

Classificação de Residentes em Relação ao Apoio para o Desenvolvimento de Destinos Turísticos Costeiros

Víctor Hugo da SILVA¹
Márcio Marreiro das CHAGAS²
Sérgio MARQUES JÚNIOR³

Resumo: O objetivo do estudo foi agrupar e classificar os residentes de Pipa, reconhecido destino turístico costeiro do Estado do Rio Grande do Norte, em grupos distintos baseados em suas percepções quanto ao apoio ao desenvolvimento turístico na localidade, tendo como base de análise, as dimensões “imagem do local”, “apego do residente à comunidade” e “impactos causados pelo turismo” na região. Pode-se caracterizar o estudo como sendo descritivo com enfoque analítico quantitativo, do tipo Survey. A amostra de residentes utilizada foi probabilística, de modo aleatório simples. A coleta de dados foi obtida por formulário, baseado em escala *Likert* de 11 pontos, obtendo-se 298 elementos pesquisados. A análise teve como base a estatística descritiva, análise fatorial e análise de conglomerados. Dentre os resultados, foi possível verificar que os impactos socioambientais percebidos pelos residentes, decorrentes da atividade turística, são dimensões altamente influenciadoras da propensão do residente em não apoiar o desenvolvimento do turismo na comunidade.

Palavras-chave: Impactos do Turismo; Apoio do Residente; Imagem de Destinos Turísticos.

1 Introdução

Nos últimos anos, a dinâmica entre os residentes e suas inter-relações com os impactos da atividade turística vem atraindo a atenção de inúmeros estudiosos (Lindberg & Johnson, 1997; Sheldon & Abenoja, 2001; Bujosa & Rosselló, 2007; Brida, Osti, & Barquet, 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Andereck & Nyaupane, 2011, entre outros). A ascensão dessa vertente de estudos confirma a importância da compreensão do ponto de vista dos moradores e sua participação no turismo. A compreensão das atitudes e do comportamento dos residentes, quando inseridos no turismo é de grande valor enquanto motor das estratégias de desenvolvimento da atividade. O modo como os residentes reagem ao turismo tem sido estudado por pesquisadores da atividade turística (Yoon et al., 2001; Gursoy & Rutherford, 2004; Andereck et al., 2005; Díaz & Gutiérrez, 2010) dentre outros.

De fato, a atividade turística está intrinsecamente ligada as seus impactos econômicos, socioculturais e ambientais, cujas consequências estruturais afetam diretamente o comportamento dos residentes, no que diz respeito ao apoio e incentivo ao desenvolvimento da atividade turística. Sob este ponto de vista, torna-se necessário a construção, sobre o corpo de conhecimento existente, de modelos de análise que

¹ Turismólogo. Mestrando em Turismo no PPGTUR/UFRN. <http://lattes.cnpq.br/8072651064377855>. E-mail: victor_sector7@hotmail.com

² Turismólogo. Dr. Em Administração. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte - IFRN. <http://lattes.cnpq.br/7927840772466317>. E-mail: marcio.marreiro@ifrn.edu.br

³ Engenheiro Agrônomo. DR. em Agronomia. PPGTUR/UFRN. <http://lattes.cnpq.br/3095760811566254>. E-mail: sergio@ct.ufrn.br

investiguem as relações entre os diversos fatores capazes de influenciar o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo, entre eles, a imagem que os residentes possuem da comunidade, percepção quanto aos impactos da atividade turística e suas relações com o apoio ao desenvolvimento do turismo.

Nesta perspectiva, o objetivo do presente estudo foi agrupar e classificar os residentes de Pipa, reconhecido destino turístico costeiro do Estado do Rio Grande do Norte, em grupos distintos baseados em sua percepção quanto ao apoio ao desenvolvimento turístico na localidade, tendo como base de análise, as dimensões “imagem do local”, “apego do residente à comunidade” e “impactos causados pelo turismo” na região.

2 Referencial Teórico

2.1 O Suporte dos Residentes para o Desenvolvimento do Turismo

A atividade turística, quando inserida em uma determinada comunidade, afeta diretamente a vida dos moradores locais (Jurowski, Uysal & Williams, 1997). Com o passar o tempo, vem se dando uma maior atenção, quanto a atividade turística como um meio para o fomento do desenvolvimento de uma região, associando a atividade com as benesses econômicas que pode proporcionar a comunidade receptora, colaborando desde o crescimento das oportunidades de emprego ao aumento de renda (Davis, Allen, & Consenza, 1988).

Segundo Jurowski et al. (1997), o desenvolvimento da atividade turística, quando inserida em um âmbito local, é dependente da boa vontade dos residentes, e que o apoio dos moradores locais é de fundamental importância para que seja bem-sucedida. Assim, quando a atividade turística for inserida em uma comunidade, a qualidade de vida dos residentes será diretamente afetada pelas consequências do desenvolvimento do turismo, sejam positivamente ou negativamente.

Smith (1989) aborda que o desenvolvimento desenfreado da atividade turística sem uma ferramenta de controle ou regulamentação tende a influenciar negativamente a perspectiva dos residentes a não ser enquanto sua característica econômica. Além disso, acredita que há cada vez mais uma diferenciação entre o turista e o autóctone, nas mais diferentes projeções socioculturais, de tal maneira que possa ocorrer um distanciamento entre as mais distintas esferas da sociedade.

