obteve curta assimetria, de -0,10 e de 0,04.

Na Tabela 6, estão apresentados os resultados das medidas descritivas do construto impacto positivo sociocultural da amostra global. É possível observar em ambos os anos a média (6,21 e 5,98) e a mediana (6,43 e 6,29) gerais com medidas moderadas, com a variável “O turismo aumenta a demanda por performances culturais” tendo a maior média (7,00) em 2018, e a variável “Turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer” com a maior média (6,77) em 2023, e a variável “O turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer” com a maior mediana (8,00) em ambos os anos. A variável “A qualidade dos serviços públicos melhorou como consequência do turismo” obteve a menor média (5,26 e 5,15) e mediana (5,00) nas duas amostras, respectivamente.

De maneira geral, o construto obteve um desvio padrão moderado de 2,65 (2018) e 2,84 (2023), destacando-se a variável “O turismo fomentou a construção de edifícios modernos” que obteve o maior desvio padrão em 2018 e 2023 (2,87 e 3,06, respectivamente). Em relação às medidas de distribuição, os resultados das variáveis ficaram dentro dos padrões, com todas as assimetrias e curtoses de cada variável situadas entre -1 e 1, indício de que os dados desse construto seguem uma distribuição equilibrada, com exceção de algumas variáveis da amostra de 2023.

Tabela 6. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para o Impacto Positivo Sociocultural

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Qualidade dos serviços públicos melhorou como consequência do turismo.	5,26	5,00	2,48	0,00	-0,87
Turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer	6,87	8,00	2,68	-0,67	-0,57
Turismo aumenta a demanda por performances culturais	7,00	7,00	2,49	-0,65	-0,46
Turismo melhorou a qualidade de serviço da polícia, guarda municipal e dos bombeiros	5,46	5,00	2,57	-0,10	-0,88
Turismo possibilitou mais intercâmbio cultural entre turistas e moradores	5,75	6,00	2,76	-0,25	-0,95
Turismo trouxe impactos positivos para a identidade cultural da minha comunidade	6,76	7,00	2,71	-0,63	-0,59
turismo fomentou a construção de edifícios modernos.	6,34	7,00	2,87	-0,45	-0,89
Medidas gerais	6,21	6,43	2,65	-0,39	-0,75
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Qualidade dos serviços públicos melhorou como consequência do turismo.	5,15	5,00	2,66	-0,03	-1,00
Turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer	6,77	8,00	2,93	-0,67	-0,74
Turismo aumenta a demanda por performances culturais	6,75	7,00	2,74	-0,71	-0,55
Turismo melhorou a qualidade de serviço da polícia, guarda municipal e dos bombeiros	5,39	6,00	2,81	-0,09	-1,08
Turismo possibilitou mais intercâmbio cultural entre turistas e moradores	5,36	5,00	2,86	-0,07	-1,18
Turismo trouxe impactos positivos para a identidade cultural da minha comunidade	6,62	7,00	2,82	-0,61	-0,75
Turismo fomentou a construção de edifícios modernos.	5,82	6,00	3,06	-0,27	-1,18
Medidas gerais	5,98	6,29	2,84	-0,35	-0,93

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

A Tabela 7 apresenta os resultados referentes à dimensão do impacto positivo ambiental da amostragem. Tal dimensão apresentou as médias (5,74 e 5,93) e as medianas (6,00 e 6,21) moderadas em ambas as amostras, com as variáveis exibindo valores de média muito próximos e medianas iguais. Destacamos a variável “O turismo incentiva a criação de parques e áreas de lazer para moradores locais” que obteve a maior média das amostras (5,84 e 6,40), e as variáveis “O turismo proporciona a melhoria das infraestruturas (abastecimento de água, eletricidade, etc.)” e “Turismo proporcionou a melhora de instalações públicas (rede rodoviária, órgãos e entidades

administrativas e ou culturais etc.)” que obtiveram as menores médias amostrais (5,65 e 5,66, respectivamente).

Com relação ao desvio padrão, obtivemos dados de moderados a elevadamente dispersos (2,78 e 2,86). O desvio máximo da variável “O turismo incentiva a criação de parques e áreas de lazer para moradores locais” alcançou 2,87 e 2,95, nas amostras de 2018 e 2023, respectivamente. A assimetria e a curtose obtiveram medidas gerais que sinalizam a normalidade dos dados, embora a curtose tenha ficado um pouco fora do padrão normal.

Tabela 7. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Positivos Ambientais

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo proporciona a melhora das infraestruturas (abastecimento de água, eletricidade etc.)	5,65	6,00	2,78	-0,27	-1,07
Turismo proporcionou a melhora de instalações públicas (rede rodoviária, órgãos e entidades administrativas e ou culturais etc.)	5,72	6,00	2,70	-0,28	-0,95
Turismo incentiva a criação de parques e áreas de lazer para moradores locais	5,84	6,00	2,87	-0,24	-1,06
Medidas gerais	5,74	6,00	2,78	-0,27	-1,03
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo proporciona a melhora das infraestruturas (abastecimento de água, eletricidade etc.)	5,72	6,00	2,75	-0,23	-0,96
Turismo proporcionou a melhora de instalações públicas (rede rodoviária, órgãos e entidades administrativas e ou culturais etc.)	5,66	6,00	2,87	-0,20	-1,2
Turismo incentiva a criação de parques e áreas de lazer para moradores locais	6,40	7,00	2,95	-0,46	-0,93
Medidas gerais	5,93	6,21	2,86	-0,29	-0,99

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

A partir da Tabela 8, são apresentados os resultados obtidos das dimensões do construto impacto negativo. Na dimensão impacto negativo econômico, observamos as medidas gerais de tendência central apresentando níveis moderados, com média 6,56 e mediana 6,75 para 2018, e média 6,35 e mediana 6,75 para 2023, destacando-se a variável “O turismo aumenta o preço de bens e serviços” que obteve a maior média (7,38 e 7,24) e mediana (8,00) elevada em ambas as

amostras. O desvio padrão geral ficou em um nível moderado (2,67 e 2,81), com destaque para a variável “O turismo injustamente aumenta os custos reais e os impostos na cidade.” que obteve o um nível de dispersão quase elevado em 2018 (2,92) e elevado (3,05) em 2023. Em termos de assimetria e curtose, de maneira geral os dados apresentam indícios de comportamento dentro dos padrões de normalidade, com exceção da variável “O turismo injustamente aumenta os custos reais e os impostos na cidade” que obteve curtose fora do padrão normal, com -1,08 e -1,24, respectivamente.

