

TURISMO EXPERIENCIAL – UMA TIPOLOGIA ESTUDO SOBRE A PERCEÇÃO DA EXPERIÊNCIA PELO VIAJANTE

Data de submissão: //2024

Data de aceite: 01/10/2024

Sónia Branquinho de Almeida

Doutoranda em Turismo, Património e Território, pela Universidade de Coimbra e Investigadora no CEGOT – Centro de Estudos e Ordenamento do Território (Grupo 3 – Turismo, Património e Território) - PORTUGAL, Pós-Diplomada em Turismo, Lazer e Cultura, Pós-Graduada em Gestão e Desenvolvimento em Turismo e Licenciada em Turismo Portugal

Norberto Santos

Doutor com Agregação, Professor Catedrático da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coordenador do Grupo 3 – Turismo, Património e Território do CEGOT – Centro de Estudos e Ordenamento do Território Portugal

Mónica Méndez Díaz

Doutorada em Turismo e Professora na Faculdade de Ciências do Turismo na Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, Espanha

Isabel Dias Santiago

Licenciada em Contabilidade e Auditoria, Pós-graduada em Direito das Autarquias Locais e Master em Data Science and Business Analytics pela University of Texas – Estados Unidos da América

RESUMO: Trabalho académico que tem por objetivo dissertar acerca da temática que envolve a dúbia questão da fronteira definitiva do que se entende por Turismo de Experiências ou Turismo Experiencial, explanando acerca das motivações e perfis dos seus executantes. Queremos respostas para as controversas questões: Será que todo o turismo é sempre sinónimo de experiências? O turismo ativo, criativo cujo objetivo principal é proporcionar sensações e experimentação pode fruir da designação de Turismo Experiencial? Em relação aos procedimentos metodológicos foi realizada uma pesquisa qualitativa e exploratória, bem como uma análise aos resultados de um inquérito online submetido a uma amostra de 295 inquiridos, oriundos de 25 países de todos os continentes, a pessoas maiores de 18 anos, que efetuaram pelo menos uma viagem turística nos últimos 5 anos, entre 2018 e 2022.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo Experiencial; Turismo Criativo; Turismo de Desafios; Turismo Ativo; Experiências Turísticas.

RESUMEN: Trabajo académico que tiene como objetivo discutir el tema que involucra la dudosa cuestión de la definición de frontera de lo que se entiende por Turismo

de Experiências ou Turismo Experiencial, explicando sobre as motivações e perfis de seus intérpretes. Queremos respostas a as perguntas controversas: *¿* Todo turismo é sempre sinónimo de experiências? *¿* Pode o turismo activo e creativo cujo objetivo principal é proporcionar sensações e experimentação pode disfrutar de la designação de Turismo Experiencial? En cuanto a los procedimientos metodológicos, se realiza una investigación cualitativa y exploratoria, así como un análisis de los resultados de una encuesta online presentada a una muestra de 295 encuestados de 25 países de todos los continentes, a personas mayores de 18 años, que realizaron al menos un viaje turístico en los últimos 5 años, entre 2018 y 2022.

PALABRAS CLAVE: Turismo Experiencial; Turismo Creativo; Turismo desafío; Turismo Activo; Experiencias Turísticas.

ABSTRACT: Academic work that aims to discuss the theme that involves the dubious question of the definition frontier of what is meant by Experience Tourism or Experiential Tourism, explaining about the motivations and profiles of its performers. We want answers to the controversial questions: Is all tourism always synonymous with experiences? Can active, creative tourism whose main objective is to provide sensations and experimentation can enjoy the designation of Experiential Tourism? Regarding methodological procedures, qualitative and exploratory research is carried out, as well as an analysis of the results of an online survey submitted to a sample of 295 respondents from 25 countries on all continents, to people over 18 years of age, who made at least one tourist trip in the last 5 years, between 2018 and 2022.

KEYWORDS: Experiential Tourism; Creative Tourism; Challenge Tourism; Active Tourism; Tourist Experiences.