A literatura corrobora com o paradigma de que os residentes são influenciados pelo entendimento e compreensão dos impactos ambientais, sociais e econômicos (Yoon et al., 2001; Murphy, 1985). São investigadas as possíveis ligações entre os impactos causados pela atividade turística e o comportamento dos residentes em relação à atividade turística, fazendo comparações no que diz respeito às participações em recreações (Perdue, Long & Allen, 1990), sobre o avanço industrial (Davis, Allen & Consenza, 1988), das facilidades advindas do desenvolvimento da atividade turística, das oportunidades de emprego (Belisle & Hoy, 1980; Sheldon & Var, 1984), e dos tipos e formas de turismo (Murphy, 1985).

Existem também resultados mistos, no que diz respeito a percepção dos residentes aos impactos físicos e ambientais da atividade turística. Investigadores afirmam que os

residentes podem ver diferentemente os impactos do turismo, haja vista que o turismo tem impactos tanto positivos quanto negativos (Liu et al, 1987).

2.2 A Percepção dos Residentes Sobre os Impactos do Turismo

A percepção dos residentes em relação ao turismo é diversificada (Haralambopoulos & Pizam, 1996; Lepp, 2007; Yoon et al., 2001; Andereck et al., 2005). Alguns residentes estão mais aptos do que outros para conviver com distintos impactos causados pela atividade, da mesma maneira que outros estão mais propensos a perceber os impactos econômicos do que impactos ambientais e socioculturais. No que diz respeito ao desenvolvimento do turismo, os residentes compreendem que a atividade turística traz mais benesses do que prejuízos, e adquirem uma visão favorável ao turismo inserido localmente. Por outro lado, existem residentes que acreditam que a atividade turística deteriora a qualidade de vida local, e esses não são suscetíveis ao apoio do desenvolvimento do turismo na localidade (Andereck et al., 2005; Yoon et al., 2001; Long, Perdue & Allen, 1990; Andereck & Nyaupane, 2011).

Segundo a literatura, os pesquisadores chegaram a um consenso sobre os domínios, sendo eles: econômico, sociocultural e ambiental, relativos à atividade turística nas mais variadas facetas, na busca de um melhor entendimento dessa dinâmica e suas relações com as mais diferentes esferas da sociedade (Andereck et al., 2005; Gursoy, Jurowski, & Uysal, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004).

Segundo um estudo de Yoon et AL. (2001), há uma relação significativa e positiva entre os impactos econômicos percebidos pelos residentes e o apoio ao turismo. Isto quer dizer que os residentes acreditam que o turismo cria mais empregos, atrai mais investimentos para a comunidade e gera benefícios econômicos para a comunidade local e seus negócios. Lepp (2007) assinalou que as atitudes dos residentes em relação ao turismo foram positivas e isso se deve a crença de que o turismo promove o desenvolvimento da comunidade e oportunidades de aumento de renda. Sob esse mesmo olhar, Haralambopoulos & Pizam (1996) afirmam que os benefícios econômicos têm influência positiva no apoio dos residentes.

Os residentes entendem que o desenvolvimento do turismo proporciona um maior intercambio cultural com os turistas (Yoon et al., 2001). Ademais, da criação de oportunidades para atividades de lazer (Andereck & Nyaupane, 2011), nasce uma conscientização para preservação do patrimônio cultural (Andereck et al., 2005; Liu et al., 1987; Yoon et al., 2001) e aumento da qualidade de vida (Long, Perdue & Allen, 1990).

A preocupação com as questões ambientais é um tema que vem ganhando cada vez mais atenção, principalmente no que diz respeito a atividade turística. Estudiosos relacionam a perspectiva dos residentes e o seu entendimento sobre os impactos do turismo no meio ambiente como um fator que pode, ou não, influenciar o comportamento dos mesmos. Andereck & Nyaupane (2011) afirmam que os residentes valorizam o fato de que o turismo contribui para a preservação dos recursos naturais e colaboram na conscientização das pessoas para a preservação do meio ambiente. Em consonância com esse estudo,

Andereck et al. (2005) também afirma que o turismo melhora a aparência da cidade e de seus arredores. Entretanto, os residentes afirmam que a atividade turística causa poluição (Yoon et al., 2001), provoca congestionamento (Andereck et al., 2005; Yoon et al., 2001) além da superlotação de lugares públicos (Brunt & Courtney, 1999; Bujosa & Rosselló, 2007).

