

DETERMINANTES COGNITIVOS E EMOCIONAIS DO APOIO COMUNITÁRIO AO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RELIGIOSO

COGNITIVE AND EMOTIONAL DETERMINANTS OF COMMUNITY SUPPORT FOR RELIGIOUS TOURISM DEVELOPMENT

DETERMINANTES COGNITIVOS Y EMOCIONALES DEL APOYO COMUNITARIO AL DESARROLLO DEL TURISMO RELIGIOSO

Gilmara Barros da Silva¹(gilmarabarross@gmail.com) 
Sérgio Marques Júnior¹(sergio.marques@ufrn.br) 

¹Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil

RESUMO:

Objetivo – Este artigo objetivou analisar as inter-relações existentes entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo religioso, tendo como base a Teoria das Trocas Sociais, Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional.

Desenho/metodologia/abordagem – Propôs-se um modelo estrutural de relacionamento entre variáveis que foi testado com 474 residentes do município de Santa Cruz, Rio Grande do Norte, Brasil, destino que vem desenvolvendo o turismo religioso desde 2010.

Resultados – Os resultados mostraram relações significativas entre a percepção dos residentes em relação à qualidade de vida e os impactos do turismo religioso, bem como entre a identidade do lugar e o apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo, os quais foram mediados pela solidariedade emocional.

Implicações práticas – Os achados deste estudo fornecem dados e informações úteis à gestão pública para o planejamento estratégico do turismo religioso, levando em conta a maximização dos benefícios econômicos, a melhoria na qualidade de vida, a valorização da identidade do lugar e da hospitalidade, visando ao apoio dos residentes ao desenvolvimento turístico.

Originalidade/valor – Este estudo contribui para a área de turismo, ao integrar as Teorias das Trocas Sociais, da Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional, reunindo fatores cognitivos e emocionais em um único modelo estrutural capaz de explicar o apoio de residentes ao turismo religioso.

Limitações da pesquisa – Destacam-se como limitações da pesquisa a escolha da amostragem não probabilística por conveniência e a aplicação do modelo em um único destino de turismo religioso.

Palavras-chave: Teoria das Trocas Sociais; Teoria da Identidade do Lugar; Teoria da Solidariedade Emocional; Apoio comunitário; Turismo Religioso.

Informações Editoriais:

Double Blind Review

Submissão: 28/06/2025

Avaliação: 13/07/2025

Aceite: 26/01/2026

Editor:

Dr. Luiz Carlos da Silva Flores

Editor de sessão:

Dra. Thamires Foletto Fiuza

Assistente Editorial:

Bruno Fernandes Mendes

Disponibilidade dos dados:

Os dados estão disponíveis no corpo do artigo. Os dados podem ser solicitados aos autores.

ABSTRACT:

Purpose – This article aimed to analyze the interrelationships between cognitive and emotional factors capable of influencing community support for the development of religious tourism, grounded in Social Exchange Theory, Place Identity Theory, and Emotional Solidarity Theory.

Design/methodology/approach – A structural model of the relationship among variables was proposed and tested with 474 residents of the municipality of Santa Cruz, Rio Grande do Norte, Brazil, a destination that has been developing religious tourism since 2010.

Findings – The findings revealed significant relationships between residents' perception of quality of life and the impacts of religious tourism, as well as between place identity and community support for tourism development, which were mediated by emotional solidarity.

Practical implications – The results provide data and information useful to public management for the strategic planning of religious tourism, taking into account the maximization of economic benefits, the improvement in quality of life, the valorization of place identity and hospitality, with the aim of fostering residents support for tourism development.

Originality/value – This study contributes to the field of tourism by integrating Social Exchange Theory, Place Identity Theory, and Emotional Solidarity Theory, bringing together cognitive and emotional factors into a single structural model capable of explaining residents' support for religious tourism.

Research limitations – Limitations of the research include the choice of non-probabilistic convenience sampling and the application of the model to a single religious tourism destination.

Keywords: Social Exchange Theory; Place Identity Theory; Emotional Solidarity Theory; Community Support; Religious Tourism.

RESUMEN:

Propósito: Este artículo tuvo como objetivo analizar las interrelaciones entre los factores cognitivos y emocionales capaces de influir en el apoyo comunitario para el desarrollo del turismo religioso, basándose en la Teoría del Intercambio Social, la Teoría de la Identidad de Lugar y la Teoría de la Solidaridad Emocional.

Diseño/metodología/enfoque – Se propuso un modelo estructural de relaciones entre variables y se probó con 474 residentes del municipio de Santa Cruz, Rio Grande do Norte, Brasil, un destino que ha estado desarrollando turismo religioso desde 2010.

Hallazgos: Los hallazgos mostraron relaciones significativas entre la percepción de los residentes de la calidad de vida y los impactos del turismo religioso, así como entre la identidad de lugar y el apoyo comunitario al desarrollo turístico, que fueron mediados por la solidaridad emocional.

Implicaciones prácticas: Los resultados de este estudio proporcionan datos e información útiles a la gestión pública para la planificación estratégica del turismo religioso, considerando la maximización de los beneficios económicos, la mejora de la calidad de vida, la valorización de la identidad de lugar y la hospitalidad, con el objetivo de obtener el apoyo de los residentes en el desarrollo turístico.

Originalidad/valor: Este estudio contribuye al campo del turismo al integrar las Teorías del Intercambio Social, de la Identidad de Lugar y de la Solidaridad Emocional, reuniendo factores cognitivos y emocionales en un único modelo estructural capaz de explicar el apoyo de los residentes al turismo religioso.

Limitaciones de la investigación: Las limitaciones de la investigación incluyen la elección de un muestreo de conveniencia no probabilístico y la aplicación del modelo a un solo destino de turismo religioso.

Palabras Clave: Teoría del Intercambio Social; Teoría de la Identidad de Lugar; Teoría de la Solidaridad Emocional; Apoyo Comunitario; Turismo Religioso.

INTRODUÇÃO

O turismo religioso refere-se a um segmento que se caracteriza pela movimentação de pessoas motivadas pela fé e pela busca espiritual. Essas pessoas, durante suas viagens, desenvolvem atividades como participação em missas, cortejos, romarias, peregrinações, retiros, visitas a templos, igrejas e santuários (Ministério do Turismo do Brasil, MTur, 2010). Destaca-se que o turismo religioso se inter-relaciona com as dimensões econômica e sociocultural, pois mediante o desenvolvimento das atividades turísticas, são gerados impactos positivos (aumento em emprego e renda) para as populações residentes, bem como são envolvidos os aspectos das mais diversas religiões como parte da identidade do lugar. Dados do MTur (2024) destacam que o segmento do turismo religioso injeta, em média, R\$ 15 bilhões na economia do Brasil anualmente, haja vista que são realizadas em torno de 8,1 milhões de viagens domésticas por motivação da fé.

No Estado do Rio Grande do Norte (RN), os principais destinos de turismo religioso são: São Gonçalo do Amarante (Mártires de Cunhaú e Uruaçu), Santa Cruz (Santuário de Santa Rita de Cássia), Carnaúba dos Dantas (Monte do Galo), Florânia (Monte Nossa Senhora das Graças) e Caicó (Catedral de Sant'Ana), cuja religião predominante é a católica e a visitação turística é majoritariamente regional (Mtur, 2019). No caso de Santa Cruz-RN, a devoção a Santa Rita de Cássia que já existia no município como parte da identidade do lugar, passou a ser compartilhada com visitantes de cidades, estados e regiões vizinhas, através do turismo religioso, com a construção do Santuário de Santa Rita de Cássia. A motivação dessa visitação centra-se na busca pela fé e por lazer, com poucas modificações no perfil dos turistas ao longo dos anos (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte, Fecomércio RN, 2023).

