



## CRP0469 - ANÁLISE ESTRUTURAL DO TURISMO

# O turista quem é?

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Karina Toledo Solha



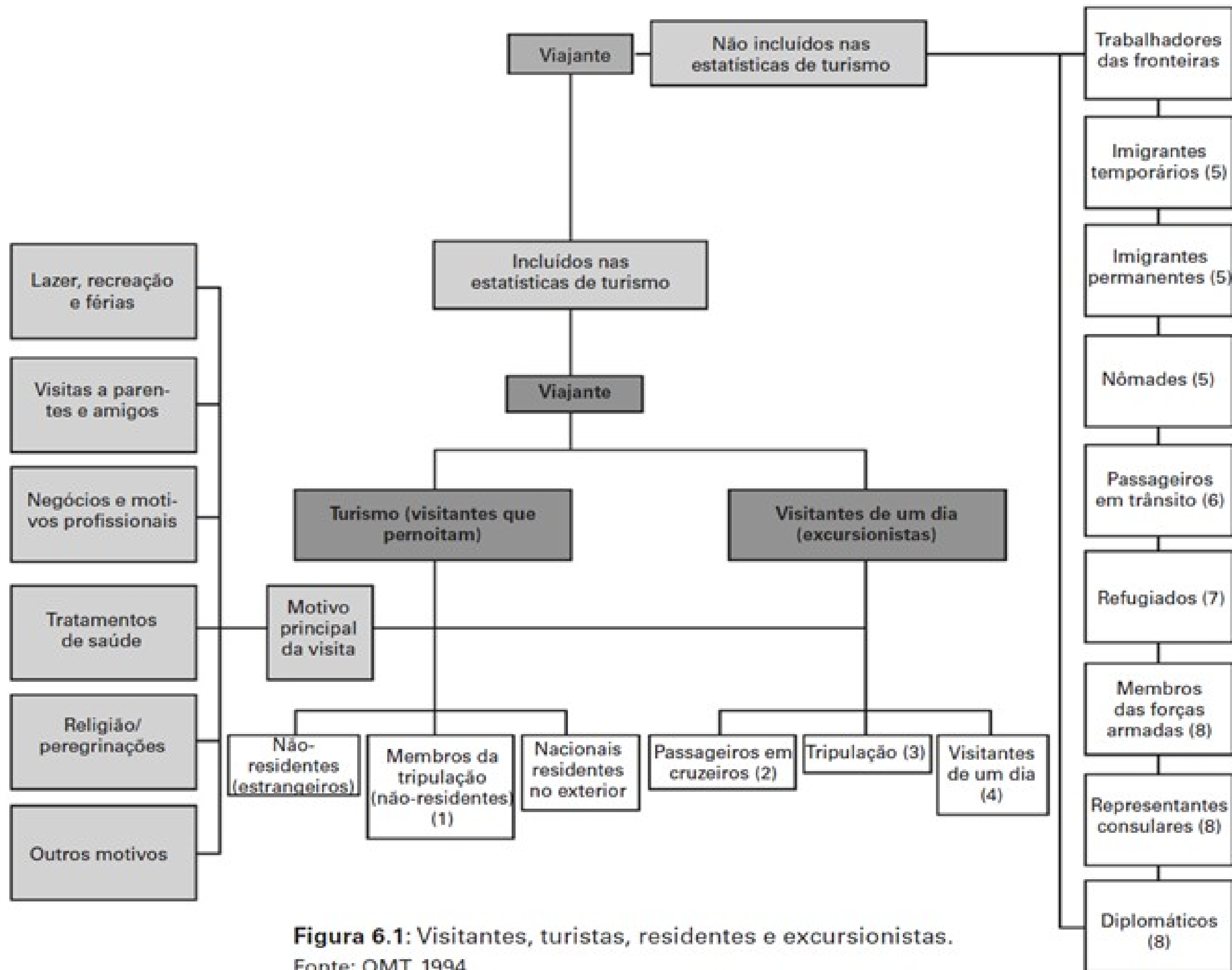


O que nós sabemos?



