

# DESVENDANDO EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NA ILHA DO MARAJÓ: MOTIVAÇÕES E ESCOLHAS RUMO A UM TURISMO SUSTENTÁVEL

UNVEILING TOURIST EXPERIENCES ON MARAJÓ ISLAND: MOTIVATIONS AND CHOICES TOWARD  
SUSTAINABLE TOURISM

DESCIFRANDO EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN LA ISLA DE MARAJÓ: MOTIVACIONES Y ELECCIONES  
HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE

Izabel Maria França de Souza Borja<sup>1</sup>   
Hisakhana Pahoona Corbin<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Universidade Federal do Pará, Belém, PA, Brasil

Data de submissão: 26/04/2024 – Data de aceite: 31/07/2024

**Resumo:** Objetivo - Esta pesquisa teve como objetivo decifrar as escolhas e motivações dos turistas na Ilha do Marajó/PA, visando a promover o turismo sustentável.

Desenho/metodologia/abordagem - Utilizando uma abordagem quali-quantitativa, foram conduzidas entrevistas semiestruturadas que identificaram quatro grupos distintos de turistas. A pesquisa coletou dados sobre as motivações e comportamentos dos turistas para entender suas preferências e influências.

Resultados - Os resultados revelaram que 63,5% dos participantes buscam uma participação ativa e imersiva na Ilha do Marajó (Cluster D). Para 70,7% dos participantes, a decisão de visitar a Ilha do Marajó foi motivada pela percepção de suas características sustentáveis. No entanto, a falta de estrutura pública foi a principal dificuldade apontada, indicando a necessidade de melhorias nas infraestruturas para apoiar o turismo sustentável.

Limitações/implicações da pesquisa - A pesquisa está limitada à amostra de turistas entrevistados na Ilha do Marajó, o que pode não representar todas as percepções e motivações de turistas em diferentes contextos ou épocas do ano.

Implicações práticas - Sugere-se que entes públicos, em colaboração com o setor privado, considerem esses resultados e implementem ações práticas para aprimorar as infraestruturas, proporcionando experiências mais enriquecedoras aos turistas e apoiando iniciativas para o turismo sustentável na Ilha do Marajó.

Originalidade/valor - Este estudo oferece insights valiosos sobre o comportamento e motivações dos turistas na Ilha do Marajó, destacando a importância da sustentabilidade no desenvolvimento turístico. A pesquisa contribui para o entendimento de como as percepções de sustentabilidade influenciam as escolhas dos turistas e sugere caminhos para melhorar a infraestrutura local de maneira a apoiar o turismo sustentável.

**Palavras-chave:** turismo sustentável; motivações turísticas; experiências turísticas; Ilha do Marajó.

**Izabel Maria:** Doutoranda em Ciências – Desenvolvimento Socioambiental, do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido – PPGDSTU, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos – NAEA, da Universidade Federal do Pará – UFPA. Belém, PA, Brasil. E-mail: izamanager@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0205-2122>

**Hisakhana:** Professor e Pesquisador Doutor do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA) da Universidade Federal do Pará – UFPA. Belém, PA, Brasil. E-mail: hisacorbin@hotmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5885-6053>

**Abstract** :Objective - This research aimed to decipher the choices and motivations of tourists to Marajó Island/Paraná, with the goal of promoting sustainable tourism.

Design/methodology/approach - Using a mixed qualitative and quantitative approach, semi-structured interviews were conducted to identify four distinct groups of tourists. The research collected data on tourists' motivations and behaviors, in order to understand their preferences and influences.

Findings - The results revealed that 63.5% of the participants seek active and immersive participation during their stay on Marajó Island (Cluster D). For 70.7% of the participants, the decision to visit Marajó Island was motivated by the perception of its sustainable characteristics. However, one of the main difficulties pointed out was the lack of public infrastructure, indicating a need for infrastructure improvements to support sustainable tourism.

Research limitations/implications - The research is limited to the sample of tourists interviewed on Marajó Island, and may not represent all the perceptions and motivations of tourists in different contexts or at times of the year.

Practical implications - It is suggested that public entities, in collaboration with the private sector, consider these results and implement practical actions to improve the infrastructure, providing more enriching experiences for tourists and supporting sustainable tourism initiatives on Marajó Island.

Originality/value - This study offers valuable insights into the behavior and motivations of tourists to Marajó Island, highlighting the importance of sustainability in tourism development. The research contributes to understanding how perceptions of sustainability influence tourists' choices, and suggests ways to improve the local infrastructure to support sustainable tourism.

**Keywords:** sustainable tourism; tourist motivations; tourist experiences; Marajó Island.

**Resumen:** Objetivo - Esta investigación tuvo como objetivo descifrar las elecciones y motivaciones de los turistas en la Isla de Marajó/PA, con el objetivo de promover el turismo sostenible.

Diseño/metodología/enfoque - Utilizando un enfoque cuali-cuantitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas que identificaron cuatro grupos distintos de turistas. La investigación recopiló datos sobre las motivaciones y comportamientos de los turistas para entender sus preferencias e influencias.

Resultados - Los resultados revelaron que el 63,5% de los participantes buscan una participación activa e inmersiva en la Isla de Marajó (Cluster D). Para el 70,7% de los participantes, la decisión de visitar la Isla de Marajó fue motivada por la percepción de sus características sostenibles. Sin embargo, la falta de infraestructura pública fue la principal dificultad señalada, indicando la necesidad de mejoras en las infraestructuras para apoyar el turismo sostenible.

Limitaciones/implicaciones de la investigación - La investigación está limitada a la muestra de turistas entrevistados en la Isla de Marajó, lo que puede no representar todas las percepciones y motivaciones de los turistas en diferentes contextos o épocas del año.

Implicaciones prácticas - Se sugiere que las entidades públicas, en colaboración con el sector privado, consideren estos resultados e implementen acciones prácticas para mejorar las infraestructuras, proporcionando así experiencias más enriquecedoras a los turistas y apoyando iniciativas para el turismo sostenible en la Isla de Marajó.

Originalidad/valor - Este estudio ofrece valiosos conocimientos sobre el comportamiento y las motivaciones de los turistas en la Isla de Marajó, destacando la importancia de la sostenibilidad en el desarrollo turístico. La investigación contribuye a comprender cómo las percepciones de sostenibilidad influyen en las elecciones de los turistas y sugiere formas de mejorar la infraestructura local para apoyar el turismo sostenible.

**Palabras clave:** turismo sostenible; motivaciones turísticas; experiencias turísticas; Isla de Marajó.

## INTRODUÇÃO

Destacando-se como a vitrine turística da Região Norte do Brasil, o estado do Pará exhibe expressivas manifestações culturais e gastronômicas que delineiam a coexistência entre a imponente floresta Amazônica, seus habitantes e o meio urbano. Esses elementos convergem para posicionar a atividade turística como um potencial econômico, ao mesmo tempo em que suscita debates sobre a preservação cultural da Amazônia e o uso sustentável de seus recursos naturais.

