

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
CURSO DE HOTELARIA

LÍVINNY LARISSA GONÇALVES DA SILVA

**A EXPERIÊNCIA COMO VANTAGEM COMPETITIVO NO TURISMO: O  
CASO SÃO LUÍS DO MARANHÃO**

SÃO LUÍS - MA

2022

LÍVINNY LARISSA GONÇALVES DA SILVA

**A EXPERIÊNCIA COMO VANTAGEM COMPETITIVANO TURISMO: O  
CASO SÃO LUIS DO MARANHÃO**

Monografia apresentada ao Curso de Hotelaria da  
Universidade Federal do Maranhão - UFMA, para a  
obtenção do título de bacharel em Hotelaria..

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Brandão Ferreira

SÃO LUÍS - MA

2022

LIVINNY LARISSA GONÇALVES DA SILVA

**A EXPERIÊNCIA COMO VANTAGEM COMPETITIVA NO TURISMO: O CASO SÃO  
LUIS DO MARANHÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso de Hotelaria apresentado na  
Universidade Federal do Maranhão como requisito básico para a  
conclusão do curso.

Orientadora Dra. Luciana Brandão

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Luciana Brandão Ferreira (Orientadora)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

---

Prof<sup>o</sup>. Me. Ruan Tavares Ribeiro (Examinador 1)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

---

Prof<sup>o</sup>. Me. Davi Alysson da Cruz Andrade (Examinador 2)  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

GONÇALVES DA SILVA, LIVINNY LARISSA.

A EXPERIÊNCIA COMO VANTAGEM COMPETITIVA NO TURISMO: O CASO SÃO LUIS DO MARANHÃO / LIVINNY LARISSA GONÇALVES DA SILVA. - 2022.

38 f.

Orientador(a): Luciana Brandão Ferreira.

Curso de Hotelaria, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2022.

1. Experiência. 2. Turismo. 3. Turismo de Experiência. I. Brandão Ferreira, Luciana. II. Título.

*Só adianta investir em experiências memoráveis  
se a empresa estiver entregando o básico  
— Francisco Zapata*

## RESUMO

A Ilha de São Luís é um destino turístico que tem ganhado mais espaço e reconhecimento por suas belezas e atrativos culturais. E para se manter dentro desse páreo é necessário estar à frente e surpreender o turista. O trabalho tem por objetivo catalogar os passeios de São Luís do Maranhão classificados como turismo de experiência, analisar se tais passeios podem se enquadrar como turismo de experiência e o porquê, embasada nas dimensões de Pine II e Gilmore (1999). Utilizando o método de análise qualitativa, baseada no levantamento feito pelo Sebrae -MA, Polo São Luís, que contempla os municípios de São Luís, São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar e Alcântara. Por fim foram analisados 15 passeios, que se enquadram dentro do recorte de turismo de experiência. Para trabalhos futuros recomenda-se a catalogação e análise de outros passeios que não entraram na relação do Sebrae mas que já estão sendo praticados, além de pesquisa de campo para avaliar a experiência dos turistas.

**Palavras-chave:** Experiência, São Luís, Turismo de Experiência.

## **ABSTRACT**

São Luís Island is a tourist destination that has gained more space and recognition for its beauties and cultural attractions. And to stay within this range, it is necessary to be ahead and surprise the tourist. The objective of this work is to catalog the tours of São Luís do Maranhão classified as experience tourism, to analyze whether such tours can be classified as experience tourism and why, based on the dimensions of Pine II and Gilmore (1999). Using the bibliographic and descriptive method, based on the survey carried out by Sebrae Ma, Polo São Luís, which includes the municipalities of São Luís, São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar and Alcântara. Finally, 15 tours were catalogued, as they fit within the scope of experience tourism and for future work it is recommended to catalog other tours that did not enter the Sebrae list but which are already being practiced, in addition to field research to evaluate the experience of tourists.

**Keywords:** Experience, São Luís, Experience Tourism.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>13</b>
2.1 Turismo de experiência: aspectos conceituais e históricos	13
2.2 Dimensões do Turismo de experiência	18
<b>3. MÉTODOS DE PESQUISA</b>	<b>21</b>
<b>4. RESULTADOS ALCANÇADOS</b>	<b>22</b>
4.1 Contextualização do caso: São Luís	22
4.2 Passeios da Ilha de São Luís	23
4.2.1. Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa”:	23
4.2.2. Casa Fanti Ashanti: Conhecendo o Tambor de Mina – Culto Afro brasileiro	24
4.2.3. Laboratório de Expressões Artísticas - Laborarte	24
4.2.4. Restaurante Tia Mundoca	24
4.2.5. Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo)	24
4.2.6. Sítios Históricos e Ecológicos	25
4.2.7. Passeio Náutico São Luís Eco- Histórico	25
4.2.8. Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA	26
4.2.9. Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica”	26
4.2.10. Cozinha Ancestral	27
4.2.11. Ecotrip Canoagem	27
4.2.12. Vivência no Kite Surf	28
4.2.13. Agroturismo – Passeio Náutico com Trilhas Ecológicas na Ilha de Itaputina	28
4.2.14. Tour Anoi-tecer Gastronômico	29
4.2.15. Trilha Ecológica a Cavalo	29
4.2 Análise dos resultados	29
<b>5. CONCLUSÃO</b>	<b>33</b>
<b>6. REFERÊNCIAS</b>	<b>34</b>



## 1. INTRODUÇÃO

Para viajar é necessário um planejamento prévio, delimitando onde ir, quando e como. Em determinadas vezes esse planejamento pode surgir inicialmente no imaginário, e até mesmo como algo distante da realidade e inalcançável, mas ao cunhar etapas e ouvir outras experiências de quem fez o trajeto, passa do fictício para algo factual e tangível. Essa ideiação pode ser desenvolvida na mais tenra idade como também em uma idade mais avançada, já que esse desejo pode surgir devido aos estímulos externos de amigos e familiares ao retornarem de suas experiências.

Isso se dá porque na perspectiva, de Pezzi e Santos (2012), quando os turistas retornam de uma viagem ele ainda vivencia a viagem e continua respirando a localidade, graças às fotos, vídeos e conversas espontâneas contando sobre o período de viagem. Tendo em mãos então o poder de influenciar outras pessoas, a pensarem de forma diferente que outrora, além de terem a capacidade de incutir nos ouvintes o desejo de tirar suas próprias conclusões, ou seja tais pessoas desenvolvem a mais pura aspiração de se deslocarem para a localidade mencionada para então ter propriedade para afirmar ou negar algo, graças ao período de imersão despendido.

O turismo é um serviço que seu consumo se dá de forma subjetiva, já que seus produtos não podem ser guardados e tão pouco armazenados da mesma forma que bens duráveis, e a prestação de serviços desses bens intangíveis têm um alto grau de perecibilidade (CAON, 2008), e esses só podem ser analisados de sua qualidade e diferencial a partir de seu consumo.

Apesar desse fato, ainda assim o setor promove estímulos sensoriais tão fortes e profundos, que os serviço e produtos passam a ser julgados por outros indicadores, são eles Entretenimento, Fuga, Estética e Aprendizados (PINE e GILMORE, 1998)

Segundo, Silva e Trenti (2018), é pré-estabelecido até mesmo de forma inconsciente que a sensação visual é o suficiente para o costumeiro ‘conhecer’ determinado lugar, ignorando a existência dos outros sentidos que também podem ser explorados, como o tato, olfato, a audição e o paladar, resultando numa conexão mais profunda com a localidade visitada, além de despertar memórias afetivas já existentes, assim como conectar com sensações experimentais, sejam elas conscientes ou inconscientes.

Com relação a esse contexto, o turismo de experiência, segundo Pine e Gilmore (1999), propõe que apesar da visão de encolhimento de empregos devido a constante comoditização dos produtos e serviços, as experiências são compostas por sensações,

heranças culturais e também opções pessoais resultando no engajamento dos clientes dentro da atividade escolhida. O que por sua vez proporciona ao cliente a concepção de exclusividade, possibilita a eternização na memória e a quem oferta, gera a oportunidade de cobrar um valor que corresponda a entrega, visto que há muitos elementos agregados, indo então na contramão de outros serviços já saturados e se direcionando para o oceano azul, como Mauborgne e Kim (2005) fazem as seguintes metáforas, o oceano vermelho é a luta sangrenta do mercado tradicional pela mesma fatia do bolo e para ver quem vende mais barato, enquanto que o oceano azul se trata de empresas que se abrem para a inovação e nitidamente possuem espaço para crescer e se desenvolver sem grandes concorrentes. Segundo os autores a verdadeira inovação de valor é aquela em que a oferta de valor é “reeditada” e “redefinida” para os clientes, assim a oferta de valor passa a ser tão única e a gerar uma experiência tão inusitada para os clientes, que se assemelha a uma nova criação da oferta. (MAUBORGNE E KIM, P.13, 2005)

Nesse modo, é sine qua non a busca constante por melhorias das atividades turísticas quando se trata do turismo de experiência, isso porque conforme Lovel & Thurgill, (2021), a sociedade abraça uma modernidade cada vez mais encantada, já que por exemplo, sofre com estímulos visuais por todos os lados e de forma constante, então ocorre que o turismo passa a estar sob pressão para gerar novos roteiros, ou como eles chamam, locais mágicos de fantasia que possam verdadeiramente surpreender.

