



Universidade Federal
de Ouro Preto

Universidade Federal de Ouro Preto
BLENDA AYA SHIMIZU

TURISMO DE EXPERIÊNCIA: A FESTA DO “COLHA E PAGUE DO KAKI FUYU”
NA CIDADE DE PIEDADE

OURO PRETO
Abril de 2021

BLEND AYA SHIMIZU

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Alissandra Nazareth de Carvalho.

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S556t Shimizu, Blenda Aya .
Turismo de experiência [manuscrito]: a festa do “colha e pague do
kaki fuyu” na cidade de Piedade. / Blenda Aya Shimizu. - 2021.
50 f.: il.: color..

Orientadora: Profa. Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola
de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Turismo - Experiências. 2. Festa do Kaki Fuyu (Piedade, MG). 3.
Piedade (MG). I. Carvalho, Alissandra Nazareth de. II. Universidade
Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48



FOLHA DE APROVAÇÃO

Blenda Aya Shimizu

Turismo de experiência: a festa do “colha e pague do kaki fuyu” na cidade de Piedade

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Alissandra Nazareth de Carvalho.

Aprovada em 16 de abril de 2021.

Membros da banca

Profa. Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho, orientadora, UFOP/MG
Prof. Dr. Rodrigo Burkowski, UFOP/MG
Prof. Me. Marcelo Ramos, UFOP/MG

Alissandra Nazareth de Carvalho, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 30/04/2021.



Documento assinado eletronicamente por **Alissandra Nazareth de Carvalho, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 30/04/2021, às 16:30, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0165683** e o código CRC **33240CD1**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.004007/2021-21

SEI nº 0165683

Dedico este trabalho a meu avô Jorge, que sempre incentivou meus estudos e me ensinou que nunca é tarde para seguir seus sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por sempre me guiar e por me ajudar a superar todos os obstáculos da vida.

Aos meus avós, Paula e Jorge que além de me ensinarem sobre a vida, foram os responsáveis por me fazer priorizar os estudos e nada disso seria possível sem educação que me deram.

A minha família pelo apoio e incentivo de nunca desistir dos estudos e de seguir meus sonhos e por entenderem minha ausência em casa durante a faculdade.

Aos meus amigos do curso de Turismo, pelo companheirismo, risadas e por apoiarmos uns aos outros sempre.

As minhas irmãs de vida Karol e Atny por sempre me darem suporte quando eu precisei.

A República Cravo e Canela por ter me acolhido em Ouro Preto e por ser minha família durante todo o tempo da graduação.

A todos os professores do Departamento de Turismo em especial minha orientadora Alissandra pela paciência, dedicação e persistência em me ajudar a finalizar essa etapa.

A senhora Fumiko e sua família por ter me dado a permissão e colaboração para realização desta pesquisa em seu sítio.

A Ouro Preto por ser essa cidade tão linda e acolhedora, onde eu vou levar comigo as melhores lembranças que já vivi.

*“No meio de toda dificuldade encontra-se a
oportunidade”*

ALBERT EINSTEIN

RESUMO

O presente trabalho buscou discutir e analisar aspectos sobre o turismo de experiência que se dá na festa do “Colha e Pague do Kaki Fuyu” na cidade de Piedade. Tendo como objetivos específicos identificar as inspirações que levaram o cultivo do caqui e a promoção desse evento; as experiências pessoais oferecidas, bem como serviços e estrutura, que podem ser autênticas e enriquecedoras para o turismo de Piedade; o desenvolvimento do evento, ao longo do tempo, aspectos culturais, pontos fortes e fracos, analisar a importância do marketing para o desenvolvimento do evento. Para o desenvolvimento deste estudo contamos com a pesquisa bibliográfica. Na metodologia realizamos a pesquisa de caráter qualitativo através de questionário de perguntas e entrevista, e análise de dados através do discurso coletivo. Consideramos que as experiências por parte dos visitantes turistas são satisfatórias, trazendo momentos de lazer, prazerosos, principalmente quem busca um ambiente familiar, contato com a natureza e diversidade. Esse estudo colabora substancialmente para compreender e refletir sobre as novas possibilidades e ofertas de Turismo rural, nas pequenas cidades e nas oportunidades de se investir e criar novas formas de lazer e bem-estar.

Palavra Chave: Turismo; Kaki Fuyu; Piedade; Experiências.

ABSTRACT

The present work sought to discuss and analyze aspects of experience tourism that occurs at the “Harvest and Pay for Kaki Fuyu” party in the city of Piedade. Having as specific objectives to identify the inspirations that led to the cultivation of persimmon and the promotion of this event; the personal experiences offered, as well as services and structure, which can be authentic and enriching for tourism in Piedade; the development of the event, over time, cultural aspects, strengths and weaknesses, analyze the importance of marketing for the development of the event. For the development of this study, we rely on bibliographic research. In the methodology, we carry out qualitative research through a questionnaire of questions and interviews, and data analysis through collective discourse. We consider that the experiences on the part of tourist visitors are satisfactory, bringing moments of leisure, pleasurable, especially those seeking a family environment, contact with nature and diversity. This study collaborates substantially to understand and reflect on the new possibilities and offers of rural tourism, in small towns and on the opportunities to invest and create new forms of leisure and well-being.

Key word: Tourism; Kaki Fuyu; Piety; Experiences.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Timeline de Fernando Dizing – Artista plástico homenageia produção agrícola de Piedade com desenhos em muros	17
Figura 02: Roteiro Vila Élvio (verso) – (foto da autora).....	23
Figura 03: Roteiro Vila Élvio (frente) – (foto da autora)	24
Figura 04: Panfleto divulgação evento (Facebook)	25
Figura 05: Placa da entrada do sítio e do evento	26
Figura 06: Entrada do evento	26
Figura 07: Pé de Kaki Fuyu.....	27
Figura 08: Pesquisadora e Dona Fumiko	38

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Questionário aplicado aos visitantes no evento Festa “Colha e Pague”...31

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. A CIDADE DE PIEDADE E SUAS POTENCIALIDADES	16
2. TURISMO DE EXPERIÊNCIA	21
2.1 O TURISMO DE EXPERIÊNCIA DA FESTA “COLHA E PAGUE DO KAKI FUYU”	23
3. EXPLORANDO PERCEPÇÕES DO EVENTO	29
3.1 ANÁLISE DAS PERCEPÇÕES COLETADAS.....	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS.....	41
ANEXOS 1 - Questionário, na íntegra, selecionado para análise de dados, concedidos pelos visitantes participantes da pesquisa de campo no evento “Festa Colhe e Pague” da cidade de Piedade/SP.....	44
ANEXO 2 - Termo de autorização de imagem e entrevista com a Dona Fumiko, mantenedora do evento “Colha e Pague do Kaki Fuyu.....	46
APÊNDICE - Entrevista com Dona Fumiko – Mantenedora do evento “Festa Colha e Pague do Kaki Fuyu	47

INTRODUÇÃO

Entende-se que o turismo se caracteriza pelo deslocamento de pessoas para locais que não fazem parte de seu cotidiano e usufruir de serviços oferecidos em um determinado local. Sendo momentos de lazer, configurando-se, ou não, em momentos de viagem. Para que esse processo aconteça é necessário que a cidade receptora tenha infraestrutura e serviços a oferecer para esse determinado público, oportunizando momentos de harmonia e bem estar (BENI, 2006).

