

# Produção Científica sobre Atitudes dos Residentes: Estudo Bibliométrico na base de dados “Hospitality and Tourism Complete - EBSCO HOST”

Deise Mari Pereira Silveira<sup>1</sup>  
Carlos Marcelo Ardigó<sup>2</sup>  
Fernanda de Souza Farias<sup>3</sup>

**Resumo:** O objetivo do presente estudo é analisar as principais características da produção científica sobre as atitudes dos residentes. Para isso foram pesquisados os artigos pertencentes à base de dados “*Hospitality and Tourism Complete - EBSCO HOST*”. A pesquisa é do tipo bibliométrica, além disso, quanto ao objetivo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória de abordagem quantitativa. Foram identificados 195 artigos que abordam assuntos relacionados as atitudes dos residentes. A partir desse número foram considerados os seguintes critérios: Evolução de Publicação, Termo do *Thesaurus*, Publicações e a Distribuição Geográfica das produções.

**Palavras-chave:** Atitudes dos residentes, Estudos em Turismo, Pesquisa Bibliométrica.

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo das relações entre o desenvolvimento do turismo e as comunidades receptoras tem assumido cada vez mais importância na literatura em turismo. Afinal, os residentes dos destinos são os mais afetados pelas políticas e medidas de desenvolvimento turístico.

As pesquisas bibliométricas estão cada vez mais recorrentes no meio acadêmico, visto que as mesmas possuem relevância seja qual for o tema abordado, uma vez que, esse tipo de estudo tem como finalidade mensurar e avaliar o tamanho da produção acadêmica acerca de determinado assunto. O objetivo central deste artigo é analisar as características da produção científica sobre as atitudes dos residentes. Trata-se de uma pesquisa exploratória e bibliográfica. Quanto à abordagem é uma pesquisa quantitativa. No que se refere ao levantamento dos dados foi realizada a coleta dos artigos na base de dados “*Hospitality and Tourism Complete - EBSCO HOST*”.

O artigo está estruturado em cinco sessões a contar da introdução, que apresenta uma visão geral do que vai ser abordado no decorrer do artigo bem como os aspectos metodológicos adotados. A segunda, diz respeito ao referencial teórico, que traz autores que dão fundamentação ao estudo. Nessa parte são expostos os temas: atitudes dos

---

<sup>1</sup> Mestranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Email: silveira.deisi@gmail.com – Lattes <<http://lattes.cnpq.br/556238558093378>>

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor do Programa de Pós-Graduação Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria e do Programa de Mestrado Profissional em Administração da UNIVALI. Email: [marcelo.ardigo@univali.br](mailto:marcelo.ardigo@univali.br) - Lattes <<http://lattes.cnpq.br/2125766582707196>>

<sup>3</sup> Mestre em Turismo e Hotelaria na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Email: [nandasfarias@hotmail.com](mailto:nandasfarias@hotmail.com) – Lattes <<http://lattes.cnpq.br/8238570751492715>>

residentes, e pesquisa bibliométrica. A terceira, chamada “metodologia” apresenta os aspectos metodológicos utilizados. A quarta, intitulada de “produção científica sobre atitudes dos residentes”, retrata os resultados obtidos com a pesquisa e a quinta, e última parte, trata-se das considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Atitudes**

As atitudes constituem-se em um dos construtos mais antigos no contexto sócio psicológico. É um construto estudado pela Psicologia Social, que auxilia na coleta de informações sobre o posicionamento cognitivo e afetivo das pessoas em relação a determinado objeto ou situação (Molero & Cuadrado, 2006).

O construto da atitude se caracteriza como um campo altamente empírico. Mais do que buscar teorias globais para o comportamento humano, como as que são frequentemente encontradas nas teorias da personalidade, os psicólogos sociais utilizam uma vasta gama de teorias específicas para os diversos tipos de fenômenos sociais e cognitivos. Entre as teorias destaca-se a Teoria da Troca Social, esta é uma teoria econômica social que parte do pressuposto de que as relações humanas são baseadas na escolha racional e na análise de custo-benefício (BOLEY *et al.* 2014).

A teoria da troca social tem sido base teórica implícita ou explicitamente para muitos estudos, em diversas áreas do conhecimento científico. Segundo Ap (1992, p. 668) esta é “uma teoria sociológica preocupada com a compreensão da mudança de recursos entre os indivíduos e grupos em uma situação de interação”.

As pessoas se engajam em um sistema de interação, em que, procuram algo de valor, seja ele material, social ou psicológico. Logo, os indivíduos optam por se envolver em uma troca, uma vez que julgam as recompensas e os custos de tal troca. As percepções da troca podem ser diferenciadas em cada indivíduo, o que percebe um possível resultado irá avaliar a troca de uma forma diferente do que o indivíduo que percebe negativamente (GURSOY; JUROWSKI & UYSAL, 2002).

