



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Impacto do turismo no Bem-estar Subjetivo dos residentes: o caso do bairro de Belém, em Lisboa

João Baptista Tavares Moreira

Mestrado em Métodos Analíticos para a Gestão (Business Analytics)

Orientadores:

Prof. Doutora Graça Trindade, Quantitative Methods for Management and Economics, ISCTE Business School

Prof. Doutora Maria Conceição Santos, Marketing, Operations and General Management, ISCTE Business School

Outubro 2024



**BUSINESS
SCHOOL**

Departamento de Métodos Quantitativos para Gestão e Economia

Impacto do turismo no Bem-estar Subjetivo dos residentes: o caso do bairro de Belém, em Lisboa

João Baptista Tavares Moreira

Mestrado em Métodos Analíticos para a Gestão (Business Analytics)

Orientadores:

Prof. Doutora Graça Trindade, Quantitative Methods for Management and Economics, ISCTE Business School

Prof. Doutora Maria Conceição Santos, Marketing, Operations and General Management, ISCTE Business School

Outubro 2024

Agradecimentos

À minha mãe e à minha irmã, deixo a minha eterna gratidão pelo apoio incondicional, vocês foram a base sólida que sustentou todos os meus passos. Aos meus amigos e restantes familiares, obrigado por estarem ao meu lado nos momentos de alegria e, principalmente, nos mais difíceis.

Às minhas orientadoras, expresso a mais profunda gratidão pela incansável dedicação, pelo comprometimento e pela paciência. O vosso apoio constante, a orientação e o incentivo foram cruciais para que este trabalho se concretizasse.

Por fim, um agradecimento especial ao meu avô Raul, que continua a ser a minha luz e inspiração, mesmo agora, guiando-me entre as estrelas. Que descanse em paz, sabendo que a sua presença e exemplo seguem vivos em cada uma das minhas conquistas.

Resumo

Este estudo analisa a relação entre o turismo e o bem-estar subjetivo dos residentes do bairro de Belém, em Lisboa. O objetivo principal foi compreender como as percepções das influências do turismo, tanto positivas como negativas, afetam a qualidade de vida dos moradores. Outro objetivo foi atribuir o papel de mediador ao apego ao lugar na relação entre as percepções dos residentes quanto aos impactos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.

Foram analisados os impactos económicos, sociais, culturais e ambientais do turismo, além de variáveis potencialmente moderadoras como a proximidade das residências às zonas turísticas e os seus rendimentos serem derivados de atividades turísticas e também foram usadas variáveis sociodemográficas como a idade, o estado civil e a ocupação profissional como potencialmente controladoras. A pesquisa foi conduzida através de inquéritos a uma amostra de 275 residentes, sendo que 248 foram consideradas válidas. Para a estimação do modelo de regressão linear múltiplo foi usado o software SmartPLS, versão 4.

Os resultados revelam que, embora os impactos positivos do turismo possam melhorar o bem-estar dos residentes, alguns benefícios são percecionados negativamente devido a efeitos colaterais, como o sobreturismo em certos períodos e a correspondente degradação ambiental. O apego ao lugar mostrou-se um fator relevante, exercendo um papel mediador na relação entre as percepções dos impactos turísticos e o bem-estar subjetivo dos residentes. As implicações práticas indicam a necessidade de um planeamento turístico mais equilibrado, que considere as necessidades dos residentes, com o intuito de mitigar os efeitos negativos e maximizar os benefícios do turismo.

Palavras-Chave: Turismo, Bem-estar Subjetivo, Apego ao Lugar, Impactos do turismo, Desenvolvimento Sustentável, Residentes

JEL:

I31 General Welfare, Well-Being

Z32 Tourism and Development

Abstract

This study analyses the relationship between tourism and the subjective well-being of residents in the Belém neighbourhood of Lisbon. The main objectives were to understand how residents perceive tourism's impacts, both positive and negative and how they affect their subjective well-being. Another goal was to define place attachment as a potential mediating variable in the relationship between tourism's impacts and the resident's subjective well-being.

Economic, social, cultural, and environmental impacts of tourism were examined, along with potentially moderating variables such as the proximity of residents' homes to tourist areas and whether their income is derived from tourism-related activities. Personal variables, such as age, marital status, and professional occupation, were also used as potential control variables. The research was conducted through surveys administered to a sample of 275 residents, of which 248 were considered valid. The SmartPLS software, version 4, was used to estimate a multiple linear regression model.

The results reveal that, while the positive impacts of tourism can enhance residents' well-being, some benefits are perceived negatively due to side effects such as overtourism in certain periods and the corresponding crowding and environmental degradation. Place attachment proved to be a relevant factor, mediating the relationship between tourism impact perceptions and residents' subjective well-being. Practical implications highlight the need for a more balanced tourism planning that addresses residents' needs to mitigate negative effects and maximize the benefits of tourism.

Keywords: Tourism, Subjective Well-Being, Place Attachment, Tourism Impacts, Sustainable Development, Residents

JEL:

I31 General Welfare, Well-Being

Z32 Tourism and Development

1. Introdução	1
1.1 Relevância e tema	1
1.2 Objetivos e questões de investigação	2
2. Revisão da literatura	5
2.1 <i>Overview</i> do turismo em Portugal / Lisboa	5
2.2 Turismo urbano	8
2.3 Impactos do turismo	9
2.4 Apego ao lugar	10
2.5 Bem-estar subjetivo	11
2.6 Outras variáveis explicativas	12
3. Hipóteses de Investigação e modelo conceptual.....	13
4. Metodologia.....	17
4.1 Recolha de dados	17
4.2 Desenho do questionário	17
4.3 Amostra de investigação	18
4.4 Operacionalização dos construtos	19
5. Análise de dados e resultados	23
5.1 Perfil dos inquiridos	23
5.2 Perfil dos inquiridos relativo aos impactos do turismo.....	25
5.3 Identificação das variáveis Dummies	27
5.4 Estimacões	28
5.4.1 Resultados do modelo de medida: modelo refletivo	28
5.4.2 Resultados do modelo de medida: modelo formativo	30
5.4.3 Modelo de medida estrutural.....	32
5.5 Discussão de resultados	38
6. Conclusão.....	41
Contribuições teóricas	41
Implicações para a gestão empresarial.....	41

Limitações e sugestões para pesquisas futuras	41
7. Referências Bibliográficas	43
8. Anexos.....	49
Anexo A: Questionário em português.....	49
Anexo B: Questionnaire in English	55

Índice de Figuras

Figura 1: Evolução da tipologia de dormidas em 2019 e 2023.....	6
Figura 2: Evolução das dormidas em 2019 e 2023	7
Figura 3: Distribuição do número de dormidas por tipologia e por regiões NUTS II.....	8
Figura 4: Modelo Conceptual	16

Índice de Tabelas

Tabela 1: Distribuição das receitas turísticas, por mercados, em 2023	7
Tabela 2: Síntese dos itens dos impactos económicos	19
Tabela 3: Síntese dos itens dos impactos sociais, culturais e ambientais do turismo.....	20
Tabela 4: Síntese dos itens dos construtos apego ao lugar e bem-estar subjetivo	21
Tabela 5: Algumas medidas estatísticas da idade.....	23
Tabela 6: Frequências dos grupos etários	23
Tabela 7: 'Reside no Bairro de Belém?'	23
Tabela 8: Algumas estatísticas de 'Há quanto tempo reside em Belém?'	23
Tabela 9: Perfil dos inquiridos	24
Tabela 10: Avaliação dos impactos económicos do turismo	25
Tabela 11: Avaliação dos impactos sociais do turismo.....	25
Tabela 12: Avaliação dos impactos culturais do turismo.....	26
Tabela 13: Avaliação dos impactos ambientais do turismo.....	27
Tabela 14: Criação de <i>dummies</i> para as variáveis categóricas	28
Tabela 15: <i>Outer loadings</i> , confiabilidade e validade dos construtos	29
Tabela 16: Validade discriminante - <i>Heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT) matrix	30
Tabela 17: Diagnóstico de colinearidade.....	30
Tabela 18: Continuação	31
Tabela 19: Significância e relevância dos <i>outer weights</i> e <i>outer loadings</i> dos indicadores	31
Tabela 20: Efeitos de interação da variável distância e respetivos VIF's	32
Tabela 21: Colinearidade entre construtos	32
Tabela 22: Continuação	33
Tabela 23: R^2 e R^2 ajustado e respetivas significâncias.....	33
Tabela 24: Estimativas e significâncias relativamente aos efeitos de mediação	34
Tabela 25: Estimativas e significâncias relativamente aos efeitos de interação.....	35
Tabela 26: Resumo da validação das hipóteses.....	37

1. Introdução

1.1 Relevância e tema

O estudo do bem-estar subjetivo (BEs), em relação ao turismo, é um domínio científico de crescente importância, dado o impacto significativo que o turismo pode ter na qualidade de vida dos residentes de áreas turísticas ([Andereck & Nyaupane, 2011](#); [Woo et al., 2015](#)). Com o aumento exponencial do turismo global, nas últimas décadas, é crucial compreender os efeitos tanto positivos quanto negativos que este fenómeno pode ter no BEs dos habitantes locais.

Para os turistas, uma cidade ou um bairro é apenas um destino de curta duração; mas, para os residentes, o bairro é o lugar onde vivem, trabalham, socializam, etc. Os residentes partilham as vantagens trazidas pelo turismo como, por exemplo, melhorias nas infraestruturas e a preservação da cultura local; mas, também, partilham as suas desvantagens como o aumento da densidade populacional e o aumento da criminalidade

Assim, um dos objetivos, deste estudo, é determinar se os impactos do turismo explicam esse bem-estar subjetivo.

Embora haja uma pesquisa substancial sobre os impactos diretos do turismo no bem-estar dos residentes, poucos estudos investigaram o papel do apego ao lugar (*place attachment*) nesta relação, e nenhum, que se tenha conhecimento, sobre Portugal. A presente dissertação aborda essa lacuna no caso dos residentes de Belém. A partir da identificação desta lacuna, torna-se fundamental investigar de que forma o turismo impacta, tanto positivamente quanto negativamente, no bem-estar subjetivo dos residentes de Belém. Pretende-se assim que este estudo forneça *insights* sobre como é que o turismo tem afetado as perceções dos moradores do bairro de Belém relativas à sua qualidade de vida. Esta investigação pretende também estudar se os residentes de Belém se identificam com o bairro onde vivem e se esse sentimento de pertença influencia positivamente o seu bem-estar subjetivo. Este objetivo assenta na definição do papel do apego ao lugar na relação entre impactos do turismo e o bem-estar subjetivo dos residentes de Belém.

Relembre-se que o bairro de Belém é considerado um verdadeiro tesouro histórico, cultural e de lazer da capital portuguesa, atraindo visitantes de todas as partes do mundo (<https://www.lisboa.net/belem>). Localizado a 5 km do centro histórico de Lisboa, na sua zona ocidental e banhado pelo rio Tejo, Belém é um local singular, consagrado por ícones como a Torre de Belém e o Mosteiro dos Jerónimos, testemunhos históricos da era das descobertas portuguesas, e que fazem parte do Património Mundial da UNESCO desde 1983. Outro marco cultural é o Padrão dos

Descobrimentos. Entre os museus mais visitados estão o Museu Nacional dos Coches, o Museu Coleção Berardo, o Museu de Arte, Arquitetura e Tecnologia (MAAT) e o Museu da Marinha. O bairro de Belém é ainda conhecido pelos famosos Pastéis de Belém, uma atração turística da Antiga Confeitaria de Belém, fundada em 1837 e localizada a uma curta distância do Mosteiro dos Jerónimos.

A riqueza histórica e cultural de Belém é inegável pelo fluxo crescente de turistas a este bairro. No entanto, é importante compreender se esse fluxo tem afetado a perceção do bem-estar dos moradores locais. Com o notável crescimento do turismo em Portugal nos últimos anos, observou-se também um aumento expressivo de cerca de 40% no número de residentes estrangeiros, em comparação com a década anterior, segundo os Censos de 2021 (<https://www.pordata.pt/>). Apesar da crescente popularidade do bairro de Belém entre os turistas, não há estudos conhecidos que tenham analisado a influência do turismo nesta região histórica de Lisboa.

1.2 Objetivos e questões de investigação

Os objetivos da pesquisa estão delineados de acordo com a perceção dos residentes de Belém em relação ao turismo. Este estudo, seguindo os *gaps* detetados na literatura e já mencionados, visa assim:

- (1) Analisar como os residentes percecionam os impactos do turismo no seu bem-estar subjetivo;
- (2) Estudar como é que o apego ao lugar dos residentes do bairro se relaciona com os impactos do turismo por eles percecionados e o seu bem-estar subjetivo.

Assim, as questões de pesquisa são as seguintes:

QR1: Será que os benefícios do turismo percecionados pelos residentes de Belém explicam positivamente o seu bem-estar subjetivo?

QR2: Quais os custos do turismo que são percecionados negativamente pelos residentes de Belém?

QR3: Será que o papel do apego ao lugar explica o bem-estar subjetivo dos residentes deste bairro?

QR4: Qual é o papel do apego ao lugar na relação entre os impactos do turismo percecionados pelos residentes e o seu bem-estar subjetivo?

A compreensão destas perceções dos residentes sobre os impactos do turismo pretende contribuir para o desenvolvimento de estratégias mais conscientes e sustentáveis no setor turístico. Ao dar voz às experiências e perspetivas daqueles diretamente afetados pelo fluxo de visitantes, esta pesquisa busca fornecer contributos para a formulação de políticas e práticas turísticas mais equilibradas e sensíveis às necessidades das comunidades locais.

De seguida, será feita a revisão da bibliografia relevante a este estudo no capítulo 2; no capítulo 3, com base na revisão de literatura, serão formuladas hipóteses de investigação que sustentarão um modelo conceptual. No capítulo 4, será apresentada a metodologia adotada, incluindo os instrumentos de recolha dos dados e os métodos de análise de dados escolhidos. A análise dos dados e a estimação do modelo causal são evidenciados no capítulo 5 e, finalmente, no capítulo 6 serão retiradas as principais conclusões. Ademais, serão discutidas as limitações inerentes a esta investigação e sugestões para investigações futuras relacionadas com o tema abordado.

2. Revisão da literatura

Neste capítulo, inicia-se a apresentação da evolução e do atual estado do turismo em Portugal e em Lisboa, proporcionando uma visão dessa evolução ao longo do tempo, tendo em vista que Lisboa tem sido um dos principais destinos turísticos mundiais. Em seguida, são analisados os principais impactos positivos e negativos do turismo percebidos pelos residentes nas diferentes áreas do turismo (económico, social, cultural e ambiental).

Por fim, analisam-se os conceitos do bem-estar subjetivo dos residentes (BEs) e de apego ao lugar, com o intuito de compreender se esse vínculo emocional pode influenciar a percepção do seu bem-estar subjetivo.

2.1 Overview do turismo em Portugal / Lisboa

A estratégia turística do setor em Portugal é conduzida pela “Estratégia para o Turismo 2027” (Turismo de Portugal, 2023), aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 134/2017, que representa o plano estratégico para o setor do turismo em Portugal para a próxima década. Desenvolvida através de um processo participativo e abrangente, a Estratégia do Turismo para 2027 combina uma visão de longo prazo com ações imediatas, como a integração de políticas setoriais e a cooperação entre os diversos intervenientes do setor.

O panorama turístico em Lisboa reflete uma tendência crescente de procura, fortemente impulsionada por uma série de fatores que posicionam Portugal como um destino de eleição na Europa, chegando a ganhar pelo terceiro ano consecutivo o ‘Óscar’ de melhor destino do mundo na cerimónia dos *World Travel Awards* ([Antunes, 2019](#)). A combinação de clima ameno, localização geográfica estratégica, segurança, riqueza histórica e cultural e preços acessíveis tornam Lisboa um local privilegiado no mercado global. Em 2023, Lisboa foi considerada como o quinto melhor destino global para os nómadas digitais numa lista com 20 destinos, liderada pelo Dubai (Savilla, *Real State in the World*).