1 | INTRODUÇÃO

O setor do Turismo, enquanto fator de vivências e participações em destinos diferenciados daqueles em que vivemos habitualmente, potenciará o surgimento de um novo conceito baseado em atividades experienciais? Haverá lugar para a análise aprofundada e para a criação de produtos estruturados turísticos cujo principal enfoque é mesmo a experiência ativa baseada em sensações, emoções, atividades e desafios? É precisamente esta problemática que pretendemos tratar no presente artigo.

Turismo é experiência ou experiencial?

Desde a tomada de decisão do destino, passando pela escolha da forma de reserva, se mais autónoma por via das plataformas multiserviços ou diretamente com contacto aos agentes nos locais ou pela opção por agências de viagens, até à chegada e usufruto dos locais de visitação, já se incorre numa amálgama de experiências que contribuem, sem dúvida, para o valor a atribuir à viagem turística. Cremos que, por si só, todo este processo é já uma experiência turística. Neste prisma, MARUJO (2016, p. 1) afirma que *“Tudo o que um turista observa ou experimenta num destino é uma experiência seja ela negativa ou positiva.”*

Perante esta questão importa referir afinal o significado etimológico do vocábulo experiência, assim, e de acordo com MACHADO (1987, Vol.2) deriva este, do latim. Para o referido e conceituado linguista português "... experimentar advém de 'experimentare', «ensaiar, experimentar» e experiência deriva de 'experientia', «ensaio, prova, tentativa; experiência; experiência adquirida, prática». Já Turner (1987, p. 456-457) considera que a mesma palavra, *experience*, "É uma palavra inglesa com uma derivação da base indo-europeia *per-, "tentar, aventurar-se, arriscar" – podendo ver como seu duplo "drama", do grego dran, "fazer", espelha culturalmente o "perigo" etimologicamente implicado na palavra "experiência".

É, pois, comum associar o vocábulo ao significado de tempo de realização de algo, o que leva à expressão de "ter experiência". Em nosso entender e para a defesa da teoria que ora apresentamos, experiência em turismo ou turismo experiencial estará relacionado com as ações de sentir, de fazer e de vivenciar. Considerando que este vocábulo poderá ter inúmeras interpretações e até ser considerada como bastante abstrata, corroboramos com a opinião de Dieguez T., Conceição O. (2021), que afirma que "A palavra "experiência" parece ser muito abstrata e difícil de conceituar devido à sua complexidade e natureza dinâmica".

De acordo com as autoras CUTLER e CARMICHAEL (2010 p.5-6), "...através de estudos desenvolvidos sobre a experiência em turismo (resultados e influências), desenvolveram também um modelo conceptual da experiência turística, onde representam que a experiência turística é tudo o que acontece durante a ocorrência do turismo (viajar para o lugar, as actividades no lugar e o regresso)." Para a definição da experiência turística existem várias interpretações do seu significado, conforme afirmam CHETRI et al (2004, p.1), dizendo que "Não há uma teoria única que defina o significado e a extensão da experiência turística." Por sua vez, MARUJO (2016, p.3), refere que a literatura descreve um campo de investigação bastante rico sobre a natureza da experiência turística, e reforça a sua teoria afirmando que "alguns autores reconhecem a existência de dificuldades conceptuais e metodológicas na avaliação da experiência turística" (MENDES e GUERREIRO, 2011, p. 318).

Os autores Agarwal, S., & Singh, P. (2022) referem que o "... turismo é visto como impulsionador da curiosidade para ver como os outros vivem as suas vidas". Consideram ainda que, os turistas "querem sair da "bolha turística" e experimentar o lado real do destino". Mas o que se entende por lado real do destino implicará a experimentação e a vivência das sensações? Poderá existir um conceito intitulado de Turismo Experiencial que tem por base motivacional a participação em atividades que se organizam em torno da ação de experimentar, de ver como é, de sentir física e emocionalmente? Haverá lugar à criação de produtos turísticos e destinos estruturados assentes nesta lógica do fazer, sentir e experimentar, apurando conhecimento e associando a adrenalina? Cremos que sim.