Como acontece em outros segmentos, o turismo religioso gera impactos positivos e negativos nos destinos turísticos, sendo necessário seu planejamento e a gestão dos stakeholders, principalmente, do apoio comunitário, pois é essencial para o desenvolvimento sustentável do turismo. Nessa perspectiva, a literatura internacional comumente destaca os fatores cognitivos como determinantes para o apoio comunitário, a saber: a percepção sobre os impactos positivos (geração de emprego, renda, dentre outros), assim como dos impactos negativos (aumento no custo de vida, criminalidade, poluição e outros) amplamente abordados na Teoria das Trocas Sociais (Wei, Liu, & Park, 2021).

Em estudos recentes, percebe-se que apenas os preceitos cognitivos da Teoria das Trocas Sociais não seriam suficientes para compreender a complexidade existente nos comportamentos de turistas e/ou residentes quanto ao apoio ao turismo. Dessa forma, estudos contemporâneos se propuseram a ampliar as análises considerando fatores ligados ao emocional, como a identidade que o residente possui com o lugar de vivência (Kuo, Cheng, Chang, & Hu, 2021), a qualidade de vida percebida pelos residentes (Wang, Hu, Park, Yuan, & Chen, 2023) e suas emoções para com o turista (Joo, Xu, J. Lee, C. Lee, & Woosnam, 2021). Apesar desses estudos, ainda não se tem uma quantidade expressiva de pesquisas que inter-relacionem os fatores cognitivos aos emocionais, principalmente, no que diz respeito ao apoio comunitário ao turismo religioso em destinos turísticos em consolidação.

Diante dessa lacuna, este estudo justifica-se do ponto de vista teórico, pois buscou integrar os preceitos das Teorias das Trocas Sociais, da Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional em um modelo estrutural capaz de inter-relacionar os fatores cognitivos e emocionais determinantes do apoio comunitário ao turismo religioso. E do ponto de vista gerencial, entende-se que este estudo contribui na geração de dados e informações úteis ao planejamento e gestão dos *stakeholders* e do turismo religioso.

Nesse sentido, este estudo objetivou analisar as relações existentes entre fatores cognitivos e emocionais capazes de influenciar o apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN, Brasil, destino turístico religioso em consolidação. Para auferir este objetivo, com base nas Teorias das Trocas Sociais, Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional foi proposto um modelo estrutural de relacionamento entre variáveis, sendo testado com 474 residentes do município de Santa Cruz-RN. A questão direcionadora deste estudo foi: Qual a relação existente entre componentes cognitivos e componentes emocionais no que se refere a influenciar o apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo religioso?

REVISÃO TEÓRICA

Teoria das Trocas Sociais e o Apoio ao Desenvolvimento do Turismo

A Teoria das Trocas Sociais (*Social Exchange Theory* – SET) tem sido utilizada em diversas áreas do conhecimento, incluindo o Turismo (Qin, Shen, Ye, & Zhou, 2021; Wei et al., 2021; Kim, Y. Kang, Park & S. Kang, 2021; entre outros), tendo em vista compreender como se estabelecem e se perpetuam as interações e relações humanas. No turismo, normalmente a teoria tem sido utilizada com o intuito de investigar a influência de fatores cognitivos (percepções de benefícios e custos) no apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo independentemente da segmentação. As reflexões teóricas sobre a forma como os indivíduos estabelecem e mantêm as relações interpessoais ao longo do tempo foram alvo dos estudos de Homans (1958) e Blau (1964) mediante a aplicação pioneira da SET. Homans (1974) destacou como fundamento dessas relações os processos de troca, que envolvem a avaliação individual quanto às vantagens, desvantagens, recompensas, aos benefícios, custos e outros, para se constituir e/ou manter uma interação social. Desse modo, as vantagens estariam associadas à percepção de benefícios e as desvantagens aos custos inerentes às trocas sociais (Emerson, 1976).

Nessa linha, os pressupostos da SET passaram a ser utilizados para analisar como as percepções dos residentes sobre os benefícios e custos do turismo influenciam o apoio ou a rejeição ao desenvolvimento das atividades turísticas. Isso se deve ao consenso na literatura de que as populações residentes nos destinos turísticos são atores-chave para a sustentabilidade do turismo. Nesse sentido, suas percepções e seu apoio devem ser considerados desde o processo de planejamento até a gestão do turismo. Assim, quando os residentes percebem que os benefícios gerados pelo desenvolvimento das atividades turísticas em seu entorno habitual superam os custos, esses tendem a apoiar o turismo, embora o inverso também possa ocorrer. Essa afirmativa pode ser corroborada a partir dos resultados apresentados em estudos:

Qin et al. (2021) realizaram uma pesquisa com 242 residentes de Qingyan, China, com o objetivo de analisar o apoio comunitário ao turismo no local. Os resultados evidenciaram que a percepção dos benefícios pessoais provenientes da atividade turística influenciou a forma como os residentes perceberam os impactos do turismo, e esses fatores afetam o apoio ao desenvolvimento do turismo em Qingyan.

De modo semelhante, a investigação realizada por Wei et al. (2021) com 262 residentes do condado de Wen, China, evidenciou que a proximidade que os residentes detinham com o patrimônio cultural local e a percepção dos impactos positivos e negativos do turismo influenciou suas atitudes e o apoio ao desenvolvimento do turismo em Wen.

No estudo conduzido por Kim et al. (2021), com 198 residentes da vila Gamcheon, Coreia do Sul, obteve-se que o envolvimento dos residentes no turismo, a percepção dos impactos positivos e negativos do turismo, o apego ao lugar e a dependência econômica na atividade turística, influenciaram o apoio comunitário ao turismo no destino.

Em um contexto de pandemia, Vinerean, Opreana, Tileaga e Popsa (2021) investigaram 344 residentes do condado de Sibiu, Transilvânia, e constataram que o apoio comunitário ao turismo sustentável no destino foi influenciado positivamente pela percepção das benesses do turismo e pelas melhorias ocasionadas na qualidade de vida dos residentes, porém foi afetado negativamente pelo risco associado à visitação turística em meio à pandemia da covid-19.

Apesar dos esforços presentes nesses estudos e em outros de mesma natureza, ao apresentar somente os fatores cognitivos como antecessores do apoio comunitário ao turismo, desconsideram-se os fatores emocionais intrínsecos aos seres humanos como influenciadores desse apoio. O estudo desenvolvido por Vinerean et al. (2021) avança nas investigações do apoio levando em conta a dimensão da qualidade de vida que se constitui como um fator subjetivo, cuja avaliação também pode ser obtida através de fatores emocionais.

Dessa forma, a SET apresenta limitações em abranger a complexidade existente na constituição e manutenção das relações sociais e no apoio ou rejeição ao turismo, pois seu enfoque considera apenas os fatores cognitivos (percepção de benefícios e custos). Faz-se necessário que fatores como qualidade de vida, identidade do lugar, solidariedade emocional, dentre outros, também sejam incorporados às análises do apoio comunitário, principalmente no contexto do turismo religioso, que envolve aspectos históricos, culturais e simbólicos, sendo essencial a utilização de outras abordagens teóricas que considerem também fatores emocionais.