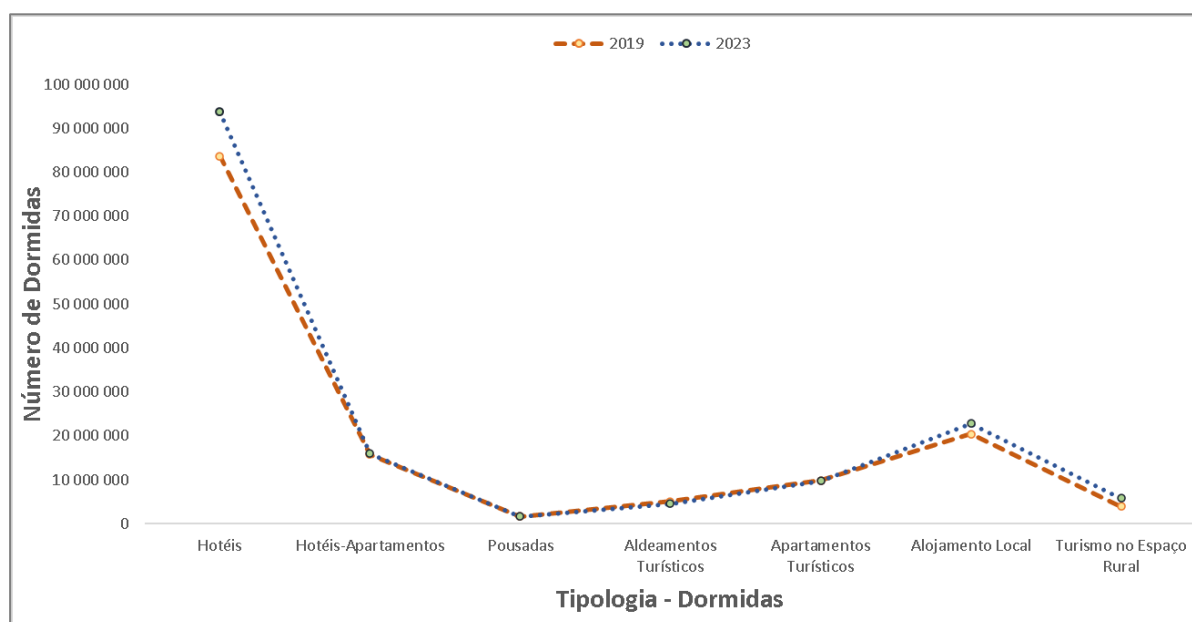
O mercado imobiliário português tem experienciado um dinamismo sem precedentes, impulsionado pelo investimento em novos empreendimentos residenciais e a crescente presença de estrangeiros na aquisição de imóveis. Essa tendência tem contribuído significativamente para a atividade económica e para a transformação urbana das cidades, especialmente em Lisboa. A pandemia Covid-19 também exerceu um impacto notável nas dinâmicas urbanas da capital portuguesa com o aumento significativo da fixação de estrangeiros, motivados pela possibilidade de trabalho remoto e pelos atrativos fiscais do país. Este influxo de novos residentes está a redefinir o mercado residencial e a impulsionar ainda mais o crescimento económico da cidade (*Travel BI, 2023*).

Com essa nova realidade, Lisboa tem vivenciado uma verdadeira renovação urbana, com bairros tradicionais sendo revitalizados e novas áreas residenciais emergindo para atender à procura crescente. Esse processo de transformação acaba por criar desafios e oportunidades, exigindo um planeamento urbano cuidadoso e, ainda, de políticas públicas adequadas para equilibrar o desenvolvimento económico com a preservação do património cultural e a qualidade de vida dos residentes.

EVOLUÇÃO DO TURISMO EM PORTUGAL

Segundo o *Travel BI* (Turismo de Portugal, 2023), o setor do alojamento turístico registou 1,8 milhões de hóspedes e 4,0 milhões de dormidas em dezembro de 2023, correspondendo a aumentos homólogos de 10,9% e 8,2%, respetivamente.

Figura 1: Evolução da tipologia de dormidas em 2019 e 2023



Notas: Dormidas no total do alojamento turístico (Hotelaria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

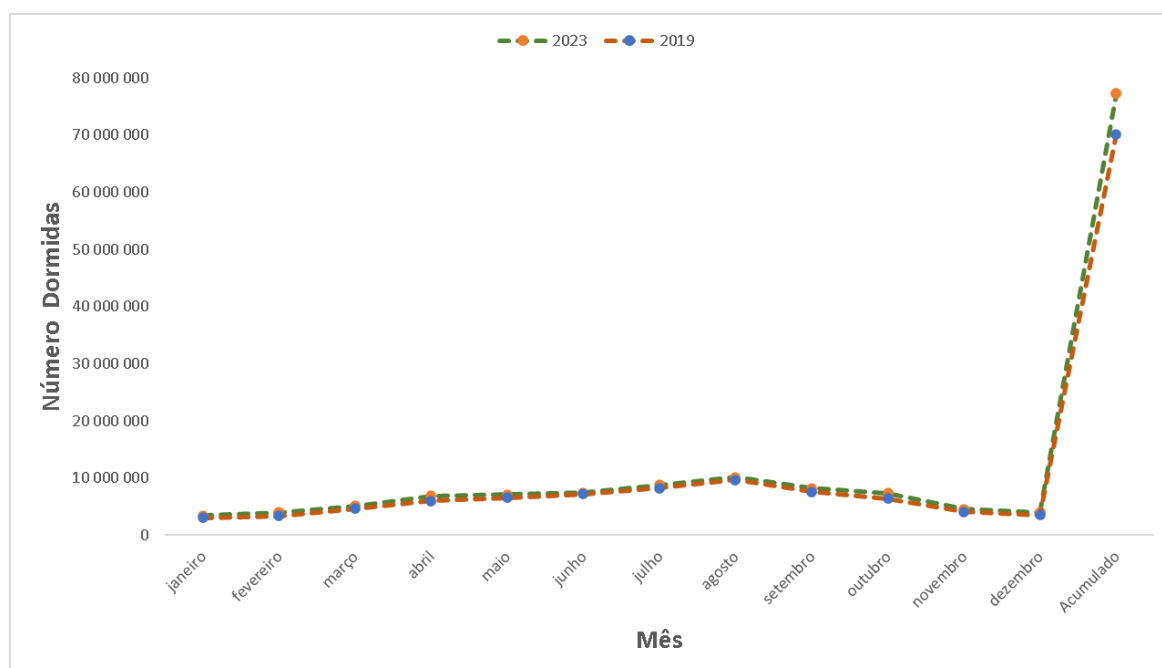
Fonte: INE, dados provisórios. Elaboração própria.

A Figura 1 revela que algumas categorias mostram um crescimento mais acentuado do que outras. Por exemplo, os hotéis e o alojamento local obtiveram um aumento notável nas dormidas em 2023, em comparação com 2019. No entanto as dormidas em pousadas, mostram ter uma procura bem mais diminuta.

No ano de 2023, e de acordo com a Figura 2, as dormidas ascenderam a 77 151,1 mil e aumentaram 10,7% (+2,1% nos residentes e + 14,9% nos não-residentes). As receitas totais ascenderam, até dezembro de 2023, a 6020,7 milhões de €, crescendo 20,1%. As receitas provenientes

do alojamento, ascenderam a 4620,1 milhões de €, crescendo favoravelmente 21,3%. As receitas de alojamento cresceram +40,2% e + 43,0%, respetivamente, face a igual período de 2019.

Figura 2: Evolução das dormidas em 2019 e 2023



Nota: Dormidas no total do alojamento turístico (Hotelaria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

Fonte: INE, dados provisórios. Elaboração própria.

Tabela 1: Distribuição das receitas turísticas, por mercados, em 2023

	Reino Unido	França	Alemanha	Espanha	EUA
Valor (mil milhões €)	3,84	3,10	2,81	2,76	2,46
Quota (%)	15,3	12,4	11,2	11,0	9,8

Fonte: INE, dados provisórios. Elaboração própria.

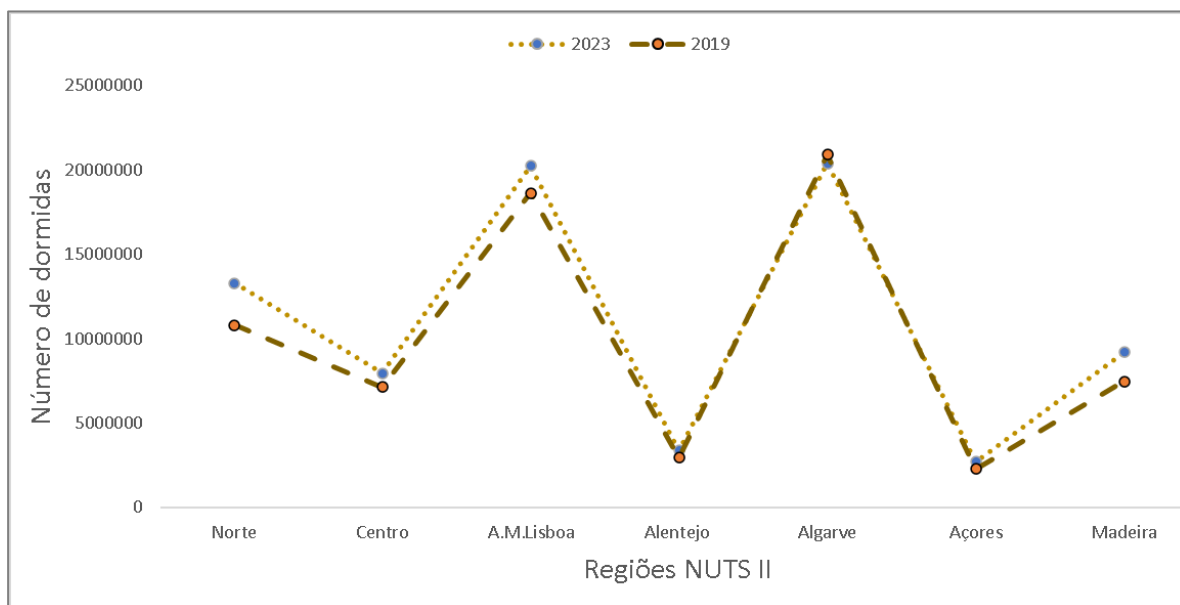
As receitas turísticas são provenientes de cinco mercados: Reino Unido, França, Alemanha, Espanha e EUA (Tabela 1).

Segundo estatísticas da PORDATA (2023), Lisboa, em 2022, teve uma população de 546923 residentes distribuídos em 24 freguesias. Hoje, existem cerca de 600 estabelecimentos de alojamento turístico no Concelho de Lisboa com capacidade para 67283 hóspedes. No ano de 2022, foram registados cerca de 5556154 milhões de hóspedes, perfazendo um total de 13334237 de dormidas.

A análise da distribuição do número de dormidas, por tipologia nas regiões NUTS II, revela padrões importantes no setor do turismo entre os anos de 2019 e 2023. No que diz respeito à distribuição regional, a Área Metropolitana de Lisboa (AML) destaca-se como a região com o maior número de dormidas em ambos os anos em análise, seguida de perto pelo Algarve. No entanto, é

importante salientar que ocorreu uma diminuição geral no número de dormidas em todas as regiões e tipos de alojamento em 2019 e 2023, sendo o COVID-19 um fator explicativo desta queda.

Figura 3: Distribuição do número de dormidas por tipologia e por regiões NUTS II



Nota: Dormidas no total do alojamento turístico (Hotelaria, Alojamento Local, Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação)

Fonte: INE, dados provisórios. Elaboração própria.

2.2 Turismo urbano

O turismo urbano é definido pela Organização das Nações Unidas (ONU) como "(...) type of tourism activity which takes place in an urban space with its inherent attributes characterized by non-agricultural based economy such as administration, manufacturing, trade and services and by being nodal points of transport. Urban/city destinations offer a broad and heterogeneous range of cultural, architectural, technological, social and natural experiences and products for leisure and business" em <https://www.unwto.org/urban-touris>, primeiro parágrafo.

No mesmo *site*, pode ler-se que um dos objetivos do turismo urbano é tornar as cidades mais inclusivas, seguras e sustentáveis uma vez que o turismo está intrinsecamente ligado à forma como a cidade se desenvolve e oferece melhores condições de vida aos seus moradores e visitantes. Não é de estranhar que a investigação sobre o turismo urbano se tenha centrado sobre o turismo em cidades (Ashworth, 1992, como citado em [Page et al, 2001](#)).

Em particular, o turismo urbano apresenta características distintas que o diferenciam de outras formas de turismo ([Edwards et al., 2008](#)). Essas características não se aplicam necessariamente a todos os destinos urbanos, mas, em geral, definem os destinos turísticos urbanos. Este tipo de turismo atrai

não apenas visitantes que procuram o lazer, mas também turistas com propósitos como negócios, conferências, compras e visitas a amigos e/ou familiares. Mas, os residentes locais e os trabalhadores que se deslocam na cidade são também utilizadores importantes das atrações e da infraestrutura urbana, muitas vezes desenvolvida para fins turísticos.

As áreas urbanas como destinos turísticos possuem diversas características que as tornam atrativas. Têm grandes populações que atraem visitantes e turistas, além de oferecerem atrações bem desenvolvidas, acessibilidade através de aeroportos e serviços programados, uma ampla oferta de alojamento voltada para o viajante de negócios, e a capacidade de atender a diferentes mercados turísticos devido às suas comunicações, transporte, serviços e instalações (Law, 1996, como citado em [Edwards et al., 2008](#)).

2.3 Impactos do turismo

O turismo foi atraindo gradualmente a atenção dos investigadores ao longo do tempo. A pesquisa de Jafari e Aaser (1988), como citado em [Jafari, 2001](#), destaca várias dimensões dos impactos do turismo como os económicos, socioculturais e os ambientais. Estes impactos tanto podem ser positivos como negativos e influenciam tanto residentes como turistas ([Brida et al., 2011](#)).

Dos estudos que registam impactos do turismo nas perceções dos residentes, salienta-se o de [Costa et al. \(2020\)](#) que incide no turismo regional da área de Lisboa e onde se conclui que os residentes da região de Lisboa mostram ter atitudes positivas no que respeita aos impactos económicos, culturais, sociais e ambientais com pequenas diferenças baseadas no género, idade e emprego relacionado com o turismo. O estudo assenta em análises estatísticas descritivas e em testes não-paramétricos. Contudo, os itens dos impactos do turismo não estão tipificados.

Segundo [App, \(1990\)](#), impactos positivos e negativos ocorrem em três domínios distintos: económico, social e ambiental. Outros autores consideram os efeitos do turismo em quatro vertentes: económica, social, cultural e ambiental ([Charag et al., 2021](#)):

- 1. Impacto económico - Os aspetos positivos contribuem para uma perceção positiva dos residentes em relação ao turismo ([App, 1990](#)) e podem advir de mais oportunidades de emprego, do aumento do rendimento dos residentes ([McDowall & Choi, 2010](#)), e do aumento de negócios locais ([Chen, 2000](#)). Por outro lado, os impactos negativos podem estar relacionados, por exemplo, com o aumento do custo de vida e com empregos temporários, geralmente de baixas remunerações ([App, 1990](#); [Gursoy et al., 2002](#)).
- 2. Impacto social - Os impactos sociais do turismo abrangem mudanças na vida social dos residentes, incluindo alterações na qualidade de vida e na rotina diária com o aumento dos

serviços oferecidos pela comunidade ([App, 1990](#); [Andereck & Nyaupane, 2011](#); [Charag et al. 2021](#)). Por um lado, o aumento de atividades recreativas e da oferta do entretenimento pode reforçar a identidade da comunidade, tradição e valores bem como uma maior participação dos residentes nessa comunidade, o que resulta em percepções positivas em relação ao turismo ([App, 1990](#); [Andereck & Nyaupane, 2011](#); [Charag et al. 2021](#); [Kim, 2002](#)). Por outro lado, os impactos sociais negativos podem estar relacionados com a prostituição, abuso de drogas, crimes, superlotação dos espaços públicos e dos transportes públicos, congestionamento de tráfego, preocupação excessiva com ganhos materiais e perda de identidade cultural ([Pizam, 1978](#); [App, 1990](#); [Andereck et al., 2005](#); [Brida et al., 2011](#); [Charag et al., 2021](#)).

