DESTINATION IMAGE IN TOURISM: EM BUSCA DE CATEGORIAS DE ANÁLISE

Rafaela Vieira

Sara Joana Gadotti dos Anjos

Vilton Soares Souza

RESUMO: Este trabalho busca analisar a produção bibliográfica acadêmica, nacional e internacional, sobre o tema *Destination Image,* a fim de conhecer as principais categorias consideradas nestes estudos. Com uma abordagem exploratória e descritiva, os procedimentos metodológicos compreenderam três fases: (1) análises descritivas da produção bibliográfica publicada em periódicos internacionais no período de 1986 a 2013, com vistas a identificar e quantificar a evolução da pesquisa do tema Imagem de Destinos no Turismo e, a partir destes resultados, (2) análise da produção bibliográfica sobre o tema na última década, visto ser esta a mais importante na quantidade de artigos publicados internacionalmente sobre o tema e (3) pesquisa na base de dados BDTD sobre o tema *Destination Image*. A pesquisa foi realizada nos meses de maio e junho de 2013, nas bases de dados EBSCO e BDTD. Comparando os resultados da base de dados EBSCO com aqueles obtidos na BDTD, percebe-se que no Brasil os estudos sobre *Destination Image* são recentes e constam apenas três dissertações de mestrado nesta nesta área. Dentre os 50 artigos da última publicados na última década na EBSCO, os resultados revelam sete categorias de análise mais utilizadas dentro do tema de *Destination Image*: a) Construção, b) Avaliação e Medição, c) Construção e Mudança, d) Influência da Distância, e) Papel dos Residentes, f) Políticas para a Gestão da Imagem e g) Relação entre a Imagem e a Satisfação dos Viajantes.

Palavras-chave: *Destination Image in Tourism*; Periódicos Internacionais; Categorias de Análise.

RÉSUMÉ: L'objectif de cet article est de montrer les analyses descriptives de deux périodes: de 1986 à 2013, visant identifier l'évolution de la recherche du thème Image de Destinations au Tourisme et, ensuite, vu que la dernière décennie a vu la croissante du nombre d'études, une deuxième recherche découpée de janvier 2003 à janvier 2013, dont la collecte de 50 articles complets. L'analyse descriptive de ces articles objective une lecture critique à fin de mieux comprendre comment l'Image de Destinations au Tourisme est traité dans ces périodiques internationales depuis l'apparition du premier article en 1986 jusqu'à aujourd'hui. La recherche a été réalisée sur la base de donnés EBSCO, concentrant la plupart des périodiques internationales. À la fin, on a constaté sept catégories d'analyse les plus répandues dans cette dernière décennie dans le sujet d'Image de Destination: Construire, Évaluer et Mesurer, Construire et ajuster, La distance de la destination dans la

construction, le rôle des résidents dans l'image, Politiques pour la gestion de l'image et le Rapport entre l'Image de Destination Touristiques et la Satisfaction des voyageurs. A Brésil, les études versant sur ce sujet sont encore faibles en nombre et les revues brésiliennes de tourisme ne sont pas encore sur les plateformes internationales, comme celle de l'EBSCO. Donc, nous espérons pouvoir contribuer em apportant des donnés et des informations sur l'Image de Destinations au Tourisme pour qu'on puisse stimuler la recherche sur ce sujet au Brésil.

INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento do turismo, que implica cada vez mais em profissionalização e competição entre os destinos/produtos, estes tem direcionado esforços para criar uma imagem e elevá-la a um patamar de destaque entre os concorrentes. Vários aspectos influenciam na definição da (s) imagem (ns) de um destino turístico, seja da ótica dos turistas ou dos concorrentes, e reflete nas abordagens de estudo sobre esta problemática.

Devido a uma interconexão da comunicação por redes cada vez mais fluidas, a concorrência dos destinos torna-se uma questão de sobrevivência. Uma das estratégias usadas, é a identificação da imagem que cria diferenciais competitivos, consolidando uma imagem positiva enquanto destino turístico, através da valorização de características distintivas como: as tradições, a história ou a cultura local. (PIMENTEL; PINHO: VIEIRA, 2006).