O escopo deste artigo visa a identificar as escolhas e motivações dos turistas na Ilha do Marajó, com foco no turismo sustentável. Essa investigação se ancora nas dimensões educação/aprendizagem, evasão/evasiva, estética/contemplação e entretenimento, seguindo o modelo teórico proposto na Economia da Experiência por Pine e Gilmore (1999). A metodologia adotada foi exploratória, com abordagem analítica, conduzida com 41 participantes nos municípios de Soure e Salvaterra, na Ilha de Marajó, em novembro de 2022.

Anteriormente conhecida como Marinatambal, a Ilha de Marajó ocupa uma área continental de 54,5 mil km<sup>2</sup> e um conjunto de ilhas de 49,6 mil km<sup>2</sup> (Brasil, 2007). Reconhecida como a maior ilha fluvio-marítima do planeta e a maior ilha costeira do

Brasil, o Arquipélago do Marajó é banhado por águas fluviais a oeste e noroeste, pelo rio Amazonas, ao norte e nordeste pelo oceano Atlântico, e ao leste, sudeste e sul pelo rio Pará.

A base teórica desta pesquisa abrangeu análises sobre as motivações turísticas, o turismo sustentável e as experiências turísticas, visando a compreender os fatores que influenciam o comportamento em prol do turismo sustentável. Na discussão dos resultados, delinham-se em quatro *clusters* os perfis sociodemográficos dos turistas, suas motivações, as fontes que os conduziram à escolha da Ilha do Marajó, a correlação entre as informações essenciais e, por fim, as conclusões acompanhadas de recomendações, considerando a essência da economia da experiência proposta por Pine e Gilmore (1999).

## REVISÃO TEÓRICA

A revisão teórica desempenha um papel fundamental como base estrutural para o desenvolvimento do trabalho, orientando a metodologia, bem como a análise e conclusões subsequentes. Nesse sentido, os temas abordados neste estudo se concentraram, no primeiro tópico, em motivações turísticas e turismo sustentável, enquanto no segundo abordou-se a experiência turística. Todas essas temáticas convergem para o cerne da problemática do trabalho, que visa a compreender as escolhas e motivações dos turistas na Ilha do Marajó/PA, com foco no turismo sustentável.

### Motivações Turísticas e Turismo Sustentável

O turismo, responsável por 34,6 milhões de empregos globalmente (WTTC, 2022), é frequentemente associado à escapada da rotina. A motivação, um processo dinâmico que leva indivíduos a agir para satisfazer suas necessidades, pode incluir a busca por destinos naturais com atividades autênticas e interações com comunidades locais.

Nesse cenário, o turismo sustentável surge como uma temática complexa, abordando estudos e debates que visam a preservar características físicas, biológicas, paisagísticas e dinâmicas naturais. Surge a reflexão sobre se as motivações dos turistas contribuem positiva ou ameaçadoramente para os destinos.

A motivação turística na escolha de um destino é central para compreender o comportamento turístico (Mody, Day, Sidnor, Jaffe, & Lehto, 2014; Mody, Suess, & Lehto, 2020). O modelo dos fatores *push* e *pull*, explorado por diversos autores (Crompton, 1979; Dann, 1981; Kim, Lee, & Klenosky, 2003; Kassean & Gassita, 2013; Zhang & Peng, 2014; Dolinting, Yusof, & Soon, 2015), considera a motivação turística como derivada dos conceitos de anomia e exaltação do ego, onde fatores *push* estão ligados a necessidades internas e fatores *pull* a atrações externas do destino.

O modelo *push-pull*, proposto por John Dann (1981), é uma estrutura conceitual que visa entender os fatores que influenciam as decisões dos turistas na escolha de destinos turísticos. Essa abordagem é útil para analisar as motivações que “empurram” os turistas de seus locais de origem (*push factors*) e as atrações que “puxam” os turistas para os destinos desejados (*pull factors*). O modelo busca explicar como esses fatores interagem e influenciam o comportamento do turista.

O turismo sustentável, conforme definido pela OMT (2003), visa a maximizar benefícios econômicos, sociais e ambientais, preservando o ambiente do destino e promovendo a qualidade de vida local. Beni (2001) destaca a importância de atender não apenas às necessidades dos turistas, mas também das comunidades locais e futuras gerações.

A Ilha de Marajó/PA, inserida em uma Área de Preservação Ambiental (APA), enfrenta desafios significativos, incluindo desigualdades e problemas socioeconômicos. A atividade turística em Unidades de Conservação, como a APA do Marajó, impacta tanto positiva quanto negativamente a comunidade local e o meio ambiente.

O turismo sustentável, conforme apresentado pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2016), deve satisfazer às necessidades dos turistas, da indústria turística e das comunidades locais sem comprometer as futuras gerações. A Amazônia, rica em recursos, enfrenta desafios e oportunidades no desenvolvimento do turismo sustentável.

O Conselho Brasileiro para o Turismo Sustentável (CBTS) estabelece princípios norteadores para validar o turismo sustentável, incluindo o respeito à legislação, garantia dos direitos das populações locais, conservação ambiental, preservação cultural, estímulo ao desenvolvimento social e econômico, garantia de qualidade e planejamento responsável (OMT, 2003; UNWTO, 2020).

A aplicação prática do turismo sustentável enfrenta desafios, exigindo a reinvenção da atividade turística para atender às necessidades dos novos perfis de consumidores (Gössling *et al.*, 2021). O desenvolvimento sustentável, na perspectiva de Sachs (2002), requer uma abordagem contínua que considere dimensões sociais, econômicas, ecológicas e culturais.

Instrumentos de monitoramento são necessários para mensurar o desenvolvimento local sustentável, garantindo a cria-

ção de riqueza e bem-estar da população (Dolnicar & Grün, 2020). O caminho para a sustentabilidade no planejamento turístico deve ser um processo contínuo de construção, mesmo em pequena escala.

## Experiência Turística

O conceito de experiência é intrinsecamente complexo e influenciado por diversas variáveis, não se limitando a uma única teoria. Esse campo de investigação revela-se rico, incorporando perspectivas da Antropologia (Selstad, 2007), Sociologia (Cohen, 2001; 2020), Psicologia (Larsen, 2007; Moscardo, 2009; 2020), Geografia (Li, 2000; 2020), entre outros domínios.

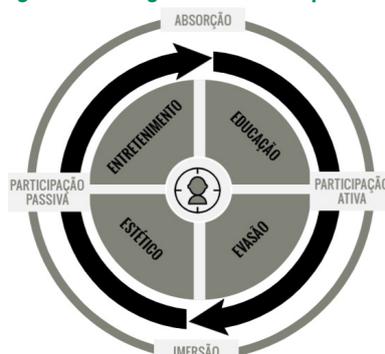
Schmitt (2003) delimita a experiência turística em cinco dimensões: sensorial (experimental), afetiva (sentimento), cognitiva/criativa (pensamento), física (agir) e identidade social (relacionar). Quan e Wang (2020) propõem duas dimensões na experiência turística: relacionadas aos atrativos e à experiência de consumo de apoio, sendo a qualidade total da experiência turística a resultante dessas duas dimensões.