Tabela 8. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Negativos Econômicos

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo injustamente aumenta os custos reais e os impostos na cidade.	6,03	6,00	2,92	-0,29	-1,08
Turismo aumenta o custo de vida.	6,89	7,00	2,73	-0,74	-0,40
Turismo aumenta o preço de bens e serviços.	7,38	8,00	2,43	-0,95	0,21
Turismo causa mais despesas públicas em sua comunidade.	5,95	6,00	2,59	-0,30	-0,74
Medidas gerais	6,56	6,75	2,67	-0,57	-0,50
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo injustamente aumenta os custos reais e os impostos na cidade.	5,74	6,00	3,05	-0,16	-1,24
Turismo aumenta o custo de vida.	6,85	7,00	2,76	-0,68	-0,51
Turismo aumenta o preço de bens e serviços.	7,24	8,00	2,68	-0,89	-0,18
Turismo causa mais despesas públicas em sua comunidade.	5,56	6,00	2,76	-0,18	-0,98
Medidas gerais	6,35	6,75	2,81	-0,48	-0,73

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Observa-se na Tabela 9, as medidas obtidas na amostragem da dimensão impacto negativo sociocultural. Relativo às variáveis dessa dimensão, observamos média e mediana moderadas para as amostras de 2018 (4,97 e 5,00) e 2023 (4,82 e 4,50). Podemos destacar a variável “O turismo aumenta crime/roubo/vandalismo” que obteve a maior média (5,58 em 2018 e 5,47 em 2023) e mediana moderada (6,00 e 5,00, respectivamente), e a variável “O turismo leva a atividades ilegais” apresentou menor média (4,51) em 2018 e as variáveis “Turismo leva a atividades ilegais.” e “Turistas com alto poder de compra afetaram negativamente o estilo de vida da minha comunidade”

alcançaram conjuntamente a menor média em 2023. Em ambas as amostras, as medianas ficaram moderadas em todas as variáveis citadas (4,00).

Tabela 9. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Negativos Socioculturais

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo aumenta o número de acidentes de trânsito	4,66	5,00	2,77	0,22	-1,09
Turismo aumenta crime/roubo/vandalismo.	5,58	6,00	2,75	-0,16	-0,99
Turismo aumenta alcoolismo e prostituição.	5,16	5,00	3,01	0,09	-1,20
Turismo leva a atividades ilegais.	4,51	4,00	2,93	0,33	-1,13
Turistas com alto poder de compra afetaram negativamente o estilo de vida da minha comunidade	4,53	4,00	2,97	0,35	-1,10
Turismo aumenta a exploração de moradores locais	5,41	6,00	2,92	-0,11	-1,17
Medidas gerais	4,97	5,00	2,89	0,12	-1,11
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo aumenta o número de acidentes de trânsito	4,63	4,00	2,93	0,36	-1,11
Turismo aumenta crime/roubo/vandalismo.	5,47	5,00	2,88	-0,02	-1,06
Turismo aumenta alcoolismo e prostituição.	4,94	5,00	3,15	0,17	-1,31
Turismo leva a atividades ilegais.	4,27	4,00	3,03	0,52	-1,03
Turistas com alto poder de compra afetaram negativamente o estilo de vida da minha comunidade	4,27	4,00	3,00	0,45	-1,07
Turismo aumenta a exploração de moradores locais	5,34	5,00	3,07	-0,08	-1,31
Medidas gerais	4,82	4,50	3,01	0,23	-1,15

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

No que concerne o desvio padrão das medidas gerais, percebemos um nível de dispersão moderada (2,89 e 3,01), com destaque para a variável “O turismo aumenta alcoolismo e prostituição.” que obteve um desvio padrão maior que os demais (3,01 e 3,15). Em termos das medidas de distribuição, no geral as assimetrias (0,12 e 0,23) se encontram dentro do padrão de normalidade, mas as curtoses estão um pouco fora do padrão normal (-1,11 e -1,15).

Tabela 10. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose (Curt) para os Impactos Negativos Ambientais

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo danifica o ambiente natural e a paisagem	4,53	4,00	2,89	0,30	-1,07
Turismo destrói o ecossistema local	4,97	5,00	2,82	0,10	-1,09

Turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e ruído)	6,18	7,00	2,82	-0,34	-0,99
Construção de hotéis e instalações turísticas destruiu o ambiente natural	5,25	5,00	2,99	0,06	-1,20
Turismo causou a aglomeração de caminhos, parques e outros locais de lazer na minha comunidade	4,88	5,00	2,91	0,15	-1,15
Medidas gerais	5,16	5,20	2,88	0,05	-1,10
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo danifica o ambiente natural e a paisagem	4,53	5,00	2,96	0,32	-1,15
Turismo destrói o ecossistema local	4,71	5,00	2,89	0,25	-1,08
Turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e ruído)	6,17	7,00	2,93	-0,36	-1,03
Construção de hotéis e instalações turísticas destruiu o ambiente natural	5,04	5,00	3,06	0,16	-1,22
Turismo causou a aglomeração de caminhos, parques e outros locais de lazer na minha comunidade	4,94	5,00	3,08	0,20	-1,23
Medidas gerais	5,42	5,55	2,94	-0,04	-1,01

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

A Tabela 10 apresenta os resultados referentes à dimensão impactos negativos ambientais da amostra. As variáveis apresentaram médias (5,16 e 5,42) e medianas (5,20 e 5,55) moderadas. Destacamos a variável “O turismo aumenta a poluição ambiental (lixo, água, ar e ruído)” que obteve a maior média (6,18 e 6,17), e a variável “O turismo causou a aglomeração de caminhos, parques e outros locais de lazer na minha comunidade” obteve a menor média em 2018 (4,88) e a variável “Turismo danifica o ambiente natural e a paisagem” a menor média em 2023 (4,53).

Concernente aos desvios padrão, obtivemos dados de moderado a elevadamente dispersos (2,88 e 2,94). O desvio máximo, da variável “A construção de hotéis e instalações turísticas destruiu o ambiente natural”, alcançou 2,99 em 2018 e 3,06 em 2023. As assimetrias obtiveram medida geral que sinaliza a normalidade dos dados, e a curtose quase dentro do padrão normal (-1,10 e -1,01).

Tabela 11. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para o Apoio Geral ao Turismo

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Impactos totais que o desenvolvimento do turismo causou na minha comunidade são positivos.	6,18	6,00	2,39	-0,48	-0,39
Considero que os benefícios do turismo são maiores do que os custos para a minha comunidade.	6,03	6,00	2,68	-0,32	-0,82
Medidas gerais	6,10	6,00	2,54	-0,40	-0,60

Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Impactos totais que o desenvolvimento do turismo causou na minha comunidade são positivos.	6,03	6,00	2,61	-0,37	-0,67
Considero que os benefícios do turismo são maiores do que os custos para a minha comunidade.	6,00	6,00	2,64	-0,31	-0,71
Medidas gerais	6,02	6,00	2,63	-0,34	-0,69
FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)					

Na Tabela 11, entramos na dimensão de apoio geral ao turismo. Estão apresentados os resultados da amostra global, podemos observar a média e a mediana gerais com medidas moderadas (médias de 6,10 em 2018 e 6,02 em 2023, e mediana 6,00 em ambos os anos), com a variável “Os impactos totais que o desenvolvimento do turismo causou na minha comunidade são positivos” tendo a maior média em ambos os anos (6,18 e 6,03, respectivamente). De maneira geral, o construto obteve desvios padrão moderados de 2,54 e 2,63, destacando-se a variável “Eu considero que os benefícios do turismo são maiores do que os custos para a minha comunidade.” que obteve o maior desvio padrão (2,68 e 2,64). Em relação às medidas de distribuição, os resultados das variáveis em geral ficaram dentro dos padrões normais, com todas as assimetrias e curtoses de cada variável situadas entre -1 e 1, o que nos fornece indícios de que os dados dessa dimensão seguem uma distribuição normal.

