

O compartilhamento das experiências vivenciadas na RPPN Ninho do Corvo, Prudentópolis/PR, no TripAdvisor e sua classificação nas esferas da Economia da Experiência

The sharing of experiences lived in RPPN Crow's Nest, Prudentópolis/PR, on TripAdvisor and your rank in the spheres of economy of experience

Diogo Lüders Fernandes

Professor da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, Irati/PR, Brasil
E-mail: diggtur@yahoo.com.br

Viviane Aparecida Schoab

Graduanda em Turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, Irati/PR, Brasil
E-mail: vivischoab1304@hotmail.com

Diego Araujo Lanza

Graduado em Turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, Irati/PR, Brasil
E-mail: diego_lanza01@hotmail.com

Ronaldo Ferreira Maganhotto

Professor do Departamento de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, Irati/PR, Brasil
E-mail: ronaldomaganhotto@gmail.com

Artigo recebido em: 23-10-2018

Artigo aprovado em: 29-01-2020

RESUMO

O turismo de aventura é um segmento da atividade turística que oferece aos consumidores produtos experienciais que tem a capacidade de estimular diversas das dimensões da esfera da economia da experiência. Muitas destas são relatadas nas redes e mídias sociais pelos usuários e influenciam a compra por produtos e serviços turísticos neste segmento. A RPPN do Ninho do Corvo, localizada no Município de Prudentópolis no estado do Paraná, é um destes empreendimentos que possuem relato dos visitantes quanto as atividades de esportes radicais oferecidos pelo estabelecimento. Portanto, o objetivo deste estudo é identificar com base nos relatos dos usuários do Tripadvisor, quais as dimensões da esfera da economia da experiência são estimuladas pelas atividades na RPPN Ninho do Corvo em Prudentópolis/PR. A pesquisa em questão se caracteriza por ser de natureza qualitativa, exploratória e descritiva e se utilizou da netnografia como técnica de coleta de dados e do programa de análise qualitativa MAXQA para auxiliar na apresentação e análise dos dados. Foi constatado por meio do estudo que os relatos no site referem principalmente às dimensões das experiências de evasão, entretenimento e contemplação, vividas pelos visitantes na RPPN Ninho do Corvo.

Palavras-chave: Experiência. Rede Social. TripAdvisor. Turismo de Aventura. Prudentópolis.

ABSTRACT

Adventure tourism is a segment of the tourist activity that provides consumers with experiential products that has the ability to stimulate various dimensions of experience economy sphere. Many of these are reported in the networks and social media by users influence purchase for tourist products and services in this segment. The RPPN of the Crow's Nest located in the municipality of Prudentópolis is one of these projects that have visitors' report as extreme sports activities offered by the establishment. Therefore the aim of this study is to identify on the basis of reports from users of Tripadvisor, which the dimensions of the experience economy sphere are stimulated by the activities at the Crow's nest RPPN in Prudentópolis. The research in question is of qualitative nature, exploratory and descriptive and used of netnography as a technique of collecting data and qualitative analysis program MAXQA to assist in the presentation and analysis of data. Was I see through the study that reports on the site refer to the dimensions of the experiences of circumvention, entertainment and contemplation experienced by visitors in the RPPN Crow's Nest.

Keywords: Experience. Social Network. TripAdvisor. Adventure Tourism. Prudentópolis.

1. INTRODUÇÃO

A economia da experiência vem a propor um conceito de consumo que tem suas principais características na capacidade de originar emoções e sentimentos, na personificação da oferta, na coprodução do serviço e na geração de lembranças memoráveis. Elementos estes, que o turismo deve buscar para proporcionar aos consumidores mais qualidade, satisfação e singularidade (Santos, 2016; Horodyski, Manosso, & Gândara, 2012; Oh & Jeoung, 2007).

As experiências passam a serem valorizadas como um elemento importante na economia a partir do momento que o consumidor é reconhecido como indivíduo que busca uma participação mais ativa na produção de bens e serviços, de modo a ter sentimentos e emoções estimulados pela compra e pelo consumo destes, de modo a originar lembranças e recordações memoráveis (Aroeira, Dantas, & Gosling, 2016; Kim, Ritchie & McCormick, 2012).

No turismo as experiências podem ser consideradas um resultado principal às atividades desenvolvidas, uma vez que o que se vivencia e registra em uma viagem são sensações e experiências vividas em ocasiões distintas do habitual. O turismo de aventura consiste em um dos segmentos da atividade turística que se enquadra nestas características, por meio das práticas de esportes radicais em meio a natureza, o turista que se pré-dispõe a consumir estes produtos, normalmente está em busca de momentos únicos que lhe possibilite o contato com o ambiente natural de forma inusitada e que lhe estimule novas sensações e emoções, enfim, que lhe proporcione experiências únicas (Decol & Lanzer, 2018; Tahara & Carnice Lli-Filho, 2012).

Experiências estas que são comumente relatadas nas redes e mídias sociais, em postagens e comentários, que influenciam a decisão de compra de outros usuários que buscam informação a fim de confirmar a qualidade e a veracidade quanto aos serviços oferecidos pelos estabelecimentos turísticos, determinando a reputação online e a imagem os empreendimentos e destinos turístico (Biz, Santos, Bettonie, & Gândara, 2016; Quiroga, Mondo, & Castor Junior, 2014).

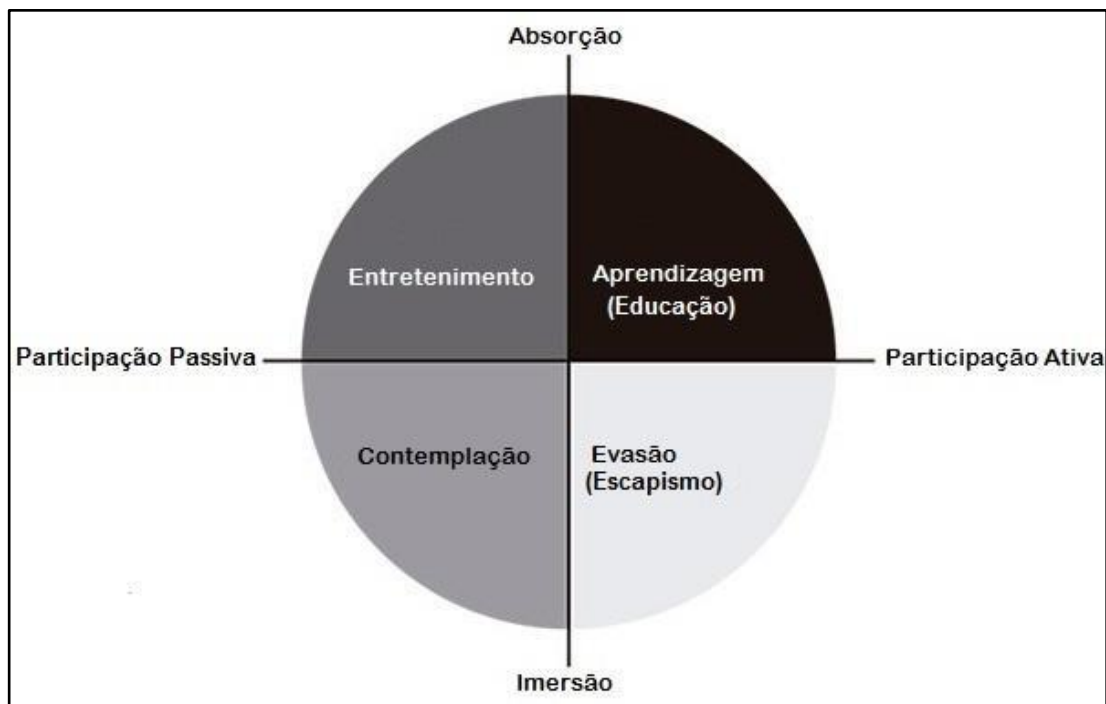
Com base nesta nova realidade, o presente estudo tem como problema de pesquisa: os relatos no Tripadvisor quanto as atividades oferecidas aos turistas na Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN Ninho do Corvo, em Prudentópolis no estado do Paraná, descrevem quais dimensões da esfera da economia da experiência vivenciadas pelos visitantes? E como objetivo: identificar, com base nos relatos dos usuários do Tripadvisor, quais as dimensões da esfera da economia da experiência são estimuladas pelas atividades na RPPN Ninho do Corvo em Prudentópolis.