AS MOTIVAÇÕES  
AS TIPOLOGIAS  
OS DESAFIOS...





**Figura 6.1:** Visitantes, turistas, residentes e excursionistas.  
 Fonte: OMT, 1994.

# Viajar é...

Descansar, refazer-se  
Compensar e integrar-se  
socialmente  
Fugir  
Comunicar-se  
Alargar o próprio horizonte  
Ser livre e independente  
Descobrir a si mesmo  
Ser feliz...

**KRIPPENDORF, 2003**





# Ou seja...

A viagem é motivada pelo desejo de deixar alguma coisa;

As motivações e os comportamentos dos viajantes são fortemente centrados no ego.





# AS MOTIVAÇÕES E OS COMPORTAMENTOS

QUANDO SAÍMOS DE FÉRIAS, O  
COTIDIANO NOS ACOMPANHA, ELE É  
NOSSO COMPANHEIRO DE VIAGEM;  
(ESTILO DE VIDA)

LONGE DE CASA, O TURISTA  
SENTE-SE ENFIM, LIVRE

A PROCURA DA CONFIRMAÇÃO DA  
IDEIA QUE ELE FORMOU SOBRE  
SUAS FÉRIAS.





# Motivo de caricaturas...



- turista ridículo
- turista ingênuo
- turista em grupo
- turista detestável
- turista inculto
- turista rico
- turista explorador
- turista poluidor
- turista alternativo



# Afinal

Seria o turista esse imbecil pueril ou esses pirata mal-agradeido?

Seria o principal responsável pelos fenômenos negativos gerados pela mobilidade maciça do lazer e do turismo generalizado?

Seria vítima e culpado ao mesmo tempo?

<https://www.youtube.com/watch?v=8N1LQp2xmZ8>





# AS TIPOLOGIAS



- As tipologias de "longo alcance" baseadas em simplismo e estereótipos não podem pretender a abrangência dos padrões de comportamento complexo que vemos no mundo real;
- A quase totalidade das tipologias não permite que consumidores individuais possam se mover entre os diversos tipos;
- Tendem a não reconhecer que muitos dos turistas em férias não possuem autonomia sobre a escolha de sua destinação das atividades de férias;





## E MAIS...

- Existe ainda um viés europeu e norte-americano na grande maioria das tipologias;
- São, em geral, descritivas, não analisam com profundidade o comportamento do turista;
- Ignoram o fato de que as pessoas podem amadurecer como turistas a medida em que se tornam viajantes mais experientes;
- Ignoram a lacuna entre as preferências declaradas e o comportamento real...



COM TANTOS  
SENÕES...





## O QUE FAZER?

...podemos precisar de muitas tipologias uma vez que há produtos de turismo, mercados de turismo, países e culturas...