Pensando no avanço do turismo no Estado do Maranhão, foi desenvolvido o Plano Maior – Plano de Desenvolvimento Integral do Turismo do Maranhão, que se trata de um plano estratégico de turismo com implantação de política de investimentos visando a solução de problemas sociais e geração de emprego e renda baseado em dados e pesquisas, o início do planejamento se deu em 1999 e trouxe a luz resultados que geraram frutos para o ano de 2020, baseado em seu levantamento o mesmo apresenta que em 2003 o estado do Maranhão já se posicionava como um dos roteiros turísticos mais importantes do Brasil em todo o mundo, se deve salientar que o governo optou pela decisão de focar em um turismo sustentável ao invés do turismo de massa ou seja, uma aposta para a qualidade e não quantidade, além da busca pela preservação de ecossistemas, patrimônios físicos e a própria identidade do povo maranhense, logo se faz necessário um foco maior para o surpreender e como precificar de acordo, um cálculo que pode ser sinuoso para iniciantes. (RELATÓRIO PLANO MAIOR 2020: PLANO ESTRATÉGICO DE TURISMO DO ESTADO DO MARANHÃO, 2012)

O surpreender dentro do turismo pode estar ligado a pequenos detalhes, desde a chegada no aeroporto/rodoviária passando pelo atendimento na cidade até a finalização no check out. Contudo esses detalhes podem ser realizados por boa vontade e não necessariamente porque foram pensados e cobrado um valor para isso, e é nesse ponto que o Turismo de Experiência se enquadra, onde cada detalhe é calculado para acontecer e surpreender. Segundo Shaw e Ivens (2002), 85% da gestão de distintos negócios, se baseia que experiência do cliente se torna a principal vantagem competitiva em detrimento do preço, produto e qualidade.

Schmitt (1999) pontua que os consumidores reconhecem companhias, marcas, produtos ou serviços, após terem vivenciado alguma atividade relacionada aos fornecedores e ao receberem estímulos das mesmas. Kim (2010) por sua vez, chega à conclusão que tais características são originadas na verdade pela visão de mundo do turista e em como esses indivíduos se sentem e reagem às atividades turísticas.

Ao se pensar em passeio e tudo o que envolve o turismo e a ação de conhecer determinado lugar, logo se associa e se espera uma boa hospitalidade, os seja o turismo e hospitalidade estão ligados de forma intrínseca, tanto na visão de quem recebe como da de quem é recebido, além disso o turismo necessita direta ou indiretamente da hotelaria já que tais pessoas precisam se acomodar em algum meio de hospedagem, se alimentar, locomover e dependendo do motivo da viagem, participar de eventos e tais gastos se enquadram como na linha de frente, já que influenciam de forma direta no restante da economia .

Segundo Fernando Coelho (2002), o turismo interage nos três setores econômicos, isso porque quando ele se desenvolve, este tende a estimular os demais, gerando benefícios que ultrapassam seus limites de atuação, promovendo negócios não só no setor terciário, como também nos setores primário e secundário.

Surgindo assim, a partir dessa análise a seguinte problemática a ser compartilhada no presente trabalho, a capital do Maranhão possui atrativos turísticos que se enquadram como turismo de experiência?

Sob esta perspectiva o trabalho tem o intuito de identificar os atrativos turísticos que se enquadram como turismo de experiência no Estado do Maranhão. Inicialmente catalogando as atividades que se intitulam como turismo de experiência e posteriormente fazendo uma análise e comprovando se podem ser classificadas como turismo de experiência e se tal posicionamento os coloca à frente de outros passeios.

O seguinte trabalho se trata de uma pesquisa qualitativa interpretativa que se dará inicialmente analisando os roteiros de passeio turísticos fazendo um comparativo à luz dos

principais fundamentos teóricos e confirmando ou contestando a denominação de turismo de experiência

O trabalho está subdividido além da introdução que situa o que é o turismo, como surge o interesse pela viagem para conhecer outra localidade e como a Ilha de São Luís do Maranhão se viu fazendo parte de um formato de turismo tão seletivo e atrativo, possui mais quatro capítulos, o referencial teórico que traz luz ao trabalho e embasamento por autores como Pine II e Gilmore, Kirillova, Lehto e Cai (2017), Packer e Ballantyne (2016), Gupta e Vajic (2000) entre outros, logo em seguida, o capítulo que aborda o método de Pesquisa utilizado para fazer a coleta dos passeios e a forma de análise e comparação dos passeios a luz a perspectiva do turismo de experiência, em penúltimo o capítulo dos resultados alcançadas com os passeios e qual o roteiro promovido por eles e finalizando com a conclusão fazendo um apanhado geral e se os passeios se enquadram ou não como turismo de experiência e se esse posicionamento os diferencia dos demais passeios.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

O referencial teórico foi estruturado em três tópicos, a saber: o que é turismo de experiência, quando e como o turismo de experiência se desenvolve no Brasil e em São Luís do Maranhão, e o último tópico turismo de experiência como vantagem competitiva.

### **2.1 Turismo de experiência: aspectos conceituais e históricos**

Em 1971, ano da inauguração do parque do Walt Disney, o idealizador externou sua visão e anseio de ir além da entrega de um serviço ou um produto, Richard Branson (2017) disse que Walt não queria apenas brinquedos funcionando e comida no balcão, mas que houvesse experiência em todo e em cada detalhe, estimulando os cinco sentidos: na visão: ao mudar de uma região para outra árvores e construções mudam; olfato: o cheiro de cada região dentro do parque tem sua peculiaridade; assim como uma quantidade diversa de comidas, onde vão além da entrega do cardápio mas respeita à múltipla nacionalidade de seu elenco (equipe que trabalha no parque) como dos convidados (turistas) paladar, essa pluralidade alimentar pode ser interpretada como uma forma respeitosa do parque lidar com todos ali presentes assim como pode ser analisado como um diferencial pela gama alimentícia sem e que pelo menos na teoria todos teriam ao menos uma opção para suprir essa necessidade básica.

O estímulo da audição está presente com as diferentes músicas e sons que são emitidos pelos alto falantes, o que de forma audível informa que o convidado saiu de uma região e foi para outra e o tato é estimulado a partir dos pés, onde os clientes dos Parques Disney sentem que estão adentrando um novo ambiente antes mesmo das paisagens e dos sons mudam, já que o relevo é alterado dependendo de sua região.

Outro ponto que é valorizado ao se falar de experiência, na visão meticulosa de Walt, ocorre no atendimento, que deve ser feito como para um convidado, e não para um cliente qualquer, passando para a equipe um senso de responsabilidade ainda maior sobre a entrega de uma boa experiência para o viajante.

A experiência começa com o despertar da necessidade de um produto ou serviço, necessidade de férias no turismo, levando ao sonho, à motivação, à busca de informações, à decisão, à compra, ao planejamento, à antecipação, à visita, à lembrança e, potencialmente, ao planejamento para recompra. (GODOVYKH; TASCI, 2020, p. 4)

O turismo de massa ou convencional foi amplamente estimulado por Thomas Cook com seus comboios permitindo a possibilidade de levar muitas pessoas a diferentes destinos e que foi ainda mais explorado com o desenvolvimento das ferrovias e hidrovias, se trata do turismo que é sazonal, estimula uma movimentação grande de pessoas para um determinado lugar e devido a alta procura gera uma alta demanda (BARRETTO 1995, p. 48). Alguns lugares foram tão explorados que entrou no imaginário como uma meta de viagem dos sonhos a ser realizado, por exemplo:

A Itália foi o berço dessa grande mudança, com suas belas cidades como Veneza, Roma, Florença e Nápoli, que ainda hoje transbordam cultura. (...) Nos Estados Unidos a atração era o parque de diversão da Disneylândia, com a finalidade de atrair pais e filhos para se divertirem juntos em um espaço de lazer sem idades. (...) O Caribe teve seu esplendor em 1957, atraindo muitos turistas para a região devido à sua história, cultura e pelas belas praias principais cidades do turismo: Havana e Varade (...). Nas últimas décadas tem se constatado a ascensão de novas formas de turismo na América do Sul, como as visitas a patrimônios culturais do Peru e as viagens para o carnaval do Rio de Janeiro, Brasil (PANAZZOLO, 2005, p. 9)

Além,

Na América do Sul crescia o Guarujá (São Paulo), Torres (Rio Grande do Sul), na Argentina, Buenos Aires, Costa Atlântica, Córdoba e Bariloche.(REJOWSKI, 2002, p. 94).

