FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISAS EM CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS - FUCAPE

CELSO LUIS FERREIRA DE AZEVEDO

A PERCEPÇÃO DO APOIO AO TURISMO CULTURAL EM RESIDENTES DE CIDADES HISTÓRICAS

VITÓRIA
2018

CELSO LUIS FERREIRA DE AZEVEDO

A PERCEPÇÃO DO APOIO AO TURISMO CULTURAL EM RESIDENTES DE CIDADES HISTÓRICAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Professor Dr. Poliano Bastos da Cruz

VITÓRIA
2018

CELSO LUIS FERREIRA DE AZEVEDO

A PERCEPÇÃO DO APOIO AO TURISMO CULTURAL EM RESIDENTES DE CIDADES HISTÓRICAS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisa em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Administração – Nível Acadêmico.

Aprovada em 18 de julho 2018.

COMISSÃO EXAMINADORA

_____

Prof. Dr.: Poliano Bastos da Cruz
Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE)

_____

Prof. Drª.: Arilda Magna Campagnaro Teixeira
Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE)

_____

Prof. Drª.: Marcia Juliana D'angelo
Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE)

AGRADECIMENTOS

A Deus, que ajudou a abrir meu caminho e superar os obstáculos e dificuldades ao longo destes dois anos.

Aos meus queridos pais (in memoriam), meus alicerces, que sempre me incentivaram sempre a não desistir dos ideais.

A minha avó Joaquina de Sousa Lima (in memoria), por ter me incentivado e ensinado a alcançar meus objetivos.

A minha querida esposa, pelo companheirismo, incentivo para que pudesse chegar ao objetivo.

Aos meus filhos pela ausência, sempre compreendida dos momentos roubados do nosso convívio.

Ao professor orientador Dr. Emerson Wagner Mainardes, pelos ensinamentos, incentivo, dedicação e compreensão, tornando possível a conclusão desta dissertação.

Aos demais professores da FUCAPE Business School pela paciência, na transmissão de seus conhecimentos durante todo o curso.

Ao Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Maranhão por ter oportunizado o aumento do conhecimento acadêmico e pessoal.

A todos os colegas do mestrado, pelo companheirismo, incentivo e fazendo com que a angústias fossem superadas por momentos agradáveis e divertidos.

“O que vale na vida não é o ponto de partida e sim a caminhada. Caminhando e semeando, no fim terás o que colher”.

(Cora Coralina)

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os fatores que estão associados à percepção do apoio ao turismo pela comunidade local em cidades históricas. Para isso, utilizou-se um modelo baseado na Teoria da Troca Social, no qual os fatores que sustentaram as hipóteses levaram em conta, além dos aspectos de benefícios e custos, os fatores relacionados ao envolvimento cultural, a confiança nas instituições e a divulgação do conhecimento por parte dos residentes. Em seguida, foi realizada uma pesquisa descritiva, quantitativa com corte transversal a partir da coleta de dados por meio de formulário eletrônico divulgado via internet com 484 residentes em cidades históricas. Os resultados indicaram que o apoio ao turismo cultural eleva-se quando há um aumento na percepção de benefícios e na confiança por parte dos residentes de cidades históricas nas instituições, bem como a predisposição do morador local em divulgar o conhecimento cultural. Com isso, as evidências sugerem que melhorar a visibilidade dos benefícios aos moradores, aumentar as relações de confiança nas instituições e nos gestores, além de incentivar o orgulho em divulgar a cultura local, tendem a ser ferramentas que devem ser trabalhadas por todos os atores envolvidos no processo de desenvolvimento do turismo cultural em cidades históricas.

Palavras-Chaves: Marketing Cultural; Teoria da Troca Social; Fatores de Apoio ao Turismo; Cidades Históricas.

ABSTRACT

This research aimed to identify the factors that are associated to the perception of tourism support by the local community in historical cities. Thus, a model based on the Social Change Theory was used, in which the factors that supported the hypotheses took into account, in addition to aspects of benefits and costs, the factors related to cultural involvement, trust in institutions and the dissemination of the knowledge of residents. Subsequently, a descriptive, quantitative cross-sectional survey was carried out using data collection through electronic form available on the internet with 484 residents in historical cities. The results indicated that the cultural tourism support will increase whenever there is an increase regarding the benefits perception and trust of residents in institutions, as well as the predisposition of local residents to disseminate cultural knowledge. Therefore, evidence has shown that improving the visibility of the benefits to the residents, increasing the relations of trust in the institutions and in managers, besides encouraging the pride of promoting the local culture, tend to be tools that must be used by all the actors involved in the process of developing cultural tourism in historical cities.

Keywords: Cultural Marketing; Social Change Theory; Factors of Support to Tourism; Historical cities.

SUMÁRIO

Capítulo 1 ..... **8**
1 INTRODUÇÃO **8**
Capítulo 2 ..... **12**
2 REFERENCIAL TEÓRICO **12**
2.1 APOIO AO TURISMO CULTURAL 12
2.2 A TEORIA DA TROCA SOCIAL E O APOIO AO TURISMO CULTURAL 13
2.2.1 Benefícios **13**
2.2.2 Custos **14**
2.2.3 Envolvimento cultural **15**
2.2.4 Confiança nas instituições **16**
2.2.5 Divulgação do conhecimento cultural **17**
2.3 MODELO DO ESTUDO 19
Capítulo 3 ..... **22**
3 METODOLOGA **22**
Capítulo 4 ..... **26**
4 ANÁLISE DOS DADOS **26**
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA 26
4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA 27
4.3 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA 33
Capítulo 5 ..... **39**
5 CONCLUSÕES **39**
REFERÊNCIAS **42**

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade, o desenvolvimento do turismo tem caminhado equidistante com o fenômeno da globalização, prova essa que no Brasil em 2017 o Turismo foi responsável por 6,59 milhões de novos empregos e também pela injeção de US$ 163 bilhões na economia. Isso equivale a 7,9% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro no ano, estando essa atividade relacionada a investimento em infraestrutura, qualificação de profissionais para melhorar o atendimento ao visitante e consequentemente o aumento do número destes (MTur, 2018). A literatura evidencia perspectivas de análise da comunidade frente ao turismo, relacionando aspectos que tratam de benefícios ligados a fatores econômicos, de desenvolvimento de infraestrutura regional e cultura (SILBERBERG, 1995; JIMURA, 2011; BARROS; MARQUES, 2016).

Devido a relevância do turismo para a economia é importante ressaltar que, dentre os produtos desenvolvidos pelo marketing cultural como atrativo para prover maior número de visitantes, estão o envolvimento e o apoio da comunidade local, cuja motivação como parte interessada é elemento significativo no processo do turismo cultural (SILBERBERG, 1995). Nesse sentido, o turismo cultural desempenha um papel importante na economia de regiões e cidades históricas, provendo uma série de benefícios à comunidade local, tais como emprego, melhoria de infraestrutura, assim como a troca cultural com o visitante (HAO; LONG; KLECKLEY, 2011).

Contudo, também na literatura, há estudos que evidenciam a percepção da comunidade local quanto aos custos gerados pelo turismo, em aspectos como

aumento de preço de produtos e serviços, degradação ambiental, prostituição e criminalidade (ANDERECK; VALENTINE; KNOPF, 2005; DYER *et al*., 2007; LEE, 2013). Desse modo, nota-se que tal atividade também pode trazer consequências que impactam nos custos sob os aspectos socioculturais e atitudinais dos moradores locais. (SILBERBERG, 1995; CHOI; SIRAKAYA, 2005). Com isso, o morador local, encontra-se na fronteira entre os impactos dos benefícios e dos custos proporcionados pelo turismo, cuja percepção sobre tais aspectos poderá levar a diferentes graus de suporte e apoio ao desenvolvimento do turismo cultural. Adicionalmente, estudos sugerem que podem existir outras dimensões de análise em ambientes influenciados pela atmosfera cultural, como nas cidades de valor histórico (NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a; NICHOLAS; THAPA; KO, 2009; BARROS; MARQUES, 2016).

Assim, percebe-se pelas pesquisas na área que apesar de existirem estudos que tratam da percepção da comunidade local em sítios históricos, tais estudos focam a análise da percepção restrita a aspectos externos de benefício e de custo, com foco na Teoria das Trocas Sociais (JIMURA, 2011; BARROS; MARQUES, 2016; BESCULIDES; LEE; MCCORMICK, 2002). No entanto, há estudos que evidenciam a presença de outros aspectos envolvidos no apoio ao turismo pelo residente, relacionando atitudes altruístas, de ação em benefício do coletivo e da cidadania, por meio de aspectos ligados ao envolvimento com a comunidade, a confiança em instituições ligadas ao turismo e a propagação da cultural local pelo residente (WARD; BERNO, 2011; PARASKEVAIDIS; ANDRIOTIS,2017).

Nesse sentido, este estudo visou responder o seguinte problema de pesquisa: Quais fatores estão associados à percepção do apoio ao turismo cultural pela comunidade local? Para responder esta questão, tem-se como objetivo identificar os

fatores que estão associados à percepção do apoio ao turismo cultural pela comunidade local em cidades históricas.

Segundo Besculides, Lee e Mccormick (2002), o estudo do comportamento do residente local frente ao turismo cultural é relevante, pois podem indicar estratégias para melhora das relações entre residentes e visitantes. Essa melhora eleva o nível de compreensão cultural e ainda fortalece o significado de viver dentro da comunidade, aumentando a identidade, orgulho, coesão e apoio do morador local ao turismo. Já a relevância de se estudar cidades históricas, provém do desafio de conciliar uma cidade, predominantemente com restrições físicas e socioculturais, aos interesses de visitantes e moradores (PIRES, 2003).

