

## Percepções sobre Um Paraíso – Uma Análise a partir do Olhar do Visitante do Parque Estadual da Ilha Grande (PEIG) e de seus Atrativos

*Perceptions about Um Paraíso – An Analysis from the View of the Visitor of Ilha Grande State Park (PEIG) and its Attractions*

*Percepciones sobre Um Paraíso – Un Análisis desde la Mirada del Visitante del Parque Estadual Ilha Grande (PEIG) y sus Atracciones*

Ítalo de Paula Casemiro<sup>1</sup>  
Bruno Francisco Teixeira Simões<sup>2</sup>  
Camila Maria dos Santos Moraes<sup>3</sup>  
Natália Talita Araújo Nascimento<sup>4</sup>  
Gustavo Yuhō Endo<sup>5</sup>

---

Este artigo foi recebido em 23 de junho de 2022 e aprovado em 15 de setembro de 2023

---

**Resumo:** Destinos turísticos remetem a diversas representações e imagens em seus visitantes, sendo que, as diferentes experiências que cada visitante terá serão determinantes para o estabelecimento das percepções sobre os atrativos visitados. A presente pesquisa de cunho descritivo com abordagem mista e fundamentada na teoria das representações sociais objetivou apreender as representações de visitantes sobre alguns dos principais atrativos da região do Parque Estadual da Ilha Grande (PEIG), localizado no litoral do Estado do Rio de Janeiro. A pesquisa analisou 4885 avaliações on-line sobre as experiências de visitantes do PEIG disponibilizadas no site TripAdvisor entre os anos de 2015 e 2020, com o auxílio da Classificação Hierárquica Descendente através do software IRaMuTeQ. Os resultados revelam que o olhar do visitante, de modo geral, é um olhar positivo, revelando a centralidade da oferta de serviços, formas de acesso e dos elementos que compõem o cenário natural de cada atrativo, destacando-se elementos únicos destes. Os resultados demonstram que neste destino de natureza, as experiências dos turistas são centradas num posicionamento contemplativo, demonstrando um envolvimento cognitivo marginal com o ambiente natural.

**Palavras-chave:** Área protegida. Imaginário. Ilha Grande. Representações sociais. Rio de Janeiro.

**Abstract:** Tourist destinations refer to different representations and images in their visitors, and the different experiences that each visitor will have will be decisive in establishing perceptions about the visited attractions. This descriptive research with a mixed approach and based on the theory of social representations, aimed to understand visitors' representations of some of the main attractions in the Ilha Grande State Park (PEIG) region, located on the coast of the State of Rio de Janeiro. The research analyzed 4885 online reviews about PEIG visitor experiences on the TripAdvisor website between 2015 and 2020, with the help of Descending Hierarchical Classification, using the IRaMuTeQ software. The results reveal that the visitor's view, in general, is positive, revealing the centrality of the service offering, forms of access and the elements that make up the natural setting of each attraction, highlighting unique elements of these. The results demonstrate that, in this nature destination, tourists' experiences are centered on a contemplative position, demonstrating a marginal cognitive involvement with the natural environment.

**Key words:** Protected area. Imaginary. Ilha Grande. Social representations. Rio de Janeiro.

**Resumen:** Los destinos turísticos refieren diferentes representaciones e imágenes en sus visitantes, y las diferentes experiencias que tendrá cada visitante serán decisivas para establecer percepciones sobre los atractivos visitados.

---

<sup>1</sup>**Formação/curso:** Graduado em Gastronomia. **Instituição:** UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - UNIRIO, Rio de Janeiro – RJ, Brasil. **E-mail:** italopc12@gmail.com.

<sup>2</sup>**Formação/curso:** Graduado em Estatística. **Instituição:** UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - UNIRIO, Rio de Janeiro – RJ, Brasil. **E-mail:** bruno.simoes@uniriotec.br.

<sup>3</sup>**Formação/curso:** Graduada em Turismo. **Instituição:** UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - UNIRIO, Rio de Janeiro – RJ, Brasil. **E-mail:** camila.moraes@unirio.br.

<sup>4</sup>**Formação/curso:** Graduada em Administração. **Instituição:** UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA - UNIR, Guajará-Mirim – RO, Brasil. **E-mail:** natalia.araujo@unir.br.

<sup>5</sup>**Formação/curso:** Graduado em Administração. **Instituição:** UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA - UNOESTE, Presidente Prudente – SP, Brasil. **E-mail:** gustavo\_endo@yahoo.com.br.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuho Endo

Esta investigación descriptiva, con enfoque mixto y basada en la teoría de las representaciones sociales, tuvo como objetivo comprender las representaciones de los visitantes sobre algunos de los principales atractivos de la región del Parque Estadual Ilha Grande (PEIG), ubicado en la costa del Estado de Río de Janeiro. La investigación analizó 4885 reseñas en línea sobre las experiencias de los visitantes de PEIG disponibles en el sitio web de TripAdvisor entre 2015 y 2020, analizadas con la ayuda de la Clasificación Jerárquica Descendente utilizando el software IRaMuTeQ. Los resultados revelan que la opinión del visitante, en general, es positiva, revelando la centralidad de la oferta de servicios, las formas de acceso y los elementos que conforman el entorno natural de cada atractivo, destacando elementos singulares de estos. Los resultados demuestran que, en este destino de naturaleza, las experiencias de los turistas se centran en un posicionamiento contemplativo, demostrando un compromiso cognitivo marginal con el entorno natural.

**Palabras Clave:** Área protegida. Imaginario. Ilha Grande. Representaciones sociales. Rio de Janeiro.

## **1 Introdução**

Áreas protegidas (AP) são territórios criados no intuito de conservar determinados recursos da biodiversidade, mas não apenas exclusivamente (DUDLEY; STOLTON, 2008; MARENZI; LONGARETE, 2018). Apesar da sua finalidade primeira de conservação da natureza, estes territórios são destinados a diversos fins, e o uso público é um deles. A promoção de atividade turísticas e recreativas é um importante uso de AP, especialmente no caso de parques. Os parques são uma categoria de AP, que visam proteger processos ecológicos em grande escala, além de espécies e ecossistemas característicos do território. Estes espaços também fornecem base para pesquisas científicas, atividades educativas, recreativas e de visitação (DUDLEY, 2008).

Ao mesmo tempo em que oferecem a visitação e a conservação, os parques também precisam encontrar formas de estimular o vínculo entre indivíduos e o meio ambiente. Assim, a integração com a dinâmica sociocultural e ambiental do local, e o conhecimento sobre as percepções dos atores envolvidos neste processo, tais como os visitantes, é de suma importância (GARCIA et al., 2018). Mas, apesar de muitos estudos terem sido realizados para compreender as motivações e perfis de visitantes de AP (GHAZVINI et al., 2020), ainda são poucos os estudos versando sobre como os visitantes relatam suas experiências em tais ambientes após a visitação.

Neste estudo, será adotada a perspectiva dos visitantes, para investigar sobre as suas experiências em diferentes atrativos de uma AP. A pesquisa irá centrar suas análises nos atrativos do Parque Estadual da Ilha Grande - PEIG, uma importante região de conservação da natureza e de exploração da atividade turística localizada no litoral do Estado do Rio de Janeiro. Especificamente, objetiva-se apreender as representações de visitantes sobre alguns dos principais atrativos da região do PEIG. Deste modo, busca-se responder a seguinte questão: como as representações dos atrativos

emergem nas experiências de visitantes do PEIG e quais aspectos caracterizam tais atrativos, no ponto de vista destes?

O PEIG possui diversos atrativos, sendo em sua maioria praias, o que revela diferentes aspectos do turismo na natureza. Estes atrativos permitem comparar as experiências dos visitantes em relação ao contato com o ambiente de natureza. Para realizar tal comparação utiliza-se da análise textual mista, com base em experiências postadas on-line no site TripAdvisor por visitantes de atrativos do PEIG entre os anos de 2015 e 2020.