No entanto, os trabalhos científicos publicados internacionalmente apresentam múltiplas abordagens do tema no turismo, sob o ponto de vista de diversas disciplinas.

Este trabalho busca analisar a produção científica internacional sobre o tema *Destination Image* (Imagem de Destino no Turismo), a fim de conhecer as principais categorias de análise da imagem do destino turístico consideradas nestes estudos.

IMAGEM DE DESTINO NO TURISMO *(DESTINATION IMAGEM)*

O conceito de Imagem de destino (*Destination Image* – DI) foi introduzido nos estudos do turismo nos anos 70 do século passado por Gunn (1972), Mayo

(1973) e Hunt (1975) e, desde então, tem sido o tema mais pesquisado em turismo (STEPCHENKOVA, 2010). No entanto, percebe-se uma diversidade nas abordagens deste tema, assim como a quantidade de pesquisadores com pesquisas recentes, como podemos ver no quadro 1.

A Imagem do Destino, de abordagem complexa, engloba vários componentes e deve ser constantemente monitorado, pois sofre alterações diacrônicas e relação com outros destinos. Segundo MacKay & Fesenmaier (1997)[1], "a imagem de um destino é um composto de vários produtos (atrações) e atributos intimamente interligados numa impressão geral". Um outro aspecto importante da Imagem de Destinos Turísticos é relativo à sua natureza dinâmica e relativa: as imagens mudam de pessoa para pessoa, com o tempo, dependendo da proximidade do destino com o turista em potencial e em relação a outros destinos (GALLARZA et al., 2002).

De acordo com o conhecimento que os turistas têm do destino, eles tendem a construir uma imagem mais favorável (BALOGLU, 2001; CROMPTON, 1979). Podemos perceber nas pesquisas de Ahmed (1991), Calantone, Benedetto, Hakam, & Bojanic (1989) que avaliam as imagens de um destino antes e depois da sua visitação, uma mudança significativa das imagens pré e pós visitação, assim como uma imagem mais favorável depois da experimentação do destino.

Quanto à distância geográfica entre o destino turístico e o turista potencial, destacam-se mais as imagens do destino que a sua distância geográfica, assim como a comprovação de que quanto mais distante, mais distorcida se torna a realidade do destino (GARTNER, 1993).

A dificuldade para a mensuração de um fenômeno está diretamente ligada a como é compreendido o conceito de imagem. Sendo a imagem constituída de vários aspectos, é normal que sejam utilizados diferentes instrumentos para mensurá-la. A pesquisa de imagem se beneficiou bastante dos avanços da metodologia de tratamento de dados, como por exemplo: *factor analysis*, *discriminant analysis*, *multidimensional scaling, correpondence analysis, perceptual maps, conjoint analysis,* etc (STEPCHENKOVA, 2010).

[1] "*a destination image is a composite of various products (attractions) and attributes woven into a total impression*." MacKay and Fesenmaier, 1997, p. 538.

De acordo com Pike (2002), a maioria dos estudos de medição cognitiva da Imagem de Destinos foi favorecida pela escala de Lykert. Há poucos estudos usando a medição do componente afetivo usando escala diferencial semântica, a exemplo de Baloglu & Brinberg (1997), igualmente com relação à medição afetiva e cognitiva no mesmo estudo, a exemplo de Ryan (2005). Desta forma, o componente cognitivo na construção da Imagem do Destino recebe mais atenção nas pesquisas, além as pesquisas quantitativas serem majoritárias.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com uma abordagem exploratória e descritiva, os procedimentos metodológicos compreenderam três etapas: (1) análises descritivas da produção bibliográfica publicada em periódicos internacionais no período de 1986 a 2013, com vistas a identificar e quantificar a evolução da pesquisa do tema Imagem de Destinos no Turismo e, a partir destes resultados, (2) análise da produção bibliográfica sobre o tema na última década, visto ser esta a mais importante na quantidade de artigos publicados internacionalmente sobre o tema e (3) pesquisa na base de dados BDTD sobre o tema *Destination Image.*