2. A EXPERIÊNCIA COMO PRODUTO DO TURISMO DE AVENTURA E SEUS RELATOS NAS REDES SOCIAIS

Cada ser humano tem sua experiência de forma diferente do outro. Ou seja, ela é única e individual. A economia da experiência preocupa-se muito mais em o que é vivido pelo consumidor, concentrando em despertar durante o consumo sentimentos que farão com o que a experiência se torne memorável (Santos, 2016; Nascimento, Maia, & Dias, 2012; Vila, 2015).

Conforme a figura 1, pode-se constatar os elementos inseridos na Esfera das Experiências destacados por Pine II e Gilmore (1999), observa-se as seguintes dimensões: o entretenimento, a contemplação, a evasão e a aprendizagem. As dimensões da esfera estão diretamente relacionadas à forma como o consumidor interage e participa da atividade gerando uma determinada forma de experiência, vale ressaltar que mais de uma dimensão pode ser produzida durante a vivência de uma experiência (Horodyski, Manosso, & Gandara, 2015; Mondo, Talini, & Fiates, 2016; Oh & Jeoung, 2007).

Figura 1 – Esfera das Experiências



Fonte: Adaptada de Pine II & Gilmore, 1999.

O turismo consiste em uma das atividades que se enquadra no conceito de economia da experiência, uma vez que os serviços prestados geram vivências muitas vezes únicas que são experienciadas por indivíduos as avaliará e reterá na lembrança como algo memorável, caso a atividade esteja bem organizada (Santos, 2016; Kim, Ritchie, & McCormick, 2012). Em um mercado cada vez mais competitivo, na busca de encontrar um diferencial no mercado, atuar

com foco na economia da experiência significa entender que o turista é único, suas atitudes vão além da passividade em receber um produto pronto, atualmente tem a intenção de participar ativamente e coproduzir juntamente aos prestadores de serviços, de modo a ter uma experiência individualizada que desperte sentimentos originando emoções positivas (Horodyski, Manosso, & Gandara, 2012).

O quadro a seguir mostra detalhadamente cada um desses aspectos discutidos anteriormente dentro da esfera das experiências, Horodyski, Manosso e Gandara (2012) elaboraram o quadro baseando-se em Pine II & Gilmore (1999):

Quadro 1 – Dimensões da Experiência

Dimensão da Experiência	Conceitos
Contemplação	A dimensão contemplação envolve aqueles elementos que fazem com que o indivíduo tome a decisão de entrar em um local e permanecer ali. A chave é a criação de um ambiente convidativo, interessante e confortável, no qual o indivíduo sinte-se à vontade para estar.
Evasão (Escapismo)	A dimensão evasão diz respeito à capacidade de fazer com que o turista fique imerso nas atividades que lhe são propostas. O foco deve residir, portanto, em propor atividades e situações que permitam que o turista tenha participação ativa durante toda a experiência.
Aprendizagem (Educação)	A dimensão aprendizagem é por natureza essencialmente ativa. Aprender algo requer total participação do sujeito envolvido e é preciso que se decidam quais informações deseja que o turista absorva, ou, ainda, quais habilidades deseja que o mesmo exercite durante sua experiência de consumo. Envolve tanto a perspectiva sensorial quanto intelectual.
Entretenimento	A dimensão entretenimento é um aspecto mais passivo da experiência, pois designa um estado de resposta (satisfação, riso, relaxamento) aos elementos que lhe são apresentados. Por consequência, a chave para o desenvolvimento adequado desta dimensão é potencializar a absorção positiva da experiência proporcionada, torná-la mais divertida e apreciada.

Fonte: Elaborado por Horodyski, Manosso e Gandara, 2012, baseado em Pine II & Gilmore, 1999.

Cada indivíduo tem sua singularidade no que diz respeito a experiência vivida, cada um apresenta anseios e expectativas diferentes, assim como suas motivações para viajar e/ou participar de atividades relacionadas ao turismo. O turista atual não quer mais o comum, ele quer o inédito, ele busca aquilo que não tem no seu cotidiano e não poderia exercer em suas atividades corriqueiras do seu dia a dia. Em busca do novo, esse “novo turista” quer experimentar o distinto, o fora do comum (Mondo, Talini, & Fiates, 2016; Kim, Ritchie, & McCormick, 2012). Mas não apenas isso, ele quer participar, ser ativo e presente no cotidiano que ele ainda não experimentou. Ser, estar e imergir naquilo que lhe é proposto ou apresentado (Vila, 2015; Nascimento, Maia, & Dias, 2012).

Eis um perfil de turista cheio de expectativas, nas quais cabe aos agentes de turismo correspondê-las, saciar e, quando possível, superá-las. Pezzi e Vianna (2015), apontam que o

termo turismo de experiência mercadologicamente é utilizado como uma forma de formatar produtos turísticos, colocando o turista como protagonista da sua própria viagem.

A experiência nessas idas e vindas de viagens são constantemente relatadas entre amigos e parentes, o que pode-se dizer que essas experiências são reais. Oh e Jeoung (2007) e Horodyski, Manosso e Gandara (2015) ressaltam que as lembranças são uma forma de provas tangíveis da realidade vivenciada e guarda em sua memória. O estranhamento daquele novo cotidiano vivido pelo turista traz à tona suas experiências passadas e remete ao autoconhecimento.

Essa ressignificação que acontece no interior do indivíduo é fruto de uma experiência ativa e profunda que o mesmo viveu ou ainda vive, suas memórias e lembranças ficarão presentes em sua vida por um tempo e sempre poderão ser relembradas através de fotos, arquivos, relatos, entre outros. Embora o conceito de turismo de experiência seja pouco difundido teoricamente, por se tratar de um assunto recente, esse novo conceito que busca definir um nicho de mercado diferenciado, já vem acontecendo e se consolidando dentre os turistas que assim buscam uma experiência compensadora e duradoura em suas memórias (Kim, Rirchie, & McCormick 2012; Vila, 2015).