Outrossim, de modo a aprimorar a qualidade das informações adquiridas e seu melhor entendimento, similarmente ao estudo de Nunkoo e Gursoy (2012), será analisada, também, a perspectiva da imagem e do apego ao lugar, pelos residentes e suas inter-relações com o desenvolvimento do turismo, no intuito de elucidar as transformações advindas da atividade. No presente estudo, apego ao lugar é entendido como seus laços psicológicos e emocionais com determinada localidade (Bowlby, 1969). O apego ao lugar pode ser considerado como uma participação social do indivíduo e a integração à vida na comunidade, refletindo uma ligação afetiva ou emocional entre um indivíduo e uma comunidade específica (McCool & Martin, 1994). Alguns autores indicaram que o apego a comunidade afeta diretamente e significativamente o apoio ao desenvolvimento do turismo (Gursoy & Rutherford, 2004). Muitos estudiosos analisaram os benefícios e custos percebidos como variáveis mediadoras para examinar o papel do apego a comunidade e sua influencia no apoio dos residentes ao desenvolvimento da atividade turística (Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy & Kendall, 2006).

A Teoria das Trocas Sociais também será utilizada nesse estudo. Nesta teoria, entende-se que o residente tende a incentivar a atividade turística se perceber que os benefícios advindos são maiores que os prejuízos (Skidmore 1975; Lee et al., 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2010).

2.3 Os Residentes e a Imagem do Destino

É comumente reconhecido que a imagem do destino é “o resumo das crenças, ideias e impressões que a pessoa tem do destino”, sendo um importante aspecto para o sucesso no marketing do destino. Alguns pesquisadores relatam a importância do desenvolvimento da imagem apropriada para o sucesso do turismo no destino (Crompton, 1979).

A imagem do destino pode ser otimizada pelos seus pontos fortes, na perspectiva dos potenciais visitantes. A imagem é associada com a interpretação subjetiva dos sentimentos e crenças dos turistas em relação a um destino específico (Yoon & Uysal, 2005). Há referências que consideram a imagem do destino como algo multidimensional que consiste de uma combinação de dois principais fatores: emocional e racional (San Martín & Rodríguez Del Bosque, 2008). Estudos recentes consideram a imagem como uma combinação de fatores, capazes de gerar mecanismos motivacionais (senso de apego ao lugar na mente do turista), sugerindo que a imagem do destino é uma combinação de construções subjetivas e sociais (Prayag, 2010; Prayag & Ryan, 2011).

A imagem que os residentes têm do lugar, portanto, é outro fator chave para entender a formação do apoio ao desenvolvimento do turismo, o qual é focado na característica única do lugar ao invés do envolvimento psicológico do indivíduo com o lugar. Assim, enquanto o apego é estável e menos propício a mudanças, a imagem é dinâmica e

mudar de acordo com o lugar (Govers et al., 2007).

Baseando-se neste constructo teórico, propôs-se o presente estudo cujo conteúdo metodológico é apresentado a seguir:

3 Metodologia

O estudo foi caracterizado como descritivo, com abordagem analítica-quantitativa, do tipo *Survey*, de corte transversal. A população alvo da investigação foi constituída pelos residentes da praia de Pipa, município de Tibau do Sul (RN) um dos 65 destinos indutores do desenvolvimento turístico regional do Brasil (MTUR, 2008). Em termos de localização geográfica, o município pertence à Microrregião do Litoral Sul e à Mesorregião do Leste Potiguar, localiza-se a sul de Natal, capital do estado, distando desta 77 km. Ocupa uma área de 101,822 km e sua população foi estimada em 2012 com 11.935 habitantes.

A amostra foi realizada de modo probabilístico, com a escolha do indivíduo realizado pelo método aleatório simples. O cálculo amostral foi desenvolvido com base na estimativa da proporção populacional, já que não se tem com exatidão, a população residente no entorno da praia de Pipa. O modelo de estimativa utilizado pode ser representado da seguinte forma: $n = (Z_{\alpha/2})^2 * p * q / E^2$ (Corrar, Paulo & Dias Filho, 2007), em que “n” corresponde ao número de indivíduos na amostra; “ $Z_{\alpha/2}$ ” corresponde ao valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado (para 90%, $Z_{\alpha/2}$ corresponde a 1,645); “p” corresponde à proporção populacional de indivíduos que pertence a categoria que procura-se estudar (50%) (Hair et al. 2006); “q” corresponde à proporção populacional de indivíduos que não pertence à categoria que procura-se estudar ($q = 1 - p$) e “E” ao erro máximo de estimativa (considerado neste estudo como sendo +/- 5%). Nesse sentido, foi possível chegar ao valor de 271 observações, necessários ao cumprimento dos objetivos da investigação, sendo realizadas 298 observações, considerada com sendo a amostra final do estudo.

O instrumento desenvolvido para a coleta de dados foi o formulário. Para mensuração das variáveis observáveis foi utilizada uma escala baseada no modelo *Likert* de 11 pontos, em que o valor 0 (zero) indicava total discordância do residente com a assertiva proposta na investigação, ao passo que o 10 indicava total concordância com a assertiva proposta. O número total de variáveis do formulário foi de 25, divididas em 07 dimensões: Imagem Afetiva (04 questões), Imagem Cognitiva (03 questões), Apego ao Lugar (04 questões), Impactos Econômicos do Turismo (04 questões), Impactos Sociais do Turismo (03 questões), Impactos Ambientais do Turismo (03 questões) e Apoio do Residente ao Desenvolvimento do Turismo (04 questões). No final, investigou-se o perfil do respondente, contendo informações relativas à gênero, idade, escolaridade, estado civil, tempo que mora na comunidade, ocupação e vínculo com a atividade turística.