Conforme relata Ajzen (1980), existem muitas definições formais de atitude, de maneira que o conceito apresenta contornos relativamente difusos. Entretanto, o autor defende a existência de um consenso destacando a característica essencial da atitude e sua natureza avaliativa.

Briñol *et al.* (2007) afirmam que o estudo das atitudes é muito relevante para a compreensão da conduta social humana. Os autores aludem algumas razões para isso, as quais são destacas no Quadro 1.

Quadro 1 – Relevância do estudo das atitudes.

a) as atitudes são relevantes na hora de adquirir novos conhecimentos, já que as pessoas assimilam e relacionam as informações que recebem do mundo com dimensões avaliativas;
b) as atitudes desempenham uma série de funções imprescindíveis na hora de buscar, processar e responder, não só informações sobre o entorno, mas também as relacionadas com um único objeto;
c) as atitudes guardam uma estreita relação com nossa conduta e, para tanto, o maior e melhor conhecimento das atitudes permitirá realizar medições mais exatas sobre a conduta social humana e sobre suas trocas. É dizer que as atitudes influenciam sobre a forma de pensar e de atuar das pessoas;
d) as atitudes permitem conectar o contexto social em que vivemos com a conduta individual ou, dito de outro modo, nossas atitudes refletem a interiorização dos valores, normas e preferências que regem os grupos e organizações a que pertencemos. Diferentes grupos sociais podem ser distintos entre si pelas atitudes diferenciadas em relação a determinadas questões ou assuntos compartilhados por indivíduos que os formam;
e) as trocas de atitudes das pessoas podem mudar o contexto. Se as atitudes de um número de pessoas se alteram, possivelmente as normas sociais podem também se alterar. Logo, o estudo de como se adquirem e modificam as atitudes é essencial para compreender as bases de possíveis trocas mais amplas;
f) a pesquisa sobre as atitudes permite conectar áreas de investigação em geral dispersas. Por exemplo, o estudo da autoestima pode definir-se como o estudo das atitudes que as pessoas têm em relação a si mesmas.

Fonte: Adaptado de Briñol *et. al* (2007).

As pessoas possuem atitudes frente à maioria de estímulos que as rodeiam, inclusive para aqueles objetos sobre os quais não se tenham conhecimento ou experiência. García *et al.* (2016) destacam os processos através dos quais se formam as atitudes, que se organizam em torno de três fatores, denominados em função do tipo de informação que contém os componentes: cognitivo, comportamental e afetivo.

Getz (1994) já mencionava essa estrutura com suas subdivisões, em que o aspecto cognitivo corresponde à percepção e a crença do indivíduo; o afetivo envolve a avaliação do gosto e o desgosto; o comportamental compreende a ação ou intenção expressa de agir.

Na psicologia social e na teoria do comportamento do consumidor, o conceito de atitude está entre os mais relevantes. De acordo Blackwel, Miniard e Engel, (2005) e Solomon (2008), as atitudes ocupam um espaço considerável nas nossas vidas mentais e sociais, uma vez que, influenciam inúmeras decisões e comportamentos. Funcionam como uma estatística de conhecimento sobre as reações a um estímulo, e reduzem o esforço dispendioso no processo decisório de compra ou adoção de um produto ou serviço.

Ajzen e Fishbein (1975) já descreviam as atitudes como um sentimento geral favorável ou não favorável para com um objeto de estímulo, pois quando um indivíduo forma uma crença sobre um objeto, ele automaticamente adquire uma atitude para com este, pois a crença ligará o objeto a um atributo, e a atitude para com o objeto será um fator de avaliações desses atributos motivadores.

Segundo Ajzen (1980) o conceito de atitude é composto por três dimensões, sendo uma de afeto, que se refere aos sentimentos dos consumidores perante a um produto, outra de cognição que está associada ao conhecimento do indivíduo sobre o produto e ou serviço e uma terceira dimensão, denominada de conação ou comportamental que está relacionada com as opiniões e intenções comportamentais do consumidor para com este objeto.

Pode-se ainda, conceituar atitude como uma resistência favorável ou não as avaliações cognitivas e emocionais e tendências de ação sobre pessoas, ideias e experiências, é um processo individual, ao qual é influenciado pelas percepções, sensações, interpretações, seletividade e limites de cada ser humano (KOTLER, 2000 & SOLOMON, 2002).

Por fim, Blackwell, Miniard e Engel, (2005) enfatizam de forma objetiva que as atitudes representam o que um indivíduo gosta e de que não gosta. Logo as atitudes podem ser representadas pelas preferências sobre um destino turístico em relação a outro.

### **2.1.1 A atitude na perspectiva do residente**

Na literatura internacional são identificados vários estudos sobre a atitude dos residentes face ao turismo, podendo citar os trabalhos de: Getz (1994); Lawson *et al.* (1998); Brunt e Courtney (1999); Besculides *et al.* (2002); Harrill (2004); Andereck *et al.* (2005); Jackson e Inbakaran (2006); Sharma e Dyer (2009); Brida *et al.* (2010); McDowall & Choi (2010); Vareiro *et al.* (2012); Boley *et al.* (2014) García *et al.* (2016).