SWARBROOK & HORNER, 2002





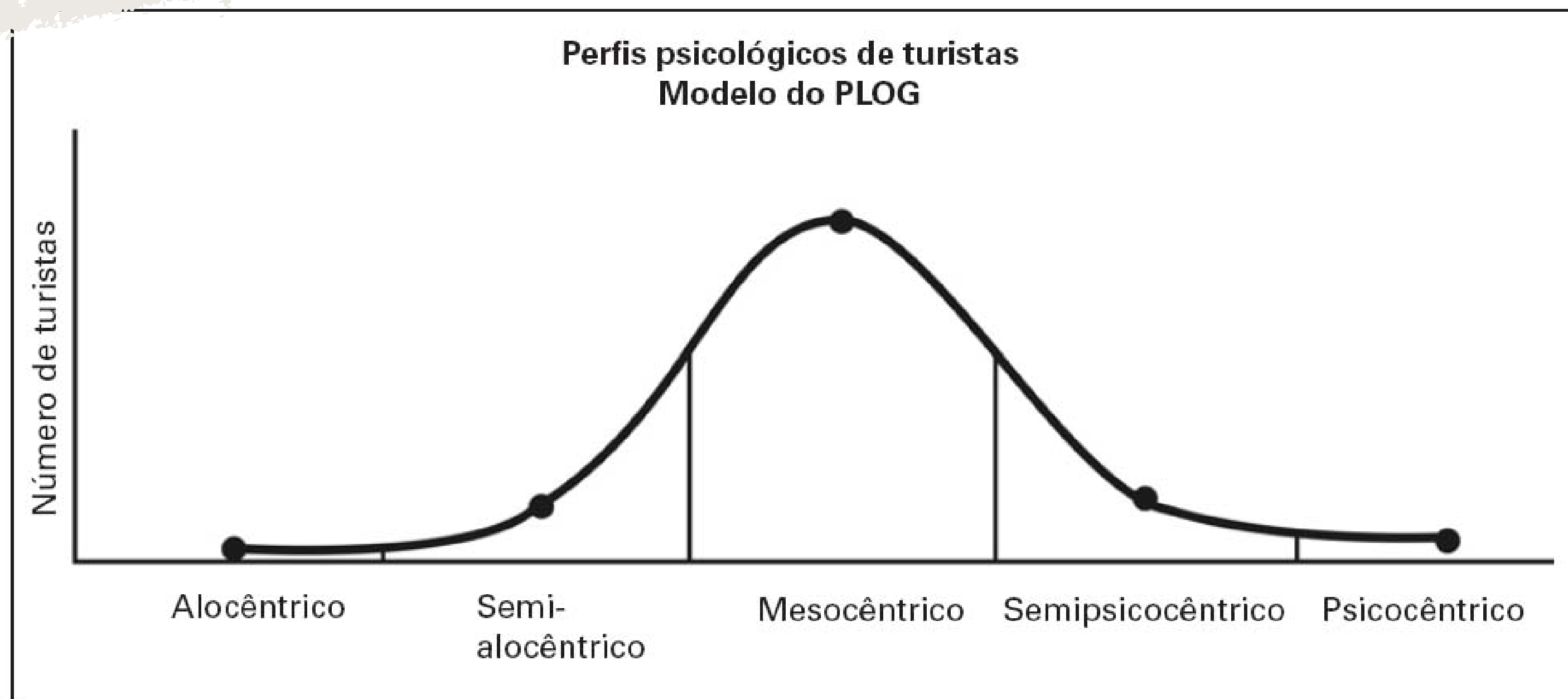
# Mas com certeza, conhecer...

Stanley Plog (1977 - 2011)

comportamento  
psicográfico - tipologia  
com base na personalidade  
dos indivíduos







**Figura** : Perfis psicológicos de turistas, segundo Plog (1987).  
Fonte: Teobald (2001).



# PERFIS PSICOLÓGICOS DE TURISTAS (PLOG)



## Psicocêntrico

- Centrado em si mesmo
- Introverso
- Ambiente e entretenimento familiar
- atividades comuns
- Sol e descanso
- Pouca atividade
- Facilidade de acesso (automóvel)
- Extensa infraestrutura turística e de apoio

## Alocêntrico

- Extrovertidos e gostam de:
- Atividades diversas e variadas
- Tem interesse por aventura
- Desejam buscar e experimentar a vida
- Possuem confiança em si mesmo
- Preferem áreas não-turísticas
- Descobrir e experiências novas
- Lugares novos e diferentes
- Alojamento com médio conforto e poucas atrações "turísticas"
- Conhecer e interagir com pessoas de cultura diferente





- DA FILOSOFIA DAS ESTRATÉGIAS
- DO CONCEITO DO DESENVOLVIMENTO HARMONIOSO DO TURISMO
- GUETO OU NÃO GUETO, EIS A QUESTÃO
- VIAJAR CONSCIENTEMENTE - CONSELHOS E EXERCÍCIOS PARA UM COMPORTAMENTO DIFERENTE
- A ESCALA DO TURISMO HUMANO

**KRIPPENDORF, 2003**

# Das responsabilidades dos turistas



- Obedecer às leis e aos regulamentos locais;
- Não tomar parte em atividade que, embora não sejam ilegais ou onde as leis não são cumpridas pelas autoridades locais, sejam condenadas pela sociedade;
- Não ofender propositalmente as crenças religiosas locais ou as normas culturais de comportamento;
- Não danificar propositalmente o meio ambiente físico local;
- Minimizar o uso de recursos locais escassos.