Ooi (2005) identifica seis abordagens sobre a temática da experiência turística. A primeira abordagem concentra-se na psicologia cognitiva, destacando o processo construtivo ou reconstrutivo no indivíduo (Larsen, 2007; 2021). A segunda abordagem relaciona-se às experiências positivas numa perspectiva antropológica (Selstad, 2007), vinculada à busca individual de autorrealização.

A terceira abordagem refere-se ao envolvimento experiencial, associado, por exemplo, à redução do estresse (Walker et al., 1998; 2020). A quarta abordagem abrange a fenomenologia da experiência, proposta por uma perspectiva geográfica (Li, 2000; 2020). Na quinta abordagem, inclui-se o trabalho de Urry (1996), e Urry e Larsen (2011), que destaca a natureza visual da experiência, como a paisagem de um destino.

Por fim, a sexta abordagem remete à economia da experiência, onde, numa perspectiva econômica, os turistas buscam experiências únicas, além do uso de produtos e serviços (Pine & Gilmore, 1999; 2019). Considerando a experiência como o envolvimento do cliente – nesse caso, o turista – Pine e Gilmore (1999; 2019) apresentam os estágios de estruturação da experiência em dois grandes eixos, os quais, ao se cruzarem, criam quatro campos de análise (dimensões): entretenimento, educação, estética e evasão, conforme mostrado na Figura 1.

Figura 1 – Categorias de uma experiência



Fonte: Elaboração própria, adaptada de Pine e Gilmore (1999, p. 30).

O eixo horizontal representa o nível de participação do cliente, podendo variar entre passivo e ativo, enquanto o eixo vertical indica o tipo de relação que une os clientes, podendo ser de absorção ou imersão. Esse último refere-se à conexão ambiental que liga os clientes ao evento ou manifestação cultural.

O modelo 4Es é uma ferramenta valiosa para gestores de destinos e *stakeholders* locais atraírem turistas desse segmento, tornando a estratégia de planejamento e gestão mais eficiente. Conforme preconizado por Pine e Gilmore (1999; 2019), superar as expectativas do turista não está na criação ou inovação de produtos, mas sim em surpreendê-lo com produtos e serviços existentes no destino, adaptados para consumo por um nicho diferente.

O turismo, sendo um produto intangível e subjetivo, oferece resultados diversos influenciados pelas memórias e interesses do consumidor. Pine e Gilmore (1999; 2019) identificam quatro campos de experiência: entretenimento, educação, estética e evasão. Na dimensão do entretenimento, os turistas absorvem passivamente as experiências por meio dos sentidos, como assistir a manifestações culturais, ouvir música ou ler por prazer. No entanto, os autores ressaltam que, à medida que a economia da experiência avança, as pessoas buscam experiências mais incomuns.

Na dimensão da educação, o turista absorve a experiência de maneira participativa/interativa, pois as experiências educacionais envolvem ativamente a mente e/ou o corpo para informar e aumentar o conhecimento do turista. Em contra-

partida, as experiências de evasão exigem uma imersão mais profunda do que as de entretenimento e educação. Nessa dimensão, o turista está completamente imerso e envolvido, viajando para algum lugar além de apenas embarcar.

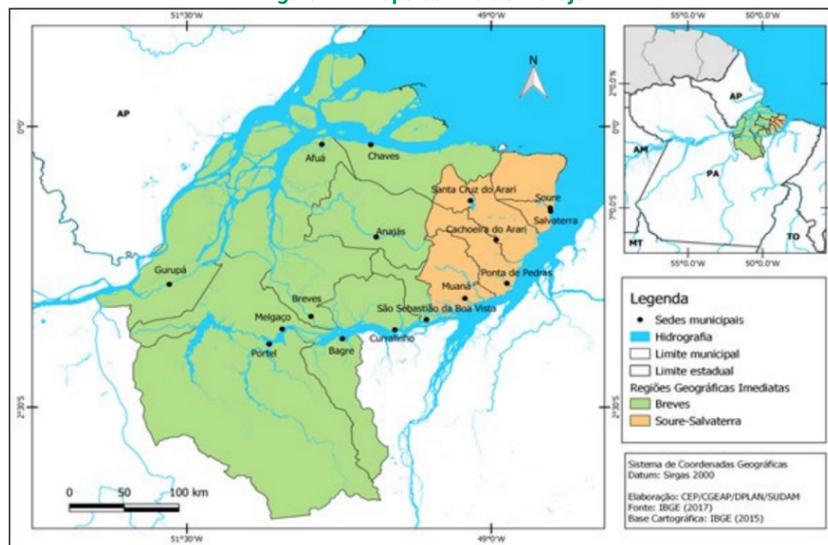
Finalmente, na dimensão estética, o turista mergulha em um evento ou ambiente que tem pouco ou nenhum efeito sobre ele, deixando o ambiente essencialmente intocado. Pine e Gilmore (1999; 2019) destacam que enquanto turistas que participam de uma experiência educacional podem querer aprender para obter uma experiência evasiva, turistas que buscam uma experiência de entretenimento podem querer sentir, e aqueles que participam de experiências estéticas só desejam estar presentes no momento.

## METODOLOGIA

A pesquisa teve início com uma investigação exploratória abrangendo os temas de motivações turísticas, turismo sustentável e experiências turísticas. A metodologia empregada foi do tipo exploratória com enfoque analítico, conduzindo entrevistas com 41 participantes na Ilha de Marajó, nos municípios de Soure e Salvaterra, em novembro de 2022.

A escolha da Área de Proteção Ambiental (APA) Ilha do Marajó (Figura 2), para a pesquisa de campo foi motivada pela associação entre o turismo sustentável e as Unidades de Conservação (UC) de uso sustentável. Conforme estabelecido pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação, essas áreas permitem a exploração do ambiente de maneira a garantir a perenidade dos recursos ambientais renováveis e dos processos ecológicos, sendo representadas pelas Áreas de Proteção Ambiental (APAs) (Brasil, 2000).

Figura 2 – Mapa da Ilha de Marajó



Fonte: IBGE (2017).

Para a coleta de dados qualitativos, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, compostas por perguntas abertas e fechadas, permitindo que os participantes complementassem, justificassem ou expressassem mais amplamente suas posições em relação aos temas do estudo.

A seleção dos participantes ocorreu de forma intencional, visando a entender o problema e a questão da pesquisa. Foram observados quatro aspectos: o local (Área de Proteção Ambiental – APA Ilha do Marajó), os atores (turistas), os eventos (motivações turísticas, turismo sustentável e experiências turísticas) e o processo (a natureza dos eventos realizados pelos entrevistados) (Creswell, 2010).

