

# AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS DO SÍTIO SÃO FRANCISCO, EM DOUTOR CAMARGO(PR): ANÁLISE DO PROJETO TURISMO RURAL EM ROTA SOB A ABORDAGEM EXPERIENCIAL

TOURIST EXPERIENCES AT THE SÃO FRANCISCO FARM, IN DOUTOR CAMARGO (PR): ANALYSIS OF THE RURAL TOURISM PROJECT IN ROUTE UNDER THE EXPERIENTIAL APPROACH

Recebido em: 19/02/2024  
Aceito em 08/03/2024

*Daniele Bertaglia V. Begosso<sup>1</sup>*  
*Graziela Scalise Horodyski<sup>2</sup>*

## RESUMO

O Sítio São Francisco está localizado no município de Doutor Camargo-PR, recebe turistas desde o ano de 2018, faz parte do projeto piloto Turismo Rural em Rota, e apresenta características que podem ser analisadas sob a perspectiva experiencial. Analisar o Sítio São Francisco na perspectiva da experiência turística, objetivo deste trabalho, faz-se importante para que se adotem estratégias adequadas de atendimento ao visitante ou turista, para que seja pensado e estruturado serviços que melhor se adequem a experiência vivida pelos clientes, e para que ofereçam serviços de excelência que levem o cliente a ter uma experiência memorável. Foi utilizado o método de pesquisa exploratória de abordagem qualitativa. Para a coleta dos dados foi realizada a observação direta com uso de ficha de observação, nesta ficha de observação. A construção se deu com base no referencial teórico. De acordo com os dados coletados durante visita ao Sítio São Francisco, constatou-se que o mesmo apresenta serviços e produtos turísticos que contemplam as quatro dimensões da experiência. Pode-se então através de plano de trabalho, e planejamento estratégico, estruturar serviços e produtos turísticos que contemplem as dimensões da aprendizagem e da evasão, garantindo uma experiência completa e memorável ao visitante e/ou turista.

**Palavras-chave:** Turismo rural. Serviços turísticos. Experiência turística. Doutor Camargo.

## ABSTRACT

Sítio São Francisco is located in the municipality of Doutor Camargo-PR, has been receiving tourists since 2018, is part of the Rural Tourism in Rota pilot project, and presents characteristics that can be analyzed from an experiential perspective. Analyzing Sítio São Francisco from the perspective of the tourist experience is important so that appropriate strategies, objective of this paper, for serving the visitor or tourist can be adopted, so that services can be designed and structured that best suit the experience lived by customers, and so that they can offer services of excellence that leads the customer to have a memorable experience. The exploratory research method with a qualitative approach was used. This observation form contained parameters within the four dimensions of the experience that were analyzed in situ. The construction was based on the theoretical framework. According to the data collected during a visit to Sítio São Francisco, it was found that it presents tourist services and products that cover the four dimensions of the experience. It is then possible, through a work plan and strategic planning, to structure tourist services and products that address the dimensions of learning and evasion, guaranteeing a complete and memorable experience for the visitor and/or tourist.

**Keywords:** Rural tourism. Tourist services. Tourist experience. Doutor Camargo.

<sup>1</sup> Graduada em Gestão em Turismo pela Universidade Estadual do Centro Oeste - Unicentro. Assistente Social pela Faculdade Estadual de Educação, Ciências e Letras de Paranavaí. Extensionista rural pelo IDR-Paraná. E-mail: db-begosso@idr.pr.gov.br

<sup>2</sup> Bacharel em turismo pela UEPG. Mestre em Turismo e Hotelaria pela Univali. Doutora em Geografia pela UFPR. E-mail: grazitur@uepg.br

## INTRODUÇÃO

O conceito de experiência no turismo é amplamente debatido por diversos autores. De acordo com Sun Tung e Ritchie (2011), a experiência no turismo é subjetiva, pessoal, e deve ser levada em consideração desde o planejamento da viagem do turista, ou seja, suas expectativas, as experiências vividas durante a viagem, e o pós-viagem, as lembranças e memórias criadas a partir das experiências vivenciadas.

Pine e Gilmore (1999) compactuam com os estudos de Schmitt (2002) quando afirmam que “[...] a oferta de experiência acontece quando uma empresa usa intencionalmente os serviços como um palco e os produtos como suporte para atrair os consumidores de forma a criar um acontecimento memorável” (Pine e Gilmore, 1999, p. 39). Os autores Pine e Gilmore (1999) escreveram uma das obras mais relevantes sobre a economia da experiência, onde os mesmos identificaram quatro variáveis das experiências de consumo que se relacionam com a experiência turística, são elas: entretenimento, estética, aprendizagem e evasão. Ao utilizarmos essa classificação, conseguimos identificar o perfil do turista e traçar uma estratégia mais assertiva para o negócio de turismo.