SWARBROOKE, 2000



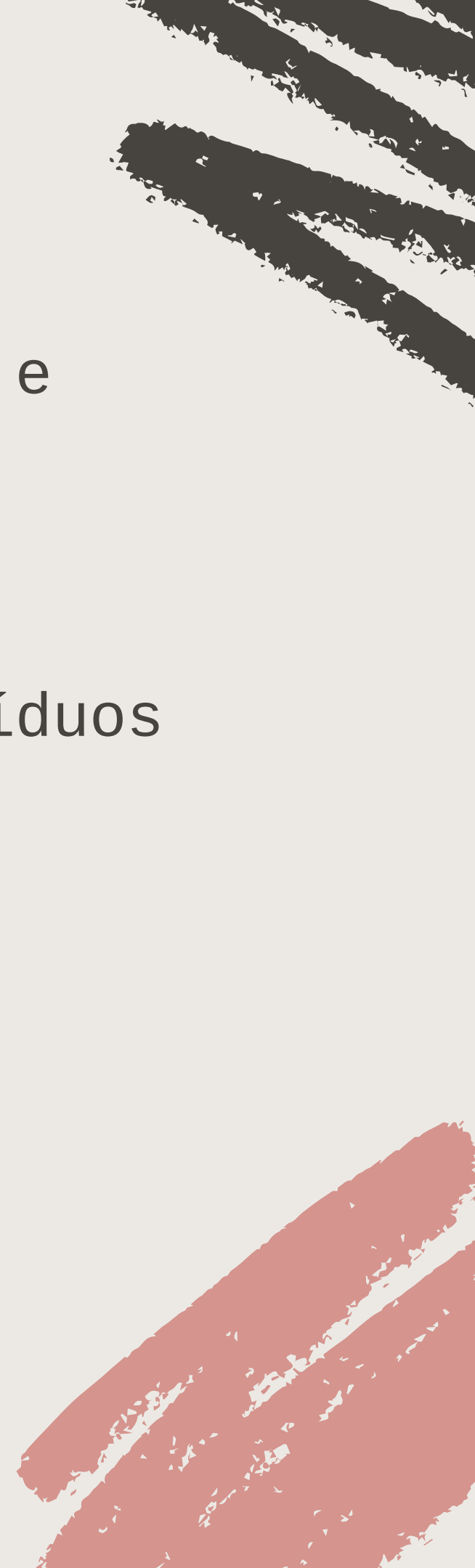




# De seus direitos

- Estar protegido e a salvo de crime, terrorismo e doenças;
- Não ser discriminado pela sua raça, sexo ou deficiência;
- Não ser explorado pelas empresas e pelos indivíduos locais;
- A produtos divulgados em brochuras e anúncios honestos sobre viagens;
- A um ambiente físico seguro e limpo;
- Deslocar livremente e sem restrições;
- Conhecer livremente a população local;
- A um serviço cortês e competente.

**SWARBROOKE, 2000**



# Curtiu? Não fique só com essas informações. Aprofunde-se.

SWARBROOKE, J & HORNER, s. O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

SWARBROOKE, J. Turismo sustentável, meio ambiente e economia. São Paulo: Aleph, 2002.

KRIPPENDORF, J. Sociologia do turismo. 3 ed. São Paulo: Aleph, 2003.

MONTEJANO, J. M. Psicossociologia del turismo. Madri: Edicotial Sintesis, 1996.

OMT. Código de Ética do Turismo. Disponível em [untwo.org](http://untwo.org).