Estudar a atitude do morador local é, portanto, uma importante ferramenta para auxiliar os governantes e os atores envolvidos com o planejamento da atividade na definição de políticas para o turismo. Inbakaran e Jackson (2006) e Xavier (2007) afirmam que a indústria do turismo aufere quando as necessidades e anseios dos residentes são levados em consideração, pois assim, haverá melhor participação destes no planejamento e na gestão da atividade turística.

Em Portugal há um movimento recente nos estudos deste tema, citando-se os trabalhos de Monjardino (2009), Vareiro *et al.* (2012), Eusébio e Carneiro (2010; 2012) e também um estudo de Sánchez *et al.* (2015), parceria estabelecida entre professores portugueses e espanhóis. Na Espanha, mais precisamente na *Universitat de les Illes Balears* há um laboratório de pesquisa especializado nessa temática, destacando os estudos de Molero e Cuadrado (2006), Cardona (2012) e Cardona e Cantallops (2015).

No Brasil, os estudos são escassos, não há uma bibliografia extensa sobre o tema, podendo citar os trabalhos de Maio *et al.* (2006), Xavier (2007), Aires *et al.* (2010), Aires e Fortes (2011), Dall’Agnol e Gastal (2012) e de Scalabrini, Remoaldo e Lourenço (2014).

## **2.2 Os Residentes**

Nos últimos quarenta anos têm sido profícuo, à escala internacional, no aprofundamento dos estudos na área de turismo. A motivação dos turistas, o planejamento da atividade turística e os equipamentos turísticos. Nota-se, também, um aumento no número de estudos que se dedicam a identificar a percepção e a atitude de residentes a respeito da atividade turística.

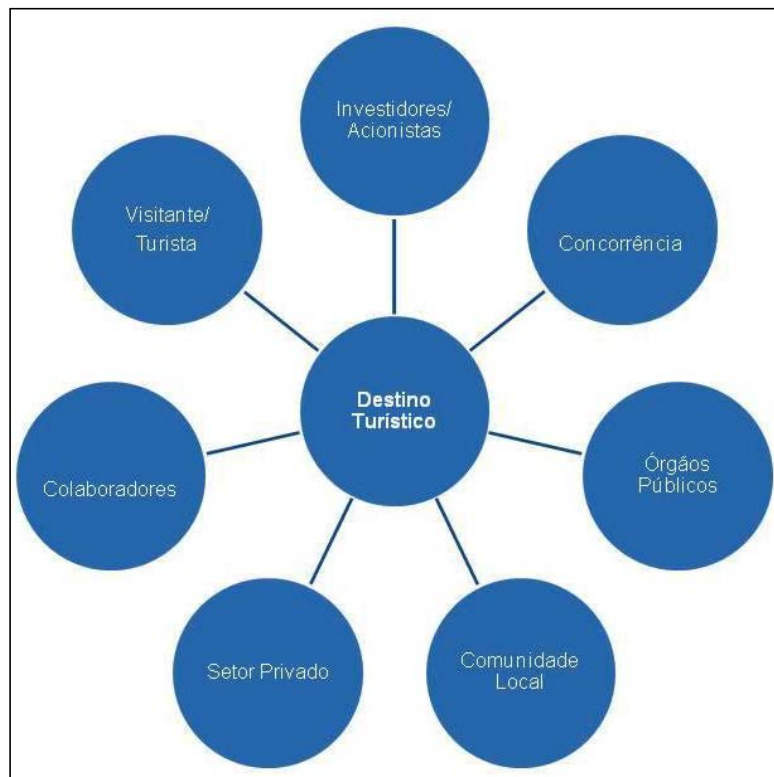
Wang e Xu (2015) definem que o residente, é o sujeito capacitado, membro de uma comunidade – agente ativo de mudança, possui a capacidade de buscar e encontrar soluções

para seus problemas, e ainda tem o poder de tomar decisões e programar ações e avaliar possíveis soluções para o desenvolvimento do local onde está inserido. De forma direta, o IBGE (2016) define residente como o indivíduo que mantém residência ou unidade domiciliar permanente no município.

Nas últimas décadas, muitos estudos Andereck (1995, 2000, 2005), Sirakaya (2002), Jackson e Inbakaran (2006), Díaz e Gutiérrez (2010), Brida, Disegna e Osti (2010, 2014), Nunkoo, Smith, Ramkissoon, (2013), Cardona e Cantallops (2015) se dedicaram a pesquisar o residente como sujeito em diversas perspectivas na destinação. Na proposta sistêmica do planejamento e gestão de territórios turísticos, Anjos (2004) e Viana (2011) consideraram a percepção da qualidade de vida do residente como um indicador de competitividade.