A técnica de *face-to-face* foi utilizada para as entrevistas, sendo considerada por Freixo (2006) uma forma eficaz de comunicação interpessoal, envolvendo tanto a comunicação verbal quanto não verbal. Freixo (2006) destaca que a técnica de *face-to-face* se refere a uma abordagem de comunicação ou interação em que as pessoas envolvidas estão fisicamente presentes – uma na presença da outra –, permitindo uma comunicação direta e imediata. Essa forma de interação é caracterizada pela proximidade física entre os participantes, possibilitando a observação de expressões faciais, linguagem corporal e outros sinais não verbais que complementam a comunicação verbal.

O roteiro da entrevista abordou dimensões como perfil sociodemográfico, características da viagem, escolha e motivação da viagem, tipos de experiência turística e percepção sobre turismo sustentável. Após a coleta de dados, estes foram apurados, tabulados, classificados e resumidos, facilitando tanto a descrição e análise temática dos textos (abordagem

qualitativa) quanto a análise numérica descritiva e inferencial dos dados (abordagem quantitativa).

Diante da impossibilidade de compilar uma lista completa da população da pesquisa, optou-se pela abordagem por cluster, conforme sugere Creswell (2010). Identificaram-se inicialmente os *clusters* (agrupamentos de turistas) com base na experiência de visita à Ilha do Marajó, para, então, obter as classificações de cada *cluster* e o grupo de turistas associado. Esse método permitiu a obtenção de amostras dentro de cada *cluster* (Babbie, 2007; Creswell, 2010).

No primeiro momento, será aprofundado o entendimento das motivações turísticas, focalizando-se no modelo *push & pull* (Dann, 1981), e, em seguida, estabeleceremos conexões com o conceito de turismo sustentável. Quanto ao segundo momento, este será dedicado à exploração do conceito de experiência turística, valendo-se das contribuições de renomados autores na área, com ênfase no modelo de economia da experiência proposto por Pine e Gilmore (1999), conhecido como os 4Es (educação, evasão, estética e entretenimento).

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### Perfil da amostra

Com o propósito de estabelecer um perfil sociodemográfico de um determinado número de turistas que visitam a Ilha do Marajó/PA e, dessa forma, elaborar uma abordagem que considere a dinâmica e as particularidades desse segmento da população analisada, foram coletadas informações abrangentes, como gênero, estado civil, faixa etária, nível de escolaridade, nacionalidade, região de residência e faixa de renda mensal. Esses dados estão detalhados na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 – Perfil sociodemográfico dos turistas

Gênero	%	Estado Civil	%
Masculino	53,7	Solteiro	56,1
Feminino	39	Casado	31,7
Não respondeu	7,3	Divorciado	2,4
Outro	0	Viúvo	4,9
Total	100,00	Outros	4,9
		<b>Total</b>	100,00
Faixa Etária	%	Grau de Escolaridade	%
Entre 18 e 20 anos	2,4	Fundamental	7,3
De 21 a 27 anos	12,2	Ensino Médio	36,6
De 28 a 34 anos	31,7	Ensino Superior	22
De 35 a 41 anos	19,5	Pós-Graduação	34,1
De 42 a 48 anos	12,2	Não respondeu	0
De 49 a 55 anos	9,8	<b>Total</b>	100,00
De 56 a 62 anos	4,9		
63 anos ou mais	7,3		
<b>Total</b>	100,00		
Nacionalidade	%	Região que mora	%
Brasileiro	97,6	Norte	70
Estrangeiro	2,4	Nordeste	7,5
		Centro-Oeste	7,5
		Sul	7,5
		Sudeste	7,5
Faixa de Remuneração Mensal	%		
Até R\$ 1.200,00	7,3		
Entre R\$ 1.200,00 e R\$ 2.200,00	14,6		
Entre R\$ 2.200 e R\$ 3.600,00	9,8		
Entre R\$ 3.600,00 e R\$ 4.800,00	22		
Entre R\$ 4.800,00 e R\$ 10.000,00	36,6		
Acima de R\$ 10.000,00	7,3		
Não respondeu	2,4		
<b>Total</b>	100,00		

Fonte: Dados do estudo de campo (2022).

Conforme os dados apresentados na Tabela 1, no que diz respeito ao critério de gênero, observa-se uma predominância de turistas do sexo masculino, representando 53,7% dos entrevistados. Esse dado ganha relevância ao considerarmos que, somente em 2021, a região da Ilha do Marajó/PA recebeu 34 mil turistas (SEGUP-PA, 2022). Em relação ao estado civil, a maioria dos entrevistados (56,1%) é composta por indivíduos solteiros, sendo originários em sua maioria da região Norte do Brasil (70% dos participantes). É saliente mencionar que, de acordo com o Boletim Turismo Paraense de 2022 (Fapespa, 2022, p. 15), dos 84% dos brasileiros que residem na Região Norte, a maioria que visita o Estado do Pará é proveniente da própria região Norte.

Os turistas que frequentam a Ilha do Marajó/PA apresentam uma média de idade situada entre 28 e 34 anos, com uma renda individual mensal variando entre R\$ 4.800,00 e R\$ 10.000,00. Considerando o salário-mínimo nacional de R\$ 1.212,00 em 2022, a maioria dos turistas que visita a Ilha do Marajó/PA é classificada como pertencente à Classe C, com rendimentos entre quatro e dez salários-mínimos, o que corresponde à metade da população brasileira (Ibge, 2022).

De maneira coerente, o conhecimento de que a maioria dos turistas pertence à Classe C aponta para o potencial impacto significativo do turismo na economia local. Essa constatação sugere que a Ilha do Marajó/PA é financeiramente acessível a uma parcela considerável da população brasileira. Esse entendimento oferece oportunidades, permitindo a formulação de pacotes turísticos acessíveis, a criação de atividades culturais e experiências que atendam às preferências e orçamentos desse grupo específico.

Além disso, essa informação motiva a implementação de iniciativas voltadas para a inclusão social, como programas de capacitação e empregabilidade destinados à população local. A compreensão do perfil econômico dos visitantes também orienta o desenvolvimento de atrações e serviços específicos, proporcionando uma experiência mais personalizada para esse público.

No contexto do turismo sustentável, a análise da distribuição de renda dos turistas torna-se crucial. Ela serve como base para o desenvolvimento de estratégias que promovam não apenas o crescimento econômico, mas também a inclusão social e a preservação ambiental na Ilha do Marajó/PA.

Importante notar que os participantes da pesquisa possuem, em sua maioria, ensino médio completo (36,6%), e 56,1% dos entrevistados têm nível superior, representando um elevado grau de instrução por parte de dois terços dos respondentes. Este dado abre espaço para futuras pesquisas que explorem a correlação entre nível de escolaridade, práticas sustentáveis e a experiência turística.