Ao estudar as experiências de visitantes, ainda há uma concentração de estudos utilizando métodos como entrevistas, questionários e escalas, que em sua maioria são predefinidas e nem sempre contemplam as percepções consideradas importantes (TORAL et al., 2018). Métodos estruturados podem não revelar sentimentos e emoções profundas vivenciadas pelos visitantes, assim, técnicas não estruturadas permitem que os respondentes descrevam livremente com suas palavras as experiências, além de fornecerem um conteúdo mais rico (BIGNE et al., 2020). Desta forma, por contemplar avaliações espontâneas de visitantes em destinos, o site TripAdvisor disponibiliza um conjunto de dados criados de forma aberta pelos seus usuários e com uma variedade de informações.

Além disso, outro aspecto que justifica a presente pesquisa, como afirmam Hall e Frost (2009 *apud* LAI et al., 2013) e Jamal e Stronza (2009), é a necessidade de mais estudos sobre a representação da natureza e suas experiências, expressa pelas partes interessadas de AP associadas à prática do turismo, uma vez que, por meio da análise da percepção sobre um determinado território, pode-se compreender os distintos significados atribuídos pelos visitantes à natureza presente nestes locais.

## **2 Marco Teórico**

### **2.1 Conteúdo on-line gerado pelo turista**

O termo “Conteúdo Gerado pelo Usuário – CGU” (do inglês *User Generated Content - UGC*), refere-se a qualquer forma de conteúdo, como imagens, vídeos ou textos publicados por usuários mediante plataformas on-line (FATANTI; SUYADNYA, 2015). Exemplos típicos de CGU incluem conteúdos oriundos de mídias sociais e sites como Instagram, Facebook, TripAdvisor e YouTube, que disponibilizam uma série de mecanismos para que os próprios usuários divulguem seus conteúdos por meio destas plataformas.

As mídias sociais são cada vez mais relevantes como parte das práticas de turismo e afetam destinos e negócios (MUNAR; JACOBSEN, 2014). Do ponto de vista dos operadores de um

determinado destino, o CGU permite entender mais sobre como os turistas pensam e se sentem no pós-viagem (CHUA; BANERJEE, 2015). O CGU, no contexto do turismo, é fortemente identificado como um conteúdo confiável e como uma importante fonte de informações para turistas (HUERTA-ÁLVAREZ et al., 2020), assim como uma fonte de informações confiáveis e válidas para gestores e pesquisadores (LU; STEPCHENKOVA, 2015), uma vez que o CGU auxilia no entendimento das experiências e opiniões dos turistas sobre destinos e atrativos (MIRZAALIAN; HALPENNY, 2021).

Os turistas desempenham um papel essencial no processo de criação de valor por meio do uso de CGU e, não por acaso, o CGU tem implicações importantes para a indústria do turismo, pois este influencia o comportamento do turista, bem como a imagem e o desempenho do destino (GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ et al., 2021). Para Huang, Zhu e Yao (2021), o CGU é uma estratégia de compartilhamento de conhecimento, sentimentos e experiências durante e após uma viagem, refletindo a cognição revisada dos usuários da imagem de um destino. Ao mesmo tempo, o CGU é um meio de se construir a imagem de um destino por meio de uma experiência vivenciada por determinados indivíduos.

O turismo é um tipo de atividade baseado na experiência (CHANG, 2018). Esta natureza experiencial do turismo, juntamente com a evolução tecnológica e a disposição dos turistas em compartilhar informações, criaram as condições para os turistas aprenderem por meio da experiência de um grupo grande e diverso de pessoas (VOLO, 2010), especialmente pelo compartilhamento de experiências por meio de sites especializados e mídias sociais.

## **2.2 Experiência do Turista em Destinos Baseados na Natureza**

Os turistas viajam por muitos motivos diferentes e o desejo de vivenciar o ambiente natural e a oportunidade de participar de diferentes atividades na natureza é um dos motivos apresentados por muitos turistas para viajar para um destino com tal apelo (KIM et al., 2015). Os turistas esperam ter experiências diversas e únicas durante a viagem, que os enriqueçam e que os lembrem por um período prolongado. Inclusive, experiências memoráveis e duradouras são cruciais para suas futuras tomadas de decisão (KIM; RITCHIE; TUNG, 2010).

As experiências turísticas são um construto complexo, com muitas dimensões e nomenclaturas, e difíceis de se mensurar (PACKER; BALLANTYNE, 2016; ZHANG; WU; BUHALIS, 2018). Tais experiências são construídas em diferentes momentos, envolvendo o antes, o durante e o pós-viagem, mas a maioria das experiências memoráveis ocorrem após o término da viagem (PARK; SANTOS, 2017). Segundo Lu et al. (2015), a autenticidade percebida e o envolvimento dos turistas em atividades no destino são um dos meios de se formatar a imagem do destino, pois o envolvimento dos turistas

está positivamente associado à satisfação destes, sendo que a imagem é o elemento que medeia a relação entre a autenticidade percebida e a satisfação.

Experiências baseadas na natureza geram um sentimento de volta à natureza do homem; desta maneira, há uma busca por autenticidade em experiências deste tipo. Estas experiências podem envolver a busca por entretenimento, isto é, a busca por aventura e diversão na natureza, mas também pode ser uma fonte de sensações e buscar um novo estado de ser que é diferente da vida normal, além de estimular os sentidos dos viajantes, suas reações cognitivas, emocionais e comportamentais (CURTIN; KRAGH, 2014).

Áreas protegidas, como os parques, têm tido um crescimento na procura nos últimos anos, resultado, em parte, do desejo de visitantes em desfrutar experiências recreativas e prazerosas em locais onde há ricos atributos naturais (BIGNE et al., 2020). De acordo com Packer e Ballantyne (2016) a interface entre a experiência dos visitantes e encontros com a natureza são bem diversas e envolvem muitos aspectos, sejam eles sensoriais, restauradores, introspectivos (por exemplo, a contemplação e reflexão), emocionais (como a surpresa ou alegria), espiritual (por exemplo, a comunhão com a natureza) ou cognitivo (aprendizagem e descoberta, por exemplo) entre outras. Proposições semelhantes foram apontadas por Stoleriu et al. (2019).

Os turistas que participam de experiências baseadas na natureza ao entrarem em contato com o ambiente natural, inclusive, tornam-se mais propensos a atuar de forma ecologicamente correta (NEKMAHMUD; FEKETE-FARKAS, 2020). Através da experiência direta, os turistas podem desenvolver um maior sentimento valorativo pela natureza e vida selvagem que encontram nessas experiências (KULARATNE et al., 2021).

### **2.3 A construção da imagem de um destino**

As experiências em um determinado destino são essenciais para a construção de uma imagem sobre este. A imagem de destino é tida como uma construção multidimensional, que inclui a cognição/percepção e aspectos afetivos (GARTNER, 1996). A cognição pode ser observada por meio das crenças ou informações que os turistas têm sobre os atributos do destino, incluindo o ambiente natural, cultural e experiências associadas ao destino (VALLE et al., 2012).

O imaginário é algo que diz respeito tanto ao indivíduo quanto ao coletivo. Os indivíduos por conta de um fluxo contínuo de afetos, desejos e representações produzem símbolos, formas e figuras. O afeto, por exemplo, diz respeito aos sentimentos de um indivíduo em relação a um objeto; tal afeto

pode ser favorável, desfavorável ou neutro (FISHBEIN, 1967 *apud* PIKE; RYAN, 2004). Coletivamente, o imaginário é compartilhado por um coletivo impessoal e anônimo (CASTORIADIS, 1982).

A imagem de um destino trata de um conjunto de crenças, impressões, benefícios e atributos de um destino, tendo como base um conjunto de informações que o turista processou de várias fontes (ZHANG *et al.*, 2014). A imagem desempenha um papel importante nos processos de tomada de decisão dos turistas, desde o planejamento da viagem até o pós-visita (MIRZAALIAN; HALPENNY, 2021). Além disso, a imagem de um destino turístico é um valor intangível, que valoriza aspectos internos e externos de uma região (HUANG; ZHU; YAO, 2021). Tais imagens são relevantes no contexto do turismo, por ser uma forma de transpor a representação de uma determinada área na mente de potenciais visitantes, dando-lhes uma ideia preliminar de um destino (FAKEYE; CROMPTON, 1991).