Pinheiro (2011) identifica a comunidade local como um elemento dos *stakeholders* do turismo considera que o desenvolvimento de um destino turístico é baseado nas inter-relações estabelecidas pelo conjunto de atores sociais envolvidos na gestão e planejamento da atividade turística da localidade. Na busca dessa compreensão, a autora apresentou os *stakeholders* do destino conforme Figura 1

Figura 1 – Os *stakeholders* no destino turístico



Fonte: Pinheiro (2011, p. 114).

### 2.3 Pesquisa Bibliométrica

A pesquisa bibliométrica é uma técnica utilizada para medir o conhecimento científico. Pritchard (1969) define a bibliometria como o estudo que tenta quantificar os processos de comunicação escrita. Saes acrescenta que existem dois motivos para se empregar tal técnica

O primeiro para analisar o tamanho, crescimento e distribuição da bibliografia científica (livros, revistas, patentes e outros), a fim de melhorar as atividades de informação, documentação e comunicação científica e o segundo para analisar os processos de geração, propagação e uso da literatura científica com a finalidade de conhecermos os mecanismos da investigação científica enquanto atividade social e a dinâmica e estrutura dos grupos de investigadores que produzem e utilizam esta literatura (2000, p. 10).

Publicações, autores, palavras-chave, citações, periódicos, são algumas das variáveis analisadas por esse tipo de pesquisa. Para uma análise mais criteriosa foram desenvolvidas algumas leis bibliométricas, Bufrem e Prates (2005) destacam leis mais utilizadas: **Lei de Bradford**, que mede a produtividade dos periódicos, **Lei de Lotka**, que quantifica a produtividade científica dos autores e a **Lei de Zipf**, que mede a frequência de palavras.

### 3 METODOLOGIA

A natureza da pesquisa denomina-se como básica, pois “objetiva gerar conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais” (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 34).

Quanto à forma de abordagem percebe-se a pesquisa como quantitativa. Fonseca esclarece que a abordagem quantitativa “recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.” (2002, p.20).

Visando analisar as principais publicações sobre as atitudes dos residentes a pesquisa denomina-se exploratória. Dencker (1998, p. 124) declara que a pesquisa exploratória “[...] procura aprimorar idéias ou descobrir instituições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral o levantamento bibliográfico”.

No que se refere ao tipo de pesquisa classifica-se como bibliográfica, visto que a principal fonte de informação partiu de periódicos já analisados acerca da temática das atitudes dos residentes. De acordo com Lakatos e Marconi a pesquisa bibliográfica nada mais é que

o levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já publicada sobre o assunto que está sendo pesquisado, em livros, revistas, jornais, boletins, monografias, teses, dissertações, material cartográfico, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o mesmo (1987, p. 66).

O levantamento dos dados foi feito por meio de consulta à base de dados “*Hospitality and Tourism Complete* - EBSCO HOST”. As palavras-chave escolhida foi “atitudes dos residentes”, que, em relação à escrita, atende estrategicamente tanto às publicações nacionais como às internacionais.

Como forma de refinamento para o termos “*booleano*” ‘atitudes dos residentes’ utilizou-se o limitador “texto completo” e no campo “*source types*” elegeu-se ‘revistas

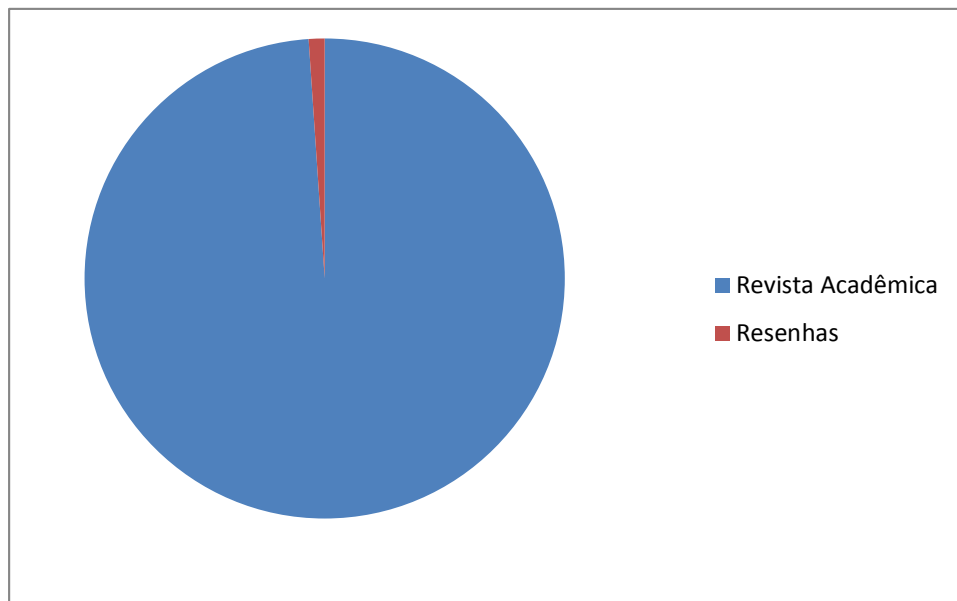
acadêmicas'. Dessa maneira, os periódicos selecionados já passaram por uma análise prévia de especialistas.