- 3. Impacto cultural - O turismo tem impactos positivos na cultura, como a manutenção e preservação de edifícios históricos que aumenta o fortalecimento do orgulho e identidade cultural ([App, 1990](#); [Andereck et al., 2005](#); [Costa et al, 2020](#)). Contudo, o turismo tem também impactos negativos como o potencial abandono de tradições locais ([Kim, 2002](#)) e a alteração da aparência para agradar a visitantes ([Türker & Öztürk, 2013](#)).
- 4. Impacto ambiental - Se o turismo pode promover a consciência ambiental e favorecer a preservação do meio ambiente ([App, 1990](#); [Andereck et al., 2005](#); [Andereck & Nyaupane, 2011](#); [Costa et al., 2020](#)), são inegáveis os impactos negativos do turismo pela maior utilização de recursos naturais que pode ser prejudicial ao meio ambiente ([App, 1990](#); [Yoon et al, 2001](#); [Bujosa & Rosselló, 2007](#)).

Este estudo vai considerar as quatro vertentes dos impactos do turismo: económico, social, cultural e ambiental.

2.4 Apego ao lugar

Os estudos sobre o apego ao lugar ou *place attachment* (PA) mostram que este conceito pode ser entendido como uma conexão cognitiva e/ ou emocional entre um indivíduo e um lugar ([Zhang & Li, 2022](#)). Segundo Jacob e Schreyer, 1980 (como citado em [Zhang & Li, 2022, p.4](#)), o “apego ao lugar é um estado psicológico no qual as pessoas tendem a permanecer e a sentir-se confortáveis e seguras num local específico”.

O apego ao lugar é um construto multidimensional, mas ainda não há consenso sobre o número de dimensões. Autores como [Williams e Roggenbuck \(1993\)](#) argumentam que o conceito PA se subdivide em duas dimensões: a identidade do lugar (*the extent to which using the place is their life*) e a dependência do lugar (*unwillingness to use another site for the activity*). Contudo, outros autores sugerem que o PA é tridimensional como é o caso de [Bricker e Kerstetter \(2000\)](#) que identificam a

dependência do lugar, a identidade do lugar e o estilo de vida, enquanto [Kyle et al. \(2005\)](#) sugerem as dimensões de identidade ao lugar, dependência do lugar e vínculo social. Outros autores sugerem outras dimensões para PA como é o caso de [Chen e Dwyer \(2018\)](#) que sugerem seis dimensões para este conceito: identidade do lugar, dependência do lugar, vínculo social, apego afetivo, memória do lugar e expectativa do lugar.

A identidade do lugar, ou apego emocional, refere-se ao facto de os residentes aceitarem emocionalmente que a cidade ou o lugar faz parte deles. A identidade do lugar é um vínculo simbólico entre os residentes e sua cidade [\(Zhang & Xu, 2019\)](#). A dependência ao lugar ou apego funcional, refere-se até que ponto a cidade ou o lugar satisfaz os objetivos funcionais dos residentes (Williams e Vaske em [Zhang & Li, 2022](#)).

Salienta-se o estudo de [Loureiro e Sarmento \(2018\)](#) que incide nos conceitos de apego ao lugar, autenticidade do lugar e envolvimento turístico nas principais atrações turísticas de Lisboa: Torre de Belém e Mosteiro dos Jerónimos. Os resultados indicam uma correlação positiva entre apego ao lugar e envolvimento turístico, apego ao lugar e autenticidade do lugar e entre autenticidade do lugar e envolvimento turístico.

À semelhança de [Zhang e Li, \(2022\)](#), vai se assumir que o conceito de PA envolve as duas primeiras dimensões que parecem ser as mais amplamente aceites.

2.5 Bem-estar subjetivo

O conceito de bem-estar subjetivo (BEs) tem sido usado como sinónimo de felicidade, mas como esta tem múltiplos significados, os investigadores evitam este termo e preferem usar esta designação. Contudo, existem duas abordagens filosóficas para o estudo do bem-estar: o bem-estar psicológico e o bem-estar subjetivo.

O bem-estar psicológico evoluiu da teoria da eudemonia, que se centra no significado da vida e na autorrealização [\(Waterman, 1993\)](#). O bem-estar subjetivo pertence à perspetiva hedónica e pode ser definido como um conjunto de avaliações cognitivas e afetivas de um indivíduo sobre a sua vida e o ambiente de vida em que vive, incluindo o seu nível de felicidade e satisfação com a vida [\(Diener et al., 2010\)](#).

O bem-estar subjetivo é considerado um construto tridimensional: satisfação com a vida, afetos positivos e afetos negativos. A satisfação com a vida reflete a comparação entre a realidade percebida de um indivíduo e as suas expectativas. Por exemplo, um elevado nível de bem-estar subjetivo de um indivíduo sugere que esse indivíduo tem uma maior probabilidade de ter melhores

relacionamentos com os outros ([Moore & Diener, 2019](#)). Nesta tese, adotar-se-á o conceito de BEs numa perspectiva hedónica.

2.6 Outras variáveis explicativas

1. Distância: Segundo Belisle e Hoy (1980), citado por [App \(1990\)](#), as percepções dos residentes relativamente ao turismo variam com a distância das suas casas à zona turística. Assim, a distância da casa do residente à zona turística (beira-rio) será medida em termos da freguesia adjacente ou mais distante.

- 1. Categoria de maior proximidade da residência à zona mais turística: Residir na Freguesia de Belém que inclui as antigas freguesias de Santa Maria de Belém e de S. Francisco Xavier;
- 2. Categoria de menor proximidade: Residir noutras freguesias.

2. Idade: As percepções dos residentes em relação ao turismo também podem depender das suas características sociodemográficas ([Andereck et al., 2005](#); [Brida et al., 2011](#)). Entre essas características, a idade dos residentes tem sido apontada como uma variável potencial que pode explicar a relação entre as percepções dos residentes face ao turismo e o seu bem-estar subjetivo ou quando muito exercer a sua influência no seu bem-estar subjetivo. Apesar da “ambiguidade em relação ao papel da idade na formação da percepção e atitude em relação aos impactos do turismo, permanece inconclusivo se [esta percepção] varia entre os diferentes grupos etários” ([Charag et al., 2021, p. 747](#)). Perante esta ambiguidade, a variável idade será também adicionada a este estudo.

3. Rendimento derivado do turismo: As percepções dos residentes em relação ao turismo também podem depender de outra variável sociodemográfica como o rendimento derivado do turismo ([Charag et al., 2021](#)):

1. Não
2. Sim

4. Estado civil: As percepções dos residentes em relação ao turismo também podem depender de outra variável sociodemográfica como o estado civil do residente ([Charag et al., 2021](#)):

1. Solteiro(a)
2. Casado(a)/União de facto
3. Outro

3. Hipóteses de Investigação e modelo conceptual

Este estudo tem como objetivo principal compreender como o turismo impacta, positivamente e negativamente, o bem-estar subjetivo dos residentes de Belém. O outro objetivo é estudar se o apego ao lugar é explicado pelos efeitos do turismo e se explica também o bem-estar subjetivos dos residentes de Belém. Outras variáveis serão testadas para verificar se influenciam o bem-estar subjetivo, tais como, a distância a que o residente vive das zonas mais turísticas e se o seu rendimento deriva ou não do turismo. Há evidências de que os residentes que vivem perto de zonas turísticas e de concentrações da atividade turística são suscetíveis de ter atitudes mais depreciativas relativamente aos efeitos do turismo ([Postma & Schmuecker, 2017](#); [Han et al., 2017](#)). Assim, surge a primeira hipótese de investigação:

H1a: Há uma relação significativa e negativa entre a distância mais próxima a que os residentes vivem das zonas mais turísticas e o seu bem-estar subjetivo.

Para além de se esperar uma relação significativa entre a distância a que os moradores vivem das áreas mais turísticas, espera-se ainda que a variável distância exerça um papel moderador na relação entre os impactos percebidos pelos residentes e o seu bem-estar subjetivo e na relação entre o Apego ao lugar e o bem-estar subjetivo dos residentes. Assim:

H1b: A distância a que os residentes vivem das zonas mais turísticas modera a relação entre as suas perceções dos impactos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.

H1c: A distância a que os residentes vivem das zonas mais turísticas modera a relação entre o Apego ao lugar por parte dos residentes e o seu bem-estar subjetivo.

Autores, como [Jurowski e Gursoy \(2004\)](#), defendem que, se os residentes receberem benefícios de relações turísticas, é mais provável que desenvolvam perceções positivas em relação a essas relações e tenham, conseqüentemente, menos preocupações sobre os impactos negativos do desenvolvimento do turismo. Assim, formula-se a seguinte hipótese:

H2a: O rendimento auferido de tarefas turísticas pelos residentes de Belém explica significativamente e positivamente o seu bem-estar subjetivo.

Também se espera que a variável rendimento derivado de atividades turísticas exerça um papel moderador na relação entre os impactos percebidos pelos residentes e o seu bem-estar subjetivo e na relação entre o Apego ao lugar e o bem-estar subjetivo dos residentes. Deste modo surgem mais duas hipóteses:

H2b: O rendimento auferido de tarefas turísticas pelos residentes de Belém modera a relação entre as suas perceções dos impactos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.

H2c: O rendimento auferido de tarefas turísticas pelos residentes de Belém modera a relação entre o Apego ao lugar e o bem-estar subjetivo dos residentes.

A idade pode também influenciar as percepções dos residentes em relação ao seu bem-estar subjetivo. Isto deve-se ao facto de, com a idade, a consciência de um indivíduo em relação a certos contextos sociais tender a aumentar ([Charag et al., 2021](#)).

Sobre a variável estado civil, os resultados são inconclusivos sobre qual grupo tem uma percepção mais positiva em relação aos impactos do turismo. Williams e Lawson (como citado em [Charag et al., 2021](#)) identificaram diferenças significativas entre os grupos casado(a) e solteiro(a); Long e Kayat (como citado em [Charag et al., 2021](#)), pelo contrário, não encontraram diferenças significativas entre estes dois grupos.

A ocupação profissional como variável de controlo pode influenciar significativamente as percepções e comportamentos dos indivíduos. [Bernerth e Aguinis \(2016\)](#) argumentam que diferentes ocupações têm níveis variados de complexidade e exigência, o que pode afetar o bem-estar e a satisfação no trabalho. [Evetts \(2014\)](#) sugere que a ocupação também pode influenciar a percepção de controlo pessoal e a capacidade de lidar com o *stress*. Portanto, estudar a ocupação profissional do residente é essencial neste contexto para se compreender se impacta o seu bem-estar subjetivo.

Desta forma e generalizando, é formulada a seguinte hipótese:

H3: A variável idade, estado civil e ocupação profissional dos residentes de Belém influenciam o bem-estar subjetivo dos residentes, isto é, são variáveis de controle.

O turismo pode trazer benefícios socioeconómicos aos residentes sob a forma de, por exemplo, remunerações auferidas pela criação de novas oportunidades de trabalho ([Cheng & Zhang, 2020](#)). Isto conduz a um aumento do rendimento familiar que, por sua vez, conduz a um aumento do poder de compra, melhorando a qualidade de vida dos residentes e o seu BEs (Tosun, 2000, como citado em [Cheng & Zhang, 2020](#)). O desenvolvimento do turismo também pode ajudar as comunidades locais a preservarem a sua cultura, aumentar as oportunidades de intercâmbio cultural, aumentar a sua confiança cultural e contribuir para a proteção da sua cultura local ([Jaafar et al., 2015](#)). Quanto maior for a preservação do património cultural, mais os residentes sentem orgulho dele e têm um BEs mais elevado (Lin et al., 2017, como citado em [Cheng & Xu, 2021](#)). O turismo também induz um investimento em infraestruturas comunitárias como estradas, parques e instalações recreativas ao ar livre e que também são partilhadas pelos residentes. Desta forma, estes investimentos podem melhorar a satisfação e a qualidade de vida dos residentes (Kim et al., 2013, como citado em [Cheng & Xu, 2021](#)), aspetos que se relacionam com o bem-estar subjetivo dos residentes.

Por outro lado, os custos do turismo têm um impacto negativo no bem-estar subjetivo dos residentes, conforme demonstrado por diversos estudos. [Lindberg et al. \(2021\)](#) destacam que o

aumento do turismo pode levar a uma diminuição na qualidade de vida percebida pelos residentes devido aos custos associados. Além disso, estudos de [Perdue et al. \(2020\)](#) mostram que a percepção dos custos do turismo está correlacionada com sentimentos negativos entre os residentes. [Zhang e Zhang \(2019\)](#) reforçam que os custos económicos e ambientais do turismo contribuem para uma percepção negativa do bem-estar. Finalmente, [Kim e Uysal \(2015\)](#) indicam que os impactos financeiros do turismo podem reduzir a satisfação geral dos residentes com a sua qualidade de vida.

Assim, são formuladas as seguintes hipóteses:

H4a: Os benefícios (ou custos) do turismo exercem um efeito positivo (ou negativo) nas percepções dos residentes quanto ao seu bem-estar subjetivo.

H4b: Os benefícios (ou custos) do turismo exercem um efeito positivo (ou negativo) nas percepções dos residentes quanto ao seu Apego ao lugar.

A investigação também revela que o apego ao lugar medeia a relação entre a percepção dos benefícios e custos do turismo e o bem-estar subjetivo dos residentes ([Dwyer e Chen, 2019](#)).

H5a: O apego ao lugar (*place attachment*) dos residentes é mediador na relação entre as percepções dos residentes sobre os efeitos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.

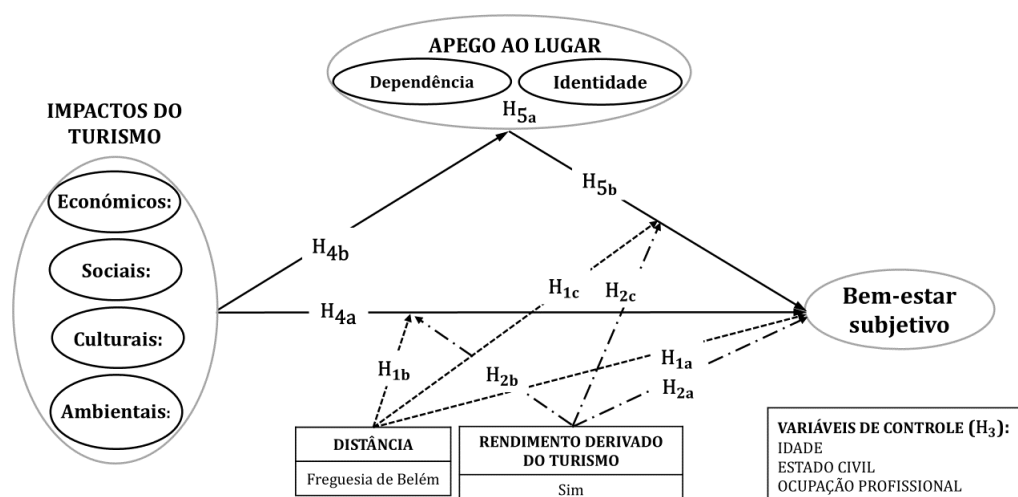
Autores como [Zhang e Xu \(2019\)](#), [Hu et al., \(2019\)](#) e [Andereck et al. \(2005\)](#) mostraram que o apego ao lugar tem um efeito significativo no bem-estar subjetivo dos residentes no sentido de que os que têm um nível mais elevado de ligação às suas cidades ou bairros, têm maior probabilidade de ter uma maior satisfação geral com a vida ([Lewicka, 2011](#)). Assim, surge a seguinte hipótese:

H5b: O apego ao lugar dos residentes ao bairro/lugar onde vivem tem um impacto positivo significativo no seu bem-estar subjetivo.