Segundo Beni (2006), o turismo facilita o desenvolvimento da comunidade ao qual a atividade será inserida, como a valorização de espaços naturais e o aumento de hábitos culturais, permitindo uma troca cultural entre os povos que estão envolvidos. “O turismo proporciona uma série de experiências para o turista, que não pertencem ao seu cotidiano” (BENI, 2006, p. 28). Nessa nova tendência o turismo de experiência apresenta-se “propondo novas configurações a produtos turísticos com vistas à construção de conceitos capazes de dar conta das necessidades mercadológicas que a contemporaneidade exige ao setor” (VALLS, 1996, p. 45).

Dessa maneira, o presente trabalho buscou discutir e analisar aspectos sobre o turismo de experiência que se dá na festa do “Colha e Pague do Kaki Fuyu” na cidade de Piedade, enriquecendo e ampliando as pesquisas no segmento de turismo e sua diversidade.

Diante das riquezas culturais e geográficas que a cidade de Piedade apresenta e pelo fato da pesquisadora ser moradora da cidade de Piedade, de descendência japonesa, e por recordar o evento a Festa “Colha e Pague do Kaki Fuyu” na realização de um estágio na Prefeitura Municipal de Piedade, onde houve oportunidade de presenciar o desenvolvimento do mesmo, visitando-o em edições anteriores. Tanto no período de estágio quanto na oportunidade de visitar o evento

observou-se que os visitantes não tinham o conhecimento das possibilidades gastronômicas da fruta, valores nutricionais, utilidades, sabor, bem como a própria árvore e seu plantio, desse modo, despertou a motivação para realização desse estudo.

A reflexão sobre a crescente popularidade do evento e de suas potencialidades nos conduziu a questionarmos: É possível que as experiências vivenciadas nesse evento Festa “Colha e Pague do Kaki Fuyu” possam ser realmente enriquecedoras e autênticas para o Turismo de Experiência e para o desenvolvimento Turístico em ambientes rurais da cidade de Piedade? Quais são os pontos fortes e fracos desse evento “Colha e Pague do Kaki Fuyu”? “A experiência é uma forma de suspensão das relações cotidianas, a interrupção de papéis, em que o sujeito sofre um estranhamento em relação ao que lhe é familiar” (Turner, 1986, p 36), ou seja, vivenciar, reviver, ressignificar e reavaliar experiências.

Portanto, o presente trabalho tem como objetivo geral analisar o crescimento do evento Festa “Colha e Pague do Kaki Fuyu” e suas experiências autênticas enriquecedoras no que tange o Turismo e a gastronomia, bem como as inspirações que levaram o cultivo do caqui, as experiências pessoais oferecidas, serviços e estrutura, o desenvolvimento do evento “Colha e Pague do Kaki Fuyu”, ao longo do tempo, aspectos culturais, pontos fortes e fracos desse evento e a importância do marketing para o desenvolvimento do evento.

Inicialmente para o desenvolvimento deste estudo conta-se com a pesquisa bibliográfica. Para compor a metodologia realizamos a pesquisa de caráter qualitativo através de questionário de perguntas e entrevista, bem como a análise de dados através da técnica de análise do discurso.

Desse modo, o presente estudo se estrutura da seguinte maneira: referencial teórico onde busca a compreensão dos aspectos geográficos, econômicos e turísticos da cidade de Piedade. Explorou-se também os eventos rurais de experiência existentes no Brasil e no mundo. Em seguida a metodologia utilizada e a análise de dados. Finalizou-se com as considerações sobre o estudo abordado e referências utilizadas.

1. A CIDADE DE PIEDADE E SUAS POTENCIALIDADES

A cidade de Piedade fundada em 1840, tendo aproximadamente cinquenta e cinco mil habitantes, onde a grande maioria encontra-se na área rural (IBGE, 2010), localiza-se no reverso da Serra do Paranapiacaba, que constitui um vigoroso relevo montanhoso. As rochas formam grandes lentes de calcários, que vão enriquecer os solos pobres dessa área (PREFEITURA DE PIEDADE, 2015).

A cidade tendo seu ponto mais alto com 1.227 metros de altitude em relação ao nível do mar está o topo do morro no espigão da Serra da Queimada, que integra a Serra de Paranapiacaba, no bairro do Lageado na cabeceira do Rio Piraporinha. Sendo seu ponto mais baixo com 510 metros está localizado no extremo sul de Ibiúna e Tapiraí, na barra do Rio Juquiazinho com o Rio do Peixe. O clima e suas particularidades bem como suas variações são influenciadas pelo vale formado pela Serra de São Francisco e Serra do Piraporinha (PREFEITURA DE PIEDADE, 2015).

Conta com principais rios o Pirapora que passa pelo centro de Piedade, Salto de Pirapora e deságua no Rio Sorocaba, Sarapuí, Turvo e Peixe. Também conta com a Represa de Itupararanga e Cachoeira da Fumaça (PREFEITURA DE PIEDADE, 2015).

Com significativo potencial para a agricultura, a cidade de Piedade exporta produtos específicos para todo o país. Destaca-se na maior produção de alcachofra, bem como nas plantações de morangos. Também conta com as culturas do cultivo: caqui, cenoura, batata, cebola, abóbora, batata-doce, beterraba, mandioquinha, tomate, vagem, batatinha, acelga, brócolis, repolho, salsa, alho, chuchu, inhame, mandioca, pepino, pimentão, rabanete, abacate, limão, jiló, couve-flor, manga,

maracujá, pera, tangerina, berinjela, milho, alface, feijão, almeirão, couve e escarola. Bem como produtores de pós-larvas de camarão da Malásia, champignon, a proliferação de haras, apiários, estações experimentais e pecuária, que fazem parte do cinturão verde¹ do Estado de São Paulo (G1 SOROCABA e JUNDIAI, 2019).

Seu quadro Econômico estabelece que 60% (sessenta por cento) da economia é voltada para agricultura (PREFEITURA DE PIEDADE, 2015).

FIGURA 1 – Timeline de Fernando Dizing – Artista plástico homenageia produção agrícola de Piedade com desenhos em muros



Fonte: (TV TEM, 2019)

Nos aspectos Turísticos a cidade de Piedade tem como conjunto Turísticos o Jardim Oriental com a Pedra do Elefante, como o próprio nome sugere, uma pedra em formato de elefante. O parque Estadual do Jurupará, reserva da Biosfera da Mata Atlântica é considerada unidade de conservação do Estado. A avenida Cerejeira, que todos os anos, entre o final de junho e começo de julho, a avenida Marginal é um espetáculo cor-de-rosa proporcionado pela florada das cerejeiras, plantadas em 1988.

¹ Cinturão Verde: é uma área verde de preservação. garante parte da segurança alimentar das cidades, constitui reserva do patrimônio cultural, apresenta forte potencial para novas descobertas científicas e estimula as atividades autossustentáveis (ECOLOGIA, 2011).

A cidade conta também com um portal - Portal das Águas, localizado na Rodovias Bunjiro Nakao (trecho Piedade/Ibiúna), cartão de visitas da cidade.