Tabela 12. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para o Apoio ao Desenvolvimento Turístico

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo pode ser um dos eventos mais importantes para a minha comunidade.	6,87	8,00	2,78	-0,74	-0,44
Mais ações como o turismo ajudaria minha comunidade a crescer na direção certa	7,36	8,00	2,40	-0,81	-0,04
Eventos turísticos continuarão a desempenhar um importante papel econômico na minha comunidade	7,12	8,00	2,51	-0,80	-0,12
Estou feliz e orgulhoso de que há turistas vindo para ver o que minha comunidade tem a oferecer	6,86	8,00	2,86	-0,69	-0,62
Turismo deve ser desenvolvido com foco em atrações culturais e históricas (museus, visitas, música, locais históricos, etc.)	7,84	8,50	2,43	-1,25	0,85
Turismo deve ser desenvolvido com foco em eventos e programas ao ar livre (instalações esportivas, exposições, eventos públicos, etc.)	7,42	8,00	2,34	-0,79	-0,08
Medidas gerais	7,25	8,08	2,55	-0,85	-0,05
Ano 2023					

Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Turismo pode ser um dos eventos mais importantes para a minha comunidade.	6,56	7,00	2,92	-0,53	-0,87
Mais ações como o turismo ajudaria minha comunidade a crescer na direção certa	7,24	8,00	2,67	-0,83	-0,21
Eventos turísticos continuarão a desempenhar um importante papel econômico na minha comunidade	6,60	7,00	2,82	-0,62	-0,68
Estou feliz e orgulhoso de que há turistas vindo para ver o que minha comunidade tem a oferecer	6,40	7,00	3,04	-0,48	-1,00
Turismo deve ser desenvolvido com foco em atrações culturais e históricas (museus, visitas, música, locais históricos, etc.)	7,62	8,00	2,66	-1,09	0,30
Turismo deve ser desenvolvido com foco em eventos e programas ao ar livre (instalações esportivas, exposições, eventos públicos, etc.)	7,49	8,00	2,59	-0,95	0,00
Medidas gerais	6,99	7,50	2,78	-0,75	-0,41

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

A partir dos resultados obtidos na dimensão apoio ao desenvolvimento turístico, verifica-se médias gerais de 7,25 e 6,99 e medianas de 8,08 e 7,50 nos anos de 2018 e 2023 respectivamente, ambas com medidas elevadas. Das variáveis, destaca-se “O turismo deve ser desenvolvido com foco em atrações culturais e históricas (museus, visitas, música, locais históricos, etc.)” que obteve as maiores médias (7,84 e 7,62) e medianas (8,50 e 8,00). Tratando de desvio padrão geral, percebe-se desvios moderados (2,55 e 2,78), bem como a variável “Estou feliz e orgulhoso de que há turistas vindo para ver o que minha comunidade tem a oferecer” que obteve o maior desvio em ambas as amostras (2,86 e 3,04). Em termos de assimetria e curtose, em geral as variáveis se mostram dentro do padrão de distribuição normal, com destaque apenas para a variável “O turismo deve ser desenvolvido com foco em atrações culturais e históricas (museus, visitas, música, locais históricos, etc.)”, que obteve assimetrias de -1,25 e -1,09, quase dentro do padrão.

Tabela 13. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para o Apoio ao Planejamento do Turismo

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
Minha comunidade deve planejar e gerenciar o crescimento e desenvolvimento do turismo.	7,70	8,00	2,49	-1,01	0,16
As instituições locais devem gerenciar o aumento das atividades do turismo em todos os níveis	7,07	8,00	2,57	-0,64	-0,48
Medidas gerais	7,38	8,00	2,53	-0,82	-0,16
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur

Minha comunidade deve planejar e gerenciar o crescimento e desenvolvimento do turismo.	7,81	9,00	2,52	-1,13	0,51
As instituições locais devem gerenciar o aumento das atividades do turismo em todos os níveis	7,07	8,00	2,62	-0,84	-0,03
Medidas gerais	7,44	8,50	2,57	-0,99	0,24

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Na Tabela 13, apresentamos os resultados obtidos da dimensão apoio ao planejamento do turismo, observamos as medidas gerais apresentando níveis elevados, com médias 7,38 e 7,44, e medianas 8,00 e 8,50, destacando-se a variável “Minha comunidade deve planejar e gerenciar o crescimento e desenvolvimento do turismo” que obteve as maiores médias (7,70 e 7,81, em 2018 e 2023, respectivamente). Os desvios padrão geral das amostras ficaram em um nível moderado (2,53 e 2,57), com destaque para a variável “As instituições locais devem gerenciar o aumento das atividades do turismo em todos os níveis” que obteve o maior nível de dispersão em 2018 e 2023 (2,57 e 2,62, respectivamente). Em termos de assimetria e curtose, de maneira geral os dados apresentam indícios de comportamento dentro dos padrões de normalidade, com exceção da variável “Minha comunidade deve planejar e gerenciar o crescimento e desenvolvimento do turismo.” que obteve assimetrias um pouco fora do padrão normal em ambas as amostras, com -1,01 e -1,13.

As medidas obtidas na amostragem da dimensão variável de agrupamento – benefícios pessoais estão dispostos na Tabela 14. Relativo às variáveis, observamos médias (4,66 e 4,29) e medianas (5,00 e 4,00) moderadas. Podemos destacar a variável “O desenvolvimento do turismo na minha comunidade afeta positivamente minha atividade profissional” que obteve a maior média em 2018 (4,86) e a variável ‘Em geral, percebo que o turismo na minha comunidade me beneficiou pessoalmente’ com a maior média em 2023 (4,60).

Tabela 14. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para a Variável de Agrupamento – Benefícios Pessoais

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
O desenvolvimento do turismo na minha comunidade afeta positivamente minha atividade profissional	4,86	5,00	3,12	0,16	-1,32
Em geral, percebo que o turismo na minha comunidade me beneficiou pessoalmente	4,45	5,00	3,08	0,32	-1,26
Medidas gerais	4,66	5,00	3,10	0,24	-1,29
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur

O desenvolvimento do turismo na minha comunidade afeta positivamente minha atividade profissional	4,41	4,00	3,08	0,35	-1,24
Em geral, percebo que o turismo na minha comunidade me beneficiou pessoalmente	4,60	4,00	3,04	0,53	-1,04
Medidas gerais	4,29	4,00	3,06	0,44	-1,14

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

No que concerne aos desvios padrão gerais, percebemos um nível de dispersão elevada (3,10 e 3,06), com destaque para a variável “O desenvolvimento do turismo na minha comunidade afeta positivamente minha atividade profissional.” que obteve os maiores desvios (3,12 e 3,08). Em termos das medidas de distribuição, as assimetrias (0,24 e 0,44) se encontram dentro do padrão de normalidade, mas as curtoses estão fora do padrão normal (-1,29 e -1,14).