Embora no Brasil o conceito seja recente, pode-se observar a importância desse segmento emergente no projeto Economia da Experiência que sugere que “[...] o turista se sinta especial, e não apenas mais um dentro de um grande grupo [...]” (Brasil, 2008, p. 7). Percebe-se, assim, que no turismo de experiência há uma preocupação mercadológica além dos clientes, buscando proporcionar aos turistas experiências memoráveis por meio do atividades, equipamentos e interação que despertem os mais diversos sentimentos, tornando a vivência no momento do consumo cada vez mais completo e ao mesmo tempo complexo para ambas as partes, consumidores e prestadores de serviço (Santos & Guzman, 2014; Silva & Trentin, 2018)

O turismo de experiência é um segmento novo que se desenvolve no país e busca proporcionar aos turistas uma atividade e serviço único, uma nova forma de formatar e caracterizar os produtos e serviços turísticos, personalizados e exclusivos, que busque despertar sentimentos agregando emoções e valor a atividade turística desenvolvida, oferecendo assim uma experiência que lhe será registrada na memória como uma lembrança memorável (Santos & Guzman, 2014; Silva & Trentin, 2018)

Ao se deparar com uma situação inédita, a pessoa inserida na atividade terá suas emoções experimentadas de um modo diferente e assim o inédito se fará presente e essa experiência ficará guardada em suas lembranças. Fica claro assim que ao proporcionar momentos como estes, o turismo gera novos produtos e mercados, um dos segmentos que

podem se favorecer desta mudança na forma de experienciar a prática turística é o turismo de aventura.

Para o Brasil (2008, p. 15), o Turismo de Aventura “compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não-competitivo”. É possível ver que, o adepto as práticas de aventura o faz por prazer e não por finalidade de competição. O turismo de aventura pode ser entendido como atividades oferecidas comercialmente, usualmente adaptadas das atividades de Esporte de Aventura, que tenham, ao mesmo tempo, o caráter recreativo e envolvam riscos avaliados, controlados e assumidos (Decol & Lanzer, 2018; Tahara & Lli-Filho, 2012).

Para Marinho e Bruhns (2003, p. 62), o turismo de aventura se desenvolveu com nomenclaturas diversas, principalmente no que remete à ecologia e a aventura, buscando um mercado de admiradores da natureza que busca uma interação maior com o meio ambiente além da simples observação, com mais emoções e superando seus limites, por meio de experiências singulares. Para Lavoura, Schwartz e Machado (2008), este contato entre corpo e natureza por intermédio dos esportes radicais, desperta nos turistas novos sentimentos, sensações e emoções.

Para Melo e Aguiar (2016) a ideia do inusitado, da busca de novas experiências em contato com locais preservados e de belezas naturais, os turistas que consomem tais produtos o fazem procurando novas sensações, novas experiências. Onde a interação entre o visitante e o ambiente possibilita experimentá-lo e vivenciá-lo de forma ativa, proporcionando emoções e sentimentos derivados da prática de esportes radicais oferecendo momentos únicos e memoráveis em contato com a natureza transformando as lembranças da visita em lembranças dos indivíduos.

O turismo de aventura é uma das formas de proporcionar ao turista uma nova forma de interação com o ambiente, um segmento de mercado que pode ser entendido como turismo de experiência, uma vez que as atividades propostas pelos esporte radicais vem a despertar sentimentos diversos nos turistas, agregando ao produtos turísticos emoções e lembranças inesquecíveis, caracterizando assim os principais fatores do turismo de experiência (Santos & Guzman, 2014; Silva & Trentin, 2018; Pezzi & Vianna, 2015).

O turismo de aventura deve ser entendido como uma experiência que ativa os sentimentos mais diversos, como a adrenalina, a expectativa, o medo, a superação, entre outros. Estas experiências, em uma sociedade cada vez mais conectada, acabam sendo transmitidas e relatadas por meio de comentários nas redes e mídias sociais. Tais postagens influenciam outros consumidores, uma vez que estes estão mais interligados em rede, confiam mais uns nos outros

e nos relatos de experiências vividas, e tomam sua decisão de compra muitas vezes induzida por seu círculo social (Biz, Neves, & Bettoni, 2014).

Estes relatos devem ser monitorados pelos empreendimentos e gestores de destinos turísticos, uma vez que os dados encontrados nos relatos e comentários dos turistas nas redes sociais possuem informações importantes quanto satisfação, serviços prestados, necessidades e expectativas dos consumidores, e, principalmente, originam e definem imagens e a reputação dos locais visitados (Biz, Santos, Bettonie, & Thomaz, 2016; Quiroga, Mondo, & Castor Junior, 2014; Thomaz, Biz & Gândara, 2013).

O turista além de procurar uma participação mais ativa e individualizada na prática do turismo, está interessado em coproduzir suas experiências e informações, transmitindo, por meio das redes e mídias sociais, suas conquistas, vivências, experiências e sua satisfação. Atualmente, estas mídias são utilizadas pelos turistas antes, durante e depois da realização da viagem. Em um primeiro momento, há busca de informações relevantes quanto aos locais de interesse e a leitura dos relatos para comprovar se a qualidade do local é real e se o mesmo vem a satisfazer suas expectativas, determinando a compra do produto ou não (Biz, Neves, & Bettoni, 2014; Remondes, Serrano, & Mena, 2015; Manosso, Bizinelli, & Gândara, 2013).

Durante a viagem, as redes e mídias sociais podem influenciar o comportamento de compra do consumidor pelo produto, é utilizado em tempo real para postar as experiências vividas no local e para identificar possíveis produtos para o consumo. Já no pós viagem, o ambiente virtual vem a ser utilizado como um mecanismo de lembrança do vivido e para relatar as vivências da viagem, o que vai gerar e criar dados e informações úteis para outros consumidores conectados, influenciando na reputação e na imagem do local visitado (Biz, Santos, Bettonie, & Thomaz, 2016; Quiroga, Mondo, & Castor Junior, 2014; Thomaz, Biz, & Gândara, 2013).

O turismo de aventura é segmento de mercado que está diretamente ligado à economia da experiência, sendo totalmente relacionado à ideia de oferecer um serviço que proporcione ao turista: emoções, sentimentos, experiências e lembranças únicas e de qualidade. Tais experiências, muitas vezes, veem a ser relatadas pelos consumidores nas redes sociais por meio de: comentários, fotos e vídeos. Estas postagens possuem a capacidade de influenciar a decisão de compra dos demais consumidores que estão conectados, que por meio da leitura dos comentários e da observação das fotos e vídeos, comprovam e identificam a qualidade e as características dos produtos relatados.

Portanto, o consumidor cada vez mais conectado que busca coproduzir informações e a própria experiência turística por meio de uma participação mais ativa, ao consumir os produtos

turísticos tem no turismo de aventura um segmento que pode lhes proporcionar vivências únicas dentro do mercado da economia da experiência, que se tornarão lembranças memoráveis que, em muitos casos, serão relatadas nas redes e mídias sociais influenciando e determinando a reputação e a imagem de um determinado produto turístico.