Contudo o turismo de experiência vai na direção contrária ao turismo de massa, seu objetivo está em valorizar as experiências, estimular a vivência com pessoas que moram na localidade e que possam resultar em aprendizados relevantes e marcantes e por ser tão multifacetado se torna difícil se ater ou encontrar uma única definição que faça jus a toda a abrangência que é o Turismo de Experiência.

Já foi pontuado o que é turismo, mas o que é experiência? E ao falar de experiência, Gupta e Vajic (2000) afirmam que a experiência ocorre quando quem consome, nesse caso o turista, tem como resultado alguma sensação ou obtenção de conhecimento sendo este resultado da interação com as diferentes situações e contextos produzidos pelo anfitrião.

Packer e Ballantyne (2016) apresentam um modelo multifacetado com dez elementos sendo elas: experiências físicas, sensorial; cognitiva; emocional; hedônica; restaurativa; transformadora; relacional; introspectiva e espiritual. Enquanto que Pine e Gilmore (1999) afirmam que os diferentes conceitos de experiência resultaram de diferentes elementos da experiência do turista, como educacional, escapista, estético e de entretenimento, modelo conhecido como 4 E's, elas podem ser identificadas como a participação do usuário em ativo ou passivo, na linha horizontal, onde ativo se trata da situação em que o turista influencia ou afeta diretamente o resultado do passeio, já o passivo se trata do oposto, quando não há influência. Na vertical se encontra a conexão do usuário, sendo a absorção ou imersão. A imersão é quando o visitante se torna parte físico ou virtualmente da atividade ou ambiente e a absorção é o engajamento despendido (PINE E GILMORE, 1998), abaixo um quadro demonstrativo.



Quatro Estágios de uma Experiência de Pine e Gilmore (1998)

Fonte: Adaptado - Mateiro, Bárbara (2015)

Kirillova, Lehto e Cai (2017), os complementam falando não apenas da palavra experiência, mas do termo como um todo, onde afirma que “a experiência turística é uma vivência transformadora [...] caracterizada por eventos extraordinários, puros e catárticos [...] que estimulam respostas emocionais, encorajam a autodescoberta do indivíduo, mudanças no comportamento e interpessoais”, os autores também afirmam que o ambiente em que tais experiências transcorrem também possuem influências na hora da criação de uma experiência sejam elas: paisagem, ambiente cénico, cultural e as conexões sociais com moradores locais e com as outras pessoas que também estão em viagem.

A dimensão cultural da experiência é uma só, pelo que este conceito deve ser compreendido como um todo. Uma experiência não tem início ou fim, é um conceito transformador que se inicia com momentos de dor ou prazer e que procura unir o passado e o presente, o esperado e o experienciado. (NOVO, 2020)

O turismo de experiência busca ir além do óbvio, e ele está presente em conexão simples e propositais e que mostre a veracidade e realidade.

No Brasil iniciou-se um projeto para a construção, divulgação e estímulo do turismo de experiência, o Projeto “Economia da Experiência: Continuidade e abrangência de novos destinos” realizado em 2006 em colaboração entre o Ministério do Turismo e o SEBRAE Nacional, introduzindo no país a proposta que já havia sido trazida a tona em 1997 devido a publicação dos Estudos Estratégicos do Turismo para 2020 pela Organização Mundial de Turismo (OMT) onde se frisou a tendência do turista do anseio por “viajar para destinos onde, mais do que visitar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem” (CARTILHA METODOLOGIA PROJETO ECONOMIA EXPERIENCIA, 2010, p. 10).

Foram escolhidas então cidades piloto para o estímulo do Turismo de Experiência e inicialmente as cidades escolhidas foram: região da Uva e Vinho (Rio Grande do Sul), posteriormente o projeto expandiu para Petrópolis (Rio de Janeiro), Belém (Pará) e Bonito (Mato Grosso do Sul)

Panosso (2010) traz à tona o interesse que o turista passa a ter em ser o protagonista da sua viagem e seguindo esse raciocínio foram elencados pelos organizadores do projeto cinco elementos para a aplicabilidade da experiência dentro do turismo, são eles: sentidos, sentimentos, pensamentos, ações e identificação. (SEBRAE RECIFE, 2015, P. 11)

Quadro 1 – Elementos da Experiência do Turista

Sentido	Estímulo e ativação dos cinco sentidos.
Sentimento	Passeios que despertam lembranças já vividas pelo turista, no passado.
Pensamento	Reflexões analíticas, reformulação de um pensamento crítico.
Ação	Experiências de troca entre moradores locais e os turistas.
Identificação	Conectar o turista com moradores

Fonte: Pine II e Gilmore (1999)

A aplicação do projeto teve bons resultados segundo dados do Ministério do Turismo, e por essa razão houve a expansão, o resultado também se deu devido ao público que procura por esse tipo de turismo diferente do convencional, que são visitantes que possuem um poder aquisitivo maior, pertencentes a classe A e B e entre 35 e 50 anos.



Analisando e compreendendo o que é a palavra “experiência” e “turismo” querem dizer e o que abordam, a conexão dessas palavras sugere um novo conceito dentro da indústria do turismo, Turner (1986) difundiu o Turismo de Experiência como um termo que foi mercadologicamente criado, utilizado e difundido como o turismo em que o viajante passa a ser o protagonista da viagem apesar da quebra dentro da rotina do viajante.

Já Rolf Jenses (1999) aponta uma visão interessante de que não só e somente só o material, físico e palpável causa um estímulo no cliente a ponto dele se sentir atraído e estimulado, relembrando e/ ou criando desejos e impulsos, sendo também capazes até mesmo de os fazer esquecer situações semelhantes do passado (TURNER, 1972, p.36) isso quer dizer que dentro da rotina do dia a dia do turista, tal estímulo poderia ser julgado negativamente e descartado, contudo o ambiente da viagem o transporta e o faz se sentir à vontade para experimentar.

Possui valores que vão além do objeto concreto, que fazem parte do mundo imaginário de quem o compra, subentendido nas histórias que o promovem, na busca por sua autenticidade. Assim, ao se decidir entre dois ou mais produtos, o consumidor irá escolher o que contém a melhor história, aquele que lhe desperta mais sentimentos. (SILVA; TRENTIN, 2018, p. 4)

O viajante deseja se conectar, ser estimulado, ver e ter algo que normalmente não tem acesso sejam quais forem os motivos que o impeçam, podem vir a ser ofertados mas com valores diferentes, mas contendo o diferencial que está dentro da narrativa implementada onde o mesmo irá mergulhar na nova realidade apresentada a ele.

Becker, 2014, aponta que a experiência pode ser dividida em três estágios: a) pré-experiência; b) a experiência em tempo real e; c) pós-experiência. No primeiro estágio, tende a lidar com as expectativas criadas pelo viajante, e que pode ter sido gerada por influência de outras pessoas e indicações, devido a divulgação “boca a boca”, além da própria experiência anterior do turista. O segundo trata-se da experiência vivenciada em tempo real. E o terceiro, o pós experiência, aborda as percepções que o turista teve, sentimentos despertados, memórias destravadas, novas conexões interpessoais, essa soma desemboca na satisfação que a experiência proporcionou.

## 2.2 Dimensões do Turismo de experiência

Há diferentes segmentos para o turismo baseados na demanda que surgiu por conta de um desejo ou necessidade, como por exemplo: turismo de sol e mar, negócios e eventos, turismo de saúde, entre muitos outros, e dentro desses segmentos existe uma categoria chamado de turismo de experiência onde todos os elementos que interagem com o turista são colocados ou construídos de antemão, para despertar e enraizar o visitante, criando conexões profundas, visto pela ótica de (BAUMAN, 2010).

Iniciando por um resgate histórico onde Turner (1982, p. 35) faz uma análise da etimológica da palavra experiência:

É uma palavra inglesa com uma derivação da base indo-européia\*per-, “tentar aventurar-se, arriscar” – podendo ver como seu duplo “drama”, do grego dran, “fazer”, espelha culturalmente o “perigo” etimologicamente implicado na palavra “experiência”. O Cognato germânico de per relaciona experiência com “passagem”, “medo” e “transporte”, porque p torna-se f na lei de Grimm. O grego perão relaciona experiência a “passar através”, com implicações em ritos de passagem. Em grego e latim, a experiência associa-se a perigo, pirata e experimento. (TURNER, 1982, p.35)

Observando por uma perspectiva mais atual o dicionário corrobora com o que foi levantado por Turner 30 anos atrás, observando ainda a sua origem no latim experientia.ae, no dicionário da língua portuguesa se trata de um substantivo feminino e com o conceito:

Conhecimento ou aprendizado obtido através da prática ou da vivência: experiência de vida; experiência de trabalho. Teste feito de modo experimental; prova, tentativa. Modo de aprendizado obtido sistematicamente, sendo aprimorado com o passar do tempo. Todo conhecimento adquirido através da utilização dos sentidos. (DICIONÁRIO ONLINE DE PORTUGUÊS).