Quanto à apreciação dos dados foi feita tanto a análise quantitativa, com a inserção de gráficos e tabelas.

#### 4 PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE AS ATITUDES DO RESIDENTES

Ao todo foram identificados 2.250 artigos publicados na base de dados “*Hospitality and Tourism Complete - EBSCO HOST*” sobre os termos “atitudes dos residentes”, entre os diversos tipos de publicações foram encontrados 99% de artigos publicados em revistas científicas e apenas 1% correspondia as resenhas, as demais publicações, comerciais, relatórios, jornais e livros não constam registros - (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Tipos de publicações (1982 – 2016)



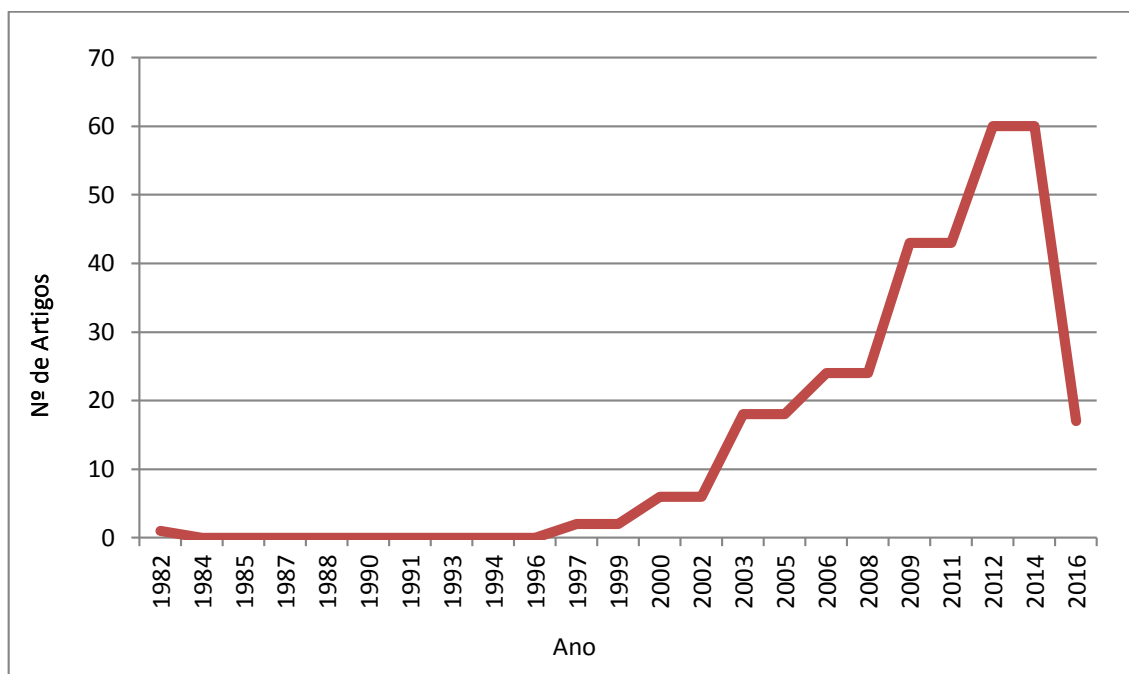
Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Como o objetivo da pesquisa é analisar os artigos avaliados por pares, apenas as publicações das revistas acadêmicas foram consideradas, resultando em um total de 195 artigos nacionais e internacionais. Para avaliação do estudo foram utilizadas as seguintes variáveis: Evolução de Publicação, Termo do *Thesaurus*, Publicações e a Geografia.

A primeira variável analisada foi quanto à evolução da publicação de artigos sobre atitudes dos residentes encontrados no banco de dados. Ao indexar o termo “atitudes do residentes” no EBSCO foi encontrado um período de publicações entre 1982 até 2016 representado pelo Gráfico 2.

Gráfico 2 - Evolução da publicação de artigos sobre as atitudes dos residentes (1982 – 2016)





Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

A evolução da literatura sobre as atitudes dos residentes é progressiva e recente, nesta base de dados foram identificados 34 anos de pesquisa sobre o assunto. O tema “atitudes dos residentes”, como foco de estudo, sofreu um processo de ascensão na pesquisa, porém iniciou de uma forma bem tímida, chegando a ser nula no período de 1983 até 1996. A partir do ano seguinte percebeu-se o crescimento nas publicações, sendo destaque entre os anos de 2012 e 2014 com o maior número de publicações registradas, de 60 artigos respectivamente. Desde então é perceptível uma queda na produção de artigos.