Os impactos do turismo seguem os trabalhos de [App \(1990\)](#) e [Charag et al. \(2021\)](#); o conceito do apego ao lugar segue o trabalho de [Zhang e Li \(2022\)](#); e, o conceito do bem-estar subjetivo segue o trabalho de [Cheng e Xu \(2021\)](#).

Das relações estabelecidas entre as variáveis identificadas, surge o modelo conceptual visualizado na seguinte figura.

Figura 4: Modelo Conceptual



Fonte: Elaboração própria.

4. Metodologia

Este capítulo apresentará as abordagens adotadas para demonstrar a relevância do estudo e identificar as suas limitações. Primeiramente, serão expostas as decisões tomadas em relação aos tipos de dados, à abordagem de pesquisa e à estratégia de recolha de dados. Em seguida, serão destacadas a elaboração do questionário, o processo de seleção e a sua operacionalização.

4.1 Recolha de dados

Para esta dissertação, são utilizados dois métodos de recolha de dados: inquéritos *online* e presenciais. A acessibilidade aos residentes do bairro de Belém pode ser desafiante, por isso foi selecionado um método combinado. A amostragem por bola de neve e por conveniência serão utilizadas para recolher os dados, o que facilita a localização de indivíduos que residem no bairro de Belém e que estão conectados com outros habitantes, o que pode ajudar a partilhar o questionário através de redes sociais como WhatsApp, Facebook e Instagram. Foram também selecionados residentes que se encontravam em espaços públicos como: supermercados, escolas, estádio de futebol, piscinas, paragens de autocarros e cafés nas regiões de Belém, Ajuda e Restelo. O tempo disponível para concluir a recolha de dados foi o principal fator na escolha da amostragem por bola de neve e por conveniência.

[Lefever et al. \(2007\)](#), argumentam que os inquéritos online apresentam diversas vantagens, permitindo a recolha de grandes quantidades de dados de forma rápida e económica; além disso, oferecem aos inquiridos a possibilidade de responderem quando for mais conveniente para eles. No entanto, este método apresenta algumas limitações, como a falta de habilidade para utilizar novas tecnologias por parte das faixas etárias mais idosas.

Por sua vez, [Holbrook et al. \(2003\)](#), destacam que os inquéritos presenciais são vantajosos, pois os respondentes tendem a investir mais esforço cognitivo para fornecer respostas mais bem pensadas e de melhor qualidade. Contudo, [Duffy et al. \(2005\)](#), defendem que, devido à presença do entrevistador, os inquiridos podem sentir-se mais vulneráveis a um possível enviesamento devido a essa presença.

4.2 Desenho do questionário

Este questionário foi dividido em quatro secções, organizadas de forma lógica para facilitar a compreensão das perguntas. Antes destas secções, é apresentada uma introdução que descreve o entrevistador e o objetivo do estudo.

A secção 1 é composta por 10 perguntas de caracterização pessoal, onde os inquiridos são questionados sobre o bairro em que residem, o tempo de residência, a nacionalidade, o género, a idade, o estado civil, a distância das suas residências à zona turística, a proveniência do rendimento, o rendimento mensal líquido e a ocupação profissional.

Na secção 2, são apresentadas 32 questões, divididas pelas quatro dimensões do impacto do turismo (económico, social, cultural e ambiental), sendo estas avaliadas através de uma escala ordinal de concordância de 5 pontos (1- discordo totalmente a 5- concordo totalmente, sendo 10– não aplicável).

A secção 3 inclui 11 questões relacionadas com o apego ao lugar, divididas em duas categorias: identidade e dependência, avaliadas através de uma escala ordinal de concordância de 7 pontos (1- discordo totalmente a 7- concordo totalmente, sendo 10– não aplicável).

Por fim, na secção 4, são apresentados 4 indicadores relativos ao bem-estar subjetivo dos residentes, também avaliadas através de uma escala ordinal de concordância de 5 pontos (1- discordo totalmente a 5- concordo totalmente, sendo 10 – não aplicável). O questionário completo encontra-se disponível no Anexo A, em português, e no Anexo B, em inglês.

4.3 Amostra de investigação

Os métodos selecionados para a recolha de dados assentam numa amostragem não probabilística em bola de neve para os questionários online e numa amostragem de conveniência para as abordagens presenciais. A população-alvo desta dissertação são os residentes do bairro de Belém.

Para este estudo, é relevante considerar apenas os residentes do bairro de Belém que vivam na cidade há mais de um ano. Isto porque, caso se tenham mudado para a área há poucos meses, é provável que ainda não tenham experienciado plenamente os impactos do turismo no seu bem-estar subjetivo ou sejam turistas a residir aqui temporariamente.

O objetivo principal deste estudo é compreender como o turismo impacta, tanto positivamente como negativamente, o bem-estar subjetivo dos residentes de Belém. Para garantir que os respondentes ao inquérito tenham experienciado os impactos do turismo no bairro de Belém, foi colocada a seguinte questão inicial: "Vive no bairro de Belém?" As respostas possíveis são: "Sim" ou "Não."

Em seguida, é apresentada a questão: "Vive no bairro de Belém há menos de 1 ano?" As respostas possíveis são: "Sim" ou "Não." Se escolherem a primeira opção, serão redirecionados para o final do inquérito, que lhes agradece pela participação; se escolherem a outra opção, poderão continuar a responder ao questionário.

O plano de distribuição do questionário foi concebido com base nas seguintes redes, com o objetivo de alcançar os residentes do bairro de Belém:

- Grupo no Facebook da Comunidade de Belém;
- Solicitar a amigos que vivem em Belém, Restelo ou Ajuda que partilhem o questionário com colegas de trabalho e vizinhos;
- Espaços públicos nas zonas de Belém, Restelo e Ajuda.

Para conveniência dos habitantes do bairro de Belém, nacionais e estrangeiros, o questionário ficou disponível em português e inglês. Para garantir que os respondentes compreendem o formato e conteúdo do questionário, foi realizado um pré-teste com 12 participantes em condições comparáveis. Em caso de perguntas ambíguas ou não compreendidas, estas seriam alteradas e/ou ajustadas antes da divulgação do questionário.

4.4 Operacionalização dos construtos

Para a utilização das variáveis no questionário, é imperativo proceder à sua operacionalização. A fim de assegurar a validade, as escalas aplicadas às variáveis foram adotadas a partir de contribuições literárias referentes a todos os construtos: impactos do turismo no Bairro de Belém, apego ao lugar e bem-estar subjetivo dos residentes.

Os itens foram traduzidos para português de Portugal, uma vez que os itens originais se encontravam em inglês. O processo de tradução baseou-se numa retrotradução, ou *translate – translate back*, com a intenção de validar a objetividade dos itens. Em seguida, são apresentados os itens utilizados por diversos autores, devidamente adaptados para este estudo. Os itens associados aos impactos do turismo foram mensurados através de uma escala ordinal de concordância de 5 pontos (1- discordo totalmente a 5- concordo totalmente, sendo 10 – não aplicável).

Tabela 2: Síntese dos itens dos impactos económicos

Construtos		Itens
Impactos económicos do turismo¹	Impactos positivos (IE1.1)	O turismo cria uma variedade de oportunidades de emprego para os residentes Ao criar empregos e gerar rendimentos, o turismo promove o aumento do bem-estar social dos residentes As empresas locais são as que mais beneficiam dos turistas Turismo traz mais investimento ou melhorias nas infraestruturas (hotéis, estradas, pontes, etc.)
	Impactos negativos (IE1.2)	O turismo induz o aumento do custo de vida pelo aumento dos preços de bens e serviços O turismo gera o aumento do custo de vida pelo aumento dos preços dos terrenos O turismo induz o aumento do custo de vida pelo aumento dos preços das casas O turismo gera o aumento do custo de vida pelo aumento dos preços dos terrenos

Nota: ⁽¹⁾ – Itens adaptados de App (1990) e Charag et al. (2021).

Fonte: SPSS Statistics. Elaboração própria.

Tabela 3: Síntese dos itens dos impactos sociais, culturais e ambientais do turismo

Construtos		Itens
Impactos sociais do turismo¹	Impactos positivos (IS2.1) ¹	O turismo aumenta a disponibilidade de instalações recreativas O turismo aumenta a disponibilidade de entretenimento O turismo melhora a qualidade da proteção policial O turismo melhora a qualidade da proteção contra incêndios O turismo melhora a qualidade de vida
	Impactos negativos (IS2.2) ²	O turismo aumenta o crime, roubos, ou vandalismo O turismo aumenta o crime organizado O turismo aumenta o uso/dependência de drogas O turismo aumenta o alcoolismo Aumenta o contrabando Aumenta a prostituição Aumenta a permissividade sexual
Impactos culturais do turismo	Impactos positivos (IC3.1) ¹	O turismo induz a preservação de locais/áreas com valor histórico, cultural e estético Aumenta a procura por exposições históricas e culturais O turismo promove o intercâmbio cultural O turismo incentiva a participação dos residentes nas artes locais, como música, dança, jogos, etc. O turismo promove a autenticidade do bairro O turismo promove a cozinha tradicional
	Impactos negativos (IC3.2) ²	Abandono das tradições culturais locais Mudança da aparência pessoal de acordo com a dos visitantes
Impactos ambientais do turismo	Impactos positivos (IA3.1) ¹	O turismo gera a proteção do meio ambiente e dos ecossistemas (parques nacionais etc.) O turismo incentiva a limpeza e higienização de espaços públicos O turismo não contribui para o declínio ecológico
	Impactos negativos (IA3.2) ²	O turismo traz poluição ambiental O turismo produz ruído, lixo e congestionamento Atividades turísticas como passeios de barco produzem uma séria poluição da água em lagos, baías e/ou oceanos O turismo produz grandes quantidades de resíduos Hotéis, companhias aéreas, atrações e outros negócios relacionados com o turismo, que servem os turistas, deitam fora toneladas de lixo por ano O lixo deixado pelos turistas destrói a beleza da paisagem

Nota: (1) – Itens adaptados de App (1990) e Charag et al. (2021);

(2) – Itens adaptados de Kim (2002) e Türker e Öztürk (2013).

Fonte: Elaboração própria.

O construto de apego ao lugar foi medido com base em itens adaptados de [Zhang e Li \(2022\)](#), utilizando uma escala ordinal de concordância de 7 pontos (1- discordo totalmente a 7- concordo totalmente). O bem-estar subjetivo dos residentes foi operacionalizado utilizando itens adaptados de [Cheng e Xu \(2021\)](#), mensurados através de uma escala ordinal de concordância de 7 pontos.

Tabela 4: Síntese dos itens dos construtos apego ao lugar e bem-estar subjetivo

Construtos		Itens
Apego ao lugar Adaptado de Zhang e Li (2022)	Dependência (PA1)	BB é o melhor lugar para o que gosto de fazer Nenhum outro lugar se compara ao BB Fazer o que faço no BB é mais importante para mim do que fazer em qualquer outro lugar Eu não substituiria nenhuma outra área para fazer o tipo de coisas que faço no BB Não gostaria de fazer as coisas que faço no BB num outro bairro ou lugar
	Identidade (PA2)	Sinto que o BB faz parte de mim BB é muito especial para mim Identifico-me fortemente com o BB Sou muito ligado/apegado ao BB
Bem-estar subjetivo Adaptado de Cheng e Xu (2021)		Em muitos aspetos, a minha vida está próxima ideal As condições da minha vida são excelentes Até agora, consegui as coisas importantes que desejo na vida Se eu pudesse reviver minha vida, não mudaria quase nada

Nota: BB = Bairro de Belém.

Fonte: Elaboração própria.

5. Análise de dados e resultados

O questionário, tanto *online* como presencial, foi disponibilizado na quinta-feira, 11 de julho, e encerrado no domingo, 11 de agosto. Durante este período, foram recolhidas 275 respostas, sendo que 248 foram consideradas válidas. O *software* utilizado para elaboração do inquérito *online* e, posterior, recolha de respostas foi o Google Forms. Os modelos de regressão linear múltipla foram estimados com recurso ao *software* SmartPLS, versão 4, após a validação prévia dos itens e respetivos construtos, bem como entre os próprios construtos, para a verificação dos critérios de qualidade dos modelos de medida reflexivo e formativo.

5.1 Perfil dos inquiridos

Foram inquiridos 248 residentes, cuja média das idades, entre os 18 e os 85 anos, é de 41,4 anos e com um desvio-padrão de 16,5 anos, o que caracteriza uma distribuição pouco dispersa e assimétrica positiva. No que toca aos grupos etários dos residentes, o mais frequente é o grupo dos 18 aos 26 anos e o menos frequente é o grupo dos que têm 60 anos ou mais (Tabela 6).

Tabela 5: Algumas medidas estatísticas da idade

Idade	Estatísticas	Erro padrão
Média	41,44	1,046
Média aparada a 5%	40,72	
Mediana	40,00	
Desvio-padrão	16,472	
Mínimo	18	
Máximo	85	
Intervalo interquartil	26	
Assimetria	0,459	0,155

Tabela 6: Frequências dos grupos etários

	Ocorrências	Percentagem	Percentagem acumulada
18-26	61	24,6	24,6
27-37	56	22,6	47,2
38-49	55	22,2	69,4
50-59	39	15,7	85,1
>= 60	37	14,9	100,0
Total	248	100,0	

Tabela 7: 'Reside no Bairro de Belém?'

	Ocorrências	Percentagem
Não	91	36,7
Sim	157	63,3
Total	248	100,0

Tabela 8: Algumas estatísticas de 'Há quanto tempo reside em Belém?'

	Estatísticas
Há quanto tempo reside em Belém?	Média 24,47
	Média aparada 23,10
	Mediana 21,00
	Mínimo 2
	Máximo 84

Filtro: Reside no Bairro de Belém = 1 (sim).

Fonte: SPSS *Statistics*. Elaboração própria.

Dos residentes no bairro de Belém, 63,3% vivem neste bairro (157) há 24,5 anos, em média (Tabelas 7 e 8).

O perfil dos participantes, em termos de variáveis sociodemográficas, é visível na tabela seguinte. A predominância de nacionalidade entre os inquiridos é a Portuguesa (85,9%) e sem atividades relacionadas com o turismo como fonte de rendimento (83,1%); a maioria é do sexo feminino (60,1%), trabalhadores por conta de outrem (68,5%), e que residem numa vizinhança muito próxima da área turística (63,3%). Quanto ao estado civil, a categoria mais frequente é ser solteiro (49,6%) seguida dos casados (41,1%) e quanto ao rendimento mensal auferido mais frequente é ser de, no mínimo, 1201€ e, no máximo, de 2000€.

Tabela 9: Perfil dos inquiridos

Nacionalidade	Portuguesa	85,9%
	Inglesa	5,2%
	Brasileira	4,0%
	Angolana	2,8%
	Francesa	1,6%
	Belga	0,4%
Género	Feminino	60,1%
	Masculino	39,9%
	Outro	0%
Estado civil	Solteiro/a	49,6%
	Casado/a	41,1%
	Divorciado/a	6,0%
	Viúvo/a	3,2%
Distância	Muito próximo	63,3%
	Mais afastada	36,7%
Fonte de renda	Sim	16,9%
	Não	83,1%
Nível de rendimento	Até 600€	12,5%
	601€ - 1200€	17,3%
	1201€ - 1500€	27,4%
	1501€ - 2000€	28,2%
	2001€ - 3000€	9,7%
	3001€ - 5000€	3,6%
	>= 5001€	1,2%
Ocupação profissional ¹	Trabalhador por conta própria	10,1%
	Trabalhador por conta de outrem	68,5%
	Estudante	11,3%
	Reformado	7,7%
	Desempregado	2,4%

Nota: (1) - Recodificada.

Fonte: SPSS Statistics. Elaboração própria.

5.2 Perfil dos inquiridos relativo aos impactos do turismo

Alguns dos itens dos impactos positivos do turismo foram mal percecionados pelos inquiridos. É o caso do item ‘o turismo traz melhorias nos transportes’ dos impactos económicos e positivos em que metade dos inquiridos atribui um nível de concordância máximo de 3, o ponto médio da escala, o que significa que nem concorda nem discorda (Tabela 10).