O primeiro registro da palavra “turismo” data de 1800 no Dicionário de Inglês Oxford que o apresenta como: “A teoria e prática de viajar, deslocar-se por prazer [...] mas não há registro exato de quando o conceito do movimento de ir a determinado local com o objetivo de retornar se tornou presente na vida dos seres humanos, entretanto há registros que podem explicar uma dimensão do quão desejada e organizada era o movimento, como ocorria nas Olimpíadas da Grécia no século VIII a.C (DE LA TORRE, 1992 apud BARRETO, 1995).

Apesar da incerteza do início desse movimento de descolamento, fato é que o ponto da virada se deu a partir do momento em que o homem interrompe o sedentarismo e passa a viajar e de várias vezes motivado pelo comércio. Marhiot (1975) apresenta a essência do que o “Turismo”:

[...] o conjunto de princípios que regulam as viagens de prazer ou de utilidade, tanto no que diz respeito à ação pessoal dos viajantes ou turistas como no que se refere à ação daqueles que se ocupam em recebê-los e facilitar seus deslocamentos.

No artigo de Pezzi e Santos (2012), reafirmando Pine e Gilmore, onde identificam o turista como aquele que está em busca de experiências que possam impactar sua vida e que o vivido ali também permanece na memória, oferecendo a ele uma nova perspectiva.

Tasci e Godovykh compilam diferentes autores em quatro arquétipos, o primeiro difundido por Getz (2007) aborda o turismo de experiência como uma forma de adquirir conhecimento se utilizando dos sentimentos, consciência, habilidades em suma o “experimentar”. Mannell e Kleiber (1997) apresentaram o conceito de “experiência consciente imediata”, que se relaciona diretamente com o comportamento em tempo real dos clientes; sendo os principais componentes da experiência consciente como humor, emoções, sentimentos, envolvimento, senso de controle e senso de liberdade.

Ainda dentro do compilado de informações coletadas por Tasci e Godovykh, Rahmani, Gnoth e Mather (2019) apresentam uma visão psicolinguística dos componentes emocionais da experiência turística, o qual descreveram a experiência emocional no turismo como um processo multicomponente, que incluem dimensões positivas (antecipação, confiança, alegria, etc.) e negativas (tristeza, desgosto, raiva) e introduziu o Tourism Experience Model (TEM) como método de medida para calcular o quanto surpreendente é a experiência. O quarto arquétipo traz Schmitt (1999) com um modelo prático de Experiência Estratégica (SEM) onde cinco módulos podem ser usados para criar a experiência do cliente: 1) os cinco sentidos, 2) sentir, criação de experiências afetivas; 3) pensar; 4) agir; e 5) relacionar-se, que busca o auto aperfeiçoamento acima dos sentimentos individuais.

À medida que o conceito de experiência ganhou popularidade, os últimos anos testemunharam um aumento nos esforços para definir e medir esse conceito com mais precisão (por exemplo, Adhikari & Bhattacharya, 2016; Hwang & Seo, 2016; Packer & Ballantyne, 2016; Palmer, 2010). Mesmo que essas revisões ajudam a

esclarecer o conceito de experiência, seus componentes e seus relacionamentos com antecedentes e consequências potenciais, eles têm não forneceu uma definição holística para o fenômeno da experiência complexa, nem forneceu metodologias inovadoras para capturar o ilusório natureza da experiência do consumidor que muda em diferentes momentos. (GODOVYKH; TASCI, 2020)

Ao falar de turismo de experiência não se pode deixar de lado o conjunto de serviços e produtos que jorram da hotelaria, como hospedagens, alimentação, degustação entre outros, e segundo Bandeira e Menezes:

“(...) quando nos referimos a um meio de hospedagem, deve-se levar em consideração que a satisfação do cliente e a qualidade do serviço engloba fatores alcançados através das expectativas e das percepções dos hóspedes, e estas são consideradas através dos aspectos tangíveis e intangíveis do empreendimento. Portanto, ambos devem corroborar e atender as expectativas, de modo a oferecer uma boa experiência de forma contínua, desde o check in até o check out”. (BANDEIRA; MENEZES, 2022)

Quando se pensa em viagem não se pensa apenas em passeios e o que será feito fora da unidade habitacional, o viajante se preocupa onde ele estará hospedado e como tal lugar pode proporcionar e complementar os momentos de prazer e descanso, assim como há situações em que a experiência do turista se dá somente dentro da estrutura da unidade habitacional, são os casos de Resorts, parques aquáticos e até mesmo a Disneylândia que foi mencionada anteriormente. Sejam em passeios, roteiros, hospedagem, se espera inicialmente um atendimento de qualidade e posteriormente que os sentidos sejam estimulados, e é exatamente neste ponto que o turista é cativado, e memórias são construídas ou desenterradas.

Os sentidos são preponderantes na percepção dos estímulos experienciais, as emoções são fundamentais na interpretação e atribuição de significado aos estímulos e as memórias são essenciais na codificação, armazenamento e antecipação da informação significativa para futuras experiências. (PEDRO, p. 553, 2021).

A hotelaria e o turismo devem caminhar juntas para entregar ao visitante a melhor das experiências, que o marque positivamente, o estimule a retornar e a compartilhar o que foi vivenciado ali. Pensar em cada detalhe e em cada passo do turista faz com que ocorram menos erros no decorrer da estadia e do passeio além de possibilitar correções e alterações antes do surgimento de problemas.

### 3. MÉTODOS DE PESQUISA

O trabalho aponta alguns dos atrativos turísticos maranhenses que foram catalogados pelo SEBRAE Maranhão, que se intitulam como turismo de experiência e posteriormente fazendo uma análise e comprovando se podem ser classificados como turismo de experiência e se tal posicionamento os coloca à frente de outros passeios.

O trabalho será bibliográfico e qualitativo com o objetivo de analisar se tais passeios podem se enquadrar como turismo de experiência e o porquê, embasada nas dimensões de Pine II e Gilmore (1999).

O Sebrae foi o escolhido como base de estudo por se tratar de uma entidade que busca dar suporte e desenvolver micro e pequenas empresas, estimula o empreendedorismo e a lucratividade, em específico analisado o Polo São Luís, que deu um passo muito importante com o Plano Maior (1999), um plano para instituir o desenvolvimento do turismo na localidade, com um total ineditismo, tal projeto propôs: visitar, passear, comer, comprar, assistir, praticar esportes, ou seja imergir na atividade turística a fundo e extrair o melhor para poder ser comercializado como serviço e segundo entrevista com gestora do SEBRAE São Luís, em 2014 foi realizado o primeiro levantamento dos produtos que podem ser classificados como Turismo de Experiência em São Luís

Se entrou em contato com a gestora de ações de turismo do SEBRAE Polo São Luís, para ter acesso ao levantamento feito pelo Sebrae em 2014, e que tem sido utilizado para promover a interação direta entre comunidade local resultando em elevação da experiência, e se afastando dos roteiros tradicionais. A entrevista foi realizada por e-mail, solicitando indicações dos passeios classificados como turismo de experiência e com mais quatro perguntas direcionadas a ela e a sua experiência enquanto gestora. O primeiro contato com a entrevista ocorreu na Feira do Empreendedor 2022, evento promovido anualmente pelo Sebrae para conectar empresas, START UPS e empreendedores com outros empreendedores, clientes e consumidores em geral.

A pesquisa compreendeu os passeios na ilha de São Luís e do município de Alcântara, que fazem parte do recorte feito pelo Sebrae para melhor atender as cidades e municípios do Maranhão, este é chamado de Pólo São Luís, sendo um total de 15 atividades classificadas como turismo de experiência, e será a partir das dimensões dos autores Pine II e Gilmore

(1999), que os passeios serão analisados, fazendo um comparativo das quatro dimensões levantadas por Pine II e Gilmore sendo eles educacional, escapista, estético e de entretenimento (4 E's), a análise bibliográfica e baseado na experiência da autor

#### **4. RESULTADOS ALCANÇADOS**

##### **4.1 Contextualização do caso: São Luís**

Não é de se espantar que uma capital que coleciona reconhecimentos, prêmios e certificados, faria parte do projeto da “Economia da Experiência: Continuidade e abrangência de novos destinos, tais como: Em, 1974 a capital foi tombada pelo IPHAN, em 1997 foi reconhecida pela UNESCO como Patrimônio Cultural Mundial e mais recente em 2007 uma manifestação cultural chamada de Tambor de Crioula foi reconhecida como Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro.