#### **2.4 A Teoria das Representações Sociais (TRS): usos na pesquisa sobre turismo em Áreas Protegidas (AP)**

A Teoria das Representações Sociais (TRS) foi desenvolvida por Serge Moscovici (1961) como uma estrutura para explicar a compreensão do pensamento social por diferentes grupos (SOUSA; SOUZA, 2021). Trata-se de uma teoria do conhecimento cotidiano, do senso comum; examina crenças compartilhadas socialmente, que permitem que as pessoas se comuniquem, interajam e se comportem de forma abrangente (MOSCOVICI, 2012).

Apesar de ter ganhado notoriedade por meio dos estudos de Moscovici e seus seguidores, como Denise Jodelet e Jean Claude Abric, a TRS nasceu do conceito de representações coletivas de Émile Durkheim. A ideia de representação em Durkheim (1970; 1987), remete ao conhecimento de algo externo, que só é possível por meio de representações, sejam elas individuais ou coletivas, pois é através de representações que interagimos (TOMEI, 2013). Para Durkheim, "o segmento mais abrangente do mundo empírico é a experiência coletiva" (PINHEIRO FILHO, 2004, p. 153). A partir das proposições de Durkheim, Moscovici (2001) dá dinamicidade ao conceito de representações coletivas, com sua proposta de representações sociais.

A finalidade das representações sociais é "classificar os eventos da vida social segundo uma grade de interpretação grupal, permitindo ações relativas a esses acontecimentos" (WACHELKE; CAMARGO, 2007, p. 381). As representações sociais se prestam a dar forma e categorizar objetos, pessoas ou acontecimentos, envoltos em imagens, linguagem ou cultura que são oriundos de representações de determinados grupos (BERTONI; GALINKIN, 2017).

As representações sociais também são modalidades de conhecimento, que auxiliam os indivíduos a tornar algo estranho como familiar. Segundo Moscovici (2012, p. 46), as representações sociais “ocupam uma posição curiosa, em algum ponto entre conceitos, que têm como seu objetivo abstrair sentido do mundo e introduzir nele ordem e percepções, que reproduzam o mundo de uma forma significativa”. Deste modo, “as representações sociais podem ser entendidas como “linhas cognitivas” no sentido de que resumem as orientações para o que as pessoas fazem e o que eles observam e pensam do mundo em torno delas” (PEARCE et al., 2015, p. 26). Pode-se notar essa forma de conhecimento por meio de três dimensões, a saber: a atitude que expressa uma orientação em relação a determinado objeto; a informação, que remete ao conhecimento sobre o objeto da representação, que pode ser diversificado, preciso ou estereotipado e; finalmente, o campo da representação, que corresponde ao conjunto de informações organizadas e estruturadas sobre o objeto (MOSCOVICI, 2012).

Para Farsari (2018, p. 3), no contexto do turismo, a TRS pode ser usada para “vincular a cognição individual à compreensão e construção social”. Na literatura internacional, é possível encontrar alguns casos do uso das TRS em estudos no campo do turismo, para diferentes finalidades (ver: FARSARI, 2018; MORAIS et al., 2018; ATZORI et al., 2019).

Um exemplo de estudo em AP utilizando a TRS foi o de Moraes et al. (2018). Numa investigação com visitantes no Parque Nacional de Iona (Angola), encontraram dois tipos diferentes de representações entre visitantes: (1) visitantes que consideram a visita uma oportunidade de aprendizado, mas que tendem a exibir baixa consciência ambiental e social; e (2) visitantes que consideraram a visita como uma oportunidade de aprendizado, mas também como um processo em que a sustentabilidade e normas devem ser mantidas. Na literatura nacional, há alguns estudos sobre as representações sociais de AP, tais como os estudos de Pimentel e Magro (2011) no Parque Estadual da Serra da Tiririca e de Freitas (2014) no Parque Natural Municipal da Freguesia, ambos no Estado do Rio de Janeiro.

### **3 Metodologia**

A presente pesquisa apresenta uma abordagem mista – qualitativa e quantitativa (CRESWELL, 2010). Para alcançar o objetivo proposto, foi realizada uma investigação a partir do conteúdo gerado pelo usuário, por meio das avaliações feitas por visitantes do Parque Estadual da Ilha Grande - PEIG e de seus atrativos no site TripAdvisor. O PEIG foi criado através do Decreto nº 15.273 de 28 de junho

de 1971, demarcado pelo Decreto nº16.067 de 4 de junho de 1973 e disposto pelo Decreto nº 2061 de 25 de agosto de 1978 (INEA, 2013).

### **3.1 Coleta de dados**

Os dados (*corpus textuais*) para análise neste estudo foram diretamente coletados por meio de avaliações feitas por usuários do site TripAdvisor que visitaram o PEIG e seus principais atrativos, conforme indicado pelo INEA - Instituto Estadual do Ambiente (ver: <http://parquestaduais.inea.rj.gov.br/inea/peig.php>).

O site TripAdvisor foi escolhido por sua relevância, quantidade de usuários e volume de comentários que mobiliza, além do fato das informações postadas pelos turistas serem públicas, o que facilita o processo de coleta. Como a maior comunidade virtual do mundo de turismo, o site oferece mais de 435 milhões de avaliações e opiniões, com 280 postadas a cada minuto (TRIPADVISOR, 2019). O uso de dados disponíveis em plataformas como o TripAdvisor, além da riqueza de conteúdo que possuem, trata-se de dados que podem ser coletados remotamente, de forma relativamente simples e com baixo custo, além de poderem ser empregados para diversos tipos de investigação (MOTA; PICKERING, 2020).

Para a obtenção dos dados, foram seguidos alguns passos. Inicialmente foi feita a delimitação do período de coleta de dados, no qual foram coletados dados referentes ao período de 2015 a 2020, no intuito de captar percepções que sejam mais atuais. Posteriormente à identificação e delimitação do período de análise, procedeu-se a extração dos dados. Os dados foram extraídos no site TripAdvisor durante o segundo semestre de 2021 por meio do *web scraping* WebHarvy.

As avaliações postadas pelos usuários neste site compreendem, além do próprio comentário sobre o local visitado, outros elementos tais como nome do usuário, local de origem, entre outras informações. No entanto, para esta pesquisa foram coletados apenas nome do usuário, comentário/experiência, título do comentário e ano de publicação. Os dados brutos coletados podem ser acessados em <https://doi.org/10.7910/DVN/LBZW8Z>.

Ao todo foram obtidos 4885 comentários/experiências (Quadro 1), que foram organizadas em planilhas no software *Microsoft Excel* 2013. Vale lembrar que análises baseadas em texto em grande escala são meios interessantes para demonstrar a importância de aspectos específicos, na forma como viajantes veem um determinado destino (MCKENZIE; ADAMS, 2018).



**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

**Quadro 1** – Avaliações sobre os Principais Atrativos do PEIG

<b>Atrativo</b>	<b>Número de Avaliações Disponíveis em 16/10/2021</b>	<b>Número de Avaliações Coletadas entre 2015 e 2020 e percentual de amostragem (%)</b>	<b>Link de Acesso</b>
<b>Praia Preta</b>	952	550/57,77	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g2305625-d4059322-Reviews-Preta_Beach-Vila_do_Abraao_Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g2305625-d4059322-Reviews-Preta_Beach-Vila_do_Abraao_Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Praia de Lopes Mendes</b>	5726	2116/36,95	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d548420-Reviews-Lopes_Mendes_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d548420-Reviews-Lopes_Mendes_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Praia do Caxadaço</b>	646	382/59,13	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d4056690-Reviews-Caxadaco_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d4056690-Reviews-Caxadaco_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Praia de Dois Rios</b>	1121	588/52,45	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d548425-Reviews-Dois_Rios_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d548425-Reviews-Dois_Rios_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Praia de Parnaioca</b>	356	202/56,74	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d4056684-Reviews-Parnaioca_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d4056684-Reviews-Parnaioca_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Praia do Aventureiro</b>	1145	627/54,76	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d4056695-Reviews-Aventureiro_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d4056695-Reviews-Aventureiro_Beach-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Cachoeira da Feiticeira</b>	345	192/55,65	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303489-d4035399-Reviews-Cachoeira_da_Feiticeira-Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303489-d4035399-Reviews-Cachoeira_da_Feiticeira-Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>
<b>Pico do Papagaio</b>	790	228/28,86	<a href="https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d1752263-Reviews-Pico_do_Papagaio-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html">https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303497-d1752263-Reviews-Pico_do_Papagaio-Ilha_Grande_Angra_Dos_Reis_State_of_Rio_de_Janeiro.html</a>

Fonte: TripAdvisor (2021).