Na observância do potencial para eventos gastronômicos da cidade de Piedade, lembrando que o turismo e a gastronomia se destacam por serem duas economias que se agregam intimamente (ANSARAH E NUNES, 2007), em virtude de sua vocação para agricultura e plantio sustentável, orgânico e agroecológico, bem como sua dotação de recursos naturais, o seu patrimônio cultural e a multiplicidade de suas expressões de que a atividade turística se apropria; focado nos pressupostos do turismo de experiência, poderiam beneficiar tal destino, ajudando o desenvolvimento econômico, turístico e cultural da cidade. Ou seja, esse potencial poderia ser melhor explorado. Lembrando que esse evento “Colha e Pague do Kaki Fuyu” está em sua 13ª edição.

Roque (200?) contextualiza que o turismo nos ambientes rurais ganhou significativa dimensão econômica e social, alcançando admiráveis índices de crescimento, nos últimos anos. Demonstrando novos valores, envolvendo diferentes atores. Passou a projetar-se como objeto de pesquisa, reformulações e entendimento, pela sua multiplicidade de fazer turismo em ambientes rurais, ou seja, “algumas estão diretamente envolvidas com o cotidiano agropecuário, voltadas para a valorização do campo e reconhecimento da cultura local” (ROQUE, 200?, p 02).

As diferentes maneiras de se fazer turismo, ou seja, turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo cultural, turismo religioso, turismo esportivo entre outros; podem interagir entre si, complementando-se, dependendo da realidade local (ROQUE, 200?). É importante salientar que esse tipo de turismo é destinado ao “atendimento familiar a preservação das raízes, a harmonia e sustentabilidade

ambiental, a autenticidade de identidade, a qualidade do produto e o envolvimento da comunidade local” (ROQUE, 2007, p. 03).

Já na cidade de Piedade a motivação pelo turismo rural e explorar as atividades agrícolas e suas multifuncionalidades, deu-se inicialmente pelo fato de as famílias dos agricultores necessitarem de uma complementação de renda mensal (HATORRI (2009) apud MACHADO e CARVALHO, 2006).

2. TURISMO DE EXPERIÊNCIA

“Turismo de Experiência é o termo mercadologicamente utilizado na atualidade para descrever uma maneira de formatar produtos turísticos, inserindo o turista como protagonista de sua própria viagem” (PEZZI e VIANNA, 2015, p. 170). Ou seja, o turista deixa de ser o observador passivo para participar dos bastidores dos lugares e das atrações ofertadas. Nas concepções de Turner (1986, p. 39) “é passagem entre o distúrbio e a harmonia; o resultado entre o esperado e o experienciado”.

Segundo Trigo (2010) para que o turismo seja considerado um Turismo de experiência é preciso que o mesmo possa superar a banalidade, trivialidade e convencionalidade. Sendo assim, superar as expectativas do turista através de experiências que possam enriquecer suas vivências pessoais, culturais, sociais, etc.

Em termos mercadológicos é uma forma intencional de conquistar consumidores para um acontecimento memorável através da oferta de determinados serviços em formato de “experiências” e o produto como suporte para esse processo (PINE II; GILMORE, 1999).

Complementando Pezzi e Vianna (2015), salientam que:

O ser humano precisa de momentos de lazer em que possa ter uma fuga de sua vida cotidiana, e ao mesmo tempo lhe seja proporcionada uma experiência de estranhamento, pois lembranças e vivências passadas serão ressignificadas nesse indivíduo. Estes momentos podem ajudar o turista a encontrar-se consigo mesmo, explorar a própria alma e redescobrir sua harmonia (PEZZI e VIANNA, 2015, p 171).

Atualmente com essa nova tendência do turismo de experiência destacam-se inúmeros eventos que agregam a experiência gastronômica, ou seja, com as características do turismo de experiência e o turismo cultural gastronômico; aquele onde é possível degustar e se alimentar é uma das opções que podem oferecer aos viajantes o desejo de interagir e aprender sobre essas determinadas áreas. Levando com eles memórias inesquecíveis da nova experiência, estimulando a fazer mais viagens com esse objetivo (PEZZI e VIANNA, 2015).

Observa-se que o turismo em ambientes rurais, que explora atividades gastronômicas de experiências e tem seus produtos agrícolas como destaque estão presentes em toda parte do mundo e se ramificam para as pequenas cidades do Brasil e do Mundo.

Nesse contexto, como exemplo, destaca-se mundialmente os eventos: La Tomatina: Uma festa que acontece na região de Valência em Buñol desde 1945, tendo seu auge em 1983, em, sendo uma das mais peculiares do mundo. Considerada uma experiência antropológica, reunindo aproximadamente 40 mil pessoas numa guerra de tomate com 120 toneladas distribuídas por caminhões nas ruas, atualmente reconhecida e declarada um evento turístico internacional (INTERCULTURAL, 2012).

O Gilroy Garlic Festival: Teve seu primeiro evento em 1979, em Bloomfield Ranch. Atualmente acontece todos anos na última semana do mês de julho em Gilroy na Califórnia, costa oeste americana, reunindo uma grande variedade de

especialidades com o alho desde cremes a cervejas além de atrair turistas de todo o mundo. É possível vivenciar experiências divertidas em família, infantis, bem como competições culinárias. Gilroy é reconhecida como a capital Mundial do Alho (GILROY GARLIC FESTIVAL, 2020).

O Festival Ver-o-Peso espalha-se por todo território norte, sendo destaque na cidade de Belém. Tem rica cultura das feiras dos produtores, palestras, aulas de culinária, gastronomia infantil e de profunda relevância para a disseminação da culinária regional, onde os visitantes conhecem mais a respeito de ingredientes locais, como o açaí, a maniçoba e o tucupi, entre outros.

Festa da Colônia de Gramado e Canela: Maiores eventos gastronômicos do país, acontece entre abril e maio conta com receitas perfumadas da região e a paisagem, a arquitetura colonial estilo europeia complementa a experiência. Busca valorizar a identidade do agricultor e os costumes regionais.

Rocha (200?) conta que em meados dos anos 80 com as dificuldades financeiras enfrentadas por produtores rurais da região de Lages em Santa Catarina, surgiram os primeiros empreendimentos turísticos rurais. A oferta passou a ser conhecida como “dia de campo”, “o visitante era recepcionado pela manhã, permanecendo até o anoitecer, participando da tosa das ovelhas, do plantio e da colheita” (ROCHA, 200?, p. 07).

Outras iniciativas se multiplicaram rapidamente pelo país, lembrando que Santa Catarina, se tornou “o berço das atividades turísticas nos espaços rurais no Brasil, possui atualmente cerca de 1.200 leitos rurais” (ROCHA, 200?, p. 08).

No estado de São Paulo, o turismo rural fortaleceu-se por meio do fomento “Volta ao Campo” do SEBRAE em 1996. Contudo outros empreendimentos se fortalecem no Vale do Paraíba e na região de Mococa (ROCHA, 200?). “Atualmente,

é possível verificar atividades voltadas para o cotidiano do campo e em áreas de proteção ambiental (APA)” (ROCHA, 200?, p. 09).