O objeto deste estudo será analisar os serviços turísticos ofertados no sítio São Francisco Turismo propriedade que trabalha com o turismo rural e faz parte do programa turismo rural em rota, nas quatro dimensões da experiência, (aprendizagem, entretenimento, evasão e estética), Pine e Gilmore (1999).

O projeto piloto Turismo Rural em Rota (PTRR) é um projeto idealizado e executado pelo IDR Paraná, na região de Maringá, com apoio da prefeitura municipal de Maringá, Sebrae, Senar e região turística “Encantos dos Ipês”.

O PTRR consiste em trabalhar o turismo rural na região de Maringá, através de capacitações aos produtores assistidos pelo IDR Paraná, que já trabalham com o turismo rural, porém, de forma orgânica, na maioria sem um plano de negócio, ou planejamento do trabalho com o turismo rural. Alguns temas foram pré-definidos para serem trabalhados em módulos mensais como: formatação do produto turístico, paisagismo, *branding*, turismo de experiência, mídias sociais digitais para pequenos negócios rurais, entre outros. Cada módulo acontece em uma propriedade, onde utiliza-se a metodologia do IDR Paraná, chamada treino e visita. Os módulos acontecem mensalmente, em propriedade rural cedida por produtor rural que participa do grupo. Realiza-se a parte teórica por especialista e posteriormente a parte prática, que consiste em visita ao produtor rural anfitrião do mês, levando os produtores rurais a troca de experiências, troca de conhecimentos, e socialização dos mesmos.

Levando em consideração a classificação de Pine e Gilmore (1999) sobre as dimensões da experiência, iremos identificar quais variáveis da experiência prevalece na amostra que será estudada e compreender as experiências que se ligam ao turismo rural no Sítio São Francisco.

## PROBLEMA DE PESQUISA

Considerando a abrangência da experiência turística e as quatro dimensões propostas por Pine e Gilmore, o Sítio São Francisco contempla as quatro dimensões da experiência? Nesta pesquisa a proposta será analisar as quatro dimensões da experiência apresentadas no sítio São Francisco durante a observação direta. E quais variáveis da

experiência turística prevalecem na amostra selecionada? A propriedade citada acima está sendo capacitada em turismo através do programa turismo rural em rota.

O objetivo da pesquisa é identificar e analisar o Sítio São Francisco na perspectiva da experiência turística propriedade participante do projeto turismo rural em rota, nas quatro dimensões da experiência turística (aprendizagem, entretenimento, evasão e estética).

Os objetivos específicos são compreender a relação entre turismo rural e a economia da experiência; Descrever e analisar os produtos turísticos do sítio São Francisco; Identificar as variáveis que compõem cada dimensão da experiência no turismo rural; Avaliar quais variáveis da experiência turísticas prevalecem na amostra selecionada (aprendizagem, entretenimento, evasão e estética).

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **TURISMO RURAL**

De acordo com o Ministério do Turismo (2010), turismo rural ou agroturismo é uma modalidade do turismo que tem como objetivo, permitir a todos um contato mais direto e genuíno com a natureza, a agricultura e as tradições locais, através da hospedagem domiciliar e visitas em ambiente rural e familiar.

Desde a década de 1970, como resposta ao aumento e diversificação da procura turística, assim como a procura de soluções para o declínio e desagregação das sociedades rurais, assiste-se ao desenvolvimento do turismo em espaço rural, constituindo-se esse como um meio privilegiado, de promoção dos recursos existentes nos territórios rurais, um fator de revitalização do tecido econômico e social e uma oportunidade para o desenvolvimento destes territórios.

Ainda de acordo com o Mtur (2010), o turismo no espaço rural constitui uma atividade geradora de desenvolvimento econômico para o mundo rural que por si só, quer através da dinamização de muitas outras atividades econômicas que dele são tributárias e com ele interagem.

O turismo rural, além do comprometimento com as atividades agropecuárias, caracteriza-se pela valorização do patrimônio cultural e natural como elementos da oferta turística no meio rural. Assim, os empreendedores, na definição de seus produtos turísticos, devem contemplar com maior autenticidade possível, os fatores culturais, por meio do resgate das manifestações e práticas regionais (como o folclore, o artesanato, os “causos”, e a gastronomia) e primar pela conservação do ambiente natural.