Na dimensão de variável de agrupamento – apoio para promoção turística, na Tabela 15, observamos médias (7,64 e 7,63) e medianas gerais (8,50) com medidas elevadas, nas amostras de 2018 e 2023, respectivamente. A variável “As instituições locais devem fazer mais para promover o turismo” teve as maiores médias de todas as variáveis de todas as dimensões e construtos da amostra (7,94 em 2018 e 7,95 em 2023).

De maneira geral, o construto obteve um desvio padrão moderado de 2,57, destacando-se a variável “Eu apoio a construção de novas instalações para atrair mais turismo” que obteve os maiores desvios padrão (2,70 e 2,78). Em relação às medidas de distribuição, as assimetrias das amostras possuem valor um pouco fora do padrão normal (-1,02 e -1,05), e as curtoses se encontram dentro do padrão de normalidade (0,14 e 0,30).

Tabela 15. Valores da média (Σ), mediana (Md), desvio padrão (Dp), assimetria (Ass) e Curtose para a Variável de Agrupamento - Apoio para Promoção Turística

Ano 2018					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
As instituições locais devem fazer mais para promover o turismo	7,94	9,00	2,44	-1,19	0,55
Eu apoio a construção de novas instalações para atrair mais turismo	7,34	8,00	2,70	-0,84	-0,27
Medidas gerais	7,64	8,50	2,57	-1,02	0,14
Ano 2023					
Variáveis	Σ	Md	Dp	Ass	Cur
As instituições locais devem fazer mais para promover o turismo	7,95	9,00	2,47	-1,28	0,96

Eu apoio a construção de novas instalações para atrair mais turismo	7,31	8,00	2,78	-0,82	-0,37
Medidas gerais	7,63	8,50	2,63	-1,05	0,30

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

4.3 Análise dos construtos: medidas por cidade

Neste item, apresentamos as medidas gerais de cada construto, fazendo a comparação dos resultados das médias e medianas por cidade, conforme Tabelas 16 e 17. A partir da análise desses resultados, podemos perceber que, de modo geral, as médias e as medianas das dimensões analisadas foram maiores na cidade de Bananeiras (com níveis moderados ou elevados) quando comparadas com a cidade de Solânea e Outras cidades.

O construto ‘Variável de agrupamento – Apoio para Promoção Turística’ obteve as maiores diferenças entre suas médias e medianas, nos recortes entre as cidades da amostra de 2018, tendo Bananeiras uma diferença de 0,43 (média 7,07 e mediana 7,50), Solânea uma diferença de 0,71 (média 7,78 e mediana 8,50) e Outras cidades uma diferença de 1,27 (média 8,23 e mediana 9,50). Nesta última a diferença de mediana chega a 2,00 em relação a de Bananeiras. O mesmo construto (Variável de agrupamento – Apoio para Promoção Turística) aparece novamente na amostra de 2023 com as maiores diferenças de valores distintos nos recortes entre as cidades, tendo Bananeiras uma diferença de 0,37 (média 6,63 e mediana 7,00), Solânea uma diferença de 0,80 (média 7,70 e mediana 8,50) e Outras cidades uma diferença de 0,99 (média 8,01 e mediana 9,00). A diferença de mediana entre Outras cidades e Bananeiras continua a marcar 2,00 de diferença.

Tabela 16. Medidas gerais de média (Σ) e mediana (Md) por cidade

Dimensões	Anos	Bananeiras		Solânea		Outras	
		Σ	Md	Σ	Md	Σ	Md
Impacto Positivo Econômico	2018	6,33	6,83	6,27	6,50	5,67	5,83
	2023	6,33	6,83	5,69	5,83	5,51	5,50
Impacto Positivo Sociocultural	2018	6,54	7,00	6,23	6,50	5,80	6,00
	2023	6,72	7,29	5,91	6,14	5,72	5,86
Impacto Positivo Ambiental	2018	5,78	6,67	5,74	6,00	5,68	5,83
	2023	6,10	6,67	5,71	5,83	5,98	6,33
Impacto Negativo Econômico	2018	7,06	7,75	6,81	7,25	5,84	6,00

	2023	7,50	8,25	6,47	6,75	5,81	6,00
Impacto Negativo Sociocultural	2018	5,11	5,17	5,27	5,17	4,66	4,50
	2023	5,59	5,50	5,32	5,33	4,22	3,67
Impacto Negativo Ambiental	2018	5,48	5,50	5,37	5,60	4,69	4,80
	2023	6,52	7,00	5,35	5,40	4,33	4,00
Avaliação Global do Turismo	2018	6,24	7,00	6,17	6,00	5,90	6,00
	2023	6,29	7,00	5,92	6,00	5,96	6,00
Apoio ao Desenvolvimento Turístico	2018	7,28	8,00	7,38	7,92	7,13	7,83
	2023	7,26	7,83	6,82	7,33	6,97	7,50
Apoio ao Planejamento do Turismo	2018	7,04	7,50	7,64	8,50	7,64	8,50
	2023	7,36	8,00	7,63	8,50	7,37	8,00
Variável de agrupamento – Benefícios Pessoais	2018	4,85	5,00	4,49	5,00	4,53	4,00
	2023	4,86	5,00	4,74	4,50	3,79	2,50
Variável de agrupamento – Apoio para Promoção Turística	2018	7,07	7,50	7,78	8,50	8,23	9,50
	2023	6,63	7,00	7,70	8,50	8,01	9,00

FONTE: dados da pesquisa (2018 e 2023)

Tabela 17. Medidas gerais de média (Σ) e mediana (Md) em níveis, por cidade

Dimensões	Anos	Bananeiras		Solânea		Outras	
		Σ	Md	Σ	Md	Σ	Md
Impacto Positivo Econômico	2018	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
	2023	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
Impacto Positivo Sociocultural	2018	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
	2023	Moderada	Elevada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
Impacto Positivo Ambiental	2018	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
	2023	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
Impacto Negativo Econômico	2018	Elevada	Elevada	Moderada	Elevada	Moderada	Moderada
	2023	Elevada	Elevada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
Impacto Negativo Sociocultural	2018	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Baixa	Baixa
	2023	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Baixa	Baixa
Impacto Negativo Ambiental	2018	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Baixa	Baixa
	2023	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Baixa	Baixa
Avaliação Global do Turismo	2018	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
	2023	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada	Moderada
Apoio ao Desenvolvimento Turístico	2018	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada
	2023	Elevada	Elevada	Moderada	Elevada	Moderada	Elevada

Apoio ao Planejamento do Turismo	2018	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada
	2023	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada
Variável de agrupamento - Benefícios Pessoais	2018	Baixa	Baixa	Baixa	Moderada	Baixa	Baixa
	2023	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa
Var. de agrup. Apoio para Promoção Turística	2018	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada
	2023	Moderada	Moderada	Elevada	Elevada	Elevada	Elevada

FONTE: Dados da pesquisa (próprio autor)

Na amostra de 2018, no recorte de residentes de Bananeiras, podemos destacar a dimensão ‘Apoio ao Desenvolvimento Turístico’ que obteve a maior média (7,28) e a maior mediana (8,00), dentre os resultados de residentes de Bananeiras, e a dimensão ‘Variação de agrupamento – benefícios pessoais’ que obteve a menor média (4,85) e a menor mediana (5,00). Em relação ao recorte dos residentes de Solânea e Outras cidades, encontramos uma maior média (7,78 e 8,23) e mediana (8,50 e 9,50) no construto ‘Variação de agrupamento – apoio para promoção turística’ e uma menor média (4,49 e 5,00) e mediana (4,53 e 4,00) no construto ‘Variação de agrupamento – benefícios pessoais’, respectivamente.