Como contribuição acadêmica, este trabalho propõe-se a investigar o fenômeno do turismo cultural, agregando a sua análise à referenciada Teoria da Troca Social. Mais especificamente, o presente trabalho possuiu implicações teóricas complementares para a Teoria da Troca Social, agregando ao entendimento do turismo cultural dimensões no âmbito da comunidade local, entendo essa como parte interessada, que pode influenciar o processo de implantação da atividade turística por meio de ações consequentes de sua percepção sobre a atividade (BARROS; MARQUES, 2016; PARASKEVAIDIS; ANDRIOTIS,2017). Neste sentindo, considerar e levantar o ponto de vista das comunidades receptoras, que vivem nos ambientes visitados, é compreender o residente como parte integrante do processo de acolhimento. Desta forma, a pesquisa também se justifica por buscar compreender o residente como apoiador da consolidação do destino, investigando, por sua vez, as influências sofridas por este residente na promoção do turismo cultural.

Na prática, este estudo pode nortear decisões de políticas públicas relativas aos serviços de turismo cultural e da conquista de adesão dos moradores pelos

governos locais, no sentido de mitigar problemas e/ou melhorar a relação entre os moradores locais e as externalidades ocasionadas pelo turismo (NUNKOO; RAMKISSOON, 2012b). Assim, esta pesquisa pretende contribuir para o entendimento da participação de comunidades de cidades históricas nas estratégias de gestão do destino, uma vez que pretende investigar as percepções e posicionamentos dos moradores frente à atividade turística.

Esta dissertação sustenta que estudar o apoio ao turismo cultural, no contexto das cidades históricas pode propiciar melhor qualidade de vida aos residentes, assim como melhorias na infraestrutura para visitantes e empresas envolvidas no ramo da atividade turística. Para se alcançar o objetivo, a pesquisa está estruturada, preliminarmente com o levantamento das bases teóricas que respaldaram o modelo apresentado e as hipóteses que foram propostas a respeito do apoio ao turismo cultural nas cidades históricas. A pesquisa foi realizada com 484 residentes de cidades históricas, a amostra foi caracterizada como compatível com outros estudos da literatura acerca do tema. A verificação da análise da estatística descritiva e os resultados obtidos nas estimações mostraram que as variáveis benefício, confiança nas instituições e divulgação do conhecimento são relacionadas positivamente ao apoio ao turismo cultural. Já as variáveis custos e envolvimento cultural, são associados negativamente com o apoio ao turismo cultural.

Capítulo 2

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A cidade histórica representa uma mescla de processos sociais e culturais que guardam traços remanescentes da história, que são compartilhados pela comunidade local, revelando, além do patrimônio físico, também os costumes, práticas cotidianas de vivência coletiva, festas e rituais como ferramentas de identidade e coesão cultural (CARVALHO; SIMÕES, 2012). Considera-se cidade histórica aquela em que o patrimônio cultural existente representa um capital social entendido pela população como insubstituíveis e com necessidades contínuas de sua proteção (ZANIRATO, 2007). Apesar de o cenário da política cultural estar ainda muito alicerçado nas iniciativas federais e estaduais, tem-se constatado o surgimento de um ambiente de mudança. Cada vez mais, a comunidade está tomando em seus domínios as responsabilidades e as oportunidades de modificação deste cenário (PIRES, 2003). Neste sentido, um planejamento turístico estratégico da cidade, que contenha ações interpretativas do patrimônio cultural e a compreensão da comunidade, torna-se indispensável para colaborar com o desenvolvimento do turismo regional (MENEZES, 2004).

2.1 APOIO AO TURISMO CULTURAL

No âmbito do turismo, uma das formas de se perceber a participação da comunidade local é por meio de aspectos ligados à receptividade do morador local, ou seja, da afeição que este proporciona aos atores envolvidos no turismo (LASHLEY, 2008). Sendo assim, a literatura evidencia que esta afeição, e consequente o apoio

local para o desenvolvimento do turismo, pode ser influenciada pelas percepções dos residentes locais a partir de fatores que englobam não somente benefícios e custos, como também por outros fatores culturais (GURSOY *et al.*, 2010; SILBERBERG, 1995; CHOI; SIRAKAYA, 2005; JUROWSKI; GURSOY; 2004; NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a; LEE, 2013; PERDUE; LONG; ALLEN, 1990; SHARPLEY, 2014).

2.2 A TEORIA DA TROCA SOCIAL E O APOIO AO TURISMO CULTURAL

Uma das principais teorias abordadas pela literatura sobre a percepção do visitante a respeito do turismo é a Teoria da Troca Social (TTS). Vários autores têm explicado a relação entre visitante e residente utilizando-a como base conceitual para examinar a inter-relação entre as percepções de custo e benefícios, de impactos positivos e negativos, além do suporte que é dado aos turistas (CHOI; SIRAKAYA, 2005; JUROWSKI; GURSOY, 2004; NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a; LEE, 2013; PERDUE; LONG; ALLEN, 1990; SHARPLEY, 2014).

2.2.1 Benefícios

Estudos embasados na TTS sobre percepção de residentes quanto a benefícios trazidos pelo turismo apontam que os locais associam o turismo à melhoria nas oportunidades de emprego e negócios, aumentando inclusive o mercado de produtos e serviços regionais (SILBERBERG, 1995; HALEY; SNAITH; MILLER, 2005; CANNONIER; BURKE, 2017). Além disso, aspectos físicos de melhoria na infraestrutura de acesso aos sítios culturais e das instalações públicas na comunidade têm sido apontados como fatores positivos advindos do turismo na melhoria da

qualidade de vida dos residentes (ANDERECK *et al.*, 2005; CHOI; SIRAKAYA, 2005).

Mais ainda, há os benefícios culturais, que podem resultar da exposição ao visitante do folclore, artes e artesanato regionais, bem como a familiarização e aceitação social do modo de vida, costumes sociais e celebrações culturais (CHHABRA; HEALY; SILLS, 2003; DYER *et al*., 2007; YOON; GURSOY; CHEN, 2001). Com isso, vários estudos propõem uma relação positiva entre os benefícios percebidos pelos residentes e o apoio ao turismo (JUROWSKI; GURSOY, 2004; LEE, 2013; BARROS; MARQUES, 2016; PERDUE; LONG; ALLEN, 1990; GURSOY; CHI; DYER, 2010; CHOI; SIRAKAYA, 2005; JIMURA, 2011; NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a).

A discussão teórica apresentada acima sustenta a ideia de que se as políticas públicas no serviço de turismo oportunizarem às comunidades locais a geração de empregos, aumento de oportunidades de negócios e melhoria da infraestrutura, maior será o desenvolvimento do turismo (LEE, 2013). Com base nisso deriva-se a seguinte hipótese:

H1: a percepção de benefícios por parte dos residentes locais impacta positivamente no apoio ao turismo cultural.

2.2.2 Custos

A despeito dos benefícios identificados pelos trabalhos na área, a literatura também sugere que o turismo vem acompanhado de uma série de custos, que são percebidos pela população sob vários aspectos, como por exemplo, o aumento de preços na região sobre produtos, serviços, aluguéis, venda de residências e terrenos (NASSER, 2003; NUNKOO; RAMKISSOON, 2011). Outros aspectos relativos aos

custos apontados pelos estudos são: o aumento da prostituição, problemas ambientais provenientes do aumento de resíduos sólidos, dado o crescimento populacional, e também o aumento do vandalismo e da criminalidade (CHAKRABARTY, 2016; CARR, 2016; NUNKOO; RAMKISSOON, 2011).

Além desses aspectos, fatores intangíveis, tal como mudança dos costumes e da cultura local estão relacionados aos custos percebidos pelos residentes (JIMURA, 2011; MATHEW; SREEJESH, 2017). Nesse sentido, há pesquisas que sugerem que a percepção dos residentes sobre os custos do turismo está negativamente relacionada com o apoio ao turismo (JUROWSKI; GURSOY; 2004; LEE, 2013; BARROS; MARQUES, 2016; PERDUE; LONG; ALLEN, 1990; GURSOY; CHI; DYER, 2010; CHOI; SIRAKAYA, 2005; JIMURA, 2011; NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a).

A discussão teórica apresentada acima sustenta o argumento de que o desenvolvimento do turismo está relacionado negativamente ao apoio da população, quando aumenta o preço dos bens, serviços, terra, propriedade, poluição ambiental, criminalidade, o custo de vida, prostituição dentre outros custos (NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a). Com base nisso deriva-se a seguinte hipótese:

H2: a percepção de custos por parte dos residentes locais impacta negativamente no apoio ao turismo cultural.

2.2.3 Envolvimento cultural

Paraskevaidis e Andriotis (2017) ressaltam que, por meio da comparação entre a TTS e o altruísmo, esse construto se mostra como um motivador da participação em programas de voluntariado em instituições ligadas ao turismo, ou seja, que há motivações a mais do que a reciprocidade proposta pela TTS. No trabalho voluntário,

a pessoa doa seu tempo livre, não recebe qualquer tipo de remuneração para executá-lo, sendo a prestação do serviço por vontade própria em benefício de organizações, de instituições e da comunidade (MAKANSE; ALMEIDA, 2014).

Fundamentados nessa ideia, alguns autores propõem que o envolvimento do residente com a comunidade é fator relevante para o apoio dos mesmos ao turismo, além de que o grau de orgulho, cidadania e apego à comunidade também impactam positivamente no apoio dos residentes ao turismo (GURSOY; RUTHERFORD, 2004; OKAZAKI, 2008; LEE, 2013). Partindo de lógica similar, estudos sobre o envolvimento institucional, no âmbito de empresas, reportaram que há uma tendência para o aumento da confiança quando há um ambiente de confiança, pois há uma maior percepção de valor e uma maior propensão à lealdade, tornando o serviço prestado pela instituição mais destacado positivamente (SIRDESHMUKH; SINGH; SABOL, 2002; ESPARTEL; SAMPAIO; PERIN, 2008).

A discussão teórica apresentada acima é sustentada na literatura por Lee (2013), que diz que quanto maior o envolvimento da comunidade local nas manifestações culturais, aumenta o apoio ao desenvolvimento do turismo. Com base nisso deriva-se a seguinte hipótese:

H3: o envolvimento por parte dos residentes locais impacta positivamente no apoio ao turismo cultural.

