

La Ursa Tours: experiência em Cicloturismo no Recife/PE a partir de avaliações do Tripadvisor

*La Ursa Tours: Cycling Tourism experience in Recife/PE –
Brazil, based on Tripadvisor reviews*

Maria Clara da Silva Oliveira¹
Talita Poliana Guedes da Silva²
Pedro Lucas Filgueira Pereira³
Felipe Gomes do Nascimento⁴
Ricardo Lanzarini⁵

1 Mestranda em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Graduação em Turismo pela UFRN. Email: clara.oliveira.712@ufrn.edu.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9830943221579893>

2 Doutoranda em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. Mestrado em Hotelaria e Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Especialização em Planejamento e Gestão Organizacional pela Universidade de Pernambuco (UPE). Graduação em Turismo pela UFPE. Email: talita.silva.064@ufrn.edu.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5591000830585533>

3 Mestrando em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. Graduação em Turismo pela UFRN. Email: pedro.filgueira.072@ufrn.br. Lattes: <https://lattes.cnpq.br/2661272509380443>

4 Doutorado em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduação em Hotelaria pela UFPB. Docente no Curso de Turismo e Negócios na Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR). Email: felipe.nascimento@ies.unespar.edu.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1503357911572355>

5 Doutorado em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestrado em Geografia pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Graduação em Turismo pela UFMS. Docente do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN. Email: ricardo.lanzarini@ufrn.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9857446311863232>

RESUMO: O cicloturismo, compreendido como a prática de visitação a destinos turísticos tendo a bicicleta como principal meio de deslocamento, configura-se como uma atividade que articula lazer, mobilidade sustentável e interação com a natureza e a cultura local. Nesse contexto, o presente artigo teve como objetivo analisar a experiência de cicloturismo no município de Recife/PE, a partir das avaliações disponíveis na plataforma Tripadvisor referentes aos passeios ofertados pela agência La Ursa Tours. A pesquisa caracterizou-se como de natureza descritiva, com abordagem qualitativa e documental. Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica nas bases de dados Scopus, Web of Science e Periódicos CAPES, com o intuito de fundamentar teoricamente o estudo. A coleta de dados empíricos ocorreu por meio de conteúdos gerados por usuários (CGU) na plataforma Tripadvisor, totalizando 302 avaliações, provenientes tanto de turistas quanto de residentes. Para o tratamento dos dados, adotou-se a análise categorial temática, estruturada com base nas quatro dimensões da economia da experiência propostas por Pine e Gilmore (1999). Os resultados evidenciam que o cicloturismo ofertado pela La Ursa Tours se apresenta como uma alternativa ao turismo de massa, proporcionando uma experiência imersiva que integra elementos históricos, culturais, de interação comunitária e de sustentabilidade. Ademais, verificou-se a presença das dimensões de entretenimento, estética e educação, conforme preconizado pela economia da experiência, contribuindo para a qualificação da vivência turística.

Palavras-chave: Cicloturismo; Economia da experiência; Cicloturismo urbano; Conteúdo gerado por usuário (CGU).

ABSTRACT: Cyclotourism, understood as the practice of visiting destinations with the bicycle as the primary means of transportation, constitutes an activity that integrates leisure, sustainable mobility, and interaction with nature and local culture. In this context, the present article aimed to analyze the cyclotourism experience in the city of Recife, state of Pernambuco (Brazil), based on reviews available on the Tripadvisor platform regarding the tours offered by the La Ursa Tours agency. This research is characterized as descriptive in nature, with a qualitative and documentary approach. Initially, a bibliographic review was conducted in the

Scopus, Web of Science, and Periódicos CAPES databases in order to provide a theoretical foundation for the study. Empirical data collection was carried out through user-generated content (UGC) on the Tripadvisor platform, totaling 302 reviews from both tourists and residents. For data analysis, thematic categorical analysis was employed, structured based on the four dimensions of the experience economy proposed by Pine and Gilmore (1999). The results indicate that the cyclotourism offered by La Ursa Tours represents an alternative to mass tourism, providing an immersive experience that integrates historical, cultural, community interaction, and sustainability aspects. Furthermore, the findings reveal the presence of the entertainment, esthetic, and educational dimensions of the experience economy, contributing to the enhancement of the tourist experience.

Keywords: Cycling tourism; Experience economy; Urban cycle tourism; User-generated content (UGC).

1 INTRODUÇÃO

O cicloturismo é uma modalidade turística que tem ganhado destaque no século XXI, alinhando-se às novas tendências do turismo que buscam práticas mais sustentáveis e focadas na experiência do viajante (Abreu; Santos, 2021). Caracterizado pelo uso da bicicleta como principal meio de deslocamento para explorar destinos, essa atividade engloba lazer, mobilidade e interação com a natureza e com os aspectos culturais e históricos das localidades (Duran; Sevinç e Harman, 2018). Além de contribuir para a saúde e a prática de atividade física, o cicloturismo oferece soluções para os desafios da mobilidade urbana e gera impactos econômicos e sociais positivos, como o fortalecimento de negócios locais e a ampliação da interação entre cicloturistas e a comunidade (Sartori, 2021).

No Brasil, as práticas de turismo com o uso da bicicleta já ocorriam antes dos anos 2000, ainda que de forma não sistematizada e pouco institucionalizada, acompanhando um movimento internacional mais amplo de consolidação do cicloturismo enquanto segmento turístico (Lamont, 2009). Foi a partir de 2006, com a criação do Circuito de Cicloturismo do Vale Europeu, em Santa Catarina (Sartori, 2021), que a atividade passou a se estruturar de forma mais organizada e comercial, sendo reconhecida como referência nacional na modalidade, inclusive no âmbito das políticas públicas de turismo (Brasil, 2010).

Iniciativas como a da agência La Ursa Tours em Recife/PE demonstram a expansão desse segmento no país neste cenário de crescimento em que a tecnologia, especialmente plataformas como o Tripadvisor, desempenham um papel importante, permitindo que os turistas compartilhem suas experiências e influenciem outros viajantes. O Conteúdo Gerado por Usuário (CGU), composto por comentários, fotos e vídeos, é percebido como uma fonte confiável e influente no planejamento de viagens, uma vez que os viajantes tendem a confiar nas recomendações de seus pares do que em campanhas de marketing.

O objetivo deste artigo é analisar a experiência em cicloturismo no Recife/PE a partir das avaliações do Tripadvisor sobre os passeios ofertados pela agência La Ursa Tours de 2017 a 2025. A relevância deste estudo justifica-se pela necessidade de aprofundar o conhecimento sobre novas práticas turísticas, fomentando o desenvolvimento de estratégias que contribuam para o aprimoramento e crescimento do setor. Além disso, a pesquisa alinha-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, especificamente o ODS 11 (Cidades e Comunidades Sustentáveis) e o ODS 13 (Ação Contra a Mudança Global do Clima), ao evidenciar o potencial do cicloturismo para incentivar políticas públicas de mobilidade sustentável e reduzir impactos ambientais.

Sendo assim, este trabalho organiza-se da seguinte forma: na próxima seção, apresenta-se o referencial teórico com discussões sobre cicloturismo, a economia da experiência e o conteúdo gerado pelo usuário (CGU), fundamentos importantes que sustentam a pesquisa. A terceira seção concentra a descrição do percurso metodológico. Em seguida, a seção de discussão dos dados captados e, por fim, as

considerações finais do artigo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Reflexões sobre cicloturismo no mundo e no Brasil

O cicloturismo refere-se à prática de viagens cujo objetivo é explorar destinos utilizando a bicicleta como principal meio de deslocamento (Abreu; Santos, 2021). Esse termo possui significados variados, sendo utilizado, principalmente, para designar duas modalidades distintas: (1) as viagens de longa distância realizadas com bicicleta, conhecidas como cicloviagens, e (2) o uso da bicicleta como meio de transporte turístico em áreas urbanas, denominado cicloturismo urbano (Teixeira; Edra, 2019).