Em um estudo que buscava analisar a possível relação entre experiências turísticas memoráveis e práticas sustentáveis, Madruga, Garlet e Grellmann (2019) concluíram que não há diferença significativa entre práticas sustentáveis e experiências turísticas, apenas reforçando que, quanto maior o grau de escolaridade, maior a busca por viagens que transcendem o mero deslocamento geográfico, abrangendo aspectos culturais e sociais (Madruga, Garlet, & Grellmann, 2019).

## Características da Viagem

Para entender os padrões e incentivos dos turistas na amostra durante sua visita à Ilha do Marajó/PA, foram adotados critérios como a frequência com que costumam viajar, os companheiros de viagem, a duração da estadia na ilha, o orçamento previsto para a viagem, as motivações, a visita a outros destinos semelhantes à Ilha do Marajó e a influência de características sustentáveis na escolha dos destinos, conforme ilustrado na Tabela 2.

Ao serem indagados sobre os companheiros de viagem, a maior parte dos participantes indicou que realizou a jornada para o Arquipélago do Marajó acompanhada de amigos (29,3%), seguido por parentes (24,4%), em casal (22%) e sozinho (17,1%). Menezes (2010) destaca a significativa influência de grupos de referência, como amigos, família, papel social e status, na tomada de decisão do cliente, neste caso, do turista.

Conforme evidenciado na Tabela 2, as despesas no destino oscilam entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00 (32%), e a duração da estadia varia de 3 a 5 dias (43,9%), reiterando que o Pará está acima da média nacional entre os estados brasileiros com maior número de pernoites (Fapespa, 2022). No entanto, apesar de figurar entre os dez estados brasileiros que recebem mais visitantes nacionais, o gasto médio com pernoite no Pará está abaixo da média nacional, conforme dados do Boletim do Turismo 2022 no Pará (Fapespa, 2022).

Essa discrepância sugere a necessidade de estratégias para maximizar o valor agregado das estadias, promovendo não apenas a quantidade, mas também a qualidade das experiências turísticas na região. Medidas que visem à diversificação de opções, ao incentivo a gastos adicionais e à valorização de produtos e serviços locais podem contribuir para otimizar

o impacto econômico do turismo na Ilha do Marajó/PA.

Além disso, a maioria dos participantes da pesquisa tem o hábito de viajar várias vezes por ano (56,1%), e a maior parte dos entrevistados (95,1%) declarou procurar por outros destinos semelhantes à Ilha do Marajó ao planejar uma viagem. Diante disso, é possível afirmar que, antes da escolha de um destino, existem motivações por parte do viajante em sua decisão, denominadas motivações turísticas, que estão relacionadas a fatores push (desejos e necessidades internas do indivíduo) e fatores pull (características que o atraem ao destino) (Crompton, 1979; Dann, 1981; Kim, Lee, & Klenosky, 2003; Kassean & Gassita, 2013; Zhang & Peng, 2014; Dolinting, Yusof, & Soon, 2015).

No estudo, as principais motivações (fator push) foram: desejo de explorar e conhecer mais sobre outras culturas e as pessoas que vivem no destino (43,9%); visitar parentes e amigos (17,1%); relaxamento do corpo e da mente, saúde, esportes e lazer (14,6%) e desejo de fazer novas amizades (9,8%). Ao indagar sobre o que atrai (fator pull) à Ilha do Marajó, foi possível validar o perfil da demanda turística dos turistas que buscam se integrar à comunidade por meio de experiências nas praias (36%), eventos (14%), como o Círio, na imersão na bubalinocultura marajoara (26,7%), culinária (8%) e artesanato (13,3%).

Os dados refletem a demanda potencial atual local e regional para os segmentos de sol e praia e cultural, corroborando com os resultados do Boletim do Turismo 2022 (Fapespa, 2022), que destaca as principais motivações de viagens no Pará em 2021: sol e praia (49%) e cultura e gastronomia (16%). Por fim, entre os entrevistados, 70,7% dos respondentes afirmaram escolher os atrativos turísticos na Ilha do Marajó por apresentarem características sustentáveis.

**Tabela 2 – Características da Viagem**

<b>Acompanhantes para a viagem</b>	<b>%</b>	<b>Tempo de permanência na Ilha do Marajó</b>	<b>%</b>
Sozinho	17,1	1 dia	2,4
Com parentes	24,4	2 dias	12,2
Com amigos	29,3	3 a 5 dias	43,9
Casal	22	Mais de 5 dias	41,5
Casal com filhos	4,9		
Em família	2,4		
<b>Quanto pretende gastar na Viagem</b>	<b>%</b>	<b>Frequência que costuma viajar</b>	<b>%</b>
Até R\$ 500,00	22	Várias vezes por ano	56,1
Entre R\$ 500,00 e R\$ 1.000,00	24,2	A cada seis meses	12,2
Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.000,00	32	Uma vez por ano	29,3
Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00	17	Uma vez a cada 2 anos	2,4
Acima de R\$ 5.000,00	2,4	Uma vez a cada 5 anos	0
Não Respondeu	2,4	Com menos frequência	0
<b>Motivações para viajar (pull)</b>	<b>%</b>	<b>Motivações para viajar (push)</b>	<b>%</b>
Praia	36	Conhecer mais sobre outras culturas e sobre as pessoas que vivem imersas no destino	43,9
Gastronomia	8,0	Visitar parentes e amigos	17,1
Bubalinocultura	26,7	Relaxamento do corpo e da mente, saúde, esportes e lazer	14,6
Artesanato	13,3	Desejo de conhecer novas pessoas	9,8
Evento	14,7	Outros	14,6
Outros	1,3		
<b>Frequentam outros locais semelhantes à Ilha do Marajó</b>	<b>%</b>	<b>Escolheu o destino por ter características sustentáveis</b>	<b>%</b>
Sim	95,1	Sim	70,7
Não	4,9	Não	29,3

Fonte: Dados do estudo de campo (2022).

## Experiências na Ilha do Marajó

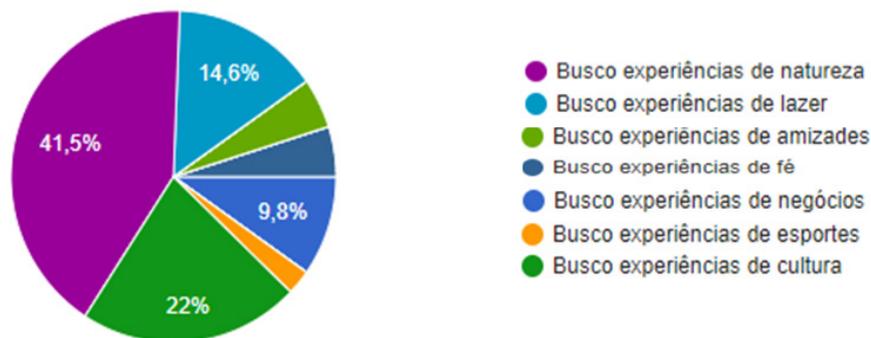
Hamoy (2018) destaca que o turismo “emerge como uma estratégia para aliviar as tensões geradas pelo cotidiano de trabalho e vida urbana, proporcionando novas experiências e conhecimentos” (Hamoy, 2018, p. 59). Figueiredo e Nóbrega

(2015) definem o turismo não apenas como deslocamento, mas também pelas experiências produzidas e viabilizadas por esse deslocamento, no tempo e no espaço.