A ilha de São Luís é conhecida por seus azulejos, chamada de Jamaica brasileira e já foi conhecida como Atenas Brasileira, é uma cidade que respira suas tradições e em cada esquina é regada de histórias, graças a passagem de grandes autores literários como, Aluísio de Azevedo, Maria Firmina dos Reis, Graça Aranha, Gonçalves Dias e também as personalidades e lendas que ficaram no imaginário da população, como a pessoa de Ana Jansen e a lenda da serpente que sustenta a ilha entre muitas outras.

Em 2014, o SEBRAE Maranhão realizou um levantamento dos produtos e atividades de Turismo de Experiência, com o intuito de avaliar a infraestrutura, equipamentos, serviços, oferta e comercialização da ilha de São Luís, (PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL – PDITS DA ÁREA TURÍSTICA DE SÃO LUÍS, 48, 2014).

Agências de turismo, restaurantes e meios de hospedagem que desejam adentrar a essa fatia de mercado da experiência precisam ter conhecimento de que primeiramente é necessário fazer o básico e posteriormente o extraordinário, visto que para Pine e Gilmore (1999) a economia de experiência é uma categoria e não um “upgrade” dos serviços.

Kotler e Lindstrom (2007) afirma que as empresas precisam ter a capacidade de entregar ao cliente uma combinação de estímulos visuais, auditivos causando um impacto de  $2+2 = 5$  ou seja uma profunda experiência sensorial e emocional.

Por ser a única capital brasileira a ter sido colonizada por franceses, por sua arquitetura ímpar, colecionar reconhecimentos e também ser uma cidade litorânea do

Nordeste, fundamenta uma alta movimentação no aeroporto internacional da capital, contudo esse movimento é deveras direcionado para o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses.

O estímulo direcionado para o Parque, entra no imaginário e se torna desejo de muitos turistas, por inclusive já ter sido cenário de novelas como “Da cor do Pecado” (2004), “O Clone” (2002), produzido pela TV Rede Globo, e filmes como “Casa de Areia” (2005) e “Vingadores: Guerra Infinita” (2018).

Contudo apesar desse escoamento de viajantes para outras localidades, o Polo São Luís, formado pelos municípios pela Capital do estado, São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar e Alcântara., possui grande potencial de surpreender o turista como já foi mencionado acima, devido suas características únicas.

#### 4.2 Passeios da Ilha de São Luís

A ilha de São Luís possui passeios que vão além do turismo de sol e mar, aquele mais voltado para a apreciação de praias, mesmo sendo uma ilha há outras oportunidades que podem ser exploradas dentro do turismo de experiência, os exemplos aqui abordados foram coletados diretamente com o SEBRAE São Luís, que em 2020 produziu um e-book contendo as fichas técnicas dos passeios que se enquadram como Turismo de Experiência, até a data de lançamento somam o total de quinze, são elas:

##### 4.2.1. Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa”:

O passeio começa se inicia a partir do momento em que se pega o transporte que vai levar para a vila de pescadores, isso porque é uma embarcação típica do local, e durante o trajeto a fauna e flora são apresentadas para os visitantes até a parada final que é a: Croa do Sarnambi – um igarapé propício para banho e para apreciar a beleza da natureza dos pássaros e vegetação. A partir desse momento os visitantes são convidados a conhecer a forma de “pescar” mariscos, também chamado de “catar”, como o sarnambi, siri, tarioba entre outros, e mesmo sendo abundantes nessa área todo o passeio é observado pelos condutores para estejam dentro dos padrões da sustentabilidade dos recursos. Após a pescaria chega a hora mais saborosa, em que vão limpar e cozinhar os mariscos catados, o que oportuniza o conhecimento das técnicas rudimentares de cocção de pesca.

O passeio é para no mínimo 4 pessoas e no máximo 30 pessoas, as reservas são realizadas com o pagamento de 50% (cinquenta por cento do valor), em caso de influências

climáticas ou a maré impossibilite o passeio, o visitante poderá reagendar em uma outra data que seja mais interessante a ele.

#### 4.2.2. Casa Fanti Ashanti: Conhecendo o Tambor de Mina – Culto Afro brasileiro

A casa Fanti Ashanti fica localizada no bairro do Anil, fundada em 1954, se trata de uma casa de Tambor de Mina e de Candomblé, da nação Jeje-Nagô, ali é possível participar das festas ligadas ao catolicismo, como a Festa do Divino Espírito Santo, Baião das Princesas, festas folclóricas e também o Tambor de Mina. O passeio se inicia com uma apresentação histórica e sociocultural, pontuada também a importância do saudoso Pai Euclides, conhecido pela luta contra o racismo, intolerância religiosa e o preconceito. Paga-se um valor simbólico de R\$5,00 por pessoa, não há limite de pessoas para a visita e para visitar é preciso agendar com antecedência no mínimo 2 dias antes.

#### 4.2.3. Laboratório de Expressões Artísticas - Laborarte

Localizado em um casarão colonial no centro histórico de São Luís, o Laborarte é um grupo artístico independente com trabalhos em teatro, dança, música, fotografia, artes plásticas e literatura, desenvolvendo trabalhos a 40 anos, possuem um calendário festivo anual e promovem programações diariamente o que permite o visitante de participar de oficinas culturais. Deve-se agendar com antecedência de pelo menos 2 (dois) dias de antecedência, são no mínimo 5 (cinco) pessoas, e é cobrado um valor simbólico de R\$20,00.

#### 4.2.4. Restaurante Tia Mundoca

Localizado no município de Raposa, o restaurante tem a proposta de encantar cativando com um conto com a luta entre o homem e o caranguejo, e toda a história é acompanhada de uma diversa culinária tendo peixes, mariscos, carnes e receitas exclusivas. Para grupos é orientado realizar reserva com até 2 (dois) dias de antecedência, para cancelamentos é aceito até um 1 (hum) dia de antecedência, o restaurante também possui uma vista privilegiada com o seu mirante que permite a contemplação da paisagem ao redor.

#### 4.2.5. Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo)



O guia conduz os visitantes por uma trilha ecológica em mata fechada localizada no bairro do Maracanã, tempo médio de caminhada são de 50 (cinquenta) minutos. Durante o percurso é explanado sobre os detalhes da fauna e da flora local dando destaques para as palmeiras das juçaras, também conhecidas como açai. É permitido a degustação, são produzidas as “pêia” ou “peconha” que são os “equipamentos” produzidos pelos moradores para alcançar e fazer a retirada dos cachos da fruta no topo das palmeiras. Outra parada importante é a visita no barracão do Boi de Maracanã, onde acontecem os ensaios, bordados e preparativos para uma das mais tradicionais manifestações culturais da cidade. Os valores podem variar de R\$15,00 a R\$85,00 dependendo do quantitativo de pessoas e do período do calendário, visto que períodos juninos e meses antecedentes são de grande importância para ensaios e ajustes na indumentária.

#### 4.2.6. Sítios Históricos e Ecológicos

O passeio consistente na visita em 3 (três) sítios ecológicos, o Sítio do Físico, o Sítio Pyranhenga e o Sítio Tamancão, cada um possui uma história explicando a origem do seu nome, o guia inicia apresentando as ruínas do complexo industrial do Sítio do Físico, posteriormente os visitantes são levados para o Sítio Pyranhenga onde há um acervo de peças que contam a história e a cultura em diferentes épocas, com móveis, imóveis, azulejos e esculturas além de uma capela, o possui um intervalos para o almoço no centro no histórico e conclui o roteiro partindo para o Sítio Tamancão o mais distantes dos sítios, que se trata de um conjunto de armazéns do século XIX, onde funcionou uma indústria de arroz, o local passou por uma reforma e hoje se trata do Estaleiro Escola.

Todo o passeio custa entre R\$70,00 a R\$100,00 que variam dependendo do quantitativo de pessoas fora a taxa para ter acesso ao Sítio do Físico taxa de R\$5,00 e no Sítio Pyranhenga o valor de R\$15,00, com duração de 4 (quatro) horas somente os dois primeiros sítios e de 7 (sete) horas com o passeio no Sítio Tamancão sem contar a parada para o almoço.