Teoria da Identidade do Lugar e o Apoio ao Desenvolvimento do Turismo

Diante das contribuições de Relph (1976) para uma compreensão mais ampla sobre “lugar”, entendido como um ambiente físico que inclui a vivência e socialização humana, pode-se entender que a identidade do lugar se refere aos vínculos emocionais e aos sentimentos de pertencimento estabelecidos entre as pessoas e o seu entorno habitual (Wang, Shen, Ye, & Zhou, 2020). No turismo, essa compreensão favorece a análise dos sentimentos de pertencimento e identidade do lugar dos residentes de destinos turísticos, o que pode influenciar o apoio comunitário ao desenvolvimento das atividades turísticas.

Identidade do lugar, conforme Proshansky, Fabian e Kaminoff (1983), envolve um conjunto de aspectos cognitivos e emocionais que os indivíduos avaliam a partir de suas experiências com o lugar de vivência. Para isso, além dos sentimentos de pertencimento, considera-se a capacidade do lugar em oferecer condições adequadas para o atendimento de diferentes necessidades humanas. O comprometimento dessas condições e/ou do vínculo das pessoas com o espaço físico tende a afetar a identidade do lugar. Nessa perspectiva, a natureza transformadora do turismo pode influenciar a maximização ou a minimização da expressão identitária dos residentes com seu entorno habitual, afetando o apoio comunitário ao turismo. Essa afirmação pode ser constatada através de estudos que abordam a relação da identidade do lugar com o apoio comunitário, conforme detalhado a seguir.

O estudo desenvolvido por Wang e Chen (2015) com 464 residentes de Indianápolis, Centro-Oeste dos Estados Unidos, evidenciou que as atitudes em relação aos impactos positivos e negativos do turismo, bem como o apoio comunitário ao turismo, foram influenciados pela identidade do lugar, especialmente pelos princípios de autoestima (autoavaliação pessoal e do espaço de vivência) e autoeficácia (confiança na capacidade individual de tomar decisões assertivas).

Yuan, Song, Chen e Shang (2019), ao investigarem 336 residentes de Huangshi, China, observaram que o apoio comunitário ao turismo de patrimônio industrial (visitação a antigas indústrias) foi influenciado pela percepção dos residentes quanto aos impactos positivos e negativos do turismo e pela identidade do lugar. Isso evidencia a aplicação da SET nos estudos do turismo, bem como reforça a relevância do constructo identidade do lugar para realização de análises acerca do apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo.

A investigação proposta por Wang et al. (2020) com 294 residentes da vila de Xijiang Miao, na China, destacou que o apoio comunitário ao turismo étnico foi influenciado por fatores emocionais mediante a expressão dos residentes quanto à identidade e a dependência ao lugar. Diferentemente de outros estudos, este não apresentou influência dos impactos do turismo sobre o apoio. Esses resultados demonstram que os preceitos da SET foram incipientes se comparados a influência dos fatores emocionais, corroborando, assim, com a afirmação de que elementos como a identidade do lugar são igualmente importantes e centrais para análise do apoio comunitário.

Kuo et al. (2021) entrevistaram 500 residentes de Taiwan, China, e observaram que o apoio comunitário ao turismo de festivais, especialmente ao Festival de Folclore Kaohsiung Zuoying Wanniam, foi influenciado pela percepção do capital social (confiança, normas e redes sociais) e pela identidade que os residentes possuem com o lugar.

Aleshinloye, Fu, Ribeiro, Woosnam e Tasci (2020) investigaram 309 participantes do festival cultural e religioso de Osun Osogbo, Nigéria, e obtiveram que a identidade do lugar influenciou a solidariedade emocional (natureza acolhedora, proximidade emocional e compreensão simpática) dos envolvidos.

Lee, Joo e Woosnam (2022) ao testarem dois modelos estruturais com 421 turistas em Soomy Village, Gyeonggi, na Coreia do Sul, perceberam que tanto a identidade do lugar influenciou a solidariedade emocional quanto o inverso também acontece.

Diante disso, observa-se que a identidade do lugar apresenta significativa relevância nos estudos do apoio comunitário ao turismo, pois quanto mais os residentes apresentam sentimentos de pertencimento ao lugar, mais propensos estarão a apoiar o desenvolvimento turístico no local. Assim, é plausível destacar a relação existente entre a identidade do lugar e os fatores cognitivos em relação ao apoio ao desenvolvimento do turismo em uma região.

Frente às especificidades do turismo religioso, torna-se pertinente a análise da influência da identidade do lugar dos residentes no apoio ao turismo, pois envolve fatores emocionais ligados a história, a cultura, a religião e a fé. Assim, quanto maior for a identidade do lugar dos residentes relacionados a esses elementos, maior será a probabilidade de apoiarem o desenvolvimento do turismo religioso em seu entorno.

Qualidade de Vida e o Apoio ao Desenvolvimento do Turismo

As reflexões acerca da Qualidade de Vida (QV) podem ser aplicadas à área de turismo quando se remetem às alterações positivas e/ou negativas geradas pelo turismo nos destinos e na vida dos indivíduos (Yayla, Koç, & Dimanche, 2023). Nesse sentido, a QV trata-se de um constructo subjetivo, pois é passível de vastas interpretações e percepções por parte dos residentes, podendo influenciar seus comportamentos de apoio ou rejeição ao desenvolvimento do turismo.

Inicialmente, os estudos empíricos que abordam a QV no turismo relacionam-na com fatores cognitivos, como a pesquisa realizada por Guo, Kim e Chen (2014) que, ao investigar 416 residentes de distritos de Xangai, observaram que a QV se associa positivamente à percepção dos impactos do turismo ligados ao cumprimento dos direitos econômicos, sociais e culturais dos residentes. Dessa forma, é nítido o relacionamento entre os constructos cognitivos propostos pela SET e a QV. Já em estudos mais recentes, a QV assume papel de mediação para a análise do apoio comunitário ao turismo, como pode ser observado nos estudos que se seguem:

Eslami, Khalifah, Mardani e Streimikiene (2019) entrevistaram 542 residentes da Ilha Langkawi, Malásia, e perceberam que o apoio comunitário ao turismo foi influenciado pela QV, considerando a harmoniosa relação existente entre os residentes e o lugar de vivência. Assim, a QV tanto pode anteceder como pode ser consequência das decisões dos residentes em apoiar ou rejeitar o turismo nos destinos turísticos.

Promovendo a integração da SET com a Teoria da Identidade do Lugar e os estudos sobre a QV no turismo, Bajrami, Radosavac, Cimbalevic, Tretiakova e Syromiatnikova (2020) investigaram 881 residentes de comunidades rurais na Sérvia, constatando que o apoio comunitário ao turismo rural foi influenciado pelos três constructos: impactos positivos do turismo, a identidade do lugar e a percepção da QV pelos residentes, ou seja, quando os residentes percebem melhorias significativas na sua QV, tendem a apoiar o turismo.

No contexto do turismo religioso, Prasad, VT e Dixit (2023) entrevistaram 540 residentes de Thrissur, Kerala, Índia, obtendo como resultados que o apoio comunitário ao turismo religioso foi influenciado pela percepção dos residentes quanto à qualidade de vida e ao apego comunitário ao destino. Diante desses resultados, percebe-se a relevância do constructo da QV para a compreensão do apoio comunitário no contexto do turismo religioso. No caso de Santa Cruz-RN, a QV pode ser positivamente avaliada a partir da percepção dos benefícios do turismo, bem como da valorização da identidade do lugar e da devoção religiosa dos residentes.