Essa atividade tem se consolidado como um segmento turístico em ascensão, associada a práticas de lazer, mobilidade e contato com a natureza. Além disso, é amplamente reconhecida como uma das principais formas de turismo sustentável, gerando impactos positivos nos âmbitos social, econômico e ambiental (Abreu; Santos, 2021). Entre os diversos benefícios atribuídos ao cicloturismo, destacam-se a promoção do bem-estar dos praticantes, o estímulo ao desenvolvimento econômico local, o intercâmbio cultural e a redução na emissão de poluentes, especialmente quando comparado aos meios de transporte motorizados (Derman; Keles, 2023).

Nesse sentido, essa modalidade turística proporciona aos viajantes uma experiência mais próxima e sensível aos locais visitados, favorecendo o contato direto com o entorno, promovendo vivências mais imersivas. Além disso, o cicloturismo possibilita o acesso a lugares pouco explorados ou até então desconhecidos, ampliando o repertório cultural e a valorização de territórios fora dos circuitos turísticos tradicionais (Gonçalves Júnior *et al.*, 2016).

O cicloturismo urbano configura-se como uma modalidade que integra a mobilidade ativa à vivência turística para conhecer a cidade (Teixeira; Edra, 2020). Ao incorporar o uso da bicicleta em roteiros urbanos, essa prática fortalece a contemplação e a conexão com a cidade e cultura local, como também promove benefícios relacionados ao bem-estar e saúde a partir da mobilidade ativa (Nilsson, 2019). De acordo com Bosquetti (2025), o cicloturismo urbano é uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento sustentável das cidades, ao estimular a mobilidade não motorizada e reduzir as emissões de carbono, dinamizando a economia local por meio da valorização do patrimônio e de um turismo mais sustentável.

Meng e Han (2018) abordaram o conceito de experiência de fluxo no contexto do cicloturismo. A experiência de fluxo constitui-se de um estado mental de imersão total em uma atividade (Csikszentmihalyi; LeFevre, 1989). Aplicado ao cicloturismo, essa circunstância acontece quando o ciclista percebe um alinhamento entre os desafios do ambiente (extensão do percurso ou características da topografia) e suas próprias habilidades, resultando em um estado profundo prazer e absorção na atividade. Com o foco no ato de pedalar e interagir com o entorno, o engajamento é elevado,

proporcionando o enriquecimento da experiência, bem como a recomendação a outros viajantes e ciclistas. Chen (2024) adiciona que os guias de turismo possuem elevada influência na construção da experiência de cicloturistas, enfatizando a importância das interações mais humanizadas que essa modalidade proporciona.

Embora o cicloturismo seja considerado como uma prática mais benéfica para os destinos, ele enfrenta barreiras para seu desenvolvimento, sobretudo em regiões periféricas e com menor infraestrutura turística. A falta de acomodações adequadas, oficinas especializadas, informações turísticas sobre rotas alternativas e sinalização apropriada das vias são fatores que podem comprometer significativamente a experiência do cicloturista. Além desses entraves, destaca-se a importância da implementação de políticas públicas que incentivem a prática do ciclismo e fortaleçam redes regionais de cicloturismo, promovendo a integração entre comunidades, governos e o setor turístico (Abreu; Santos, 2021).

No Brasil, o cicloturismo ainda é incipiente, embora haja uma demanda crescente e iniciativas relevantes, como eventos e ações promovidas pelo Ministério do Turismo (Mtur) voltadas à mobilidade ativa e ao uso da bicicleta como atrativo turístico (Deus; Edra, 2023). A atividade encontra entraves relacionados ao sistema viário precário em muitas regiões brasileiras para a prática do cicloturismo, como também qualificação específica de operadores de turismo, segurança pública ineficiente, além de articulação de políticas públicas para a gestão e promoção do turismo nas escalas estaduais e municipais voltadas para valorização do segmento (Planett, 2019).

Segundo o Ministério do Turismo (Brasil, 2023), existem 18 rotas de cicloturismo no Brasil, abrangendo mais de 100 cidades e cerca de 3.500 km de trilhas sinalizadas. Destacam-se a Rota das Emoções, que conecta destinos naturais no Nordeste, e a Rota Imperial, que passa por cidades históricas de Minas Gerais. Esses roteiros oferecem diversidade de paisagens e valorizam a cultura local, refletindo um novo perfil de turista que busca experiências autênticas, sustentáveis e marcantes, evidenciando uma transformação no modo de consumir turismo no país (Deus; Edra, 2023; Paupitz, 2008).

Em síntese, o cicloturismo, caracterizado por percursos de longa distância ou em áreas urbanas, tem se destacado como uma prática turística que une sustentabilidade, mobilidade, lazer e valorização cultural. Tais características relacionam-se com as novas formas de consumo e comportamento no turismo, sendo discutido na seção seguinte, que aborda sobre a economia da experiência.

2.2 A economia da experiência e a relação com o turismo

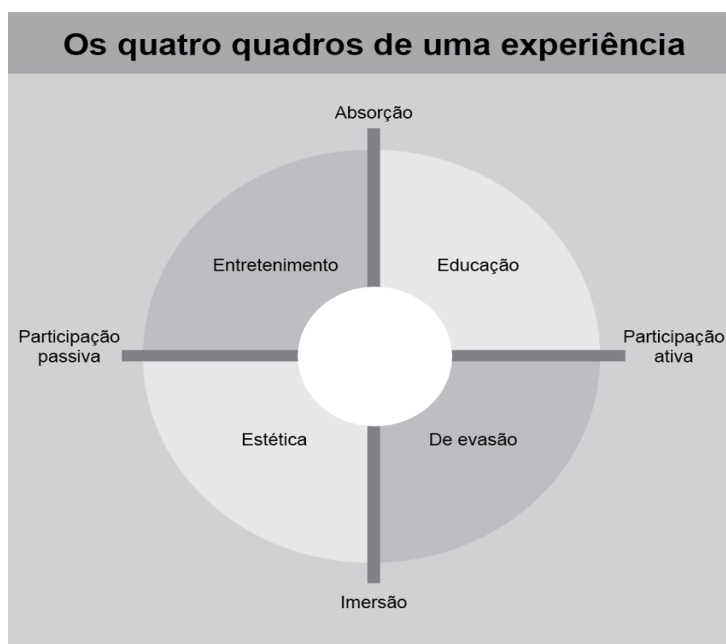
Com o objetivo de suprir as novas demandas dos consumidores, cada vez mais influenciadas por fatores emocionais, surge a economia da experiência, um conceito em que o envolvimento sensorial e emocional do consumidor se torna central. Pine e Gilmore (1999) definem esse estágio como uma fase da economia em que as empresas criam eventos memoráveis, transformando produtos e serviços em vivências únicas e personalizadas.

Segundo Pine e Gilmore (1999) e evidenciado por Sundbo e Sørensen (2013), experiências envolvem os consumidores em níveis emocional, físico, intelectual ou até espiritual. As pessoas compram experiências e vivências que sejam memoráveis e envolventes. Para atender a essa demanda, surgem produtos customizados, feitos para proporcionar uma experiência única a cada indivíduo (Coelho, 2007). A experiência é pessoal e única, resultado da interação entre o indivíduo e a encenação turística. No turismo, essa dimensão performática destaca-se na forma como os turistas entram em contato com os símbolos e representações do destino, que muitas vezes são construções encenadas para fins turísticos.