2.2.4 Confiança nas instituições

Segundo Chow e Chan (2008), o nível de confiança social influencia as expectativas de intenção e comportamento de um colega, no âmbito corporativo, e, nesse sentido, os objetivos compartilhados podem ser alcançados através da

cooperação e da partilha de conhecimentos. Dentro da perspectiva da consciência de cidadania e apego à comunidade, a literatura retrata que a percepção de confiança dos moradores estimula a cooperação, melhora a satisfação e aumenta o comprometimento com uma causa comum defendida, como por exemplo o apoio coletivo ao turismo cultural (MORGAN; HUNT, 1994; NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a). Assim exposto, a confiança dos locais nos atores que gerenciam o turismo tende a ser um fator importante para definir o apoio que será dado ao turismo, com um impacto positivo da confiança no apoio ao turismo (NUNKOO; RAMKISSOON, 2012a; BARROS; MARQUES, 2016).

A discussão teórica apresentada acima considera que a confiança política e nas pessoas que representam a comunidade podem ser determinantes no apoio ao desenvolvimento do turismo (NUNKOO; RAMKISSOON, 2012b). Com base nisso deriva-se a seguinte hipótese:

H4: o aumento da confiança nas instituições por parte dos residentes locais impacta positivamente no apoio ao turismo cultural.

2.2.5 Divulgação do conhecimento cultural

A literatura evidencia que o envolvimento com a comunidade, o coletivismo e a cultura local possuem relação na difusão e no compartilhamento do conhecimento, propiciando maior engajamento da comunidade em divulgar, fundamentando uma relação positiva entre o compartilhamento de informações sobre cultura e o apoio dos moradores locais ao turismo (MICHAILOVA; HUTCHINGS, 2006; DIRKS; FERRIN, 2001; MAYER, 1995). Sendo assim, o compartilhamento do conhecimento pode ser entendido como uma cultura de interação social, no qual ocorre a permuta de conhecimento, habilidades e experiências, estimuladas pela elevação da relação de

confiança (ALCARÁ *et al*., 2009).

A discussão teórica apresentada acima suporta a premissa de que quanto maior a partilha do conhecimento sobre algo, maior a tendência das pessoas apoiarem o desenvolvimento cultural. Com base nisso deriva-se a seguinte hipótese:

H5: o aumento da divulgação do conhecimento cultural junto aos residentes locais impacta positivamente no apoio ao turismo cultural.

VARIÁVEL	DESCRIÇÃO	AUTOR
BENEFÍCIOS	Quanto maior o benefício percebido pelo morador local, tais como aumento das taxas de emprego, melhoria da infraestrutura da cidade, aumento das oportunidades de negócio, etc., maior será o apoio ao turismo cultural.	Lee (2013)
CUSTOS	Quanto maior o custo percebido pelo morador local relacionado a aumento de criminalidade, do custo de vida, da prostituição menor será o apoio ao turismo cultural.	Nunkoo; Ramkissoon, (2012a).
ENVOLVIMENTO CULTURAL	O envolvimento cultural do morador local com as manifestações culturais impacta positivamente no apoio ao turismo cultural.	Lee, (2013).
CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES	A confiança nas instituições que gerem e nas pessoas que representam a comunidade impacta positivamente no apoio da comunidade ao turismo cultural.	Nunkoo; Ramkissoon, (2012b).
DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO CULTURAL	Evidencia-se que em ambiente cultural corporativo, quanto mais propenso a divulgar o conhecimento sobre algo, maior a propensão a apoiar. Nesse sentido, culturalmente, quanto mais o morador divulga o seu conhecimento sobre cultura, há impacto positivo no apoio ao turismo cultural.	Swift; Virick, (2013).
APOIO AO TURISMO CULTURAL	O apoio ao turismo cultural pelo residente é influenciado pela associação da percepção deste aos fatores de benefício e custo.	Nunkoo; Ramkissoon, (2012a).

Quadro 1: Descrição das variáveis pesquisadas na literatura
Fonte: Elaboração própria

2.3 MODELO DO ESTUDO

Apoiado nos estudos da literatura proposta por Lee (2013), Nunkoo e Ramkissoon (2012a), Nunkoo e Ramkissoon (2012b) e Swift e Virick (2013), o modelo proposto e testado nesta pesquisa, apresentado na Figura 1, analisa o efeito dos fatores (1) Benefícios, (2) Custos, (3) Envolvimento Cultural, (4) Confiança nas Instituições e (5) Divulgação do Conhecimento Cultural no Apoio ao Turismo Cultural. A escolha desses construtos foi feita a partir da revisão de estudos anteriores, conforme apresentado no Quadro 1. Todos os fatores abordados são considerados pelos autores citados como preditores para explicar o apoio ao turismo cultural.

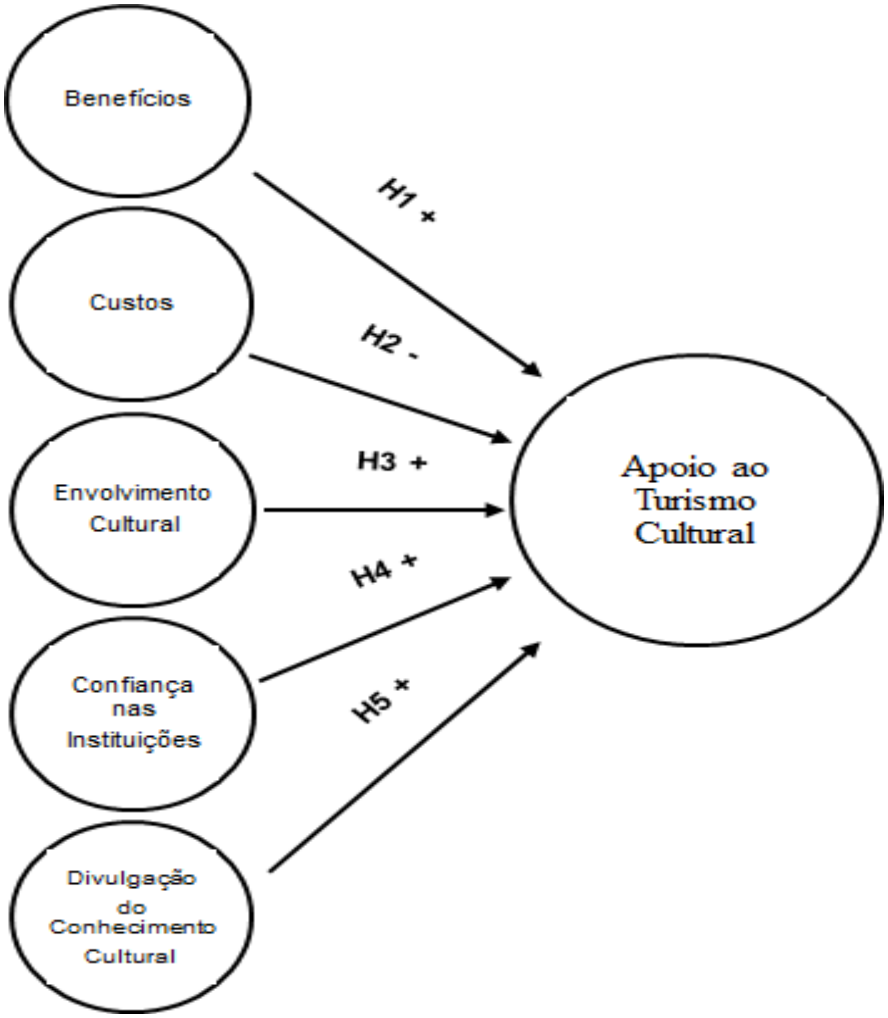

Figura 1: Modelo de Investigação
Fonte: Elaboração própria.

O Quadro 2 resume os construtos levantados na literatura, as variáveis estudadas, com suas respectivas questões, e os autores que abordaram cada assunto e que foram utilizados na pesquisa.

CONSTRUTO	VARIÁVEIS	AUTOR
BENEFÍCIOS	O turismo aumenta oportunidades de emprego. O turismo aumenta as vendas	Lee, (2013).
	O turismo aumenta a receita para o governo local	
	Há aumento dos negócios para as pessoas e negócios locais com o turismo.	
	Há aumento das oportunidades de lazer com o turismo.	
	Há melhoria das condições das estradas e outras estruturas públicas com o turismo.	
	Há aumento da preservação da cultura local com o turismo.	
	Há desenvolvimento da cultura pelos residentes locais com o turismo.	
	Há aumento nas trocas culturais entre residentes e visitante com o turismo.	
	Há efeitos positivos na identidade cultural com o turismo.	
CUSTOS	O turismo aumenta a poluição ambiental.	Nunkoo; Ramkissoon, (2012a).
	O turismo aumenta a prostituição.	
	O turismo aumenta o preço de produtos e serviços.	
	O turismo aumenta o preço de terrenos e propriedades.	
	O turismo aumenta a taxa de criminalidade.	
ENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO	Eu participo de atividades sustentáveis relacionadas ao turismo.	(Lee, 2013).
	Eu ajudo pesquisas para a sustentabilidade da comunidade.	
	Eu estou envolvido no planejamento e gerenciamento do turismo sustentável em minha comunidade.	
	Eu estou envolvido nas decisões de turismo sustentável na minha comunidade.	
CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES	Você pode confiar nas decisões tomadas pelas instituições de suporte ao turismo.	Nunkoo; Ramkissoon, (2012b).
	Você pode confiar nas pessoas que gerem as instituições de turismo.	
	A instituições de turismo são confiáveis a ponto de não haver necessidade de serem monitoradas.	
DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO	Eu geralmente compartilho conhecimento com meus colegas de trabalho verbalmente.	Swift; Virick, (2013).