As variáveis componentes das dimensões referentes aos impactos do turismo foram baseadas em Perdue, Long e Allen (1990), Yoon et al. (2001), Andereck e Nyaupane (2011), Andereck et al. (2005), Haralambopoulos e Pizam (1996), Bujosa e Rosselló (2007), Liu e Var (1986), Brunt e Courtney (1999), enquanto que as da dimensão “Apego ao Lugar” foram adaptadas dos estudos de Yuksel, Yuksel e Bilim (2010) e Gursoy e Rutherford (2004). As

variáveis componentes da dimensão “Imagem” foram baseadas nos estudos de San Martín e Rodríguez del bosque (2008), Baloglu e McCleary (1999), Prayag (2010) e Prayag & Ryan (2011). Por último, as variáveis componentes da dimensão “Apoio do Residente” foram baseadas nos estudos de Woo, Kim e Uysal (2015), Nunkoo e Gursoy (2001), Gursoy et al. (2002), Gursoy e Kendall (2006), Gursoy e Rutherford (2004) e Lepp (2007).

O período de coleta de dados ocorreu entre os dias 12 de março à 01 de junho de 2016. Ao término do período de aplicação, foram obtidos 278 formulários integralmente respondidos. Os dados coletados foram inseridos no software *Statistical Package for Social Science* (SPSS 22.0), por meio do qual ocorreu a análise dos dados utilizando-se de estatísticas descritivas, análise fatorial exploratória e análise de conglomerados (*Cluster Analysis*) cujos pressupostos, testes estatísticos e indicadores de validade serão apresentados no decorrer da discussão dos resultados.

4 Resultados e Discussões

4.1. Perfil da Amostra

A amostra utilizada no estudo apresentou uma proporção de 45,3% de respondentes do sexo masculino e 54,7% de respondentes do sexo feminino. Em termos de faixa etária, 77% dos respondentes declaram estar entre 18 e 45 anos, ou seja, uma amostragem que pode ser considerada pertencente à uma população jovem. 52% dos respondentes declaram ter até o nível de fundamental completo, sendo que 12,1% declaram não ter escolaridade. 51,3% declaram o estado civil como sendo de casados.

Destaca-se o percentual declarado de tempo de residência na localidade: somente 1,7% dos entrevistados declaram que residem nas proximidades da praia de Pipa à menos de 7 anos, ou seja, somente uma pequena parcela população pode ser considerada como residente à pouco tempo, o que pode fortalecer a análise da dimensão “Apego ao Lugar”. 42,3% declaram serem profissionais autônomos, ao passo que 61,4% dos entrevistados declaram ter algum vínculo com a atividade turística na região.

4.2. Processo de Refinamento das Dimensões Propostas

Com o objetivo de se encontrar um conjunto de variáveis que melhor represente as dimensões propostas neste estudo (Imagem Afetiva, Imagem Cognitiva, Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais do Turismo, Apego ao Lugar e Apoio do Residente), foi utilizada a Análise Fatorial. A Análise Fatorial é uma técnica estatística que busca, através da avaliação de um conjunto de variáveis (variáveis manifestas ou observáveis), a identificação de dimensões de variabilidade comuns existentes em um conjunto de fenômeno (Corrar, Paulo & Dias Filho, 2007).

Para uso da técnica, são necessários o atendimento à alguns pressupostos e indicadores de validade. Assim, para a extração de fatores da análise fatorial exploratória (AFE) foi utilizado o método de análise de componentes principais (ACP), tendo sido utilizado o Varimax como método de rotação dos fatores. Para retenção de fatores, optou-se pelo uso do critério de *Eigenvalue* superior a 1 (Corrar, Paulo & Dias Filho, 2007), assim como para

permanecer em seu fator a variável observável precisaria obter carga fatorial superior a 0,5 (Marôco, 2011).

A comunalidade torna a variável inapropriada para avaliação quando esta apresenta valores inferior a 0,5 (Hair et al. 2009). Já o teste usado para fins de verificação da validade das dimensões encontradas foi o *Alpha de Cronbach*. Neste critério, os dados apresentam-se como adequados quando a dimensão apresenta valores acima do 0,7 (Hair et al.; 2009).

Os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão “Imagem Afetiva” podem ser observados no Quadro 01. A avaliação dos atributos variou entre os valores (00) e (10), respectivamente pior e melhor desempenho.

Quadro 1 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão “Imagem Afetiva”

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
Eu acho que Pipa ...						
é um lugar bonito	8,506	1,311	- 0,511	- 0,586	0,906	0,821
tem um clima agradável	8,407	1,418	- 0,602	0,048	0,921	0,848
tem lugares interessantes	6,912	2,291	-1,248	0,879	0,801	0,644