Na região de Campinas, encontramos diversos projetos voltados para o reconhecimento turístico do cotidiano agropecuário, bem como Roteiro das Terras, nos municípios de Araraquara, Descalvado e Porto Ferreira, que possuem tradicionais fazendas, plantações de cana-de-açúcar e laranja, oferecendo ao turista, hospedagem, esportes e lazer e o Roteiro Agrícola.

O estado de Minas Gerais é responsável pelo maior número de empreendimentos voltados para atividades turísticas no espaço rural, oferecendo aos visitantes produtos voltados para tradição agropecuária (ROCHA, 200?).

Para o desenvolvimento turístico de qualquer localidade se faz primordial o planejamento estratégico de marketing, bem como a integração da comunicação com marketing.

No que consiste nas estratégias de Marketing voltadas para o turismo objetivando aumentar o fluxo de turistas, ou seja, a promoção sistemática entre evento e atração; essas duas atividades são fundamentais para atrair turistas. Os principais tipos de atração que uma localidade consiste são suas belezas naturais, história, seus e suas personagens famosas, parques temáticos, gastronomia, edifícios e monumentos, museus e praças, etc. Os eventos são caracterizados como festivais de música e culturais, shows de artistas, manifestações folclóricas, competições esportivas, entre outros (KOTLER, 1994).

Segundo Pezzi e Vianna (2015) no turismo de experiência:

Quanto mais relevante no sentido de atender as necessidades e expectativas dos consumidores for a oferta, nesse caso, maior será o grau de diferenciação perante a concorrência. Em sintonia com o que preconiza o Marketing (PEZZI e VIANNA, 2015, p. 172).

Desse modo, foi possível analisarmos que a possibilidade de maior valorização do consumidor em relação a essa oferta, diminuiu, conseqüentemente, a importância do custo financeiro (PEZZI e VIANNA, 2015).

2.1 O TURISMO DE EXPERIÊNCIA DA FESTA “COLHA E PAGUE DO KAKI FUYU”

Anualmente, entre os meses de março a abril (alta safra do fruto), acontece na cidade de Piedade o evento a Festa “Colha e pague do Kaki Fuyu”, no sítio da família Sakaguti.

Um evento que nasceu por meio da dificuldade de se aproveitar toda uma colheita. O evento também faz parte do roteiro do bairro da Vila Élvio, uns dos roteiros ofertados na cidade.

Figura 2: Roteiro Vila Élvio (verso)



Fonte: a autora

Figura 3: Roteiro Vila Élvio (frente)

Fonte: a autora

O “Colha e Pague do Kaki Fuyu” conta com atrações de bandas, sorteios de prêmios, venda de vários produtos advindos da fruta caqui, venda de artesanatos locais, praça de alimentação, culinária e um espaço onde conta a história da família.

A principal atração e o diferencial do evento é o fato do viajante ter contato com a própria comida, e principalmente saber a origem do mesmo. Já que o mesmo poderá desfrutar do produto que ele próprio colheu, aprendendo mais sobre a cultura, e sobre as diversidades gastronômicas que o caqui pode apresentar.

A experiência que o turista tem com essa atividade, contribui para as memórias e o prazer que ele tem com o ato levar para casa a fruta que ele mesmo selecionou e colheu.

O crescimento do evento deu-se após a volta dos filhos de Dona Fumiko para o Brasil, onde fizeram várias parcerias, e investiram altamente em marketing para atrair cada vez mais turistas. Lembrando que o evento está na sua 13^o edição.

Figura 4: Panfleto divulgação evento

Fonte: Imagem do Facebook

Segundo Diretor de Turismo da cidade de Piedade, com o crescimento do evento, foi necessário aumentar a estrutura e o apoio oferecidos aos visitantes, tendo em média 7 mil visitantes por dia. Lembrando que o evento ocorre somente em fins de semanas e feriados.

O Diretor de Turismo lembra que o evento aconteceu por acaso, quando a dona do sítio se viu diante de uma situação em que não deu conta de colher os frutos, porque seus filhos foram morar no Japão, e por ser uma plantação familiar, ela com a ajuda do curso de turismo rural do SENAR, iniciou-se o projeto do “Colha e Pague”. Nesse contexto, o produto destaca-se para agregar faces do turismo em relação a experiência, gastronomia e lazer.

Figura 5: Placa da entrada do sítio e do evento



Fonte: a autora

Figura 6: Entrada do evento



Fonte: a autora

Tomazzoni (2016) enfatiza que o desenvolvimento de uma nação pode começar pelo município, considera-se um como órgão vital do corpo de um país. O

fortalecimento e a saúde econômica significam garantia de força competitiva e de riqueza para o país como um todo.

Curiosamente o caqui é uma fruta considerada exótica já que sua origem é asiática e foi introduzida no Brasil por volta do ano de 1890, porém somente depois da imigração japonesa em 1920, que a fruta se desenvolveu na região sul e sudeste do Brasil, pois os japoneses trouxeram as técnicas de cultivo utilizadas em suas terras de origem (FRUTICULTURA, 2012).

Figura 7: Pé de Kaki Fuyu



Fonte: a autora

Segundo dados da Revista Brasileira de Fruticultura (2012), o Brasil é o terceiro maior produtor de caqui, perdendo apenas, para a China e a Índia, percebe-se por esses dados que a fruta tem uma produção significativamente grande, já que ela não é originária do país.

Porém, o curto período da safra faz com que o caqui seja de certa forma “desvalorizada”, já que quando ele está disponível para consumo, ocorre em todos os locais ao mesmo tempo, sofrendo com o problema de falta de conhecimento por parte

dos consumidores, pois por ser um período muito curto de colheita (FRUTICULTURA, 2012).

No sítio Engenho Verde, que fica na histórica comunidade rural Santa Gema, em Colombo, pode se não só colher e pagar, como também ter contato com o dia a dia dos produtores rurais. No Sítio encontra-se o colha e pague de: morango, amora, framboesa, erva mate e algumas hortaliças. Mas o diferencial é que pode se realizar um passeio guiado, para conhecer um pouco mais da vida no campo (PREFEITURA PIEDADE, 2021).

O passeio começa pelo o processo de compostagem, o plantio e todo o tratamento, alimentação e os cuidados com os animais. Um passeio que permite as crianças, alimentar animais como peixes, ovelhas e galinhas. Incluindo entretenimento não só para adultos, mas também para o público infantil (PREFEITURA DE PIEDADE, 2021)

3. EXPLORANDO PERCEPÇÕES DO EVENTO

Para o desenvolvimento desse trabalho, inicialmente, utilizou-se da pesquisa bibliográfica².

Na segunda parte da pesquisa o método utilizado foi de caráter qualitativo³. Para subsidiar essa pesquisa qualitativa construiu-se um instrumento de pesquisa através de um questionário semiestruturado com perguntas (abertas e fechadas sobre o evento “Festa Colha e Pague do Kaki Fuyu”, cujo teor abordou questões de percepção, intenção, entre outras. O questionário foi aplicado de forma aleatória, ou seja, os visitantes foram abordados pessoalmente pela autora do estudo na entrada do evento, bem como na praça de alimentação e após as experiências vivenciadas; ao final do período; na saída do evento.