#### 4.2.7. Passeio Náutico São Luís Eco- Histórico

O passeio combina o mar, história, geográfica e música, antes de iniciar o passeio o grupo é levado para fazer uma visitação no Forte de Santo Antônio para conhecer a história e modelos das embarcações tradicionais de São Luís, o embarque é realizado próximo do Forte na península da Ponta da Areia, segue passando pelas pontes do São Francisco e Bandeira

Tribuzzi, manguezais e margeando a Avenida Beira Mar, é possível avistar a Praça Maria Aragão e a Estação Ferroviária da Refesa, Palácio dos Leões onde é a casa do governador do Maranhão e também é aberta para visitação,   possível avistar do barco o Convento das Mercês e a extensão da Praia Grande, conclui-se o passeio em um banco de areia onde os passeantes podem entrar na água se assim desejar e retorno   margeando o Espigão costeiro.

O passeio tem duração de uma média de 3 (três) horas, é permitido no máximo 60 pessoas no barco, o passeio tem o valor de R\$65,00 e durante todo o trajeto   regada a reggae o pagamento deve ser feito na ato da reserva por depósito bancário, cancelamentos devem ser feitos com 4 dias de antecedência visto que os passeio são realizados apenas aos domingos, vale salientar que no dia em questão pode haver oficina de reggae no barco e o passeio também tem a possibilidade de ser realizado a noite e se for no período noturno irá sofrer alterações no roteiro.

#### 4.2.8. Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA

A visita se d  na comunidade quilombola de Itamatatiua que originou a partir de um ofício enviado em 06 de julho de 1797 pelo então governador Fernando Ant nio de Noronha e encaminhado ao Ministro Rodrigues de Souza Coutinho, anteriormente ali era uma antiga fazenda de propriedade de Ordem Carmelita dedicada a Santa Thereza. O roteiro é traçado pelas visitas em casarões, igrejas, museus e pela produção de artesanatos em cerâmica em argila pelas mãos das mulheres quilombolas onde o visitante é convidado a participar. Os valores do passeio podem variar de R\$72,00 a R\$451,00 dependendo do quantitativo de visitantes, estão inclusos a passagem do Ferry boat, transfer, hospedagem de 1 diária, guia de turismo e o transfer para as comunidades quilombolas.

#### 4.2.9. Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica”

A companhia Barrica nasceu do trabalho comunitário com a proposta de unificar, canto, danç , música, literatura, artesanato e teatro de rua, com mais de 18 (dezoito) anos a companhia proporciona ao visitante um show com uma mistura das manifestações artísticas da cultura maranhense, já as indumentárias podem ser bordadas, produzidas através de artesanato da fibra vegetal, assim como papel mach , palha de milho, palha do buriti, couro de boi entre muitos outros itens utilizados. O visitante terá a oportunidade de conhecer o ateliê onde as indumentárias são produzidas e participar das brincadeiras além da apreciação de

exposição cultural. O passeio tem duração de 40 minutos, é gratuito e recebe grupos de até 30 pessoas.

#### 4.2.10. Cozinha Ancestral

Uma mistura de sabores, cores, texturas e decoração, localizada na Avenida Beira Mar, se trata de um negócio criativo conectando sabores e memórias, ativando o afetivo ancestral. O banquete ritual se inicia com a recepção na porta, os visitantes são levados a mesas de madeiras, as pessoas podem se servir de água nos potes de barro, recebem banho de cheiro para lavar as mãos e refrescar a opção de degustar cachaças artesanais, as comidas são preparadas em panelas de barro no fogão a lenha no centro da propriedade, são contadas histórias e cantada músicas, cada banquete ritual é diferente um do outro, já que as atrações e o cardápio são alterados e construídos de acordo com o quantitativo de pessoas e a necessidade delas.

O banquete precisa ser reservado com a antecedência de uma semana, pago 50% antecipado (cinquenta por cento), é possível cancelar com até 48 horas (quarenta e oito horas) de antecedência, e não há devolução do valor da taxa.

Também é possível se banquetear e conhecer o espaço sem fazer reservas, que funciona como restaurante de todos os dias da semana das 12 horas (doze horas) às 15 horas (quinze horas), com o cardápio convidativo para a conexão com suas raízes indígenas e afro-brasileiras.

#### 4.2.11. Ecotrip Canoagem

Passeio entre os inúmeros afluentes, estuários, mangue, cursos d'água, rios e mar, a vivência consiste na exploração sustentável com o objetivo de imergir em conhecimento e vislumbre da fauna e flora, o passeio pode iniciar na praia e adentrar os manguezais ou pode iniciar na restiga inundada dos buritizais e concluir nas dunas de areia, o passeio deve ser apreciado sem causar ruídos e impactos negativos. A reserva deve ser feita com até 48 horas (quarenta e oito horas) de antecedência, tem média de duração de 6 horas (seis horas), o quantitativo mínimo são de 3 (três) pessoas, o passeio pode ser realizado por cadeirantes e não é disponível para crianças.

Estão inclusos, instrução técnica de canoagem, acompanhamento dos instrutores, registro fotográfico, equipamentos completos, caiaque, remo e colete, seguro aventura,

comunicador via satélite, é obrigatório o uso de colete. O valor varia entre R\$60,00 (sessenta reais) a R\$80,00 (oitenta reais) já o pedido de reembolso podem variar de acordo com o tempo de antecedência do cancelamento, de 80% (oitenta por cento) do valor a não ter direito de reembolso e nem remarcação do passeio.

#### 4.2.12. Vivência no Kite Surf

Aulas experimentais de Kite Surf individuais e para grupos a partir de 3 (três) pessoas, não recomendado para crianças abaixo de 10 (dez) anos, planos de aula a partir de \$360,00 (trezentos e sessenta) para homens e R\$300,00 (trezentos reais) para mulheres, inclusos equipamentos de alta qualidade, sistema de comunicação profissional de treinadores e atletas, agendamento realizado online por agências credenciadas, a atividade tem duração de 2 (duas) horas e questões de cancelamentos e remarcações devem ser tratados direto com as agências.

#### 4.2.13. Agroturismo – Passeio Náutico com Trilhas Ecológicas na Ilha de Itaputina

Passeio imersivo por trilhas com 4 (quatro) paradas para explicações e aprendizado do ambiente:

Primeira parada: Olho D'água, observação da nascente dos lençóis de água do município de Raposa; segunda parada: Apresentação dos tipos diferentes de mangue: sendo o vermelho, aceribeira, manso e botão; Terceira parada: Contemplação da fauna e flora com aprofundamento da árvore da janauba, conhecida por suas propriedades medicinais de cicatrização e germicidas, por último e para fechar com chave de ouro a quarta parada se dá para o banho na praia deserta de Itaputiua.

O passeio pode ser reservado com 2 (dois) dias de antecedência, o passeio tem duração de 1h30 (uma hora e trinta minutos) e 3 horas (três) no caso do passeio incluso, a reserva é feita através do pagamento, não é aceito cartão de crédito, os preços variam de R\$15,00 (quinze) até R\$ 35,00 (trinta e cinco) reais.

O retorno pode ser realizado por trilha ou por embarcação regional com parada no criatório de ostras, observação das dunas e a possibilidade de interação com a comunidade da Juçara onde são produzidas biojóias.

Em caso de alterações climáticas o passeio pode ser reagendado para outra data, não são permitidos atrasos acima de 15 (quinze) minutos, válido ressaltar que o passeio pode sofrer alterações devido a influência das marés.

#### 4.2.14. Tour Anoi-tecer Gastronômico

Experiência ofertada pela agência de turismo mais antiga da ilha de São Luís, o passeio se inicia às 16h30 no museu da gastronomia, localizado em um casarão no centro histórico, ali é abordado a história da culinária maranhense suas raízes e inspirações, a próxima parada é na muralha do Palácio dos Leões, edifício sede do governo do estado do maranhão, para apreciar o pôr do sol e a brisa suave da baía de São Marcos, partindo em direção a cachaçaria da ilha passando por praças como Benedito Leite e Praça Pedro II e casarões, após a degustação das cachaças o passeio segue para o restaurante localizado na esquina mais charmosa do centro histórico, para experimentar a culinária maranhense com arroz cuxá, peixe grelhado e acompanhado de chope aromatizado com a flor da vinagreira e para finalizar de sobremesa o sorvete maria isabel com mistura das frutas de cupuaçu, coco, geleia de pimenta e hibiscos.

O passeio tem duração média de 4 (quatro) horas, com grupo mínimo de 3 (três) pessoas, com valores entre R\$70,00 (setenta) reais a R\$140,00 (cento e quarenta) reais, reservas feitas direto na agência.

#### 4.2.15. Trilha Ecológica a Cavalo

Trilha feita a cavalo, com passagem por vegetações nativas, manguezais e contato com a fauna, sendo o objetivo a chegada na praia do Pucal, acompanhada de instrutor, passeio com duração de 3 (três) horas, com grupo entre 05 (cinco) a 10 (dez) pessoas, acima de 08 (oito) anos de idade e as reservas podem ser feitas pelo Instagram.

