

## **EXPERIÊNCIA NOS TRENS TURÍSTICOS: UMA ANÁLISE DA SERRA VERDE EXPRESS ATRAVÉS DOS COMENTÁRIOS NAS REDES SOCIAIS**

Nicolas Nering, Marcia S. Massukado Nakatani

Nicolas Nering: Mestrando em Turismo pela UFPR e Bacharel em Turismo pelo DETUR/UFPR (2014). Participou do programa piloto do Ministério do Turismo em conjunto com o Turismo de Portugal denominado Qualificação em Hospitalidade e Turismo, entre 2013 e 2014, em Setúbal, Portugal. Atualmente desenvolve pesquisas relacionadas ao Turismo Ferroviário e trens turísticos, voltados aos aspectos vinculados a experiência e ao desenvolvimento de destinos atrelados aos trens. Profissionalmente atua como assistente de vendas na BWT Operadora de Turismo, em Curitiba/PR. Prof. Dra. Márcia Shizue Massukado Nakatani: Doutora e Mestre em Administração pelo PPGADM/UFPR (2011) e Bacharel em Turismo pelo DETUR/UFPR (2002). Professora Adjunto III do Departamento de Turismo - UFPR, onde atuou desde 2008. Docente do Programa de Pós-graduação em Turismo - Mestrado em Turismo e do Curso de Graduação em Turismo. Os estudos que desenvolve relacionam-se às metodologias de investigação e construção do conhecimento em turismo, à informação turística e, à promoção e comercialização de destinos e produtos turísticos. Atuou como revisora ad hoc de periódicos da área de Turismo, de eventos em Turismo e em Administração e de agências de fomento. Atualmente, vinculada ao Laboratório de Pesquisa Turismo, Tecnologia, Informação, Comunicação e Conhecimento (TURITEC) e é co-líder do Grupo de Pesquisa TURITEC.

**EXPERIÊNCIA NOS TRENS TURÍSTICOS: UMA ANÁLISE DA SERRA VERDE EXPRESS ATRAVÉS DOS COMENTÁRIOS NAS REDES SOCIAIS** Palavras-chave: Trens Turísticos; Turismo Ferroviário; Experiência; Reputação online. Os trens têm contribuído como uma possibilidade de turismo. Desta forma o turismo ferroviário, que é aquele onde os trens são o centro da experiência turística, se apresenta como a forma de utilização para o turismo dos trens em operação, criando assim os trens turísticos. A Serra Verde Express, empresa paranaense com sede em Curitiba é uma das maiores operadoras de trens turísticos do Brasil. Atualmente opera Trem da Serra do Mar Paranaense, trem turístico que percorre o trajeto entre Curitiba e Morrestes entre outros trens. O presente trabalho tem como objetivo analisar a reputação online e a experiência dos passageiros nos trens turísticos operados pela Serra Verde Express. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, de cunho exploratório. Em seguida, como forma de avaliar a reputação online da operadora dos trens e a experiência dos passageiros, foram extraídos, tabulados e analisados os comentários de passageiros dentro do TripAdvisor® sobre alguns dos trens comercializados pela operadora, levando em conta as dimensões da experiência propostas por Pine II e Gilmore (1999). Como resultado se percebeu a estética/contemplação, principalmente em relação ao elemento paisagístico tem grande apelo experiencial para os passageiros, principalmente pela paisagem da Serra do Mar. O segundo aspecto que interfere mais na experiência é o aprendizado, fator este atrelado aos guias de turismo presentes nos carros de passageiros, responsáveis por entreter e informar os passageiros durante o passeio, atuando como elo entre o passageiro e a operadora dos trens. Quanto à reputação online, chegou-se a conclusão que ela é positiva, visto que a maior parte dos comentários exaltam as características do trem e os aspectos a ele relacionados.