2 | TURISMO DE EXPERIÊNCIAS

MONDO et al (2017, p.27), refere que *“...na economia de serviço de hoje, muitas empresas simplesmente dispõem de experiências em torno das suas tradicionais ofertas para vendê-las melhor. Para perceber os benefícios de encenar experiências, no entanto, as empresas devem deliberadamente projetar experiências envolventes, cobrando por isso.* Abordando a importância da autenticidade enquanto fator motivacional para o turista cultural e experiencial, importa aqui abordar o binómio Autenticidade e Autenticidade Encenada. De acordo com GUERREIRO e MARQUES (2017, p. 8) a problemática da autenticidade é um dos temas mais discutidos na Sociologia do Turismo nas últimas quatro décadas, embora tenha sido alterada a sua definição original, o termo foi acompanhando a evolução dos estudos na área do turismo. Por sua vez, HEITMANN (2011, p.45) identifica a origem do termo, etimologicamente, no período Greco-Romano, *“onde significava: “o sentido de verdade, sinceridade ou originalidade num determinado contexto histórico. Na sua forma (mais) simples, refere-se à «coisa verdadeira», genuína e não adulterada.”*

Já no final da década de noventa do passado século, MaCANNELL avança com a teoria sobre a qual os turistas são fundamentalmente motivados pela procura de experiências autênticas, distantes da alienação do dia-a-dia da sociedade capitalista, que se vivia na altura, e que hoje ainda assume reflexos. Refere, então o autor, na sua obra de 1999, p.159 que *“... acredita-se que as experiências autênticas só se apresentam àqueles que rompem as amarras da existência quotidiana e começam a «viver»”*. Após estas considerações, fica por equacionar: que tipo de autenticidade? Baseando-nos na opinião de MARUJO (2018), corroboramos com a mesma quando esta explana sobre o facto de que, a autenticidade e a experiência de cada um em determinado evento é relativa a cada tipo de turista, que pode ter a sua própria percepção do que para ele é autenticidade e qualidade experiencial”. Consideramos que de facto, a qualidade VS autenticidade para uns não será a mesma que para outros e que a satisfação do turista está intrinsecamente ligada às suas vivências, gostos pessoais e até relacionada com a sua condição biográfica.

Atendendo a que o Turismo Experiencial não é igual ao comércio de serviços tradicionais, PINE II; GILMORE (1999, p.61) afirmam que *“esta transição da venda de serviços para venda de experiências terá as mesmas dificuldades das mudanças da economia industrial para a economia de serviços.”* Perante esta afirmação, reforçamos a nossa posição de que, de facto, a complexidade dos serviços inerentes ao usufruto do tempo de lazer dos indivíduos é necessariamente diferente de um serviço dito tradicional que assenta na primeira dimensão da qualidade, a obrigatória, aquela que é implícita e diz respeito a atributos que o cliente espera encontrar e que contribuem para a formação das suas expectativas e se, eventualmente, não os encontra sente-se insatisfeito. Já os serviços ligados ao lazer, turismo e bem-estar a dimensão associada da qualidade é a atrativa que se traduz nos atributos que ultrapassam o esperado, surpreendendo o turista, deixando-o

com uma opinião positiva. Esses atributos aqui referenciados têm que ver diretamente com a possibilidade da experimentação. Nesta senda, e reverenciando que as experiências de viagem são, hoje em dia, consideradas as mais-valias do turista, CHANDRALAL, Lalith; VALENZUELA, Roberto-Fredy (2013, p. 178) dão a conhecer que *“This refers to participants’ memories of real local experiences during the trip i.e. experiencing actual local life, cultures and foods of toured destinations.* PINE e GILMORE (1999, p.161) salientam que existe um pós-estágio depois da experiência vivida. Ou seja, consideram que se deverá apostar na personalização das experiências, e que o serviço oferecido deverá ser quase como individualizado e único.

Após a análise das teorias dos supracitados autores acrescentando a de MODY (2016) relativas às principais características do Mercado do Turismo de Experiências, apresentamos uma atualização ao Quadro representativo. Às duas versões existentes, acrescentamos quatro novas características que consideramos essenciais, na vertente do turismo experiencial. Assim, na parte do turista passivo, sugerimos, por parte dos destinos uma cada vez maior aposta numa oferta estruturada baseada na autenticidade e na sustentabilidade ao nível transversal. No que concerne ao turista ativo, propomos a adição do reforço da oferta do destino e do caráter unicidade, bem como, no planeamento de entretenimento que incute adrenalina e satisfação às experiências do turista.