Eigenvalue: 2,310

Variância (%): 76,993

KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*): 0,678

Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 446,363

Alfa de Cronbach: 0,797

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Através da análise descritiva, observa-se que os respondentes declararam um nível alto de afetividade com a região, na medida em que a média das respostas varia entre 6,9 e 8,5. Em termos dos pressupostos da análise fatorial, observa-se que todos os indicadores apontam para uma adequada constituição da dimensão. As variáveis utilizadas para constituírem a dimensão (variáveis observáveis) explicam 76,993% da variação do fator (dimensão) obtida o que pode ser considerado um alto nível de significância na construção da variável. O indicador Alfa de Cronbach, que se refere ao nível de confiabilidade do conjunto de variáveis utilizadas, também apresenta um valor adequado para a constituição da dimensão (0,797). No Quadro 2 são apresentados os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão “Imagem Cognitiva”:

Quadro 2 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão “Imagem Cognitiva”

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
Eu acho que Pipa possui ...						
<i>uma prefeitura que atua de forma efetiva</i>	2,775	1,411	0,556	- 0,133	0,845	0,715
<i>serviços públicos que atendem às necessidades locais</i>	3,567	1,571	- 0,125	- 0,767	0,831	0,691
<i>um bom sistema de transporte público</i>	3,362	1,377	0,036	- 0,500	0,795	0,632

Eigenvalue: 2,037
 Variância (%): 67,914
 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,690
 Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 225,490
 Alfa de Cronbach: 0,762
 Fonte: Dados do estudo, 2016.

Conforme pode ser observado pelos dados apresentados no Quadro 2, a população, representada pela amostra utilizada, não avalia de forma adequada os elementos que geram a Imagem Cognitiva do local (média variando entre 2,7 e 3,5). Em termos dos pressupostos da análise fatorial, nesta situação também se observa que todos os indicadores estatísticos apontam para uma adequada constituição da dimensão. As variáveis utilizadas para constituírem a dimensão explicam 67,914% da variação da dimensão obtida, alto nível de significância na construção da variável, em Ciências Sociais Aplicadas. O Alfa de Cronbach, também apresenta um valor adequado para a constituição da dimensão (0,762), indicando a confiabilidade das questões propostas.

No Quadro 3 são apresentados os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão "Apego ao Lugar":

Quadro 3 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão "Apego ao Lugar"

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
<i>Eu prefiro viver nesta comunidade do que em outra</i>	8,154	2,039	- 1,856	3,398	0,969	0,940
<i>Eu me identifico com a vida levada nesta comunidade</i>	8,043	1,997	- 1,848	3,489	0,962	0,926
<i>Eu sinto que esta comunidade é parte de mim</i>	8,298	1,746	- 1,609	2,552	0,934	0,873
<i>Viver nesta comunidade significa muito para mim</i>	8,309	1,812	- 1,441	1,915	0,945	0,894

Eigenvalue: 3,633
 Variância (%): 90,820
 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,853
 Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 1577,287
 Alfa de Cronbach: 0,965
 Fonte: Dados do estudo, 2016.

Conforme pode ser observado pelos dados apresentados no Quadro 3 e de forma semelhante ao ocorrido com a dimensão "Imagem Afetiva", os residentes demonstraram grande apego ao lugar que residem (média variando entre 8,0 e 8,3). Os indicadores da análise fatorial também apontam para uma adequada constituição da dimensão. As variáveis utilizadas para constituírem a dimensão explicam 90,820% da variação da dimensão obtida, o que pode ser entendido como um alto nível de significância na construção da dimensão. O Alfa de Cronbach, também apresenta um valor adequado para a constituição da dimensão (0,965), indicando a confiabilidade das questões propostas.

No Quadro 4 são apresentados os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão "Impactos Econômicos" do Turismo:

Quadro 4 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão “Impactos Econômicos”

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
<i>Eu acredito que o Turismo ...</i>						
<i>promove o aumento de renda para a comunidade local</i>	7,677	2,162	- 1,292	1,403	0,986	0,972
<i>diversifica a economia local</i>	7,732	2,198	- 1,291	1,299	0,986	0,972
<i>cria/promove oportunidades de emprego</i>	7,614	2,145	- 1,275	1,389	0,986	0,972
<i>aumenta o padrão de vida da comunidade local</i>	8,040	2,053	- 1,352	1,427	0,892	0,796

Eigenvalue: 3,713

Variância (%): 92,788

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,868

Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 2526,979

Alfa de Cronbach: 0,974

Fonte: Dados do estudo, 2016.

É interessante verificar o que acontece quando se avalia a percepção dos residentes quanto aos impactos gerados pelo turismo. No caso dos impactos econômicos, os valores médios das respostas concentram-se na faixa de 7,6 a 8,0, ou seja, não são tão evidentes, na perspectiva dos respondentes, os impactos positivos ou negativos, do ponto de vista econômico, da atividade turística na região. Para fins de constituição da dimensão, em termos dos pressupostos da análise fatorial, também se observa que todos os indicadores estatísticos apontam para uma adequada constituição da dimensão. As variáveis utilizadas para constituírem a dimensão explicam 92,788% da variação da dimensão obtida, alto nível de significância na construção da variável em Ciências Sociais Aplicadas. O Alfa de Cronbach, também apresenta um valor adequado para a constituição da dimensão (0,974), indicando a confiabilidade das questões propostas.