Tabela 10: Avaliação dos impactos económicos do turismo

	Mediana	Média	Desvio padrão
Impactos positivos			
IE1.1a- O turismo cria uma variedade de oportunidades de emprego para os residentes	4,000	4,073	0,966
IE1.1b- O turismo traz importantes benefícios económicos para os residentes e a comunidade	4,000	3,976	1,022
IE1.1C- Os negócios locais beneficiam dos turistas	4,000	4,339	0,730
IE1.1d- O turismo traz mais investimento ou melhorias nas infraestruturas (hotéis, estradas, pontes, etc.)	4,000	3,538	0,999
IE1.1e- O turismo traz melhorias nos transportes	3,000	<u>2,753</u>	1,186
Impactos negativos			
IE1.2a- O turismo induz o aumento dos preços dos bens e serviços	5,000	4,500	0,661
IE1.2b- O turismo induz o aumento dos preços dos terrenos e da habitação	5,000	4,524	0,667

Fonte: SPSS Statistics. Elaboração própria.

Relativamente aos impactos sociais positivos, os itens ‘o turismo melhora a qualidade de vida’ e ‘o turismo melhora a qualidade da proteção contra incêndios’ são também mal percecionados (Tabela 11). Enquanto o primeiro é percecionado pior por metade dos inquiridos que atribuem um nível máximo de concordância de 2, o que significa que metade dos inquiridos tendem a discordar dele, o segundo é avaliado um pouco melhor por metade dos inquiridos que se mostram, no máximo, indiferentes em relação a ele (não discordam nem concordam). Dos impactos sociais negativos, só três itens (de sete) foram bem avaliados com uma mediana de 4 (metade dos inquiridos concordam, no máximo).

Tabela 11: Avaliação dos impactos sociais do turismo

	Mediana	Média	Desvio padrão
Impactos positivos:			
IS2.1a- O turismo aumenta a disponibilidade de instalações recreativas	4,000	3,409	0,954
IS2.1b- O turismo aumenta a oferta de entretenimento	4,000	3,839	0,741
IS2.1c- O turismo melhora a qualidade da proteção policial	3,000	3,218	1,003
IS2.1d- O turismo melhora a qualidade da proteção contra incêndios	3,000	<u>2,789</u>	0,892
IS2.1e- O turismo melhora a qualidade de vida	<u>2,000</u>	<u>2,664</u>	1,084
Impactos negativos:			
IS2.2a- O turismo aumenta a criminalidade, roubos ou vandalismo	3,000	3,129	1,310
IS2.2b- O turismo aumenta o crime organizado	3,000	3,024	1,279
IS2.2c- O turismo aumenta o consumo de drogas a dependência	4,000	3,254	1,252
IS2.2d- O turismo aumenta o alcoolismo	4,000	3,364	1,267
IS2.2e- O turismo aumenta o contrabando	4,000	3,302	1,267
IS2.2f- O turismo aumenta a prostituição	3,000	2,996	1,232
IS2.2g- O turismo aumenta a 'permissividade' sexual	3,000	3,093	0,933

Fonte: SPSS Statistics. Elaboração própria.

Relativamente aos impactos culturais do turismo (Tabela 12), destacam-se os seguintes itens:

- Dos impactos positivos, o item ‘O turismo preserva a identidade cultural da população anfitriã’ é o mais mal percecionado em que metade destes sujeitos o avalia no máximo como não concordando nem discordando, ou seja, mostrando-se indiferentes (mediana de 3).
- Os impactos negativos foram mal percecionados por metade destes sujeitos que atribuem no máximo uma discordância de 2 a estes dois itens (‘O turismo incentiva o abandono das tradições culturais locais’ e ‘O turismo encoraja a mudança da aparência pessoal de acordo com a dos visitantes’).

Tabela 12: Avaliação dos impactos culturais do turismo

	Mediana	Média	Desvio padrão
Impactos positivos:			
IC3.1a- O turismo contribui para a preservação de locais/áreas com valor histórico, cultural e estético	4,000	3,968	0,913
IC3.1b- O turismo aumenta a procura por exposições históricas e culturais	4,000	4,379	0,698
IC3.1c- O turismo aumenta o orgulho dos residentes na cultura da comunidade local	4,000	3,870	0,985
IC3.1d- O turismo promove a troca cultural	4,000	3,441	1,049
IC3.1e- O turismo contribui para as atividades tradicionais locais (festividades, música, dança e jogos)	4,000	3,629	1,014
IC3.1f- O turismo preserva a identidade cultural da população anfitriã	3,000	2,903	1,101
IC3.1g- O turismo promove a gastronomia tradicional	5,000	4,312	0,917
Impactos negativos:			
IC3.2a- O turismo incentiva o abandono das tradições culturais locais	2,000	2,113	1,149
IC3.2b- O turismo encoraja a mudança da aparência pessoal de acordo com a dos visitantes	2,000	1,922	1,057

Fonte: SPSS Statistics. Elaboração própria.

Tendo em conta os impactos ambientais e positivos do turismo (Tabela 13), os itens ‘O turismo gera a proteção do meio ambiente e dos ecossistemas (parques nacionais, etc.)’ e ‘O turismo não contribui para o declínio ecológico’ são mal percecionados por estes sujeitos, em que metade deles os avalia como discordando, no máximo.

Tabela 13: Avaliação dos impactos ambientais do turismo

	Mediana	Média	Desvio padrão
Impactos positivos:			
IA4.1a- O turismo gera a proteção do meio ambiente e dos ecossistemas (parques nacionais, etc.)	<u>2,000</u>	<u>2,440</u>	0,902
IA4.1b- O Turismo incentiva a limpeza e higienização de espaços públicos	4,000	3,202	1,117
IA4.1c- O turismo não contribui para o declínio ecológico	<u>2,000</u>	<u>2,415</u>	0,905
Impactos negativos:			
IA4.2a- O turismo traz poluição ambiental	4,000	4,291	0,752
IA4.2b- O turismo produz ruído, lixo e congestionamento	4,000	4,407	0,679
IA4.2c- Atividades turísticas como passeios de barco produzem uma séria poluição da água em lagos, baías e/ou oceanos	4,000	4,319	0,736
IA4.2d- O turismo produz grandes quantidades de resíduos	4,000	4,411	0,685
IA4.2e- Hotéis, companhias aéreas, atrações e outros negócios relacionados com o turismo, que servem os turistas, deitam fora toneladas de lixo por ano	4,000	4,252	0,718
IA4.2f- O lixo deixado pelos turistas destrói a beleza da paisagem	4,000	4,190	0,815

Fonte: SPSS *Statistics*. Elaboração própria.

Em suma, esperam-se alguns sinais trocados aquando da estimação do modelo de regressão.

5.3 Identificação das variáveis Dummies

As variáveis nominais ou tratadas como tal e identificadas no modelo conceptual são as seguintes:

- Distância ou proximidade das residências à zona turística com duas categorias: freguesia de Belém como a mais próxima e outras freguesias como mais distantes;
- Rendimento derivado de atividades do turismo com duas categorias: sim e não;
- Estado civil dos residentes com três categorias: solteiro/a, casado/a e outros;
- Ocupação profissional recodificada em duas categorias: *trabalhador por conta de outrem e outra*, pela posição maioritária que a primeira ocupação ocupa face às demais (170 vs 78, respetivamente).

Cada uma das categorias destas variáveis vai ser transformada em variável binária (0's e 1's) em que 1 significa sucesso e 0 significa insucesso. Estas variáveis são também designadas de *dummies*. Em cada uma das *dummies* referentes à mesma variável nominal, uma das categorias serve de referência e, por isso, é omitida da especificação do modelo.

Tabela 14: Criação de *dummies* para as variáveis categóricas

Distância à área turística

	Etiqueta
D_Distância_1	Proximidade=Não
D_Distância_2	Proximidade=Sim

Fonte Rendimento

	Etiqueta
D_FonteRenda_1	FonteRenda=0
D_FonteRenda_2	Fonte_Renda=1

Estado civil

	Etiqueta
D_Status_1	Estado_Civil=0.0
D_Status_2	Estado_Civil=Solteiro/a
D_Status_3	Estado_Civil=Casado/a

Ocupação profissional

	Etiqueta
D_Ocupação_1	Ocupação_D=Outra
D_Ocupação_2	Ocupação_D=Trabalhador por conta de outrém

Fonte: SPSS Statistics. Elaboração própria.

5.4 Estimações

O *software* SmartPLS, versão 4, foi utilizado para estimar o modelo conceptual. A validação dos critérios de qualidade dos modelos de medida refletivo e formativo antecede a estimação do modelo estrutural. A utilização deste *software* é adequada à estimação de modelos causais para pequenas dimensões amostrais por ser um método não-paramétrico e, por isso mesmo, usa a técnica do *bootstrapping* para estimar erros-padrão, intervalos de confiança, e significâncias (ou *p-values*).

5.4.1 Resultados do modelo de medida: modelo refletivo

A avaliação dos modelos de medida refletiva é realizada com base em: (1) *indicator* ou *outer loadings*, ou correlações dos indicadores (itens) com os seus respetivos construtos; (2) a consistência interna dos construtos, como o coeficiente de *Cronbach's alpha* e *composite reliability* (ρ_b), sendo este último o mais adequado, uma vez que não assume que todos os indicadores sejam igualmente ponderados; (3) a validade convergente de cada construto para explicar a variância dos seus indicadores através da *average variance extracted* (AVE); e (4) a validade discriminante de cada construto, para avaliar se é distinto de outros construtos, utilizando o *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT).

Foram detetados vários problemas, como: (1) baixos valores dos *outer loadings* para alguns itens; (2) um valor inferior a 0,5 da *average variance extracted* (AVE) para o construto Impactos ambientais positivos (IA4.1); e (3) elevados valores para o coeficiente *Variance Inflation Factor* (VIF), que deteta problemas de colinearidade. Valores VIF iguais ou superiores a 5 indicam problemas de colinearidade que resultam em estimativas instáveis. Neste caso, os investigadores devem tomar medidas adequadas para reduzir o nível de colinearidade, como por exemplo, eliminar ou fundir indicadores, ou estabelecer um construto de ordem superior ([Hair et al.,2022](#)). [Fornell e Bookstein \(1982\)](#) sugerem valores abaixo de 3,3 para que não se registem problemas de multicolinearidade.

Posto isto, vários itens foram eliminados das estimativas. As tabelas seguintes mostram que os restantes itens e construtos suportam os critérios de qualidade do modelo refletivo.

Tabela 15: *Outer loadings*, confiabilidade e validade dos construtos

Constructos		Itens	Outer loadings	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_b)	AVE
Impactos Económicos (IE)	Impactos positivos (IE1.1)	IE1.1a	0,892	0,782	0,875	0,702
		IE1.1b	0,895			
		IE1.1c	0,714			
	Impactos negativos (IE1.2)	IE1.2a	0,914	0,873	0,917	0,786
		IE1.2b	0,809			
		IE1.2c	0,932			
Impactos Sociais (IS)	Impactos positivos (IS2.1)	IS2.1c	0,896	0,684	0,862	0,758
		IS2.1d	0,845			
	Impactos negativos (IS2.2)	IS2.2f	0,959	0,787	0,895	0,811
		IS2.2g	0,838			
Impactos Culturais (IC)	Impactos positivos (IC3.1)	IC3.1b	0,785	0,724	0,827	0,545
		IC3.1c	0,790			
		IC3.1e	0,679			
		IC3.1g	0,691			
	Impactos negativos (IC3.2)	IC3.2a	0,786	0,696	0,858	0,753
		IC3.2b	0,942			
Impactos Ambientais (IA)	Impactos positivos (IA4.1)	IA4.1b	1,000	0,881	0,905	0,614
	Impactos negativos (IA4.2)	IA4.2a	0,693			
		IA4.2b	0,787			
		IA4.2c	0,810			
		IA4.2d	0,790			
		IA4.2e	0,785			
		IA4.2f	0,830			
Apego ao lugar (PA)	Dependência (PA1)	PA1e	1,000	0,896	0,935	0,827
	Identidade (PA2)	PA2a	0,896			
		PA2e	0,915			
		PA2f	0,918			
Bem-Estar Subjetivo (BEs)		BEb	0,769	0,821	0,852	0,736
		BEc	0,907			
		BEd	0,892			

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

Recomendam-se valores para os *outer loadings* acima de 0,708. No entanto, indicadores com valores entre 0,4 e 0,708 "devem ser considerados para remoção apenas quando a exclusão do indicador levar a um aumento na confiabilidade da consistência interna ou validade convergente" (Hair et al., 2017, pp. 77, cap 4). Assim, a tabela anterior mostra que as *outer loadings* são iguais ou superiores a 0,693 com validade convergente da variância média extraída (AVE) acima de 0,5.

Para avaliar a consistência interna e a fiabilidade de um construto, utilizam-se os valores de fiabilidade composta (rho_c), enquanto medida para verificar se os indicadores associados ao mesmo construto estão associados entre si. O menor valor de confiabilidade do construto regista-se para os Impactos culturais positivos (0,827), que é acima do limiar mínimo de 0,8 (Hair et al., 2017).

Para analisar a validade discriminante, foi utilizado o critério do *Heterotrait-Monotrait ratio* (HTMT) das correlações dos indicadores entre construtos, visível na tabela seguinte. Este quociente mostra que todos os valores estão abaixo de 0,90 para construtos que são conceptualmente muito semelhantes ou abaixo de 0,85 para construtos mais distintos ([Henseler et al., 2015](#)).

Tabela 16: Validade discriminante - *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) matrix

	BEs	IA4.1	IA4.2	IC3.1	IC3.2	IE1.1	IE1.2	IS2.1	IS2.2	P5	PA1
IA4.1	0,057										
IA4.2	0,107	0,111									
IC3.1	0,233	0,389	0,299								
IC3.2	0,081	0,049	0,210	0,236							
IE1.1	0,268	0,358	0,284	0,640	0,276						
IE1.2	0,084	0,015	0,431	0,281	0,073	0,135					
IS2.1	0,111	0,499	0,174	0,519	0,100	0,358	0,042				
IS2.2	0,129	0,037	0,145	0,131	0,389	0,212	0,221	0,067			
P5	0,158	0,181	0,067	0,100	0,030	0,041	0,041	0,089	0,252		
PA1	0,598	0,146	0,091	0,185	0,036	0,166	0,049	0,117	0,184	0,107	
PA2	0,640	0,043	0,173	0,220	0,093	0,197	0,114	0,282	0,184	0,057	0,663

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

5.4.2 Resultados do modelo de medida: modelo formativo

Os critérios relevantes incluem a colinearidade entre indicadores, as significâncias estatísticas dos *outer weights*, que medem a contribuição de cada item para a variância do construto respetivo. A colinearidade dos indicadores é avaliada pelo *Variance Inflation Factor*, VIF.

Tabela 17: Diagnóstico de colinearidade

	VIF
BEb	1,548
BEc	2,310
BEd	2,154
IA4.1b	1,000
IA4.2a	1,753
IA4.2b	2,207
IA4.2c	2,460
IA4.2d	2,504
IA4.2e	1,547
IA4.2f	2,040
IC3.1b	1,382
IC3.1c	1,580
IC3.1e	1,381
IC3.1g	1,327
IC3.2a	1,398
IC3.2b	1,398
IE1.1a	2,969
IE1.1b	2,872
IE1.1c	1,238

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

Tabela 18: Continuação

	VIF
IE1.2a	2,572
IE1.2b	2,125
IE1.2c	2,426
IS2.1c	1,369
IS2.1d	1,369
IS2.2f	1,726
IS2.2g	1,726
PA1e	1,000
PA2a	2,547
PA2e	2,850
PA2f	2,777

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

A Tabela 18 mostra que não há problemas de multicolinearidade entre os indicadores: todos eles apresentam valores inferiores a 3,3 ([Fornell e Bookstein, 1982](#)).