3. METODOLOGIA

Este estudo tem como característica ser qualitativo, descritivo e exploratório. Esta pesquisa foi desenvolvida em 3 etapas bem definidas: pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e, por fim, a análise dos dados. Iniciando por uma pesquisa bibliográfica em: livros, trabalhos acadêmicos e artigos científicos em diversas bases de dados como: Scopus; Redalyc; Publicações em Turismo e Portal de periódicos da Capes. Tendo como temas pesquisados: Economia da Experiência; Turismo de Aventura e Redes Sociais. Esta busca possibilitou o embasamento teórico do estudo e a identificação dos termos a serem utilizados na pesquisa netnográfica¹, junto aos comentários do site Tripadvisor que consistiu na principal forma de coleta de dados empíricos da pesquisa.

A pesquisa no site do Tripadvisor consistiu em um levantamento em todos os comentários e relatos referentes ao empreendimento Ninho do Corvo entre as datas de novembro de 2012 à maio de 2018. Para este estudo, o procedimento utilizado foi o seguinte: primeiro foram lidos as 69 postagens do site Tripadvisor, posteriormente estes foram retirados do site e transcritos no editor de texto Word, sendo salvo em um documento para posteriormente os dados serem processados pelo *software* de análise qualitativa MAXQDA. Com o uso do MAXQDA, por meio da análise léxica², foi possível identificar 70 palavras chave, das quais foram selecionadas 37 palavras com base nos estudos desenvolvidos por Horodyski, Manosso e Gandara (2012) e Oh e Jeoung (2007), originando as variáveis do quadro 2.

¹ A netnografia apresenta uma abordagem diferenciada de outros métodos que envolvem estudos que envolvem a comunicação com uso da Internet, uma vez que as interações no ambiente virtual são trabalhadas como interações sociais onde os comentários são analisados a partir de seu significados lendo em consideração as características do site da postagem assim como do usuário. As interações dos indivíduos nos ambientes digitais é o foco da netnografia tendo nos elementos contextuais variáveis que possibilitam compreender o objeto de estudo (Corrêa & Rozados, 2017)

² A análise léxica, consiste no comando que o software analise o texto por meio da busca de termos ou palavras específicas (Nodari, Soares, Wiedenhof, & Oliveira, 2014)

Quadro 2 – Variáveis de análise das esferas da Economia da Experiências relatadas pelos frequentadores da RPPN Ninho do Corvo no Tripadvisor

APRENDIZAGEM	ENTRETENIMENTO	CONTEMPLAÇÃO	EVASÃO
Profissionais Capacitados	Tirolesa	Lindo, Lindíssimo	Aventura
Explicação	Banho	Trilha	Esporte
Atencioso	Divertido	Bonito	Rapel
Orientação	Cachoeira	Encantador	Radical
Treinada	Emoção/Emocionante	Espetacular	Desafiador
Atendimento	Adrenalina	Tranquilo	Marcante
História	Lazer	Beleza	
Cultura	Diversão	Cânion	
Qualificada		Visual	
		Deslumbrante	
		Paisagem	
		Vista	
		Descanso	
		Natureza	

Fonte: Elaborado pelos autores, baseado em Horodyski, Manosso e Gandara, 2012, e Oh e Jeoung, 2007.

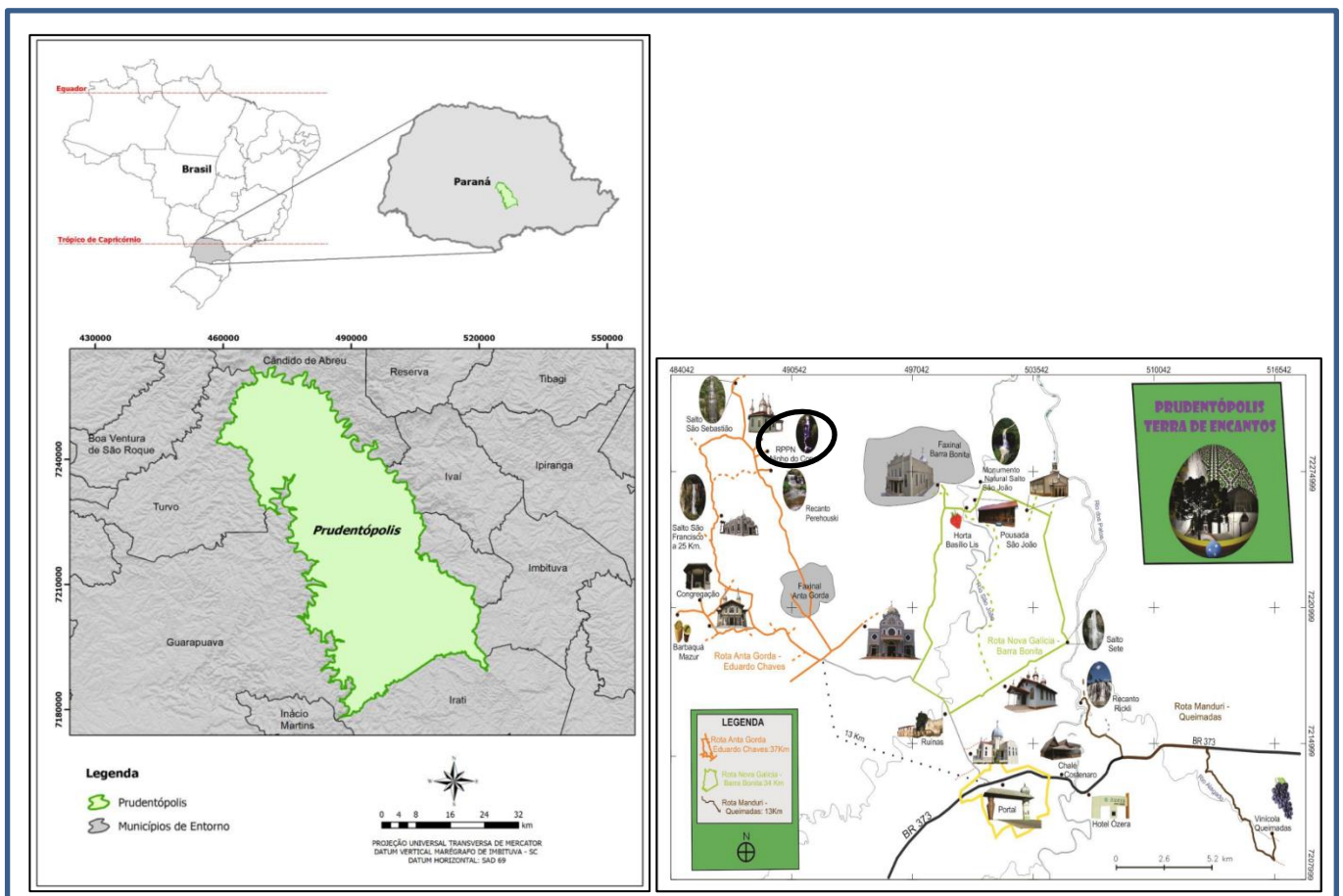
Dentre as variáveis definidas no quadro 1, buscou-se nas postagens dos visitantes da RPPN Ninho do Corvo realizados no Tripadvisor, palavras chave que os caracterizassem, assim foi possível realizar o cruzamento entre estas palavras e encontrar uma correlação entre os comentários e as palavras chave. Estes dados se apresentarão por meio de uma nuvem de palavras elaborada com o auxílio do programa de análise qualitativa MAXQA, de quadros com os dados de cada uma das dimensões das experiências relatadas e de um esquema gráfico onde serão indicadas as esferas da economia da experiência que, de acordo com os relatos dos visitantes, mais se destacaram durante suas vivências ao participarem das atividades na propriedade.