Visando zelar pela integridade ética da pesquisa, mesmo sendo um estudo que se utiliza de informações de caráter público, além de seguir as diretrizes da Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2016), a referida pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética

em Pesquisa da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro com o número de protocolo CAAE 46770821.0.0000.5285. Além disso, o estudo seguiu as recomendações da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (BRASIL, 2018).

### **3.2 Análise de dados**

Após a coleta dos dados, procederam-se as análises qualitativas e quantitativas. A análise das avaliações foi feita seguindo as orientações de Song, Park e Ryu (2017) acerca do uso de dados do site TripAdvisor e, dentre elas, houve a exclusão de avaliações de baixa qualidade. Por exemplo, uma das avaliações foi retirada, por se tratar de um apelo de um visitante que perdeu seu telefone durante um passeio, estando, assim, fora do escopo da pesquisa.

A estrutura das representações sociais, na qual se buscou verificar as conectividades entre seus elementos, no caso, dentre as percepções dos visitantes manifestada por meio de suas avaliações no *TripAdvisor*, foi elaborada por meio das análises suportadas pelo software *IRaMuTeQ* (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), versão 0.7 alpha 2, um software gratuito e com fonte aberta, desenvolvido por Pierre Ratinaud (RATINAUD; MARCHAND, 2012).

Para o desenvolvimento das análises suportadas pelo *IRaMuTeQ*, foram seguidas as instruções contidas nos manuais do referido software. Na preparação do corpus textual foi utilizado o software *Microsoft Word 2013*, no qual os textos passaram por diferentes tratamentos, buscando ajustes e correções na escrita (desde correção de erros de digitação e pontuação, a uniformização das siglas e a junção de palavras compostas, por exemplo, o termo “praia\_preta”, pois sem este formato o *IRaMuTeQ* faz a leitura do texto como se fossem duas palavras distintas), mas sempre se atentando para a manutenção do conteúdo de cada avaliação.

O *IRaMuTeQ* trabalha com o conceito de corpus, que é o conjunto texto que se pretende analisar. Um conjunto de textos constitui um corpus de análise (CAMARGO; JUSTO, 2013a). Para esta pesquisa foi utilizado o tratamento de dados conhecido como Método da Classificação Hierárquica Descendente-CHD. Com este método, segundo Reinert (1990), os segmentos de texto são classificados de acordo com seus vocabulários e o conjunto destes é organizado em função das formas reduzidas, com o auxílio de teste de qui-quadrado, no qual é possível obter uma classificação estável e definitiva. As classes geradas por meio da CHD representam o contexto de sentido das palavras e acabam por ajudar a demonstrar as representações ou os elementos de representações sobre determinado objeto social em foco (CAMARGO; JUSTO, 2013b). O *IRaMuTeQ* trabalha com a criação de um dicionário de palavras, e utiliza-se do método estatístico inferencial do qui-quadrado ( $\chi^2$ ), além do nível de significância,

forma a revelar a força associativa entre as palavras e a sua respectiva classe. Quanto menor o valor do qui-quadrado, menor é a relação entre as variáveis (OLTRAMARI; CAMARGO, 2010).

## **4 Resultados**

Nesta seção, são analisadas as diferentes formas nas quais os visitantes relatam suas experiências em torno dos atrativos do PEIG. Inicia-se utilizando o recurso da CHD, em que são apresentados os resultados para cada atrativo investigado. Destaca-se que nas figuras indicadas a seguir, constam apenas termos que atingiram um valor  $p$  de  $p < 0,0001$ . Esse valor identifica o nível de significância da associação do segmento de texto contendo a palavra com a classe.

### **4.1 Praia Preta**

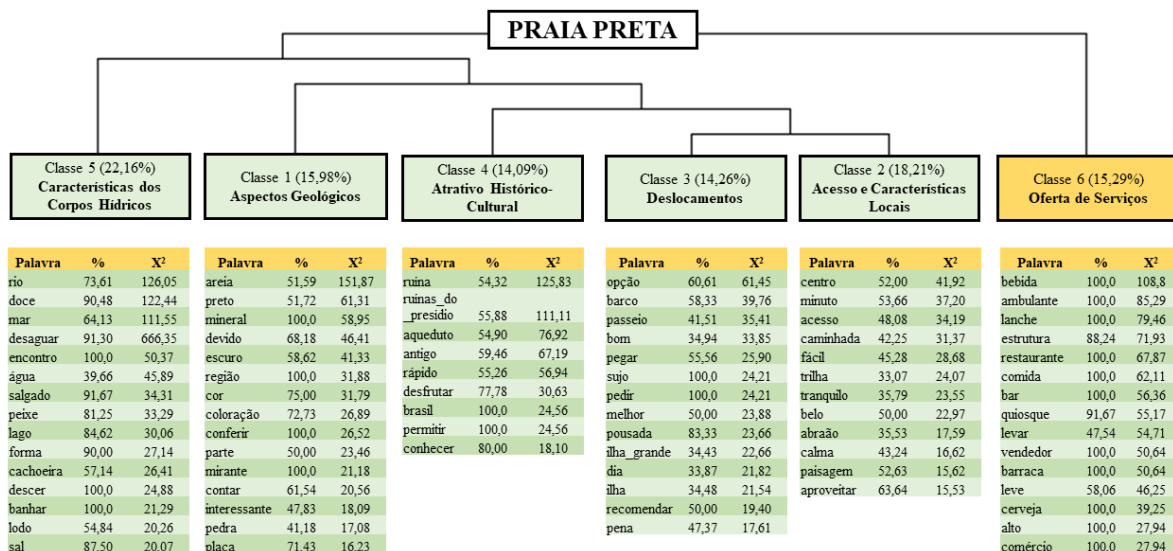
Para o conjunto de experiências tratadas sobre a Praia Preta, foram analisados 699 segmentos de texto (ST), restando 83,26% desse total, que formaram seis classes.

A Praia Preta está localizada no que se considera o Circuito do Abraão, que contempla outros atrativos, como as ruínas do Lazareto do Abraão (construído em 1884) que posteriormente se tornou a Colônia Penal Cândido Mendes (SANTOS, 2007) e o Aqueduto (construído em 1893). Estes atrativos históricos surgem de forma muito clara nas percepções dos visitantes (Figura 1), até por serem atrativos muito próximos desta praia. Sobre este aspecto cabe chamar a atenção para o potencial do geoturismo e do turismo cultural na Ilha Grande, como apontado por Farias et al. (2017). Por meio de um inventário dos patrimônios histórico-culturais e geológico-geomorfológicos da Vila de Abraão, estes autores notaram um bom potencial para o turismo, mas um certo estado de abandono. Ou seja, há um potencial para exploração do turismo geológico local, que fica evidente nas percepções dos visitantes (Figura 1), mas faltam ações em prol deste viés turístico.

**PERCEÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

**Figura 1 – CHD do Atrativo Praia Preta**



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

Algo que era de se esperar, trata-se da característica geológica que dá nome ao atrativo: Praia Preta. A coloração da areia e a presença de rochas e pedras chama a atenção visual neste atrativo, e isso se reflete nos relatos dos visitantes, como pode ser notado pelos termos mais frequentes da Classe 1. A presença de minerais como quartzo biotita (escura), magnetita (preta e magnética), ilmenita (preta e metálica), entre outras (CEADS, 201-), dá um aspecto diferenciado na área desta localidade, com uma tonalidade escura. O comentário a seguir ilustra a experiência do visitante deste atrativo:

Compensa muito fazer essa pequena **trilha** que também leva as **ruínas** de Lazareto. A **coloração** da **areia** se deve aos **minerais** de **pedras** do local. Não é **sujeira**. E além de tudo as **águas** são **calmas** e tem um **rio** com **águas** límpidas que corta a **praia** (Experiência publicada em 2 de fevereiro de 2016).