	Eu forneço a meus colegas de trabalho muito conhecimento.	
	Eu geralmente compartilho meu conhecimento com os colegas de trabalho mostrando a eles o que fazer.	
	Quando perguntado, eu compartilho meu conhecimento com meus colegas de trabalho.	
	Eu frequentemente voluntariamente ofereço meus conhecimentos para os meus colegas de serviço.	
APOIO AO TURISMO CULTURAL	O turismo é a mais importante indústria para a economia	Nunkoo; Ramkissoon, (2012a).
	O turismo ajuda a economia a crescer no caminho correto	
	O turismo desempenha um importante papel na economia.	
	Tenho orgulho que turistas visitem a minha comunidade.	

Quadro 2: Descrição das variáveis pesquisadas na literatura.
Fonte: Elaboração própria.

Capítulo 3

3 METODOLOGA

Para alcançar o objetivo deste estudo, realizou-se uma pesquisa descritiva, quantitativa e de corte transversal. A população definida para a pesquisa foi formada por pessoas residentes em cidades culturalmente históricas. A escolha desta população deu-se por estas cidades apresentarem as peculiaridades tangíveis e intangíveis da atmosfera do turismo cultural. O palco dos efeitos deste sobre o conjunto cultural, é composto por museus, patrimônio arquitetônico, costumes culturais e folclóricos, entre outros aspectos ligados ao comportamento cultural histórico (PÍRES, 2003). Como o universo desta população é difícil de mensurar, utilizou-se uma amostragem não probabilística por acessibilidade.

O instrumento de pesquisa se deu por meio de aplicação de questionário estruturado, contendo questões fechadas adaptadas de escalas validadas pelos estudos a respeito dos seis fatores trazidos por Lee (2013) (Benefícios e Envolvimento Cultural), Nunkoo e Ramkissoon (2012a) (Custos), Nunkoo e Ramkissoon (2012b) (Confiança nas Instituições) e Swift e Virick (2013) (Divulgação do Conhecimento), conforme apresentado no Quadro 2. Nunkoo e Ramkissoon (2012a), Nunkoo e Ramkissoon (2012b) e Swift e Virick (2013), conforme apresentado no Quadro 2. As afirmações referentes a cada construto foram acompanhadas de uma escala de Likert, variando de 1– discordo totalmente, a 5 – concordo totalmente.

O questionário de elaboração própria foi composto por três partes. A primeira foi formada por 1 questão de controle (você reside em uma cidade que é considerada culturalmente históricas – caso a resposta fosse negativa, as respostas foram

excluídas). A segunda parte contou com 10 afirmações relacionadas ao fator Benefícios, 5 de custos, 4 de Envolvimento Cultural, 3 de Confiança nas Instituições, 5 de Divulgação do Conhecimento Cultural e 4 de Apoio ao Turismo Cultural. A terceira parte foi composta por questões de caracterização pessoal, sendo quatro questões fechadas solicitando idade, sexo, escolaridade e renda mensal aproximada do respondente. As afirmações dos questionários foram elaboradas tendo como embasamento os fatores que podem afetar o apoio ao turismo cultural, conforme apontado na fundamentação teórica da presente pesquisa (vide Quadro 2 para um resumo).

Com o objetivo de validar o questionário foi realizado um pré-teste inicialmente com 20 respondentes residentes de cidades históricas escolhidos aleatoriamente para validar o conteúdo do questionário. Esse questionário foi aplicado por meio eletrônico, sem a interferência do pesquisador, que só acompanhou o processo. Ao final, foram recolhidos e analisados os questionários respondidos, sem apresentarem problemas. Assim, o questionário final adaptado do Quadro 2 ficou estruturado conforme apresentado no Quadro 3.

Em seguida, o questionário foi disponibilizado em plataforma online google forms para coleta de dados por e-mail e redes sociais no período de fevereiro 2017 a novembro 2017, foram coletados 512 questionários respondidos. Destes, 484 foram validados e 28 foram descartados pois, na pergunta de controle, os respondentes assinalaram que não residiam em uma cidade que é considerada culturalmente histórica.

Para analisar os dados, foram utilizadas três técnicas: medidas de proporção das características da amostra, estatística descritiva e regressão linear. As análises de caracterização da amostra usando medidas de proporção, tiveram como objetivo

sistematizar o perfil dos respondentes: idade, sexo, escolaridade e renda mensal aproximada. Já a estatística descritiva (média e desvio padrão) objetivou descrever as percepções médias dos respondentes e dispersão das percepções quanto as variáveis investigadas.

CONSTRUTO	AFIRMAÇÕES
BENEFÍCIOS	O turismo cultural gera oportunidades de emprego local.
	O turismo cultural movimenta a venda de produtos da cidade.
	Há aumento da receita de impostos em cidades onde há turismo cultural.
	Há mais oportunidades de negócios às pessoas e aos pequenos negócios em locais onde se desenvolve o turismo cultural.
	Em cidades onde o turismo cultural ocorre, há um aumento das oportunidades de lazer.
	O turismo cultural promove a melhora das condições de estradas e outras instalações de infraestrutura.
	O turismo cultural fornece um incentivo para a preservação da cultura local.
	O desenvolvimento do turismo cultural desenvolve o interesse cultural dos próprios residentes.
	O turismo cultural permite a troca de informações entre culturas diferentes.
	O turismo aumenta os efeitos positivos sobre a identidade cultural dos moradores da cidade.
CUSTOS	Em cidades históricas onde ocorre o turismo cultural há aumento da poluição ambiental.
	O turismo cultural aumenta a prostituição em cidades históricas.
	Há o aumento dos preços de bens e serviços nas cidades históricas onde ocorre turismo.
	Preços de imóveis tornam-se mais caros em cidades9 onde é desenvolvido o turismo cultural.
	Em cidades onde o turismo cultural ocorre, há aumento da criminalidade.
ENVOLVIMENTO CULTURAL	Eu participo de atividades culturais relacionadas ao turismo cultural
	Eu ajudo entidades ou pessoas que desenvolvem a cultura em minha cidade
	Eu participo da organização de alguma atividade cultural em minha cidade
	Eu participo e me envolvo com decisões sobre políticas culturais que são desenvolvidas em minha cidade.
CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES	Eu posso confiar nas instituições que gerenciam o turismo cultural em minha cidade.
	Eu posso confio nas pessoas que gerem as instituições de turismo cultural em minha cidade.
	Eu posso confiar nas instituições que gerem o turismo cultural em minha cidade a ponto de não me interessar em fiscalizar.
DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO CULTURAL	Eu geralmente compartilho conhecimento cultural com meus amigos.
	Eu forneço a meus amigos muito conhecimento cultural.
	Eu geralmente compartilho meu conhecimento cultural com os amigos mostrando o que atividades culturais eles podem fazer.
	Quando perguntado, eu compartilho meu conhecimento sobre cultura com meus amigos.
	Eu frequentemente me voluntario para explicar sobre cultura a meus amigos.
APOIO AO TURISMO	O turismo cultural é uma indústria muito importante em minha cidade.

CULTURAL	O turismo cultural ajuda no crescimento econômico da minha cidade de maneira correta.
	O turismo cultural possui um importante papel no desenvolvimento econômico local.
	Eu tenho orgulho que os turistas venham visitar a minha cidade.

Quadro 3: Descrição das variáveis adaptadas
Fonte: Elaboração própria.

E, por último, a regressão linear múltipla, considerando o apoio ao turismo cultural como variável dependente, permitiu o teste das hipóteses, por meio da verificação da associação deste com as variáveis independentes: benefícios, custos, envolvimento cultural, confiança nas instituições e divulgação do conhecimento cultural. Os fatores foram computados com base nas médias por respondente das afirmações referentes a cada construto.

Capítulo 4

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A caracterização da amostra buscou identificar o perfil dos respondentes do questionário aplicado, identificando se a amostra enquadrava-se no perfil da população em estudo. Os resultados são apresentados na Tabela 1.

TABELA 1: CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

	CRITÉRIO	FREQUÊNCIA	%	% ACUM.
IDADE	ATÉ 17	5	1,0	1,0
	18 A 29 ANOS	125	25,8	26,9
	30 A 45 ANOS	178	36,8	63,6
	46 A 65 ANOS	164	33,9	97,5
	MAIOR QUE 65 ANOS	12	2,5	100,0
SEXO	FEMININO	205	42,4	42,4
	MASCULINO	279	57,6	100,0
ESCOLARIDADE	ENSINO FUNDAMENTAL	5	1,0	1,0
	ENSINO MÉDIO	54	11,2	12,2
	ENSINO TÉCNICO	37	7,6	19,8
	ENSINO SUPERIOR	162	33,5	53,3
	PÓS-GRADUAÇÃO	220	45,5	98,8
	OUTROS	6	1,2	100,0
RENDA	ATÉ R$ 937,00	53	11,0	11,0
	DE R$ 937,01 ATÉ R$ 2.811,00	99	20,5	31,4
	DE R$ 2.811,01 ATÉ R$ 4.685,00	82	16,9	48,3
	DE R$ 4.685,01 ATÉ R$ 9.370,00	139	28,7	77,1
	ACIMA DE R$ 9.370,01	111	22,9	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.
Nota: N = 484.

Da análise dos resultados da Tabela 1, pode-se definir o perfil dos

respondentes. Observou-se que na faixa etária, houve equilíbrio entre as faixas compreendidas entre 18 a 29 anos, 30 a 45 anos e 46 a 65 anos (25,8%, 36,8% e 33,9% respectivamente), sendo que o maior percentual, 36,8 %, foi representado pelas amostras com idade entre 30 a 45 anos. Com relação as quantidades dos respondentes do sexo feminino e masculino, evidenciou-se que o masculino apresentou predominância na amostra, correspondendo a 57,6% do total.

Em relação à escolaridade, a maior parte da amostra possui ensino superior ou pós-graduação (ES=33,5% e PG=45,5%), correspondendo a 79% do total, constatando-se que o nível de escolaridade da amostra é elevado. Por fim, quanto à renda dos entrevistados, o maior percentual de respondentes se deu na faixa acima de 5 salários mínimos (R$ 4.685,01) até 10 salários mínimos (R$ 9.370,00), responsável por 28,7%.