Citando novamente os autores Pine e Gilmore, PINE II; GILMORE (1999, p.69), que apresentam a existência dos Quatro Reinos de uma Experiência, alegando que a experiência deve ser estudada e trabalhada levando em conta várias dimensões. Volvidas duas décadas e com os comportamentos dos turistas a alterarem, propomos uma nova versão para os Reinos Experienciais, conforme abaixo apresentamos a adaptação do gráfico concebido pelos supracitados autores (1999), com a edição de MODY (2016).



Fig. 2 – Quadro Economia de Experiências no Turismo
 Fonte: adaptado de PINE e GILMORE (1999) e MODY (2016)

De acordo com MONDO e GÂNDARA (2017, p.26), *“a temática da gestão tem-se destacado no campo de estudo do turismo experiencial promovendo novas demandas científicas para a área, principalmente sobre a gestão das emoções, qualidade da experiência e novas formas e ferramentas de marketing.* São precisamente essas emoções que podem estar na base da criação desta Tipologia de Turismo Experiencial, reflexo disso são a junção de várias sub-tipologias assentes na base do turismo cultural e desportivo.

2.1 O Turismo Criativo, Ativo e de Desafios relacionado com a experiência do visitante

Retomando a questão que relaciona as sub-tipologias oriundas do Turismo Cultural, o ativo, o criativo e o de desafios com o Turismo Experiencial, pretendemos explanar acerca desta conjugação, que pode ter como objetivo principal proporcionar sensações e a experimentação aos visitantes.

O conceito de Turismo Criativo foi apresentado pelos autores Crispin Raymond e Greg Richards nos anos 2000, no entanto, já na década de 90, do século passado, Richards dedicou-se à análise desta temática afirmando que, *“O aparente sucesso das estratégias de desenvolvimento de Turismo Cultural encorajou as cidades e regiões a utilizar a combinação de cultura e turismo, passando a oferta de bens culturais a crescer mais rapidamente do que a procura cultural.”* (RICHARDS & WILSON, 2007, p.10). Esta realidade conjugada com a crescente concorrência entre destinos, estimulou a criação de eventos culturais, cada vez mais distintos e impressionantes, mas que não eram suficientemente marcantes para criar a distinção entre destinos. Essa reprodução em série da cultura desencadeou um aumento da procura por novos produtos turísticos que melhorassem a experiência da estadia no destino (traduzido livremente de Richards & Wilson, 2007). Mais recentemente, RICHARDS (2021, P. 2) afirma que *“As indústrias criativas se tornaram um motor para a crescente economia simbólica, ao mesmo tempo em que apoiam a diferenciação nacional e regional”*. Na mesma senda, DUXBURY et al (2021, P. 1 e 13) consideram que o turismo criativo é um campo de pesquisa novo, com a maior parte da atenção voltada para as atividades de turismo criativo nos grandes centros urbanos, por outro lado, concluem ainda que, em destinos de pequena dimensão e em áreas rurais, *“os conceitos de turismo cultural sustentável e turismo regenerativo, examinam o potencial do turismo criativo como elemento regenerador nos processos de desenvolvimento comunitário”*. A nossa análise à literatura, desde a mais antiga à mais recente, cujos artigos abordam o Turismo Criativo, podemos afirmar que, este tem sido uma das apostas dos destinos para o alargamento da oferta diferenciada, por forma a atrair visitantes mais responsáveis, interessados e participantes.

Relacionar o turismo ativo com o criativo leva-nos a desmistificar a questão do desígnio “ativo” apenas com a parte física e desportiva, cujos participantes têm que gozar de uma ótima condição de robustez. Apesar de não existir concordância sobre a terminologia

de turismo ativo, e na opinião de SARMIENTO (2006, p. 105-106) o termo é variável de acordo com a perspectiva apresentada podendo ser de recreio, aventura, desportiva e de ócio.