Já na amostra de 2023, no recorte Bananeiras, destacamos a dimensão ‘Impacto Negativo Econômico’ que obteve a maior média e mediana (7,50 e 8,25), e a dimensão ‘Variação de agrupamento – benefícios pessoais’ que obteve a menor média e mediana (4,86 e 5,00, respectivamente). Em relação aos recortes de Solânea e Outras cidades, encontramos uma maior média (7,70 e 8,01) e mediana (8,50 e 9,00) no construto ‘Variação de agrupamento – apoio para promoção turística’ e uma menor média (4,74 e 3,70) e mediana (4,50 e 2,50) no construto ‘Variação de agrupamento – benefícios pessoais’, respectivamente.

5 DISCUSSÃO

Os resultados mostram que há uma boa percepção sobre os benefícios econômicos do turismo para a economia das cidades do brejo paraibano. Essa percepção se mantém apenas entre o recorte de Bananeiras, comparando as duas amostras. Em 2018, nos recortes de Bananeiras e Solânea, a percepção do crescimento de turistas (6,75 e 6,38 de média, respectivamente) e a criação de empregos (6,77 e 6,03 de média) era boa. Em 2023, no recorte de Bananeiras a percepção do crescimento de turistas subiu para a média de 6,92 e caiu no recorte de Solânea para 5,85 de média. Já a percepção de criação de empregos, diminui em Bananeiras e Solânea (6,72 e 5,51 de média). Dos residentes de Bananeiras e Solânea, em 2018, com médias de 6,98 e 6,61, respectivamente, reconhecem o fato de que o turismo atrai mais investimentos para a cidade. Em 2023, a média aumenta para 7,16 em Bananeiras e decai para 5,91 em Solânea.

Os respondentes concordam que o turismo também aumentou o custo de vida (médias de 7,15 e 7,49 e mediana de 8,00, em 2018, e médias 7,96 e 6,91 e mediana de 9,00 e 7,00 para Bananeiras e Solânea, em 2023), indicando o turismo como responsável pelo aumento no preço de bens e serviços (7,51 e 6,75 de médias e medianas de 8,00 e 7,00, em 2018, e 8,41 e 7,44 de médias e medianas de 8,00 e 9,00 em 2023, para Bananeiras e Solânea, respectivamente). Curiosamente, a percepção da dimensão ‘Impactos Econômicos Negativos’ cresce entre o recorte de Bananeiras na amostra de 2023, indo para uma média geral de 7,50 e mediana de 8,25, comprovando os relatos informais recebidos pelo autor na realização das coletas dos dados feitos pelos respondentes, referente ao aumento de preços e custo de vida naquela cidade.

Os moradores também estão cientes da importância econômica do turismo para a economia da cidade. Em 2018, com média de 7,22 e mediana de 8,00, e em 2023 com média de 7,39 e mediana de 8,00 para Bananeiras, e Solânea com 6,73 de média e 7,00 de mediana, em 2018 e 6,56 de média e 7,00 de mediana em 2023, os respondentes concordam que os eventos turísticos continuarão a desempenhar um importante papel econômico na comunidade.

Consequentemente, os residentes (em 2018, média de 7,01 e mediana de 8,00, e em 2023, média de 6,48 e mediana de 7,00 para Bananeiras; em 2018 média de 7,50 e mediana 8,00, e em 2023, média de 7,14 e mediana de 8,00 para Solânea) diminuem a percepção de que mais ações turísticas ajudariam no crescimento da comunidade. Os residentes (em 2018, com médias de 6,84 e 7,25, e medianas de 7,00 e 8,00, e em 2023, com médias de 7,35 e 7,43, e medianas de 7,00 e 8,00, para

Bananeiras e Solânea, respectivamente) concordam crescentemente com a construção de novas instalações para promover mais desenvolvimento ao turismo.

Também verificou-se uma ampla percepção dos benefícios do turismo, pois muito embora as médias em 2018 de 4,85 e 4,49, e em 2023 de 4,92 e 4,45 dos residentes de Bananeiras e Solânea, demonstram uma baixa percepção do benefício pessoal com o turismo na cidade, ainda assim, os moradores de Solânea concordam que as instituições devem fazer mais para promover o turismo (em 2018, média de 8,31, e em 2023 média de 7,96), diferentemente dos moradores de Bananeiras, (em 2018, média de 7,29, e em 2023, média de 5,90). que declinaram dessa percepção anterior. Também se destaca que caíram as médias dos respondentes que se sentem felizes e orgulhosos de que há turistas vindo ver o que a comunidade tem a oferecer (em 2018, médias de 6,98 e 6,97, e em 2023, médias de 6,66 e 5,99 para Bananeiras e Solânea, respectivamente).

Os residentes de Bananeiras percebem que o turismo tem aumentado as despesas públicas para a sua comunidade ao longo do tempo, com 6,40 em 2018, para 6,45 de média em 2023. Diferente dos residentes de Solânea, que percebem menos esse aumento, com médias de 6,06 em 2018, e 5,70 em 2023. Parece haver também aumento do interesse de participação popular quanto ao apoio para o planejamento das atividades turísticas, já que há médias elevadas de 8,00 e 8,08 em 2018 e 2023 para os residentes de Solânea e médias de 7,42 e 7,52 dos residentes de Bananeiras, que concordam com o planejamento e gerenciamento do crescimento e desenvolvimento do turismo pela comunidade.