No Quadro 5 são apresentados os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão “Impactos Sociais”:

Quadro 5 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão “Social”

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
<i>Eu acredito que o Turismo ...</i>						
<i>aumenta a taxa de criminalidade em Pipa</i>	7,211	1,967	- 0,244	- 1,143	0,951	0,905
<i>gera atos de vandalismo na comunidade</i>	6,906	2,275	- 0,666	- 0,043	0,948	0,898
<i>aumenta a taxa de prostituição na comunidade</i>	7,376	2,007	- 0,342	- 0,917	0,938	0,879

Eigenvalue: 2,682

Variância (%): 89,145

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,769

Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 800,484

Alfa de Cronbach: 0,939

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Em termos de percepção dos impactos sociais gerados pelo turismo, observa-se que os respondentes declararam que o turismo gera um certo nível de impacto social negativo (valores médios de respostas entre 6,9 e 7,3) o que demonstra a preocupação no desenvolvimento da comunidade. No que se refere aos indicadores da análise fatorial, observa-se que todos assumiram valores adequados dentro dos critérios propostos para a constituição da dimensão. Destaca-se o poder explicativo das variáveis, em termo de % da variância explicada na dimensão gerada (89,145%) e o indicador Alfa de Cronbach (0,939) demonstrando a confiabilidade das questões propostas na constituição da dimensão.

No Quadro 6 são apresentados os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão “Impactos Ambientais” gerados pelo desenvolvimento do turismo na região:

Quadro 6 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão “Ambiental”

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
<i>Eu acredito que o Turismo ...</i>						
<i>tem contribuído para a superlotação da praia</i>	7,956	1,893	- 0,761	- 0,243	0,855	0,731
<i>aumenta a poluição ambiental em Pipa</i>	6,788	2,184	- 0,285	- 0,704	0,895	0,801
<i>aumenta o barulho na comunidade</i>	6,697	1,984	- 0,172	- 0,425	0,886	0,785

Eigenvalue: 2,316

Variância (%): 77,212

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,725

Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 392,975

Alfa de Cronbach: 0,851

Fonte: Dados do estudo, 2016.

De forma semelhante às outras dimensões referentes aos impactos gerados pelo desenvolvimento do turismo na região, percebe-se, através dos valores médios obtidos pelas variáveis (6,6 até 7,9), que há uma percepção de que a atividade gera um certo nível de impacto ambiental. Em termos de análise fatorial, também se observa o mesmo comportamento que as dimensões anteriores, ou seja, todos os indicadores estatísticos apontam para uma adequada constituição da dimensão. As variáveis utilizadas para constituírem a dimensão explicam 77,212% da variação da dimensão obtida, entendida como um alto nível de significância na construção da variável. O Alfa de Cronbach, também apresenta um valor adequado para a constituição da dimensão (0,851), indicando a confiabilidade das questões propostas.

No Quadro 7 são apresentados os principais resultados originados da análise fatorial exploratória para a dimensão “Apoio do Residente” ao desenvolvimento do turismo na região:

Quadro 7 - Coeficientes da análise descritiva e fatorial para a dimensão “Apoio do Residente”

Variável	Média	Desvio Padrão	Assimetria	Curtose	Carga Fatorial	Comunalidade
<i>Eu acredito que...</i>						
<i>o município deveria investir na promoção de Pipa</i>	8,107	2,753	- 1,485	0,832	0,991	0,981
<i>deve-se estimular o número de visitantes em Pipa</i>	7,731	2,949	- 1,296	0,257	0,969	0,940
<i>Pipa está melhor depois do desenvolvimento turístico</i>	8,016	2,805	- 1,373	0,489	0,975	0,951
<i>o desenvolvimento do turismo é muito importante para Pipa</i>	7,892	2,814	- 1,431	0,761	0,983	0,967

Eigenvalue: 3,839

Variância (%): 95,966

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin): 0,848

Bartlett's Test of Sphericity: (Sig, 0,000): 2371,761

Alfa de Cronbach: 0,986

Fonte: Dados do estudo, 2016.

Pelos dados apresentados no quadro 7, observa-se que os respondentes declararam apoiar o desenvolvimento do turismo na região (valores médios de respostas entre 7,7 e 8,1). No que se refere aos indicadores da análise fatorial, observa-se que, assim como nas dimensões anteriormente estudadas, todos apresentaram valores adequados dentro dos critérios propostos para a constituição da dimensão. Destaca-se o poder explicativo das variáveis, em termo de % da variância explicada na dimensão gerada (95,966%) e o indicador Alfa de Cronbach (0,986) demonstrando a alta confiabilidade das questões propostas na constituição da dimensão.

De um modo geral, verificou-se que todas as dimensões propostas neste estudo apresentaram indicadores estatísticos em conformidade com os critérios utilizados para a construção das dimensões propostas. Desta forma, habilita-se a análise dos agrupamentos com todas as dimensões propostas, cujas considerações são apresentadas à seguir:

4.3. Processo de Agrupamento e Classificação de Residentes

Com o objetivo de agrupar os residentes em grupos diferenciados pelo nível de apoio ao desenvolvimento do turismo na região, foi utilizada a Análise de Cluster. A análise de Cluster (Análise de Conglomerados) é uma das técnicas de análise multivariada cujo propósito primário é reunir objetos, baseando-se nas características dos mesmos (CORRAR; PAULO; DIAS FILHO, 2007). No caso, tal reunião será feita em relação à percepção dos residentes quanto às dimensões obtidas durante o processamento de refinamento de dimensões, via análise fatorial (Imagem Afetiva, Imagem Cognitiva, Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais do Turismo, Apego ao Lugar e Apoio do Residente ao Desenvolvimento do Turismo).