De acordo com o censo agropecuário, (IBGE, 2017), foram identificados 305.115 estabelecimentos agropecuários no Estado do Paraná, sendo 654 o número de estabelecimentos agropecuários identificados apenas na cidade de Maringá.

### **TURISMO DE EXPERIÊNCIA**

De acordo com o Sebrae (2015), no Brasil o turismo de experiência teve início em 2006 a partir de uma iniciativa do Ministério do Turismo e Sebrae, que implantaram o projeto experimental no Rio Grande do Sul. O objetivo era divulgar a região da uva e do vinho e mostrar os diferenciais do destino. O projeto fez sucesso com os visitantes e se expandiu para outros locais do país.

O turismo de experiência é um nicho de mercado que apresenta uma nova forma de fazer turismo, onde existe interação real com o espaço visitado. Esta prática turística está relacionada com as aspirações do homem moderno, cada vez mais conectado com o mundo virtual e em busca de experiências que o remetam às memórias da infância, que o desconecte da correria do dia a dia e o conecte com a natureza. É uma maneira de atingir o consumidor de forma mais emocional, por meio de experiências que geralmente são organizadas para aquele fim. A ideia é estimular vivências e o engajamento em comunidades locais que gerem aprendizados significativos e memoráveis.

O conceito da economia da experiência surgiu a partir de Pine e Gilmore (1999) e por Jensen (2002) em *Sociedade dos Sonhos*, tendência que surge da teoria econômica mas se difunde em diversos setores entre eles o turismo. A essência do termo advém das experiências proporcionadas pelo consumo de determinados serviços que trazem vivências, emoções e sentimentos únicos aos clientes, gerando assim, não somente uma satisfação palpável, mas também uma satisfação subjetiva por parte dos clientes.

De acordo com Beni (2002), o turismo não é um produto palpável, que pode ser adquirido e levado para casa e seu consumo acontece de forma concomitante a que está sendo produzido.

Visto que o ano de 2020 foi definido como o ano Internacional do Agroturismo e Turismo Rural pela Organização Mundial do Turismo (OMT), devido aos reflexos da pandemia do Covid-19, tem-se como tendência, o turismo de natureza, em espaços abertos e de pequenas e médias distâncias, o turismo rural, onde pequenos grupos possam se deslocar até o destino escolhido. Tendo em vista as informações anteriores e sendo o Estado do Paraná, um Estado diverso e rico culturalmente, viu-se potencial, identificado pelo trabalho *in loco*, desenvolvido pelo IDR Paraná, e desejo manifestado pelos agricultores familiares em trabalhar com o turismo rural. Havendo então a necessidade de buscar maior conhecimento técnico e especializado, desenvolveu-se o projeto piloto Turismo Rural em Rota. Visto que o turismo rural é uma alternativa de renda aos agricultores, agrega valor à propriedade rural, envolve a família no trabalho, em especial mulheres e jovens, o que estimula a sucessão familiar, pode evitar o êxodo rural e valoriza a sociobiodiversidade.

## **TURISMO DE EXPERIÊNCIA E AS QUATRO DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA**

De acordo com Gilmore e Pine (1999), um novo passo na economia surge para além dos serviços comoditizados, a economia da experiência é o que eles chamam de progressão do valor econômico, levar o cliente a viver uma experiência (de compra, de consumo...) é o novo desafio.

O desafio das empresas passa a ser como transformar a venda de serviços para a venda de experiências ao cliente. Gilmore e Pine (1999) trazem em seu texto sobre o que é a experiência do cliente:

Uma experiência ocorre quando uma empresa intencionalmente usa os serviços como palco e os produtos como adereços para envolver clientes individuais de forma a criar um evento memorável. As commodities são fungíveis, os bens tangíveis, os serviços intangíveis e as experiências memoráveis (Pine e Gilmore, 1999, p. 39).

Os autores trazem em seu texto como a empresa Walt Disney World a maior referência sobre proporcionar experiências memoráveis aos clientes, nos quais eles chamam

intencionalmente de convidados, as experiências são individuais, pessoais, podem passar por questões afetivas, religiosas, crenças, emocionais, espirituais. Jamais um cliente viverá a mesma experiência da mesma forma, com as mesmas sensações e sentimentos.

Apesar do exemplo da Disney ser no âmbito do entretenimento, Gilmore e Pine (1999) abordam em seu texto que as empresas de computadores e tecnologia têm investido em experiências personalizadas, imersivas e interativas para os seus clientes. As experiências para além do entretenimento, envolvem os clientes de forma pessoal e memorável, o que podemos pensar em todos os âmbitos dos serviços, e neste caso as experiências atreladas aos serviços turísticos.