Pine e Gilmore (1999) descrevem esse processo como uma encenação da experiência, em que tanto o fornecedor quanto o consumidor atuam como participantes de uma “peça teatral”. Essa encenação deve provocar sensações que encantem a “plateia”. Nesse sentido, Kastenholz et al (2016) ressaltam que atividades em destinos enoturísticos devem estimular os cinco sentidos: visual, olfativo, gustativo, tátil e auditivo, promovendo experiências memoráveis em que os visitantes possam sentir, apreciar e vivenciar intensamente.

Ainda citando Pine e Gilmore (1999), é importante destacar a contribuição teórica dos autores, a “Teoria da Economia da Experiência”, que se refere a quatro dimensões (chamadas também como “4Es”) que dão valor à experiência. Ou seja, a experiência se torna o fator principal da tomada de decisão bem como o de compra, como citado anteriormente. Os 4Es são organizados em: *Entretenimento*, *Educação*, *Escapismo* e *Estético* (ver figura 1).

FIGURA 1: AS QUATRO DIMENSÕES (4ES) DE UMA EXPERIÊNCIA



FONTE: adaptado de Pine e Gilmore (1999, p.30).

O *Entretenimento* ocorre quando o indivíduo (como o turista) assume um papel passivo na experiência. Segundo os autores, esta dimensão está atrelada à absorção, ou seja, quanto menor a participação ativa do indivíduo, maior tende a ser o nível de absorção de tal experiência. São exemplos assistir um show ou uma peça teatral. Na dimensão *Educação* o processo é o inverso: há uma participação mais ativa visto a necessidade de absorver conhecimento e desenvolver habilidades através de uma experiência. As visitas guiadas por um destino turístico são exemplos dessa dimensão.

No que se refere à dimensão *Escapismo* (na figura anterior denominada de “Evasão”), o indivíduo está completamente imerso e participativo. Isso se deve ao fato de que ele está interagindo com a experiência constantemente, como os parques temáticos, por exemplo. Por fim, a dimensão *Estética* é compreendida pela participação passiva, entretanto há uma imersão na experiência. O ato de observar belíssimas paisagens ou apreciar obras de artes fazem parte desta dimensão.

Schmitt (1999) comenta que, no momento de adquirir um produto ou serviço, há a influência pela busca dos estímulos, emoções, desafios e entretenimento. Sendo assim, há um novo desejo e comportamento dos turistas no momento de viajar. Para Panosso Netto e Gaeta (2010), as experiências vivenciadas durante uma viagem, de forma individual e personalizada, geram prazer em viajar. Ainda de acordo com os autores, alguns indivíduos, enquanto turistas, buscam vivenciar a realidade do local por meio de experiências marcantes e transformadoras, mais do que apenas conhecer os pontos turísticos mais famosos do destino.

Diante do exposto, a economia da experiência é um importante vetor para compreender o turismo como uma atividade que abrange de maneira central vivências, memórias e sentimentos, que servem como base para a criação de produtos turísticos personalizados e ‘únicos’. Isso se torna altamente relevante para analisar o modo em que os turistas compartilham suas experiências, especialmente na internet, tema principal da seção a seguir, sendo o conteúdo gerado pelo usuário (CGU).

2.3 Conteúdo gerado por usuário (CGU)

A atividade do turismo mostrou o seu caráter adaptativo perante os constantes avanços tecnológicos, promovendo assim novas maneiras de consumir, interagir e vivenciar experiências, principalmente por parte dos turistas. A internet, por exemplo, se tornou um espaço ideal para que os turistas pudessem compartilhar suas experiências antes, durante e depois de uma viagem, tendo por consequência influenciar potenciais turistas (entendidos aqui também como usuários da internet) durante o processo de planejamento de uma viagem (Xiang *et al.*, 2015).

Os sites de avaliações, como o Tripadvisor, bem como as comunidades virtuais e as mídias sociais são vistos como os principais meios para que ocorra a interação entre turistas no ambiente virtual (Litvin; Goldsmith; Pan, 2008). Tais meios possibilitam o aumento de informações sobre um destino, um atrativo turístico ou um estabelecimento, promovendo uma gama de comentários, fotos e vídeos necessários para atrair ou, se for caso, repelir o potencial turista (Gravari-Barbas; Graburn, 2012).

Essa gama de informações, citada anteriormente, é entendida como o Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU), termo utilizado para identificar todas as informações compartilhadas pelos usuários exclusivamente na internet.

No contexto turístico, o CGU é, segundo Mendes-Filho *et al.* (2018), percebido através de comentários (reviews e/ou opiniões) de turistas que já visitaram algum destino ou empreendimento turístico. Nesse contexto, por serem compartilhados em ambientes virtuais de acesso público, outros turistas/usuários podem ter um acesso mais facilitado com tais publicações, gerando diversas interpretações e sentimentos.

Vale salientar que o CGU se faz presente principalmente na etapa de planejamento da viagem, visto que, com o uso massivo da internet para diferentes finalidades, o turista consegue ter mais autonomia para planejar o seu próprio roteiro, a partir de informações encontradas na *web* (Leung *et al.*, 2013). Além disso, os turistas tendem a confiar nos conteúdos postados pelos turistas (estes por parecerem mais reais) do que em uma campanha de marketing turístico (mais encenada), por exemplo. Porém, é importante ressaltar que o CGU não se restringe apenas a comentários, abrangendo também fotos, vídeos e outros tipos de mídias.

Mesmo não sendo a principal intenção, o CGU assume um papel de “gerador de sentimentos”, pois o conteúdo gerado possibilita a formulação de imaginários turísticos por parte dos usuários/turistas. Por sua vez, os turistas adicionam em um “reservatório-motor” o que foi captado no conteúdo para agregar com outros sentimentos e sensações, nutrindo assim, o desejo de consumir tal experiência (Silva, 2020) apenas pelo que foi exposto na internet. Diante disso, o CGU passa a favorecer para que novas possibilidades de roteiros turísticos possam ser mais difundidas, ampliando o fluxo de turistas em determinado destino ou atrativo turístico.

Os passeios oferecidos pela agência de receptivo La Ursa Tours, objeto de estudo da presente pesquisa, representam uma maneira mais tangível de identificar essa ação ao sugerirem novas formas de se fazer turismo nas cidades de Recife/PE e Olinda/PE, como andar de bicicleta ou a pé passando por pontos turísticos importantes. Além dessa agência, única a ofertar essa modalidade paga, a Prefeitura do Recife, por meio da Secretaria de Turismo e Lazer, oferta passeios gratuitos de bicicleta pelo Programa “Olha! Recife”, um projeto de sensibilização turística que tem o intuito de proporcionar à sociedade uma nova oportunidade de lazer e um novo olhar sobre a cidade.

Dessa maneira, os conteúdos gerados na internet pelos turistas que vivenciaram essa experiência (especialmente na plataforma Tripadvisor), podem acabar influenciando outros turistas e, até mesmo, se tornam uma forma de marketing não intencional para a agência de receptivo. Seja pelo interesse em tornar a estadia mais enriquecedora e proveitosa ou pelo desejo de adotar um perfil de turista alternativo, se distanciando dos padrões do denominado “turismo de massa”.