A pesquisa foi realizada nos meses de maio e junho de 2013, na base de dados EBSCO e BDTD. O termo pesquisado em inglês foi "*Destination Image*", marcando na base de dados EBSCO apenas a área de estudos "*Hospitality & Tourism Complete*". Segundo Pike (2002) e Gallarza et al. (2002), a grande maioria dos artigos encontrados nesta base de dados não está publicada em revistas. Além desta, as bases de dados que mais concentram trabalhos científicos na área de Imagem de Destino no Turismo são: *Web of Science, Business Source Premier* e *Social Sciences Abstracts*.

Inicialmente, com o objetivo de se visualizar a importância da quantidade das publicações sobre o tema ano a ano, optamos pelo período de janeiro de 1986 a maio de 2013, marcando "All text" e não marcando a opção "texto completo".

Na segunda etapa foi relançada a pesquisa com um recorte histórico na última década, com vistas a analisar com mais profundidade os artigos completos publicados. Este levantamento foi feito com as seguintes escolhas na plataforma da

EBSCO: na opção "pesquisa avançada" optamos pelos textos completos que tivessem o termo "*Destination Image*" no título, acreditando desta forma que este filtro apresentaria artigos da área de interesse e diretamente ligados ao tema, considerando os últimos 10 anos, de janeiro 2003 a janeiro 2013, por ter sido o período com o maior crescimento em publicações nesta área. Foram identificados 50 artigos. Com base nestes estudos, procedemos uma análise acerca dos tipos/subtemas de estudos ligados à Imagem de Destinos no Turismo (*Destination Image*) e um inventário dos estudiosos em cada um dos subtemas relacionados.

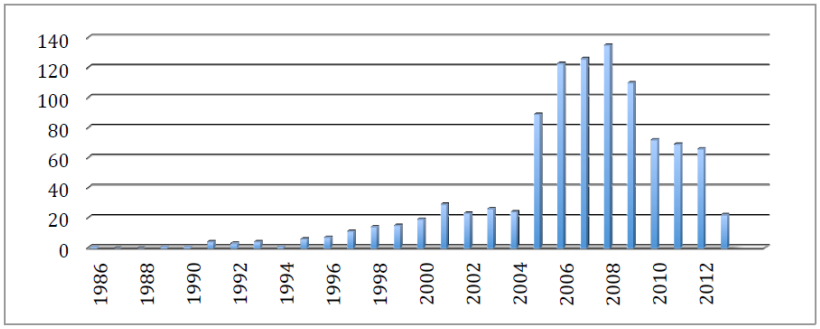
A busca na base de dados BDTD foi lançada com o termo em inglês *Destination Image,* no assunto, em Pesquisa Avançada. Quanto ao período, marcamos igualmente a última década, entre 2003 e 2013, para estabelecer uma relação com os resultados obtidos na pesquisa pela EBSCO.

A técnica da pesquisa bibliográfica delineou a análise dos artigos que utilizam ou discorrem sobre a "*Destination Image*" nesta pesquisa exploratória. A pesquisa foi exclusivamente bibliográfica, utilizada para a construção do referencial teórico no qual se apoia este artigo e no levantamento das fontes a serem analisadas.

RESULTADOS

Com o primeiro recorte encontramos 1001 documentos sobre o tema "*Destination Image*", a partir de 1986, conforme apresentado no gráfico 1.

GRÁFICO 1 – Quantidade de artigos publicados em periódicos internacionais com o tema "*Destination Image*"



Fonte: Organização dos autores, Maio de 2013.

A partir da leitura destes resultados, percebemos que o aumento no número de publicações no tema de "*Destination Image"* ocorrera em torno do ano 2000, com mais intensidade entre os anos de 2006 e 2009.

