

Segmentação e produto turístico: reflexões sobre a lógica do mercado

Mateus Vitor Tadioto¹
Luciene Jung de Campos²

Resumo

Contribuir com a produção em Turismo é ir além de sistematizá-la ou buscar casos onde as ocorrências observadas empiricamente possam ser validadas a partir de uma formulação teórica. Acreditamos que o processo de produção de conhecimento se dá, não somente pela busca do novo, mas também pelo aprofundamento, argumentação e crítica acerca daquilo que já está posto. Em um universo de múltiplas abordagens, recortes e contextos, alguns pontos nodais para o entendimento do Turismo em si ainda permanecem em aberto, relegados ou a uma apropriação simplista, ou a adaptações teóricas resultantes da aplicação de saberes de outros campos científicos, ou ainda a assimilações advindas do senso comum. Paralelamente a essa multiplicidade, estão concepções teóricas, cuja formulação remonta de outras áreas do saber e a sua extensa produção confere status de saber indispensável à teoria do Turismo. Nesta perspectiva, este ensaio é um esforço reflexivo para se pensar a questão da segmentação no Turismo. No texto, propomos uma revisão crítica sobre as bases teóricas que influenciam a formulação dos segmentos e do produto turístico, na tentativa de pensar como esses conceitos vão compor um quadro teórico tido como indispensável para o entendimento do Turismo enquanto atividade complexa, característica da contemporaneidade. Foi a partir dessa revisão que formulamos três pontos nodais que compõem aquilo que entendemos como a problemática da segmentação turística, nossa hipótese é que a dinâmica entre o entendimento de Turismo intrínseco nas estratégias de segmentação – como um serviço a ser comercializado – com a questão conceitual do entendimento de produto – que desconsidera as relações atrativo infraestrutura no Turismo – e a lógica disjuntiva da segmentação turística – que proporciona a pulverização dos segmentos – contribuem para uma abordagem simplista, que reduz turista a consumidor, e Turismo a serviço. Com esse exercício reflexivo, acreditamos ter retomado alguns aspectos inerentes à formulação dos segmentos como coisas-a-saber estabilizadas no Turismo, levantando inquietações e assinalando outros horizontes possíveis para os estudos do tema.

Palavras-chave: Turismo; segmentação; produção científica.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Universidade de Caxias do Sul - UCS. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5127637448870660>. mateus.tadioto@gmail.com.

² Doutora em Estudos da Linguagem: teorias do texto e do discurso (PPGLET/UFRGS). Docente do corpo permanente do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. Universidade de Caxias do Sul - UCS. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1151177602559882>. ljungdecampos@gmail.com.