Características dos recursos hídricos (Classe 5) deste ambiente também emergem nas falas dos turistas. Nesta região, há alguns atrativos como a Cachoeira Poção do Abraão, que forma uma espécie de lago que desemboca no mar. Como pode ser observado na Figura 1, os visitantes destacam a Classe “Acesso e Características Locais” como fatores que se sobressaem nesta localidade, como a tranquilidade e a calma proporcionadas por esse ambiente. Talvez essa calma seja em parte

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

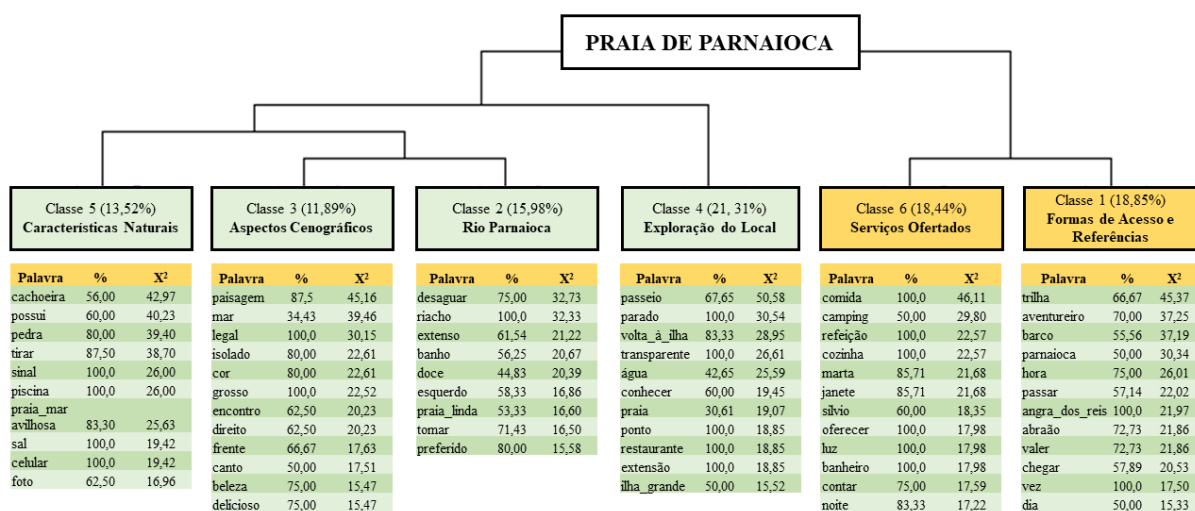
proporcionada por ser um espaço onde o mar não é agitado, como ocorre em outras praias da Ilha Grande.

Outra Classe que emerge trata dos “Deslocamentos” em torno deste ambiente, isto é, a questão da estadia e locomoção. Aspectos em torno da oferta de serviços oferecidos no local também são relatados, tais como a oferta de alimentação, na qual se destaca o comércio ambulante (Classe 6). Claramente, nota-se pela Figura 1, que as experiências dos visitantes giram em torno de dois conjuntos de elementos: oferta de serviços e os elementos característicos do local, que são dois elementos centrais para a experiência turística, pois influenciam na escolha de serviços e na imagem do destino.

**4.2 Praia de Parnaiooca**

Para este corpus foram analisados 291 segmentos de texto (ST), retendo 83,85% desse total, que formaram seis classes. Na Praia de Parnaiooca, por meio das falas dos visitantes, foi possível notar que emergiram classes sobre as características naturais do local, sobre elementos que são singulares neste atrativo, como o encontro do rio com o mar (Figura 2). Neste mesmo sentido, a beleza cênica do atrativo (Classe 3) é ressaltada nas falas, assim como as formas de acesso e oferta de serviços (Classes 1 e 6).

**Figura 2 – CHD do Atrativo Praia de Parnaiooca**



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

A oferta de serviços, muitas delas vinculadas ao turismo de base comunitária (TBC), emergem fortemente nas falas dos turistas. Vale lembrar que a proposta do TBC é o desenvolvimento em escala

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuho Endo

local e centrado nos recursos endógenos das comunidades (FABRINO et al., 2017). Cabe destacar o estrito diálogo que esta atividade tem com a proposta do ecoturismo e práticas sustentáveis, especialmente em AP (ICMBio, 2018). A participação do TBC em Parnaioca pode ser notada por meio do seguinte relato:

Passei o fim\_de\_semana, natureza deslumbrante e intocável, fiquei no **camping da Janete** que tem ótima infraestrutura, lugar para quem quer paz, o acesso é por **barco** ou **trilha** [...], no fim da **praia** tem e encontro do rio com o **mar**, se quer paz e sossego seu lugar é aqui. (Experiência publicada em 9 de março de 2020).

As referências ao acesso à Praia de Parnaioca também são destacadas nas falas (Classe 1). Outro elemento muito característico de Parnaioca que surge numa das classes é a ocorrência na extremidade oeste do Rio Parnaioca, que forma uma pequena lagoa na praia (Classe 2).

#### **4.3 Praia de Lopes Mendes**

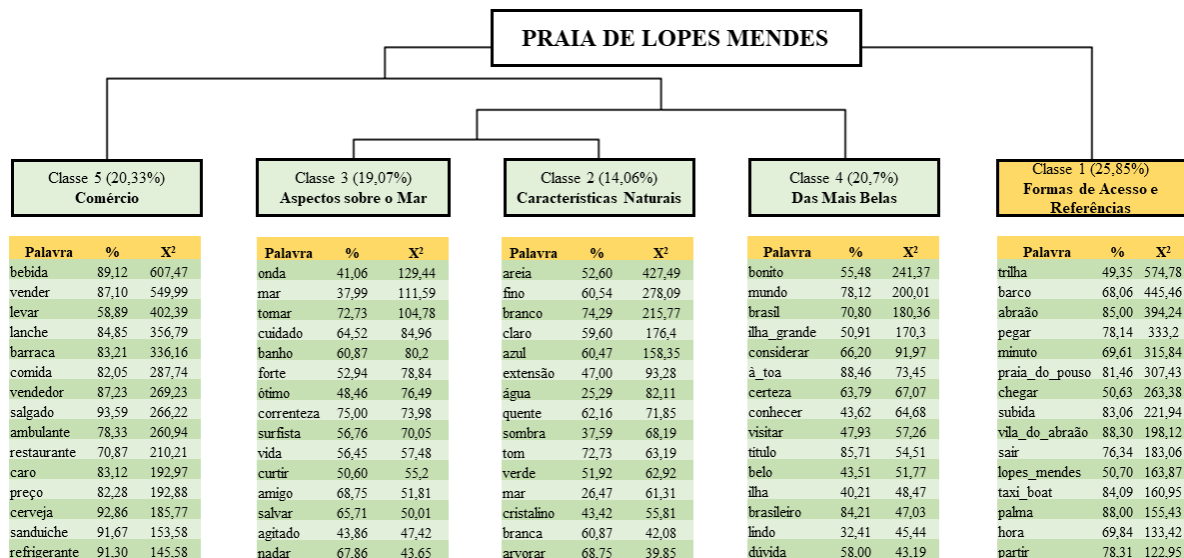
Lopes Mendes é a praia mais famosa da Ilha Grande. Talvez, parte dessa fama venha do reconhecimento que esta praia tem como uma das mais belas do mundo, segundo alguns prêmios, como o *Travellers' Choice* promovido pela TripAdvisor (G1 Rio, 2017), aspecto este que emerge nas falas dos visitantes (Figura 3). As características do ambiente, como a coloração da água e da areia, também emergem fortemente nas falas dos visitantes (Classe 2), assim como as características do mar, que por ser agitado, requer cuidados dos banhistas, sendo ideal para a prática do surfe (Classe 3).

Para este corpus foram analisados 3254 segmentos de texto (ST), retendo 82,85% desse total, formando cinco classes.

**PERCEÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

**Figura 3 – CHD do Atrativo Praia de Lopes Mendes**



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

Na seguinte fala pode-se notar o encantamento do turista com a praia e sua beleza cênica, assim como o reconhecimento dessa beleza (Classe 4):

Com certeza uma das **praias** mais **belas** que já conheci. Ampla faixa de **praia de areia branca** e  **fina**, sombra das árvores, **água cristalina**, temperatura perfeita, ondas na medida certa, simplesmente perfeita (Experiência publicada em 14 de janeiro de 2019).