Associando a SET com a Teoria da Solidariedade Emocional, Wang et al. (2023) entrevistaram 532 residentes de Kaifeng, China, onde foi percebido que a QV e a solidariedade emocional influenciaram as atitudes de apoio dos residentes ao turismo noturno, reforçando a ideia de que as relações interpessoais entre residentes e turistas e a percepção de melhorias gerais no destino, podem influenciar o apoio comunitário ao desenvolvimento das atividades turísticas.

Em suma, a percepção que os residentes têm a respeito da QV está imbuída de aspectos subjetivos e emocionais que são intrínsecos ao ser humano. Nesse sentido, o apoio ao desenvolvimento do turismo em uma destinação pode ser influenciado por fatores emocionais tanto quanto pelos aspectos cognitivos amplamente investigados na literatura. Frente a isso, torna-se pertinente analisar o apoio comunitário a partir da integração de teorias cognitivas e emocionais, conforme proposto no modelo teórico deste estudo.

Teoria da Solidariedade Emocional e o Apoio ao Desenvolvimento do Turismo

O uso da Teoria da Solidariedade Emocional em estudos do turismo envolve a investigação do apoio comunitário a partir da análise de fatores emocionais ligados aos vínculos afetivos que os residentes constituem com os turistas em seu entorno habitual (Phuc & Nguyen, 2020; Daskin & Pala, 2023).

A fundamentação conceitual da solidariedade remete às contribuições de Durkheim que, ao tratar da divisão social do trabalho, diferenciou a solidariedade mecânica (relações interpessoais imbuídas de valores socioculturais) da solidariedade orgânica (interdependência funcional dos indivíduos) (Costa, 1997). Embora os estudos de Durkheim sobre a solidariedade não se direcionassem diretamente ao turismo, é possível perceber sua contribuição para compreender a constituição de relações sociais entre indivíduos, sejam eles residentes, turistas ou entre ambos.

A partir dessa compreensão, Woosnam, Norman e Ying (2009) aplicaram a Teoria da Solidariedade Emocional no turismo, com residentes do condado costeiro da Carolina do Sul. No estudo, os autores associaram as crenças compartilhadas, os comportamentos compartilhados e as interações residentes-turistas à solidariedade emocional. Em estudo posterior, Woosnam e Norman (2010) entrevistaram 455 residentes do mesmo destino, e validaram uma escala de mensuração, na qual o constructo da solidariedade emocional foi subdividido em proximidade emocional, compreensão simpática e natureza acolhedora. A proximidade emocional envolve os vínculos afetivos entre residentes e turistas; a compreensão simpática diz respeito à capacidade de entender os sentimentos do outro; e a natureza acolhedora representa a hospitalidade dos residentes com os turistas.

A aplicação da Teoria da Solidariedade Emocional no turismo tem proporcionado reflexões a respeito das relações emocionais entre residentes e turistas, contribuindo, assim, na compreensão do apoio comunitário ao desenvolvimento turístico, independentemente da segmentação, como pode ser visto nos estudos que serão apresentados a seguir.

No estudo desenvolvido por Phuc e Nguyen (2020) com 451 residentes de três comunidades de Ho Chi Minh, Vietnã, evidenciou-se que o apoio comunitário ao turismo nas localidades foi influenciado pela percepção dos impactos do turismo, pela colaboração com o desenvolvimento das atividades turísticas e pela solidariedade emocional dos anfitriões com os turistas. Esse estudo demonstra a atuação conjunta dos fatores cognitivos e emocionais com o intuito de compreender o apoio comunitário ao turismo.

Joo et al. (2021) investigaram 634 residentes da Ilha Jeju, Coreia do Sul, e constataram que o apoio comunitário foi influenciado, de forma positiva, pela solidariedade emocional com os turistas. Entretanto, a percepção de risco à saúde também afetou o apoio dos residentes. Nota-se que, mesmo em situações de riscos, como uma pandemia, os aspectos

emocionais dos indivíduos para com outrem se sobressaem, devendo ser considerados nas investigações do apoio comunitário ao turismo.

Ao abordar turismo religioso, Daskin e Pala (2023) entrevistaram 306 residentes da província de Amasya, Turquia, e obtiveram que o apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo religioso foi influenciado por duas dimensões da solidariedade emocional: a compreensão simpática e a natureza acolhedora.

Em destinos como Santa Cruz-RN, o turismo religioso está vinculado à devoção, à empatia e à hospitalidade, fazendo com que os aspectos da solidariedade emocional se manifestem a partir da relação entre residentes e turistas. Esses aspectos podem influenciar o apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo religioso nos destinos. Assim, a influência das dimensões da solidariedade emocional sobre o apoio pode variar conforme a localidade, o segmento de turismo, ou mesmo o contexto no momento das investigações.

Integrando a solidariedade emocional a outros fatores, Schlesinger, Cervera-Taulet e Crespi-Vallbona (2023) investigaram 533 residentes de Valência, Espanha, obtendo como resultado que o apoio comunitário foi influenciado pela percepção de responsabilidade social do destino, pelo apego ao lugar, pela satisfação comunitária e pela solidariedade emocional.

De modo geral, nota-se a relevância da utilização da Teoria da Solidariedade Emocional nos estudos sobre o apoio comunitário ao turismo, pois permite investigar aspectos emocionais intrínsecos aos indivíduos, ao contrário de abordagens que comumente consideram apenas fatores cognitivos como influenciadores da decisão de apoio dos residentes. Os estudos anteriormente citados evidenciam que os fatores emocionais, como afeto, acolhimento e identificação podem influenciar o apoio comunitário ao turismo, inclusive no contexto do turismo religioso como visto no estudo de Daskin e Pala (2023). Nessa linha, os fatores emocionais, assim como os cognitivos, devem ser investigados nos estudos a respeito do apoio de residentes ao desenvolvimento do turismo, independentemente do segmento em execução nos destinos.

METODOLOGIA

O estudo configurou-se como descritivo de abordagem predominante quantitativa, amparando-se no método hipotético-dedutivo. A abordagem quantitativa oportunizou a sumarização e a realização de análises estatísticas dos dados referentes aos fatores e suas respectivas variáveis, cuja composição segue os pressupostos da Teoria das Trocas Sociais, Teoria da Identidade do Lugar e da Teoria da Solidariedade Emocional (Shaughnessy, Zechmeister, & Zechmeister, 2012). O método hipotético-dedutivo possibilitou testar as hipóteses, permitindo inferir respostas à questão problema (Prodanov & Freitas, 2013).

Para o levantamento bibliográfico que compôs a fundamentação teórica desse estudo, foi realizada uma revisão sistemática da literatura (RSL) nas bases de dados Scopus, Science Direct e o Google Acadêmico, no período de 2013-2023, cujas palavras-chave foram: *support*, *tourism*, *residents*, *emotional solidarity*, *quality of life* e *place identity*. Foram obtidos 212 artigos que, após realizar a análise dos critérios de qualidade para inclusão e exclusão de estudos, conforme proposto por Dyba e Dingsoyer (2008), permaneceram 51 artigos, dos quais identificaram-se os primordiais ao desenvolvimento desta pesquisa (ver quadro 1).

O estudo delimitou-se ao município de Santa Cruz-RN, Brasil. Com uma população estimada no censo demográfico de 2022 em 37.313 habitantes (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE, 2023), o município vem desenvolvendo o turismo religioso desde 2010, com a visitação do Santuário de Santa Rita de Cássia.