Para o emprego da análise, será utilizado o método não hierárquico *K-means Clustering* já que o objetivo é identificar grupos semelhantes a ser formado de forma específicas (Dois grupos específicos: Apoio ou não ao desenvolvimento do turismo na

região). Além disso, destaca-se que o número de casos é grande (278 questionários) o que restringe o uso de métodos hierárquicos de classificação (CORRAR; PAULO; DIAS FILHO, 2007).

No quadro 08 é apresentada a Análise de Variância (ANOVA) para os agrupamentos obtidos:

Quadro 8 – Análise de Variância (ANOVA) para teste de agrupamento de dimensões

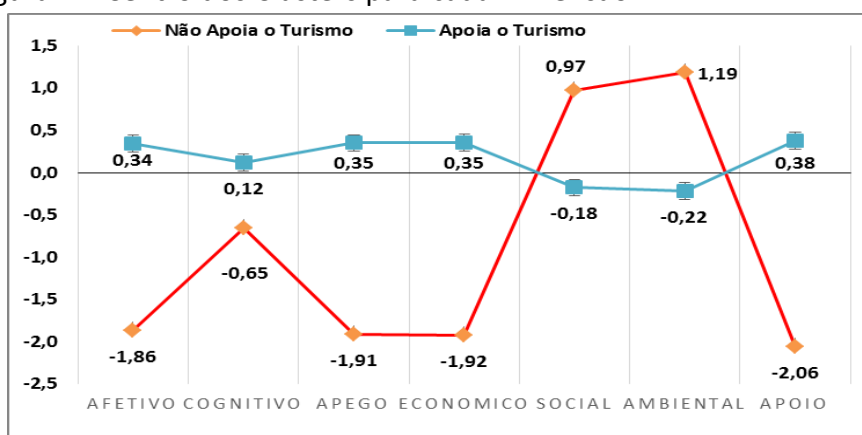
Dimensões	Agrupamento		Erro		Z	Sig.
	Quadrado Médio	df	Quadrado Médio	df		
AFETIVO	188,690	1	0,366	296	515,669	0,000
COGNITIVO	22,022	1	0,929	296	23,705	0,000
APEGO	198,298	1	0,333	296	594,685	0,000
ECONOMICO	205,002	1	0,311	296	659,582	0,000
SOCIAL	49,365	1	0,837	296	59,006	0,000
AMBIENTAL	74,981	1	0,750	296	99,967	0,000
APOIO	234,380	1	0,212	296	1107,886	0,000

Nota: Os testes F devem ser usados apenas para finalidades descritivas porque os clusters foram escolhidos para maximizar as diferenças entre os casos em clusters diferentes. Os níveis de significância observados não estão corrigidos para isso e, dessa forma, não podem ser interpretados como testes da hipótese de que as médias de cluster são iguais.

Fonte: Dados do estudo, 2016

Pelos dados apresentados no quadro 8, observa-se que todas as dimensões em estudos se apresentaram significativas para serem elementos diferenciadores entre os agrupamentos obtidos. Realizando-se a Análise de Cluster, especificando a construção de 2 agrupamentos, foram separados 252 elementos constituintes do Agrupamento 1 que apresentaram a tendência de apoiar o desenvolvimento do turismo na região e 46 entrevistados pertencentes ao Agrupamento 2, considerado aquele onde os entrevistados apresentaram tendência para não apoiar o desenvolvimento do turismo na região. O Centro dos Agrupamento obtidos para cada dimensão pode ser observada na Figura 1:

Figura 1 – Centro dos Clusters para cada Dimensão



Fonte: Dados do estudo, 2016

Deve-se ressaltar que os valores correspondentes ao Centro dos Agrupamentos obtidos para cada dimensão estão em sua forma padronizada. Nesta situação, considera-se que valores positivos

do Centro dos Agrupamentos de cada dimensão estão em concordância com a assertiva proposta através da variável observável (questão do formulário). Valores negativos significam discordância da assertiva da variável.

Observa-se que o Agrupamento 1, constituído daqueles que apoiam o desenvolvimento do turismo na região, demonstram boa imagem afetiva e cognitiva com o lugar, apresentam apego ao lugar, declaram que o turismo gera impactos econômicos positivos e poucos impactos negativos, em termos sociais e ambientais. Em contrapartida, aqueles constituintes do Agrupamento 2, considerados aqueles que não apoiam o desenvolvimento do turismo na região, não apresentam Imagem tanto afetiva como cognitiva com o lugar, não percebem os impactos econômicos oriundos na atividade. Destaca-se a forte percepção deste grupo quanto aos impactos negativos gerados pelo turismo, em termos sociais e ambientais, o que pode estar fortemente influenciando a decisão de não apoiar o desenvolvimento do turismo na região.