3 | TURISMO DE DESAFIOS

As autoras De Bruin, A. e Jelinčić, D.A. (2016, P. 4-5), apresentam numa junção de subtipologias de turismo um novo conceito que intitulam de *“turismo de experiência participativa – PET (Participatory Experience Tourism)*, considerando-o avançado e preferível ao reenquadramento do “turismo criativo” para captar formas variadas de experiência envolvendo a participação turística ativa. Corroboramos com a opinião das citadas autoras quando apresentam o “...turismo de experiência participativa” enquanto extensão do turismo criativo e como uma construção tipo guarda-chuva que expandida e bem trabalhada - acrescentamos nós- que esta pode incluir a adição de valor aos destinos (traduzido livremente). Consideramos que a tal adição de valor aos destinos terá que ser monitorizada e sustentável para que a relação entre as dimensões local e global seja benéfica. De acordo com FLETCHER et al. (2019) os visitantes que viajam de locais distantes podem olhar para o residente local enquanto “experiências” podendo este fator contribuir para a perda de identidade dos lugares e insatisfação dos envolvidos. Neste sentido, NASCIMENTO (2022, p.1) argumenta que o *“...Turismo de Experiência não é apenas um nicho de mercado voltado para um público interessado em viagens menos estandardizadas”*. De facto, e com a diversificação da procura e as ações de *benchmarking* que os decisores políticos locais têm importado, num fenómeno de aculturação, pode deturpar a essência do supra referenciado *PET – Participatory Experience Tourism*.

Esse fenómeno de participação ativa em experiências turísticas vem desencadeando o aparecimento de novas tipologias de ativas ligadas ao desafio, desencadeando competições ao nível sensorial, onde o sentir a adrenalina aliada à aquisição de conhecimento de aspetos culturais, históricos, etnográficos dos destinos, se tornam nos elementos essenciais do participante viajante. As salas de *escape room*, criadas em Budapeste, em 2012, são um desses exemplos que, cada vez mais, seduzem turistas a viajar para participarem nestes desafios. LAMA (2018, p. 1), a propósito desta nossa afirmação adianta que, *“El escapismo en vivo es una tendencia de ocio que viene experimentando un crecimiento extraordinario en los últimos años”*, dando a conhecer no seu estudo que as Escape Rooms ou o “escape”, como ele próprio intitula a modalidade *“escapismo” en vivo es la actividad de ocio más valorada en los principales destinos turísticos europeos*”.

Outra das tipologias plenamente associada ao turismo de experiência participativa é o *Dark Tourism* que, pela sua envolvimento emocional relacionada a factos macabros ocorridos leva os turistas a participarem de forma ativa em viagens sensoriais, desafiando, muitas vezes, os seus próprios receios e debilidades, bem como, enfrentando potenciais

perigos até fisiológicos, como é o caso de visitas a locais que ainda oferecem alguma periculosidade aos participantes, como é o caso de uma visita às imediações da antiga Central Nuclear de Chernobyl, na Ucrânia.

À análise a estas emergentes modalidades turísticas podemos, assim, afirmar que existe um vasto conjunto de atividades e tipologias que levam o turista a querer viajar considerando a sua máxima motivação aquela que é relacionada à experiência e à participação ativa e emocional.

4 | METODOLOGIA:

Em relação aos procedimentos metodológicos, foi realizada uma pesquisa qualitativa e exploratória, bem como uma análise aos resultados de um inquérito online submetido a uma amostra de 295 inquiridos, oriundos de 25 países de todos os continentes, a pessoas maiores de 18 anos, que efetuaram pelo menos uma viagem turística nos últimos 5 anos (2018 a 2022). Entendemos como sendo uma viagem, quando houver deslocação desde o seu local habitual de residência, trabalho ou estudo e que tenha existido, no mínimo, uma pernoita. Dos inquiridos, 75% são residentes em Portugal. A margem de erro do estudo é de 7,5% num universo de 5.641 mil pessoas. Este número representa a média do número de residentes em Portugal, que viajou para o estrangeiro nos últimos 3 anos, entre 2018 e 2020. Fonte: Adaptado de POR DATA (2021) – Quadro Estatístico - População residente que viajou em turismo: total e por destino da viagem.