Sendo assim, de modo geral, a amostra coletada neste estudo é representada por adultos em idade economicamente ativa, com leve predominância do sexo masculino, alta escolaridade e renda. Este perfil possui a tendência de apoiar o desenvolvimento do turismo, conforme mostram os estudos de Mcgehee e Andereck (2014), Haralambopoulos e Pizam (1996) e Mason e Cheyne (2000). Desta forma, a amostra mostrou-se adequada para continuidade do estudo.

4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Nesta parte da estatística descritiva, buscou-se analisar as percepções médias dos respondentes, bem como eventuais divergências de opinião, calculando-se, para cada variável, a média e o desvio-padrão. Sendo assim, na Tabela 2 estão dispostos os resultados alcançados, no qual são informados a média e o desvio-padrão.

TABELA 2: ESTATÍSTICA DESCRITIVA

FATOR		VARIÁVEL	MÉDIA	DESVIO PADRÃO
BENEFÍCIOS	BE1	O turismo cultural gera oportunidades de emprego local	4,50	0,85
	BE2	O turismo cultural movimenta a venda de produtos da cidade	4,54	0,79
	BE3	Há aumento da receita de impostos em cidades onde há turismo cultural	4,33	0,93
	BE4	Há mais oportunidades de negócios às pessoas e aos pequenos negócios em locais onde se desenvolve o turismo cultural	4,46	0,84
	BE5	Em cidades onde o turismo cultural ocorre, há um aumento das oportunidades de lazer	4,40	0,87
	BE6	O turismo cultural promove a melhora das condições de estradas e outras instalações de infraestrutura	3,85	1,20
	BE7	O turismo cultural fornece um incentivo para a preservação da cultura local	4,39	0,89
	BE8	O desenvolvimento do turismo cultural desenvolve o interesse cultural dos próprios residentes	4,11	0,99
	BE9	O turismo cultural permite a troca de informações entre culturas diferentes	4,44	0,83
	BE10	O turismo aumenta os efeitos positivos sobre a identidade cultural dos moradores da cidade.	4,27	0,86
	BE	Média	4,33	0,63
CUSTOS	CT1	Em cidades históricas onde ocorre o turismo cultural há aumento da poluição ambiental	3,21	1,27
	CT2	O turismo cultural aumenta a prostituição em cidades históricas	3,20	1,26
	CT3	Há aumento dos preços de bens e serviços nas cidades históricas onde ocorre turismo cultural	4,21	0,89
	CT4	Preços de imóveis tornam-se mais caros em cidades onde é desenvolvido o turismo cultural	4,05	1,00
	CT5	Em cidades onde o turismo cultural ocorre, há aumento da criminalidade	3,20	1,27
	CT	Média	3,57	0,83
ENVOLVIMENTO CULTURAL	EC1	Eu participo de atividades culturais relacionadas ao turismo cultural	3,19	1,32
	EC2	Eu ajudo entidades ou pessoas que desenvolvem a cultura em minha cidade	3,00	1,36
	EC3	Eu participo da organização de alguma atividade cultural em minha cidade	2,75	1,44
	EC4	Eu participo e me envolvo com decisões sobre políticas culturais que são desenvolvidas em minha cidade.	2,52	1,36
	EC	Média	2,86	1,16

CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES	CI1	Eu posso confiar nas instituições que gerenciam o turismo cultural em minha cidade	2,71	1,19
	CI2	Eu confio nas pessoas que gerem as instituições de turismo cultural em minha cidade	2,65	1,12
	CI3	Eu posso confiar nas instituições que gerem o turismo cultural em minha cidade a ponto de não me interessar em fiscalizar.	2,23	1,15
	CI	Média	2,53	1,02
DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO	DC1	Eu geralmente compartilho conhecimento cultural com meus amigos	3,82	1,09
	DC2	Eu forneço a meus amigos muito conhecimento cultural	3,45	1,15
	DC3	Eu geralmente compartilho meu conhecimento cultural com os amigos mostrando que atividades culturais eles podem fazer	3,55	1,15
	DC4	Quando perguntado, eu compartilho meu conhecimento sobre cultura com meus amigos	3,98	1,05
	DC5	Eu frequentemente me voluntario para explicar sobre cultura a meus amigos	3,01	1,29
	DC	Média	3,56	0,93
APOIO AO TURISMO CULTURAL	AT1	O turismo cultural é uma indústria muito importante em minha cidade	3,87	1,21
	AT2	O turismo cultural ajuda no crescimento econômico da minha cidade na direção correta.	3,79	1,19
	AT3	O turismo cultural possui um importante papel no desenvolvimento econômico local	4,14	1,04
	AT4	Eu tenho orgulho que os turistas venham visitar a minha cidade.	4,14	1,15
	AT	Média	3,99	0,93

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a Tabela 2, percebeu-se que o construto Benefício obteve média com tendência à concordância (MÉDIA BE = 4,33). Internamente a este construto, percebeu-se que, em média, houve mais concordância entre os respondentes no apoio às ideias na qual o turismo cultural movimenta a venda de produtos da cidade (MÉDIA BE2 = 4,54) e que também gera oportunidades de emprego local (MÉDIA BE1 = 4,50), apresentando resultados mais homogêneos (DP BE1 = 0,85 e DP BE2 = 0,79).

Estes resultados sugerem que a percepção dos moradores nas cidades históricas sobre os benefícios provém de aspectos que podem estar muito relacionados ao mercado gerado e envolto pelo turismo, na sua característica mais direta, tais como o artesanato, as lojas de venda de produtos regionais e sobre as oportunidades de emprego mais perceptíveis nessa esfera. Isto evidencia o que Silva (2007) comentou no estudo sobre impactos locais do turismo em cidades históricas, em que a imagem positiva está relacionada ao fator econômico.

Já quanto ao construto Custos, os resultados sugerem que os respondentes, em média, tendem a concordar com as afirmações sobre os custos gerados pelo turismo cultural (MÉDIA CT = 3,57), cujos aspectos relacionados ao aumento de preços de bens e serviços, além dos preços de imóveis, foram os itens que possuíram as maiores médias de concordância, com médias de CT3 = 4,21 e CT4 = 4,05, respectivamente. No entanto, as outras variáveis deste construto tiveram médias próximas à mediana (MÉDIA CT1 = 3,21; MÉDIA CT2 = 3,20 e MÉDIA CT5 = 3,20), com resultados heterogêneos, dada a dispersão observada das amostras, como indicam os desvios padrão. (DP 1 = 1,27; DP 2= 1,26 e DP5 = 1,27).

Isso sugere que, apesar de na média haver uma tendência à concordância em relação aos custos gerados pelo turismo cultural, a dispersão dos dados em torno desta média reflete a diversidade de opiniões sobre as afirmações. Tal resultado pode estar relacionado, segundo Barros e Marques (2016), quando no estudo da percepção do apoio ao turismo religioso, à dificuldade de percepção entre o custo percebido e o apoio político ao turismo.

Já quando analisado o construto Envolvimento Cultural, a média apresentou tendência à neutralidade (MÉDIA EC = 2,86), e dado o desvio padrão (DP EC = 1,16) ser o mais alto dos construtos analisados, indicou não haver consenso entre as

opiniões em torno da média, demonstrando heterogeneidade nas opiniões. Do ponto de vista da análise das variáveis, há tendência a neutralidade de que os respondentes participam das atividades culturais relacionadas ao turismo cultural (MÉDIA EC1 = 3,19), apesar da heterogeneidade das opiniões (DP EC1 = 1,32). No entanto, essa participação não se reflete na organização das atividades culturais (MÉDIA EC3 = 2,75) e nem no envolvimento nas decisões sobre políticas culturais (MÉDIA EC4 = 2,52), cujas variáveis indicaram leve tendência à discordância. Esses resultados podem indicar que o residente local pode estar participando dos movimentos culturais meramente como expectador ou plateia, não se envolvendo nos bastidores que dão suporte a essa atividade, fato que, segundo Cabral (2013), evidencia uma condição de insustentabilidade para o desenvolvimento da atividade cultural.

No construto Confiança nas Instituições, houve uma tendência à neutralidade das afirmações propostas no questionário (MÉDIA CI = 2,53), sendo que os resultados sugerem que boa parte dos respondentes tendem a não confiar nas instituições (MÉDIA CI1 = 2,71) e pessoas (MÉDIA CI2 = 2,65) que gerenciam o turismo cultural na cidade onde residem, apesar de haver heterogeneidade nas opiniões. Esse resultado sugere que a desconfiança nas instituições, assim como nas pessoas que estão envolvidas no processo do turismo cultural, pode representar um desestímulo dos moradores locais em apoiar o turismo cultural, desconfiança que pode também ser refletida na vontade das pessoas de não abrirem mão do interesse de fiscalizar os envolvidos, condição que é compartilhada por Garcia *et. al*. (2015), que observaram que a desconfiança é maior nos políticos do que nas próprias instituições.

Outro construto em análise foi a divulgação do conhecimento. Neste, as respostas apresentaram uma média tendendo à concordância (MÉDIA DC = 3,56), com desvio padrão (DP DC = 0,93) demonstrando alguma homogeneidade das

opiniões. No entanto, ao analisar as médias e desvios padrão obtidos que compõem as variáveis do construto verificou-se que existe uma tendência a concordância em compartilhar conhecimento cultural com os amigos (MÉDIA DC1 = 3,82), apresentando heterogeneidade (DP DC1 = 1,09), bem como quando questionado se compartilha o conhecimento cultural com amigos (MÉDIA DC1 = 3,82), demonstrando os resultados heterogêneos (DP DC2 = 1,05). Os resultados vão ao encontro de estudos de Michilova e Hutchings (2006), Dirks e Ferrin (2001) e Mayer (1995) que evidenciaram que a participação da comunidade é positiva entre o compartilhamento de informações e o apoio dos moradores locais ao turismo.

