

ESTUDOS DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: UMA REVISÃO EM PERIÓDICOS DE RELEVÂNCIA NACIONAL E INTERNACIONAL

Mariana de Freitas Coelho, Marlusa de Sevilha Gosling

Mestre e Doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais. Graduada em turismo pela mesma instituição.

A experiência turística é um tópico central em diversos estudos do turismo. No entanto, poucas revisões abordaram o tema e suas múltiplas conexões. O objetivo deste trabalho consistiu em revisar sistematicamente os estudos sobre a experiência turística nos âmbitos nacional e internacional. Para tanto, optou-se por um estudo aprofundado em 6 periódicos, sendo 3 de relevância nacional (Estudios y Perspectivas en Turismo, Caderno Virtual de Turismo e Revista Brasileira de Pesquisas em Turismo) e 3 periódicos de alto impacto internacional (Annals of Tourism Research, Tourism Management e Journal of Travel Research). Avaliou-se em um primeiro momento o número de artigos publicados nos periódicos selecionados. Em seguida, apenas artigos que tratam a experiência como um processo de vivenciar a experiência foi averiguado quanto a: a) métodos, b) enfoque da unidade de análise e c) abordagem da experiência. Encontrou-se que há predominância de artigos qualitativos em periódicos nacionais. Os resultados também demonstram uma nítida concentração de enfoque geográfico dos estudos internacionais: na América do Norte, Ásia, Oceania e em países europeus. Há também uma tendência de estudos temáticos no contexto internacional, estudando motivações turísticas como: Turismo Sombrio, Turismo de Aventura, Turismo de Peregrinação, Turismo Social, Turismo Voluntário e Turismo Sexual. Sobre a abordagem da experiência nos artigos, foram elencadas as 3 principais. A primeira e mais comum trata a experiência como um processo de vivência, isto é, parte-se da premissa de que só existe experiência se uma avaliação geral de tudo aquilo que foi vivido durante a viagem for ponderado. A segunda abordagem da abarca a experiência estudada com o pano de fundo de consumo. Ainda, a terceira abordagem diz respeito à experiência como um processo transformador. Também são apontadas lacunas de pesquisa e orientações para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Experiência Turística, Turismo e Consumo, Vivência, Transformação pessoal

Referências: Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85-100. <http://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>

Anderson, L., Ostrom, A. L., Corus, C., Fisk, R. P., Gallan, A. S., Giraldo, M., ... Williams, J. D. (2013). Transformative service research: An agenda for the future. *Journal of Business Research*, 66(8), 1203-1210. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.013>

Andriotis, K. (2010). HETEROTOPIC EROTIC OASES The Public Nude Beach Experience. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1076-1096. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2010.04.003>

Behnke, C., Seo, S., & Miller, K. (2014). Enhancing the study abroad experience: A longitudinal analysis of hospitality-oriented, study abroad program evaluations. *Tourism Management*, 42, 271-281.

Berdychesky, L., & Gibson, H. J. (2015). Sex and risk in young women's tourist experiences: Context, likelihood, and consequences. *Tourism Management*, 51, 78-90. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.04.009>

Bojanic, D. C. (2011). The impact of age and family life experiences on Mexican visitor shopping expenditures. *Tourism Management*, 32(2), 406-414. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.012>

BORGES, F. R. F. (2012). Web Analytics e Gestão da Experiência do Cliente no Comércio Eletrônico: Inter-Relação entre os Temas e Utilização de um Método Experimental. (Dissertação) Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

Brown, L. (2009). THE TRANSFORMATIVE POWER An Ethnographic Study of the International Student Experience. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 502-521. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.002>

Brunner-Sperdin, & Peters, M. (2009). What Influences Guests' Emotions? The Case of High-quality Hotels. *International Journal of Tourism Research*, 11, 171-183.

Buchmann, A., & Moore, K. (2010). Authenticity & Fellowship. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 229-248. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2009.09.005>

Buzinde, C. N., Kalavar, J. M., Kohli, N., & Manuel-Navarrete, D. (2014). Emic understandings of Kumbh Mela pilgrimage experiences. *Annals of Tourism Research*, 49, 1-18. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.001>

Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E., & Tif, S. (2013). Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism Management*, 35, 59-69. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.010>

Carvalho, D. T., Ferreira, L. B., Kanazawa, F. N., Machado, P. M., & Giraldo, J. M. E. (2016). Experiência em website de marca-país e a formação da imagem de destino turístico: um estudo na Islândia Experience on country brand website and the formation of tourist destination image: a study in Iceland Experience in sitio web de marca país y la fo. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 10(1), 108-128.