5 | VALIDAÇÃO DE DADOS

Os dados analisados foram comprovados e validada a sua recolha através da realização de um teste estatístico, em colaboração com a University of Texas at Austin, utilizando o Python Software Foundation. Foi possível apurar na observação da base de dados, um grupo de 292 indivíduos de dois géneros (não tendo um indivíduo repondido), oriundos de seis continentes (considerando América do Norte e América do Sul), com três tipologias de Locais de Residência, área rural, área urbana de pequena dimensão e área urbana de grande dimensão. Os respondentes revelaram serem possuidores de 11 níveis de escolaridade diferentes.

Categorical features	count	unique	top	freq
Gender	291	2	Female	169
Continent	292	6	Europe	257
Place of Residence	292	3	Small Urban Area	180
Education Level	290	11	Degree	106
Most frequent type of travel per year -Biggest Travel	292	7	Holidays, Leisure and Recreation	209

Fig. 3 – Quadro Geral de Características mais Representativas dos Inquiridos

Fonte: autores, 2023

These results were obtained using: Python Software Foundation, <https://www.python.org/>, Python Pandas Library - Pandas is an open source library in Python, 2023

Na análise dos dados, pode ainda observar-se que existem sete tipos/razões de viagem para a de maior dimensão anual. O gráfico revelou que os indivíduos respondentes são maioritariamente do sexo, provenientes da Europa e de pequenas áreas urbanas.

O tipo de viagem mais frequente e de maior dimensão, por ano, é claramente o destinado a Férias, Lazer e Recreio.

Numerical features	count	mean	std	min	25%	50%	75%	max
Age	292	36.12329	13.69295	15	23	37	45	84
Household	291	2.61512	1.058453	1	2	3	3	4
Average monthly income per household cap	252	2347.222	1377.202	700	1500	2500	3500	6000
Yearly Travel Frequency	292	2.181507	1.092587	1	1	2	3	4

Fig. 3 – Quadro Geral da Origem dos Inquiridos

Fonte: autores, 2023

Pode observar-se que o banco de dados considerou um grupo de 292 indivíduos com idades compreendidas entre os 15 e os 84 anos. Estes inquiridos provêm de agregados familiares com uma, duas, três ou quatro elementos, sendo que o rendimento médio mais baixo é de cerca de 700,00€ (setecentos euros) e o mais alto de 6.000,00€ (seis mil euros), 40 pessoas optaram por não responder a esta questão. Por último, observou-se que a

frequência média anual de viagens dos inquiridos é de 2,18 vezes.

6 | ANÁLISE DE RESULTADOS APURADOS

Atentemos acerca dos resultados às questões chave do inquérito aplicado, que nos permitem concluir acerca da pertinência do surgimento do Conceito de Turismo Experiencial. A primeira pretende auferir sobre a opinião dos respondentes acerca do turismo ser diretamente relacionado com experiências.

Q1 - Será que todo o turismo é sempre sinónimo de experiências?

- 66% considera que sim;
- 19% considera que não;
- 15% não liga ou tanto lhe faz

Os supra resultados demonstram, assim, que, dois terços dos inquiridos, cogita afirmativamente contra apenas um número inferior a um quinto que considera que não há, sempre, relação entre a prática do turismo com experiências.

No que concerne a uma análise mais afunilada do termo Turismo Experiencial, onde se questionam os participantes acerca da sua utilização científica, utilizámos a seguinte perquirição.

Q2 - O turismo ativo, criativo cujo objetivo principal é proporcionar sensações e experimentação pode fruir da designação de Turismo Experiencial?

- 54% dos inquiridos a isso fazem referência
- 10,6% afirmam essa associação como imprescindível
- 27,5% não a considera.

A esta mais complexa questão, cerca de 65% dos inquiridos tem uma opinião positiva, sendo que destes alguns até consideram a associação como fundamental.

No seguimento da informação anterior, e por forma a averiguar a propósito da notoriedade que o termo Turismo Experiencial já goza, a questão seguinte confirma que mais de metade dos respondentes já a reconhece.