De forma geral, os moradores parecem concordar que o turismo trouxe impactos positivos para a identidade cultural de Bananeiras (com média saltando de 7,07 em 2018 para 7,29 em 2023), diferentemente de Solânea (cuja média decaiu de 6,75 em 2018 para 6,28 em 2023). Dentro dos impactos positivos socioculturais, existe a concordância de que o turismo proporcionou aumento da disponibilidade de serviços e lazer para os residentes de Bananeiras (com médias de 6,92 e acréscimo para 7,46 em 2023), e não para os de Solânea (com médias de 7,13 em 2018 e decréscimo para 6,34 em 2023). Mantem-se a concordância de que o turismo aumenta a demanda por performances culturais para os residentes de Bananeiras (média de 7,32 em ambos os anos) e decaiu a concordância em Solânea (média caiu de 6,87 em 2018 para 6,71 em 2023). Não foi de se estranhar que o turismo de eventos tenha sido pontuado como um dos tipos mais importantes para os residentes de Bananeiras, com média saindo de 6,98 em 2018 para 7,07 em 2023. Diferente da realidade dos residentes de Solânea, com média caindo de 7,17, em 2018, para 6,63, em 2023

A atitude positiva global em relação aos impactos sociais não é surpreendente e pode ser explicada pela teoria da troca social, que assume que os resultados benéficos potenciais irão criar atitudes positivas em relação ao turismo (JUROWSKI; GURSOY, 2004). Dado o fato de que as cidades têm crescido e se tornado dependentes do turismo, a teoria é, portanto, apoiada. Um paradoxo interessante é o fato de que, embora os residentes mostrem-se favoráveis ao desenvolvimento turístico, uma média considerável cresceu entre as amostras, concordando que a afirmativa de que o turismo aumentou a exploração de moradores locais (saltando da média de 5,88 em 2018, para 6,55 em 2023, em Bananeiras e em Solânea de 5,03 de média para 5,63) e o alto poder de compra de turistas afetou negativamente o estilo de vida das comunidades de Bananeiras (com média de 5,31 em 2018 saltando para 6,05 em 2023). Em Solânea houve decréscimo da média indo de 5,00 em 2018, para 4,56 em 2023).

Como mostrado na análise dos impactos econômicos, os residentes sinalizam apoio ao futuro desenvolvimento do turismo nas cidades do brejo. Isso pode indicar que, em nível local, os residentes valorizam os benefícios que o turismo traz, mas gostariam de participar do processo decisório em relação ao desenvolvimento do turismo e crescimento dentro das cidades pesquisadas. Percebe-se, no estudo longitudinal, que os moradores aumentaram a percepção de que o turismo pode contribuir para as causas de problemas sociais das cidades. Uma média de 4,99 em 2018 e 5,06 em 2023 (Bananeiras) e 5,67 em 2018 e 2023 (Solânea) associam o turismo com o aumento do alcoolismo e prostituição, médias de 5,21 em 2018, crescendo para 6,01 em 2023 (Bananeiras), e médias de 6,46 decrescendo para 6,03 (Solânea) associam o turismo com o aumento dos crimes, roubos e vandalismo globais nas cidades, enquanto a média de 4,58 (2018) caindo para 4,49 (2023) de Bananeiras, e a média de 5,03 (2018) caindo para 4,90 (2023) de Solânea, associam o turismo como desencadeante para atividades ilegais.

Embora os residentes estejam de acordo sobre a contribuição econômica positiva do turismo para as cidades, parece existir pensamentos contraditórios sobre a benefícios ambientais do turismo. As médias subiram de 5,60 (2018) para 5,87 (2023) em Bananeiras e de 5,50 (2018) para 6,22 (2023) em Solânea, concordando que o turismo incentiva a criação de parque e áreas de lazer para os moradores locais. Além disso, os residentes atribuíram melhorias de instalações públicas locais como proporcionadas pelo turismo, com médias crescendo de 5,94 (2018) para 6,08 (2023) em Bananeiras, e caindo de 5,70 (2018) para 5,26 (2023) em Solânea. Esse achado talvez indique

insatisfação dos moradores de Solânea com a forma como os seus impostos são gastos em instalações relacionadas com o turismo.

Considerou-se moderada mas crescente (média de 5,19 em 2018, crescendo para 6,72 em 2023, em Bananeiras, e em Solânea a média de 4,46, em 2018, subiu para 4,79, em 2023) a percepção de que os visitantes causam uma aglomeração em ambientes turísticos locais (caminhos, parques, locais de lazer). Os resultados indicaram que, como comunidade, os residentes passam a culpar os turistas pela aglomeração de parques e outros espaços ao ar livre que deveriam ser usados também pelos moradores locais.

Nas demais variáveis, percebe-se um moderado aumento da associação dos efeitos negativos ambientais pelos residentes com o turismo, especialmente no recorte de Bananeiras, seja quanto aos danos ao ambiente natural e paisagem (saltando da média de 4,77 em 2018 para 6,07 em 2023, em Bananeiras, e de 4,60 em 2018 para 4,83 em 2023, em Solânea), seja pela destruição do ecossistema local (médias de 5,50 em 2018 e 5,98 em Bananeiras e 5,34 (2018) e 5,27 (2023) em Solânea), seja pela destruição do ambiente natural por construções ou instalações turísticas (média de 5,86 em 2018 crescendo para 6,68 em 2023, em Bananeiras e decréscimo de 5,79 em 2018 para 5,38 em 2023, em Solânea). Isso pode indicar que, embora o turismo proporcione benefícios para a cidade, os residentes estão passando a notar que os benefícios podem não compensar os impactos negativos ambientais que possam surgir.

É perceptível aos moradores de Bananeiras (com aumento da média de 5,82 em 2018 para 5,95 em 2023), e não para os moradores de Solânea (diminuição de 5,56 em 2018 e 5,47 em 2023), a melhoria da qualidade de serviços públicos, tais como serviços de polícia, guarda municipal e bombeiros atrelada ao turismo. Uma justificativa plausível seria pelo fato de que o policiamento geralmente é intensificado em eventos turísticos, com contingente maior de policiais. E tais serviços públicos são geralmente concentrados em atividades visíveis, como patrulha a pé, de cavalaria, de bicicleta, motorizada e por meio de controle de tráfego, que faz lembrar os moradores da presença física da proteção policial.

É interessante destacar a dimensão “Variação de agrupamento – benefícios pessoais”, pois seria de se esperar que em uma cidade interiorana os residentes sentissem de forma mais objetiva os benefícios pessoais recebidos pelo turismo, de acordo com os itens do construto (‘O desenvolvimento do Turismo na minha comunidade afeta positivamente minha atividade profissional’, e ‘Em geral, percebo que o Turismo na minha comunidade me beneficiou

pessoalmente’), porém isso não foi constatado na pesquisa. Isso foi captado por ambas as amostras (2018 e 2023) e em todos os recortes de cidades (Bananeiras, Solânea e Outras cidades).

6 CONCLUSÕES

O estudo foi realizado em agosto de 2018, mês de um dos principais eventos turísticos das cidades, o Caminhos do Frio, e em abril de 2023, mês de preparação para os festejos juninos. Consequentemente, isso produziu respostas realistas, dado os eventos turísticos estarem sendo realizados ou preparados em períodos próximos das coletas da pesquisa, ou seja, recentes na mente dos respondentes.

Esta pesquisa lançou alguma luz sobre as percepções e atitudes dos moradores para o turismo do brejo paraibano. Os resultados do estudo indicam deduzir que os residentes geralmente têm percepção positiva em relação ao turismo.