A última etapa da pesquisa se deu pela análise dos dados encontrados durante o estudo, a apresentação dos dados na forma gráfica, de modo a facilitar a discussão e análises dos dados por meio do cruzamento das informações coletadas e os conteúdos teóricos estudados. Acreditando, desta forma, ser possível atingir o objetivo deste estudo que é identificar com base nos relatos dos usuários do Tripadvisor, quais as dimensões da esfera da economia da experiência são estimuladas pelas atividades na RPPN Ninho do Corvo em Prudentópolis.

4. RESULTADOS

A RPPN Ninho do Corvo é a única reserva no município de Prudentópolis no estado do Paraná, está situada na Linha Paraná, no interior do município conforme figura 2. Possui uma área total de 18,50 hectares, sendo que destes 10,55 foram transformados em Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN. Como atrações, o empreendimento Ninho do Corvo conta com mais de 2.000 metros de trilhas autoguiadas que levam às atividades de aventura disponíveis no local, e ao Rio Barra Bonita, onde é possível banhar-se e contemplar a fauna, flora e o *cânion*. Ao todo, a área possui 8 quedas d'água, sendo que apenas 3 estão abertas à visitação pública e outras somente com visitas agendadas e guiadas.

Figura 2 – Localização da RPPN Ninho do Corvo no município de Prudentópolis



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

O proprietário investiu nas atividades de aventura como forma de diversificar a oferta de serviços em sua propriedade e de oportunizar ao visitante uma interação diferenciada com a natureza. As práticas de esportes radicais na propriedade basicamente são: duas tirolesas e um rapel. Além das atividades de aventura, a RPPN também oferece o serviço de alimentação, hospedagem e eventos focados em treinamentos vivenciais para empresas.

Entre as práticas de esportes radicais, são oferecidos: uma tirolesa considerada de velocidade, com 170 metros de extensão e 30 metros de altura, onde o turista fica perdurado em dois cabos de aço por duas polias garantindo a sua segurança. A outra tirolesa, denominada de “Corvolesa”, é um produto próprio da RPPN Ninho do Corvo, trata-se de uma tirolesa guiada que passa por dentro do cânion Barra Bonita, banhando o turista nas águas da cachoeira e terminando nas águas do rio. É suspensa por um cabo de aço, uma corda e uma polia. Ao fim da atividade, os visitantes são recebidos por uma pessoa no rio assegurando a integridade da atividade. E uma prática de rapel, chamada de “Rapeleza”, que é guiada e possui 70 metros de altura de descida, sendo 20 metros na base e 50 metros suspenso por duas cordas, um cabo de aço e duas polias que garantem a segurança da descida. Como particularidade, esta última possui vista para o cânion Barra Bonita e para uma cachoeira na divisa da propriedade.

Por meio da pesquisa no site Tripadvisor, foi possível observar que a maioria dos comentários são positivos, apenas dois relatos de insatisfação quanto aos serviços oferecidos no estabelecimento, tendo uma avaliação na escala de 0 a 5, sendo 0 horrível e 5 excelente, de 4,5. O que merece destaque é que, das 69 avaliações, 50 são de qualidade excelente, demonstrando uma alta taxa de satisfação quanto as práticas realizadas, que são expressas nos comentários como: “Uma ótima oportunidade para realizar esportes de aventura e também fugir da cidade grande! Valeu muito a pena e com certeza iremos voltar”. “Muito bom mesmo, super recomendo”.

Ter comentários positivos em sites como Tripadvisor, possibilita a transmissão de uma imagem e reputação on-line positiva, o que favorece a comercialização e o posicionamento deste estabelecimento no mercado turístico. Este tipo de avaliação pode vir a auxiliar e influenciar a compra dos serviços por outros visitantes, assim como, a presteza em responder aos comentários negativos demonstra a atenção e a importância no relacionamento com os visitantes. Em uma sociedade conectada em rede, a interação e a coprodução de informações, como os relatos de vivências positivas e das experiências de qualidade que o estabelecimento proporciona, devem ser utilizadas como uma estratégia de divulgação e de venda de seus produtos (Biz, Santos, Bettonie, & Thomaz, 2016; Quiroga, Mondo, & Castor Junior, 2014; Thomaz, Biz, & Gândara, 2013)

As atividades de turismo de aventura ofertadas na RPPN Ninho do Corvo podem se caracterizar como práticas da Economia da Experiência, uma vez que despertam nos consumidores emoções, sentimentos, lembranças memoráveis e experiências únicas, tendo na interação, indivíduo natureza, mediada pelos esportes radicais proporcionando uma sensação

de aventura e diversão, como pode ser observado pela nuvem de palavras a seguir, elaborada com base nos comentários do site Tripadvisor.

Figura 3 – Nuvem de palavras que caracteriza o empreendimento no site Tripadvisor



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

Os comentários dos visitantes expressam o que o empreendimento pretende oferecer, um local de aventura com práticas de esportes radicais no qual o consumidor terá interação diferenciada com a natureza. Percebe-se, com base nos relatos dos consumidores, que as experiências vivenciadas, conforme os relatos dos usuários do Tripadvisor, atingem todas as esferas da econômica da experiência e, em alguns casos, unindo mais de duas delas. A esfera da aprendizagem foi identificada em pelo menos 33 comentários conforme o quadro 3, a seguir:

Quadro 3 – Palavras chave que representam a Esfera da Experiência de Aprendizagem

APRENDIZAGEM	
Atencioso	8
Atendimento	8
Orientação	4
Treinada	4
Cultura	3
Profissionais Capacitados	2
Explicação	2
História	1
Qualificada	1
TOTAL	33

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

A experiência de aprendizagem está diretamente ligada à capacitação e qualificação dos funcionários, que durante as atividades tem a capacidade de orientar os visitantes por meio de um atendimento atencioso na tentativa de instruir os visitantes por meio de informações que

lhes permitem conhecer melhor o ambiente e o esporte que irão praticar, assim como foi observado nos comentários, transmitem segurança e tranquilidade durante a atividade de aventura (Oh e Jeoung, 2007).

Esta esfera de economia da experiência está relacionada a condição de absorção de informação em uma participação mais ativa, o consumidor recebe informações e as assimila retendo na memória em forma de conhecimento, envolvendo a percepção sensorial e intelectual que podem ser estimuladas pela situação ou pela equipe que está oferecendo o serviço (Horodyski, Manosso, & Gandara 2012).