O questionário com perguntas foi aplicado entre os dias 13 e 20 de abril de 2019, perfazendo um total de 56 (cinquenta e seis) entrevistados que aceitaram responder as perguntas durante o evento. Objetivou o atingimento no que se refere identificar as experiências pessoais oferecidas, serviços e estrutura, que podem ser autênticas ou não e enriquecedoras para o turismo de Piedade.

Já o roteiro de entrevista realizado com a Dona Fumiko, mantenedora do evento Festa “Colha e Pague”, foi elaborado após ensaio experimental, que teve como intuito sua adequação para atender devidamente os objetivos desse estudo. Após algumas tentativas de diálogo com os filhos, foi possível agendar um horário para entrevista com a mantenedora do evento.

² Constitui-se na utilização de todo o material bibliográfico já tornado público. Segundo Lakatos e Marconi (2003)

³ A pesquisa qualitativa ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes (GODOY, 2005, p. 21).

Dona Fumiko foi quem recebeu a pesquisadora e a atendeu gentilmente em seu domicílio, localizado dentro do sítio Sakaguti; sede do evento. No dia da entrevista estavam presentes alguns visitantes interessados em fazer o “Colha e Pague do Kaki Fuyu”, netos e amigos de Dona Fumiko para recepcioná-los, lembrando, que devido a Pandemia do Covid-19 houve rigorosamente o distanciamento social, bem como a normas de higiene. A entrevista foi realizada no dia 13 de março 2021 com duração, aproximadamente de 30 minutos.

Também foi possível passear e apreciar o sitio sem muitos visitantes, bem como, obtivemos fotos com Dona Fumiko, do local do evento e do pomar de Kaki. Toda entrevista gravada e fotos tiradas do local foram devidamente autorizadas pela Dona Fumiko conforme documento anexo (ANEXO 2).

Todo material coletado e gravado foi analisado por meio da técnica da análise do discurso⁴ que teve como objetivo elaborar uma síntese, por meio de procedimentos sistemáticos e padronizados.

Utilizando-se de métodos científicos, à coleta de dados através do questionário e roteiro de entrevista, houve uma busca de subsídios que, juntamente com a pesquisa bibliográfica e a análise dos dados, constituíram-se nas informações necessárias para o desenvolvimento deste trabalho.

⁴O processo de análise discursiva tem a intencionalidade de interrogar os sentidos estabelecidos em diversas formas de produção, que podem ser verbais e não verbais, bastando que sua materialidade produza sentidos para interpretação (ORLANDI, 2003).

3.1 ANÁLISE DAS PERCEPÇÕES COLETADAS

Demonstra-se a seguir a análise de dados e discussão obtidas através da tabela apresentada (TABELA 1), que relaciona todo o conjunto de informações dos questionários respondidos pelos visitantes no evento.

TABELA 1 – Questionário aplicado aos visitantes no evento Festa “Colha e Pague”

PERGUNTAS	SIM	NÃO	Satisfatório /Insatisfatório /outro
É a primeira vez que veio no evento?	23	33	
Já havia conhecido uma plantação de caqui antes?	28	28	
Tinha conhecimento da variedade de produtos originários do caqui?	19	37	
Voltaria ao evento em edições posteriores?	56	–	
Recomendaria o evento para algum parente ou amigo?	56	–	
Iria a um evento semelhante, porém apresentando outro produto?	52	4	
Quanto sua experiência ao evento considera ser:	56	–	Satisfatório

Fonte: (Elaborada pela autora)

Em análise dos dados coletados através do questionário aplicado aos visitantes no dia do evento “Festa Colha e Pague”, observou-se que a grande maioria dos turistas estavam pela primeira vez no evento, contudo muitos já haviam, de alguma maneira, conhecido a plantação anteriormente. Por outro lado, a variedade de produtos originários do caqui era fato desconhecido por todos os participantes que vieram pela primeira vez.

Observa-se na análise dos questionários que o evento de experiência foi satisfatório para todos entrevistados, bem como suas recomendações são unânimes para amigos e familiares.

No que diz respeito a participação em outro evento semelhante, apenas, 04 (quatro) entrevistados do total de 56 (cinquenta e seis) descreve o não interesse

em participar de outro evento com essas mesmas características. Foi possível observar também nessa análise que os turistas eram famílias da grande São Paulo e interior.

No quesito experiência em colher o próprio caqui a satisfação e as sensações foram diversas, como relatadas: *“Foi muito boa, principalmente em colher frutos sem agrotóxicos”* (DSC, M.A.A.). *“Momento inexplicável, fica na história”* (DSC, C.). *“Experiência maravilhosa, poder colher e degustar uma fruta no pomar”* (DSC, M.A.M.).

Percebeu-se que vivenciar essa experiência foi algo prazeroso, de modo geral a satisfação (muito gostoso, legal, muito boa, diferente, agradável, prazerosa...) estava presente em todos relatos descritos nos questionários pelos visitantes. Percebe-se que as respostas apresentadas pelos turistas “geram experiências que estimulam a fazer mais viagens com esse objetivo” (PEZZI e VIANNA, 2015).

Os comentários sobre o evento em sua totalidade, elucidam outros aspectos do evento como: organização, atendimento, limpeza, assim descrevem: *“Local bem organizado, banheiros limpos, experiência muito boa”* (DSC, I. C.). *“A estrutura é muito boa e o atendimento dos instrutores é muito boa”* (DSC M.A.A.). *“Além da experiência de comer a fruta diretamente no pé, gostei muito da organização, recepção, do espaço de artesanato e da praça de alimentação. Dá pra passar o dia todo com a família”* (DSC M.K.L.). *“Ambiente familiar”* (DSC P.R.P.P.). *“É um evento bom, um lugar onde eu viria sempre e é um evento que vai crescer mais ainda”* (DSC E.T.O.). *“Gostei bastante de perceber a evolução do evento e a preocupação em bem atender os visitantes”* (DSC L.H.S.). *“O evento do colha e pague está bem estruturado para receber um grande número de visitantes, de crianças a pessoas da terceira idade”* (DSC, M.H). *“Arrumar estrada”* (DSC, E.M).

A busca por um ambiente familiar e agradável ficou evidenciado em todos os questionários. Vivenciar essa experiência, a diversidade, o contato com a natureza e o acolhimento do local foram pontos positivos destacados pelos visitantes nessa pesquisa. Observou-se nesse tipo de evento como descrito por Roque (200?) que o atendimento familiar que envolve encontro com as raízes, harmonia e contato com o meio ambiente de forma sustentável e sua autenticidade são primordiais nesse tipo de evento e é o esperado pelos turistas que buscam esse momento de lazer e descontração em família.

Em consonância para o enriquecimento desse estudo e para o atingimento dos objetivos de identificar as inspirações que levaram a promoção desse evento; identificar o desenvolvimento do evento ao longo do tempo, pontos fortes e fracos, bem como analisar a importância do marketing para o desenvolvimento do evento foi realizada no dia 13 de março de 2021, no sítio Sakaguti, a entrevista com a dona Fumiko; mantenedora desse evento, com o devido distanciamento social. Conforme descrito anteriormente na metodologia. Dessa maneira obteve-se seu entendimento pessoal sobre o evento, suas expectativas e inspirações.