Ao observarmos o Gráfico 1, entre os entrevistados, 63,5% dos turistas buscam experiências relacionadas à natureza (41,5%) e à cultura (22%). Conforme a pesquisa conduzida pela Paratur (2009), as políticas públicas voltadas para a atividade turística, alinhadas com as demandas do mercado, consideram a segmentação do turismo rural e cultural como alternativas econômicas que contribuem para o desenvolvimento da Ilha do Marajó/PA.

Esse dado está em sintonia com os resultados de outra pesquisa realizada pela Paratur (2009), que identificou o perfil do turista que visita a Ilha do Marajó como aqueles que “valorizam a proximidade com a natureza, a tranquilidade, a harmonia espiritual e mental. Esses turistas buscam equilíbrio, lazer e relaxamento” (Paratur, 2009, p. 32).

Gráfico 1 – Tipo de experiência que busca na Ilha do Marajó



Fonte: Dados do estudo de campo (2022).

Ao analisarmos as características predominantes dos clusters identificados no alinhamento sequencial, conforme destacado no Quadro 1, mais adiante, torna-se possível discernir o perfil da demanda turística. Alinhado às dimensões da economia da experiência delineadas por Pine e Gilmore (1999), a experiência na Ilha do Marajó, geralmente, ocorre de maneira evasiva, envolvendo participação ativa e a imersão no ambiente onde a atividade é realizada.

Com o intuito de aprofundar a compreensão dos segmentos de turistas e seus respectivos tamanhos, foram estabelecidos quatro clusters com base nas experiências que possibilitam, segundo a teoria de Pine e Gilmore (1999), a aquisição de conhecimento em relação à oferta e à demanda.

### Cluster A – Experiência de entretenimento

Esses turistas representam 19,5% da amostra e têm preferência por atividades mais passivas, caracterizadas pela absorção do atrativo turístico. Demonstram interesse em assistir a manifestações culturais, eventos e desfrutar de praias de maneira mais contemplativa. Apresentam uma média de idade de 36 anos, possuem formação superior e uma renda individual mensal média de R\$ 4.400,00. Suas viagens costumam ultrapassar cinco dias, sendo, geralmente, acompanhados por amigos, e têm um gasto médio de R\$ 2.500,00. A principal motivação que os impulsiona a viajar é a busca pelo relaxamento do corpo e da mente.

### Cluster B – Experiência educativa/aprendizagem

Esses turistas representam 12,1% da amostra e buscam uma participação ativa e reflexiva, envolvendo-se em manifestações culturais e explorando a culinária local. Sua conexão com o evento tende a ser mais absorvente do que imersiva. Em média, possuem 39 anos de idade, nível superior de escolaridade e uma renda individual mensal média de R\$ 6.400,00. Suas viagens têm uma duração média de quatro dias, geralmente em casal, com um gasto médio de R\$ 2.530,00. A principal motivação para suas viagens é a participação em eventos culturais, como a festividade religiosa do Círio.

### Cluster C – Experiências estéticas/contemplação

Esses turistas representam 4,9% da amostra e buscam uma participação passiva e imersão na experiência, mas com uma capacidade limitada de interagir ativamente. Por exemplo, apreciam manifestações culturais ou eventos locais. Em

média, possuem 34 anos de idade, nível médio de escolaridade e uma renda individual mensal média de R\$ 6.400,00. Suas viagens têm uma duração média de quatro dias, geralmente, acompanhados de parentes, com um gasto médio de R\$ 1.183,33. A principal motivação para suas viagens é o relaxamento do corpo e da mente, saúde, esportes e prazer.

## Cluster D – Experiência de evasiva/evasão

Esses turistas, que compõem 63,5% da amostra, buscam uma participação ativa e imersiva no ambiente onde a atividade é realizada. Demonstram preferência por se envolverem em ambientes culturais e gastronômicos, além de participarem ativamente em atividades nas praias. Com uma idade média de 37 anos, possuem ensino médio como nível de escolaridade e apresentam uma renda individual mensal média de R\$ 4.400,00. Suas viagens costumam ter uma duração superior a cinco dias, sendo, geralmente, acompanhados de amigos, com um gasto médio de R\$ 1.300,00. A principal motivação para suas viagens é a vontade de ver e conhecer mais sobre outras culturas e as pessoas que vivem imersas no destino.

**Quadro 1 – Características dominantes dos clusters obtidos no alinhamento sequencial**

Experiências	Características Pessoais			Características da Viagem				
	Idade Média	Média Grau escolaridade	Média Rendimento Individual	Gastos médio com a viagem	Estadia média	Tipologia da visita	Motivações (Pull)	Motivações (Push)
(D) Experiência de evasiva/evasão	37 anos	Ensino Médio	R\$ 4.400,00	R\$1.300,00	+ de 5 dias	Viagem com amigos	Praia Manifestação Cultural Eventos Gastronomia	Ver e conhecer mais sobre outras culturas e sobre as pessoas que vivem imersas no destino
(A) Experiência de entretenimento	36 anos	Ensino Superior	R\$ 4.400,00	R\$ 2.500,00	+ de 5 dias	Viagem com amigos	Praia Manifestação Cultural Eventos	Relaxamento do corpo e da mente, saúde, esportes e prazer.
(B) Experiências educativas/aprendizagem	39 anos	Ensino Superior	R\$ 6.400,00	R\$ 2.530,00	4 dias	Viagem em casal	Praia Manifestação Cultural Gastronomia	Participação de eventos culturais
(C) Experiência estética/contemplação	34 anos	Ensino Médio	R\$ 6.400,00	R\$ 1.183,33	4 dias	Viagem com parentes	Praia Manifestação Cultural Evento	Relaxamento do corpo e da mente, saúde, esportes e prazer

Fonte: Dados do estudo de campo (2022).

## Percepções sobre sustentabilidade no destino

Conforme mencionado pelo Ministério do Meio Ambiente (Brasil, 2000), a prática do turismo em Unidades de Conservação (UC) está fundamentada nos princípios da sustentabilidade e na preservação dos recursos naturais. Essa abordagem visa a proporcionar à população, tanto residentes quanto visitantes, uma área que favoreça a educação, a interpretação ambiental, a recreação em contato com a natureza e o turismo ecológico. Entretanto, o que significa, de fato, sustentabilidade?

Essa indagação foi direcionada aos participantes da pesquisa, solicitando-lhes que definissem sustentabilidade em três palavras. De modo geral, o termo sustentabilidade está associado à preservação, natureza e conscientização, conforme apresentado na Figura 2.