Apesar da percepção dos impactos negativos do turismo, os moradores perceberam os impactos gerais como benéficos. Os residentes da amostra associam turismo ao investimento na cidade, emprego, variedade cultural e de entretenimento. No entanto, para o recorte de Bananeiras, o turismo também é associado ao aumento do custo de vida populacional e acréscimo no preço de bens e serviços. Isso pode se relacionar com o fato de que a maior parte dos respondentes não conseguem sentir benefício pessoal com as atividades turísticas. Moradores também indicaram que acreditam que o turismo de eventos pode trazer benefícios econômicos, fomentar a cultura por meio do resgate da identidade local e aumentar as oportunidades de emprego.

Consequentemente, os residentes contentam-se em viver cada vez menos com os impactos negativos, uma vez que têm crescido e podem superar os impactos positivos percebidos. Na amostra de 2018, os moradores relutaram em atribuir custos ambientais ao turismo, já na amostra de 2023 pode-se perceber um aumento na percepção de impactos negativos ambientais, especialmente no que tange à poluição ambiental. Os resultados do estudo também indicaram que existe um *trade off* entre os benefícios gerados pelo turismo e as externalidades causadas pelo mesmo. Por exemplo, enquanto os residentes indicaram que o turismo aumenta a disponibilidade de serviços e lazer, também indicaram que em consequência deste houve aumento do custo de vida, de bens e serviços, dos custos reais e os impostos da cidade.

Constata-se que os residentes estão em apoio à promoção (exceto o recorte de Bananeiras), planejamento e desenvolvimento da atividade turística. Também é interessante notar que os moradores tenderam a se mostrar moderadamente favoráveis aos impactos positivos econômicos e socioculturais.

Os resultados desta pesquisa enfatizam a importância de monitorar percepções e atitudes como uma estrutura para o desenvolvimento de diretrizes para a formulação de políticas públicas voltadas às cidades, especialmente durante o desenvolvimento das políticas estratégicas e táticas de gestão turística. Assim sendo, recai aos responsáveis pelo planejamento e desenvolvimento dos destinos, buscarem a constante consulta de opinião aos residentes desses destinos. Isto permitirá aos decisores técnicos e políticos avaliar as percepções que devem ser incorporados no planejamento da política de turismo. Tomadores de decisão governamentais e o *trade* turístico devem abrir diálogo e comunicação com a comunidade anfitriã, informando-a sobre como os benefícios incrementais das atividades turísticas e seus eventos podem contribuir para seu desenvolvimento a longo prazo.

Além disso, os responsáveis pelo planejamento do turismo devem encontrar maneiras de mitigar e minimizar os impactos negativos percebidos. Considerando a atratividade do turismo como mecanismo de geração de crescimento econômico e desenvolvimento, deve haver monitoramento frequente da percepção das comunidades anfitriãs e incorporação dessa vertente às políticas governamentais.

7 LIMITAÇÕES E PESQUISAS FUTURAS

Este estudo forneceu um primeiro passo para entender como os residentes de cidades do brejo paraibano, especialmente Bananeiras e Solânea, percebem os impactos do turismo em um estudo longitudinal. Embora as amostras tenham sido adequadas para as análises estatísticas, uma amostra mais demograficamente heterogênea produziria resultados mais equivalentes à amostra população real das cidades do brejo.

Encontramos resistência na colaboração por parte dos comerciantes ou pessoas que estavam no turno de trabalho em responder o instrumento de pesquisa, com exceção dos profissionais de educação. Alguns aceitavam o questionário e pediam para retornar depois de algum tempo, e quando retornávamos, o estabelecimento encontrava-se fechado, ou a pessoa ausente.

Na amostra de 2023, não incluímos os dados dos 50 respondentes do questionário online. A maioria dos respondentes são residentes dos recortes de Bananeiras (33 respondentes) e de Solânea (12 respondentes), a não inclusão deveu-se ao fato da cidade estar distribuída em escala Likert de 5 pontos. Oportunamente será somada a amostra de 2023, permitindo aperfeiçoar a análise das percepções dos referidos recortes.

Estudos futuros poderiam se concentrar em estudos longitudinais durante e após eventos turísticos, quando os efeitos são recentes na mente dos entrevistados. Bem como captar a percepção de diferentes públicos, além dos residentes, os gestores públicos, entidades do *trade* turístico e o empresariado local. Os resultados apresentados devem ser considerados com cautela e não generalizados para representar as percepções e atitudes da população total.

7.1 Implicações práticas

A constante questão enfrentada pelas autoridades e gestores de turismo é como planejar o desenvolvimento do turismo ideal, ao mesmo tempo em que se minimiza os impactos deste desenvolvimento na população residente. Uma abordagem proposta é o monitoramento das opiniões dos moradores sobre os impactos percebidos, como um meio de incorporar a reação da comunidade ao turismo, nas fases de planejamento e desenvolvimento. Assim, este estudo propõe uma abordagem centrada na comunidade anfitriã para a política turística, em vez de uma abordagem *top-down*.

REFERÊNCIAS

- ANDERECK, K.L.; VALENTINE, K.M.; VOGT, C.A.; KNOFF, R.C. A Cross-Cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions. **Journal of Sustainable Tourism**, v.15, p.483–502, 2009. <https://doi.org/10.2167/jost612.0>
- ANDERECK, K.L.; VALENTINE, K.M.; KNOFF, R.C.; VOGT, C.A. Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n.4, p. 1056–1076, 2005.
- ASHWORTH, G. J.; VOOGD, H. Marketing and place promotion. *In*: GOLD, J.R.; WARD, S.V. (Eds.). Place promotion: the use of publicity and marketing to sell towns and regions. Chichester: Wiley. 1994, pp. 39-52
- BAGOZZI, R. P. The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. **Social Psychology Quarterly**, v.55, n.2, p.178–204, 1992.
- BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Editora: Papirus, 2014. 164p.
- BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. (14ª ed.). Editora: SENAC, São Paulo, 2019. <https://play.google.com/books/reader?id=f9GCDwAAQBAJ&pg=GBS.PT2.w.2.0.1&hl=pt>
- BRIGGS, E; GRISAFFE, D. Service Performance-Loyalty Intentions Link in a Business-to-Business Context: the role of relational exchange outcomes and customer characteristics, **Journal of Service Research**, v. 13, n. 1, p. 37-51, 2010. <https://doi.org/10.1177/1094670509345683>
- CHOI, H.C.; MURRAY, I. Resident attitudes toward sustainable community tourism. **Journal of Sustainable Tourism**, v.18, p.575–594, 2010. <https://doi.org/10.1080/09669580903524852>
- GALVÃO, S.F.S; SOUZ, J.A.B.; SILVA, S.K.M. Caminhos do Frio – Rota Cultural: o Planejamento Estratégico e as Políticas Públicas no Desenvolvimento da Região do Brejo Paraibano. **Anais [...] VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. 2010. Universidade de Caxias do Sul. Disponível em:<
https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/arquivos/04/Caminhos%20do%20Frio%20-%20Rota%20Cultural%20o%20Planejamento%20Estrategico%20e%20as%20Politic.pdf>