Para Gilmore e Pine (1999), pensar em serviços que proporcionem experiências ao cliente, agrega valor ao serviço, o cliente continua pagando pela experiência e geralmente o serviço tem valor mais elevado.

Para que o cliente pague pela experiência ele tem que julgar que valerá a pena o investimento. Por isso, faz-se necessário utilizar do marketing e design de serviços para que a experiência seja bem planejada.

De acordo com Gilmore e Pine (1999), existem quatro dimensões da experiência que podem se relacionar com a experiência turística: entretenimento, aprendizagem, contemplação e evasão.

Os autores trazem em seu texto que há duas formas de se pensar a experiência, ambas formas retratadas na figura abaixo. A primeira sobre a participação do cliente, na qual de um lado o cliente é mais passivo, observador da experiência, não influencia diretamente para que a mesma aconteça, e do outro lado, a forma em que o cliente é mais ativo, ele participa ativamente da experiência para que ela aconteça, existe uma imersão do cliente neste caso. A segunda diz respeito a conexão do cliente com o ambiente, que une o cliente com a experiência. De um lado dessa dimensão tem-se a absorção do cliente, onde ele assiste, visualiza e absorve as sensações. Do outro lado tem-se a imersão do cliente na experiência. Vide figura:

**Figura 1 - Os domínios da experiência**



Fonte: Horodyski (2014) adaptado de Pine e Gilmore (1999).

De acordo com Horodyski (2014), o processo de consumo é contínuo já o de compra é imediato. Fazendo-se necessário levar em consideração os aspectos econômicos, sociais, culturais e de turismo.

Cohen, Prayag e Moital (2014) apud Horodyski (2014), trazem que os aspectos de humor dos turistas devem ser levados em consideração quando se realiza pesquisa em turismo, onde serão investigados comportamentos e preferências ligadas aos serviços, destino e marca, relacionados ao perfil de consumo hedonistas.

Pine e Gilmore (2010) abordam, conforme o quadro apresentado acima, quatro dimensões da experiência que podem ser relacionadas com as experiências turísticas. São elas: entretenimento, que diz trata de um comportamento mais passivo do visitante e/ou turista, o leva a um estado de relaxamento, a execução da experiência de entretenimento com êxito é levar o visitante e/ou turista a um estado de alegria, imersão; no que se trata da estética, se relaciona ao visual, ao que faz com que o visitante e/ou turista tome a decisão de permanecer, de se sentir visualmente envolvido; a dimensão da aprendizagem é totalmente imersiva, ativa, participativa; por fim, a dimensão da evasão é ativa, pode fazer com que o turista fique emocionado, reflexivo e muitas vezes introspectivo.

De acordo com Tulik (2010), denomina-se Turismo no Espaço Rural ou Turismo nas Áreas Rurais, todas as atividades de lazer realizadas no espaço rural, na qual estão as chácaras de lazer, os pesqueiros, os hotéis fazenda e outros, mas sem compromisso com a produção agropecuária. Já na perspectiva do Ministério do Turismo (2010) o Turismo Rural é “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando o patrimônio cultural e natural da comunidade” (Mintur, 2008, p.11), sendo essa conceituação mais abrangente e holística.

Segundo (Amadeus, 2015; Pulido Fernandez, 2014; Skift, 2015) diversos estudos sobre demanda turística e comportamento do consumidor têm mostrado que interatividade, um consumo mais planejado, uma grande predisposição para buscar informação em fontes variadas, uma avaliação de preço baseada no valor da experiência e a personalização dos produtos e serviços estão entre as principais características dos consumidores na atualidade.

## **METODOLOGIA**

A metodologia utilizada foi pesquisa exploratória de abordagem qualitativa. Para a coleta dos dados foi realizada a observação direta com uso de ficha de observação, nesta ficha de observação haviam parâmetros dentro das quatro dimensões da experiência que foi analisada *in loco*. Foi construída com base no referencial teórico.

A pesquisa foi realizada durante um final de semana de atendimento aos visitantes e/ou turistas no Sítio São Francisco, onde foi servido café da manhã rural, venda de produtos agroindustrializados, passeios pelo sítio, trilhas na mata, visitação ao mirante, crianças ordenhando a vaca, alimentando e interagindo com as galinhas e pintinhos, conhecendo espécies de galinha, visitando o jardim sensorial e aprendendo sobre as plantas, havia turistas acampando no espaço do *camping*, entre outras atividades. Diante dessas atividades, foi realizada observação, registro das informações por escrito e através de fotos.