Existe uma substancial distinção entre preservação ambiental e conservação ambiental, sendo fundamental determinar qual termo é mais apropriado, considerando o contexto de “uso/intervenção humana” versus “proteção sem uso/intervenção humana” na área em análise.

Em outras palavras, preservação ambiental refere-se à manutenção de ecossistemas livres de intervenções humanas, priorizando a proteção integral da natureza. Em contrapartida, conservação ambiental envolve a gestão sustentável dos recursos naturais, permitindo um certo grau de intervenção controlada em prol do equilíbrio ecológico.



Os resultados proporcionaram insights sobre as escolhas e motivações desses turistas na Ilha do Marajó, analisando o Modelo de Fatores Push e Pull de maneira descritiva. O modelo push-pull oferece uma estrutura teórica para compreender os processos de tomada de decisão dos turistas, sendo valioso para profissionais do turismo e pesquisadores ao analisar as motivações e preferências dos viajantes. Ele destaca a importância de considerar tanto os fatores internos (push) quanto os fatores externos (pull) que moldam o comportamento do turista.

No que diz respeito aos motivos que influenciam a escolha do destino, destaca-se significativamente o atrativo das praias (36%), seguido pela imersão na bubalinocultura marajoara (26,7%). No âmbito dos fatores que impulsionam a decisão, sobressai o desejo de explorar outras culturas e interagir com as pessoas que vivem imersas no destino (43,9% dos participantes).

Para atingir os objetivos centrais da pesquisa, foram identificados quatro diferentes perfis de turistas por meio de uma análise de clusters, sendo o cluster D o mais representativo na amostra. Este perfil, categorizado como experiência evasiva, compõe 63,5% dos turistas e se caracteriza por escolher locais com atrativos turísticos imersivos, buscando experiências profundas no destino.

Os turistas do cluster D, em média com 37 anos, ensino médio, renda mensal média de R\$ 4.400,00, demonstram preferência por imersão em ambientes culturais e gastronômicos, além de participar de atividades nas praias. Apesar de serem desejáveis para o turismo sustentável, contribuindo para o desenvolvimento local, também podem gerar desafios como o aumento de preços, impactando a comunidade local.

O turismo sustentável integra práticas pró-ambientais, tanto dos atores privados quanto públicos. Nessa dimensão, 40% dos participantes percebem a falta de estrutura do setor público, indicando a necessidade de um planejamento estratégico eficaz e participativo.

Essa percepção dos participantes quanto ao setor público reflete desafios na implementação efetiva de práticas sustentáveis na Ilha do Marajó. O planejamento estratégico deve abordar questões como infraestrutura, gestão de resíduos, educação ambiental e capacitação local. A falta de estrutura pode comprometer não apenas a experiência do turista, mas também a eficácia das iniciativas sustentáveis.

Ao abordar o comportamento dos turistas sobre a estruturação da experiência, a pesquisa contribui para o entendimento dos estágios pelos quais os turistas passam. Contudo, o desenvolvimento do turismo sustentável na Ilha do Marajó demanda investimentos em saneamento básico, segurança, infraestrutura, tratamento de resíduos e capacitação dos atores do trade turístico local.

Assim, para fortalecer o turismo sustentável na região, é crucial promover colaboração entre setor público e atores do trade turístico local, envolvendo-os ativamente no desenvolvimento e na implementação de estratégias que abordem essas deficiências, visando a um turismo mais responsável e integrado ao contexto socioambiental da Ilha do Marajó.

As recomendações dos turistas enfatizam a importância de melhorias na infraestrutura, transporte público e capacitação da mão de obra local; fatores que remetem às fragilidades na relação preço-qualidade na Ilha do Marajó.

A infraestrutura deficiente pode impactar diretamente a experiência dos visitantes, enquanto a qualidade do transporte público é crucial para a mobilidade e acessibilidade. Além disso, a capacitação da mão de obra local é essencial para oferecer serviços de qualidade, promovendo uma recepção acolhedora e informada aos turistas.

A abordagem dessas recomendações não apenas aprimoraria a satisfação do turista, mas também fortaleceria a competitividade do destino. Investir nessas melhorias contribuiria para elevar a relação entre preço e qualidade, tornando a Ilha do Marajó mais atraente e sustentável como destino turístico.

Considerando as preferências e sinergias com o turismo sustentável, é crucial pensar no contexto e desenvolvimento das vocações locais como alternativa para regiões vulneráveis na Amazônia, como a Ilha do Marajó/PA. Futuros estudos poderiam explorar a relação entre o perfil do turista e a gestão pública, avaliando as ações que atendem às demandas turísticas locais.

A necessidade de futuros estudos que explorem a relação entre o perfil dos turistas e a gestão pública indica uma busca por compreensão mais aprofundada das ações necessárias para atender às demandas turísticas locais. Isso sugere a importância de uma abordagem holística e estratégica que integre as características do turista com as práticas de gestão pública para promover o turismo sustentável na região.