O comércio local, predominantemente ambulante, também é algo que aparece de forma notória na Classe 5, assim como surgiu na análise anteriormente apresentada da Praia Preta, demonstrando a participação deste tipo de comércio na região. Também se observa falas sobre as formas de acesso e pontos de referência (Classe 1):

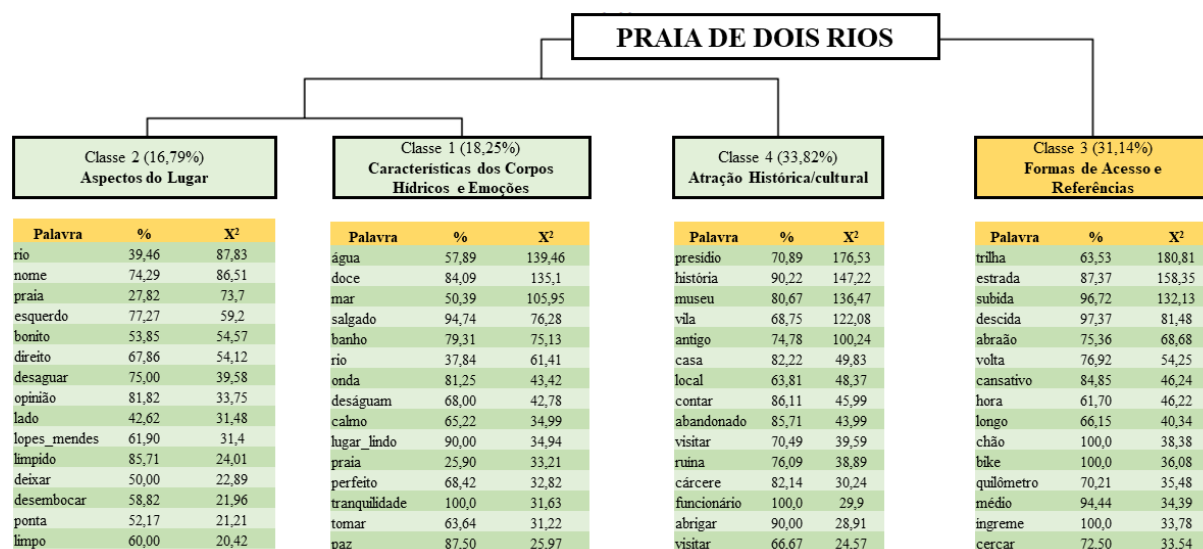
Paraíso em forma de praia.... Super acessível depois de **pegar** um **barco** e uma **trilha** pequena e de fácil acesso. Não há muita infraestrutura porque é uma praia distante da **Vila do Abraão**, apenas vendedores de bebidas e biscoitos [...] (Experiência publicada em 3 de outubro de 2017).

#### 4.4 Praia de Dois Rios

Para este corpus foram analisados 1211 segmentos de texto (ST), retendo 73,33% desse total, formando quatro classes. Considera-se o bom aproveitamento da unidade de contexto elementar que atinja um índice de 75% ou mais (CAMARGO; JUSTO, 2013a). Entretanto, autores como Kronberger e Wagner (2002), defendem que 70% das unidades de texto já é um nível aceitável para classificação.

Na análise sobre a Praia de Dois Rios (Figura 4), observam-se concepções que remetem ao nome da localidade: dois rios que deságuam no mar. O cenário de mar, rios, fora a beleza cênica, são aspectos que fazem emergir emoções e sentimentos como tranquilidade e paz na fala dos turistas (Classes 1 e 2).

**Figura 4 – CHD do Atrativo Praia de Dois Rios**



Fonte: Elaborado pelo autor, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

Na localidade ficava o antigo presídio Cândido Mendes e onde suas ruínas permanecem; ademais, há também o Museu do Cárcere, logo, tais elementos são marcantes na experiência dos turistas nesta localidade (Classe 4). O Instituto Penal Cândido Mendes, sediado na Ilha Grande de 1940 a 1994, teve importante papel no processo de turistificação da Ilha Grande, pois a desativação desta instituição foi um dos aspectos que impulsionaram o turismo na região. A visita a este local causa diferentes sensações, que variam do asco à excitação, como notado no estudo de Araújo (2010) e também identificado nos relatos analisados na presente pesquisa:

Essa **praia** tem que ir com tempo não só para aproveitar a **praia**, mas para andar pela cidade onde tem o antigo **presídio**, **casas abandonadas** e os dois\_rios, um de cada



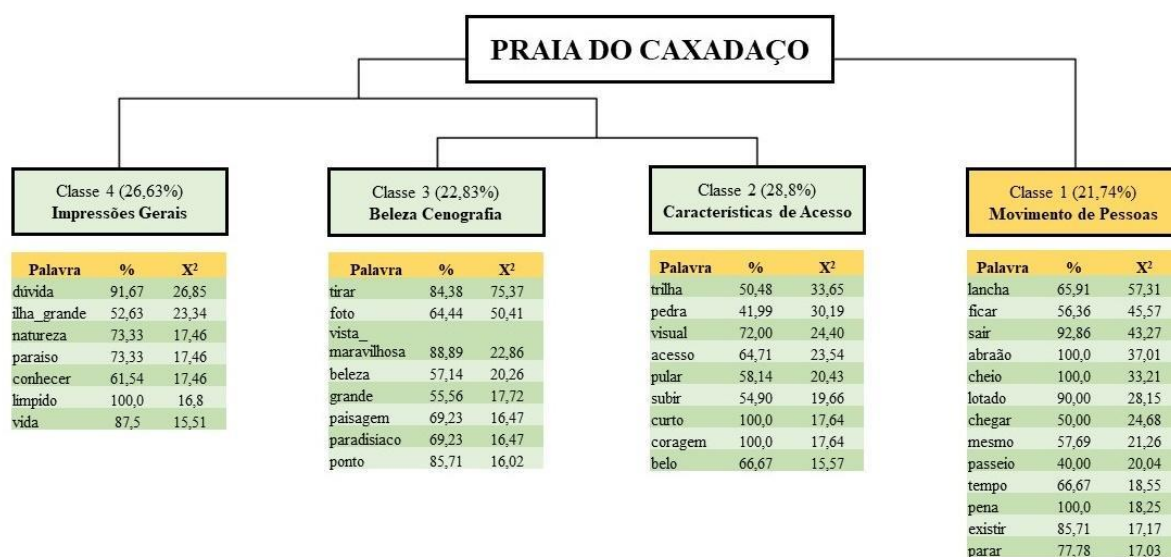
lado da **praia**, esse encontro é maravilhoso. (Experiência publicada em 19 de outubro de 2020).

Neste atrativo, podemos visualizar melhor possibilidades de explorar o turismo histórico-cultural na região. As formas de acesso são como em outros atrativos; uma classe que surge com destaque para a trilha (Classe 3), que é fundamental para o acesso aos diversos atrativos da região.

#### 4.5 Praia do Caxadaço

A beleza cenográfica, como em outros atrativos da Ilha Grande, é algo presente nas falas dos turistas que visitam o Caxadaço (Figura 5). “Paradisiaca”, “vista\_maravilhosa” e “beleza” são adjetivações que surgem nos relatos de suas experiências (Classe 3). Neste corpus, foram analisados 490 segmentos de texto (ST), retendo 75,10% desse total, formando quatro classes.

**Figura 5 – CHD do Atrativo Praia do Caxadaço**



Fonte: Elaborado pelo autor, a partir dos dados do *TripAdvisor* (2021).