5 Conclusões

Baseando-se nos resultados encontrados e nos pressupostos estatísticos utilizados, pode-se classificar os residentes de Pipa, município de Tibau do Sul/RN em dois agrupamentos característicos quanto ao apoio ao desenvolvimento do turismo na região: aqueles que não apoiam o desenvolvimento do turismo, cujas variáveis latentes de classificação (dimensões) indicam pequena percepção de imagem afetiva e cognitiva com o lugar, baixo nível de apego ao local, baixa percepção dos impactos econômicos gerados pela atividade e alta percepção dos impactos sociais e ambientais gerados pelo turismo e; aqueles que apoiam o desenvolvimento do turismo, que apresentam adequada imagem afetiva e cognitiva do local, certo nível de apego ao lugar, percepção de que a atividade turística gera impactos econômicos positivos e assim como baixo nível de impactos negativos do ponto de vista social e ambiental.

Os resultados apontam para a necessidade de que sejam avaliados, junto a população residente, os reais impactos passíveis de serem gerados pela atividade, assim como medidas que minimizem, na perspectiva da população, os impactos sociais e ambientais advindos da atividade, visando aumentar o apoio do residente ao desenvolvimento do turismo na região.

Referências bibliográficas

- Andereck, K.L & Nyaupane, G.P (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, v. 50, n.3, p. 248–260.
- Andereck, K.L, Valentine, K.M, Knopf, R.C & Vogt, C.A (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, v.32, n. 4, p. 1056–1076.
- Belisle, F., & Hoy, D (1980). The perceived impact of tourism by residents. *Annals of Tourism Research*, p. 83–101.
- Bowlby, J (1969). *Attachment*. In Attachment and loss. New York: Basic Books, v. 1.
- Brida, J. B., Osti, L., & Barquet, A (2010). Segmenting residents' perceptions toward tourism – A cluster analysis with multinomial logit model of a mountain community. *International Journal of Tourism Research*. pag. 591–602.

- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts. *Annals of Tourism Research*. p. 493–515.
- Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, v. 28, p. 688–695.
- Corrar, L. J., Paulo, E., Dias Filho, J. M. (2007). *Análise multivariada: para cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas. 542 p.
- Crompton, J. L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location. Upon That Image. *Journal of Travel Research*, v. 17, n. 1, p. 18–23.
- Davis, D., Allen, J., & Consenza, M (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, vol. 27, no. 2, p. 2-8.
- Díaz, R., & Gutiérrez, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v.8, n. 4, p. 431–444.
- Gursoy, D., & Kendall, K.W. (2006). Hosting mega events e modeling locals support. *Annals of Tourism Research*. v.33, n. 3, p. 603-623.
- Gursoy, D., Jurowski, D. & Uysal, M. (2002). Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*. p. 79–105.
- Gursoy, D. & Rutherford, D.G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, v. 31, p. 495–516.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L (2009). *Análise multivariada de dados*. 6ª Ed. São Paulo: Bookman. 727 p.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, v. 23, p. 503–526.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, R (1997). A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism. *Journal of Travel Research*, p. 3–11.
- Lee, C., Kang, S.K., Long, P., & Reisinger, Y. (2010). Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study. *Tourism Management*, v. 31, p. 189–201.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, v. 28, p. 876–885.
- Lindberg, K., & Johnson, R.L. (1997). Modelling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, v. 24, n. 2, p. 402–424.
- Liu, J., Shedon, P., & Var, T. (1987). Residents Perceptions of the Environmental Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*. p. 17–37.
- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, v. 3, n. 32, p. 29-34.
- Murphy, P. (1985). *Tourism. A community approach*. Routledge, New York.
- Mtur (2008). *Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional - Relatório Brasil / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa (Organizador)*. — 2ª ed. revisada — Brasília. 84 p.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2010). Residents' support for tourism: an identity perspective. *Annals of Tourism Research*, v. 39, n.1, p. 243-268.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Modeling community support for a proposed integrated resort project. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 18, n. 2, p. 257-277.

- Prayag, G. (2010). Images as pull factors of a tourist destination: A factor-cluster segmentation analysis. *Tourism Analysis*, v. 15, p. 1–14.
- Prayag, G., & Ryan, C. (2011). The relationship between the push & pull attributes of a tourist destination: The role of nationality. An analytical qualitative research approach. *Current Issues in Tourism*, v. 14, p. 121–143.
- San Martín, H., & Rodríguez Del Bosque, I. A. (2008). Exploring the cognitive — Affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tourism Management*, v. 29, p. 263–277.
- Sheldon, P., & Abenoja, T. (2001). Resident Attitudes in a Mature Destination: the Case of Waikiki. *Tourism Management*. p. 435–443, 2001.
- Sheldon, P., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, v. 5, n. 1, p. 40-47.
- Skidmore, W. (1975). *Theoretical thinking in sociology*. Cambridge University Press, London.
- Smith, V. (1989). *Anfitriões e convidados*. Antropología del Turismo. Madrid: Endymion.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, v. 26, n. 1, p. 45–56.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, v. 22, p. 363–372, 2001.
- Yuksel, A. B., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, v. 31, n. 2, p. 274–284.