No caso do Ninho do Corvo, foi possível perceber que a esfera da aprendizagem foi proporcionada aos visitantes quando estes comentam que:

Se você não tem costume com prática de rapel aqui talvez seja o lugar ideal para começar. Com uma estrutura impecável e um atendimento muito bom a RPPN Ninho do Corvo foi uma experiência incrível. [...] Toda a atividade foi acompanhada por profissionais extremamente educados e atenciosos que explicaram com muita destreza como realizar o rapel pois nunca tinha realizado a atividade antes” (Tripadvisor, 2018).

A experiência de aprendizagem, no caso de uma prática como o turismo de aventura, vai muito além de dotar o consumidor de informação, ela deve transmitir conhecimento e cuidado, de modo que os visitantes percebam a qualidade da equipe a ponto de confiar e sentir segurança na realização da atividade, que ao realizar a mesma pela primeira vez, além de prazerosa, aprendam algo com a modalidade de esporte radical que estarão praticando.

Os relatos que apontam para a esfera da aprendizagem estavam sempre acompanhados de outra experiência, como a de contemplação, entretenimento e/ou evasão. A contemplação, na figura 1, apresenta como oposto direto da aprendizagem, pois ela se caracteriza por uma participação passiva do visitante e por uma imersão na atividade que está sendo desenvolvida, as atividades características desse tipo de experiências estão diretamente ligadas a disposição do indivíduo em estar e permanecer um determinado lugar, seja pela beleza cênica, pela tranquilidade, conforto, descanso, ou simplesmente para apreciar o lugar e o momento de modo passivo (Vila, 2015; Nascimento, Maia, & Dias, 2012).

Muitos foram os comentários que remetem a esta experiência vivenciada pelos turistas no Ninho do Corvo, um total de 119 comentários, os quais tem como palavras chave as descritas no quadro 4:

Quadro 4 – Palavras chave que representam a Esfera da Experiência de Contemplação

CONTEMPLAÇÃO	
Trilha	32
Natureza	27
Lindo, lindíssimo	20
Bonito	10
Espetacular	6
Beleza	4
Canion	4
Tranquilo	3
Visual	3
Vista	3
Descanso	3
Deslumbrante	2
Encantador	1
Paisagem	1
TOTAL	119

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

A esfera de Contemplação conforme os relatos que os visitantes fazem é uma das experiências vivida pelos usuário, mesmo não realizando as atividades de aventura propostas pelo empreendimento, a visita ao local ainda sim é uma experiência válida, como pode ser observado nos seguintes relatos: “O local tem ótima estrutura de banheiros, quiosques e receptivo, tanto que minha mãe, que não quis fazer esportes, ficou lá em cima bem tranquila, dormindo em uma rede...” (Tripadvisor, 2018); “Um clima muito profissional, lindas vistas, rapel e tirolesa em meio a cachoeiras mesclando adrenalina e contemplação da natureza” (Tripadvisor, 2018); “Local muito bonito, também para descanso junto a natureza” (Tripadvisor, 2018).

Este último comentário está diretamente ligado a características da propriedade por ser uma unidade de conservação, uma Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN, a preocupação e o cuidado com natureza são prioridades, e estas ações favorecem e valorizam as experiências no empreendimento que aliam aventura, emoção e conservação da natureza, proporcionando aos visitantes belas vistas de uma área natural nativa, conforme os relatos: “O lugar é lindo, a natureza da um espetáculo [...]” (Tripadvisor, 2018); “Apreciar a natureza e se divertir” (Tripadvisor, 2018).

Além disso, como fica claro nos comentários anteriores, o entretenimento junto a natureza é uma das esferas da economia da experiência que caracteriza o turismo de aventura, e no Ninho do Corvo não é diferente, foram identificados 119 comentários que remetem ao divertimento, ao lazer e ao entretenimento conforme o quadro 5:

Quadro 5 – Palavras chave que representam a Esfera da Experiência de Entretenimento

ENTRETENIMENTO	
Tirolesa	52
Cachoeira	36
Divertido	10
Banho	8
Emoção/Emocionante	6
Adrenalina	5
Lazer	1
Diversão	1
TOTAL	119

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

A esfera do entretenimento consiste na resposta aos estímulos que o ambiente e a experiência proporcionam ao visitante que as absorve e interage de forma passiva, estas respostas seriam: o riso, a satisfação, a alegria, a diversão, a emoção, o relaxamento. Portanto, ao definir as palavras chave, foram selecionadas aquelas que tem a capacidade de proporcionar estes sentimentos, como é o caso da tirolesa e dos banhos de cachoeira como práticas mais citadas pelos comentários (Horodyski, Manosso, & Gandara, 2012; Oh & Jeoung, 2007).

O entretenimento tem um papel fundamental na satisfação do turista em um parque de aventura como o Ninho do Corvo, uma vez que potencializa a experiência positiva das atividades, por meio do divertimento agregando as lembranças, momentos de alegria e descontração, estimulando comentários que originam uma reputação on-line positiva, como: “Um ótimo local para passar um dia de verão se divertindo”; “Ótimo local para realizar atividades como rapel, tirolesa, trilhas... Apreciar a natureza e se divertir” (Tripadvisor, 2018); “É um passeio para toda a família, com muitas diversões ao lado do que é mais belo, com muitas atividades radicais, rapel na cachoeira, caminhada pelas trilhas, queda d'agua, tirolesa e muito mais. Eu amei!!! Recomendo para todos!” (Tripadvisor, 2018).

A experiência de entretenimento fica evidente nos comentários pela participação dos visitantes em atividades como a tirolesa os banhos de cachoeiras e nos relatos que eles frisam que se divertiram e que tiveram momentos emocionantes na RPPN, assim como a satisfação dos mesmos é expressa de forma direta e pela recomendação do empreendimento nos discursos escritos no Tripadvisor.

As atividades de aventuras disponíveis no Ninho do Corvo não se restringem somente a esfera do entretenimento, uma vez que o Rapel é uma prática que exige uma participação ativa do visitante que exige concentração e destreza, desta forma, levando o praticante a uma imersão, estas características referem-se a experiencia de evasão.

A evasão é representada por momentos em que o turista fica imerso concentrado no que está sendo proposto, tais atividades se tornam marcante na experiência de visitação (Horodyski, Manosso, & Gandara, 2012; Oh & Jeoung, 2007), e no caso do empreendimento Ninho do Corvo, ela acaba sendo representada pela modalidade do esporte de aventura Rapel. A dimensão da evasão foi a mais representada nos comentários dos usuários do Tripadvisor, em um total de 124 comentários, encontrados nas 69 postagens, que fazem referência a esta experiência, como pode ser observado no quadro 6, a seguir:

Quadro 6 – Palavras chave que representam a Esfera da Experiência de Evasão

EVASÃO	
Aventura	55
Rapel	47
Esporte	16
Radical	3
Desafiador	2
Marcante	1
TOTAL	124

