

TURISMO DE PROXIMIDADE E A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: UMA REVISÃO SISTEMATIZADA DA LITERATURA

RESUMO

Com objetivo de revisar a literatura internacional na base de dados Scopus (Elsevier) sobre turismo de proximidade e a experiência do turista, esse estudo avalia a maneira como as pesquisas vem sendo desenvolvidas nessas temáticas, com a intenção de contribuir com informações estratégicas para a gestão da atividade nas localidades. Justifica-se a realização desta pesquisa, pelas inúmeras mudanças trazidas pela Pandemia de Covid-19 na forma de experimentar o turismo, frente às restrições impostas pelos protocolos, levando a uma mudança no mercado, que precisou adaptar-se à nova realidade. Como metodologia para alcance desses objetivos foram estabelecidos critérios para a seleção dos artigos, usando palavras-chave como turismo de proximidade e experiência turística. Após alguns refinamentos, chegou-se a um quantitativo de oito artigos que foram lidos na íntegra e avaliados os objetivos dos estudos, com a intenção de identificar a relação dessa temática frente à experiência turística. Além disso, permitiu-se realizar uma síntese do conhecimento sobre essa temática, o que possibilita uma breve percepção sobre o tema e o que ainda é preciso pesquisar, apontando direções para investigações futuras e algumas limitações nessa área.

Palavras-chave: Turismo de proximidade. Experiência turística. Revisão de literatura.

INTRODUÇÃO

Não é recente a percepção de que muita coisa tem mudado no comportamento dos consumidores. Seja por influenciadas da globalização, por um maior acesso e uso das tecnologias ou por inúmeras mudanças nos comportamentos sociais, os consumidores não têm mais o perfil que o mercado acostumou-se há alguns anos.

A era da experiência, trazida à tona inicialmente pelos estudos de Pine e Gilmore (1998) é cada dia mais real e presente em diversas áreas, representando uma maneira, de atuar no mercado, onde o mais importante é proporcionar ao consumidor, não apenas a compra de produtos ou serviços, mas a vivência de uma experiência diferenciada e de qualidade. E assim também tem sido na área do turismo e hospitalidade, quando há algum tempo Pizam (2010) já mencionava que as experiências turísticas são uma faceta central do turismo, onde os consumidores tem mudado seu perfil quanto à escolha de destinos e experiências pelas quais estão dispostos a pagar.

Somando-se a essas mudanças, no final do ano de 2019, surge um fator que, embora muitos soubessem da possibilidade de um dia poder acontecer ao mundo, pouca importância foi dada e quase nenhum planejamento foi feito para acompanhar a situação. Uma crise sanitária de proporções não vistas nas últimas décadas, transformou-se em uma Pandemia –

a COVID-19, que segundo Hall, Scott e Gosling (2020) foi uma pneumonia de causa desconhecida detectada na cidade de Wuhan, na China, relatada à OMS (Organização Mundial de Saúde) em 31 de dezembro de 2019. Trazendo desafios enormes, além da perda de inúmeras vidas, essa doença fez surgir entraves na forma como as pessoas costumavam relacionar-se, divertir-se ou viajar, abalando diversos setores da economia, principalmente, o turismo, uma vez que o isolamento social e o fechamento de fronteiras eram necessidades imperativas, por causa da forma de contágio da doença.

Para Lebrun, Corbel e Bouchet (2021), se por um lado, empresas e operadoras de turismo previram uma perda significativa de receita em todo o mundo para 2020, por outro, alguns profissionais já estavam prevendo o desenvolvimento de uma forma mais local de fazer turismo; e governos, particularmente na Europa, estavam encorajando a população a tirar férias em seus países para apoiar o turismo, reduzindo o impacto financeiro da pandemia. Como consequência, surge a possibilidade de resgatar um termo já usado por estudos como os de Bochma, Torr e, Bouba-Olga e Grossetti, por exemplo, que haviam procurado uma defini o e criaram formas de categorizar o conceito do chamado - turismo de proximidade (SORIA; LLURD ES COIT, 2013).