Catramby, T., Bartholo, R., & Delamaro, M. C. (2013). De Qué Depende El Éxito De Las Investigaciones En Turismo? *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 22, 29-46. Retrieved from <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N01/v22n1a02.doc.pdf>

Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.009>

Charters, S., Fountain, J., & Fish, N. (2009). "You Felt Like Lingerin . . .": Experiencing "Real" Service at the Winery Tasting Room. *Journal of Travel Research*, 48(1), 122-134. <http://doi.org/10.1177/0047287508326508>

Chen, C.-C., Huang, W.-J., & Petrick, J. F. (2016). Holiday recovery experiences, tourism satisfaction and life satisfaction e Is there a relationship? *Tourism Management*, 53, 140-147. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.016>

Chronis, A. (2015). Moving bodies and

the staging of the tourist experience. *Annals of Tourism Research*, 55, 124-140. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.09.008>

Coelho, A., & Ribeiro, L. (2007). Resenha A Economia da Experiência. *Observatório de Inovação Do Turismo*, 2(1), 1-3.

Coghlan, A., & Filo, K. (2013). Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events. *Tourism Management*, 35, 122-131.

Correia, A., & Kozak, M. (2016). Tourists' shopping experiences at street markets : Cross-country. *Tourism Management*, 56, 85-95. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.026>

Coutinho, G. C. T. P., Thomaz, G. M., & Sampaio, C. A. C. (2015). Turismo comunitário e solidário. *Caderno Virtual de Turismo*, 15(1), 35-51.

Crouch, G. I., Oppewal, H., Huybers, T., Dolnicar, S., Louviere, J. J., & Devinney, T. (2007). Discretionary Expenditure and Tourism Consumption: Insights from a Choice Experiment. *Journal of Travel Research*, 45(3), 247-258. <http://doi.org/10.1177/0047287506295912>

Daniels, M. J., Rodgers, E. B. D., & Wiggins, B. P. (2005). "Travel Tales": an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities. *Tourism Management*, 26(6), 919-930. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.010>

Durko, A. M., & Petrick, J. F. (2013). The Educational Benefits of Travel Experiences: A Literature Review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 731-744. <http://doi.org/10.1177/0047287513496477>

Echeverrn, L. M., Estay-Niculcar, C., & Rosker, E. (2012). Estrategias y experiencias en la construcción de marca país en américa del sur. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 21(2012), 288-305.

Es, N. Van, & Reijnders, S. (2016). Chasing sleuths and unravelling the metropolis Analyzing the tourist experience of Sherlock Holmes' London , Philip Marlowe' s Los Angeles and Lisbeth Salander' s Stockholm. *Annals of Tourism Research*, 57, 113-125. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.017>

Ferdinand, N., & Williams, N. L. (2013). International festivals as experience production systems. *Tourism Management*, 34, 202-210. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.001>

Ferreira, H., & Teixeira, A. a C. (2013). "Welcome to the experience economy": assessing the influence of customer experience literature through bibliometric analysis. Working Papers (FEP) -- Universidade Do Porto, (481), 1-28. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=93289581&site=ehost-live>

Garay, L., & Cànoves, G. (2011). LIFE CYCLES , STAGES AND TOURISM HISTORY The Catalonia (Spain) Experience. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 651-671. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.006>

Gómez Nieves, S. (2010). La Experiencia De Un Diseño Curricular En Turismo Basado En Un Modelo Por Competencias Profesionales. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 19, 139-156.

Gosling, M. S., Silva, J. A., & Coelho, M. F. (2016). El Modelo de Experiencias Aplicado a un museo La perspectiva de los visitantes. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 25(4), 460-482.

Hennes, T. (2002). Rethinking the visitor experience: Transforming Obstacle into Purpose. *Curator: The Museum Journal*, 45(2), 109-121.

Hersh, M. A. (2016). Improving Deafblind Travelers' Experiences: An International Survey. *Journal of Travel Research*, 55(3), 380-394. <http://doi.org/10.1177/0047287514546225>

Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Cau evic, S., & Odeh, K. (2015). Measuring Tourists' Emotional Experiences: Further Validation of the Destination Emotion Scale. *Journal of Travel Research*, 54(4), 482-495. <http://doi.org/10.1177/0047287514522878>

Janta, H., Ladkin, A., Brown, L., & Lugosi, P. (2011). Employment experiences of Polish migrant workers in the UK hospitality sector. *Tourism Management*, 32(5), 1006-1019.