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

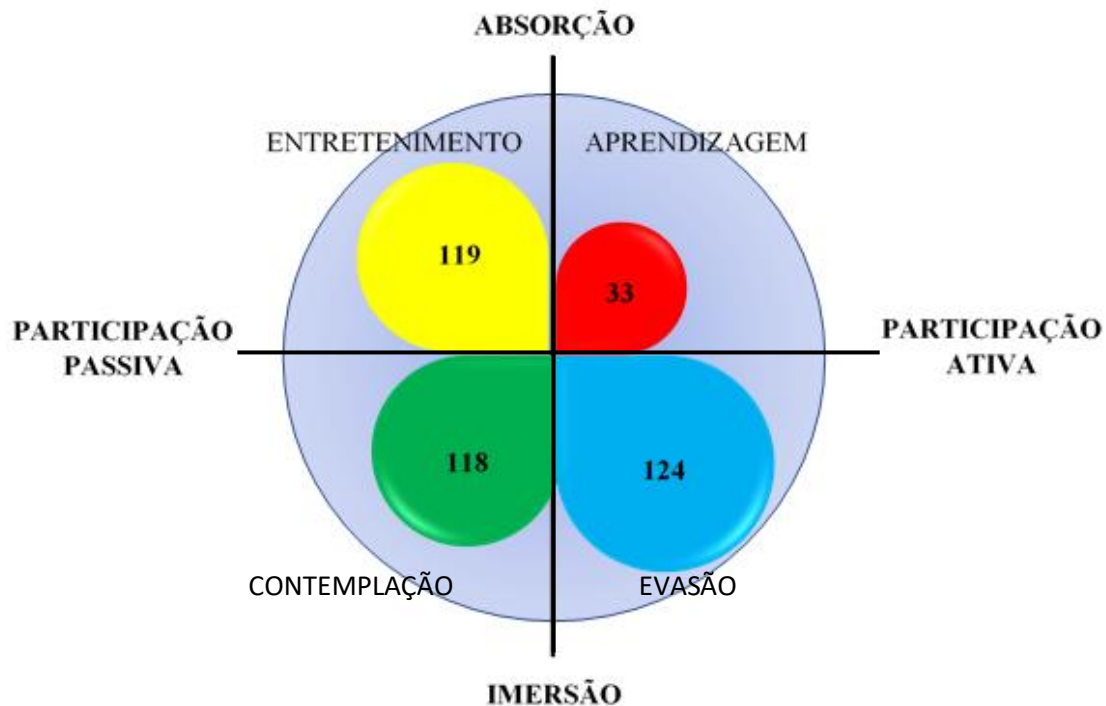
A aventura em si já é uma atividade que remete a evasão, a fuga do cotidiano, do que é convencional, este seguimento no turismo propicia ao turista uma interação com a natureza por meio da prática de esportes radicais, que exige a predisposição e a iniciativa de participar ativamente na prestação de serviço. As modalidades esportivas disponíveis, em muitos casos, além de proporcionar ao visitante uma atividade lúdica, incentiva os mesmos a superar desafios e até mesmo medos de forma recreativa (Decol & Lanzer, 2018; Tahara & Lli-Filho, 2012).

Portanto ao experienciar tais atividades o turista tem uma experiência de entretenimento e evasão desafiadora e marcante por suas superações, tal fato possibilita um registro na memória inesquecível, de tal forma que o indivíduo vem a expressar e a relatar nas mídias e redes sociais, como os comentários encontrados no Tripadvisor descritos a seguir: “Local perfeito para viver desafios em treinamentos vivenciais para equipe. Estive aqui com colegas da empresa e guardo ótimas recordações de quebras de paradigmas” (Tripadvisor, 2018); “Mas todas as outras atividades são muito atraentes e marcantes. Recomendo e irei de novo” (Tripadvisor, 2018).

Os relatos das experiências vividas pelos turistas na RPPN do Ninho do Corvo possibilitaram identificar que os visitantes estão satisfeitos com os atrativos oferecidos pelo empreendimento e que a segurança e a atenção transmitida pela equipe do estabelecimento consiste em um dos pontos fortes do local, que, aliada as atividades de aventuras em um ambiente de natureza exuberante e conservada, proporcionam aos turistas experiências

diversas, que praticamente atingem toda as dimensões da Esfera da Economia da Experiência conforme a figura a seguir:

Figura 4 – Distribuição dos comentários dos usuários do site Tripadvisor na Esfera da Economia da Experiência



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

Os comentários encontrados no Tripadvisor sobre a RPPN Ninho do Corvo possuem informações relevantes aos turistas que pretendem visitar a propriedade, expressam as vivências dos usuários que postaram seus comentários, sendo a dimensão da evasão o tipo de experiência que mais se destacou nos conteúdos publicados nas postagens no site, assim como a reputação positiva que estes fazem aos serviços prestados e as atividades oferecidas e consumidas pelos visitantes.

Cabe ressaltar que as postagens disponíveis no site podem favorecer e influenciar de maneira positiva a decisão de compra de outros usuários que buscam informação quanto ao empreendimento Ninho do Corvo. Existem postagens que descrevem as atividades e recomendam os serviços oferecidos. Mas, além de possíveis visitantes, o monitoramento desta mídia social pode proporcionar aos gestores do estabelecimento informações importantes quanto o que melhorar no empreendimento e a forma como este é descrito pelos visitantes, sendo uma ferramenta de análise de satisfação e de informação para traçar estratégias de posicionamento de mercado (Biz, Santos, Bettonie, & Gândara, 2016; Quiroga, Mondo, & Castor Junior, 2014; Remondes, Serrano, & Mena, 2015).

O Ninho do Corvo, por ser uma RPPN que oferece aos visitantes a oportunidade de praticar o turismo de aventura, pode ser enquadrado no mercado de venda de experiências, estas, por sua vez, são relatadas como positivas por quase a totalidade dos usuários do Tripadvisor que postaram relatos sobre o empreendimento, tendo a Evasão, o Entretenimento e a Contemplação como principais experiências vivenciadas na propriedade, e que marcaram e ficaram registradas de forma inesquecível na memória dos visitantes.

Portanto, cabe aqui destacar que o turismo de experiência ainda é recente e muitos empreendimentos o desenvolvem sem a intenção de fazê-lo, desta forma o aprimoramento nos serviços de modo a proporcionar aos visitantes maiores oportunidades de integrar e coproduzir na prática do turismo vem sendo uma oportunidade e um diferencial no trade turístico. Estas experiências que oportunizam momentos marcantes ao consumidor são constantemente relatadas nas redes e mídias sociais, definindo a imagem e a reputação dos estabelecimentos, influenciando na decisão de compra de outros usuários, cabendo assim aos gestores destes estabelecimentos o constante monitoramento destes ambientes virtuais para elaboração de estratégias de posicionamento e competitividade de mercado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo de aventura consiste em um dos segmentos do turismo que visa a proporcionar aos consumidores experiências inusitadas quanto à forma de interação indivíduo meio visitado, por meio das práticas de esporte radicais em locais conservados e de belezas naturais, os turistas que consomem produtos despertam novas sensações, sentimentos e emoções de forma distintas da visita tradicional. O turista tem sua visita vivenciada de modo a ser o protagonista da atividade originando momentos únicos e memoráveis em suas lembranças.

Estas características do turismo de aventura são compatíveis com os produtos experienciais propostos pela Economia da Experiência, possibilitando, assim, enquadrar diversas práticas do segmento de turismo de aventura neste novo mercado, oferecendo ao turismo oportunidades de vivenciar a atividade turística por meio de uma participação mais ativa resultando em produtos diferenciados que lhes possibilite novas sensações e maior satisfação em serviços menos massificados e mais individualizado.