### 4.2 Análise dos resultados

Cada turista pode se identificar com um tipo específico de passeio, as pessoas são diferentes e o ideal e lógico é que existam passeios distintos que possam agradar a cada categoria especificamente.

Pine e Gilmore (1999) pontuam que as imersões devem gerar entretenimento, fuga, possuir uma estética e que consiga gerar aprendizados.

Analisando inicialmente o ponto do entretenimento e o descritivo das atividades, todos os quinze passeios conseguem gerar lazer para os turistas, alguns despertam o paladar como é

o caso do Cozinha Ancestral e do Restaurante Tia Mundoca, Tour Anoi-tecer Gastronômico. Soares (2009), aborda que o entretenimento se caracteriza como uma experiência do tipo assistir a um show transmitido por televisão, em que o indivíduo absorve/assimila o evento, sendo a sua conexão mais absorvida do que imersiva. Limberger (2015)

A fuga também conhecida por escapista que é o segundo ponto abordado, estimula o comportado no viajante o se desligar do exterior e focar no aqui e no agora, com um papel mais ativo e uma conexão imersiva, Limberger (2015) como é o caso dos passeios que promovem um esforço com o corpo, como Sítios Históricos, Trilhas ecológicas e Canoagem, que pela descrição, são passeio longos, com caminhados ou remadas e que precisam de uma disposição para a realização de tais.

Se tratando de estética, Tuan (1980), diz que “a avaliação do meio ambiente pelo visitante é essencialmente estética. É a visão de um estranho. O estranho julga pela aparência, por algum critério formal de beleza”. O visitante está de passagem e o olhar é observador e curioso, querendo fotografar e eternizar o momento, e a fotografia é estética e precisa ser belo para quem vê, neste caso os passeios Casa Fanti Ashanti, Passeio Náutico São Luís Eco-Histórico, Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica podem se enquadrar como as que mais chamam a atenção por sua estética segundo as descrições.

Os aprendizados ou educação, corresponde ao quanto o turista aprendeu em determinado passeio, e o compartilhamento de tais conhecimentos é encargo do guia/organizador/agência, MacCannell (1976) afirma que os turistas possuem o interesse ir mais além do que lhes é mostrado, não se satisfazendo mais com um conhecimento superficial ou de fachada, eles desejam participar dos bastidores dos lugares que visitam. Passeios como Ecotrip Canoagem, Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA, Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo), Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa, carregam consigo a história e geografia em suas explicações e imersões propiciadas, criando, ativando e ressignificando as memórias dos visitantes.

Dois passeios, Trilha Ecológica a cavalo e o passeio vivência no Kite Surf, na descrição parecem cumprir três dos requisitos, contudo deixa a desejar quando se trata de educação e aprendizados voltado para o aprofundamento do conhecimento e imersão sobre a localidade, cultura e aproximação com o povo, em contrapartida há aquisição de conhecimento quando se trata da atividade em questão, cavalgar e a velejar, sendo assim a atividade gera aprendizados e pode se considerar que os quatro pontos trazidos por Pine e Gilmore são cumpridos.

Abaixo segue um quadro com os passeios classificados como turismo de experiência fazendo um contraponto entre descrição de passeios e os estímulos mínimos para se ter um experiência inesquecível levantados por Pine e Gilmore, sendo “C” consta, “NC”, não consta, “I”, incerteza, se o passeio desperta novas sensações e memórias no turista.

Quadro 2: Passeios X Características

<b>Passeio</b>	<b>Entretenimento</b>	<b>Fuga</b>	<b>Estética</b>	<b>Aprendizados</b>
Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa”	C	C	C	C
Casa Fanti Ashanti: Conhecendo o Tambor de Mina – Culto Afro brasileiro	I	C	C	C
Laboratório de Expressões Artísticas - Laborarte	C	C	C	C
Restaurante Tia Mundoca	C	C	C	C
Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo)	C	C	C	C
Sítios Históricos e Ecológicos	C	C	C	C
Passeio Náutico São Luís Eco-Histórico	C	C	C	C
Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA	C	C	C	C
Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica”	C	C	C	C
Cozinha Ancestral	C	C	C	C
Ecotrip Canoagem	C	C	C	C
Vivência no Kite Surf	C	C	C	C
Agroturismo – Passeio Náutico com Trilhas Ecológicas na Ilha de Itaputina	C	C	C	C
Tour Anoitecer Gastronômico	C	C	C	C
Trilha Ecológica a Cavalos	C	C	C	C

Fonte: Baseado em Pine e Gilmore (1999)

O componente “I” de incerteza surge devido à descrição dos passeios fornecida pelo SEBRAE São Luís, não deixar claro e de passar a impressão de que o passeio em questão não provoca tanto entretenimento quanto outros, e exatamente por se tratar de uma descrição surge um gargalo, e o passeio retratado pode ser muito mais profundo e marcante para os viajantes.

Ao viajar o turista se coloca em uma posição de descoberta, abrindo as possibilidades de experimentar, e segundo Turner (1972) uma atividade que até pouco tempo poderia ser ruim ou incomoda, passa a ser vista com bons olhos e até a ser almejada, ou seja houve aprendizado, logo a experiência deste turista foi impactada o que o fará relembrar de forma vívida da localidade e aspirar por um retorno ou recompra.

Ainda há passeios que não foram catalogados pelo Sebrae mas que dispõem de grande potencial de receber a classificação como turismo de experiência como:

“Caminho Ancestral” idealizado pelo Instituto da Cor ao Caso, o passeio realizado em parceria com um (a) guia negro (a) promove passeio pela cidade promovendo uma nova visão, pontuando personalidades negras de grande importância para a cultura brasileira como Maria Firmina e João do Vale.

Passeios guiados pelo centro histórico também poderiam ser classificados como turismo de experiência, isso por que a caminhada pelo centro de 220 hectares (SILVA FILHO, OLAVO PEREIRA DA, pg. 10, 2010) de casarões em formato de “L” ou “U” com azulejos na sua fachada, promove um teletransporte para uma outra época, e ao longo os passeantes podem sentir o cheiro de comidas típicas sendo preparadas, degustar diferentes sabores de quitutes, ouvir os sons do ambiente com a presença dos pássaros, músicas locais e burburinhos das conversas dos moradores locais, se o passeio se estender a noite é possível assistir a manifestações culturais como o tambor de crioula.

Com um museu dedicado a brincadeira do tambor de crioula, a atividade não se resume a algo que foi esquecido, pelo contrário, o tambor foi tombado como patrimônio imaterial da humanidade pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico) no ano de 2007, é possível ver a manifestação enveredar em duas narrativas a São Benedito, em caráter religioso, ou ao período de escravidão (TAMBOR DE CRIOULA DO MARANHÃO, pg. 24). Durante a manifestação cultural alguns sentidos são estimulados como o olfato por conta da fogueira que é feita para aquecer a pele dos tambores, o tato já que é possível sentir o calor eminente da fogueira, audição ao som de tambores e cantigas e a visão observando o rodopiar das mulheres dançando.



## 5. CONCLUSÃO

Diante do contexto apresentado compreende-se que a cidade de São Luís e seus municípios próximos, que se enquadram dentro do Pólo São Luís, Sebrae, estão regadas de sensações e experiências por todos os lados e que há muito a ser explorado e experimentado. Sobre o trabalho entende-se que os objetivos propostos foram alcançados, já que foram apresentados 15 passeios catalogados e tais promovem interações e estímulos nos visitantes, estimulando os cinco sentidos. De longe a visão é o sentido que mais se destaca, levando em consideração a fala de Silva e Trenti (2018), trazida anteriormente, que se tem uma arraigada concepção, de que para “conhecer” um lugar basta apenas ver, contudo é possível observar os outros sentidos serem explorados isso porque dentro dos 4 E’s de educacional, escapista, estético e de entretenimento, são necessários.

Ao fazer um passeio a cavalo e/ou surf é necessário o tato, para poder se locomover sendo estimulado o maior órgão do corpo que é a pele, sem contar o paladar instigado por passeios gastronômicos e não poderia deixar de fora a audição que é excitada por diversos sons da cidade, músicas no estilo do reggae sempre presente nas ruas e alamedas da cidade e/ou bairros periféricos.

Dentro dos 4 E’s apresentado por Pine II e Gilmore, e fazendo um comparativo com a descrição dos passeios, a esfera que pode ser observada em todos os passeios é o estético, este que se parece muito com o sentido da visão. O estético estimula as pessoas a tirarem fotos a registrarem o momento ou a se registrarem, em seguida o entretenimento visto que a expectativa de todo turista é a diversão que está em paralelo com a esfera escapista, e por último o educacional.

Assim, os resultados revelaram que todos os passeios abordados se enquadram dentro do recorte feito por Pine II e Gilmore dentro dos 4 E’s, educacional, escapista, estético e de entretenimento, e que estimula mais de um sentido no corpo proporcionando ao viajante uma experiência única fazendo com que a viagem e/ou passeio sejam lembrados e divulgados gratuitamente por muito tempo.