O acesso a este atrativo por via terrestre se dá por meio de trilha, como ressaltado pelos turistas (Classe 2). Outra forma de acesso é por meio de passeios em embarcações, característica que surge especialmente no termo “lancha” (Classe 1). Outro ponto é o retrato da movimentação de pessoas neste ambiente, que revela ser um local muito frequentado, tendo em vista que caracterizações como

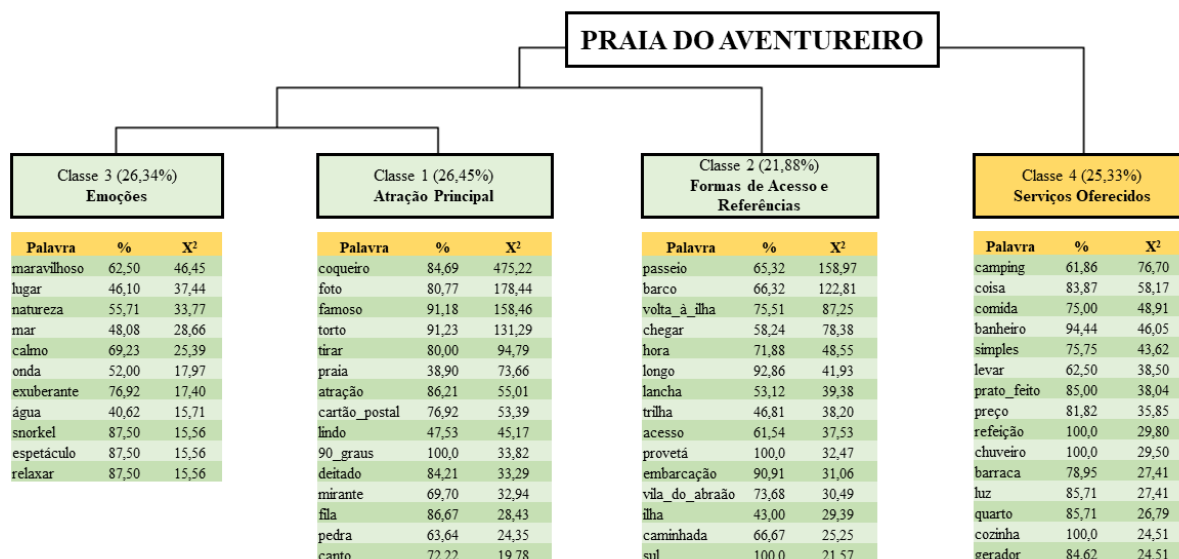
“lotado” e cheio” estão presentes nas falas dos turistas na Classe 1, como pode-se observar no seguinte relato:

Como fizemos o **passeio** de **lança** de volta\_à\_ilha, nos deparamos com uma praia minúscula e **lotada**. Acho que talvez indo de **trilha** seja uma realidade bem diferente, pois foge do horário que todos **chegam** ao mesmo tempo nos **passeios**. (Experiência publicada em 27 de fevereiro de 2020).

#### **4.6 Praia do Aventureiro**

Uma das regiões mais conhecidas da Ilha Grande, localizada na Reserva de Desenvolvimento Sustentável do Aventureiro (RDS-Aventureiro), a Praia do Aventureiro é conhecida por ser um destino onde é praticado o TBC na Ilha Grande (MENDONÇA; MORAES, 2011), especialmente por esta atividade ser desenvolvida por moradores nativos e articular a noção de população tradicional como meio para garantir o direito ao território. Além disso, é uma forma de associar os objetivos da RDS-Aventureiro (Ferreira, 2014). Parte desta característica se reflete na Classe 4 (Figura 6), na qual os serviços oferecidos são ressaltados, como o camping, refeições e espaços para higiene pessoal. Destaca-se que na Classe 4, a expressão “coisa”, é recorrente na fala dos visitantes, para se referirem a necessidade de se levar uma série de itens para o local, diante da falta de infraestrutura ou para indicarem as várias atividades que podem ser feitas no atrativo. Para este corpus foram analisados 1092 segmentos de texto (ST), retendo 82,05% desse total, formando quatro classes.

**Figura 6 – CHD do Atrativo Praia do Aventureiro**



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

Como demonstrado na Figura 7, este atrativo remete a um cenário paradisíaco, que reflete nas diferentes emoções e demonstrações de encantamento dos turistas, como notado por meio de termos como “maravilhoso”, “exuberante” e “espetáculo” aparentes na Classe 3. Tais atributos são proeminentes nas avaliações, conforme observado por meio dos registros lexicais usados. O seguinte relato reflete estas características:

Eu acho umas das mais lindas\_praias. Aventureiro é o verdadeiro **espetáculo** de ilha\_grande. Que paisagem, que **mar**, que clima de **natureza**. Mata e **mar**, lado\_a\_lado. Imperdível. (Experiência publicada em 3 de março de 2017).

Algo que sobressai nas experiências dos turistas é o famoso cartão postal da Praia do Aventureiro : o coqueiro “torto” (Figura 7). O coqueiro é a principal atração do local, inclusive sendo a Classe 1, a mais significativa, refletindo diferentes características sobre este atrativo.

**Figura 7** – Coqueiro “Torto” na Praia do Aventureiro - Ilha Grande-RJ



**Fonte:** Alexandre Futata (*Creative Commons*).

Alguns relatos demonstram a importância do coqueiro, podem ser vistos a seguir:

O **coqueiro deitado** é uma **atração** à parte com **fila** para quem quiser tirar **foto**. vale\_a\_pena conhecer. É um **cartão\_postal**. (Experiência publicada em 27 de fevereiro de 2020).

Com certeza fica nas primeiras posições entre as praias mais bonitas da ilha\_grande. **Água\_azul** cristalina, areia\_branquinha e fina, um **mirante** e o **famoso coqueiro cartão\_postal** da ilha. (Experiência publicada em 15 de setembro de 2018).

Sobre a importância do elemento para a paisagem do aventureiro, cabe inclusive uma questão: o que seria/será da Praia do Aventureiro, sem o seu tão famoso coqueiro?

#### **4.7 Pico do Papagaio**

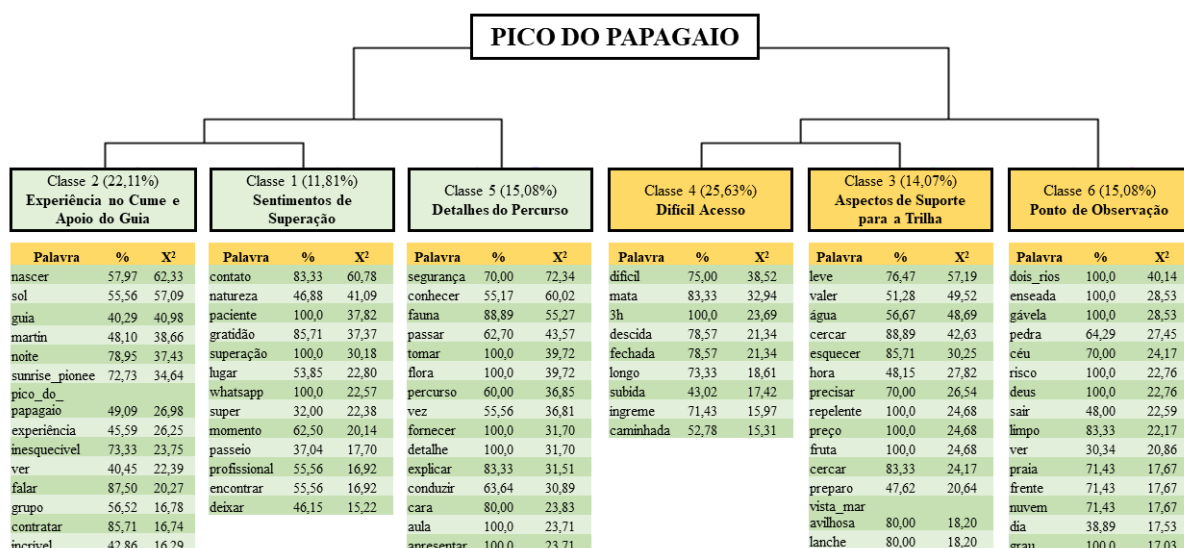
**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
 Bruno Francisco Teixeira Simões  
 Camila Maria dos Santos Moraes  
 Natália Talita Araújo Nascimento  
 Gustavo Yuhó Endo

Como visto até este momento das análises, a grande maioria dos atrativos são praias. A partir de agora, discute-se sobre outros tipos de atrativos, iniciando pelo Pico do Papagaio. Este atrativo, diferentemente dos anteriores, permite que os visitantes do PEIG tenham um ponto de vista privilegiado da Ilha Grande. Para este corpus, foram analisados 427 segmentos de texto (ST), retendo 93,21% desse total, formando seis classes (Figura 8).

Algo que se destaca dentre todos os atrativos analisados, no caso do Pico do Papagaio, é a presença do guia turístico e a sua importância em torno da experiência no atrativo (Classes 1 e 2).