Como instrumento de pesquisa, utilizou-se um questionário com 28 afirmativas distribuídas em sete constructos baseados na Teoria das Trocas Sociais, Teoria da Identidade e na Teoria da Solidariedade Emocional, a saber: impactos positivos, compreensão simpática, natureza acolhedora, qualidade de vida, crenças compartilhadas, identidade do lugar e apoio ao turismo. Realizou-se o teste-piloto do questionário de forma presencial no período de 24 de julho a 1º de agosto de 2023, com residentes santa-cruzenses, incluindo profissionais da área de turismo. A partir das análises estatísticas descritiva e fatorial exploratória, observou-se a necessidade de ajustes e exclusões de afirmativas antes da aplicação definitiva do instrumento. Após o teste-piloto, o questionário final foi composto por 19 afirmativas e seis questões referentes ao perfil do entrevistado. As opções de respostas às afirmativas formuladas obedeceram a uma escala métrica baseada no modelo *Likert* (5 pontos) variando entre 1 (discordância total) e 5 (concordância total). No quadro 1, encontra-se o questionário final com os constructos e suas variáveis.

Quadro 1: Descrição e codificação dos constructos e variáveis do estudo

Constructos	Variável	Código	Autores
Impactos Positivos (IP)	O turismo religioso tem gerado emprego em Santa Cruz.	IP1	Bajrami et al. (2020); Qin et al. (2021); Wei et al. (2021); e Kim et al. (2021).
	O turismo religioso tem gerado aumento na renda da população santa-cruzense.	IP2	
	O turismo religioso tem proporcionado novas oportunidades de negócios para a população santa-cruzense.	IP3	
Compreensão Simpática (CS)	Sinto que tenho muito em comum com os turistas que visitam Santa Cruz.	CS2	Woosnam et al. (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo et al. (2021); Daskin e Pala (2023); e Schlesinger et al. (2023).
	Identifico-me com os turistas que visitam Santa Cruz.	CS3	
Natureza Acolhedora (NA)	Tenho orgulho de ter turistas visitando Santa Cruz.	NA1	Woosnam et al. (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo et al. (2021); Daskin e Pala (2023); e Schlesinger et al. (2023).
	Sinto-me feliz em receber turistas em Santa Cruz.	NA2	
	Tenho prazer em receber turistas em Santa Cruz.	NA3	
Qualidade de Vida (QV)	As condições da minha vida em Santa Cruz são adequadas.	QV1	Eslami et al. (2019); Bajrami et al. (2020); Prasad et al. (2023); e Wang et al. (2023).
	Em geral, sou uma pessoa feliz vivendo em Santa Cruz.	QV3	
Crenças Compartilhadas (CC)	Compartilho com os turistas a crença de que Santa Cruz é um ótimo lugar para busca espiritual e práticas religiosas (peregrinações, romarias, retiros, visitação ao santuário, etc.).	CC1	Woosnam et al. (2009); Woosnam e Norman (2010); Phuc e Nguyen (2020); Joo et al. (2021); Daskin e Pala (2023); e Schlesinger et al. (2023).
	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso faz com que aumente o interesse em conhecer mais sobre Santa Cruz.	CC3	
	Compartilho com os turistas a crença de que o turismo religioso valoriza a preservação dos aspectos histórico-culturais (história, cultura, monumentos, marcos, arquitetura civil, etc.) de Santa Cruz.	CC4	
Identidade do Lugar (IL)	Sinto que pertenço a Santa Cruz.	IL1	Wang e Chen (2015); Yuan et al. (2019); Wang et al. (2020); e Kuo et al. (2021).
	Tenho orgulho da história e cultura de Santa Cruz.	IL2	
	Quando ouço as pessoas dizerem que gostam de visitar Santa Cruz, me sinto orgulhoso.	IL3	
Apoio ao Turismo (AP)	Eu apoio o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	AP1	Bajrami et al. (2020); Wang et al. (2020); Phuc e Nguyen (2020); Joo et al. (2021); Daskin e Pala (2023); e Schlesinger et al. (2023).
	Apoio a realização de mais investimentos para desenvolver o turismo religioso em Santa Cruz.	AP2	
	Apoio qualquer tipo de incentivo a ser dado para o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz.	AP3	

Fonte: elaboração própria (2023).

A pesquisa foi realizada de forma presencial, no período de 04 de agosto a 16 de setembro de 2023, com os residentes santa-cruzenses, por meio da amostragem não probabilística por conveniência, devido à facilidade de acesso aos respondentes em diferentes pontos do município, incluindo residências e espaços públicos. A amostra foi calculada considerando dez observações por cada variável presente no instrumento de coleta de dados, condição mínima necessária para a aplicação da Modelagem de Equações Estruturais (MEE) (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009). Dessa forma, como existiam 19 variáveis, a quantidade mínima adequada seria 190 observações. Contudo, foram obtidos 474 questionários válidos, número superior ao recomendado para a MEE.

No que compete à análise dos dados, foi utilizado o *software Statistical Package for the Social Sciences* (IBM-SPSS), versão 23 para Windows, com o pacote AMOS para realização da MEE. A estatística descritiva permitiu a sintetização dos dados (Silvestre, 2007); e a análise fatorial exploratória, permitiu a identificação das variáveis que constituem fatores, bem como a especificação do modelo de mensuração (Corrar, Paulo, & Dias, 2009).

Construção do modelo teórico e formulação das hipóteses do estudo

Tendo em vista os pressupostos das teorias abordadas na fundamentação teórica deste estudo e considerando sua relevância para investigação do apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo, propôs-se um modelo estrutural composto por seis constructos diretamente relacionados a essas teorias, a partir dos quais foram formuladas e testadas as seguintes hipóteses:

Hipótese 1: *Existe uma relação positiva direta entre a percepção dos residentes quanto aos impactos positivos do turismo e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Hipótese 2: *Existe uma relação positiva direta entre a identidade do lugar e a solidariedade emocional dos residentes.*

Hipótese 3: *Existe uma relação positiva direta entre a qualidade de vida percebida pelos residentes e a percepção dos impactos positivos do turismo.*

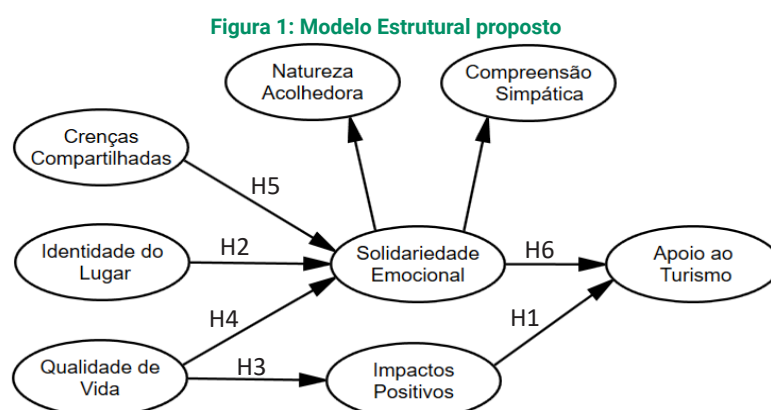
Hipótese 4: *Existe uma relação positiva direta entre a qualidade de vida percebida pelos residentes e a sua solidariedade emocional com os turistas.*

Hipótese 5: *Existe uma relação positiva direta entre as crenças compartilhadas dos residentes com os turistas e a sua solidariedade emocional.*

Hipótese 6: *Existe uma relação positiva direta entre a solidariedade emocional dos residentes para com os turistas e o seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.*

Ressalta-se que a aplicação das teorias no contexto do turismo religioso considera as influências dos fatores emocionais ligados à busca da fé e espiritualidade, assim como o efeito da religiosidade sobre a identidade do lugar. Esses aspectos podem afetar as percepções dos residentes quanto aos fatores cognitivos (benefícios e custos) do turismo e, consequentemente, no apoio ao desenvolvimento do turismo religioso.