Tabela 19: Significância e relevância dos *outer weights* e *outer loadings* dos indicadores

Construtos	Indicadores	Outer weights	P values	Outer loadings	P values
BES	Beb	0,299	0,000	0,769	0,000
	Bec	0,431	0,000	0,907	0,000
	BEEd	0,425	0,000	0,892	0,000
IA4.1	IA4.1b	1,000	n/a	1,000	n/a
IA4.2	IA4.2a	0,129	0,476	0,693	0,000
	IA4.2b	0,182	0,158	0,787	0,000
	IA4.2c	0,184	0,104	0,810	0,000
	IA4.2d	0,114	0,491	0,790	0,000
	IA4.2e	0,344	0,179	0,785	0,000
	IA4.2f	0,311	0,116	0,830	0,000
IC3.1	IC3.1b	0,424	0,001	0,785	0,000
	IC3.1c	0,349	0,014	0,790	0,000
	IC3.1e	0,288	0,041	0,679	0,000
	IC3.1g	0,283	0,090	0,691	0,000
IC3.2	IC3.2a	0,397	0,346	0,786	0,000
	IC3.2b	0,730	0,109	0,942	0,000
IE1.1	IE1.1a	0,369	0,000	0,892	0,000
	IE1.1b	0,448	0,000	0,895	0,000
	IE1.1c	0,377	0,003	0,714	0,000
IE1.2	IE1.2a	0,414	0,110	0,914	0,000
	IE1.2b	0,190	0,649	0,809	0,000
	IE1.2c	0,502	0,094	0,932	0,000
IS2.1	IS2.1c	0,626	0,000	0,896	0,000
	IS2.1d	0,519	0,000	0,845	0,000
IS2.2	IS2.2f	0,717	0,002	0,959	0,000
	IS2.2g	0,373	0,100	0,838	0,000
PA1	PAe	1,000	n/a	1,000	n/a
PA2	PA2a	0,341	0,000	0,895	0,000
	PA2e	0,366	0,000	0,915	0,000
	PA2f	0,393	0,000	0,918	0,000

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

Como já foi referido anteriormente, os *p-values* são calculados com base numa abordagem de *bootstrapping*, na qual são geradas 5000 amostras aleatórias a partir da amostra original, o que facilita

a estimação dos erros-padrão a partir dos dados que não dependem de quaisquer pressupostos sobre as suas distribuições (Hair et al., 2014). Na Tabela 19, observa-se que há *outer weights* que não são significativos (é um requisito que os indicadores captem integralmente todo o domínio/conceito de um construto), mas os correspondentes *outer loadings* são significativamente diferentes de zero. Assim, estes indicadores não serão eliminados. Contudo, a remoção de um indicador deve ser feita apenas se tanto os *outer loadings* como os *outer weights* não forem significativos, uma vez que a remoção de um indicador pode pôr em causa a validade de um construto, (Hair et al., (2021), pp. 96, cap.5).

5.4.3 Modelo de medida estrutural

A avaliação do modelo estrutural é feita pela colinearidade entre os construtos preditores, significância e relevância dos coeficientes estimados e poder explicativo do modelo na amostra.

5.4.3.1 Colinearidade entre construtos

Uma vez que os VIF's elevados entre os termos da interação da variável 'proximidade' à zona turística levam a que esta variável não seja considerada como moderadora, mas sim como uma variável potencial de controlo (Tabela 20).

Tabela 20: Efeitos de interação da variável distância e respetivos VIF's

	VIF
D_Distância_2 x IA4.2 -> BEs	5,006
D_Distância_2 x IC3.2 -> BEs	3,597
D_Distância_2 x IS2.2 -> BEs	4,270
D_Distância_2 x IE1.2 -> BEs	4,054
D_Distância_2 x IE1.1 -> BEs	6,179
D_Distância_2 x IS2.1 -> BEs	4,971
D_Distância_2 x IC3.1 -> BEs	6,751
D_Distância_2 x IA4.1 -> BEs	3,495
D_Distância_2 x PA1 -> BEs	5,055
D_Distância_2 x PA2 -> BEs	5,494

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

De acordo com o novo papel da variável Distância, foi obtida a tabela seguinte que revela que não há problemas de multicolinearidade entre os construtos e entre os efeitos de interação da variável 'fonte do rendimento' e a variável dependente (BEs).

Tabela 21: Colinearidade entre construtos

	BEs	PA1	PA2
D_Status_2	2,358		
D_Status_1	1,410		
D_FonteRenda_2	1,430		
IA4.1	3,109	1,207	1,094
IA4.2	1,533	1,280	1,279

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

Tabela 22: Continuação

	BEs	PA1	PA2
IC3.1	2,190	1,534	
IC3.2	1,615	1,164	1,149
IE1.1	1,826	1,437	1,177
IE1.2	1,621	1,286	1,228
IS2.1	1,805	1,320	
IS2.2	1,678	1,214	1,206
Idade	2,597		
D_Ocupação_2	1,221		
PA1	2,091		
PA2	2,036		
D_Distância_2	1,285		
D_FonteRenda_2 x IS2.1	2,005		
D_FonteRenda_2 x IE1.1	1,319		
D_FonteRenda_2 x IS2.2	1,695		
D_FonteRenda_2 x IC3.1	1,793		
D_FonteRenda_2 x IA4.2	1,730		
D_FonteRenda_2 x PA1	1,646		
D_FonteRenda_2 x IC3.2	2,171		
D_FonteRenda_2 x IE1.2	1,622		
D_FonteRenda_2 x IA4.1	2,141		
D_Distância_2 x IA4.1	2,750		

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

5.4.3.2 O poder explicativo do modelo na amostra

O poder explicativo na amostra é analisado através do coeficiente de determinação ajustado (*Adjusted R²*), que é uma medida do poder explicativo do modelo (Shmueli e Koppius, 2011), também referido como poder preditivo na amostra (Rigdon, 2012). Enquanto o *R²* varia de 0 a 1, com valores mais altos indicando um maior poder explicativo, o *adjusted R²* pode ser negativo em certas situações em que a amostra é de pequena dimensão e há muitas variáveis explicativas. Como diretriz geral, valores de *R²* iguais a 0,75, 0,50 e 0,25 podem ser considerados substanciais, moderados e fracos, respetivamente, em muitas disciplinas de ciências sociais (Hair et al., 2011).

Tabela 23: *R²* e *R²* ajustado e respetivas significâncias

	<i>R²</i>	P values	<i>R²</i> ajustado	P values
BEs	0,433	0,000	0,366	0,000
PA1	0,126	0,003	0,096	0,026
PA2	0,195	0,000	0,168	0,001

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

Como se pode ver o coeficiente de determinação relativamente ao construto Bem-Estar Subjetivo tende a ser moderado. Após a correção do valor de *R²* pelo número de variáveis independentes e pela dimensão amostral, concluiu-se que somente 36,6% das variações na variável dependente Bem-Estar Subjetivo são explicadas pelo modelo estimado, mas é significativo; apenas 9,6% e 16,8% das variações nas dimensões do Apego ao lugar, Dependência e Identidade, são

explicadas pelos construtos dos impactos do turismo, respetivamente, que apesar de retratarem ajustamentos fracos são ainda significativos.

5.4.3.3 Os coeficientes estimados e respetivas significâncias

O primeiro comentário a fazer destas estimativas prende-se com os sinais trocados entre algumas delas. Por exemplo, a estimativa dos impactos positivos sociais ser significativa e negativa (-0,375; Sig = 0,000) e a estimativa dos impactos sociais negativos ser significativa e positiva (0,182; Sig = 0,009), o que sugere que os respondentes percecionam alguns dos impactos do turismo considerados na literatura como positivos como se fossem negativos e vice-versa (ver secção 5.2).

Tabela 24: Estimativas e significâncias relativamente aos efeitos de mediação

Variáveis dependentes	Variáveis independentes	Efeitos diretos	P values	Efeitos totais	P values
PA1	IA4.1	0,159	0,026	0,159	0,026
	IA4.2	0,047	0,616	0,047	0,616
	IC3.1	0,136	0,148	0,136	0,148
	IC3.2	-0,034	0,738	-0,034	0,738
	IE1.1	0,116	0,151	0,116	0,151
	IE1.2	-0,041	0,651	-0,041	0,651
	IS2.1	-0,249	0,001	-0,249	0,001
	IS2.2	0,197	0,005	0,197	0,005
PA2	IA4.1	0,074	0,278	0,074	0,278
	IA4.2	0,114	0,202	0,114	0,202
	IC3.1	0,189	0,020	0,189	0,020
	IC3.2	-0,034	0,771	-0,034	0,771
	IE1.1	0,151	0,040	0,151	0,040
	IE1.2	-0,026	0,770	-0,026	0,770
	IS2.1	-0,375	0,000	-0,375	0,000
	IS2.2	0,182	0,009	0,182	0,009
BEs	IA4.1	-0,272	0,004	-0,147	0,179
	IA4.2	0,009	0,923	0,062	0,564
	IC3.1	0,014	0,872	0,121	0,208
	IC3.2	0,077	0,522	0,055	0,747
	IE1.1	0,098	0,167	0,186	0,019
	IE1.2	-0,001	0,985	-0,023	0,825
	IS2.1	-0,009	0,891	-0,213	0,002
	IS2.2	-0,087	0,222	0,037	0,646
	PA1	0,321	0,002	0,321	0,002
	PA2	0,332	0,000	0,332	0,000

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

1. Relativamente à dimensão do Apego ao Lugar e à potencial variável mediadora Dependência ao bairro de Belém (PA1), conclui-se o seguinte:

1.1 Apesar de se registar que os Impactos Ambientais positivos explicam positiva e significativamente a dimensão da Dependência (PA1) ao bairro de Belém ($\hat{\beta}_{IA4.1;PA1} = 0,159$; Sig = 0,026) e de PA1 explicar positivamente e significativamente o Bem-Estar Subjetivo ($\hat{\beta}_{PA1;BEs} = 0,321$; Sig = 0,002), os Impactos Ambientais positivos, IA4.1, explicam

significativamente mas negativamente o Bem-Estar Subjetivo ($\hat{\beta}_{IA4.1;BEs} = -0,272$; Sig = 0,004). Assim, não se verifica esta mediação.

1.2 Os Impactos Sociais positivos, IS2.1, explicam significativamente, mas negativamente quer PA1 ($\hat{\beta}_{IS2.1} = -0,249$; Sig = 0,001) quer o BEs, em termos totais, ($\hat{\beta}_{IS2.1;EF} = -0,213$; Sig = 0,001). Da mesma forma, a presença destes sinais trocados invalida a validação da hipótese de mediação de PA1.

2. Relativamente à dimensão do Apego ao Lugar e à potencial variável mediadora Identidade com o bairro de Belém (PA2), conclui-se o seguinte:

2.1 Os Impactos Económicos positivos, IE1.1, explica significativamente PA2 ($\hat{\beta}_{IE1.1} = 0,151$; Sig = 0,040) e o Bem-Estar Subjetivo em termos de efeito total ($\hat{\beta}_{IE1.1_{ET}} = 0,186$; Sig = 0,019) e PA2 explica significativamente o Bem-Estar Subjetivo ($\hat{\beta}_{PA2} = 0,332$; Sig = 0,000). A mediação é total.

2.2 Os sinais trocados dos Impactos Sociais positivos, IS2.1, quer na Identidade com o lugar ($\hat{\beta}_{IS2.1} = -0,375$; Sig = 0,000) quer com o BEs dos residentes ($\hat{\beta}_{IS2.1_{TE};BEs} = -0,213$; Sig = 0,002) invalida a hipótese de que PA2 seja neste caso mediadora.

Em suma, só a Identidade com o bairro de Belém é uma variável mediadora e a hipótese 5a está validada para o construto Impactos Económicos positivos (IE1.1).

Tabela 25: Estimativas e significâncias relativamente aos efeitos de interação

Variável dependente	Variáveis independentes	Efeitos diretos	P values
BEs	D_Status_1	0,219	0,462
	D_Status_2	-0,088	0,596
	D_FonteRenda_2	-0,067	0,655
	D_Ocupação_2	0,069	0,576
	Idade	0,075	0,432
	D_Distância_2	-0,025	0,859
	D_FonteRenda_2 x IE1.1	0,114	0,622
	D_FonteRenda_2 x IS2.1	0,166	0,367
	D_FonteRenda_2 x IA4.2	-0,062	0,773
	D_FonteRenda_2 x PA1	0,142	0,616
	D_FonteRenda_2 x IA4.1	-0,192	0,411
	D_FonteRenda_2 x IE1.2	0,136	0,509
	D_FonteRenda_2 x IS2.2	0,003	0,987
	D_FonteRenda_2 x IC3.2	0,046	0,857
	D_FonteRenda_2 x IC3.1	0,186	0,355

Fonte: SmartPLS. Elaboração própria.

3. Relativamente à potencial variável moderadora Rendimento auferido de atividades relacionadas com o turismo (FonteRenda) não se registam efeitos de interação significativos, pelo que esta variável não é uma variável moderadora e também não é uma variável de controle dado que não

explica significativamente a variável dependente. Deste modo, as hipóteses 2a, 2b e 2c não são validadas.

4. Quanto à outra potencial variável moderadora, a distância às zonas turísticas (Distância) foi excluída no modelo final devido a problemas de multicolinearidade entre os efeitos de interação e a variável dependente. Assim, as hipóteses 1b e 1c continuam inconclusivas, por não terem sido estudadas, e a hipótese 1a também não é validada.
5. Por outro lado, as variáveis 'estado civil', 'ocupação profissional, e 'idade' dos residentes não são variáveis de controlo por não explicarem significativamente a variável dependente. Consequentemente, a hipótese 3 não está validada.
6. Relativamente aos efeitos positivos e significativos dos benefícios do turismo no BEs dos residentes, conclui-se o seguinte:
 - 6.1 Regista-se um efeito total e significativo do construto Impactos económicos positivos já mencionado ($\hat{\beta}_{IE1.1} = 0,186$; Sig = 0,019) e a hipótese 4a está validada.
 - 6.2.1 Regista-se um efeito total e significativo, mas com o sinal contrário ao esperado nos Impactos sociais positivos já mencionados ($\hat{\beta}_{IS2.1} = -0,213$; Sig = 0,002). O turismo pode ter trazido melhorias em termos de infraestruturas sociais, como instalações recreativas ou eventos culturais, mas os residentes percebem essas melhorias como negativas, devido a efeitos colaterais como superlotação, congestionamento de tráfego e perturbações na vida quotidiana. Esses fatores comprometem a qualidade de vida, fazendo com que os benefícios sociais do turismo, na prática, sejam vistos como custos.
 - 6.2.2 Regista-se um efeito direto significativo do construto Impactos ambientais positivos, mas com o sinal contrário ao esperado ($\hat{\beta}_{IA4.1;BEs} = -0,272$; Sig = 0,004), onde o efeito positivo dos impactos ambientais é percecionado pelos residentes como negativo. Embora o turismo possa incentivar iniciativas de preservação ambiental ou melhorias no espaço público, os residentes interpretam esses impactos como negativos, provavelmente devido a consequências como aumento do lixo, poluição e degradação do espaço natural. Assim, mesmo que haja investimentos em infraestruturas ambientais, como parques ou áreas verdes, o aumento da atividade turística e a pressão sobre o ambiente local fazem com que os residentes sintam que a qualidade ambiental se está a deteriorar.
7. Relativamente aos efeitos negativos e significativos dos custos do turismo no BEs dos residentes, conclui-se que nenhum dos efeitos é significativo; contudo, os efeitos totais associados aos construtos Impactos Ambientais (IA4.2) e Impactos Culturais (IC3.2) têm os

sinais contrários aos esperados ($\hat{\beta}_{IA4.2} = 0,062$; $\hat{\beta}_{IC3.2} = 0,055$); os efeitos dos Impactos Sociais passam de uma estimativa negativa para o efeito direto a positiva para o efeito total; somente para o efeito dos Impactos Económicos há um efeito total estimado com o sinal esperado mas não significativo ($\hat{\beta}_{IE1.2_{TE};BES} = -0,023$; Sig = 0,825). Desta forma se conclui que a hipótese 4a não é validada para nenhum dos Impactos negativos.

De seguida será feita uma síntese da validação das hipóteses de investigação com base nas respetivas estimativas.