No período de janeiro de 1986 a maio de 2013, os 1001 artigos/textos encontrados aparecem distribuídos ano a ano com maior ocorrência do tema Imagem de Destinos no Turismo a partir de 2000. Neste período, o primeiro artigo encontrado sobre o tema tem foi "*Holiday destination image, the problem of assessment: an example developed in Menorca",* publicado na *Tourism Management* em Setembro de 1986, por Phelps, A.

Na segunda pesquisa, com recorte entre os anos de 2003 e 2013, cujo resultado foram os 50 artigos/textos completos, observamos o aparecimento, em "assuntos", do item "FIFA World Cup", com dois trabalhos recentes sob os títulos seguintes: "*The impact of a Sport Mega-Event on Destination Image: The Case of 2002 FIFA World Cup Korea/Japan"* e *(Re)creating Urban Destination Image: Opinions of Foreign Visitors to South Africa on Safety and Security",* publicados em Choong-Ki Lee et al. 2005 e Donaldson, 2009, respectivamente.

Com relação ao item "Geografia", comparando as duas pesquisas ("1986-2013" e "2003-2013"), houve mudanças nas posições dos principais países com relação ao tema. A China continua sendo o país que abriga a maior parte das pesquisas, seguida nos primeiros anos pelos Estados Unidos (que cede o segundo lugar na última década para a Turquia). Figuram ainda na lista dos dez mais países com publicações sobre o tema: Espanha, Grand Bretanha, Austrália, Taiwan, África do Sul, Nova Zelândia, Irlanda e México. No entanto, na última década vimos o aumento sensível de pesquisas oriundas especificamente de Hong Kong e Taiwan.

No quadro 1, apresentamos a distribuição dos artigos em cada periódico:

QUADRO 1 – Distribuição do quantitativo de artigos por periódico entre 2003 e 2013

PERIÓDICO	NÚMERO DE ARTIGOS
International Journal of Tourism Research	07
International Journal of Hospitality & Tourism Administration	05
Journal oh Hospitality Marketing & Management	04
Current Issues in Tourism	03
European Journal of Tourism Research	03
Anatolia: an International Journal of Tourism & Hospitality Research	02
Asia Pacific Journal of Tourism Research	02
E-review of Tourism Research	02
Journal of Sport & Tourism	02
Journal of Travel & Tourism Research	02
Service Industries Journal	02
Tourism (13327461)	02
Tourism Tribute/Ivyou Xuekan	02
Acta Turistica	01
Anatolia	01
Information & Communication in Tourism 2004: proceedings of the International Conference in Cairo, Egypt, 2004	01
Journal of China Tourism Research	01
Journal of Hospitality & Leisure Marketing	01
Journal of Sustainable Tourism	01
Journal of Tourism	01
Leisure Sciences	01
Tourism & Hospitality Management	01
Tourism & Hospitality Research	01
Tourismos	01
Urban Forum	01
TOTAL DE ARTIGOS	**50**

Fonte: Organização dos autores, Maio de 2013.

Quanto aos periódicos, o *International Journal of Tourism Research* traz o maior número de artigos (7), do total dos 50 avaliados. O quadro apresenta onde encontra-se a maioria dos trabalhos internacionais sobre *Destination Image in Tourism*.

No quadro 2 apresentamos as sete principais categorias de análise encontradas, assim como os autores mais representativos.

QUADRO 2 – Categorias de análise sobre "*Destination Image*" e principais autores

CATEGORIAS DE ANÁLISE	PRINCIPAIS AUTORES
Construção de Imagem de Destinos Turísticos	Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza et al., 2002; Tasci et al., 2007
Avaliação e Medição da Imagem de Destinos Turísticos	Chon, 1990; Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza, Saura, & Garcia, 2002; Pike, 2002; Tasci, Gartner, & Cavusgil, 2007
Construção e Mudança de Imagem de Destinos Turísticos	Chon,1990; Gallarza et al., 2002; Tasci et al., 2007
Influência da Distância na Imagem de Destinos Turísticos	Gallarza et al., 2002
Papel dos Residentes na Imagem de Destinos Turísticos	
Políticas para a Gestão de Imagem de Destinos Turísticos	Gallarza et al., 2002; Tasci et al., 2002
Relação entre a Imagem de Destinos Turísticos e a Satisfação dos Viajantes	Chon, 1990

Fonte: Organização dos autores, Maio de 2013.