A partir das hipóteses formuladas, propôs-se o modelo estrutural apresentado na Figura 1.



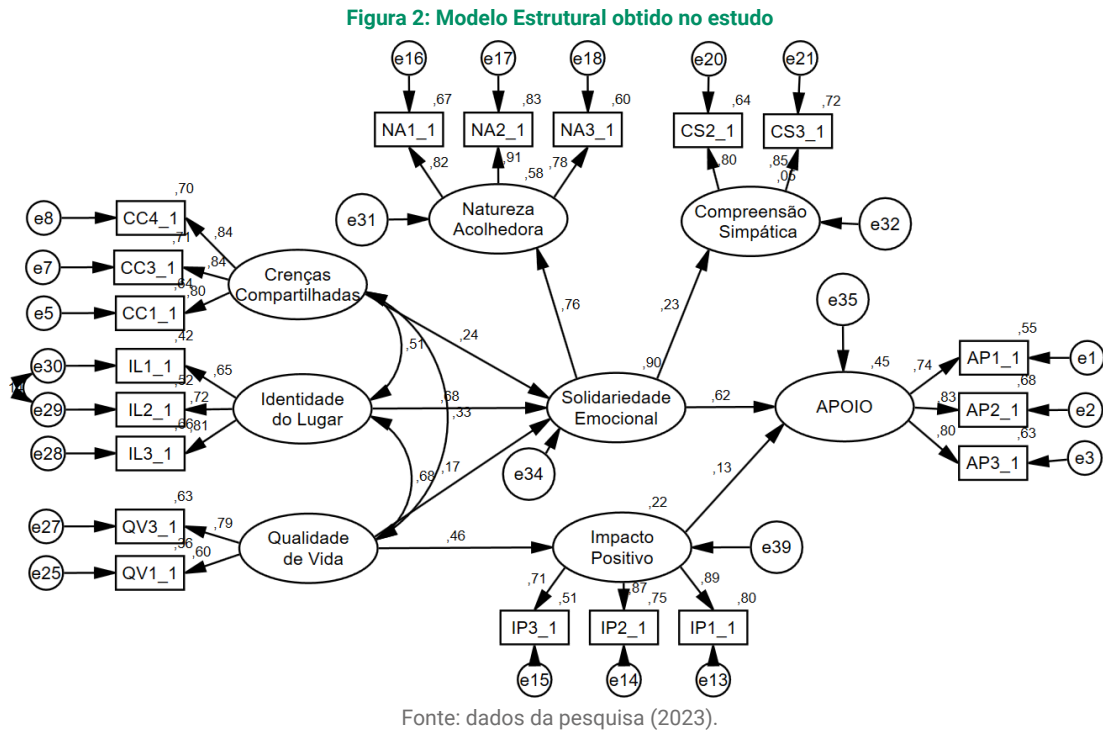
Fonte: elaboração própria, baseada nas constatações teóricas e nos estudos presentes no quadro 1 (2023).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na amostra utilizada, obteve-se que a maioria (54,2%) era do gênero feminino, 42,8% do masculino e 3,0% preferiram não informar. A faixa etária predominante foi entre 18 e 45 anos (74,9%) e apenas 25,1% possuíam 46 anos ou mais. No que se refere ao nível de escolaridade, a maioria dos entrevistados (66,2%) declarou possuir o ensino médio completo, graduação em andamento ou concluída, enquanto 20,5% não finalizaram o ensino fundamental ou ensino médio, 5,5% concluíram o ensino fundamental e apenas 4,2% afirmaram possuir pós-graduação em andamento ou concluída.

Em relação à renda individual mensal, 50,1% disseram receber entre um e dois salários-mínimos vigentes em 2023 (R\$ 1.320,00), 36,6% menos que um salário-mínimo e 13,3% mais de dois salários-mínimos. Sobre a religião, a maioria dos entrevistados (61,9%) declarou-se católica, 18,4% declarou ser evangélica, 7,8% de outras religiões e 11,8% sem religião. Quanto ao tempo de residência no município, 82,5% residem em Santa Cruz-RN entre 2 e 37 anos, 9,4% entre 38 e mais de 56 anos e 8,0% há apenas um ano. Destaca-se que os resultados referentes ao perfil dos entrevistados estão de acordo com os dados demográficos do município apresentados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023).

Com base nas análises estatísticas e nos procedimentos necessários para a realização da modelagem de equações estruturais, apresenta-se, na Figura 2, o modelo estrutural obtido neste estudo.



Os dados apresentados na figura 2 permitem considerar que o modelo proposto neste estudo exibe uma adequada relação estrutural, com coeficiente de determinação (R^2) para a variável dependente Apoio de 0,45.

Realizou-se a verificação da qualidade do ajustamento do modelo de medida, como sugere Marôco (2010), para que este possua uma estrutura correlacional observada entre as variáveis manifestas. Foram utilizados os seguintes índices: Qui-Quadrado por graus de liberdade (χ^2/gf), em que o índice χ^2 necessita ser abaixo de cinco para ser aceito; índice absoluto *Goodness off it index* (GFI); índices relativos *Comparative fit index* (CFI); e *Tucker-Lewis index* (TLI), os quais necessitam estar acima de 0,8, no entanto, acima de 0,9 são ideais. Também foram estimados os índices de parcimônia por meio dos *Parsimony-CFI* (PCFI) e *Parsimony-GFI* (PGFI), além de um índice de discrepância populacional *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Na Tabela 1 são apresentados os indicadores de qualidade de ajustamento do modelo obtido:

Tabela 1: Indicadores de qualidade de ajustamento do modelo

Índices	Valores do Modelo	Valores de referência (Marôco, 2010)	Classificação do Ajustamento
χ^2/gf	2,742	> 5 Mau ajustamento [2;5] Ajustamento regular [1;2] Bom ajustamento ~1 Ajustamento muito bom	Regular
GFI	0,918	<0,8 Mau ajustamento [0,8; 0,9] Ajustamento regular [0,9;0,95] Bom ajustamento ≥0,95 Ajustamento muito bom	Bom
CFI	0,945		Bom
TLI	0,933		Bom
PGFI	0,677	<0,6- mau ajustamento] 0,6; 0,8] Ajustamento bom ≥0,8 Ajustamento muito bom	Bom
PCFI	0,774		Bom
RMSEA	0,061	>0,10- Inaceitável [0,05; 0,10] - Ajustamento aceitável ≤ 0,05 - Bom ajustamento	Aceitável

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Conforme os dados apresentados na tabela 1, observa-se que o modelo proposto neste estudo apresenta indicadores de qualidade de ajustamento, variando entre regular (χ^2/gf), bom (índice absoluto GFI, índices relativos CFI e TLI e índices de parcimônia PGFI e PCFI) e um ajustamento aceitável do RMSEA, sugerindo que o modelo possui relações significativas bem estruturadas.

No que compete à validação do modelo de mensuração, foi utilizada a validade convergente, ou seja, o quanto indicadores de um constructo específico convergem ou compartilham uma elevada proporção de variância em comum, como sugerem Hair et al., (2009). Como indicadores de validade convergente, utilizou-se a Variância Média Extraída (AVE) e a Confiabilidade Composta (CR). Para validar o constructo, a AVE de cada fator deve ser superior a 50% e os valores CR acima de 0,7. Contudo, valores de CR entre 0,6 e 0,7 podem ser aceitáveis desde que outros indicadores de validade de constructo sejam bons.