Após a coleta de dados, os mesmos foram categorizados no quadro 1, trazido logo abaixo na análise e discussão do texto, de acordo com as quatro dimensões da experiência segundo Pine e Gilmore (1999).

## ANÁLISE E DISCUSSÃO

O Sítio São Francisco fica localizado em Doutor Camargo (PR), município que fica há 40 km da cidade de Maringá. O mesmo é de propriedade de um casal de agricultores familiares, que vendo potencial turístico começaram investir em turismo rural, desde 2019, tornando então a principal atividade e fonte de renda da família.

O Sítio São Francisco atende o público aos finais de semana, com agendamento e pagamento prévios. Os serviços oferecidos são café da manhã e café da tarde rurais, área de *camping*, podendo o turista levar seu equipamento ou alugar no próprio sítio, levar os alimentos para o camping e preparar sua própria refeição; e contemplação do pôr do sol. Ao ir até o sítio tanto para tomar o café rural, quanto para acampar, os visitantes e turistas podem usufruir da estrutura do sítio: trilhas em meio à mata, mirante para contemplação, ordenha das vacas, alimentar os animais, conhecer o jardim sensorial, utilizar o parquinho, tirar fotos e postar nas redes sociais aproveitando a paisagem e o paisagismo do local.

Os proprietários também recebem escolas e atendem pequenos grupos com o café rural, desde que previamente agendados.

De acordo com entrevista realizada com os proprietários, os mesmos relatam que a maioria dos visitantes e turistas que frequentam o sítio reside no município de Maringá ou na região. O ambiente é muito frequentado por famílias, famílias com crianças, e grupos de ciclistas.

A pesquisa ocorreu dentro da metodologia prevista, os dados foram coletados in loco, durante um final de semana de atendimento aos visitantes e turistas no Sítio São Francisco Turismo, localizado no município de Doutor Camargo (PR).

Os dados serão apresentados no formato tabela e em seguida será realizada uma análise dos mesmos, fazendo a identificação dos serviços e produtos turísticos a partir das dimensões da experiência.

Quadro 1: Dimensões da experiência: Serviços e produtos turísticos ofertados no Sítio São Francisco Turismo

Dimensões da experiência	O que contempla	Serviços e produtos turísticos
Entretenimento	Tudo o que envolve brincadeira, diversão, ocupar tempo com alguma atividade, tirar fotos, postar fotos na internet, jogos, brincadeiras, balanço, playground, ver os animais, interagir com os animais, ver a ordenha, brincar, brindar, comer, entre outros.	<p>Parquinho para as crianças, com gangorra, balanços.</p> <p>Paisagismo com plantas, árvores e flores. Espaços “instagramáveis” para fotos.</p> <p>Ver e interagir com os animais (vacas, galinhas, pintinhos, patos, gatos e cachorros).</p> <p>Realizar a ordenha da vaca;</p> <p>Café da manhã rural com alimentos produzidos no sítio pelos agricultores. Pães, bolachas, queijo, leite, sucos naturais, frutas da época, geleias de frutas, manteiga, café.</p> <p>Balanço para fotos;</p> <p>Mirante para apreciar a paisagem;</p> <p>Trilhas em meio a mata;</p> <p>Área de camping;</p> <p>Fogueira;</p> <p>Redes para descanso.</p>

Aprendizagem	Todas as informações e conteúdos que os turistas vão visitar e vão levar para a casa como: conhecimento, aprender como é criar uma galinha, aprender de onde vem o leite da vaca, aprender sobre a agricultura, entender como é a agricultura orgânica, aprender sobre os ciclos da lavoura, a história do lugar, placa, folheto, explicação oral, entre outros.	<p>Jardim com diversas espécies de flores, onde o proprietário explica sobre algumas espécies, convida o visitante a fazer uma experiência sensorial: tocar, cheirar a planta;</p> <p>Ensina o visitante, com foco nas crianças, a ordenhar a vaca e tirar o leite;</p> <p>Explicação oral sobre a produção de algumas frutas, exemplo: o maracujá doce que é servido no café da manhã.</p>
Evasão	Tudo que permita que o turista tenha um momento só dele, que ele sinta nostalgia, que ele sinta saudades, que ele pense na família, que ele pense na infância, entre outros.	<p>Mirantes para apreciar a vista;</p> <p>Mirante com banquinhos para o turista apreciar a paisagem, ficar em silêncio e meditar;</p> <p>Contemplação do pôr-do-sol.</p>
Estética	Envolve aspectos positivos e negativos, ver algo bonito, paisagens, mirante, embalagem bonita, fachada do estabelecimento, tudo o que envolve beleza ou não.	<p>Paisagismo com flores, árvores e plantas diversas;</p> <p>Mirante para apreciação da vista;</p> <p>Espaço “instagramável” com balanço de flores montado para fotos;</p> <p>Deck com banco e mesinha para apreciação da vista e fotos;</p> <p>Embalagem dos produtos da agroindústria, doces e geléias com a identidade visual do sítio;</p> <p>Mesa de café da manhã montada com toalha colorida, peças em madeira e flores.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