Para conhecer melhor este aspecto, objetivou-se fazer uma revisão sistematizada na base Scopus (Elsevier) identificando os objetivos das pesquisas referentes ao turismo de proximidade e experiências turísticas. Justifica-se este estudo, uma vez que a pandemia trouxe mudanças na forma de experienciar o turismo, principalmente frente às restri es impostas pelos protocolos, levando mudanças na cadeia produtiva, que precisou adaptar-se   nova realidade. Além disso, o estudo proporcionar  dados que poderão contribuir para discussão teórica e prática do tema, fornecendo melhor entendimento deste modelo de turismo, para pesquisadores, empreendedores e o poder público.

METODOLOGIA

Visando atender o objetivo deste estudo, desenvolveu-se uma pesquisa de caráter exploratória-descritiva, com abordagem qualitativa. E para a coleta de dados optou-se por uma revisão sistematizada e posterior análise de conteúdo (BARDIN, 2011). Nesta etapa estão elencados os caminhos percorridos para a concretiza o da pesquisa, informando os meios pelos quais os dados foram alcançados e como foi feita a análise do material. Com inten o

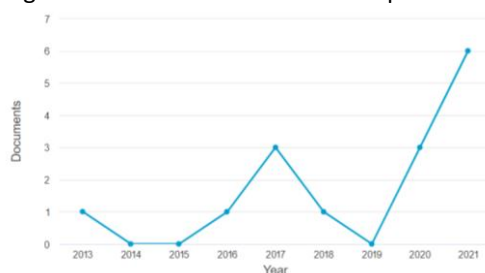
de atingir o objetivo, estabeleceu-se critérios para a seleção dos documentos (Apêndice A – Quadro 1) para realizar a busca na base de publicações científicas Scopus/ Elsevier.

As pesquisas foram realizadas no dia 18 de outubro de 2021, aplicando a expressão “*proximity tourism*” quando surgiram 15 documentos. Optou-se por analisar apenas os “artigos” escritos sobre o tema e no idioma inglês. Em uma segunda etapa, para refinar a busca, aplicou-se o operador booleano “AND” e “*tourist experiece*”, para encontrar artigos sobre turismo de proximidade e experiência turística, chegando então a 8 artigos, que foram lidos na íntegra.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

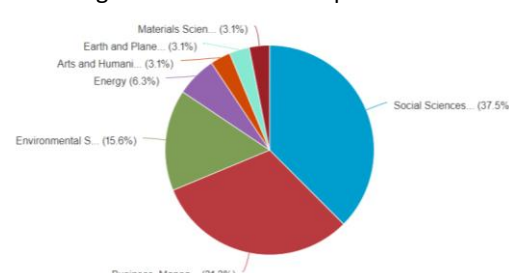
Percebeu-se que o turismo de proximidade é um tema recente e pouco pesquisado, o que se observa pelo total de artigos encontrados (15) e pelo ano do documento mais antigo encontrado nesta base, que foi, 2013. No que se refere às publicações ao longo do tempo, houve um aumento bastante relevante após 2020 (Figura 1), o que sinaliza um maior interesse no turismo de proximidade, de fato, após a pandemia. E quanto à área de pesquisa (Figura 2), tem-se um número mais relevante em ciências sociais (37,5%), seguido por negócios (31,3%) e sustentabilidade ambiental (15,6%).

Figura 1 – Número de documentos por ano



Fonte: Scopus/ Elsevier (2021)

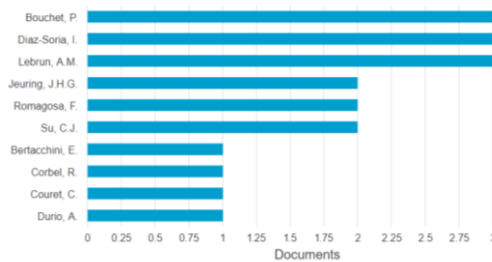
Figura 2 – Documentos por área



Fonte: Scopus/ Elsevier (2021)

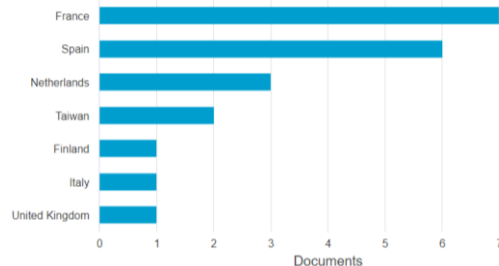
Ao fazer comparação entre os autores que mais publicaram sobre o tema (Figura 3), tem-se um empate em primeiro lugar de três autores, Bouchet, Diaz-Soria e Lebrun, com 3 artigos cada, e inclusive foi identificado que publicam juntos em alguns estudos. No que se refere aos países com mais publicações (Figura 4), tem-se a França em primeiro, com 7 publicações e a Espanha com 6.