Q3 – Existe já reconhecimento da designação Turismo Experiencial?

- 56,5% dos inquiridos afirmam que já ouviu a designação.
- 43,5% não reconhecem a designação

À pergunta acerca da possibilidade do surgimento desta tipologia, podemos analisar que a maior da parte dos participantes no estudo consideram que sim.

Q4 - O setor do Turismo, enquanto fator de vivências e experiências em destinos diferenciados daqueles em que vivemos habitualmente, potenciará o surgimento de um novo conceito baseado em atividades experienciais?

- 63,3% considera que sim;
- 4,4% considera que não;
- 13,6% não liga ou tanto lhe faz

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Efetuada uma atual revisão da literatura no âmbito do turismo experiencial, importa relembrar a investigação efetuada pela autora et Al (2023) em que já se defendeu a existência de uma nova sub-tipologia de turismo afeta e transversal a muitas outras, nomeadamente nas vertentes histórico-culturais, desportivas e ambientais. *“Embora possam ter alguma interligação e considerando que, qualquer espécie de viagem turística contribui sempre para a aprendizagem e enriquecimento emocional de um indivíduo, a Tipologia de Turismo Experiencial baseia-se na participação ativa física, emocional e cognitiva dos turistas em atividades proporcionadas pelos destinos.”*

O novo conceito, afinal, já há alguns anos que anda a ser estudado e referenciado, senão veja-se a opinião dos autores DALIMUNT e TAUFIK (2021) que defendem que *“o turismo experiencial é um ramo do turismo que necessita de atenção porque se baseia na relação entre a experiência e o conceito de turismo de interesse especial que os turistas começam a procurar...”*.

Cogitando então sobre a pesquisa elaborada, bem como na análise aos resultados obtidos junto, maioritariamente, de respondentes pertencentes à comunidade académica viajante, consideramos, pois, que estamos perante a fruição de uma nova tipologia de Turismo, a Experiencial. Ainda numa Fase considerada enquanto inicial de perceção – identificação e seu desenvolvimento, importa, cada vez mais, analisá-la como modo de atuação participativa transformativa de todos aqueles que procuram a experiência, a criatividade, a inovação e a proximidade com as comunidades locais durante o processo turístico.

É ainda pertinente referir e distanciar esta nova Tipologia Turística com a identificada enquanto experiência transformadora do turista, pois essa pressupõe a alteração nos seus comportamentos e modos de pensar e agir, conforme definem os autores Soulard, McGehee, & Knollenberg et al (2021) *“que o termo experiência transformadora (TE) dos turistas conota o momento em que os turistas experimentam mudanças profundas durante a viagem e também depois quando voltam para casa”*. Embora possam ter alguma interligação e considerando que, qualquer espécie de viagem turística contribui sempre para a aprendizagem e enriquecimento emocional de um indivíduo, a Tipologia de Turismo que aqui apresentamos baseia-se na participação ativa física, emocional e cognitiva dos turistas em atividades proporcionadas pelos destinos. A propósito desta evidência, defendemos que, nos destinos turísticos, dever-se-ão criar entidades que, juntamente com

os *stakeholders* regionais, se dediquem ao planejamento, desenvolvimento e aplicação de projetos e ações que tenham por base a preocupação em proporcionar as experiências supra referenciadas de forma estruturada e coordenada.

REFERENCIAS

BUTLER, R. W. (2006^a.) "The Tourism Area Life Cycle: Vol. 1". Application and modifications. Clevedon, UK: Channel View Publications.

BUTLER, R. W. (2006b). "The Tourism Area Life Cycle: Vol. 2". Conceptual and theoretical issues. Clevedon, UK: Channel View Publications.

DALIMUNT, Gallang; TAUFIK, Henrique Meytra (2021). "Experiential Tourism: A Concept Framework", Turkish Journal of Computer and Mathematics Education ,Vol.12 No.8, 889-890 pp.

DAVIDOVA, Ekaterina; DUDKINA, Olga (2024). "Interethnic communication in tourism as a factor of regional development", BIO Web Conf. Volume 113.