O turismo rural ou agroturismo tem como característica o contato do turista com a natureza, a valorização da cultura e dos produtos locais. Esses aspectos são contemplados no Sítio São Francisco, onde cada espaço do sítio tem sido pensado pelos proprietários para

trazer interação com o turista ou visitante. Sendo a atividade de turismo rural a principal fonte de renda da família.

De acordo com os dados apresentados acima, o Sítio São Francisco Turismo, apresenta serviços e produtos turísticos que contemplam as quatro dimensões da experiência segundo Pine e Gilmore (1999).

As dimensões da experiência que dizem respeito ao entretenimento e a estética foram identificados a maior parte dos serviços e produtos turísticos ofertados no sítio estudado neste artigo.

Visto que na dimensão de entretenimento está o maior foco dos produtores, com o café da manhã rural, que traz produtos da agroindústria familiar, panificados, bolos e bolachas, geleias de frutas da época, sucos naturais, leite, manteiga, todos os produtos produzidos com matéria prima do próprio sítio, pelos proprietários;

Os espaços “instagramáveis” como: balanços enfeitados com flores, placas decorativas, paisagismo com plantas e flores ornamentais, espaços convidativos para que os visitantes ou turistas tirem fotos e postem em suas redes sociais, ato que pode ser verificado através das redes sociais do Sítio São Francisco onde os próprios clientes produzem bastante conteúdo para as redes sociais, compartilhando com a identificação e localização do sítio, feedback e fotos de experiências vividas, o que traz uma divulgação orgânica por parte dos clientes, fazendo com que novos clientes venham até o sítio, através desse “boca-a-boca” digital;

As trilhas em meio a mata são identificadas com placas, bem cuidadas, levando o visitante e/ou turista ao maior contato com a natureza e ao final das trilhas os mesmos são recebidos com uma bela paisagem do entorno;

A área de camping está sendo estruturada para que acolha o turista de forma segura e com conforto, existe ponto de banheiro, com chuveiro e água quente, espaço coberto para realização de churrasco ou refeições caso o visitante e/ou turista deseje, espaço montado com pedras para fogueiras.

## ENTRETENIMENTO EM FOTOS

Figura 2 - Visitantes e turistas tomando café da manhã

Figura 3 - Parquinho para crianças e adultos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Figura 4 - Área de camping  
Figura 5 - Trilha na mata



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na dimensão da estética onde se encontram também em maior número as experiências que podem ser vivenciadas no Sítio São Francisco, há uma grande preocupação dos proprietários do Sítio São Francisco com o paisagismo, com a destinação de materiais em locais corretos, na apresentação do café da manhã com toalhas coloridas, decoração rústica com aproveitamento de materiais, demonstrando o cuidado com a sustentabilidade. As embalagens dos produtos agroindustrializados, como as geleias, tem a identidade visual do Sítio, com a identificação dos sabores e datas de fabricação e validade. O deck foi construído de forma estratégica para que o visitante apreciase a vista da melhor forma e muitos espaços “instagramáveis”, que são espaços montados, aproveitando a natureza ou não, para que o turista e/ou visitante tire fotos e poste nas redes sociais, são encontrados pelo sítio, com por exemplo: um balanço enfeitado com flores.

## ESTÉTICA EM FOTOS

Figura 10 - Parquinho, área com mesas rústicas para café da manhã ao ar livre  
Figura 11 - Mesa Buffet de café da manhã



Figura 12 - Geleias produzidas no sítio com identidade visual personalizada  
Figura 13 - Área com mesas rústicas para café rural ao ar livre



Figura 14 - Balanço enfeitado com flores para fotos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Já as dimensões da evasão e aprendizagem, encontram-se em menor número, os serviços e produtos turísticos oferecidos no Sítio São Francisco.

Na dimensão da evasão observou-se durante a pesquisa dois mirantes, um deles foi construído um deck com vista para todo o sítio e seu entorno, ficando mais distante do ponto central do sítio, tendo menos concentração de pessoas, onde o silêncio predomina o local possibilitando que o turista medite e aprecie a paisagem.