A segunda variável analisada foi o Termo do *Thesaurus*, que, de acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisa Educacionais Anísio Teixeira – INEP, é um instrumento que reúne informações e conhecimentos ordenados acerca de um termo comum. Os temas de maior concentração que fazem parte do *Thesaurus* são: turismo, turista, atitude dos turistas, atração turística e psicologia.

Os artigos cujo termo indexado foi “atitudes dos residentes” abordam assuntos como: aspectos econômicos, impactos do turismo, turismo e efeitos na comunidade local, desenvolvimento regional e ciclo de vida do destino. As principais revistas que publicam artigos sobre atitudes dos residentes podem ser visualizados na tabela 1.

Tabela 1 – Principais revistas com publicações sobre Atitudes dos Residentes

Revistas	Nº de Artigos
<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	22
<i>Tourism Tribune</i>	20
<i>International Journal of Tourism Research</i>	15
<i>Journal of Park &amp; Recreation Administration</i>	14



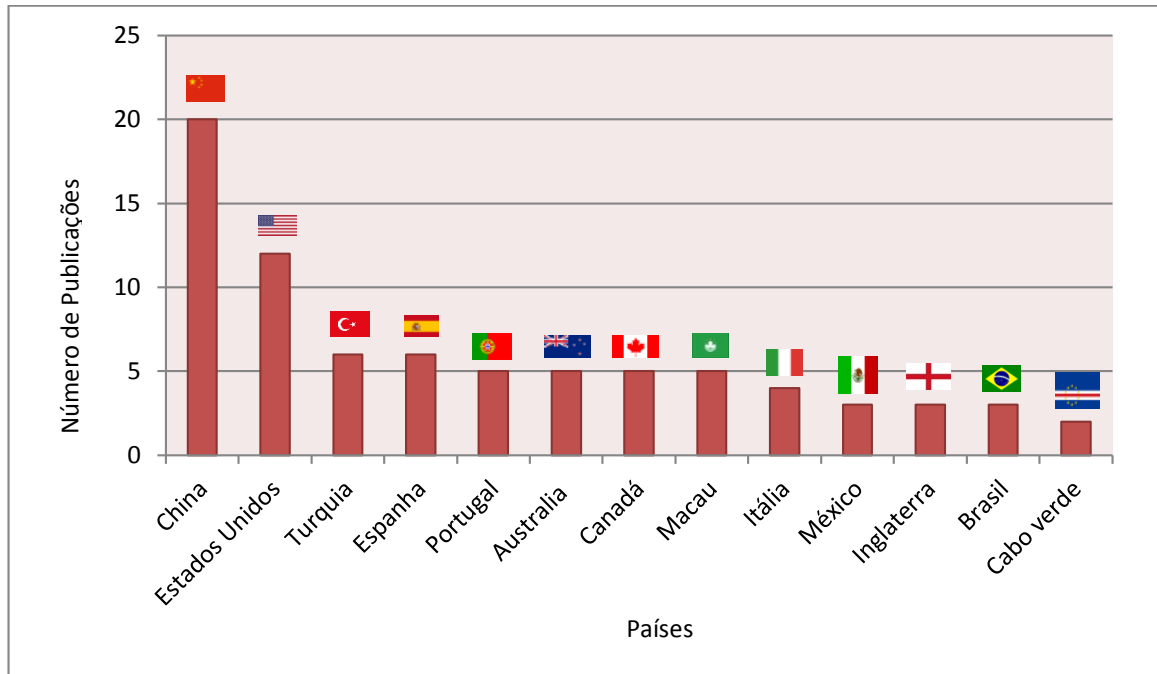
<i>Unlv gamin research &amp; Review Journal</i>	8
<i>Asia pacific journal of tourism research</i>	7
<i>Passos: revista de turismo y patrimonio cultural</i>	5
<i>Tourism &amp; Management studies</i>	5
Outras	99

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

A maioria dos artigos sobre as atitudes dos residentes foram publicados em revistas internacionais, as revistas *Journal of Sustainable e a Tourism Tourism Tribune*, por exemplo, contemplam juntas 22% das publicações sobre o tema. Apenas quatro artigos foram publicados em revista nacional, três na Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo - RBTur, e um na Revista Turismo Visão e Ação - RTVA representando apenas 2% das publicações no período de 1982 a 2016. Quanto à avaliação qualis/capes foi observada a presença de classificação para a primeira revista da tabela. Vale ressaltar que todas as revistas apresentadas têm ligação direta com o turismo.

O último quesito a ser analisado está relacionado à distribuição geográfica das publicações da presente temática. No Gráfico 3 é possível observar quais países estão em destaque quanto ao número de artigos publicados na área.