DE BRUIN, A. e Jelinčić, D.A. (2016). "Toward extending creative tourism: participatory experience tourism", Tourism Review, Vol. 71 No. 1, pp. 57-66.

DIEGUEZ T., Conceição O. (2021). "Turismo Experiencial e Marketing Experiencial: Uma Abordagem Inovadora". In: Abreu A., Liberato D., González E.A., Garcia Ojeda J.C. (eds) Avances em Turismo, Tecnologia e Sistemas. ICOTTS 2020. Inovação Inteligente, Sistemas e Tecnologias, vol 209. Springer, Cingapura.

DUXBURY, N.; BAKAS, F.E.; VINAGRE de Castro, T.; SILVA, S.(2021). "Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism". Sustainability 2021, 13.

JACKSON, M. (1987). Resenhas de Livros : A ANTROPOLOGIA DA EXPERIÊNCIA. Editado por Victor W. Turner e Edward M. Bruner com um epílogo por Clifford Geertz. Urbana e Chicago, Universidade de Illinois Press, 1986. O Australian and New Zealand Journal of Sociology, 23(3), 456-457.

JOELLE SOULARD, Nancy Gard McGEHEE, Marc J. STERN, Kristin M. LAMOUREUX, (2021), "Transformative tourism: Tourists' drawings, symbols, and narratives of change", Annals of Tourism Research, Volume 87.

LAMA, Arsenio Villar Lama (2018). "OCIO Y TURISMO MILLENNIAL: EL FENÓMENO DE LAS SALAS DE ESCAPE", Cuadernos de Turismo, nº 41, (2018); pp. 615-636.

MACHADO, José Pedro (1987). "Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa, Vol. 2? Livros Horizonte, Lisboa.

in Ciberdúvidas da Língua Portuguesa, <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/a-origem-de-experimentar/15775> [consultado em 27-12-2022]

MARUJO, Noémi (2016). "Turismo, Turistas e Experiências: Abordagens Teóricas". Ed. Revista Turydes, Revista de Turismo y Desarrollo Local, Vol. 9, nº. 20.

MARUJO, Noémi (2018). "Eventos Culturais e Autenticidade", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (diciembre 2018). pp.1-7.

- MODY, Makarand (2016). "Creating Memorable Experiences: How hotels can fight back against Airbnb and other sharing economy providers", *Boston Hospitality Review*, Spring 2016, Volume 4, Issue 2, pp. 1-11
- MONDO, Tiago Savi; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves (2017). "O Turismo Experiencial a Partir de uma Perspetiva Socioeconómica Mercadológica". Ed. *Revista Análisis Turístico* 24, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), pp. 26-40.
- NASCIMENTO, Alan Faber (2022). "TURISMO DE EXPERIÊNCIA E A TRADIÇÃO TOURISM EXPERIENCE AND FORGOTTEN TRADITION", *ATELIÊ DO TURISMO*, Ponto de Vista, 6(1), 1-7, jan-jun 2022.
- OBEIDAT, W. (2023), "Rural and traditional cafes and restaurants: a new emerging trend in domestic tourism", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 15 No. 1, pp. 74-83. <https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2022-0098>.
- PEREIRA, Tércio; LIMBERGER, Plabo Flôres (2020). "CEMETERY TOURISM: A STUDY ABOUT THE EXPERIENCES IN CONSOLAÇÃO CEMETERY FROM TRIPADVISOR", *REUNA*, Belo Horizonte - MG, Brasil, v.25, n.1, p. 1-19, Jan. – Mar. 2020.
- PEZZI, Eduardo; SANTOS, Rafael dos (2012). "A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing.", Ed. *Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul - Turismo e Paisagem: relação complexa*, 16 e 17 de Novembro, Universidade Federal de Caxias do Sul.
- RICHARDS, Greg (2021). "Designing creative Places: the role of creative tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 85.
- SARMIENTO, J. (2006). "La regulación de las empresas de turismo activo". *Estudios Turísticos*, 169-170, 103-111
- SUMEDHA, Agarwal; Priya Singh (2022). Autenticidade em Experiências Turísticas, *Planeamento e Gestão da Economia da Experiência no Turismo*, p.302-317.