Kidron, C. A. (2013). BEING THERE TOGETHER : DARK FAMILY TOURISM AND THE EMOTIVE EXPERIENCE OF CO- PRESENCE IN THE HOLOCAUST PAST. *Annals of Tourism Research*, 41, 175-194. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.009>

Kim, J.-H., & Jang, S. (2016). Memory Retrieval of Cultural Event Experiences: Examining Internal and External Influences. *Journal of Travel Research*, 55(3), 322-339. <http://doi.org/10.1177/0047287514553058>

Kim, J.-H., & Ritchie, J. R. B. (2014). Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335. <http://doi.org/10.1177/0047287513496468>

Komppula, R., & Gartner, W. C. (2013). Hunting as a travel experience: An auto-ethnographic study of hunting tourism in in Finland and the USA. *Tourism Management*, (35), 168-180.

Komppula, R., Ilves, R., & Airey, D. (2016). Social holidays as a tourist experience in Finland. *Tourism Management*, 52, 521-532.

Lee, Y. (2015). Creating memorable experiences in a reuse heritage site. *Annals of Tourism Research*, 55, 155-170. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.09.009>

Maciel, J. C. (2010). Turismo de Experiência e o sentido da vida. In A. Panosso Netto & C. Gaeta (Eds.), *Turismo de Experiência* (pp. 57-77). São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Mackenzie, S. H., & Kerr, J. H. (2013). Stress and emotions at work: An adventure tourism guide's experiences. *Tourism Management*, 36, 2-14.

Mathis, E. F., Lina, H., Uysal, M., Sirgy, J. M., & Prebensen, N. K. (2016). The effect of co-creation experience on outcome variable. *Annals of Tourism Research*, 57, 62-75. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.023>

Melo, B. S. (2012). E o que é a Experiência de Consumo? Uma retomada na Literatura de Marketing e proposta de quadros para interesses de Futuras Pesquisas. Site Administradores.com, *Trabalhos Acadêmicos*. Retrieved from <http://www.administradores.com.br/producao-academica/e-o-que-e-a-experiencia-de-consumo-uma-retomada-na-literatura-de-marketing-e-proposta-de-quadros-para-interesses-de-futuras-pesquisas/5025/download/>

Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks , clusters and innovation in tourism : A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.011>

Okumus, F., Levent, A., & Roper, A. (2007). GAINING ACCESS FOR RESEARCH Reflections from Experience. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 7-26. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2006.07.006>

Öztürk, E. H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations : The experience of the Antalya tourism region q. *Tourism Management*, 30(4), 589-597. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.008>

Palmer, A. (2010). Customer experience management: a critical review of an emerging idea. *Journal of Services Marketing*, 24(3), 196-208. <http://doi.org/10.1108/08876041011040604>

Palmer, C. (2005). AN ETHNOGRAPHY OF ENGLISHNESS Experiencing Identity through Tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 7-27. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.006>

Pan, T.-J. (2012). Motivations of volunteer overseas and what have we learned e The experience of Taiwanese students. *Tourism Management*, 33(6), 1493-1501.

Panosso Netto, A., & Gaeta, C. (2010a). Experiência e turismo: Uma união possível. In A. Panosso Neto & C. Gaeta (Eds.), *Turismo de Experiência* (pp. 43-55). São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Panosso Netto, A., & Gaeta, C. (Eds.). (2010b). *Turismo de Experiência*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Pansiri, J. (2009). Evolution of a doctoral thesis research topic and methodology : A personal experience. *Tourism Management*, 30(1), 83-89. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.001>

Park, H. yu. (2011). Shared national memory as intangible heritage: Re-imagining Two Koreas as One Nation. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 520-539. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.013>

Pezzi, E., & Santos, R. J. Dos. (2012). A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing. In *Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul* (pp. 4-13). Caxias do Sul.

Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. (2015). A Experiência Turística e o Turismo de Experiência : um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Turismo Em Análise*, 26(1), 165-187.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, (July-August), 97-105.

Pine, B. J. P., & Gilmore, J. H. (2011). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business Review Press.