No decorrer da entrevista Dona Fumiko apresentava grande orgulho pelo evento, pela plantação de Kaki, bem como pela tradição e cultura passada de geração

em geração. Afirmou na entrevista que o grande “bum” que fez crescer o fluxo de turista foi devido o investimento feito pelo marketing:

“Sim, acho que sim é o marketing sim, o marketing é tudo né” (DSC, D.F).

Afirmou que nos últimos 5 anos depois do investimento no Marketing; divulgado na TV e jornais, logo em seguida das redes sociais como *Facebook* o evento tomou proporção e conhecimento por ser algo novo e diferente dentro do turismo rural.

“A TV TEM queria saber como era, era novidade, nenhum lugar tinha né. Então foi... começou a divulgar” (DSC, D.F.).

“Assim começaram fazer reportagem turismo rural e apareceu no mundo inteiro” (DSC, D.F.).

Com o aumento do fluxo de turistas a necessidade de adequação e reestruturação foi importante para atender os visitantes. Essa reestruturação foi um processo ao longo dos anos. Cada ano que se passava o número de turistas aumentava, em 2018 foi o ano de maior destaque em números de visitantes, chegando a 13 mil contados pela mantenedora do evento.

Com essa reestruturação novas atrações foram sendo criadas para agradar ao público como: apresentações de Dança e mágica entre outros atrativos que pudessem proporcionar momentos de lazer para toda família.

“A gente gosta muito pessoal de fora de São Paulo querem um dia de lazer, pra isso a gente abriu” (DSC, D. F.).

Refletiu-se nesse contexto, em consonância com Kotler (1994) que as estratégias de Marketing para o aumento de fluxo de visitantes precisam sofrer uma

análise sistemática entre o que é ofertado e sua atração e ambas precisam estar alinhadas e são fundamentais para atrair turistas.

Foi notório na entrevista com Dona Fumiko que o maior interesse é voltado para o Kaki, plantio e cultivo, bem como suas propriedades alimentícias, ou seja, “o produto ofertado é o suporte fundamental para o processo de experiências vivenciadas” (PINE II; GILMORE, 1999).

...eles querem saber como foi plantado, como se cuida, como é” (DSC, D. F.).

Historicamente Dona Fumiko contou que tudo começou com seu sogro que se interessou pela fruta e investiu 800 pés. Toda produção da época era destinada, apenas, para o mercado. Nessa época era um negócio que envolvia toda família, com o passar do tempo todo o cuidado com a plantação ficou destinada para o marido de Dona Fumiko e para a mesma. Ampliando o plantio com mais 400 pés de Kaki Fuyu, pois com o passar dos anos (60 anos) os pés de Kaki, acabam morrendo.

Com a responsabilidade de cuidar de todo plantio e colheita sozinha, devido ao acidente do marido, Dona Fumiko precisou buscar outros meios sustentáveis para manter a produção de Kaki.

Dessa maneira, Dona Fumiko buscou conhecimento nos estudos; realizou cursos em turismo rural e recebeu incentivo de professores e amigos. Teve grande

participação da Prefeitura da cidade de Piedade nos anos iniciais, lembrando que a primeira edição do evento ocorreu em 2007.

“...Conversei com minha professora e as amigas que fizeram curso comigo. Daí comecei assim, 2007 se eu fizer esse colhe pague? No primeiro ano estava assim achando que ia dar certo... graças a Deus deu certo! família ajudando...”

O evento crescendo; recebendo turistas de várias partes do mundo, foi possível a terceirização da produção de alimento com locação de tendas (praça de alimentação). Contudo a mantenedora acredita que manter o evento com características rurais, jeitinho de “roça” são aspectos essenciais.

“Tivemos muitos turistas de fora, do exterior também cada ano vinha de um país, vieram do Japão, do futebol conhecer, acharam maravilha assim, gostavam

muito...turismo rural é assim, sitio mesmo...para dizer tem lugar é tudo bonitinho, já aqui é da roça” (DSC, D.F).

“...A gente não amplia muito mais no futuro fora esse evento, queremos fazer mais alguma outra coisa fora o evento” (DSC, D.F).

Os produtos feitos com o Kaki, (geleia de caqui, caqui seco, vinagre de caqui); que anteriormente era feito apenas pela Dona Fumiko, atualmente, também foi terceirizado.

“Antes fazia tudo, agora a gente terceirizou tudo, amigos fazem, terceirizou...” (DSC, D.F).

Dona Fumiko acredita que seu turismo é rural, contudo, o ensinar e aprender sobre o Kaki são aspectos importantes que fazem parte do seu evento, ou seja:

...vários saberes, não é só plantar...” (DSC, D.F.).

A mantenedora explica que os pontos fortes do evento é a busca pelo conhecimento do Kaki, a divulgação da fruta e suas curiosidades. As experiências vivenciadas no evento são prazerosas e memoráveis:

“...muitos que voltam todos anos, não vê a hora” (DSC, D.F).

“Que delicia que bom, trás crianças, cachorro, vamos voltar de novo, voltar de novo...sim, sim, uma fidelidade” (DSC, D.F).

Diante dessas colocações concordamos com Turner (1986) quando afirma que as experiências são maneiras de suspendermos as relações cotidianas, interromper a rotina do que é familiar e oportunizar novos conhecimentos.

Figura 08: Pesquisadora e Dona Fumiko



Fonte: a autora

Complementando as considerações de Turner (1986); a oportunidade de vivenciar momentos de lazer e entretenimento turístico diferenciado de baixo custo que proporcionam a interação com a natureza, entre famílias e principalmente para as crianças momentos históricos e de sensibilidade foram aspecto marcante observado dentro do sítio Sakaguti; local do evento.

Lembramos também que cada experiência vivenciada nesse tipo de turismo, é única e individual para cada ser humano, contudo de forma global foi perceptível sentir e identificar o contentamento e entretenimento dentro do evento. Como isso, refletimos que essas sensações e vivências contribuem para as experiências memoráveis dos visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este objetivou discutir acerca do turismo de experiência no evento Festa “Colhe e Pague do Kaki Fuyu” e como poderia refletir sobre o desenvolvimento e potencialização do turismo no município de Piedade.

Após a análise dos dados pode-se compreender que conscientizar o viajante de que um produto deve ser valorizado, e o evento “Colha e Pague pode ser uma ferramenta para que tenham um contato direto com o produto. Dando-lhes a experiência que tanto buscam são aspectos positivos para o Turismo de Piedade.

Com a pesquisa foi possível identificar, atingindo os objetivos específicos que as experiências por parte dos visitantes turistas são satisfatórias, trazendo momentos de lazer, prazerosos, principalmente quem busca um ambiente familiar, contato com a natureza e diversidade.

Foi possível identificar também que o evento tem suas raízes firmado na história familiar da Dona Fumiko, motivo de orgulho e respeito que também agrega a história e cultura da cidade de Piedade. Os visitantes se emocionam e vivenciam essa emoção durante o evento, pois são momentos autênticos e enriquecedores para todos os visitantes. O ambiente familiar e acolhedor demonstra as raízes do turismo rural, bem como seu desenvolvimento ao longo dos anos evidenciam que essa experiência tem valor memorável para o turista que deseja momentos de lazer e estar num ambiente diferenciado, junto a natureza e apreciar a diversidade gastronômica ofertada nesse evento.