Os resultados encontrados para AVE e CR estimados são apresentados na tabela 2, a seguir.

Tabela 2: Estimativa AVE e CR

Constructo	Variância Média Extraída (AVE)	Confiabilidade Composta (CR)
Impacto Positivo	0,686	0,867
Identidade do Lugar	0,552	0,786
Qualidade de Vida	0,561	0,792
Crenças Compartilhadas	0,707	0,828
Natureza Acolhedora	0,693	0,871
Compreensão Simpática	0,679	0,808
Apoio ao Turismo	0,579	0,805

Fonte: dados da pesquisa (2023).

De acordo com os dados da AVE e da CR, todos os constructos apresentaram validade convergente, como observado na tabela 2.

No que se refere à validade discriminante, que estabelece que a correlação entre os constructos não seja superior à raiz quadrada da variância média extraída (AVE) de cada constructo, os resultados indicam que todas as variáveis apresentam boa validade discriminante conforme pode ser visto na tabela 3.

Tabela 3: Validade Discriminante

	IP	QV	IL	CC	CS	NA	AP
Impacto Positivo (IP)	0,828						
Qualidade de Vida (QV)	0,462	0,749					
Identidade do Lugar (IL)	0,264	0,691	0,743				
Crenças Compartilhadas (CC)	0,139	0,335	0,502	0,841			
Compreensão Simpática (CS)	0,340	0,156	0,092	0,177	0,824		
Natureza Acolhedora (NA)	0,305	0,571	0,697	0,458	0,163	0,832	
Apoio ao Turismo (AP)	0,332	0,401	0,593	0,458	0,282	0,497	0,761

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Para a confirmação das hipóteses (Tabela 4), seguiu-se o que orienta Corrar et al. (2014), considerando o valor de probabilidade de erro (*p-value*) que deve ser igual ou menor do que 5% ($p \leq 0,05$). Apenas a hipótese H4 (*Existe uma relação positiva direta entre a qualidade de vida percebida pelos residentes e a sua solidariedade emocional com os turistas*) foi rejeitada ao nível de 5% de probabilidade de erro ($p=0,064$) sendo, entretanto, considerada suportada caso seja avaliada ao nível de 10% de probabilidade de erro. Esse resultado sugere que é necessário maior aproximação entre os residentes e turistas para que se perceba alterações positivas e/ou negativas no bem-estar comunitário.

Tabela 4: Teste de hipóteses

Hipóteses	Estimativa do Coeficiente de Regressão	Erro Padrão	Estatística t	p-value	Resultado
H1	0,066	0,026	2,526	0,012	Suportada
H2	0,749	0,117	6,406	< 0,001	Suportada
H3	0,771	0,104	7,417	< 0,001	Suportada
H4	0,129	0,069	1,851	0,067	Suportada*
H5	0,145	0,036	3,992	< 0,001	Suportada
H6	0,695	0,071	9,781	< 0,001	Suportada

*Considerada ao nível de 10% de probabilidade de erro.

Fonte: dados da pesquisa (2023).

Os resultados obtidos neste estudo associam-se diretamente às pesquisas evidenciadas na fundamentação teórica, pois se observou significativa relação entre os impactos positivos do turismo e o apoio (Qin et al., 2021; Wei et al., 2021), haja vista os entrevistados entenderem o desenvolvimento do turismo religioso em Santa Cruz-RN como benéfico e gerador de empregos, novas oportunidades de negócios e aumento na renda dos residentes. Nessa linha, os resultados apontam para a necessidade de políticas públicas ou de uma gestão estratégica que priorizem a maximização dos benefícios econômicos aos residentes, como forma de obter seu apoio ao turismo religioso.

Do mesmo modo, constatou-se significativa relação entre a solidariedade emocional e o apoio ao turismo (Woosnam & Norman, 2010; Joo et al., 2021; Daskin & Pala, 2023), pois os entrevistados além de se identificarem com os turistas, sentem orgulho, felicidade e prazer em recebê-los em seu entorno habitual. Esse achado, do ponto de vista prático, demonstra a relevância da hospitalidade no turismo, bem como da necessidade de estratégias de gestão voltadas ao fortalecimento das relações interpessoais entre residentes e turistas, promovendo assim o acolhimento e a identificação com o lugar.

A QV relacionou-se à percepção dos impactos do turismo (coeficiente de trilha de 0,464, altamente significativo) (Guo et al., 2014; Yayla et al., 2023; Prasad et al., 2023), já que diante do aumento na geração de emprego, renda e novos negócios proporcionados pelo desenvolvimento do turismo, os residentes santa-cruzenses percebem sua QV como adequada e, em geral, se sentem felizes em viver em Santa Cruz-RN. Esse resultado aponta que o planejamento e a gestão do turismo religioso devem pautar-se em melhorar a qualidade de vida dos residentes, tendo em vista o apoio comunitário e a sustentabilidade da atividade turística.

No que compete à relação significativa entre a identidade do lugar e o apoio ao desenvolvimento do turismo, esta foi mediada pela solidariedade emocional (coeficiente de trilha de 0,685, altamente significativo), e corroborada nos estudos de Aleshinloye et al. (2020) e Lee et al. (2022). Os entrevistados demonstraram sentimento de pertencimento ao lugar, orgulhando-se da história e da cultura de Santa Cruz-RN, bem como do fato de o município ter se tornado um destino turístico. Por conseguinte, evidenciaram seu apoio ao desenvolvimento do turismo religioso no local, assim como a realização de investimentos e incentivos para esse fim. Na prática, a gestão pública pode implementar estratégias de *branding* territorial e religioso, considerando a identidade dos residentes, a história e a cultura do município, fortalecendo, assim, o apoio ao turismo religioso.

De modo geral, os achados deste estudo evidenciaram que o apoio dos residentes de Santa Cruz-RN ao desenvolvimento do turismo religioso pode ser influenciado por fatores cognitivos e emocionais, a saber: a percepção dos impactos positivos do turismo, a identidade do lugar, a qualidade de vida e a solidariedade emocional, cada um com seu nível de influência. Esses resultados reforçam os pressupostos das teorias utilizadas e fornecem subsídios à gestão pública para planejar estrategicamente o turismo religioso e gerir o apoio comunitário às atividades turísticas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fundamentação teórica deste estudo amparou-se nos pressupostos da Teoria das Trocas Sociais, da Identidade do Lugar e da Solidariedade Emocional, apresentando estudos empíricos que as utilizam como forma de investigar o apoio comunitário ao turismo (Qin et al., 2021; Wei et al., 2021; Yuan et al., 2019; Kuo et al., 2021; Prasad et al., 2023; Woosnam & Norman, 2010; Joo et al., 2021; Daskin & Pala, 2023; dentre outros). Nessa perspectiva, esse estudo contribui com a integração das referidas teorias, reunindo fatores cognitivos e emocionais em um modelo estrutural capaz de explicar o apoio comunitário no contexto do turismo religioso.

Os resultados mostraram que as hipóteses H1, H2, H3, H5 e H6 foram confirmadas no nível de probabilidade de erro de 5% e apenas a H4 foi suportada quando considerado 10% de margem de erro. Nesse sentido, o apoio comunitário dos residentes de Santa Cruz-RN foi influenciado pelos fatores cognitivos (percepção de impactos econômicos positivos e a QV) e por fatores emocionais (solidariedade emocional com o turista, crenças compartilhadas e identidade do lugar), indicando que o apoio comunitário ao turismo religioso envolve a complexidade da integração de percepções racionais e vínculos afetivos, seja com o lugar e/ou com os turistas.