Figura 3 – Estudos sobre turismo de proximidade por autor



Fonte: Fonte: Scopus/ Elsevier (2021)

Figura 4 – Estudos sobre turismo de proximidade por país de publicação



Fonte: Fonte: Scopus/ Elsevier (2021)

Na terceira etapa, dos oito artigos que foram lidos na íntegra, buscou-se a identificação dos objetivos abordados nos estudos (Apêndice B - Quadro 2) percebendo que a maioria buscou compreender a experiência turística ao realizar o turismo de proximidade. Destes estudos, metade foi escrita após a pandemia de Covid-19, o que mostra que esse modelo de turismo pode sim, ser uma tendência para os próximos anos. Conforme mostra o estudo de Lebrun, Corbel e Bouchet (2021) que evidenciou a pandemia como geradora do turismo de proximidade, sugerindo estratégias locais com estadas mais originais, permitindo que turistas domésticos (re)descubram a riqueza de territórios locais e experiências mais autênticas, adaptadas às necessidades destes.

Por outro lado, para Jeuring (2018) o conceito de proximidade turística gira em torno da noção de que no mundo hiper móvel, todos tornaram-se turistas e cada lugar um destino e as experiências turísticas de engajamento com o “outro” perpassam entre o familiar e o não-familiar, incorporado na vida cotidiana e dissociando-se de viagens de longas distâncias físicas. Ou ainda, quando no contexto atual do turismo sustentável, questões morais (menor emissão de carbono) e mudanças comportamentais trazem mais possibilidades de viajar perto de casa. E assim, a distância pode realmente se tornar uma desvantagem e a proximidade uma nova mercadoria (JEURING; HAARTSEN, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De uma maneira geral, é fato que o surto de Covid-19 já teve um impacto significativo no turismo, desencadeando mudanças importantes na mobilidade, comportamento social, padrões de consumo e lazer (ROMAGOSA, 2020). Para estimular o debate sobre o tema, esta revisão sistematizada buscou compreender quais os principais objetivos dos estudos sobre turismo de proximidade e experiências turísticas, tanto antes como após o surgimento da pandemia. Vê-se claramente um aumento dos estudos sobre o tema, o que provavelmente

vem como reflexo do que está acontecendo no mercado e acredita-se que a maneira de experienciar a atividade turística já mudou, sendo agora mais cautelosa, com menos aglomeração e não necessariamente para lugares tão distantes. Sendo pouco provável que volte aos moldes antigos, quando a saturação turística estava causando estragos e as localidades sendo prejudicadas por um mercantilismo desenfreado. Contudo, ao identificar artigos que já traziam o debate sobre turismo de proximidade antes da pandemia, falando de aspectos como crises econômicas, férias reduzidas e mudanças de comportamento dos consumidores, observou-se que a pandemia termina por aumentar a busca desse turismo.