Ao analisar o construto apoio ao turismo cultural, houve uma tendência a concordância das afirmações propostas no questionário (MÉDIA AT = 3,99), e certa homogeneidade das respostas (DP AT = 0,93). Por outro lado, analisando internamente construto sobre o ponto de vista das variáveis, verificou-se que o turismo cultural possui, na visão dos respondentes, um importante papel para o desenvolvimento econômico local (MÉDIA AT3 = 4,14), assim como a comunidade tende a se sentir orgulhosa com a visitação do turista a cidade (MÉDIA AT4 = 4,14), apesar de apresentar alguma heterogeneidade nas respostas (DP AT3 = 1,04; DP AT4 = 1,15). Os resultados vão ao encontro a estudo de Silveira (2008), que diz que o turismo é um fator de desenvolvimento econômico que se reflete em benefício social para a comunidade.

Em resumo, os resultados analisados sugerem evidências que os construtos benefícios, custos e divulgação do conhecimento são percebidos como relevantes pela maioria dos entrevistados. Entretanto, tendem a participar dos movimentos culturais sem envolvimento direto. Também tendem a divulgar o conhecimento cultural que possuem sobre a cidade onde residem e concordam com a geração de impactos

nos custos. No entanto, o construto confiança nas instituições não é bem percebido pela maioria dos respondentes, pois os entrevistados indicam confiar pouco nas instituições e pessoas que as gerenciam. Com relação ao construto envolvimento cultural, a maioria dos respondentes discordou. E no construto apoio ao turismo cultural, foi identificada uma moderada tendência a concordância, especialmente com o desenvolvimento econômico e orgulho da visitação do turista.

4.3 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

No intuito de avaliar os fatores que estão associados à percepção do apoio ao turismo pela comunidade local em cidades históricas, realizou-se uma regressão linear múltipla entre as variáveis independentes (benefícios, custos, envolvimento cultural, confiança nas instituições e divulgação do conhecimento) e a variável dependente (apoio ao turismo cultural). Nas Tabelas 3 e 4 serão apresentados os resultados da regressão.

TABELA 3: MODELO DE REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Estatísticas de mudança					Durbin-Watson
					Alteração de R quadrado	Alteração F	df1	df2	Sig. Alteração F	
1	,524[a]	,275	,267	,80077	,275	36,224	5	478	,000	1,921

FONTE: Dados da pesquisa.
Nota: Preditores: (Constante), BE “Benefícios”, CT “Custos”, EC “Envolvimento Cultural”, CI “ confiança nas Instituições”, DC “Divulgação do Conhecimento”. Variável Independente: AT “ Apoio ao Turismo Cultural”. Método de estimação: Enter. Testes de validez: ANOVA: Significativo. Teste de Aleatoriedade: Suporta a hipótese de Aleatoriedade. Teste de Aderência Kolmogorov-Smirnov: Suporta hipótese de Aderência a distribuição normal. Teste de Homocedasticidade: Suporta a hipótese de homocedasticidade.

TABELA 4: COEFICIENTE ESTIMADOS DA VARIÁVEL DEPENDENTE “APOIO AO TURISMO CULTURAL”

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coef. Padr.	t	Sig.	95,0% Intervalo de Confiança para B		Correlações			Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro Padrão	Beta			Limite inf.	Limite sup.	Ordem zero	Parcial	Parte	Toler.	VIF

1	Const	,670	,309		2,170	,030	,063	1,277					
	BE	,423	,061	,288	6,942	,000	,303	,543	,394	,303	,270	,883	1,133
	CT	,021	,044	,019	,484	,629	-,065	,108	,026	,022	,019	,998	1,002
	EC	,019	,037	,024	,523	,608	-,054	,093	,269	,023	,020	,697	1,435
	CI	,160	,037	,175	4,310	,000	,087	,233	,256	,193	,168	,922	1,085
	DC	,267	,048	,266	5,548	,000	,172	,361	,413	,246	,216	,661	1,513

FONTE: Dados da pesquisa.
Nota: Variável dependente: AT " Apoio ao Turismo Cultural". Variáveis independentes: BE "Benefícios", CT "Custos", EC "Envolvimento Cultural", CI " Confiança nas Instituições", DC "Divulgação do Conhecimento".

A Tabela 3 mostra que nos resultados apurados, o coeficiente R^2 resultou em 0,275, significando que 27,5% do modelo que analisa o apoio ao turismo cultural é explicado pelos construtos que foram significativos. Nesse sentido, os resultados da Tabela 4 sugerem que as variáveis benefício, confiança nas instituições e divulgação do conhecimento são estatisticamente significantes para explicar o apoio ao turismo cultural. Isso indica que a percepção dos benefícios, assim como a confiança que as pessoas atribuem às instituições relacionadas ao turismo cultural e manifestações de divulgação do turismo cultural pelas pessoas, se associam de maneira direta ao apoio ao turismo cultural.

A regressão mostrou que os benefícios percebidos pelos residentes impactam positivamente no apoio ao turismo cultural, sugerindo que quanto maiores forem os benefícios percebidos pelos moradores locais, maior será o apoio ao turismo cultural empregado pelos locais. Esse resultado está de acordo com os estudos de, Gursoy e Rutherford (2004) e Nunkoo e Ramkissoon (2011) e Lee (2013).

Relacionado a isso, Gursoy e Rutherford (2004), ao estudarem a teoria de suporte ao turismo baseada nas trocas sociais, analisaram a relação de seis construtos como determinantes do suporte ao turismo pela comunidade local. Dentre os construtos analisados, Gursoy e Rutherford (2004) encontraram que os benefícios econômicos e culturais possuem relação significante positiva na atitude de suporte ao

turismo pelos moradores locais.

Outras pesquisas analisaram os benefícios como influência ao suporte ao turismo pelo residente, tais como Nunkoo e Ramkissoon (2011), cujo estudo validou a hipótese que há uma relação direta positiva entre os benefícios percebidos pelo turismo e o suporte dos moradores locais para o desenvolvimento do turismo, sugerindo que os benefícios percebidos no entorno da vizinhança do residente possuem significante influência na percepção geral dos benefícios da cidade. Da mesma forma, Lee (2013), estudando pequenas comunidades em Taiwan expostas ao turismo, utilizando um modelo estrutural, revelou que os benefícios percebidos a respeito do turismo sustentável afetaram positivamente e significativamente o suporte para o desenvolvimento do turismo sustentável, reportando que tais benefícios possuem efeito mediador entre o apego à comunidade e o envolvimento e apoio à mesma. Sendo assim, os resultados obtidos nesta pesquisa estão de acordo com a literatura, e suporta a relação proposta no modelo, de que os benefícios percebidos estão associados positivamente à intenção de apoio ao turismo cultural, indicando que estes aspectos são de relevante importância na decisão do morador local apoiar as iniciativas do turismo cultural, à medida que perceber que este gera benefícios.

Os resultados não apontaram relação estatisticamente significante entre custo percebido e apoio ao turismo cultural pelos residentes. Esse resultado foi o semelhante ao encontrado por Barros e Marques (2016), em um cenário de turismo cultural religioso em uma pequena cidade do agreste nordestino brasileiro. Foi verificado que a percepção dos custos do turismo, pelo residente, não importa no seu julgamento de apoio ou não ao desenvolvimento do turismo local.

Fato também evidenciado no estudo de Gursoy e Kendall (2006), que pesquisaram cidades maiores, em relação ao impacto do turismo e no qual se suporia

que haveriam maiores custos associados ao turismo. Também se evidenciou relação não significante entre os custos e o apoio ao turismo. Tal fenômeno, segundo Gursoy e Kendall (2006), assim como Nunkoo e Ramkissoon (2012a), pode ser explicado pelo peso que um cenário econômico teria sobre a percepção dos residentes, em que cenários de crise econômica influenciariam o residente a destacar mais os benefícios do que os custos. Com isso, os resultados desta pesquisa indicaram que não houve relação significativa dos custos com o apoio ao turismo cultural, fato que pode indicar que a origem dos problemas pode estar associada com outros aspectos, como, por exemplo, políticas públicas ineficientes, conforme indicam Costa, Melo e Pimenta (2017).

Outro fator que não apresentou significância para explicar o apoio ao turismo cultural foi o envolvimento cultural. Esse resultado não corroborou com pesquisa de Lee (2013), que suporta a hipótese de que o envolvimento comunitário afeta direta, positiva e significativamente os benefícios percebidos e indireta e significativamente afeta o suporte ao desenvolvimento do turismo sustentável. Também a pesquisa não corroborou com resultados encontrado por Gursoy e Rutherford (2004), no qual encontraram em seu estudo relação significativa positiva entre o envolvimento com a comunidade e a propensão a considerar o turismo como tendo impactos econômicos positivos, sugerindo indiretamente o apoio ao turismo pelo local. Nesse sentido os resultados desta pesquisa indicaram que o envolvimento cultural tende a não ser um fator que afeta o apoio ao turismo cultural por parte dos residentes.

A regressão evidenciou que o construto confiança nas instituições possui relação direta e positiva com o apoio ao turismo cultural. Este resultado sugere que quanto melhor a performance política seja da instituição, ou seja das pessoas à frente das instituições, maior será a confiança pública e consequente apoio ao turismo. Este

resultado corrobora com o estudo de Nunkoo e Ramkissoon (2011), que testaram e suportaram a hipótese de que a percepção da performance e confiança política nas instituições está relacionada de maneira significante com o apoio ao turismo. Ainda segundo os autores, a participação e representatividade dos residentes nas decisões do processo de fomento ao turismo aumenta a confiança na performance política, uma vez que estas são fiscalizadas por eles, minimizando as possibilidades de conflitos de interesse e corrupção. Também os resultados estiveram de acordo com o estudo de Barros e Marques (2016), que evidenciaram que quanto mais os residentes confiarem nos gestores e governantes da atividade turística, mais estarão propensos a apoiar o desenvolvimento de projetos turísticos na cidade. Sendo assim, a confiança nas instituições mostrou-se positivamente significativa na relação com o incentivo ao turismo cultural pelos residentes, suportando assim a relação proposta no modelo, resultado que indica o quão é importante para as instituições que trabalham com o turismo cultural pratiquem políticas de transparência e promoção de suas ações, de forma a aumentar a confiança dos moradores locais e consequentemente apoio ao turismo cultural.