Conclui-se que ter uma boa experiência faz com que o turista lembre e compartilhe da sua vivência, estimulando o formato mais antigo e confiável de propaganda, que é o boca a boca, promovendo o aumento de visitantes e desenvolvendo a economia local, entretanto de nada adianta o anfitrião pensar muito além querer implementar distintas experiências se o primeiro atendimento para com o visitante é desrespeitoso e/ou morosa. O turismo de experiência se torna um diferencial a partir do momento que o simples é feito com excelência.

Em fase de término desta investigação, será pontuado algumas limitações encontradas ao longo do estudo, assim como delinear algumas recomendações. Uma das limitações se deu pela dependência de interpretação da pesquisadora com base no material disponibilizado, o que abre margem para interpretações e percepções, além de o que apresentado pode estar dissonante da realidade.

Outra limitação se deu devido ao tempo limitado disponível para a realização da pesquisa de forma mais aprofundada e in loco. Recomenda-se a partir deste trabalho o levantamento de outros passeios que não foram apresentados pelo SEBRAE, mas que já estão presentes da Ilha e outros que podem vir a ser desenvolvidos com base nos conceitos do turismo de experiência, além de pesquisa de campo para avaliar a experiência dos turistas utilizando os relatos de quem experimentou o passeio.

## 6. REFERÊNCIAS

- BANDEIRA L. C. L; MENEZES. P. D. L. A Experiência dos Hóspedes na Hotelaria de João Pessoa: uma análise a partir do conteúdo gerado no website Booking.com. **Revista de Turismo em Análise** - v. 33, n. 1, p. 191-212, jan-abr., 2022. Disponível em: [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/35730/1/2020.04.015\\_.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/35730/1/2020.04.015_.pdf). Acesso em 12 de janeiro de 2023
- BARBOSA, Maria de Lourdes de Azevedo e FARIAS, Salomão Alencar de. Em Busca de uma Experiência Extraordinária em Serviços de Restaurante. **Revista Rosa dos Ventos Dossiê Turismo e Gastronomia**, 4(III), p.440-454, jul-set, 2012.
- BRANSON, Richard. **O Jeito Disney de Encantar os Clientes**. São Paulo, Editora Saraiva, 2007.
- COELHO, André Meyer; RIBEIRO, Letícia Magno; FILHO, Joaquim Rubens Fontes. **A Experiência como Vantagem Competitiva para o Turismo**. Disponível em: <[https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1281\\_Estrategia%20e%20EE.pdf](https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos07/1281_Estrategia%20e%20EE.pdf)> Acesso em 10 de setembro de 2022.
- COELHO, Mariana de Freitas e GOSLING, Marlusa de Sevilha. Uma Revisão sobre Estudos de Experiência Turística (2005-2016). **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 19, núm. 2, 2019
- COMPANHIA BARRICA**. Site. Disponível em: <<http://www.ciabarrica.com.br/ciabarrica/>> Acesso em 05 de novembro de 2022.

CORRÊA, Henrique L.; CAON, Mauro. **Gestão de serviços**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008. **EXPERIÊNCIA**. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Dicio, Dicionário Online de Português. Disponível em: < <https://www.dicio.com.br/experiencia>> . Acesso em: 05 de setembro de 2022.

GODOVYKH, MAKSIM; TASCI, D.A. ASLI. Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. 100694, **Tourism Management Perspectives**, v.15, 2020

GUPTA, S; VAJIC, M. A natureza contextual e dialética das experiências. Em: Fitzsimmons, J. e Fitzsimmons, M., Eds., Desenvolvimento de novos serviços, **Sage, Thousand Oaks**, 33-51, 2000.

KIM, C.; MAUBORGNE, R. **A Estratégia do Oceano Azul: Como Criar Novos Mercados e Tornar a Concorrência Irrelevante**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2005.

KIRILLOVA, K., LEHTO, X., & CAI, L. (2017). What triggers transformative tourism experiences? **Tourism Recreation Research**, 1–14.

LIMBERGER, P.F. **Gestão do destino turístico: modelo de avaliação da experiência do turista com base nas online travel review**. Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú/ SC, Brasil, 2015.

LINDSTROM, Martin. **A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

LOVELL, Jane; THURGILL, James. Extending hot authentication: Imagining Fantasy Space. 103138, **Annals of Tourism Research**, v. 87, 2021.

MACCANNELL, D. **The tourist: a new theory of the leisure class**. Nova York: Schcken Books, 1976.

MENDOÇA, Bartolomeu, et al. **Dossiê IPHAN: Tambor de Crioula no Maranhão**. 2007. Site. Disponível em: < [http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/dossie15\\_tambor.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/dossie15_tambor.pdf) > Acesso em 05 de novembro de 2022.

NOVO, A. R. F. **O conceito de experiência turística no desenvolvimento turístico de Cascais**.2020. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, Portugal. Disponível em:

[https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/35730/1/2020.04.015\\_.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/35730/1/2020.04.015_.pdf). Acesso em 12 de janeiro de 2023.

PACKER, Jan; BALLANTYNE, Roy. Conceituando a Experiência do Visitante: Uma Revisão da Literatura e Desenvolvimento de um Modelo Multifacetado. **ResearchGate**, 19(2):128-143, 2016.

PANAZZOLO, Flavia de Brito. **Turismo de Massa: Um Breve Resgate Histórico e a sua Importância no Contexto Atual**. 2005. Mestrado (Strito Sensu) - Universidade de Caxias do Sul.

PEDRO, R. M. M.(2021). Sentidos das Emoções e das Memórias na Experiência Turística: Uma Revisão/Senses, Emotions and Memories in Tourism Experience: **A Review. ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade**, 13(2),ND. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/8925>. Acessado em 12 de janeiro de 2023

PEDRO, Rui Manuel Mendonça, et al. Sentidos, Emoções e Memórias na Experiência Turística: Uma Revisão. **Revista Rosa dos Ventos**, vol. 13, núm. 2, pp. 358-563, 2021.

PINE, B.J; GILMORE, J. H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, 76, (4), 97-105, 1998.

PINE II, B. Joseph & GILMORE, James H. **The Experience Economy: Work Is Theatre e Every Business a Stage**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

SANTOS, Rafael José dos; PEZZI, Eduardo. A Experiência Turística E O Turismo De Experiência: Aproximações Entre A Antropologia E O Marketing. Issn 1806-0447, 2012, Caxias do Sul. **ANAIS DO VII SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL**.

SCHMITT, B. Experiential Marketing. **Journal of Marketing Management**, v.15 (1-3), 53-67, 1999.

SILVA, Erly Maria Carvalho e TRENTI, Fabia. Turismo de experiência: L'arte Ceccato Vila Flores. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 93-107, dez. 2018.

SILVA, Fabíola Fernandes; BARRETO, Leiliane Michelle Trindade da Silva. A Experiência do consumidor como fator influenciador da formação do encantamento do cliente no turismo e na hospitalidade. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, Penedo, vol. 9 - n. 1 p. 78-95. jun. 2019.

SILVA, Kely Cristina Mendes da. **A importância do turismo para o desenvolvimento econômico do estado do Espírito Santo**. 2004. Monografia (livre docência) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2004.

SILVA e TRENTI. Turismo de Experiência. **Caderno de Virtual de Turismo** - Rio de Janeiro, v.18, n. 3, p. 176-190, dezembro de 2018.

SILVA Filho, Olavo Pereira da. **Varandas de São Luís Gradis e Azulejos**. 2010. Site Disponível em: <  
[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/varandas\\_sao\\_luis\\_gradis\\_azulejos.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/varandas_sao_luis_gradis_azulejos.pdf)>  
Acesso em 26 de outubro de 2022.

SOARES, T. C. **Características do Turismo de Experiência: estudos de caso em Belo Horizonte e Sabará sobre inovação e diversidade na valorização dos clientes**. Minas Gerais – UFMG, 2009.

STUART, Denise e HAMILTON, Wanda. Experiência Teatral num Museu de Ciências pelos Desenhos das Crianças. **Divulgação Científica e Ensino de Ciências Dossiê Arte e Ciência**, v. 1 n. 1. 2022.

TRAVERSO, Luciana D. et al. **Experiências Memoráveis no Turismo. Turismo & Hotelaria no contexto da experiência II**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2022.

TUAN, Y. F. **Topofilia**. São Paulo: Difel, 1980.

VASCONCELOS, Daniel Arthur Lisboa de. Conceitos e modelos em Turismo: uma evolução do reducionismo aos sistemas turísticos. **Turismo - Visão e Ação** - vol. 7 - n.1 p. 155 - 171 jan. / abr. 2005 - 2005.