Tabela 26: Resumo da validação das hipóteses

Hipóteses	Validação
H1a: Há uma relação significativa e negativa entre a distância mais próxima a que os residentes vivem das zonas mais turísticas e o seu bem-estar subjetivo.	Não validada
H1b: A distância a que os residentes vivem das zonas mais turísticas modera a relação entre as suas perceções dos impactos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.	Inconclusiva: Vif's > 5
H1c: A distância a que os residentes vivem das zonas mais turísticas modera a relação entre as suas perceções dos impactos do turismo e o seu Apego ao lugar.	Inconclusiva: Vif's > 5
H2a: Há uma relação significativa e positiva entre o rendimento auferido de atividades turísticas dos residentes e o seu bem-estar subjetivo.	Não validada
H2b: O rendimento auferido de atividades turísticas dos residentes modera a relação entre as suas perceções dos impactos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.	Não validada
H2c: O rendimento auferido de atividades turísticas dos residentes modera a relação entre as suas perceções ao Apego ao lugar.	Não validada
H3: As variáveis idade, estado civil e ocupação profissional dos residentes de Belém são variáveis de controle no bem-estar subjetivo dos residentes.	Não validada
H4a: Os benefícios (ou custos) do turismo exercem um efeito positivo (ou negativo) nas perceções dos residentes do seu bem-estar subjetivo.	- Validada para os Impactos Económicos positivos - Não validada para os outros impactos do turismo.
H4b: Os benefícios (ou custos) do turismo exercem um efeito positivo (ou negativo) nas perceções dos residentes ao seu apego ao lugar.	- Validada para PA1: $\left[\begin{matrix} \hat{\beta}_{IA4.1} = 0,159 \\ \text{Sig} = 0,026 \end{matrix} \right]$ - Validada para PA2: $\left[\begin{matrix} \hat{\beta}_{IC3.1} = 0,189 \\ \text{Sig} = 0,020 \end{matrix} \right]; \left[\begin{matrix} \hat{\beta}_{IE1.1} = 0,151 \\ \text{Sig} = 0,040 \end{matrix} \right]$ - Não validada para os outros impactos do turismo.
H5a: O apego ao lugar (<i>place attachment</i>) dos residentes é mediador na relação entre as perceções dos residentes sobre os efeitos do turismo e o seu bem-estar subjetivo.	Validada para PA2 e IE1.1
H5b: O apego ao lugar dos residentes ao bairro/lugar onde vivem tem um impacto positivo e significativo no seu bem-estar subjetivo.	Validada para PA1: $\left[\begin{matrix} \hat{\beta}_{PA1;BES} = 0,321 \\ \text{Sig} = 0,002 \end{matrix} \right]$ Validada para PA2: $\left[\begin{matrix} \hat{\beta}_{PA1;BES} = 0,321 \\ \text{Sig} = 0,002 \end{matrix} \right]$

Fonte: Elaboração própria.

5.5 Discussão de resultados

Primeiramente, apesar de se ter verificado uma relação negativa ela não é significativa entre a proximidade das zonas turísticas e o bem-estar subjetivo dos residentes. Embora [Postma e Schmuecker \(2017\)](#) e [Han et al. \(2017\)](#) sugiram que residentes próximos a áreas turísticas possam ter percepções mais desfavoráveis do impacto do turismo, a análise dos dados revelou que essa relação não é significativa e, assim, H1a não foi validada. Também não se confirmou que a distância das zonas turísticas modere a relação entre as percepções dos impactos do turismo e o bem-estar subjetivo, dado que alguns valores do VIF são superiores 3,3 sugerindo potenciais problemas de multicolinearidade e outros valores do VIF são superiores a 5, o que conduziu à eliminação dos termos de interação e impossibilitou uma conclusão sobre a moderação proposta.

Também não se verificou que o rendimento derivado de atividades turísticas seja uma variável moderadora na relação entre as percepções dos impactos e o bem-estar subjetivo (H2b) e na relação entre as percepções dos impactos do turismo e as percepções do Apego ao lugar (H2c). De acordo com [Jurowski e Gursoy \(2004\)](#), os benefícios tangíveis das atividades turísticas podem promover percepções mais positivas, mas a análise não encontrou evidências para essa moderação. O rendimento derivado do turismo não explica significativamente a variável dependente e H2a não foi validada.

Não foi validada a hipótese H3 no que respeita à idade dos residentes ser uma variável de controle por influenciar o seu bem-estar subjetivo. [Charag et al. \(2021\)](#) sugerem que, com o aumento da idade, pode aumentar a consciência dos impactos sociais, o que deveria influenciar os níveis de bem-estar. No entanto, essa hipótese não se concretizou nos resultados empíricos, possivelmente porque a dispersão das idades pode não ter sido substancial para identificar um padrão claro de influência da idade sobre o bem-estar subjetivo.

Ainda quanto à hipótese H3 que procurava identificar diferenças no bem-estar subjetivo com base no estado civil, a análise dos dados não provou a existência de tais diferenças. Enquanto Williams e Lawson (citados em [Charag et al., 2021](#)) encontraram diferenças significativas entre casados e solteiros, Long e Kayat (citados em [Charag et al., 2021](#)) não observaram tal diferença. Os dados deste estudo estão assim alinhados com a literatura que sugere que o estado civil não é um fator determinante na explicação do bem-estar subjetivo.

Por fim, a hipótese H3, que considerava a ocupação profissional ser uma variável influente no bem-estar subjetivo, também não foi validada. A literatura sugere que a ocupação profissional pode influenciar o bem-estar e a satisfação no trabalho devido à complexidade e exigência das algumas ocupações ([Bernerth e Aguinis, 2016](#); [Evetts, 2014](#)).

A hipótese H4a foi validada, com um efeito positivo e significativo dos benefícios do turismo nas percepções de bem-estar dos residentes para os Impactos Económicos ($\hat{\beta}_{IE1.1;ET} = 0,186$; Sig = 0,019). Este resultado está alinhado com as descobertas de [Cheng e Zhang \(2020\)](#) e [Jaafar et al. \(2015\)](#), que destacam que o turismo pode trazer melhorias na qualidade de vida e satisfação dos residentes.

A hipótese H4b foi validada pelo efeito positivo dos Impactos Ambientais a explicar significativamente PA1; é também validada quanto aos efeitos positivos dos Impactos Culturais e dos Impactos Económicos explicarem significativamente PA2.

A hipótese H5a só foi validada para o construto PA2 por via dos Impactos Económicos positivos, mostrando que a dimensão Identidade do Apego ao lugar é mediadora na relação entre as percepções dos residentes sobre os efeitos do turismo e o seu bem-estar subjetivo, estando em conformidade com as descobertas de [Dwyer e Chen \(2019\)](#), que afirmam que um forte vínculo com o local pode amplificar a percepção positiva dos benefícios turísticos e mitigar os impactos negativos.

Por último, a hipótese H5b foi validada quer para PA1 quer para PA2 a explicarem positiva e significativamente o BEs dos residentes. Estudos anteriores como os de [Zhang e Xu \(2019\)](#) e [Hu et al. \(2019\)](#) certificam essa relação, indicando que uma ligação mais forte ao lugar onde residem pode aumentar a sua satisfação com a vida em geral.

Os resultados obtidos fornecem *insights* valiosos sobre a complexa relação entre turismo e bem-estar subjetivo. Enquanto algumas hipóteses foram confirmadas, outras foram inconclusivas ou parcialmente validadas, e outras não foram validadas, sugerindo que a tipificação de alguns indicadores nos impactos positivos e negativos deve ser revista apesar da influência do turismo no bem-estar ser multifacetada e poder depender de vários fatores contextuais e individuais.

6. Conclusão

A presente investigação sobre os impactos do turismo no bem-estar subjetivo dos residentes de Belém teve como objetivo principal compreender como o turismo afeta a qualidade de vida dos residentes locais. O estudo evidenciou a complexa relação entre o turismo e o bem-estar subjetivo dos residentes de Belém e os resultados destacam a importância de um planeamento turístico mais equilibrado que maximize os benefícios e minimize os custos do turismo. Ao dar voz às percepções dos residentes, esta pesquisa contribui para o desenvolvimento de políticas mais sensíveis e sustentáveis, promovendo um turismo que beneficie tanto os visitantes como as comunidades locais.

Contribuições teóricas

Este estudo contribui para a literatura sobre turismo e bem-estar ao fornecer uma análise empírica detalhada dos impactos do turismo numa área urbana específica. A validação parcial de várias hipóteses, como as que envolvem os efeitos económicos e sociais do turismo, sugere que os efeitos do turismo são mais complexos do que, frequentemente, é descrito na literatura. Consequentemente, devem ser identificados, teoricamente, quais os itens associados quer a impactos positivos quer negativos, devido ao turismo em cada uma das quatro áreas: económica, social, cultural e ambiental.

As descobertas relativas ao apego ao lugar oferecem uma nova perspetiva sobre como as relações emocionais e cognitivas dos residentes com o seu meio-ambiente, podem mediar as percepções dos impactos turísticos nas percepções do bem-estar subjetivo.

Implicações para a gestão empresarial

Os resultados sugerem que as políticas de gestão turística devem equilibrar os benefícios económicos com os custos sociais, culturais e ambientais, garantindo que os residentes locais não sejam prejudicados pela pressão gerada pelo turismo. Por outro lado, as autoridades devem prestar atenção especial ao apego ao lugar, promovendo iniciativas que fortaleçam a identidade local e mitiguem os impactos negativos do turismo.

Limitações e sugestões para pesquisas futuras

Uma das principais limitações deste estudo reside no tamanho da amostra, particularmente no que diz respeito à representatividade de diferentes faixas etárias e perfis socioeconómicos. O período temporal em que o estudo foi realizado pode ter influenciado os resultados, uma vez que foi conduzido durante uma época de elevado fluxo turístico. Este fator pode ter agravado as percepções dos residentes sobre os impactos do turismo, tanto positivos quanto negativos.

Para se obter uma visão mais equilibrada das percepções dos residentes, seria recomendável que futuros estudos dividissem a recolha de dados entre duas épocas distintas do ano: uma durante a alta temporada turística e outra durante a baixa temporada. Esta abordagem permitiria comparar as percepções dos residentes em diferentes épocas do ano e fornecer uma compreensão mais precisa dos impactos do turismo ao longo do ano.

Pesquisas futuras devem tentar obter amostras de maiores dimensões e mais diversificadas para que se possam identificar maiores variações nas características sociodemográficas e replicar este estudo de modo a detetar o maior número de relações mais complexas entre variáveis, como a ocupação profissional e a idade medida em níveis etários, para compreender melhor as dinâmicas subjacentes à percepção do bem-estar subjetivo em contextos turísticos. Espera-se que as implicações desses resultados sejam importantes para a formulação de políticas e práticas de turismo mais equilibradas e sensíveis às necessidades e percepções dos residentes.

7. Referências Bibliográficas

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2010). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- App, J. (1990). Residents' Perceptions Research on the Social Impacts of Tourism'. *Research Notes and Reports*, 611.
- Antunes, C. (2019, novembro). Portugal é o melhor destino do mundo e ganha 13 'óscares' de turismo. *Expresso*. <https://expresso.pt/economia/2019-11-28-Portugal-e-o-melhor-destino-do-mundo-e-ganha-13-oscares-de-turismo>
- Bernerth, J. B., & Aguinis, H. (2016). A critical review and best-practice recommendations for control variable usage. *Personnel Psychology*, 69(1), 229-283. <https://doi.org/10.1111/peps.12103>
- Bricker, K.S., & Kerstetter, D.L. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists. *Leis. Sci.* 22, 233-257.
- Brida, G.J., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: a case study of the small rural community of Folgaria (Trentino-Italy). *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 18 No. 3, 359-385, Doi: <http://dx.doi.org/10.1108/14635771111137769>
- Bujosa Bestard, A., & Rosselló Nadal, J. (2007). Attitudes toward tourism and tourism congestion. *Région et Développement*, 25, 193-207.
- Camarneiro, J. F. F. (2019). Tourism impacts in the eyes of locals: Evidence from Porto. *Universidade do porto*. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/141171/2/353169.pdf>
- Charag, A. H., Fazili, A. I., & Bashir, I. (2021). Residents' perception towards tourism impacts Kashmir. *International Journal of Tourism Cities*, 7(3), 741-766. Emerald Publishing Limited. ISSN 2056-5607. Doi: <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2019-0202>
- Chen, J. S. (2000). An Investigation of urban residents' loyalty to tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24, 5-19. <https://doi.org/10.1177/109634800002400101>.

- Chen, N.C., & Dwyer, L. (2018). Residents' place satisfaction and place attachment on destination brand-building behaviors: Conceptual and empirical differentiation. *J. Travel Res.* 57, 1026–1041.
- Cheng, J., & Xu, F. (2021). Benefit-sharing and residents' subjective well-being in rural tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100-538. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100538>
- Cheng, Y., Wei, W. & Zhang, L. (2020). Seeing destinations through vlogs: implications for leveraging customer engagement behavior to increase travel intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 32 No. 10, pp. 3227-3248. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0319>
- Chin, W. (1998). Issues and opinion on structural equation modelling. *MIS Quarterly*, 22(1), VII-XVI.
- Costa, T., Umbelino, J., de Lurdes Calisto, M., Nunes, S. & Afonso, V. (2020). Impacts of Tourism and Residents' Perceptions: A Study in the Regional Tourism Area of Lisbon. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 10(1) 28-40. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0003>
- Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R.E. (2010). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. In *Handbook of Positive Psychology*; Snyder, C.R., Lopez, S.J., Eds.; Oxford University Press: New York, NY, USA, 2002.
- Duffy, B., Smith, K., Terhanian, G., & Bremer, J. (2005). Comparing data from online and face-to-face surveys. *International Journal of Market Research*, 47(6), 615–639. <https://doi.org/10.1177/147078530504700602>
- Dwyer, L., Chen, N. C., & Lee, J. J. (2019). The role of place attachment in tourism research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 645-652. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1612824>
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of tourism research*, 35(4), 1032-1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>
- Evan, J. J., & Christine, A. V. (2017) Residents' Perceptions of Stress Related to Cruise Tourism Development, *Tourism Planning and Development*, 14:4, 527-547, <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1287123>
- Evetts, J. (2014). The Concept of Professionalism: Professional Work, Professional Practice and Learning. In: Billett, S., Harteis, C., Gruber, H. (eds) *International Handbook of Research in Professional and Practice-based Learning*. <https://doi.org/10.1007/978-94-017-8902-8>

- Fornell, C., & Bookstein, F. (1982). Two Structural Equation Models: LISREL and PLS Applied to Consumer Exit-Voice Theory. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 19(4), 440-452. <https://doi.org/10.1177/002224378201900406>
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981), Structural equation models with unobservable variables and measurement error: algebra and statistics, *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)000287](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)000287)
- Hair et al. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling using R*. ISBN 978-3-030-80518-0. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Gudergan, S. P., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M. & Sarstedt, M., (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. 3rd ed., Thousand Oaks: Sage.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., e Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory*, 19(2): 139-151. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Han, J., Wang, W., Zheng, C., & Zhang, J. (2017). Host perceptions of music festival impacts: Time and space matter? *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1156–1168. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1374986>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Holbrook, A. L., Green, M. C., & Krosnick, J. A. (2003). Telephone versus face-to-face interviewing of national probability samples with long questionnaires. *Public Opinion Quarterly*, 67(1), 79–125. <https://doi.org/10.1086/346010>

- Hu, B., Tuou, Y., & Liu, J. (2019). How Does Destination Social Responsibility Impact Residents' Pro-Tourism Behaviors? The Mediating Role of Place Attachment. *Sustainability*, 11, 3373. <https://doi.org/10.3390/su11123373>
- Jaafar, M., Bakri, N. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Local community and tourism development: A study of rural mountainous destinations. *Modern Applied Science*, 9(8), 407-416. <https://doi.org/10.5539/mas.v9n8p407>
- Jafari, J. (2001). *Encyclopedia of Tourism*. Edited by Jafar Jafari, 1st Edition, Routledge, London. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203195673>
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296–312. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005>
- Kim, K. (2002). The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community. Unpublished doctoral dissertation, Virginia Tech, Blacksburg, VA
- Kim, K., & Uysal, M. (2015). The impacts of tourism development on residents' quality of life. *Tourism Management*, 46, 123-134.
- Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. *Environ. Behav.* 37, 153–177.
- Lefever, S., Dal, M., & Matthíasdóttir, Á. (2007). Online data collection in academic research: Advantages and limitations. *British Journal of Educational Technology*, 38(4), 574–582. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2006.00638.x>
- Lewicka, M. (2011). On the varieties of people's relationships with places: Hummon's typology revisited. *Environ. Behav.* 43, 676–709.
- Lindberg, K., Andersson, T.D., & Dellaert, B.G.C. (2021). Understanding effects of tourism on residents: A contingent subjective well-being approach. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1041-1055.
- Loureiro, S. M. C., & Sarmiento, E. M. (2018). Place attachment and tourist engagement of major visitor attractions in Lisbon. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25(2), 129-147. <https://doi.org/10.1108/JTA-03-2018-0001>
- McDowall, S., & Choi, Y. (2010). A Comparative Analysis of Thailand Residents' Perception of Tourism's Impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 36-55. <https://doi.org/10.1080/15280080903520576>
- Moore, S., & Diener, E. (2019). Types of subjective well-being and their associations with relationship outcomes. *J. Posit. Sch. Psychol.* 3, 112–118.