Em uma sociedade onde a busca pelo novo, pelo singular e pela personalização nos serviços é valorizada, tendo consumidores cada vez mais informados e conectados que buscam muito mais que simplesmente receber um produto, mas sim coproduzir o mesmo de modo a personificar o que está consumindo, os serviços que oferecem mais que uma simples vivência,

uma experiência que desperta emoção e sentimentos, conseguem maiores prestígios e visibilidade nas redes e mídias sociais.

Os comentários postados sobre a RPPN Ninho do Corvo, localizado em Prudentópolis, são um exemplo deste fenômeno, os relatos das vivências no empreendimento que oferece aos turistas, práticas de turismo de aventura em modalidades como Rapel e Tirolesa em um ambiente natural conservado, são, em sua maioria, positivas e expressam as experiências vividas na propriedade, originando uma reputação on-line positiva de qualidade, originando satisfação e segurança.

Entre as dimensões da esfera da Economia da Experiência, as mais marcantes vividas pelos visitantes pode-se destacar a Evasão, o Entretenimento e a Contemplação, uma vez que as atividades oferecidas oportunizam emoções e sentimentos de: alegria, superação de desafios, aventura, divertimento e descanso, em um local de paisagens com belezas naturais onde a interação e contato com o ambiente se dá pelo intermédio dos esportes radicais e do uso responsável dos recursos ambientais existente na propriedade.

O estudo demonstra que na RPPN Ninho do Corvo, as atividades de turismo se enquadram em produtos experienciais e que as experiências relatadas pelos usuários não se limitam a uma única dimensão da esfera da Economia da Experiência, e, sim, um serviço e um ambiente que estimula e desperta no visitante sensações e sentimentos diversos que originam experiências variadas, individualizadas e únicas.

REFERÊNCIAS

- Aroeira, T., Dantas, A. C., & Gosling, M. S. (2016). Experiência turística memorável, percepção cognitiva, reputação e lealdade ao destino: um modelo empírico. *Turismo – Visão e Ação*, 18(3), 584-610.
- Biz, A., Santos, C. K., Bettonie, M., & Thomaz, G. M. (2016). Análise do conteúdo vinculado pelas secretarias de turismo das cidades e estados-sedes da Copa do Mundo 2014 em suas páginas do Facebook. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 543-559.
- Biz, A., Neves, A., & Bettoni, E. (2014). O Comportamento dos Consumidores Turísticos no Uso da Telefonia Móvel. *Caderno Virtual de Turismo*, 14(1), 34-48.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2008). *Turismo de Aventura: orientações básicas*. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação – Brasília, Brasil.
- Corêa, M. V., & Rozados, H. B. F. (2017). A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, 22(49), 1-18.

- Decol, F., & Lanzer, R. M. (2018). Turismo de Aventura em Três Coroas: Uma análise da sustentabilidade a partir dos critérios do Adventure Tourism Development Index. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 20(1).
- Horodyski, G. S., Manosso, F. C., & Gandara, J. M. G. (2012). O consumo de souvenirs e a experiência turística em Curitiba (PR). *Caderno Virtual de Turismo*, 12(3), 323-342.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1).
- Lavoura, T. N., Schwartz, G. M., & Machado, A. A. (2008). Aspectos emocionais da prática de atividades de aventura na natureza: a (re) educação dos sentidos. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 22(2), 119-27.
- Manosso, F. C., Bizinelli, C., & Gândara, J. M. G. A. (2013). Imagem da Cidade em Fotografias Online: Estudo de Caso do Site Flickr sobre Curitiba (Paraná, Brasil). *Turismo e Sociedade*, 6, 835-860.
- Marinho, A., & Bruhns, H. T. (2003). *Turismo: lazer e natureza*. Barueri, SP: Manole.
- Melo, S. M. C., & Aguirra, E. P. S. (2016). Turismo de aventura em Taquaruçu – TO: atividades e riscos. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 18(2).
- Mondo, T. S., Talini, M. C., & Fiates, G. G. S. (2016). A qualidade de serviços em atrativos turísticos de Florianópolis à luz da experiência do turismo de experiência. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 4(2), 242-261.
- Nascimento, I., Maia, A. F., & Dias, P. O. (2012). A Experiência Como Produto Turístico: A Emoção e Sensação do Novo e Diferente. *Revista Turismo Estudos e Práticas*, 4(1), 142-159.
- Nodari, F., Soares, M. C., Wiedenhof, G. C., & Oliveira, M. (2014). Contribuição do MAXQDA e do NVIVO para realização de análise de conteúdo. *Anais do XXXVIII Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro, Brasil.
- Oh, F. A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46, 119-132.
- Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. A. (2015). Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo em Análise*, 26(1), 165-187.
- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *O espetáculo dos negócios: desperte emoções que seduzam os clientes, sensações intensas determinam o valor de produtos e serviços*. Rio de Janeiro: Campus.
- Quiroga, R. M., Mondo, T. S., & Castor Junior, D. F. L. (2014). Reputação online como instrumento para melhoria de serviços: um estudo na hotelaria de Garopaba e Imbituba – Santa Catarina. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 2(1), 95-112.
- Remondes, J., Serrano, V., & Mena, R. (2015). Marketing on-line, comércio eletrônico e hotelaria: Estudos sobre a marcação de hotéis na internet em mercados business-to-business. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, 5(1), 114-130.

Santos, R. A. (2016). *Turismo cervejeiro em Curitiba/PR: Experiências agregadas à um segmento 'especial'*. 78 f. Trabalho de Conclusão de Curso em Turismo, Universidade Estadual do Centro-Oeste, Irati, PR, Brasil.

Santos, I. J., & Guzman, S. J. M. (2014). Turismo de experiência: Uma alternativa socioeconômica para Itacaré (BA)? *Caderno Virtual de Turismo*, 14(2), 117-132.

Silva, E. M. C., & Trentin, F. (2018). Turismo de Experiência: L'Arte Ceccato Vila Flores. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(3), 93-107.

Tahara, A. K., & Lli-Filho, S. C. (2012). Análise da oferta do turismo de aventura na Costa do Cacaú/Bahia. *Caderno Virtual de Turismo*, 12(2), 198-211.

Thomaz, G. M, Biz, A. A., & Gândara, J. M. G. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: um estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(1), 102-119.

TripAdvisor. (2018). Recuperado de <https://www.tripadvisor.com.br/>

Vila, N. A. (2015). De la economía de experiencias al turismo experiencial. Las series de ficción como creadoras de experiencias e inductoras a la visita de destinos turísticos. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), Special Issue, 959-964.

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

FERNANDES, D. L., SCHOAB, V. A., LAZANHA, D. A., & MAGANHOTTO, R. F. (2020). O Compartilhamento das Experiências Vivenciadas na RPPN Ninho do Corvo, Prudentópolis/PR, no TripAdvisor e sua Classificação nas Esferas da Economia da Experiência. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 8(1), 127-148. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2020v8n1ID15797>