A relevância desta pesquisa é incentivar o debate do turismo de proximidade e da experiência turística, estimulando mais estudos que analisem essa modalidade que carece de pesquisas empíricas, discussões e novos estudos sobre o tema. Como limitações, tem-se o fato de ter sido feita na base Scopus, que embora seja uma das maiores, não contempla todos os estudos já realizados. Por fim, cogita-se que transformações anteriores somadas às necessidades impostas pela pandemia poderão gerar mais mudanças à atividade turística e a forma como ela será experienciada pelos consumidores e assim, os responsáveis pela gestão turística precisam antecipar-se a estas mudanças e necessidades do novo turista.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- DÍAZ SORIA, I.; LLURDÉS COIT, J. C. Thoughts about proximity tourism as a strategy for local development. **Cuadernos de Turismo**, n. 32, p. 303-305, 2013.
- HALL, C. M.; SCOTT, D.; GOSSLING, S. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. **Tourism Geographies**. v. 22, n. 3, p. 577-598, 2020.
- JEURING, J. H. G. Pluralising touristic production and consumption roles of residents? An SME perspective on proximity tourism. **Tourism Recreation Research**, v. 43, n.2, p. 147-160, 2018.
- JEURING, J. H. G.; HAARTSEN, T. The challenge of proximity: the (un)attractiveness of near-home tourism destinations. **Tourism Geographies**, v. 19, n.1, p. 118-141, 2017.
- LEBRUN, A.M.; CORBEL, R.; BOUCHET, P. Impacts of Covid-19 on travel intention for summer 2020: a trend in proximity tourism mediated by an attitude towards Covid-19 (2021) **Service Business**, 2021.
- PINE, J.; GILMORE, J. H. Bem-vindo à economia da experiência. **Harvard Business Review**, 1998.
- PIZAM, A. Creating memorable experience. **Internacional Journal of Hospitality Management**. v. 29, n. 3, p. 243, 2010.
- ROMAGOSA, F. The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. **Tourism Geographies**. v.22, n. 3, p. 690-694, 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Quadro 1: Critérios para seleção dos documentos

Temas	Etapa 01	Etapa 02
Base de Publicação Científica	Scopus	Scopus
Palavra-chave / Expressão	"Proximity tourism"	"Proximity tourism" AND "tourist experience"
Idioma	Inglês	Inglês
Horizonte Temporal	Não especificado	Não especificado
Áreas Pesquisadas	Não especificadas	Não especificadas
Total de Estudos Encontrados	15	8

Fonte: elaborado pelos autores (2021)

APÊNDICE B

Quadro 2: Objetivos dos artigos sobre turismo de proximidade e experiência turística

	Título/Autor(es)	Objetivos
01	Domestic tourists' experience in protected natural parks: A new trend in pandemic crisis? (LEBRUN; SU; BOUCHET, 2021)	Compreender melhor as experiências vividas pelos turistas nacionais quando eles visitaram parques naturais protegidos em seu país.
02	A More Sustainable Management of Domestic Tourists in Protected Natural Parks: A New Trend in Sport Tourism after the Covid-19 Pandemic? (LEBRUN; SU; BOUCHET, 2021)	Entender melhor as experiências vividas pelos turistas domésticos quando visitam parques naturais com contextos experienciais específicos (extraordinário versus ordinário) proporcionando experiências diferentes.
03	Impacts of Covid-19 on travel intention for summer 2020: a trend in proximity tourism mediated by an attitude towards Covid-19 (LEBRUN, CORBEL & BOUCHET, 2021)	Este estudo exploratório que examina o impacto da pandemia Covid-19 sobre a intenção de viagem dos franceses (n=655) para férias no verão de 2020.
04	Perspectives on proximity tourism planning in peri-urban áreas. (SÁNCHEZ; GÓMEZ DEL PULGAR; CABRERA, 2021)	Conceitua o turismo de proximidade e justifica a necessidade de abordá-lo no planejamento do espaço pós-coronavírus, especialmente para abordar as áreas periurbanas de cidades médias e grandes, espaços intermediários do modelo urbano contemporâneo que dificilmente são consideradas turísticas.
05	Pluralising touristic production and consumption roles of residents? An SME perspective on proximity tourism. (JEURING, 2018)	Estudo qualitativo explora as relações entre pequenas e médias empresas (PME) residentes na província holandesa de Frísia, examinando como as PME turísticas atribuem papéis turísticos de produção e consumo aos moradores desta província.
06	Introduction: proximity and intraregional aspects of tourism (JEURING; DIAZ-SORIA, 2017).	Foca na escala intrarregional e no conceito de proximidade para estudar significados e práticas do turismo perto de casa, tentando fortalecer o impulso da pesquisa na área.
07	Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. (DIAZ-SORIA, 2017)	O artigo foca na construção subjetiva da alteridade, uma vez que este processo determina o que resta para ser descoberto. Trabalha os conceitos de ambiente usual, proximidade e turista.
08	The challenge of proximity: the (un)attractiveness of near-home tourism destinations. (JEURING; HAARTSEN, 2017).	Trabalha o entendimento subjetivo de distância e proximidade em relação a atratividade percebida de comportamento turístico em lugares próximos à casa.

Fonte: elaborado pelos autores (2021)