Por fim, o outro construto analisado foi a divulgação do conhecimento cultural, que apresentou relação positiva com o apoio ao turismo. Este resultado está alinhado com a pesquisa de Tineu e Fragoso (2009) sobre estratégias de comunicação boca a boca, que indica que a divulgação das informações, neste caso, turísticas, é relevante na promoção de destinos turísticos, divulgação esta que muitas das vezes é influenciada pela opinião de pessoas mais próximas, como amigos e parentes. Com isso, este resultado sustenta a relação proposta no referencial teórico, sendo válida a relação entre divulgação do conhecimento cultural e o apoio ao turismo cultural, resultado que é importante no desenvolvimento das relações de comunicação e

divulgação de atrativos turísticos, principalmente entre os moradores locais das cidades históricas, cujo conhecimento potencializa eventual disseminação e apoio à atividade.

Considerando os resultados, verificou-se que os construtos benefício, confiança nas instituições e divulgação do conhecimento foram significativos possuem uma relação positiva com o apoio ao turismo cultural. Esses resultados podem direcionar empresas de turismo a explorarem o mercado no âmbito desses aspectos, fazendo com que ações de marketing exaltem os benefícios gerados por essa indústria. Assim como proporciona que as iniciativas governamentais aumentem a confiança da comunidade e a aproxime das decisões e discussões sobre a gestão das atividades turísticas culturais. Sendo assim, esses aspectos podem consolidar estratégias para o fortalecimento do turismo cultural, que em conjunto com a divulgação pelo marketing boca a boca pelos residentes, podem aumentar o apoio ao turismo cultural nas cidades históricas.

Capítulo 5

5 CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os fatores que estão associados à percepção do apoio ao turismo pela comunidade local em cidades históricas. A partir da análise dos resultados, o estudo sugere que os benefícios percebidos, a confiança nas instituições e os aspectos ligados à divulgação do conhecimento impactam no apoio ao turismo cultural nas cidades históricas. Pode-se concluir, a partir disto, que não somente benefícios percebidos podem prover um ambiente propício na cidade ao apoio ao turismo, dado a reciprocidade, mas também a confiança na estrutura institucional que funcione adequadamente pode gerar nos moradores maior propensão a apoiar essa atividade. Esse reflexo pode ser sentido, também, por meio da divulgação que os moradores podem realizar sobre o turismo cultural na cidade histórica em que residem.

Este estudo implicou em contribuições teóricas, a partir da extensão ao modelo da Teoria da Troca Social no cenário do turismo em cidades históricas, com a inclusão das dimensões relacionadas à divulgação do conhecimento e da confiança nas instituições. No contexto da divulgação do conhecimento, esta variável não havia sido estudada no âmbito do apoio ao turismo cultural, porque estudos anteriores haviam focado apenas nos custos e benefícios. Já no aspecto relacionado à confiança em instituições ligadas ao turismo, também não estudada anteriormente, os resultados reforçaram as evidências da relevância desse ambiente de confiança como propulsor na propagação da cultura local pelo residente.

Como implicação prática, ao apontar a confiança nas instituições como relevante no apoio ao turismo cultural nas cidades históricas, a pesquisa desperta o

olhar para o questionamento dos resultados gerados pelas estratégias de ação que órgãos públicos e privados relacionados ao turismo cultural estão praticando. Nesse sentido, fomentar estratégias que aumentem a confiança dos residentes, assim como incentive a divulgação e o orgulho do produto cultural no qual estão inseridos, pode agregar valor à marca cultural que as instituições são responsáveis por gerir.

Como limitação, destaca-se que a coleta de dados pode ter influenciado os resultados, dado a amostragem não probabilística via acessibilidade, que não permite a generalização dos resultados, demonstrando somente evidências a respeito da questão pesquisada. Com isso, recomenda-se que seja utilizada uma amostragem mais ampla e probabilística em estudos futuros. Outra limitação está relacionada ao entendimento, por parte dos respondentes, do que seria uma cidade culturalmente histórica, cuja interpretação subjetiva pode fazer com que respondentes associem de maneiras diferentes. Dessa forma, recomenda-se que outros estudos realizem a pesquisa focada em uma população amostral formada por cidades culturalmente históricas listadas por alguma entidade pública de notória competência, tal como IPHAN ou Unesco, etc.

Nesse sentido, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas testando outras variáveis ao modelo apresentado neste estudo, como, por exemplo, variáveis relacionadas à identidade do residente quanto ao patrimônio cultural no apoio ao turismo cultural. Sugere-se ainda que futuras pesquisas explorem de maneira comparativa o apoio ao turismo cultural pelos residentes entre cidades onde o mesmo é mais desenvolvido e outras cidades onde o mesmo ainda não é bem explorado, apesar do valor cultural histórico da cidade.

Por fim, é notório que estudar o apoio ao turismo cultural, que neste contexto é evidenciado nas cidades históricas, é importante, pois reforça o quão este apoio é

relevante para fomentar a plena capacidade de exploração e aproveitamento do turismo cultural. Incentivo que pode refletir não somente na melhoria da qualidade de vida dos residentes, mas também para prover melhores serviços e infraestrutura a visitantes e empresas envoltas nesta atividade.

REFERÊNCIAS

ALCARÁ, Adriana R.; DI CHIARA, Ivone G.; RODRIGUES, Jorge L., TOMAÉL, Maria I.; PIEDADE, Valeria C. H. Fatores que influenciam o compartilhamento da informação e do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, n. 1, p. 170-191, 2009.

ANDERECK, Kathleen; VALENTINE, Karin; KNOPF, Richard; VOGT, Christine. Residents' perceptions of community tourism impacts. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 4, p. 1056-1076, 2005.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo injetou US$163 bilhões no Brasil em 2017**. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo-injetou-us$-163-bilhoes-no-brasil-em-2017.html>. Acesso em: 23 março 2018.

BARROS, Gilmara; MARQUES, Sérgio. Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso: o caso de Santa Cruz (RN), Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 3, p. 497-515, 2016.

BESCULIDES, Antonia; LEE, Martha E.; MCCORMICK, Peter J. Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 29, n. 2, p. 303-319, 2002.

CABRAL, Ana Karina P.; OLIVEIRA, Carla Mary S. Políticas de Preservação do Patrimônio Histórico no Brasil e na Paraíba: o IPHAN, o IPHAEP e o Turismo Cultural. In: **Anales del 3er Congresso Virtual de Turismo Cultural NAyA**. 2013.

CANNONIER, Colin; BURKE, Monica G. Tourism and financial development in small states: Evidence from Caribbean countries. **Tourism Economics**, v. 23, n. 6, p. 1369-1377, 2017.

CARR, Neil. Sex in tourism: Reflections and potential future research directions. **Tourism Recreation Research**, v. 41, n. 2, p. 188-198, 2016.

CARVALHO, Karoliny D.; SIMÕES, Maria N. Analise do modelo de preservação do Centro Histórico de São Luís do Maranhão: CARR uso social e uso turístico. **Turismo-Visão e Ação**, v. 14, n. 2, p. 196-213, 2012.

CHAKRABARTY, Amit Kumar. Negative Social Aspects of Tourism and Sustainable Development: An Empirical Study. **Journal of Economics and Business Research**, v. 22, n. 1, p. 253-271, 2016.

CHHABRA, Deepak; HEALY, Robert; SILLS, Erin. Staged authenticity and heritage tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 30, n. 3, p. 702-719, 2003.

CHOI, Hwan-Suk Chris; SIRAKAYA, Ercan. Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. **Journal of Travel Research**, v. 43, n. 4, p. 380-394, 2005.

CHOW, Wing S.; CHAN, Lai Sheung. Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. **Information & Management**, v. 45, n. 7, p. 458-465, 2008.

COSTA, Nayla Daniella; MELO, Adilson S; PIMENTA, Márcio L. Turismo e Trabalho em Pequenas Cidades/Tourism and Local Work in Small Towns. **ROSA DOS VENTOS -Turismo e Hospitalidade**, v. 9, n. 2, p. 228-244, 2017.

DIRKS, Kurt T.; FERRIN, Donald L. The role of trust in organizational settings. **Organization Science**, v. 12, n. 4, p. 450-467, 2001.

DYER, Pam; GURSOY, Dogan; SHARMA, Bishnu; CARTER, Jennifer; Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. **Tourism Management**, v. 28, n. 2, p. 409-422, 2007.

ESPARTEL, Lélis Balestrin; SAMPAIO, Cláudio Hoffmann; PERIN, Marcelo Gatterman. O impacto do envolvimento nas relações entre confiança, valor percebido e lealdade: Um estudo em uma IES privada. **Revista de Negócios**, v. 13, n. 2, p. 11-25, 2008.

GARCIA, André S.; CRUZ, Elaine S. T.; MACHADO, Jessica C.; PEREIRA, José Roberto. Confiança, valores e atitudes em relação à democracia: uma análise com estudantes universitários. In: XVIII SEMEAD: Seminários em Administração, 2015, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2015.

GURSOY, Dogan; RUTHERFORD, Denney G. Host attitudes toward tourism: An improved structural model. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 3, p. 495-516, 2004.

GURSOY, Dogan; CHI, Christina; DYER, Pam. Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. **Journal of Travel Research**, v. 49, n. 3, p. 381-394, 2010.

GURSOY, Dogan; KENDALL, K. W. Hosting mega events: Modeling locals' support. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 3, p. 603-623, 2006.

HALEY, Art J.; SNAITH, Tim; MILLER, Graham. The social impacts of tourism a case study of Bath, UK. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 3, p. 647-668, 2005.