Esse estudo colabora substancialmente para compreender e refletir sobre os novas possibilidades e ofertas de Turismo rural, nas pequenas cidades e nas oportunidades de se investir e criar novas formas de lazer e bem-estar. Compreende

se também que para tanto, se faz necessário investimento dos setores econômicos; públicos e privados tanto para o marketing como para subsidiar infraestrutura desses possíveis locais.

Devido a pandemia do COVID-19, houve contratempos para visitar mais vezes o sítio e marcar a entrevista com a Dona Fumiko, até mesmo por conta do transporte até o local. Outro aspecto importante de lembrar é que o evento não ocorreu no último ano de 2020, pelo mesmo motivo; causando prejuízos econômicos, ao plantio e ao turismo local.

Acredita-se que para futuros trabalhos se faz necessário um estudo de conscientização da importância e valorização do marketing focado exclusivamente para os eventos em pequenas cidades interioranas, bem como investimento e valorização no turismo local dessas cidades.

Encerra-se o presente trabalho com a esperança de que tenha colaborado com novos referenciais teóricos acerca da temática do Turismo de experiência, favorecendo a ampliação do universo de conhecimento desse campo do Turismo rural e Lazer.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, M. G. R.; NUNES, C. **Hospitalidade nos serviços de alimentação como diferencial na prestação de serviços**. In: VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade. Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2306-1.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2021.

BENI, M. C. **Política e Planejamento Estratégico no Desenvolvimento Sustentável do Turismo**. Turismo em Análise, v. 17, n. 1, p. 5-22, maio 2006.

BRASIL. **Destinos Referência em Segmentos Turísticos**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/assuntos-categoria/destinos-referencia-em-segmentos-turisticos>. Acesso em: 01 fev. 2021.

E-MKT - ESCOLA MARKETING MINEIRO. **Ama gastronomia?** Veja os 5 maiores eventos gastronômicos do Brasil. Disponível em: <https://blog.marketingmineiro.com.br/es/maiores-eventos-gastronomicos-do-brasil/>. Acesso em: 01 fev. 2021.

ECOLOGIA. Saiba o que é o Cinturão Verde da Região Metropolitana de São Paulo. Disponível em:

<http://redeglobo.globo.com/globoecologia/noticia/2011/12/saiba-o-que-e-o-cinturao-verde-da-regiao-metropolitana-de-sao-paulo.html#:~:text=Cintur%C3%A3o%20Verde%20%C3%A9%20uma%20%C3%A1rea,esse%20espa%C3%A7o%20estabiliza%20o%20clima>. Acesso em: 10 fev. 2021.

FRUTICULTURA. **Caqui**. Revista Brasileira de Fruticultura, v. 34 n. 3 Jaboticabal Set. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbf/v34n3/01.pdf>. Acesso em: 01 fev 2021.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GOLROY GARLIC FESTIVAL. **História**. Disponível em: <https://gilroygarlicfestival.com/history/>. Acesso em: 01 fev. 2021.

G1 SOROCABA E JUNDIAI. Artista plástico homenageia produção agrícola de Piedade com desenhos em muros. Disponível em:

<https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2019/05/30/artista-plastico-homenageia-producao-agricola-de-piedade-com-desenhos-em-muros.ghtml>. Acesso em: 10 FEV. 2021.

INTERCULTURAL. **La Tomatina**. Disponível em: <https://www.intercultural.com.br/la-tomatina/>. Acesso em: 01 fev. 2021.

KOTLER, P. **Marketing público**. São Paulo: Makron Books, 1994.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

LAKATOS, E. M. MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5º ed. São Paulo/SP: Atlas, 2003.

LEFEVRE F; LEFEVRE A.M.C. **O discurso do sujeito coletivo**: um novo enfoque em pesquisa qualitativa. Caxias do Sul: Educs, 2003.

MCINTOSH, R. W, GOELDNER, C.R. e RITCHIE, B. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. Trad. Roberto Cataldo Costa. 8º ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

PANOSSO N. A.; GAETA, C. **Turismo da experiência**. São Paulo: SENAC, 2010.

OPABIER, **A curiosa história da Oktoberfest e como ela chegou ao Brasil**. Disponível em: <https://opabier.com.br/blog/curiosa-historia-da-oktoberfest-e-como-ela-chegou-ao-brasil/>. Acesso em: 01 fev. 2021.

ORLANDI, E.P. A Análise de discurso em suas diferentes tradições intelectuais: o Brasil. In: Anais do 10 Seminário de Estudos em Análise de Discurso; 2003 Nov 10-13; Porto Alegre, Brasil [CD-ROM]. Porto Alegre (RS): UFRGS; 2003.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. **The experience economy**: work is theatre and every business a stage. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

PREFEITURA DE PIEDADE. Histórico do Município. Disponível em: <https://www.piedade.sp.gov.br/portal/servicos/1001/piedade/>. Acesso em: 01 fev. 2021.

TOMAZZONI, E. L. **Coletânea de estudos turísticos**. Assis: Triunfal Gráfica e Editora, 2016.

TRIGO, L. G. G. **A viagem como experiência significativa**. In: TRIGO, L. G. G. Turismo de Experiência. São Paulo: SENAC, 2010. p. 21-42.

TURNER, V. W. Dewey, Dilthey, and Drama: an essay in the anthropology of experience. In: TURNER, V. W.; BRUNER, E. M. (Eds.). Anthropology of Experience. Urbana and Chicago: University CAROLINA of Illinois Press, 1986. p. 33-44.

VALLS, J. F. **Las claves del mercado turístico**: cómo competir en el nuevo entorno. Bilbao: Deusto, 1996.

ANEXOS

ANEXO 1: Questionário, na íntegra, selecionado para análise de dados, concedidos pelos visitantes participantes da pesquisa de campo no evento “Festa Colhe e Pague” da cidade de Piedade/SP.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto
Departamento de Turismo



A U T O R I Z A Ç Ã O

Eu _____, autorizo a Blenda Aya Shimizu, estudante de Turismo, na Universidade Federal de Ouro Preto, a utilizar as informações por mim prestadas, para a elaboração de seu Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: TURISMO DE EXPERIÊNCIA: A FESTA DO “COLHA E PAGUE DO KAKI FUYU” NA CIDADE DE PIEDADE e está sendo orientado pela Prof.(a.) Dr.(a.) Alissandra Nazareth de Carvalho.

Piedade, 13 de março de 2021.

Assinatura do entrevistado

ANEXO 2. Termo de autorização de imagem e entrevista com a Dona Fumiko, mantenedora do evento “Colha e Pague do Kaki Fuyu.

 

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto
Departamento de Turismo

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE IMAGEM E ENTREVISTA

Eu Fumiko Sabaguti
RG: 7692036-7 CPF: 20255104898 autorizo
BLENDA AYA SHIMIZU, estudante do curso de Turismo, na Universidade Federal de Ouro Preto, a utilizar as informações por mim prestadas e libero o uso de imagens do evento e da propriedade para a elaboração de seu Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: TURISMO DE EXPERIÊNCIA: A FESTA DO "COLHA E PAGUE DO KAKI FUYU" NA CIDADE DE PIEDADE – SP sobre orientação da Prof.(a.) Dr.(a.) Alissandra Nazareth de Carvalho.

Piedade, 31 de março de 2021.