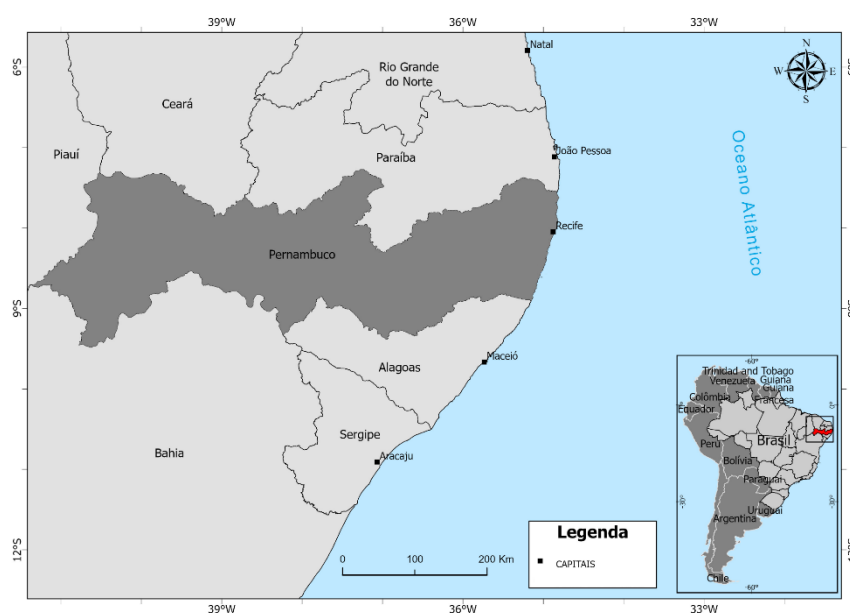
Como visto, o turismo, com sua capacidade adaptativa, ampliou seu papel de construir e disseminar percepções, na internet, sobre destinos e experiências turísticas. Isso reflete como os viajantes utilizam de sites de avaliação para compartilhar suas

vivências e, conseqüentemente, o impacto na formulação de um imaginário turístico sobre um destino ou um atrativo. A seguir, serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para analisar os relatos das experiências pelos turistas nos passeios da La Ursa Tours, no Recife (PE) pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco, está localizada na região Nordeste do Brasil. Em 2024, sua extensão territorial era de 218.843 km² e a população estimada era de 1.587.707 pessoas (IBGE, 2024). Por estar na região litorânea e ser uma das cidades mais antigas do Brasil, sofreu uma expansão urbana densa e descontrolada, comprometendo a mobilidade da população. O uso de bicicletas como meio de transporte é uma realidade presente em vários bairros, ocasionando investimentos públicos para criação de rotas cicláveis desde 2004, quando a primeira ciclovía foi criada ligando a orla da praia de Boa Viagem até a praia do Pina, região turística na zona sul da cidade.

FIGURA 2: MAPA DE LOCALIZAÇÃO DO RECIFE-PE

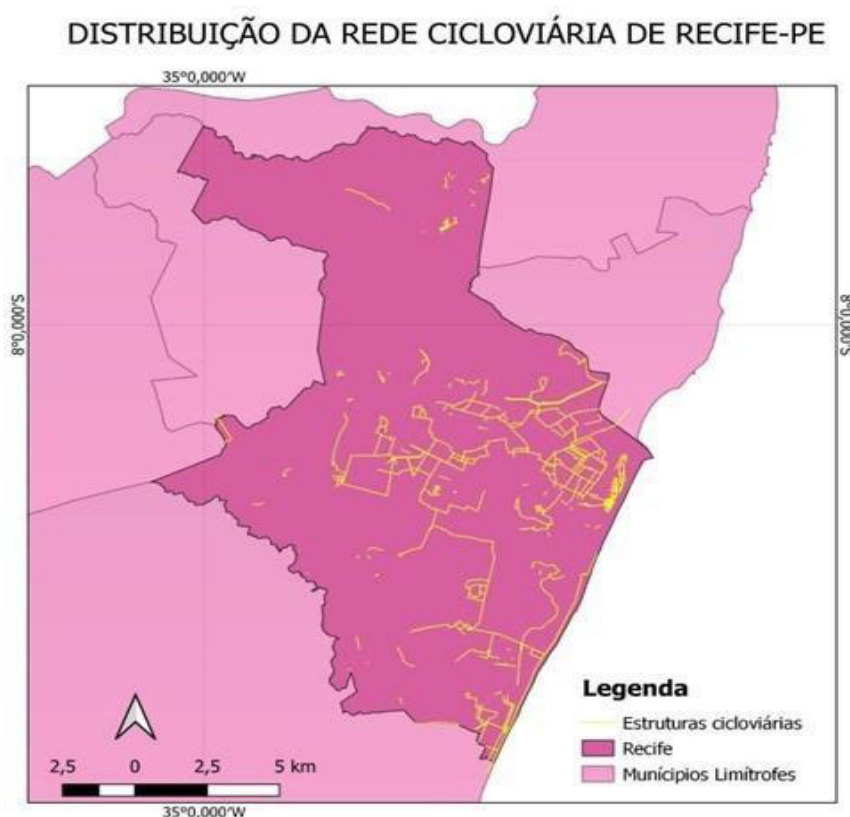


FONTE: Autores (2025).

Atualmente, existem 230,5 quilômetros de ciclovía, ciclofaixas e ciclorrotas na cidade, que se dividem entre 196.5 km de rotas permanentes e 34km que funcionam aos domingos e feriados com interdição de parte das vias (Recife, 2025). Em 2024, a plataforma MobiliDADOS revelou que a rede ciclovária do Recife atinge aproximadamente 37% da população, indicando que essa parcela de habitantes

possui acesso a uma estrutura cicloviária a uma distância inferior a 300 metros de suas residências (Mobilidados, 2025). Em complemento, o Recife integra a rede global de cidades que implementaram sistemas de compartilhamento de bicicletas, possuindo cerca de 700 equipamentos disponíveis administrados pela empresa *TemBici* (Bike Share Map, 2025).

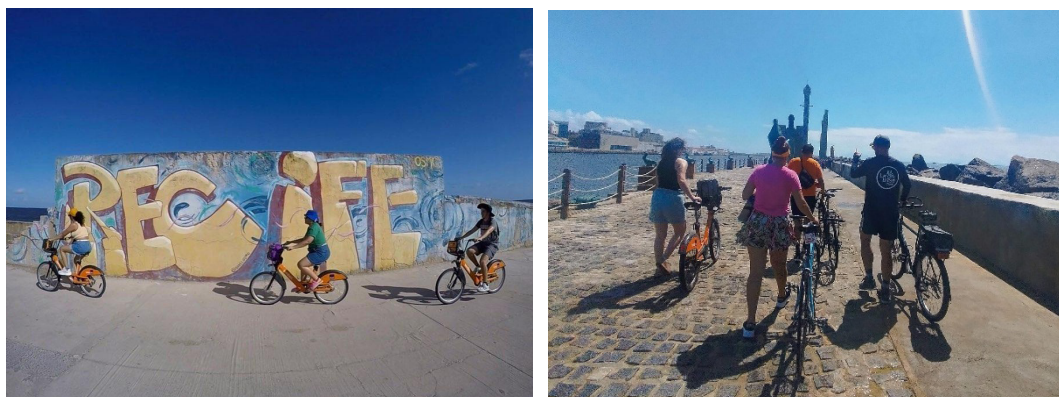
FIGURA 3: DISTRIBUIÇÃO DA REDE CICLOVIÁRIA DO RECIFE-PE



FONTE: International Institute for Environment and Development - IIED (2024)

Nesse contexto, a *La Ursa Tours*, uma agência de receptivo do Recife formada por guias de turismo, proporciona aos visitantes e residentes experiências turísticas com uma perspectiva diferente, exaltando elementos da cultura e geografia urbana através de passeios a pé e de bicicleta pelas cidades do Recife e Olinda. A empresa oferece quatro tipos de roteiros, sendo um de bicicleta saindo da zona sul até o centro do Recife, com percurso de 10 km, outro a pé por Olinda, uma terceira opção unindo as duas cidades, Recife e Olinda, de bicicleta e a pé com 25 km, e, por fim, passeios temáticos sob demanda, como Recife dos Carnavais, Cinema, Música e temas relacionados à cultura (La Ursa Tours, 2025).