- ONU Turismo. Aproximando o mundo. AGÊNCIA ESPECIALIZADA DAS NAÇÕES UNIDAS: Turismo urbano. Desenvolvimento de Produtos. Turismo urbano (unwto.org).
- Page, S.J., Brunt, P., Busby, G., & Connell, J. (2001). *Tourism: A modern synthesis*. London: Thomson Learning.
- Perdue, R. R., Long, P.T., & Allen, L. (2020). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599
- Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12. <https://doi.org/10.1177/004728757801600402>
- Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: Conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144-156. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>
- Rigdon, E. (2012). Rethinking Partial Least Squares Path Modeling: In Praise of Simple Methods. *Long Range Planning* 45(s 5-6): 341 – 358. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.09.010>
- Shmueli, G., & Koppius, O. (2011). Predictive Analytics in Information Systems Research, *MIS Quarterly*, (35: 3) pp.553-572.
- Türker, N., & Öztürk, Y. (2013). Perceptions of residents towards the impacts of tourism in the Küre Mountains National Park, Turkey. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 20(2), 119-133. <https://doi.org/10.1080/13504509.2013.765190>
- Waterman, A.S. (1993). Two conceptions of Happiness: Contrasts of personal expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment. *J. Personal. Soc. Psychol.* 64, 678–691.
- Williams, D.R., & Roggenbuck, J.W. (1993). Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results. In *Proceedings of the Session on Outdoor Planning and Management NRPA Symposium on Leisure Research*, San Antonio, TX, USA, 20–22.
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modelling. *Tourism Management*, 22, 363-372. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5).
- Zhang, H., & Li, W. (2022). Where You Live Does Matter: Impact of Residents' on their Subjective Well-Being'. *Sustainability*, 14, 16106. <https://doi.org/10.3390/su142316106>.

- Zhang, H., & Xu, H. (2019). Impact of destination psychological ownership on residents' place citizenship behavior. *J. Destin. Mark. Manag.* 14, 1–15.
- Zhang, J., & Zhang, H. (2019). Research on the effect of tourism impact perception on the subjective well-being. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(3), 412-429.
- Evetts, J., (2014). The Concept of Professionalism: Professional Work, Professional Practice and Learning. In: Billett, S., Harteis, C., Gruber, H. (eds) *International Handbook of Research in Professional and Practice-based Learning*. <https://doi.org/10.1007/978-94-017-8902-8>

8. Anexos

Anexo A: Questionário em português

IMPACTO DO TURISMO NO BEM-ESTAR SUBJETIVO DOS RESIDENTES

Obrigado por considerar contribuir para a minha pesquisa sobre o Bem-Estar Subjetivo dos residentes no bairro de Belém em relação às perceções dos impactos do turismo neste bairro. Sou o João Moreira, estudante de mestrado em *Business Analytics* na ISCTE-Business School, Instituto Universitário de Lisboa.

A sua participação neste breve questionário fornecerá informações valiosas para a minha tese. As suas respostas permanecerão anónimas e serão utilizadas apenas para fins académicos.

I. CARACTERIZAÇÃO PESSOAL

1. Reside no Bairro de Belém?

- Sim (saltar para a pergunta 3) ☐
- Não ☐

2. Reside no Bairro do Restelo ou Ajuda?

- Sim ☐
- Não ☐

3. Qual a sua nacionalidade? _____

4. Vive no Bairro de Belém a menos de 1 ano?

- Sim (terminar questionário) ☐
- Não ☐

5. Há quanto tempo vive neste Bairro? _____

6. Género:

- Feminino ☐
- Masculino ☐
- Outro ☐

7. Idade: _____

8. Estado civil:

- Solteiro/a ☐
- Casado/a (união de facto) ☐
- Divorciado/a (separado/a) ☐
- Viúvo/a ☐

9. A que distância fica a sua residência da área turística?

- Muito próxima da zona turística ☐
- Mais afastada ☐

10. O seu rendimento provém de atividades relacionadas com o turismo?

- Sim ☐
- Não ☐

11. Qual o nível do seu rendimento mensal líquido?

- Até 600€ ☐
- 601€ - 1200€ ☐
- 1201€ - 1500€ ☐
- 1501€ - 2000€ ☐
- 2001€ - 3000€ ☐
- 3001€ - 5000€ ☐
- >= 5001€ ☐

12. Qual a sua ocupação profissional?

- Trabalhador por conta própria ☐
- Trabalhador por conta própria e estudante ☐
- Trabalhador por conta de outrem ☐
- Trabalhador por conta de outrem e estudante ☐
- Estudante ☐
- Reformado/pensionista ☐
- Reformado / pensionista e estudante ☐
- Desempregado ☐
- Desempregado e estudante ☐

II. IMPACTOS DO TURISMO

Cada um dos itens identificados nesta secção expressa concordância | discordância com cada uma das seguintes frases de 1 a 5.

1.1 IMPACTOS ECONÓMICOS

1.1.1	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo cria uma variedade de oportunidades de emprego para os residentes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo traz importantes benefícios económicos para os residentes e a comunidade	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Os negócios locais beneficiam dos turistas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Turismo traz mais investimento ou melhorias nas infraestruturas (hotéis, estradas, pontes, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo traz melhorias nos transportes	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.1.2	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo induz o aumento dos preços dos bens e serviços	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo induz o aumento dos preços dos terrenos e da habitação	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo faz aumentar o custo de vida	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.2 IMPACTOS SOCIAIS

1.2.1	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo aumenta a disponibilidade de instalações recreativas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo aumenta a oferta de entretenimento	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo melhora a qualidade da proteção policial	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo melhora a qualidade da proteção contra incêndios	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo melhora a qualidade de vida	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.2.2 O Turismo aumenta a/o ...	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
Criminalidade, roubos ou vandalismo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Crime organizado	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Consumo de drogas a dependência	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Alcoolismo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Contrabando	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Prostituição	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Permissividade sexual	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.3 IMPACTOS CULTURAIS

1.3.1	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo contribui para a preservação de locais/áreas com valor histórico, cultural e estético.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo aumenta a procura por exposições históricas e culturais.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo aumenta o orgulho dos residentes na cultura da comunidade local.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo promove a troca cultural	☐	☐	☐	☐	☐	☐

O turismo contribui para as atividades tradicionais locais (festividades, música, dança e jogos)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo preserva a identidade cultural da população anfitriã	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo promove a gastronomia tradicional	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.3.2	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo incentiva o abandono das tradições culturais locais	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo encoraja a mudança da aparência pessoal de acordo com a dos visitantes	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.4 IMPACTOS AMBIENTAIS

1.4.1	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo gera a proteção do meio ambiente e dos ecossistemas (parques nacionais etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Turismo incentiva a limpeza e higienização de espaços públicos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo não contribui para o declínio ecológico	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.4.2	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
O turismo traz poluição ambiental	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo produz ruído, lixo e congestionamento	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Atividades turísticas como passeios de barco produzem uma séria poluição da água em lagos, baías e/ou oceanos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo produz grandes quantidades de resíduos	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hotéis, companhias aéreas, atrações e outros negócios relacionados com o turismo, que servem os turistas, deitam fora toneladas de lixo por ano	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O lixo deixado pelos turistas destrói a beleza da paisagem	☐	☐	☐	☐	☐	☐

III. APEGO AO LUGAR

De acordo com a seguinte escala, expresse a sua concordância a cada uma das frases identificadas nas seções 2.1 e 2.2.

2.1	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Discordo parcialmente	4 Nem concordo nem discordo	5 Concordo parcialmente	6 Concordo	7 Concordo totalmente	10 Não aplicável
Belém é o melhor lugar para o que eu gosto de fazer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nenhum outro lugar pode ser comparado ao bairro de Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fazer o que eu faço no bairro de Belém é mais importante para mim do que fazê-lo em qualquer outro lugar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Eu não substituiria nenhuma outra área para fazer o tipo de coisas que faço no bairro de Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Eu não gostaria de fazer as coisas que faço aqui em nenhum outro lugar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2.2	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Discordo parcialment e	4 Nem concordo nem discordo	5 Concordo parcialmente	6 Concordo	7 Concordo totalmente	10 Não aplicável
Sinto que o bairro de Belém faz parte de mim	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O bairro de Belém é muito especial para mim	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Identifico-me fortemente com o bairro de Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tenho um grande apego ao bairro de Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Viver no bairro de Belém diz muito sobre quem eu sou	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
O bairro de Belém significa muito para mim	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

IV. BEM-ESTAR

De acordo com a seguinte escala, expresse a sua concordância | discordância a cada uma das frases identificadas.

	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Não aplicável
Em muitos aspetos, a minha vida no bairro de Belém está próxima do que idealizei	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Estou satisfeito/a com minha vida no bairro de Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Até agora, no bairro de Belém, consegui as coisas importantes que quero para a vida	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Se eu pudesse viver a minha vida de novo no bairro de Belém não mudaria quase nada	☐	☐	☐	☐	☐	☐

MUITO OBRIGADA PELO SEU TEMPO!

Anexo B: Questionnaire in English

SUBJECTIVE WELL-BEING OF THE RESIDENTS APPLIED TO THE PERCEPTIONS OF THE IMPACTS OF TOURISM IN BELÉM

Thank you for considering contributing to my research on Subjective Well-Being of the residents applied to the perceptions of the impacts of tourism in Belém. I am João Moreira, a master's student in Business Analytics at ISCTE-Business School, University Institute of Lisbon.

Your participation in this brief survey will provide valuable insights for my thesis. Please, know that your responses will remain anonymous and be used solely for academic purposes.

I. PERSONAL CHARACTERIZATION

1. Do you live in the Belém neighborhood?

- No ☐
- Yes ☐

2. Do you live in Restelo or Ajuda neighborhoods?

- No ☐
- Yes ☐

3. What is your nationality? _____

4. Do you live here for less than 1 year?

- Yes (Survey stops here) ☐
- No ☐

5. How long have you been living here? _____

6. Gender:

- Female ☐
- Male ☐
- Other ☐

7. Age: _____

8. Marital status:

- Single ☐
- Married | living together ☐
- Divorced | separated ☐
- Widower | Widow ☐

9. How far is your residence from the tourist area?

- Very close ☐
- Further away ☐

10. Is your income, partially or totally, derived from touristic activities?

- It is partially derived from ☐
- It is totally derived from ☐
- No. It is not derived from ☐

11. What is the level of the net Monthly income of your household?

- Up to 600€ ☐
- 601€ - 1200€ ☐
- 1201€ - 1500€ ☐
- 1501€ - 2000€ ☐
- 2001€ - 3000€ ☐
- 3001€ - 5000€ ☐
- >= 5001€ ☐

12. What is your professional occupation?

- Self-employed ☐
- Self-employed and student ☐
- Employee ☐
- Employee and student ☐
- Student ☐
- Retired/pensioner ☐
- Retired/pensioner and student ☐
- Unemployed ☐
- Unemployed and student ☐

II. TURISM IMPACTS

Each of the identified items identified in this section are measured in an ordinal scale of agreement from 1 to 5 (1-totally disagree; 2- disagree; 3- neither agree nor disagree; 4- agree; 5- totally agree).

1.1 ECONOMIC IMPACTS

1.1.1	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor disagree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism creates employment opportunities for community residents	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism brings important economic benefits for residents and the community	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Local businesses benefit from tourists	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism brings more investments or improvements in infrastructure (hotels, roads, bridges, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism brings improvements in transportation	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.1.2	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism increases the prices of goods and services	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases the price of land and housing	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases the cost of living	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.2 SOCIAL IMPACTS

1.2.1	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism increases availability of recreational facilities	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases availability of entertainment	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism improves quality of police protection	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism improves quality of fire protection	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism improves quality of life	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.2.2	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism increases Crime, robberies, vandalism	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases organized crime	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases drug use and addiction	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases alcoholism	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases smuggling	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases prostitution	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases sexual permissiveness	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.3 CULTURAL IMPACTS

1.3.1	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism contributes to the preservation of sites/areas with historical, cultural, and aesthetic value	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism increases demand for historical and cultural exhibits	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism has increased the pride of residents in the local community culture	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism promotes cultural exchange	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism contributes to the traditional local activities (festivities, music, dance, and games)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Tourism preserves cultural identity of host population	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism promotes traditional cuisine	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.3.2	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism encourages the abandonment of local cultural traditions	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism encourages residents to imitate the behaviour of tourists and to abandon cultural traditions	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.4 ENVIRONMENTAL IMPACTS

1.4.1	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism contributes to preservation of the environment and ecosystems (national parks, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism contributes to cleaning and hygiene of public spaces	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism does not contribute to ecological decline	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.4.2	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Neither agree nor agree	4 Agree	5 Totally agree	10 Not applicable
Tourism brings environmental pollution	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism produces noise, littering, and congestion	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourist activities like boating produce serious water pollution in lakes, bays, or the ocean	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourism produces large quantities of waste products	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hotels, airlines, attractions, and other related tourism businesses that serve tourists throw away tons of garbage a year	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tourists' littering destroys the beauty of the landscape	☐	☐	☐	☐	☐	☐

III. Place attachment

According to the following ordinal scale, express your agreement with each of the sentences of sections 2.1 and 2.2:

	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Partially disagree	4 Neither agree nor agree	5 Partially agree	6 Agree	7 Totally agree	10 Not applicable
The neighbourhood of Belém is the best place for what I like to do	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
No other place can compare to the neighbourhood of Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Doing what I do at the neighbourhood of Belém is more important to me than doing it in any other place	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I wouldn't substitute any other area for doing the type of things I do at the neighbourhood of Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
The things I do at Belém would not enjoy doing just as much at other cities	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	1 Totally disagree	2 Disagree	3 Partially disagree	4 Neither agree nor agree	5 Partially agree	6 Agree	7 Totally agree	10 Not applicable
I feel the neighbourhood of Belém is a part of me	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
The neighbourhood of Belém is very special to me	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I identify strongly with the neighbourhood of Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I am very attached to the neighbourhood of Belém	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Visiting the neighbourhood of Belém says a lot about who I am	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
The neighbourhood of Belém means a lot to me	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

IV. SUBJECTIVE WELL-BEING

Each of the identified items identified in this section are measured in an ordinal scale of agreement from 1 to 5 (1-totally disagree; 2- disagree; 3- neither agree nor disagree; 4- agree; 5- totally agree)

	1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente	10 Not applicable
In most ways my life is close to my idea	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I am satisfied with my life	☐	☐	☐	☐	☐	☐
So far I have gotten the important things I want in life	☐	☐	☐	☐	☐	☐
If I could live my life over, I would change almost nothing	☐	☐	☐	☐	☐	☐

THANK YOU FOR YOUR TIME!