## EVASÃO EM FOTOS

Figura 15 - Mirante com deck para contemplação da paisagem e meditação



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Na perspectiva da aprendizagem, existe interação com os animais, como: ordeñar leite da vaca, dar comida para as galinhas e pintinhos, fazendo com que aconteça o turismo de experiência, onde o turista ou visitante passam de mero expectadores, para protagonistas, participando de forma ativa e imersiva das atividades. Um jardim sensorial, está presente no sítio, onde possui diversas plantas ornamentais e pancs (plantas não convencionais comestíveis), no qual o proprietário faz uma explicação oral sobre as mesmas e convida o visitante ou turista a tocar, sentir o cheiro e visualizar seu aspecto e características.

## APRENDIZAGEM EM FOTOS

Figura 16 - Ordenhar leite da vaca  
Figura 17 - Dar comida às galinhas e pintinhos



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Figura 18 - Jardim sensorial.



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Como sugestão e observando o potencial de ampliação dos serviços oferecidos no sítio, no que diz respeito a dimensão da aprendizagem é possível identificar as plantas com plaquinhas, e no jardim colocar uma plaquinha com *QR code* que leva o visitante e/ou turista a ter mais informações sobre as plantas, por exemplo: se a planta for comestível, ter algumas opções de receitas, se a planta for ornamental, ter algumas apresentações de como utilizá-las no paisagismo, bem como curiosidades sobre as plantas se houver. Outra sugestão de experiência de contemple a aprendizagem seriam realizar oficinas para ensinar receitas, pode ser algum pão caseiro tradicional da família, ensinar fazer o queijo, ou qualquer outro produto que é produzido no sítio. Realizar colha-e-pague, para que os turistas possam colher as próprias frutas e verduras. E ter a opção de plantio de árvores, com mudas a serem disponibilizadas para os visitantes e/ou turistas que queriam plantar árvores, contribuindo também com a sustentabilidade do planeta.

No que diz respeito a experiência que traz a dimensão da evasão, é possível que haja eventos de contemplação e observação do céu durante a noite, e contemplação e observação do pôr do sol.

Pine e Gilmore (1999) trazem que a experiência do cliente, é única, individual, pessoal, citam em seu texto o exemplo de Walt Disney que transforma seus serviços em experiências memoráveis para seus convidados. Podemos fazer um paralelo com as experiências proporcionadas e vividas pelos turistas e/ou visitantes no Sítio São Francisco a partir de uma análise realizada em suas redes sociais, onde os mesmos compartilham vídeos, fotos e relatos do que viveram no sítio, demonstrando felicidade, satisfação, nostalgia. Fazendo assim o marketing orgânico do sítio e prova social.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo de experiência é considerado pela maioria dos autores como um conceito subjetivo, que é difícil de ser identificado com precisão. Até porque a mesma experiência

vivida pela mesma pessoa em dias diferentes, podem ter significados diferentes, visto que é preciso levar em consideração vários aspectos como o estado emocional do turista, o nível de compreensão que o mesmo possui sobre a experiência apresentada, o nível de interação do mesmo, entre outros aspectos.

De acordo com Pine e Gilmore (1999), os turistas buscam cada vez mais vivenciar experiências únicas e memoráveis, onde possam interagir com a cultura e o local onde estão visitando. Ao se tratar da economia de experiência, trazida pelos mesmos autores, tem-se que ao oferecer produtos e serviços que contemplem as quatro dimensões da experiência (entretenimento, aprendizagem, evasão e estética), o turista será contemplado com uma experiência memorável.

A luz do exposto acima e ao analisar os serviços e produtos turísticos oferecidos no Sítio São Francisco Turismo, tem-se que as quatro dimensões da experiência turística são contempladas. Sendo que as dimensões de entretenimento e estética aparecem em maior número de serviços e produtos turísticos e as dimensões aprendizagem e evasão em menor número de serviços e produtos turísticos.

Os serviços e produtos turísticos oferecidos no Sítio São Francisco Turismo possibilitam experiências únicas e memoráveis aos turistas e visitantes.

Como estratégia para melhorar cada vez mais os produtos e serviços turísticos, pode-se planejar e estruturar um maior número de oferta de produtos e serviços turísticos que contemplem as dimensões da evasão e da aprendizagem, através de plano de trabalho, e planejamento estratégico, garantindo uma experiência completa e memorável ao visitante e/ou turista.