FIGURAS 4 E 5: PASSEIOS DE BICICLETA COM A LA URSA TOURS - RECIFE/PE



FONTE: Facebook La Ursa Tours (2022; 2024)

A pesquisa possui natureza descritiva e enquadra-se na abordagem qualitativa. De acordo com Minayo (2001), essa abordagem explora as particularidades e traços subjetivos dos sujeitos. Decidiu-se pela natureza descritiva (Parra Filho; Santos, 2011), pois esta pesquisa tem por finalidade descrever características das experiências dos participantes de passeios de bicicleta pelo Recife/PE.

Inicialmente, empreendeu-se uma investigação bibliográfica a partir das palavras-chave “cicloturismo”, “experiência turística”, “economia da experiência”, “conteúdo gerado pelo usuário” nas bases de dados “Scopus”, “Web of Science” e “Periódicos CAPES”. A pesquisa classifica-se em documental, por utilizar como fonte conteúdos gerados por usuários (CGU), sem o devido tratamento analítico (Severino, 2013).

Os dados foram coletados em maio de 2025. A primeira busca, realizada na página do Tripadvisor referente a *La Ursa Tours* (PE), proporcionou um montante de 357 comentários, publicados entre dezembro de 2017 e abril de 2025. Esse período corresponde ao início das atividades da agência até o ano corrente. Foram descartados 55 comentários por avaliarem exclusivamente passeios a pé. Além disso, as avaliações em outros idiomas (detalhadas no Quadro 1), foram traduzidas para o português, garantindo a padronização na sistematização dos dados. Dessa forma, farão parte deste *corpus textual* 302 comentários que prosseguirão para as etapas seguintes de análise.

QUADRO 1: QUANTIDADE DE COMENTÁRIOS POR LÍNGUA ESTRANGEIRA

IDIOMA	QUANTIDADE
Português	239
Inglês	34
Francês	8
Espanhol	8
Alemão	7
Italiano	3
Holandês	3
Total	302

FONTE: Dados da pesquisa, 2025

Justifica-se a escolha dessa técnica de coleta devido ao seu baixo custo e fácil acesso aos dados (Couper, 2000). Atualmente, os sites de avaliação destacam-se pelas recomendações, dicas e avaliações de destinos, atrativos e empresas turísticas feitas pelos consumidores (Filieri *et al.*, 2015). Dados de 2019 mostram que o Tripadvisor apresenta mais de 859 milhões de avaliações sobre mais de 8,6 empreendimentos e atrativos turísticos (Tripadvisor, 2025), sendo uma fonte de referência com informações confiáveis, devido aos viajantes acreditarem em recomendações de seus pares do que em divulgações de marketing (Amaral *et al.*, 2015), além de serem fontes confiáveis para pesquisas (Dickinger, 2010).

Para coletar os dados na plataforma foi utilizado o *software Webharvy* através da técnica *Scraping*, de mineração de informações na *web*. Esse *software* facilita a extração dos dados, de forma rápida e organizada (Haddaway *et al.*, 2015). Após essa etapa, as 302 avaliações selecionadas foram organizadas em uma planilha de *Excel* para triagem e organização do *corpus*. As avaliações foram retiradas do site da La Ursa Tours no Tripadvisor (Tripadvisor, 2025).

A análise desse conteúdo foi feita no *software Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires (Iramuteq)*. Essa ferramenta permite fazer análises estatísticas sobre corpus textuais e facilita o trabalho do pesquisador na identificação das classes de palavras mais importantes contidas no material analisado (Camargo; Justo, 2021). Por fim, os resultados da análise do *software* foram interpretados por meio da categorização de conteúdo (Bardin, 2011), a partir da análise categorial temática, com base nas quatro dimensões da economia da experiência de Pine e Gilmore (1999).

As bases metodológicas adotadas para a concretização desta pesquisa garantem a sistematização e a credibilidade da análise, compreendendo e interpretando as percepções dos turistas sobre a prática do cicloturismo no destino turístico Recife/PE. Sendo assim, a próxima seção apresenta os principais resultados obtidos por meio desses processos.

4 RESULTADOS

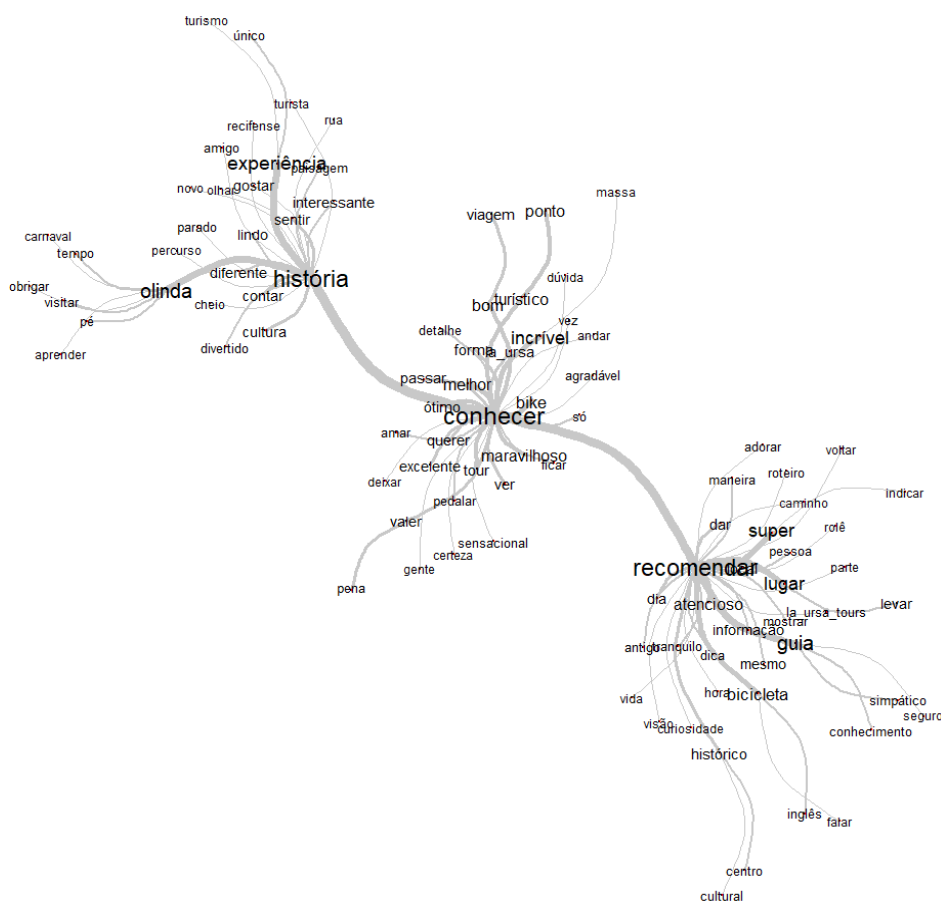
4.1 Análise dos dados através do software Iramuteq

O corpus textual das avaliações online dos participantes de roteiros de bicicleta no Recife foi importado para o Iramuteq, que reconheceu os 302 textos, reclassificou-os em 17.851 ocorrências (segmentos de textos) e em 1.667 formas. O software também encontrou 786 hapax (que são as palavras com frequência única) e uma média de ocorrência de 59.11 palavras em cada texto.