## REFERÊNCIAS

- Babbie, E. (2007). *The practice of social research*. 11<sup>th</sup> ed. Belmont, California: Wadsworth.
- Beni, M. C. (1999). Política e estratégia do desenvolvimento regional: Planejamento integrado e sustentável do turismo. *Revista Turismo em Análise*. v. 10. n. 1, 1999, 7-17.
- \_\_\_\_\_. (2001). *Análise estrutural do turismo*. 8<sup>th</sup> ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Brasil. (1978). Ministério das Relações Exteriores. *Tratado de cooperação amazônica*. Brasília: [S. n.], 150 p.
- \_\_\_\_\_. (2016). Ministério do Turismo. *Estudos da competitividade do turismo brasileiro: turismo e a dimensão ambiental*.
- \_\_\_\_\_. (2000). Ministério do Meio Ambiente. *Sistema Nacional de Unidades de Conservação*. Brasília, DF.
- \_\_\_\_\_. (2007). Grupo Executivo Interministerial. *Plano de Desenvolvimento Territorial Sustentável para o Arquipélago do Marajó*. Brasília, DF.
- \_\_\_\_\_. (2020). Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. *Programa Abrace o Marajó: Plano de Ação 2020-2023*.
- Cohen, E. (2001). A sociologia do turismo: abordagens, questões e descobertas. In: Apostolopoulos, Y. et al. (Eds.), *A sociologia do turismo. Investigações teóricas e empíricas*. 5<sup>th</sup> ed., Routledge, Londres e Nova York, 51-71.
- Cohen, E. (2020). *Tourism Experience: A Critical Analysis of Research Approaches*. *Current Issues in Tourism*, 23(14), 1811-1824
- Cordeiro, I., & Körössy, N. (2018). Quando as políticas públicas de turismo sustentável ignoram a dimensão social: reflexões a partir do estudo de caso de Fernando de Noronha (PE). *Caderno Virtual de Turismo*, v. 18, n. 3, 42-58.
- Costa, C. S. R., Santos, J. G., & Aguiar, E. C. (2015). Sustentabilidade e o comportamento do turista: uma discussão à luz da Psicologia Ambiental. In: *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria. Edição Especial*, v. 8, 35-49. Disponível em: <file:///C:/Users/Isabel/Downloads/clandia,+ART3.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2022.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativo e misto*. Tradução Magda Lopes. 3<sup>rd</sup> ed. Porto Alegre: Artmed.
- Crompton, J. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408-424.
- Dann, G. (1981). Tourism Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Dolinting, E., Yusof, A., & Soon, C. (2015). Application of push & pull theory in Island sport tourism: a study of Sipadan Island, Sabah. *Journal of Physical Education and Sport*. 15(2), 295-304.
- Dolnicar, S., & Grün, B. (2020). Environmentally sustainable tourist behaviour—Conceptual clarification and empirical investigation. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7), 1174-1196.
- Fapespa. (2022). Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisa. *Boletim Turismo Paraense 2022*. Disponível em: <https://tinyurl.com/zdcwama6>. Acesso em: 25 jan. 2023.
- Figueiredo, S. J. de L., & Nobrega, N. (2015). Turismo e desenvolvimento regional: conceitos e políticas em um caso brasileiro. In: Figueiredo, S. J. de L.; Nobrega, N.; Azevedo, F (Orgs). *Perspectivas contemporâneas de análise em turismo*. Belém: NAEA/UFGPA, 11-37.
- Freixo, M. J. (2006). *Teorias e Modelos de Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., Ceron, J. P., & Dubois, G. (2021). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research*, 85, 103075.
- Hamoy, J. A. (2018). *Turismo em unidades de conservação e o desenvolvimento local em Soure- PA. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido*, Belém, 199 f.
- Ibge. (2019). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Estimativas da População*. Disponível em: <https://ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?&t=o-que-e>. Acesso em: 16 abr. 2022.
- \_\_\_\_\_. (2017). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias 2017*. Rio de Janeiro: IBGE.
- Kassean, H., & Gassita, R. (2013). Exploring tourists push and pull motivations to visit Mauritius as a tourist destination. *African Journal of Hospitality – Tourism and Leisure*, 2(3), 1-13.
- Kim, S.; Lee, C., & Klenosky, D. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24, 169-180.
- Larsen, S. (2007). Aspectos de uma Psicologia da Experiência Turística”. *Revista Escandinava de Hotelaria e Turismo*. 7 (1), 7-18.
- Larsen, S. (2021). *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Routledge.
- Li, Y. (2000). Consciência geográfica e experiência turística. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 863-883.
- Li, Y. (2020). Tourist Experience: An Exploration of the Process and Outcomes of Tourist Experiences. *Journal of Travel Research*, 59(6), 1064-1078.
- Madrugá, L. R. da R. G., Garlet, V., & Grellmann, C. P. (2019). Turismo e Sustentabilidade Inter-Relações Entre Práticas Sustentáveis e Experiências Turísticas Memoráveis. *Desenvolvimento em Questão*, v. 17, n. 48, 266-281.

- Menezes, V. (2010). Comportamento do consumidor: fatores que influenciam o comportamento de compra e suas variáveis. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/comportamento-do-consumidor-fatores-que-influenciam-o-comportamento-de-compra-e-suas-variaveis/47932/>. Acesso em: 29 jan. 2023.
- Mody, M., Day, J., Sydnor, S., Jaffe, W., & Lehto, X. (2014). The different shades of responsibility: Examining domestic and international travelers' motivations for responsible tourism in India. *Tourism Management Perspectives*, 12, 113-124.
- Mody, M., Suess, C., & Lehto, X. (2020). Going back to its roots: Can hospitableness provide hotels competitive advantage over the sharing economy? *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102490.
- Moscardo, G. (2009). Entendendo a Experiência Turística através da Teoria do Mindfulness. In: Kozak, M. e Decrop, A. (Eds.), *Manual de comportamento turístico: teoria e prática*. Routledge: Londres e Nova York, 99-114.
- Moscardo, G. (2020). *The Psychology of Tourism*. Channel View Publications.
- OMT. (2003). *Organização Mundial de Turismo. Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman.
- Ooi, C. S. (2005). Uma teoria das experiências turísticas. In: O'dell, T.; Billing, P. (Eds.) *Experiencescapes: Culture, Tourism and Economy*. Copenhagen Business School Press, Copenhagen, 53-68.
- Paratur. (2009). *Resumo Executivo do Pólo Marajó – PA/ Ministério do Turismo*. Paratur. Belém: Empresa Expansão Gestão em Educação e Eventos.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money*. Harvard Business Review Press.
- Quan, S., & Wang, N. (2020). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 76, 103905.
- Sachs, I. (2002). *Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável*. 4<sup>th</sup> ed. Rio de Janeiro: Garamond.
- Selstad, L. (2007). A Antropologia Social da Experiência Turística. Explorando o Papel Intermediário. *Revista Escandinava de Hospitalidade e Turismo*, 7(1), 19-33.
- SEGUP-PA. (2022). Secretaria de Estado de Segurança Pública. Estatísticas e Indicadores. Belém: SEGUP. Disponível em: <https://sistemas.segup.pa.gov.br/transparencia/>. Acesso em: 12 dez. 2022.
- Schmitt, B. (2003). *Gestão da experiência do cliente: uma abordagem revolucionária para se conectar com seus clientes*. John Wiley & Sons, Nova York.
- UNWTO. (2020). *United Nations World Tourism Organization. UNWTO Tourism Highlights 2020 Edition*. UNWTO.
- Urry, J. (1996). *Cheirar o turista: laser e viajar nas sociedades contemporâneas*. Estúdio Nobel, São Paulo.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage
- Walker, G., Hull, R., & Roggenbuck, J. (1998). Experiências ótimas no local e sua relação com os benefícios externos. *Journal of Leisure Research*, 30(4), p. 453.
- Walker, K., Sheldon, P., & Wicks, B. (2020). Stress and Coping in Tourism: The Role of Tourist Experiences. *Annals of Tourism Research*, 85, 103112.
- Zhang, Y., & Peng, Y. (2014). Understanding travel motivations of Chinese tourists visiting Cairns, Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 44-53.

---

## CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Izabel Maria França de Souza Borja: Conceitualização, curadoria dos dados, análise dos dados, pesquisa, metodologia, administração do projeto, disponibilização de ferramentas, design da apresentação de dados, redação do manuscrito original, redação – revisão e edição –, concepção da pesquisa, revisão de literatura, discussão dos resultados.

Hisakhana Pahoona Corbin: Metodologia, supervisão, validação dos dados e experimentos, design da apresentação de dados, redação – revisão e edição –, revisão de literatura, discussão dos resultados.

---

**Editora de Seção:** Rafaela Cardoso