GU, H.; RYAN, C. Place attachment, identity and community impacts of tourism: The case of a Beijing hutong. **Tourism Management**, v.29, p.637–647, 2008. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.006>

HENDERSON, J. Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia. **Tourism Management**, v.24, n.4, p.447–456, 2003. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00106-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00106-1)

JUROWSKI, C.; GURSOY, D. Distance effects on residents' attitudes toward tourism. **Annals of Tourism Research**, v.31, p.296-312, 2004. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005>

KOTLER, P.; GERTNER, D.; REIN, I.; HAIDER, D. **Marketing de Lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América latina e Caribe**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; HAIDER, D.; REIN, I. **Marketing places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations**. New York: The Free Press. 1993.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 14ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

LACERDA; C. S. **Sistema de indicadores de sustentabilidade para atividade turística: uma proposta metodológica participativa aplicada no município do Conde/PB**. 2011. Dissertação (Mestrado em Recursos Naturais) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2011. <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/2117>

LIANG, Z.X.; BAO, J.G. Tourism gentrification in Shenzhen, China: Causes and socio-spatial consequences. **Tourism Geographies**, v.17, p.461-481, 2015. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.1000954>

MATAVELI, M.; GIL, A.J. Loyalty to Rural Tourism in Brazil: The Moderating Effect of the Purchase Frequency. In: ALI, F.; RASOOLIMANESH, S.M.; COBANOGLU, C. **Applying Partial Least Squares in Tourism and Hospitality Research**, 109-127, 2018. 2018. https://www.researchgate.net/publication/326198605_Applying_Partial_Least_Squares_in_Tourism_and_Hospitality_Research

MARIUTTI, F.G. Fundamentos teóricos sobre marketing de lugar, gestão de marca-de-lugar e valor de marca-de-lugar. **Comunicação & Mercado**, v.06, n.14, p.163-184, 2019.

MINCIOTTI, S. A.; SILVA, E. C. Marketing de localidades: uma abordagem ampliada sobre o desenvolvimento da cidade ou região. **Turismo: Visão e Ação**, v.13, n.3, p.329-346, 2011. <https://doi.org/10.14210/rtva.v13n3.p329-346>

MTPB. **MAPA TURÍSTICO DA PARAÍBA**. 2022. Disponível em:< <https://alelontra.com.br/mapa-do-turismo-da-paraiba-2022-registra-53-municipios-e-12-regioes-turisticas/>>. Acesso em: mar. 2023.

NUNES, E.R.; MARTINS, M.F. Indicadores de sustentabilidade para o turismo sustentável: um estudo no município de Bananeiras (PB). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v.12, n.2, p.258-273, 2019. <https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/view/6728/6885>

OCKE, M.A.M.; IKEDA, A.A. Marketing de lugar: estado da arte e perspectivas futuras. *R.Adm*, v.49, n.4, p.671-683, 2014. <https://www.scielo.br/j/rausp/a/qpMWQb6ZwQkbkmv739LkSHL/?format=pdf&lang=pt>

OVIEDO-GARCIA, M.A.; CASTELLANOS-VERDUGO, M.; MARTIN-RUIZ, D. Gaining Residents' Support for Tourism and Planning. **International Journal of Tourism Research**, v.10, p.95–109, 2008. <https://doi.org/10.1002/jtr.644>

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creation experiences: the next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>

PREIKSCHAS, M. W.; CABANELAS, P.; RÜDIGER, K.; LAMPÓN, J. F. Value co-creation, dynamic capabilities and customer retention in industrial markets. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 32, n. 3, p. 409-420, 2017. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2014-0215>

RABAHY, W. A. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.14, n.1, p.1-13, 2019. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>

RASOOLIMANESH, S.M.; RINGLE, C.M.; JAAFAR, M.; RAMAYAH, T. Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. **Tourism Management**, v.60, p.147-158, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>

RIBEIRO, J.O. Desenvolvimento do turismo no espaço rural como estratégia de reconversão no Brejo paraibano. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v.19, n.3, p.495-508

2021.https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/24539/PS_19_3%20_%282021%29_06.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RIBEIRO, M.A.; PINTO, P.; SILVA, J.A.; WOOSNAM, K.M. Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries. **Tourism Management**, v.61, p.523–537, 2019. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.004>

SEABRA, G. **Comunidades, Natureza e Cultura no Turismo**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012. 325p. https://www.researchgate.net/profile/Paulo-Roberto-Francisco/publication/303921233_CONTRIBUICAO_DOS_ELEMENTOS_METEOROLOGICOS_AO_TURISMO_RURAL_NO_SEMIARIDO_PARAIBANO_-_CABACEIRAS/links/575df22b08aec91374aef997/CONTRIBUICAO-DOS-ELEMENTOS-METEOROLOGICOS-AO-TURISMO-RURAL-NO-SEMIARIDO-PARAIBANO-CABACEIRAS.pdf

SEABRA, G.F. O turismo sertanejo como alternativa econômica para o semiárido. *In*: SANTANA, A. **Pasos**. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v.1, n.2, 2003. 139p. <http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PASOS02.pdf#page=45>

SEBRAE. Destino Brejo Paraíba. 2022. Disponível em:<
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/destino-brejo-paraiba,818cad50412c3810VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 07 Jun 2023

SHENG, L.; TSUI, Y. Foreign investment in tourism: The case of Macao as a small tourism economy. **Tourism Geographies**, v.12, p.173-191, 2010. <https://doi.org/10.1080/14616681003725219>

SCÓTOLO, D.; NETTO, A.P. Contribuições do Turismo para o Desenvolvimento Local. **Revista de Cultura e Turismo**, v.9, n.1, p. 36-59, 2015. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5313063>

SOARES, J. R. R.; SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, M. D. Turismo acessível para todos: um estudo de caso em Cambre - Espanha. *In*: VANZELLA, E.; BRAMBILLA, A.; SILVA, M. F. DA. **Turismo e Hotelaria no Contexto da Acessibilidade**. João Pessoa: CCTA, 2018

VARGAS-SÁNCHEZ, A.; PLAZA-MEJIA, M.; PORRAS-BUENO, N. Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. **Journal of Travel Research**, v.47, p.373-387, 2008. <https://doi.org/10.1177/004728750832>

ZHANG, J.; INBAKARAN, R.J.; JACKSON, M.S. Understanding Community Attitudes Towards Tourism and Host-Guest Interaction in the Urban-Rural Border Region. **Tourism Geographies**, v.8, p.182–204, 2006. <https://doi.org/10.1080/14616680600585455>

WALL, M.; MATHIESON, A. **Tourism: change, impacts and opportunities**. England, Pearson. New York: Prentice Hall, 2006.

WANGA, Y.; SHENA, H.; YEA, S.; ZHOUA, L. Being rational and emotional: An integrated model of residents' support of ethnic tourism development. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v.44, p.112–121, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.05.008>

WOOSNAM, K.; NORMAN, W.; YING, T. Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. **Journal of Travel Research**, v.48, p.245–258, 2009. <https://doi.org/10.1177/004728750933>