Foi utilizada a análise de similitude para tratamento dos dados. Essa análise identifica as coocorrências entre as palavras e suas conexões, gerando uma estrutura visual a partir da coesão lexical do corpus textual (Klamt; Santos, 2021). Camargo e Justo (2021) sugerem que na seleção de palavras para essa análise, não selecionar as palavras com as maiores frequências, pois elas já estão inter relacionadas com o tema que gerou esse material textual, nem escolher as palavras com baixa frequência, com intuito de melhorar a visibilidade do gráfico gerado. Por isso, foram retiradas as quatro primeiras mais repetidas (“passeio”, “Recife”, “cidade” e “Roderick”) e escolhidas as palavras com frequência superior a 15.

Conforme a figura 6, é possível perceber os agrupamentos formados a partir das palavras “história”, “conhecer” e “recomendar”, indicando três dimensões específicas e suas conexões em torno de cada uma, dispostas graficamente nas ramificações.

FIGURA 6: ANÁLISE DE SIMILITUDE



FONTE: Dados da pesquisa (2025)

A primeira dimensão, representada pelo termo “história” abrange as referências históricas e culturais que os participantes descrevem durante os roteiros, as quais são mediadas pelo guia de turismo, Roderick. Os comentários frequentemente exaltam a riqueza das informações fornecidas, que vão além de dados tradicionais sobre os atrativos, englobando também aspectos do modo de vida dos habitantes, curiosidades e a visita a locais não convencionais em roteiros turísticos tradicionais, como exposto no seguinte comentário:

Eu nunca tinha ido pra Recife antes e posso dizer que fazer o bike_tour foi a melhor maneira de conhecer a história da cidade. Me senti super segura tendo o Roderick como guia, que fez todo o nosso passeio em inglês, para que nossos amigos do Canadá também pudessem aproveitar. Recomendo super esse passeio se você quiser ter um novo olhar da cidade, curtindo uma brisa e gastando uma energia que faz bem para o ambiente. (Comentário nº

175, Janeiro, 2020)

Esse cenário corrobora com Derman e Keles (2023), pois a atividade de cicloturismo promove conexões com a cultura e modo de vida local, como também a descoberta de lugares fora do circuito turístico convencional, como afirmam Gonçalves Júnior *et al.* (2016).

Essa dimensão, apresenta ramificação com a palavra “experiência”, que remete às sensações e percepções dos usuários em relação ao passeio. A participação em roteiros de bicicleta no Recife proporciona um “novo olhar” sobre a cidade, uma vez que o ciclismo permite a observação de detalhes e situações inacessíveis por outros modais de transporte. Essa experiência é vivenciada por turistas brasileiros e internacionais, bem como por moradores do Recife, que relatam ter redescoberto a cidade.

O Bike_tour oferecido pela La_Ursa_Tours é a melhor experiência em Recife. São três horas de pura imersão na história da cidade e tudo visto por um olhar muitíssimo diferente daquele que se tem pela janela do ônibus (ou van) de um city tour. Parabéns, La_Ursa_Tours! Parabéns, Roderick! Seu passeio é massa!! (Comentário nº 197, Julho, 2019)

Além disso, outra ligação existente é com a palavra “Olinda”. Destaca-se que o roteiro ocorre em ambas as cidades, destacando o aprendizado sobre a cultura e a história relacionadas ao carnaval local. Devido ao seu caráter de sítio histórico e suas vias inclinadas, parte significativa do percurso em Olinda é realizada a pé. Essas dimensões ratificam que o cicloturismo urbano permite enxergar a cidade por novas perspectivas, como afirma Nilsson (2019), além de vivenciar o lugar de forma personalizada (Panosso Netto; Gaeta 2010).

Na segunda dimensão, tem como destaque o verbo “conhecer” que está intrinsecamente ligado à experiência imersiva vivenciada pelos participantes. Expressões como “maravilhoso”, “excelente”, “incrível” e “massa” (gíria local para algo muito bom) representam a percepção expressa nos comentários. Muitos descreveram o conhecimento adquirido sobre a cidade de forma detalhada e agradável, ressaltando ainda o benefício do exercício físico e do bem-estar proporcionados pelos roteiros. Esta avaliação de um turista internacional demonstra isso:

Este passeio de bicicleta é uma ótima maneira de ver a cidade e conhecer pessoas. Roderick era um guia muito bom e sabia muitas coisas sobre a cidade. Eu definitivamente recomendo esse passeio se você quiser ir a lugares que talvez não vá sozinho (Tradução dos autores). (Comentário nº 29, Maio, 2018)

Meng e Han (2018) afirmam que o cicloturismo promove uma experiência imersiva, focada no ambiente do entorno, resultando em sensações de superação de desafios e um estado mental de prazer. Diante disso, os autores também alegam que os participantes desses roteiros fazem recomendações a outras pessoas, já que suas experiências foram muito positivas, conforme será abordado adiante.

Por fim, a última dimensão tem como destaque a palavra “recomendar”. Essa expressão está presente na maioria das avaliações, evidenciando um alto nível de satisfação com a participação nos roteiros de bicicleta. A condução do guia é amplamente elogiada por sua forma de apresentar a cidade, sua simpatia, fluência em inglês e atenção dedicada aos participantes. O termo “seguro”, presente nas ramificações da análise de ocorrências, refere-se à sensação de segurança experimentada pelos participantes, tanto em relação aos locais visitados quanto à facilidade de pedalar sem a necessidade de preparo físico intenso.

Para você que gosta de andar de bicicleta. Esse é o melhor Passeio em Recife e Olinda. Saia do tradicional e conheça as cidades de uma forma integrada. Melhor guia de turismo. Melhores ciclofaixas. Super seguro e extremamente produtivo. Um passeio que com certeza mudará sua forma de conhecer as cidades. Parabéns ao Guia e a empresa. Em um país como o nosso onde o turismo é abusivo. Esta empresa dá um exemplo de ética e desenvolvimento sustentável. Gratidão por conhecer pessoas como vocês!!! (Comentário nº 231, Junho, 2018)

Há algum tempo, fiz o rolê da Lua e amei, mas ficava receosa em fazer o do Antigo, porque há muito não andava de bike e ainda sem preparo físico. Tomei coragem esse final de semana e foi uma experiência incrível. Roderick deu todas as dicas pra o passeio ficar mais leve fisicamente, além de acrescentar curiosidades que mesmo sendo da cidade, não sabia. Recomendo demais!!! Fizemos os 10km totalmente de boas. (Comentário nº 47, Julho, 2023)

Em relação a condução dos guias de turismo, Chen (2024) destaca que esse profissional é de extrema importância na construção da experiência positiva de cicloturistas, já que promove uma relação humanizada com os participantes. Abreu e Santos (2021) revelam que é necessário ter uma boa infraestrutura turística para o desenvolvimento do cicloturismo nos destinos, e com as avaliações destacadas acima, pode-se perceber a boa infraestrutura da cidade para a atividade, como também a sensação de segurança relatada pelos turistas.

Como observado, as três principais dimensões expostas pelo Iramuteq estão relacionadas ao aspecto da vivência e da infraestrutura do passeio, revelando um cunho histórico e educacional, com um bom nível de satisfação por parte dos turistas.

4.2 Classificação dos comentários a partir da abordagem da economia da experiência

A teoria da economia da experiência apresenta quatro dimensões propostas: entretenimento, escapista, educacional e estético (Pine e Gilmore, 1999). Com base nos comentários, é possível observar a presença de comentários que refletem essas dimensões.