Fumiko Sabaguti

Assinatura do entrevistado

APENDICE – A entrevista com Dona Fumiko – Mantenedora do Evento “Festa Colha e Pague do Kaki Fuyu.

1) Você disse que começou em 2007, o grande bum assim que cresceu, que realmente teve um grande fluxo de turistas nessas últimas edições foi por causa do marketing?

R: “Sim, acho que sim é o marketing sim, o marketing é tudo né” (DSC, D.F).

2) Em que ano começou a divulgação maior?

R: “A divulgar mesmo foi depois de 5 anos, a gente começou, mais na TV Tem e jornal. A TV Tem queria saber como era, era novidade, nenhum lugar tinha né. Então foi... começou a divulgar. O pessoal começou a divulgar mais foi depois quarto quinto ano depois desse negócio de facebook, internet né. Depois jornal de São Paulo viu...a TV Tem fez reportagem e vendeu para outras cidades assim começaram fazer reportagem turismo rural e apareceu no mundo inteiro” (DSC, D.F).

3) Depois dessa divulgação maior com certeza sentiu o fluxo de turistas que veio, estavam preparados para esse fluxo maior? Estavam preparados para esse público? Ou foram se adaptando como os anos?

R: “Fomos se adaptando com anos, cada ano aumentava, cada ano aumentava né. Dai tiveram 13.000 foram contados durante semana, final semana. Vieram muitos né. Quando começou a pandemia 2018 foi a maior mesmo que tivemos” (DSC, D.F).

4) Qual foi fluxo por temporada, sabe em média?

R: “Tem um dia, que passou...sábado, domingo né 2.000, até perdemos a conta com tantos turistas que tivemos...assim 2017 a 2018. A de 2019 foi igual 2018, daí no

evento vieram fazer ali dançar, fazer mágicos, atrativos né. Pena que ano passado por causa dessa pandemia..." (DSC, D.F)

R: "A gente gosta muito pessoal de fora de São Paulo querem um dia de lazer, pra isso a gente abriu...eles querem saber como foi plantado, como se cuida, como é. Tem ano que assim ela dorme (árvore), tem dormência de 3 meses de junho a agosto, acaba tudo folha parece que morreu pé né...depois agosto e setembro começam folhar, sai folha e o fruto junto. É a explicação que a gente fazia muito isso, pra ver como é...um tipo de matemática que fazia para crianças. Foi isso que aprendi" (DSC, D.F).

5) Como foi a ideia?

R: "Então, no ano começo 2007, no ano 2006 fiz curso turismo rural nesse tempo meu marido se acidentou e ficou todo esse caqui para eu fazer. Conversei com minha professora e as amigas que fizeram curso comigo. Daí comecei assim, 2007 se eu fizer esse colhe pague? No primeiro ano estava assim achando que ia dar certo... graças a Deus deu certo! família ajudando...daí terminou veio segundo ano, veio mais gente...daí surgiu no sétimo ano muito turista, não estava dando conta assim, a gente fazia toda comida, daí pensamos no 8 ano em terceirizar daí pensando se ia dar certo. Boa produção" (DSC, D.F.).

6) Quem veio com a plantação do caqui?

R: "Meu sogro veio com plantação de caqui, tentou plantar...tinha o vizinho dava para comer, e perguntou se queria plantar. Daí foi assim começou com 800 pés, variados assim... daí vendia só para mercado. Foi assim iniciou meu marido contava..., a família

era grande trabalhavam juntos, com a separação da família ficou só meu marido e eu para cuidar. Daí a gente continua cuidando né. Mas a ideia plantar caqui foi do meu sogro mesmo” (DSC, D.F).

7) Em relação serviços e estrutura que vocês oferecem quais estão disponíveis em questão de estrutura?

R: “Então todos anos a gente para estruturar ali onde a gente faz comida alugava tenda, tudo alugado. No começo a gente teve ajuda da prefeitura, a prefeitura ajudou bastante. O presidente de Turismo dava ajuda, questão de abrir espaço e ajudando nos questão né...no começo ajuda com panfletinhos, placas, ajudou bastante, TV Tem ajudou muito. Jornal Sorocaba tivemos propaganda jornal SP. E muito boca, a boca, pessoal vinha gostava e falava. Muito bom muito gostoso!” (DSC, D.F).

8) Sentiu principal mudanças?

R: “Sim tivemos muitos turistas de fora, do exterior também cada ano vinha de um país, vieram do Japão, do futebol conhecer, acharam maravilha assim, gostavam muito. Da estrutura, tivemos de aumentar aos poucos, para atender, ficar à vontade. Apesar de turismo rural é assim, sitio mesmo...para dizer tem lugar é tudo bonitinho, já aqui é da roça” (DSC, D.F).

9) Para senhora, do evento todo quais pontos fortes e fracos que a senhora considera?

R: Ponto forte que o pessoal não conhecia o caqui, ficou conhecendo...não conhecia achava que tinha de deixar mole, não poderia comer né...e variedade esse coração boi achavam novidade. O mais que também falava vamos divulgar conhecer fruta o

Kaki Fuyu que pode comer diretamente do pé. O mais forte que a gente teve a ideia, abrir...agora todo mundo conhece. Não precisa deixar” (DSC, D.F).

10) As experiências vivenciadas aqui?

R: “Sim, tem muitos que voltam todos anos, não vê a hora, ano passado não vieram pela pandemia, querem vir. A gente não abriu. Agora quem quiser colher a gente vende” (DSC, D.F).

11) E Como experiência memorável?

R: “Creio que sim, que delicia que bom, traz crianças, cachorro, vamos voltar de novo, voltar de novo...sim, sim, uma fidelidade” (DSC, D.F).

12) Sobre o Futuro do evento a ampliação?

R: “No evento a gente coloca eventos...comida, não amplia muito! a gente tem evento vender caqui. A gente não amplia muito mais no futuro fora esse evento, queremos fazer mais alguma outra coisa fora o evento” (DSC, D.F).

13) Produtos feitos com caqui (geleia de caqui, caqui seco, vinagre de caqui) e sobre esses produtos feitos?

R: “Antes fazia tudo, agora a gente terceirizou tudo, amigos fazem, terceirizou...ano passado difícil (perdeu muito) passou ponto, para turistas não pode colher verde, tem tá no ponto, não deu fazer, caiu muito chão, a gente fala assim...que 15% (sogro) a gente deixar cada pé tem devolver fruto para dar fruto gostoso devolver para o pé. A

gente faz isso. Ele (sogro) que falava como fazer. Do evento já não estava mais aqui. Ficava feliz de ver a pessoas saborear estar aqui (DSC, D.F).

14) Qual Turismo você acredita que oferece?

R: É porque aqui temos turismo rural, recebe escola ensinar escola...vários saberes, não é só plantar, tem pessoal faculdade para saber produção cuidar plantar. Só família cuida. No começo 800 pés, depois mais 400 pés de fuyu. Foram morrendo 60 anos né...mais produção é turista é variado para aprender de outras cidades, como começou como faz” (DSC, D.F).

“No momento a gente, temos o Fuyu, coração de boi e Taubaté, agora o Rama Forte temos alguns pés no meio, enxertou, mas o forte mesmo é o Fuyu” (DSC, D.F).