Palavras-chave: Trens Turísticos; Turismo Ferroviário; Experiência; Reputação Online;

Referências: Allis, T. (2006). Turismo, patrimônio cultural e transporte ferroviário. Um estudo sobre ferrovias turísticas no Brasil e na Argentina. Dissertação (Mestrado em Integração da América Latina) Universidade de São Paulo, São Paulo. Baggio R., Costa C. & Miguens J. (2008). Social media and tourism destinations: Tripadvisor case study. *Advances in tourism research*, 26 (28). Blancheton, B. & Marchi, J. J. (2013). The three systems of rail tourism: French Case. *Tourism Management Perspectives*, 5, 31-40. Bizinelli, C., Manosso, F. C., Gândara, J. M. G., Valduga, V., (2013). Experiências de Turismo Cervejeiro em Curitiba, PR. *Revista Rosa dos Ventos*, 5(2), 349-375. Brambatti, L. E. & Allis, Thiago. (2010) Trens e Turismo: a origem dos veraneios Hampek e desvio Blauth. *Caxias do Sul: Meridiano*. Brasil, Ministério do Turismo. Brasil pode ganhar quatro rotas de trens turísticos. Disponível em: < [goo.gl/Qk3YfC](http://goo.gl/Qk3YfC)>. Recuperado em 20 mar. 2014 Bulut, I., Radenkovic-Socic, B., & Zeremski, A. (2012). Tourist destination branding on social networks. *Indusrija*, 40 (2), 157-174. Carbone, L. P. & Haeckel, S.H. (1994). Engineering customer experiences. In IBM - Advanced Business Institute, Reprinted with permission *Marketing Management*, 3(3), 1-10. Carmona, A. (2014). Reflexiones sobre la interpretación del patrimonio. *Cultura*, 28(28), 305-316. Dickinson, J. & Lumsdon, L. (2010). *Slow Travel and tourism*. Routledge. Fodness, D. & Murray, B. (1997) Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, 24 (3), 503-523. Friedlander, R. J. (2012). Tendencias en la gestión de la reputación y las opiniones online de hoteles. Disponível em: <<https://goo.gl/QWFkFE>>. Acesso em: 29 mai. 2017. Gândara, José Manoel Gongalves, Fraiz Brea, Jose Antonio, & Manosso, Franciele Cristina. (2013). Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España: Un análisis a través de la reputación online. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(3), 492-525. Hosany, S., & Witham, M. (2010). Dimensions of cruiser's experiences, satisfaction, and intention to recommend. *Jornal of Travel Research*, 49(3), 351-364. Huertas, A. (2008). Aplicación de la Web 2.0 a los destinos turísticos. Implantación y diferencias. In: *Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*, 1, 2008, Málaga. Anais... Málaga, 2008, 1-16. Hughes, H., & Benn, D. (1995). "Entertainment: Its Role in the Tourist Experience." In *Leisure and Tourism: Towards the Millennium*, 2, Eastbourne: Leisure Studies Association. Inversini, A., Cantoni, L., & Buhalis, D. (2009). Destination's information competition and

web reputation. *Information Technology & Tourism*, 11, 221-234. Mamede, D. M. J. A. Vieira, G. L. & Santos, A. P. G. (2008). Trens turísticos e patrimônio cultural: como o turismo ferroviário tem resgatado, preservado e valorizado o patrimônio cultural. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(2), 81-94. Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237-255. Moretti, S. L. A., Zucco, F. D., & Storopoli, J. E. (2011). As motivações e a busca de informação para viagens de lazer: resultados de um Survey entre alunos de um MBA na cidade de São Paulo. *Caderno Virtual de Turismo*, 11(3), 415-426. Oh, H., Fiore, A. M., & Jeong, M. (2007). Measuring experience economy concepts: tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-131. Palhares, G. L. (2002). *Transportes Turísticos*. São Paulo: Aleph. Pine II, B. J., Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: work is theatre & every business a stage*. Massachusetts: Ed. Harvard Business School Press. Serra Verde Express. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.serraverdeexpress.com.br/site/>>. Acesso em: 29 mai. 2017. Valduga, V., Gandara, J. M. G., & Paixão, D. L. D. (2012). Análisis de la Metodología de Aplicación del Proyecto Economía de la Experiencia a un Destino Turístico Brasileño. In: José Antonio Fraiz Brea. (Org.). *Creación y Desarrollo de Productos Turísticos: Innovación y enfoque experiencial*. 1ed. Ourense: AECIT, 1, 485-493. Wang, J., Jin, F., Mo, H. & Wang, F. (2009). Spatiotemporal evolution of China's railway network in the 20th century: An accessibility approach. *Transportation Research Part A*, 43, 765-778.