XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

Teste da teoria do perfil psicográfico do turista de Plog no Brasil

Glauber Eduardo de Oliveira Santos[1]
Carlos Eduardo Silveira[2]
Juliana Medaglia[3]
André Riani Costa Perinotto[4]

Resumo
A teoria do perfil psicográfico do turista de Plog é uma das mais reconhecidas do turismo. Reproduzida em diversos livros básicos da área e citada com frequência em artigos científicos, a teoria de Plog é uma referência. No entanto, deve-se advertir que a teoria já tem quase 50 anos e foi criada em um contexto científico bastante diferente do presente. Além disso, ela conta com apoio empírico escasso e questionável. Boa parte das evidências sistemáticas em favor da teoria foram obtidas pelo próprio Plog e nunca foram tornadas públicas. Ao longo de sua jornada, o autor apresentou essencialmente apenas as interpretações dos resultados de suas pesquisas, sem dar detalhes metodológicos ou expor resultados objetivos. Mesmo quando, tardiamente, publicou resultados empíricos, Plog omitiu algumas informações importantes sobre a confiabilidade de sua escala psicométrica. Desta-se, ainda, que duas pesquisas anteriores relevantes encontraram resultados contrários às proposições de Plog. No entanto, apesar das restrições e críticas, a teoria segue presente na literatura e influenciando o pensamento dos estudiosos de turismo. Assim sendo, o presente estudo visa testar a validade da teoria psicográfica do turista proposta por Plog. Um teste empírico foi realizado a partir de uma amostra de 1822 consumidores brasileiros de turismo, empregando-se o instrumento de coleta de dados mais atualizado elaborado por Plog. A confiabilidade da escala e seu valor explicativo do comportamento turístico foram analisados por meio de diferentes técnicas estatísticas. Os resultados apontam que a escala é muito pouco confiável, sugerindo que ela não mede consistentemente uma única variável. Além disso, as evidências apontam uma capacidade explicativa do comportamento turístico muito baixa, especialmente com relação ao número de viagens realizadas e à motivação destas. Uma vez que esta pesquisa tratou cuidadosamente as falhas identificados por Plog nos trabalhos de seus críticos, incluindo os problemas de viés amostral, especificidades do instrumento de coleta de dados e técnicas de análise, sugere-se que a teoria deva ser efetivamente colocada em xeque.

Palavras-chave: Plog; perfil psicográfico; comportamento do consumidor; turista.

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) - Código de Financiamento 403835/2016-0.

[1] Doutor em Economia do Turismo e do Meio Ambiente (Universitat de les Illes Balears) e doutor em Administração de Organizações (USP). Universidade de São Paulo. http://lattes.cnpq.br/1514075651545397. glauber.santos@usp.br.
[2] Doutor em Gestão e Desenvolvimento Turístico Sustentável (Universidad de Málaga). Universidade Federal do Paraná. http://lattes.cnpq.br/4985906077402962. caesilveira@gmail.com.
[3] Doutora em Ciência da Informação (UFMG). Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri e Universidade Federal do Paraná. http://lattes.cnpq.br/5292267261816076. julianamedaglia@gmail.com.
[4] Doutor em Ciências da Comunicação (Universidade do Vale do Rio dos Sinos). Universidade Federal do Piauí. http://lattes.cnpq.br/9146688925419493. perinotto@ufpi.edu.br.