A dimensão do entretenimento é evidente nos aspectos relacionados à participação em uma atividade de lazer urbano. Isso inclui a contemplação de espaços turísticos e bairros menos convencionais em rotas de agências tradicionais, como o bairro de Brasília Teimosa, uma faixa litorânea na zona sul que conecta a Praia do Pina

ao centro da cidade. Esse comentário de um turista alemão destaca a sua visão sobre o passeio: “Passeio de bicicleta super descontraído por Recife. Roderick conhece o caminho e aprendi muito sobre a cidade e as pessoas daqui. Eu recomendo o passeio! (Comentário nº 1, Agosto, 2024). Além desse, outro participante afirma que:

O Tour com a La_Ursa foi uma excelente oportunidade de conhecer mais Recife, belezas e história de uma maneira leve e divertida. Passamos por toda orla, que é uma delícia e depois mais sobre a história no centro histórico, que é ótimo para conhecer mais da história e cultura. O passeio é possível fazer mesmo para quem não anda sempre de bike. E Rode ainda dá dicas de bares, restaurantes, museus. Recomendo muito! (Comentário nº 41, Novembro, 2023)

Em relação à dimensão educacional, constatou-se que os participantes relatam o amplo aprendizado sobre a cultura e a história dos pontos visitados. Este tipo de roteiro oferece informações que transcendem os dados tradicionais dos atrativos, aprofundando-se em detalhes da geografia urbana, curiosidades, dicas sobre comidas e bebidas tradicionais, e destacando espaços de lazer frequentados pela população local.

Definitivamente recomendo o bike_tour com a La_Ursa. Fiz o trajeto de Recife a Olinda e foi uma experiência incrível. Não somente pelo trajeto único que só a bicicleta oferece em tempos de tantos automóveis, mas todo o contexto histórico, paciência, condução e atenção do Roderick fizeram toda a diferença. Aprendi muito, e vejo os locais por onde passamos sob um novo olhar, muito mais especial. Um dia que guardarei para sempre na memória e no coração. Aproveitem! (Comentário nº 50, Junho, 2023)

A contemplação e imersão no ambiente visitado, sem a intenção de modificá-lo ou gerar impactos, refere-se à dimensão estética. É relevante ressaltar que alguns comentários abordaram o caráter sustentável desse modal na atividade turística e de lazer, enfatizando a contribuição dos participantes para a promoção de um turismo mais consciente ao optarem por roteiros de bicicleta.

É um passeio que nos leva para além da história de Recife, para uma percepção sobre nós, sobre esse percurso, sobre esse lugar, sobre toda essa ancestralidade, toda essa história que nos envolve e nos faz pensar sobre estar ali. É sobre se ambientar, sobre entender os caminhos que essa cidade entrega, sobre os caminhos que essa cidade nos propõe, não só pelas ruas que a gente passa, mas também pelas histórias que ela carrega. Histórias tão bem entregues pelo Roderick, que nos fazem sentir parte desse lugar. Amei, foi um passeio incrível, recomendo para todas as pessoas que querem viver Recife. (Comentário nº 3, Agosto, 2024)

A categoria escapista não foi evidenciada nos comentários analisados, uma vez que o roteiro possui locais e horários de início e fim definidos, limitando a sensação de fuga completa. A participação interativa também não se mostrou um fator perceptível, pois os participantes predominantemente visitam, contemplam e aprendem sobre os espaços, sem cocriar ativamente a experiência junto ao anfitrião, La Ursa Tours.

Analisando esta seção, nota-se que a prática do cicloturismo, promovido pela agência de receptivo La Ursa Tours, contribui fortemente para uma experiência turística que busca valorizar o patrimônio natural, cultural e histórico de dois importantes destinos: Recife e Olinda. Os relatos dos turistas evidenciam uma prática sustentável, imersiva, educacional e interativa com o território. Com isso, a última seção contém as principais considerações e implicações da pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma pesquisa sobre o cicloturismo no Recife/PE, baseada em avaliações da La Ursa Tours no Tripadvisor e analisada pelo software Iramuteq, confirmou a crescente importância desta prática como uma forma de turismo sustentável e experiencial. A análise dos comentários revelou três eixos principais: “história”, “conhecer” e “recomendar”. A dimensão “história” destacou a valorização das informações culturais que proporcionam um “novo olhar” sobre Recife e Olinda; “conhecer” enfatizou a imersão e o bem-estar dos participantes; e “recomendar” indicou alta satisfação, atribuída à qualidade dos guias e à percepção de segurança da infraestrutura cicloviária.

Os relatos dos usuários refletiram as dimensões da economia da experiência de Pine e Gilmore (1999): entretenimento (lazer urbano), educação (conhecimento aprofundado) e estética (contemplação da paisagem e conexão com a sustentabilidade). Apenas a dimensão escapista não foi identificada, devido aos itinerários definidos dos roteiros. A conclusão é que o cicloturismo promovido pela agência se apresenta como uma alternativa eficaz ao turismo de massa, proporcionando uma vivência imersiva que integra história, cultura, interação comunitária e atividade física sustentável, como evidenciado pelo aumento de avaliações positivas.

Por fim, os achados do estudo contribuem para o entendimento de novas práticas turísticas e fornecem subsídios para o desenvolvimento de estratégias de crescimento do setor no Brasil. No entanto, a pesquisa teve limitações, restringindo-se a uma análise bibliográfica e documental. Desta forma, sugere-se que investigações futuras sejam conduzidas no campo prático, com ênfase na gestão pública e nas agências que atuam no segmento, para compreender empiricamente como essas relações se estabelecem.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- ABREU, V. H. S.; SANTOS, A. S. O cicloturismo como atividade sustentável. In: SALDANHA, L.; SOUZA, H. A. S.; DECASTRO, J.; BALASSIANO, R. (Orgs.). **III Encontro para o Desenvolvimento do Cicloturismo: Governança para Desenvolvimento Regional**. Rio de Janeiro: COPPE-UFRJ, 2021. p. 168–186. Disponível em: <https://planett.com.br/wp-content/uploads/2021/10/AC-2021.08.pdf>. Acesso em: 29 maio 2025.
- AMARAL, F., TIAGO, T., TIAGO, F.; KAVOURA, A. Tripadvisor comments: what are they talking about? **Dos Algarves. A Multidisciplinary E-journal**, Algarve, PT, v. 26, n. 2, p. 47-67, 2015.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Ed. Revista e Ampliada. São Paulo: Edições 70 Brasil, 2011.
- BIKE SHARE MAP. **Mapa de compartilhamento de bicicletas**. Disponível em: <https://bikesharemap.com/recife/#/12.45811337908044/-34.8694/-8.0485/>. Acesso em: 27 maio 2025.
- BOSQUETTI, M.A. Reflexões sobre o cicloturismo urbano: um olhar sobre Copenhague, Dinamarca e Florianópolis, Brasil. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 13, n. 3, p. 1011-1037, 2025. DOI: 10.21680/2357-8211.2025v13n3ID39836
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Governo federal estrutura trilhas de longo curso e desenvolve cicloturismo no país**. 10 de jan. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2021/08/governo-federal-estrutura-trilhas-de-longo-curso-e-desenvolve-cicloturismo-no-pais>. Acesso em: 5 jun. 2025.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de aventura: orientações básicas**. Brasília: MTur, 2010.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ**. 22. nov. 2021. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>. Acesso em 15 maio 2025.
- CHEN, L. -H. Pedaling beyond ratings: A data-driven quest to Unravel the determinants of guided bicycle-tour satisfaction. **Tourism Management**, v. 103, n. 104906, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104906>
- COELHO, A. M. **Fatores críticos de sucesso e desenvolvimento estratégico**

em um destino turístico: a região turística Uva e Vinho e a economia da experiência. 2007. 125 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/3291>. Acesso em: 5 jun. 2025.

COUPER, M. P. Web Surveys a review of issues and approaches. **Public Opinion Quarterly**, v. 64, p. 464-494, 2000.

CSIKSZENTMIHALYI, M.; LEFEVRE, J. Optimal experience in work and leisure. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 56, n. 5, p. 815–822, 1989. DOI. 10.1037/0022-3514.56.5.815.