### Gráfico 3 – Número de publicações por Países



Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Os países com maior concentração em publicações estão nos continentes asiático e americano, o maior destaque em produções sobre o tema são: China e Estados Unidos, somando 32 artigos, isso representa 35% de toda produção sobre as atitudes dos residentes no mundo. O Brasil representa apenas 2% dessa produção, totalizando quatro artigos publicados em revistas científicas. Os demais países espalhados pelos continentes, europeu, oceânico e africano, possuem um total de 45 artigos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se que o presente trabalho atingiu seu objetivo, visto que o mesmo teve como finalidade analisar, nos periódicos científicos indexados no banco de dados da EBSCO, as principais características sobre atitudes dos residentes.

A avaliação feita neste artigo teve como base os itens disponibilizados pelo banco de dados da EBSCO, sendo eles: evolução de publicação, termo do *thesaurus*, publicações e a distribuição geografia das produções. Observa-se que a publicação sobre atitudes dos residentes é bastante antiga e que vem sofrendo uma disseminação. No que se refere à publicação e à distribuição geográfica, é notória a concentração de artigos publicados em periódicos internacionais, gerando assim, a necessidade de se explorar esse tema em âmbito nacional.

Pesquisas como essas são extremamente necessárias, pois transmitem um panorama da produção existente acerca de determinado assunto. Sugere-se, então, que esta pesquisa seja ampliada, e que a análise dos termos “atitudes dos residentes” seja desenvolvida nos demais bancos de dados existentes. Dessa maneira será realizada uma vasta compreensão sobre a temática estudada.

## Referências

AIRES, J. D. M. & FORTES, L. (2011) O modelo Irridex de Doxey: Breves considerações acerca de sua aplicação em Ponta Negra (Natal-RN). **RITUR- Revista Iberoamericana de Turismo**, 1(1), 23-33.

AIRES, J. D., *et al.* (2010) A relação entre turistas estrangeiros e residentes: o caso de Ponta Negra-Natal/RN. **Revista Hospitalidade**, 7(2), 38-51.

AJZEN, I. (1975) Attitudes, personality, and behavior. Milton Keynes, **UK: Open University Press**.

AJZEN, I., & FISHBEIN, M. (1980). **Understanding attitudes and predicting social behaviour**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

ANDERECK, K. (1995) Arizona's Rural Tourism Development Program. **Women in Natural Resources**, 16 (4): 8-12.

ANDERECK, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. **Journal of Travel Research**, 39, 27 - 36.

ANDERECK, Kathleen L. et al. (2005) Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of tourism research**, v. 32, n. 4, p. 1056-1076.

ANJOS, F. A. (2004) Processo de planejamento e gestão de territórios turísticos: uma proposta sistêmica. 256 p. **Tese** (Doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis.

AP, J. (1992) Residents' perception on tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, 19(4), 665-690.

BESCULIDES, A., LEE, M. E. & MCCORMICK, P. J. (2002) Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. **Annals of Tourism Research**, 29(2), 303-319.

BOLEY B. B.; MCGEHEE, N. G.; PERDUE, R.R. & LONG, P. (2014) Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens **Annals of Tourism Research** 49 33–50.

BRIDA, J. DISEGNA, M. & OSTI, L. (2014) Residents perceptions of tourism impacts and attitudes towards tourism policies Tourismos: an international multidisciplinary **Annals of Tourism Research** Volume 9, Number 1, Spring pp. 37-71.

BRIÑOL, P.; FALCES, C. & BECERRA, A. (2007) Actitudes. In: MORALES, J. Francisco, MOYA, C. Moya, GAVIRIA, Elena, CUADRADO, Isabel (orgs). **Psicología social**. 3 ed. Aravaca: Madrid.

BRUNT, PAUL & COURTNEY, PAUL. (1999) La percepción de los impactos socioculturales del turismo por la población residente. **Annals of Tourism Research**, 26(3), 493 - 515.

BUFREM, L & PRATES Y. (2005) O saber científico registrado e as práticas de mensuração da informação. **Ciência da Informação**. Brasília, v. 34, n. 2, p. 9-25, mai/ago. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28551>>. Acesso em: 07 jul. 2014.

CARDONA, J. (2012) **Actitudes de los Residentes hacia el Turismo en Destinos Turísticos Consolidados: El Caso de Ibiza**. Tese Doctoral. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10803/104266>

CARDONA, J. R. & CANTALLOPS, (2015) A. S. Segmentando residentes según sus actitudes: Revisión de la literatura Universitat de les Illes Balears (Espanña) Vol. 13 N.o 4. Special Issue Págs. 837-848. **PASSO Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**

DENCKER, A. de F. M. (1998) **Métodos e técnicas de pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura.

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**, 8(4), 431-444.

ENGEL, James F. (2005) **Comportamento do Consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC.

EUSÉBIO, C.; CARNEIRO, M. J. (2010) A importância da percepção dos residentes dos impactos do turismo e da interação residente-visitante no desenvolvimento dos destinos turísticos. **7º Workshop APDR - XXXVI Reunión de Estudios Regionales**, Badajoz - Elvas.