Poria, Y. (2006). Assessing Gay Men and Lesbian Women's Hotel Experiences: An Exploratory Study

of Sexual Orientation in the Travel Industry. *Journal of Travel Research*, 44(3), 327-334. Prebensen, N. K., Kim, H. (Lina), & Uysal, M. (2016). Cocreation as Moderator between the Experience Value and Satisfaction Relationship. *Journal of Travel Research*, 55(7), 1-12.

Prentice, R. C., College, Q. M., Witt, S. F., Hamer, C., & Pit, B. (1998). Tourism as Experience The Case of Heritage Parks. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 1-24. Quinlan-Cutler, S., & Carmichael, B. (2010). The Dimensions of Customer Experience. In B. MORGAN, M.; LUGOSI, P., RITCHIE (Ed.), *The Tourism in Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*. (pp. 3-26). Bristol: Aspects of Tourism. Quinlan Cutler, S., Carmichael, B., & Doherty, S. (2014). The Inca Trail experience: Does the journey matter? *Annals of Tourism Research*, 45, 152-166. Ritchie, J. R. B., Tung, V. W. S., & Ritchie, R. J. B. (2011). Tourism experience management research: Emergence, evolution and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 419-438. Sampaio, C. A. C., & Coriolano, L. N. (2008). Dialogando Com Experiências Vivenciadas Em Marraquech E America Latina Para Compreensão Do Turismo Comunitário E Solidário. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 3(1), 4-24. Scarinci, J., & Pearce, P. (2012). The perceived influence of travel experiences on learning generic skills. *Tourism Management*, 33(2), 380-386. Schmitt, B. (2000). *Marketing experimental*. São Paulo: Nobel. Schmitt, B. H. (2004). *Gestão de Experiência do Cliente*. Porto Alegre: Bookman. Shani, A., & Uriely, N. (2012). The Host Experience. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 421-440. Sharpley, R., & Jepson, D. (2011). RURAL TOURISM A spiritual experience? *Annals of Tourism Research*, 38(1), 52-71. Small, J., Darcy, S., & Packer, T. (2012). The embodied tourist experiences of people with vision impairment: Management implications beyond the visual gaze. *Tourism Management*, 33(4), 941-950. Sørensen, F., & Jensen, J. F. (2015). Value creation and knowledge development in tourism experience encounters. *Tourism Management*, 46, 336-346. Stone, M. J., & Petrick, J. F. (2013a). Health and Wellness Benefits of Travel Experiences: A Literature Review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 731-744. Stone, M. J., & Petrick, J. F. (2013b). The Educational Benefits of Travel Experiences: A Literature Review. *Journal of Travel Research*, 52(6), 731-744. Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of "creative experience" in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174. TRICÁRIO, L. T., OLIVEIRA, J. P. de, ROSSINI, D. de M., & Carvalho, D. I. (2012). Estradas-parque: Um estudo comparativo no intuito de definições para a experiência turística brasileira. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 6(1), 16. Trigo, L. G. G. (2010). A viagem como experiência significativa. In A. Panosso Netto & C. Gaeta (Eds.), *Turismo de Experiência* (pp. 21-41). São Paulo: Editora Senac São Paulo. Tseng, C. (2012). Social-demographics, driving experience and yearly driving distance in relation to a tour bus driver's at-fault accident risk. *Tourism Management*, 33(4), 910-915. Tung, V. W. S., Lin, P., Qiu Zhang, H., & Zhao, A. (2016). A framework of memory management and tourism experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 0(0), 1-14. Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Investigating the Memorable Experiences of the Senior Travel Market: An Examination of the Reminiscence Bump. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(March 2015), 331-343. Turner, V. w. (1974). *O processo ritual: estrutura e a antiestrutura*. Petrópolis: Vozes. Tussyadiah, I. P., & Fesenmaier, D. R. (2009). Mediating Tourist Experiences. Access to Places via Shared Videos. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24-40. Vasconcelos, A. M. de, & Lezana, Á. G. R. (2014). Análisis bibliométrico de la producción científica de 2002 a 2012. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 23, 645-667. Walls, A. R., Okumus, F., Wang, Y. R., & Kwun, D. J. W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 10-21. Xue, L., Kerstetter, D., & Buzinde, C. N. (2015). Residents' experiences with tourism development and resettlement in Luoyang, China. *Tourism Management*, 46, 444-453.