HAO, Huili; LONG, Patrick; KLECKLEY, James. Factors predicting homeowners' attitudes toward tourism: A case of a coastal resort community. **Journal of Travel Research**, v. 50, n. 6, p. 627-640, 2011.

HARALAMBOPOULOS, Nicholas; PIZAM, Abraham. Perceived impacts of tourism: The case of Samos. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 3, p. 503-526, 1996.

JIMURA, Takamitsu. The impact of world heritage site designation on local communities–A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, **Japan. Tourism Management**, v. 32, n. 2, p. 288-296, 2011.

JUROWSKI, Claudia; GURSOY, Dogan. Distance effects on residents' attitudes toward tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 2, p. 296-312, 2004.

LASHLEY, Conrad. Studying hospitality: Insights from social sciences 1. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 8, n. 1, p. 69-84, 2008

LEE, Tsung H. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. **Tourism Management**, v. 34, p. 37-46, 2013.

MAKANSE, Yousra; ALMEIDA, Marcelo V. Turismo e Voluntariado: um estudo sobre a experiência solidária no âmbito do turismo. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 4, n. 1, p. 35-51, 2014.

MASON, Peter; CHEYNE, Joanne. Residents' attitudes to proposed tourism development. **Annals of Tourism Research**, v. 27, n. 2, p. 391-411, 2000.

MATHEW, Paul V.; SREEJESH, S. Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 31, p. 83-89, 2017.

MAYER, Roger C.; DAVIS, James H.; SCHOORMAN, F. David. An integrative model of organizational trust. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, p. 709-734, 1995.

MCGEHEE, Nancy G.; ANDERECK, Kathleen L. Factors predicting rural residents' support of tourism. **Journal of Travel Research**, v. 43, n. 2, p. 131-140, 2004.

MENEZES, Juliana S. O turismo cultural como fator de desenvolvimento na cidade de Ilhéus. **Disponível no site http://alpha. uesc. br/icer/home. htm**, 2004.

MICHAILOVA, Snejina; HUTCHINGS, Kate. National cultural influences on knowledge sharing: A comparison of China and Russia. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 3, p. 383-405, 2006.

MORGAN, Robert M.; HUNT, Shelby D. The commitment-trust theory of relationship marketing. **The Journal of Marketing**, v.58, n.3, p. 20-38, 1994.

NASSER, Noha. Planning for urban heritage places: reconciling conservation, tourism, and sustainable development. **Journal of Planning Literature**, v. 17, n. 4, p. 467-479, 2003.

NICHOLAS, Lorraine; THAPA, Brijesh; KO, Yong Jae. RESIDENTS'PERSPECTIVES OF A WORLD HERITAGE SITE: The Pitons Management Area, St. Lucia. **Annals of Tourism Research**, v. 36, n. 3, p. 390-412, 2009.

NUNKOO, Robin; RAMKISSOON, Haywantee. Developing a community support model for tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 3, p. 964-988, 2011.

NUNKOO, Robin; RAMKISSOON, Haywantee. Power, trust, social exchange and community support. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 2, p. 997-1023, 2012a.

NUNKOO, Robin; RAMKISSOON, Haywantee; GURSOY, Dogan. Public trust in tourism institutions. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 3, p. 1538-1564, 2012b.

OKAZAKI, Etsuko. A community-based tourism model: Its conception and use. **Journal of sustainable tourism**, v. 16, n. 5, p. 511-529, 2008.

PARASKEVAIDIS, Pavlos; ANDRIOTIS, Konstantinos. Altruism in tourism: social exchange theory vs altruistic surplus phenomenon in host volunteering. **Annals of Tourism Research**, v. 62, p. 26-37, 2017.

PERDUE, Richard R.; LONG, Patrick T.; ALLEN, Lawrence. Resident support for tourism development. **Annals of Tourism Research**, v. 17, n. 4, p. 586-599, 1990.

PIRES, Mário J. Gestão de cidades históricas para o turismo: questões teóricas e práticas. **Revista Turismo em Análise**, v. 14, n. 2, p. 67-76, 2003.

SHARPLEY, Richard. Host perceptions of tourism: A review of the research. **Tourism Management**, v. 42, p. 37-49, 2014.

SIRDESHMUKH, Deepak; SINGH, Jagdip; SABOL, Barry. Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. **Journal of Marketing**, v. 66, n. 1, p. 15-37, 2002.

SILBERBERG, Ted. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism Management**, v. 16, n. 5, p. 361-365, 1995.

SILVEIRA, Gilmar T.; GASTAL, Susana A. Turismo, emprego e renda: o caso da cidade histórica de Tiradentes-MG. **Anuário de Pesquisa PPGTUR/UCS**, v. 1, n. 1, p. 174-184, 2008.

SWIFT, Michele; VIRICK, Meghna. Perceived support, knowledge tacitness, and provider knowledge sharing. **Group & Organization Management**, v. 38, n. 6, p. 717-742, 2013.

TINEU, Rogério; DESTRON, Nelson F. Estratégias de comunicação boca a boca para o turismo. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 8, n. 2, p. 116-145, 2009.

WARD, Colleen; BERNO, Tracy. Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1556 -1569, 2011.

YOON, Yooshik; GURSOY, Dogan; CHEN, Joseph S. Validating a tourism development theory with structural equation modeling. **Tourism Management**, v. 22, n. 4, p. 363-372, 2001.

ZANIRATO, Silvia. Patrimônio para todos: promoção e difusão do uso público do patrimônio cultural na cidade histórica. **Patrimônio e Memória**, v. 2, n. 2, p. 78-97, 2007.

APÊNDICE – QUESTIONÁRIO

PESQUISA DE PERCEPÇÃO SOBRE TURISMO CULTURAL

Estou realizando uma pesquisa científica sobre turismo cultural que faz parte do Mestrado em Administração da FUCAPE Business School. Sua participação é muito importante para o desenvolvimento desse estudo. O questionário é muito simples de responder. Não existe resposta certa ou errada, queremos apenas saber sua opinião sobre as afirmações presentes no questionário. Não é necessário se identificar e as respostas são absolutamente confidenciais.

Agradecemos a colaboração!

Celso Luís Ferreira de Azevedo*

* Mestrando do Curso de Administração de Empresas da FUCAPE.

*Obrigatório

Você reside em uma cidade que é considerada culturalmente histórica?

Sim

Não

Orientações sobre o preenchimento do questionário

A seguir temos um conjunto de AFIRMAÇÕES sobre TURISMO CULTURAL. Escolha o seu nível de concordância, conforme a escala a seguir:

1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural gera oportunidades de emprego local. *

1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural movimenta a venda de produtos da cidade. *

1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Há aumento da receita de impostos em cidades onde há turismo cultural. *

1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Há mais oportunidades de negócios às pessoas e pequenas empresas em locais onde se desenvolve o turismo cultural. *

1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Em cidades onde o turismo cultural ocorre, há um aumento das oportunidades de lazer. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural promove melhora das condições de estradas e outras instalações de infraestrutura. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural fornece um incentivo para a preservação da cultura local. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O desenvolvimento do turismo cultural desenvolve o interesse cultural dos próprios residentes locais. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural permite a troca de informações entre culturas diferentes. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural aumenta os efeitos positivos sobre a identidade cultural dos moradores da cidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Em cidades históricas onde ocorre o turismo cultural há aumento da poluição ambiental. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural aumenta a prostituição em cidades históricas. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Há aumento dos preços de bens e serviços nas cidades históricas onde ocorre turismo cultural. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Preços de imóveis tornam-se mais caros em cidades onde é desenvolvido o turismo cultural. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Em cidades onde o turismo cultural ocorre, há aumento da criminalidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu participo de atividades culturais relacionadas ao turismo cultural. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu ajudo instituições ou pessoas que desenvolvem a cultura em minha cidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu participo da organização de alguma atividade cultural em minha cidade. *
1- Discordo totalmente
2 -Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu participo e me envolvo com decisões sobre políticas culturais que são desenvolvidas em minha cidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu posso confiar nas instituições que gerenciam o turismo cultural em minha cidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu confio nas pessoas que gerem as instituições de turismo cultural em minha cidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu posso confiar nas instituições que gerem o turismo cultural em minha cidade a ponto de não me interessar em fiscalizar. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu geralmente compartilho conhecimento cultural com meus amigos. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu forneço a meus amigos muito conhecimento cultural. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu geralmente compartilho meu conhecimento cultural com os amigos mostrando que atividades culturais eles podem fazer. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Quando perguntado, eu compartilho meu conhecimento sobre cultura com meus amigos. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu frequentemente me voluntario para explicar sobre cultura a meus amigos. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural é uma indústria muito importante em minha cidade. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural ajuda no crescimento econômico da minha cidade na direção correta. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

O turismo cultural possui um importante papel no desenvolvimento econômico local. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Eu tenho orgulho que os turistas venham visitar a minha cidade fazer turismo cultural. *
1 - Discordo totalmente
2 - Discordo parcialmente
3 - Nem concordo, nem discordo
4 - Concordo parcialmente
5 - Concordo totalmente

Idade *
Até 17 anos.
Entre 18 e 29 anos.
Entre 30 e 45 anos.
Entre 46 e 65 anos.
Acima de 65 anos.

Gênero *
Masculino
Feminino

Escolaridade *
Ensino Fundamental
Ensino Médio
Ensino Técnico
Ensino Superior
Pós-Graduação
Outro

Renda mensal aproximada *
Até 1 salário mínimo (Até R$ 937,00)
Acima de 1 salário mínimo até 3 salários mínimos (de R$ 937,00 até R$ 2.811,00)
Acima de 3 salários mínimos até 5 salários mínimos (de R$ 2.811,01 até R$ 4.685,00)
Acima de 5 salários mínimos até 10 salários mínimos (de R$ 4685,01 até R$ 9.370,00)
Acima de 10 salários mínimos (Acime de 9.370,00)