Os estudos de Gallarza et al. abordam quase a totalidade das categorias de análise e Chon, 1990, aparece como o mais representativo no subtema "Relação entre a Imagem de Destinos Turísticos e a Satisfação dos Viajantes".

Considerando todo o período, desde 1986, verificamos a ocorrência de artigos sobre *Destinantion Image* principalmente em alguns periódicos, conforme o quadro 3.

QUADRO 3 – Principais periódicos com publicações sobre "*Destination Image*" desde 1986

Annals of Tourism Research
Journal of Travel & Tourism Marketing
Tourism Review
Fiu Hospitality Review
International Journal of Contemporary Hospitality Management
Journal of Convention & Event Tourism
Journal of Hospitality & Tourism Management
Journal of Hospitality & Tourism Research
Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism
Journal of Travel Research
Journal of Tourism Challenges Trend
Tourism Geographies
Retos Turisticos
Theoretical & Applied Economics
Total Quality Management & Business Excellence
Tourism Management
Annals of the University of Petrosani Economics

Fonte: Organização dos autores, Maio de 2013.

Na base de dados BDTD encontramos apenas três dissertações publicadas recentemente. São elas:

1) (89,70%) Título: **Análise da relação causal entre imagem de destinos, qualidade, satisfação e fidelidade: um estudo de acordo com a percepção do turista nacional no destino turístico Natal.**
   Dissertação defendida na Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, em 2010, por Márcio Marreiro das Chagas. Foi selecionada pela busca por constar nas suas *Key-Words: Tourism Destination Image*.

2) (89,62%) Título: **A relevância da administração estratégica de imagem associada ao marketing turístico para a aquisição de destinos: um estudo da cidade de São Paulo/SP**.
   Dissertação defendida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP, em 2010, por Ana Paula Maiochi Silvério. Foi selecionada pela busca por constar nas suas *Key-Words: Destination Image*.

3) (89,62%) Título: **Identidade de marca-país: comunicação da marca Brasil nos Estados Unidos da América**.
   Dissertação defendida na Universidade de São Paulo / Ribeirão Preto, em 2012, por Fabiana Gondim Mariutti.

Estes resultados no Brasil, de acordo com a base de dados da BDTD, em apenas três dissertações a partir de 2010, nenhuma tese no tema, mostra que o tema aparece nos trabalhos acadêmicos no Brasil em 2010 e, ainda, em pouca quantidade. Preferimos a escolha da pesquisa por dissertações e teses na base BDTD por não ter encontrado uma base de dados nacional completa para publicações em Turismo. O site <http://www.publicacoesdeturismo.com.br> apresenta 29 periódicos indexados e mais de 1500 livros. Com o termo em inglês traz três artigos publicados entre 2006 e 2011 e com o termo em português “Imagem de Destino” traz 30 publicações entre 2002 e 2012.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devido à necessidade de ajustes na imagem de alguns destinos, ao grande número de novos destinos no turismo, todos buscando uma melhor competitivamente e posicionamento mercadológico, a imagem do destino turístico têm papel decisivo neste êxito. A gestão do destino, que compreende as ações de marketing, são altamente dependentes do conhecimento do comportamento dos possíveis consumidores com relação a um destino, consequentemente reforça a importância dos estudos de percepção da Imagem de Destinos.

As várias categorias identificadas (quadro 02) revelam a diversidade nos estudos sobre Destination Image, e a multiplicidade de aspectos que interferem na formação da imagem dos destinos turísticos. Estes resultados, reforçam a ideia de atualidade do tema nas pesquisas em turismo no Brasil e despertam o olhar para explorar sob novos ângulos e novas perspectivas, desenvolvendo as categorias de análise encontradas nesta pesquisa e, se necessário, criando novas.

REFERÊNCIAS

AHMED, Z. U.. **The Influence of the Components of a State's Tourist Image on Product Positioning Strategy**. Tourism Management, p. 331–340, dezembro, 1991.