DERMAN E., KELES, H. A Conceptual Evaluation of Cycling Tourism in the Context of Sustainable Tourism. **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, v. 11, n. 2, p. 1382-1394, 2023. DOI. 10.21325/jotags.2023.1248.

DEUS, F. M. L.; EDRA, F. P. M. Cenário do cicloturismo brasileiro: publicações, divulgações e roteiros. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 192–225, maio/ago. 2023.

DICKINGER, A. The trustworthiness of online channels for experience - and goal-directed search tasks. **Journal of Travel Research**, v. 50, n 4, p. 378-391, 2010.

DURAN, E.; SEVINÇ, F.; HARMAN, S. Cycle Tourism as an Alternative Way of Tourism Development in Çanakkale, Turkey. **Journal of Awareness**, v. 3, n. 4, 2018. doi:10.26809/joa.2018445552

FILIERI, R.; ALGUEZAUI, S.; MCLEAY, F. Why do travelers trust Tripadvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. **Tourism Management**, 51,174-185, Dez. 2015. DOI. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.007>

GONÇALVES JÚNIOR, L.; CORRÊA, D. A.; CARMO, C. S.; TORO-ARÉVALO, S. T. Diarios de bicicleta: processos educativos vivenciados en la Ruta de las Emociones. **Estudios Pedagógicos**, Valdivia, v. 42, n. 1, p. 323–337, 2016.

GRAVARI-BARBAS, M.; GRABURN, N. Imaginarios turísticos. **Via. Tourism Review**, n. 1, 2012.

HADDAWAY, N. R.; COLLINS, A. M.; COUGHLIN, D.; KIRK, S. The role of Google Scholar in evidence reviews and its applicability to grey literature searching. **PloS one**, v. 10, n 9, p. 1-17, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Panorama**

Recife. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/recife/panorama>. Acesso em: 16 maio 2025.

INTERNATIONAL INSTITUTE FOR ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (IIED). **Recife: a bicicleta como ferramenta pelo direito à cidade em comunidades de baixa renda.** Disponível em: <https://www.iied.org/pt-br/recife-bicicleta-como-ferramenta-pelo-direito-cidade-em-comunidades-de-baixa-renda> Acesso em: 5 de abr. 2025

KASTENHOLZ, E.; MARQUES, C.; CARNEIRO, M. J.; LIMA, J. Estimular a experiência turística sensorial num destino rural enoturístico: o caso de Favaios/Portugal. In: **X CITURDES: Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible**. 2016. p. 611-624.

KLAMT, L. M; SANTOS, V. S. O uso do software IRAMUTEQ na análise de conteúdo - estudo comparativo entre os trabalhos de conclusão de curso do ProfEPT e os referenciais do programa. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 4, e8210413786, 2021.

LA URSA TOURS. **Tours.** Disponível em: <https://www.laursatours.com/tours-1>. Acesso em: 27 maio 2025.

LA URSA TOUS. **Passeio de bicicleta com turistas e o guia La Ursa Tours.** [Fotografia] Recife, 20 ago. 2024. Facebook: @laursatours, Disponível em: <https://web.facebook.com/photo.php?fbid=827144812854713&set=pb.100066776050316.-2207520000&type=3> . Acesso em: 15 mai. 2025.

LA URSA TOUS. **Passeio de bicicleta pelo Recife com turistas.** [Fotografia] Recife, 13 dez. 2022. Facebook: @laursatours, Disponível em: <https://web.facebook.com/photo.php?fbid=484060020496529&set=pb.100066776050316.-2207520000&type=3>. Acesso em: 15 mai. 2025.

LAMONT, M. Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism. **Journal of Sport & Tourism**, v. 14, n. 1, p. 5–23, 2009.

LEUNG, D.; LAW, R.; HOOFF, H. V.; BUHALIS, D. Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 1-2, n. 30, p. 03-22, 2013.

LITVIN, S. W.; GOLDSMITH, R. E.; PAN, B. Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. **Tourism management**, v. 29, n. 3, p. 458-468, 2008.

MOBILIDADOS. **Percentual da população próxima da infraestrutura cicloviária.** Disponível em: https://mobilidados.org.br/indicadores/2/?r=Recife&t=Percentual_da_populacao

_proxima_da_infraestrutura_ciclovitaria. Acesso em: 15 maio 2025.

MENDES-FILHO, L.; MILLS, A. M.; TAN, F. B.; MILNE, S. Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 35, n. 4, p. 425-436, 2018.

MENG, B.; HAN, H. Multiple attributes of cycling tourism in travelers' decision-making process. **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, v. 20, n. 3, p. 317-338, 2018.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

NILSSON, J. H. Urban bicycle tourism: path dependencies and innovation in Greater Copenhagen. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 27, n. 11, p. 1648-1662, 2019. doi :10.1080/09669582.2019.1650749

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. (org.). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

PARRA FILHO, D; SANTOS, J. A. **Metodologia Científica**. Cengage Learning, 2011.

PAUPITZ, A. **Pesquisa: Perfil do Cicloturista Brasileiro**. Clube de Cicloturismo. 2008. Disponível em: <https://www.clubedecicloturismo.com.br/artigos-1/53-pedalando/24-pesquisa-o-perfil-do-cicloturista-brasileiro> . Acesso em 15 de maio de 2025.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage**. (1 ed.). Boston, MA: Harvard Business School Press, 1999.

PLANETT. NÚCLEO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE TRANSPORTES E TURISMO. **Cenário do Receptivo do Cicloturismo**. 2019. Disponível em: <https://planet.com.br/receptivo-do-cicloturismo/>. Acesso em 15 de maio de 2025.

RECIFE. Prefeitura Municipal. Autarquia de Trânsito e Transporte Urbano do Recife (CTTU). **Malha Cicloviária do Recife**. Disponível em: <http://dados.recife.pe.gov.br/ne/dataset/malha-ciclovitaria-do-recife#:~:text=O%20Conjunto%20de%20dados%20cont%C3%A9m,funcionam%20aos%20domingos%20e%20feriados>. Acesso em: 15 maio 2025.

SARTORI, A. Ciclismo e cicloturismo em Santa Catarina (Brasil): características, motivações e interesses. **Podium**, v. 10, n. 2, p. 24-53, 2021.

SCHMITT, B. H. **Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brands**. New York: Free Press, 1999.

Disponível em: <https://archive.org/details/experientialmark0000schm>. Acesso em: 5 jun. 2025.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 22^a ed. São Paulo: Cortez, 2013.

SILVA, J. M. **As tecnologias do imaginário**. 3^a ed. Porto Alegre: Sulina, 2020

SUNDBO, J.; SØRENSEN, F. Introduction to the experience economy. In: SUNDBO, J.; SØRENSEN, F. (Eds.). **Handbook on the experience economy**. Edward Elgar Publishing, 2013, p. 1-19. <https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007>

TEIXEIRA, C. A.; EDRA, F. P. M. Cicloturismo: origem e conceito da palavra a partir de Koselleck. **Revista Turismo, Visão e Ação**, v. 22, n. 2, p. 318-333, mai./jun. 2020.

TRIPADVISOR. **Sobre o Tripadvisor**. Disponível em: <https://Tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>. Acesso em 15 maio 2025.

TRIPADVISOR. **La Ursa Tours - Recife**. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g304560-d13799558-Reviews-La_Ursa_Tours-Recife_State_of_Pernambuco.html. Acesso em 15 maio 2025.

XIANG, Z.; WANG, D.; O'LEARY, J. T.; FESENMAIER, D. R. Adapting to the internet: trends in travelers' use of the web for trip planning. **Journal of travel research**, v. 54, n. 4, p. 511-527, 2015.