Enquanto implicações gerenciais, os resultados desse estudo fornecem dados e informações úteis a gestão pública de Santa Cruz-RN para realização de um planejamento turístico pautado na geração de benefícios econômicos, melhorias na qualidade de vida, valorização da identidade local e promoção da hospitalidade comunitária, tendo em vista o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo religioso.

Embora o estudo apresente robustez no quantitativo de respondentes (474), superior ao mínimo necessário para a técnica de MEE (190) conforme Hair et al. (2009), o estudo apresentou limitações quanto à amostragem não probabilística por conveniência e à aplicação do modelo em um único destino de turismo religioso, reduzindo, assim, a possibilidade de generalização dos resultados para outras realidades turísticas.

Recomenda-se que pesquisas futuras avancem na integração dos fatores cognitivos e emocionais, evoluindo o modelo proposto neste estudo a partir da inserção de novos constructos como a dependência do lugar, comportamentos compartilhados, intensidade de interações residentes-turistas, dentre outros. Sugere-se, ainda, que sejam realizadas análises multigrupo para identificar semelhanças e diferenças no apoio dos residentes que estão direta e indiretamente ligados ao setor de turismo, bem como, a investigação sobre os constructos que podem mediar ou moderar esse apoio.

Em suma, a aplicação do modelo estrutural em outros destinos de turismo religioso pode contribuir para validação cruzada dos resultados, o avanço nas constatações teóricas e no estudo do turismo, ampliando o conhecimento sobre os fatores que influenciam o apoio comunitário ao desenvolvimento do turismo em diferentes contextos.

FINANCIAMENTO E AGRADECIMENTO

Este estudo foi realizado com o auxílio financeiro concedido pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Brasil, Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Aleshinloye, K. D., Fu, X., Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., & Tasci, A. D. A. (2020). The influence of place attachment on social distance: Examining mediating effects of emotional solidarity and the moderating role of interaction. *Journal of Travel Research*, 59(5), 828-849.
- Bajrami, D. D., Radosavac, A., Cimbalević, M., Tretiakova, T. N., & Syromiatnikova, Y. A. (2020). Determinants of residents' support for sustainable tourism development: Implications for rural communities. *Sustainability*, 12(22), 1-16.
- Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, 34(2), 193-206.
- Corrar, L. J., Paulo, E., & Dias, J. M., Jr. (Coord.). (2009). *Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas.
- Corrar, L. J., Paulo, E., & Dias, J. M. (2014). *Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas.
- Costa, C. (1997). *Sociologia: introdução à ciência da sociedade*. (2nd ed.). São Paulo: Moderna.
- Daskin, M., & Pala, K. (2023). Linking emotional solidarity with residents' support for religious tourism development: an empirical research from a cultural heritage context. *Kybernetes*, 1-23.
- Dyba, T., & Dingsoyr, T. (2008). Empirical studies of agile software development: A systematic review. *Information and software technology*, 50(9-10), 833-859.
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079.
- Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte. (2023). *Perfil dos participantes da Festa de Santa Rita de Cássia*. Fecomércio, Santa Cruz.
- Guo, Y., Kim, S., & Chen, Y. (2014). Shanghai residents' perceptions of tourism impacts and quality of life. *Journal of China Tourism Research*, 10(2), 142-164.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Homans, G. C. (1974). *Social Behavior*. revised ed. New York: Harcourt-Brace.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2023). Santa Cruz-RN. Recuperado de: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/santa-cruz/panorama>.
- Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C., & Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 1-12.
- Kim, S., Kang, Y., Park, J., & Kang, S. (2021). The impact of residents' participation on their support for tourism development at a community level destination. *Sustainability*, 13, 4789, 1-15.
- Kuo, N., Cheng, Y., Chang, K. C., & Hu, S. (2021). How social capital affects support intention: The mediating role of place identity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 40-49.
- Lee, S., Joo, D., & Woosnam, K. M. (2022). The bi-directional relationship between place attachment and emotional solidarity in a rural destination: A two-way approach. *International Journal of Tourism Research*, 24(5), 725-737.

- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, softwares e aplicações*. PSE Produtos e Serviços Estatísticos, Ltda.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2019). *Boletim de inteligência de mercado no turismo: Mapeamento do turismo religioso no Brasil*. (5 ed.).
- Ministério do Turismo do Brasil. Celebrações devem reunir mais de 2 milhões de fiéis pelo país no feriado. 2024. Recuperado de: https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/celebracoes-devem-reunir-mais-de-2-milhoes-de-fieis-pelo-pais-no-feriado?utm_source=chatgpt.com.
- Ministério do Turismo do Brasil. (2010). *Turismo Cultural: orientações básicas*. (3rd ed). Brasília: Ministério do Turismo.
- Phuc, H. N., & Nguyen, H. M. (2020). The importance of collaboration and emotional solidarity in residents' support for sustainable urban tourism: case study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Prasad, S. D., VT, B., & Dixit, S. K. (2023). Community support for religious tourism: The role of place image, community attachment and overall quality of life. *Tourism an International Interdisciplinary Journal*, 71(2), 398-410.
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. (2a ed.). Nova Hamburgo: Feevale.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.
- Qin, X., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2021). Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 114-123.
- Relf, E. C. (1976). *Place and placelessness*. London. Pion.
- Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A., & Crespi-Vallbona, M. (2023). Community factors affecting residents' support for tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19.
- Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B., & Zechmeister, J. S. (2012). *Metodologia de pesquisa em psicologia*. (9th ed.). São Paulo: AMGH.
- Silvestre, A. L. (2007). *Análise de dados e estatística descritiva*. Escolar.
- Vinerean, S., Opreana, A., Tileaga, C., & Popsa, R. E. (2021). The impact of covid-19 pandemic on residents' support for sustainable tourism development. *Sustainability*, 13(12541), 1-29.
- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.
- Wang, Y., Hu, W., Park, K. S., Yuan, Q., & Chen, N. (2023). Examining residents' support for night tourism: An application of the social exchange theory and emotional solidarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 28 (100780), 1-12.
- Wang, Y., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2020). Being rational and emotional: An integrated model of residents' support of ethnic tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 112-121.
- Wei, Y., Liu, H., & Park, K.-S. (2021). Examining the structural relationships among heritage proximity, perceived impacts, attitude and residents' support in intangible cultural heritage tourism. *Sustainability*, 13(15), 8358, 1-14.
- Woosnam, K. M., & Norman, W. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.
- Yayla, Ö., Koç, B., & Dimanche, F. (2023). Residents' support for tourism development: Investigating quality-of-life, community commitment, and communication. *European Journal of Tourism Research*, 33(3311), 1-23.
- Yuan, Q., Song, H., Chen, N., & Shang, W. (2019). Roles of Tourism Involvement and Place Attachment in Determining Residents' Attitudes Toward Industrial Heritage Tourism in a Resource-Exhausted City in China. *Sustainability*, 11(5151), 1-23.

DISPONIBILIDADE DOS DADOS

Os dados da pesquisa estão no corpo da pesquisa.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Gilmara Barros da Silva: Conceitualização, curadoria dos dados, análise dos dados, recebimento de financiamento, pesquisa, metodologia, administração do projeto, disponibilização de ferramentas, desenvolvimento, implementação e teste de software, supervisão, validação de dados e experimentos, design de apresentação de dados, redação do manuscrito original, revisão e edição.

Sérgio Marques Júnior: Curadoria dos dados, análise dos dados, disponibilização de ferramentas, desenvolvimento, implementação e teste de software, supervisão e validação de dados e experimentos.