BALOGLU, S., & BRINBERG, D.. **Affective Images of Tourism Destinations**. Journal of Travel Research, 35, p. 11–15, Primavera, 1997.

CALANTONE, R. J., BENEDETTO, A. D., HAKAM, A., & BOJANIC, D. C. **Multiple Multi-national Tourism Positioning Using Correspondence Analysis**. Journal of Travel Research, 28(2), p.25–32, 1989.

CHON, K-S.. **The Role of Destination Image in Tourism:** A Review and Discussion. Revue du Tourisme, 2, p. 2–9., 1990.

CHOONG-KI LEE; TAYLOR, TRACY; YONG-KI LEE; BONGKOO LEE. **The Impact of a Sport Mega-Event on Destination Image:** The Case of the 2002 FIFA World Cup Korea/Japan. International Journal of Hospitality & Tourism Administration, Vol. 6 Issue 3, p. 27-45, 2005.

CIRET. **List of Scientific Journals Retrieved**. Disponível em: <http://www.ciret-tourism.com/index/listes_revues.html>. Acesso em: 12 fev. 2013.

CROMPTON, J. L.. **An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location upon that Image.** Journal of Travel Research, 17, p. 18–23, 1979.

DONALDSON, RONNIE; FERREIRA, SANETTE. **(Re-)creating Urban Destination Image:** Opinions of Foreign Visitors to South Africa on Safety and Security?. Urban Forum, Vol. 20 Issue 1, p.1-18, Fevereiro, 2009.

ECHTNER, C. M., & RITCHIE, J. R. B.. **The Meaning and Measurement of Destination Image**. The Journal of Tourism Studies, 2(2), p. 2–12, 1991.

GALLARZA, M. G., SAURA, I. G., & GARCIA, H. C.. **Destination Image:** Towards a Conceptual Framework. Annals of Tourism Research, 29(1), p. 56–78, 2002.

GARTNER, W. C.. **Image Formation Process**. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2, p. 191–216, 1993.

GUNN, C. A.. **Vacationscape**: Designing Tourist Regions. Austin, TX: Bureau of Business Research, University of Texas, 1972.

HUNT, J. D.. **Image as a Factor in Tourism Development**. Journal of Travel Research, 13(3), p. 1-7, 1975.

MACKAY, K. J., & FESENMAIER, D. R.. **Pictorial Element of Destination in Image Formation**. Annals of Tourism Research, 24, p.537–565, 1977.

MAYO, E. J.. **Regional Images and Regional Travel Behavior. The Travel Research.** Association Fourth Annual Conference Proceedings, Sun Valley, ID, p. 211-218, 1973.

PHELPS, A. **Holiday Destination Image, The Problem of Assessment:** Na Example Developed in Menorca. Tourism Management, 7, p. 168, Setembro, 1986.

PIKE, S.. **Destination Image Analysis:** A Review of 142 Papers from 1973 to 2000. Tourism Management, 23, p. 541–549, 2002.

PIKE, S., & RYAN, C.. **Destination Positioning Analysis Through a Comparison of Cognitive, Affective and Conative Perceptions**. Journal of Travel Research, 42, p.333–342, 2004.

PIMENTEL, EMANUELLE; PINHO, TÂNIA; VIEIRA, ALEXANDRA. **Imagem da Marca de um Destino Turístico**. Turismo. Visão e Ação. Vol. 8, n. 8, p. 283-298, maio/ago. 2006.

RYAN, C., & CAVE, J.. **Structuring Destination Image**: A qualitative approach. Journal of Travel Research, 44, p. 143-150, 2005.

STEPCHENKOVA, S.; MILLS, J. E.. **Destination Image**: A Meta-Analysis of 2000-2007 Research. Journal of Hospitality Marketing & Management, 19, p. 575-609, 2010.

TASCI, A. D. A.. **Methodology Influences on Destination Image:** The Case of Michigan. Current Issues in Tourism, 10, p. 480–501, 2007.