FONSECA, J. J. S. (2002) **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC.

GARCÍA, F. A.; FERNANDEZ, M. A. VAZQUEZ, A. B. & MACIAS, R. L. C. (2016) Percepções dos moradores do desenvolvimento do turismo em Benalmadena. **Tourism Management** (54) 259 – 274.

GASTAL, S. D. A. & DALL'AGNOL, S. (2012) Turismo em Laguna (SC): Impactos e atitude. **Revista Brasileira de Turismo - RBTUR**, 6(1), 16-31.

GERHARDT, T. E. & SILVEIRA, D. T. [org.].(2009) **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS.

GETZ, D. (1994) Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland. **Tourism Management**, 15(4), 247-258.

GURSOY, D., *et al.* (2002) Resident attitudes: A structural modeling approach. **Annals of Tourism Research**, 29(1), 79-105.

HARRILL, R. (2004) Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. **Journal of Planning Literature**, 18(3), 251-266.

IBGE. **Cidades @**. 2014. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/232N6>>. Acesso: 05 abr. 2016.

INBAKARAN, R. & JACKSON, M. RMIT (2006) University, Australia Volume 13 Number 1 April pp. 59 – 74 **Journal of Hospitality and Tourism Management**.

JUROWSKI, C.; UYSAL, M. & WILLIAMS, D. R. (1997) **Uma análise teórica de reacções residentes da comunidade de acolhimento para o turismo**. In: **Journal of Travel Research** , vol. 36, N ° 2, p. 3-11,.

KOTLER, P. (2000) **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall,

LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. de A. (1987) Pesquisa Bibliográfica. In: \_\_\_\_\_. **Metodologia do trabalho científico**. 2 ed. São Paulo: Atlas.

LAWSON, R., WILLIAMS, J., YOUNG, T., & COSSENS, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. **Tourism Management**, 9(3), 247–256.

MAIO, I. & BARRETO, M. (2006) Processos socioculturais do turismo na localidade receptora: O olhar de residentes sobre os visitantes da ilha da Pintada/Porto Alegre/RS. **Turismo-Visão e Ação**, 8(2), 235-252.

MCDOWALL, S. & CHOI, Y. (2010) A comparative analysis of Thailand residents' perception of tourism's impacts. **Journal of Quality Assurance in Hospitality e Tourism**, 11(1), 36-55.

MOLERO, F. & CUADRADO, I. (2006) **La Medición de las Actitudes hacia el Turismo: una perspectiva psicosocial**. **Annals of Tourism Research em Español**. v.8, n.2, p. 406-427.

MONJARDINO, I. (2009) **Indicadores de sustentabilidade do turismo nos Açores**: O papel das opiniões e da atitude dos residentes face ao turismo na região. Congresso da APDR – Redes e Desenvolvimento Regional, Praia. Cabo Verde, APDR.

NUNKOO, R., S. & RAMKISSOON S. L. J.H. (2013) Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. **Journal of Sustainable Tourism**. 21(1), 5–25.

PINHEIRO, Ana Carolina Borges. (2011) **Stakeholders e o destino turístico: estudo de caso da cidade de Cuiabá-MT**. Dissertação (Mestrado). Universidade Anhembí Morumbi, 144p. Disponível em: <<http://portal.anhembib.com.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/mestrado-em-hospitalidade/bancas/dissertacoes-defendidas/2011-2/>>. Acesso em abril 2016.

SAES. S.G. (2000) **Estudo bibliométrico das publicações em economia da saúde, no Brasil 1989-1998**. Dissertação (Mestrado de Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Serviços de Saúde, Faculdade de Saúde Pública Universidade de São Paulo.

SÁNCHEZ, A. V.; BUENO, N. P. & MEJÍA, M. de los A. P. (2011) Explaining residents' attitudes to tourism is a universal model possible? **Annals of Tourism Research**, Vol. 38, No. 2, pp. 460–480,

SHARMA, B. & DYER, P. (2009) An investigation of differences in residents' perceptions on the Sunshine Coast: Tourism impacts and demographic variables. **Tourism Geographies**, 11(2), 187-213.

SIRAKAYA, E.; TEYE, V. & SÖNMEZ, S. (2002) Understanding Residents' Support for Tourism Development in the Central Region of Ghana. **Journal of Travel Research**, Vol.41, pp.57-67.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VAREIRO, L. M. D. C., *et al.* Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): A cluster analysis. **Current Issues in Tourism**, 1-17. 2012.

VIANNA, S.L.G **A competitividade e a qualidade de vida na destinação turística: análise quanto à sua correspondência**. Tese (Doutorado), Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, Brasil. 2011.

XAVIER, Herbe. **A percepção geográfica do turismo**. São Paulo: Editora Aleph, 2007.

WANG. S. & XU. H. (2015) Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. **Tourism Management** (47) 241 – 250.