Os objetivos propostos neste estudo como: identificar e analisar o Sítio São Francisco na perspectiva da experiência turística, de acordo com as considerações dos autores Pine e Gilmore entre outros objetivos específicos foram cumpridos. Não foram encontradas dificuldades para a realização da pesquisa *in loco*, a maior dificuldade, porém vencida através da pesquisa bibliográfica, foi trazer de forma clara e objetiva os conceitos de experiência em turismo, visto que são conceitos subjetivos e que varia de acordo com cada pessoa e cada momento experienciado.

Para um momento posterior é possível e relevante que seja pesquisado, identificado e apresentado aos proprietários, que são abertos à inovação e novas ideias, novas possibilidades de experiência turística, explorando de forma mais focada as dimensões da aprendizagem e da evasão, que no momento encontra-se em menor número nos serviços do sítio, bem como experiências de entretenimento e estética, que assim como foi abordado neste estudo, existem possibilidades de formatar mais serviços turísticos além dos já praticados pelos proprietários. Agregando ainda mais valor aos produtos e serviços turísticos oferecidos no Sítio São Francisco e proporcionando experiências completas e memoráveis.

Conforme pôde ser observado, o Sítio São Francisco possui características que propiciam a vivência nas quatro dimensões da experiência, pois como foi possível identificar, os visitantes e turistas têm possibilidade de viver experiências na perspectiva da estética: com a mesa posta de café rural, com a paisagem do sítio, a decoração rural, o paisagismo, os produtos da agroindústria que apresentam a identidade visual do sítio. Vivenciar experiências na perspectiva do entretenimento: tomar o café da manhã rural, ordenhar

leite da vaca, alimentar as galinhas, entre outras. Vivenciar experiências na perspectiva do aprendizado: aprender sobre as plantas e frutas do sítio e por fim vivenciar experiências na perspectiva da evasão: observação no mirante, deck para contemplação da paisagem.

Sendo assim tem-se que é possível que o visitante ou turista viva uma experiência completa de acordo com a proposta de Pine e Gilmore (1999) sobre as dimensões da experiência no turismo.

## REFERÊNCIAS

- AMADEUS. **Future Traveller Tribes** - 2020. Relatório Técnico. Henley Centre Headlightvision. 2015. Disponível em: [passeidireto.com/arquivo/127253761/ebook-1](http://passeidireto.com/arquivo/127253761/ebook-1) Acesso em 27 de novembro de 2023.
- BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. 7. ed. São Paulo. SENAC, 2002.
- CENSO AGRO 2017. **Resultado Censo Agro**. 2017 Disponível em: [censoagro2017.ibge.gov.br/resultados-censo-agro-2017.html](http://censoagro2017.ibge.gov.br/resultados-censo-agro-2017.html) Acesso em 08 de fevereiro de 2023.
- HORODYSKI, G. S. **O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR** / Graziela Scalise Horodyski. – Curitiba, 2014.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Ministérios do Turismo e da Agricultura firmam acordo com foco no turismo rural**. 2023. Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/o-que-e-rss/17-ultimas-noticias/13834-minist%C3%A9rios-do-turismo-e-da-agricultura-firmam-acordo-com-foco-no-turismo-rural.html>. Acesso em 08 de fevereiro de 2023.
- PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. **The experience economy: work is theatre and every business a stage**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- FERNANDEZ, Pulido J. Innovacion y redes como respuesta a los cambios em la demanda de Turismo Rural. Anais. **9º Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável** – Citurdes, ECA/USP. São Paulo. 2014. Disponível em: <http://each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=1499> Acesso em 27 de novembro de 2023.
- SEBRAE. **Turismo de experiência**. Disponível em: [sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo\\_de\\_experiencia.pdf](http://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo_de_experiencia.pdf) . Acesso em 08 de fevereiro de 2023.
- SEBRAR. **Turismo Rural: orientações básicas**. Disponível em: [gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural-orientacoes-basicas.pdf](http://gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural-orientacoes-basicas.pdf) Acesso em 07 de fevereiro de 2023.
- SKIFT. **Megatrends defining travel in 2015**. 2015. Disponível em: [skift.com/2022/01/16/a-decade-of-skift-megatrends-in-travel/](http://skift.com/2022/01/16/a-decade-of-skift-megatrends-in-travel/)
- SUN TUNG, V. e RITCHIE, J. Exploring the essence of memorable tourism experiences. **Annals of Tourism Research**, 38 (4), p.1367-1386. 2011.
- TULIK, O. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. 2-22. In: Santos, E. O. & Souza, M (Org). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Baureri-SP: Manole. 2010. Disponível em: [redalyc.org/pdf/4735/473549022011.pdf](http://redalyc.org/pdf/4735/473549022011.pdf)Acesso em 27 de novembro de 2023.