**Figura 8 – CHD do Atrativo Pico do Papagaio**



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

Os relatos dos turistas evidenciam diferentes atributos dos guias, que foram fundamentais para a experiência, como pode ser notado no seguinte depoimento:

Importante fazer a trilha com uma pessoa especializada. A trilha tem um nível **difícil** e sem dúvidas a presença do **guia** foi importantíssima. Um das **experiências** mais **incríveis** e desafiadora que já tive. (Experiência publicada em 30 de setembro de 2020).

Guias ou condutores precisam ter uma boa formação e bom conhecimento sobre o local onde atuam, de modo a transmitir esse conhecimento aos turistas em trilhas guiadas (REGALA, 2013). Sobre

o papel do guia e seu impacto sobre a qualidade da experiência, Carvalho (2016) afirma que o guia possui a função de fornecer informações confiáveis, proporcionar e dar o melhor sentido à viagem, entre outras. Corroborando com Carvalho (2016), Pazini et al. (2017) afirmam que o guia é o profissional que auxilia o turista a usufruir de uma experiência diferenciada e de qualidade no destino; logo, tais aspectos ficam evidentes no caso do Pico do Papagaio.

As Classes 3 e 4 remetem à trilha de acesso ao Pico do Papagaio. As trilhas são um recurso de acesso às áreas naturais, com diferentes possibilidades. Estas podem tanto incentivar o contato das pessoas com a natureza, quanto ser um instrumento de educação ambiental e promoção da saúde (SILVA et al., 2021). Por ser um atrativo que requer um grande esforço físico, por conta da trilha de acesso ao cume, que está a 959 metros de altura (INEA, 2013), esta dificuldade é refletida nas falas, assim como aspectos práticos (dicas) necessários a superar a trilha de acesso (Classe 3). Mas, por outro lado, o sentimento de superação e a recompensa com tal esforço (Classe 1), por exemplo, com a vista privilegiada que se consegue obter do cume, são também outros aspectos que emergem nas falas (Classe 6). Aliás, sobre este último aspecto, também é possível notar os diferentes pontos de vista obtidos no cume do Pico do Papagaio, onde é possível avistar atrativos como a Pedra da Gávea no Rio de Janeiro, o Dedo de Deus na Serra dos Órgãos, entre outros.

Algo frequente nas falas dos turistas e que se aproxima de forma mais direta com o turismo na natureza refere-se ao contato com a fauna e a flora (Classe 5) que, dentre os atrativos analisados, é o único em que estes elementos aparecem de forma significativa.

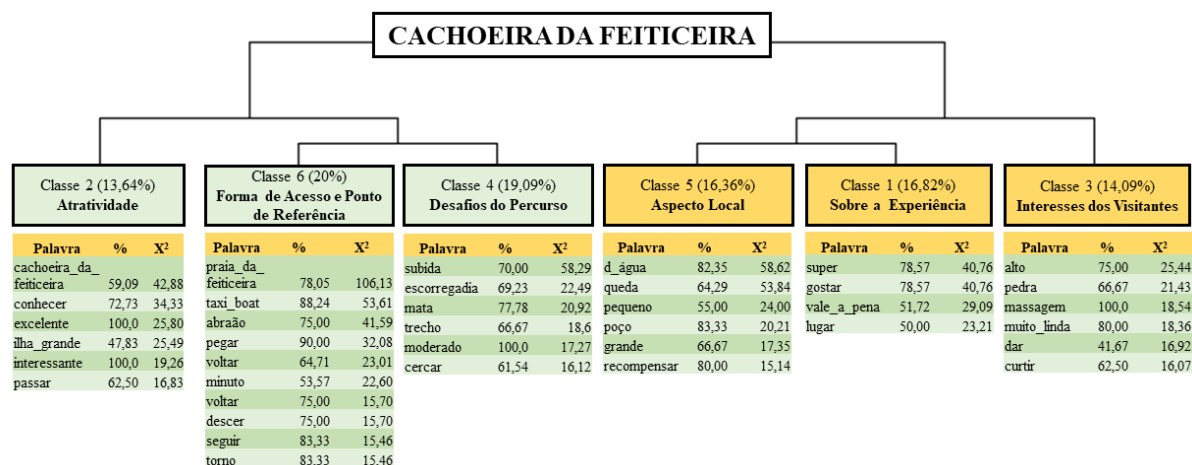
#### **4.8 Cachoeira da Feiticeira**

A CHD da Cachoeira da Feiticeira foi obtida analisando-se 279 segmentos de texto (ST), retendo 78,85% desse total, formando seis classes e revelando dois conjuntos de classes: um referente aos aspectos locais e o interesse/experiência neste atrativo e, outro acerca do acesso e do desafio do percurso (Figura 9). As formas de acesso são tratadas nas falas dos visitantes, referindo-se tanto ao uso do *taxi boat*, como o ponto de partida saindo do Abraão (Classe 6). Características do local, além das sensações e elementos da experiência neste atrativo, são fatores que também emergem nas falas dos visitantes (Classes 1, 3 e 5).

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

**Figura 09 – CHD do Atrativo Cachoeira da Feiticeira**



Fonte: Elaborado pelo autor, a partir dos dados do TripAdvisor (2021).

Com base em 4885 resenhas on-line obtidas no site TripAdvisor, o presente estudo investigou as experiências relatadas por visitantes em diferentes atrativos localizados no PEIG, no intuito de apreender as suas representações. A representação social é um fenômeno coletivo co-construído por indivíduos em suas conversas e ações diárias. Neste sentido, nota-se a similaridade que há entre os diferentes relatos que, em conjunto, constroem uma imagem coletiva sobre as experiências e características de cada atrativo do PEIG que são compartilhadas por um grupo específico, no caso os visitantes.

De modo geral, nota-se pelas CHD feitas de cada atrativo que elas basicamente dividem-se em dois grandes grupos: formas de acesso e serviços oferecidos e características ambientais. Analisando experiências na natureza, por meio de avaliações do TripAdvisor, Stoleriu et al. (2019), na região do Delta do rio Danúbio, os autores observaram que as experiências dos turistas eram predominantemente passivas e visuais. Semelhante ao estudo de Stoleriu et al. (2019), as experiências sensoriais observadas no presente estudo foram as mais observadas e muito centradas na experiência visual, especialmente vinculadas à beleza do cenário local. Da mesma forma, experiências espaço-temporais, caracterizadas pelos deslocamentos, também foram marcantes.

Experiências emocionais e de espanto/admiração foram recorrentes em todos os atrativos, demonstrando um certo maravilhamento dos visitantes, como pode ser notado na frequência de termos como “maravilhoso”, “fantástico”, “inesquecível” e “incrível”. De fato, como já relatado na literatura,

o encontro com a natureza pode gerar reações como admiração, espanto e fascínio (PACKER; BALLANTYNE; BOND, 2018). Estes resultados são congruentes com o que afirmam Hill et al. (2014) sobre encontros com a natureza, os quais promovem interações sensoriais, respostas afetivas e emocionais, como admiração, calma, empatia e antropomorfismo.

Quanto às experiências cognitivas/reflexivas, pode-se notar que elementos que poderiam remeter ao conceito de ecoturismo, como a educação ambiental e a interação com a natureza, são invisibilizados nas experiências dos visitantes. O único atrativo que se aproxima da experiência cognitiva, dentre os analisados, foi o Pico do Papagaio. No caso deste atrativo, deve-se ressaltar a presença do guia, muito frequente nos relatos dos visitantes, demonstrando o seu papel e sua importância. O contexto histórico da Ilha Grande também surge com frequência nos relatos, especialmente na figura do prédio desativado da antiga Colônia Penal Cândido Mendes, revelando a forte ligação de alguns dos atrativos com o passado da região.

Segundo Polli e Kuhnen (2011), a importância de se conhecer as representações sociais de aspectos ambientais reside no fato que este recurso traduz o modo como o sujeito se relaciona com seu entorno. Essas representações ajudam a entender diversas dimensões da realidade, seja ela física, social, cultural ou cognitiva (OLIVEIRA; WERBA, 2003). Tais dimensões apareceram de diferentes maneiras nas experiências em torno dos atrativos do PEIG.

Por fim, a imagem on-line de um destino pode ser entendida como a impressão geral de um turista e a percepção de um destino, a qual é formada especialmente por informações obtidas em mídias, tanto positivas quanto negativas, sobre o destino (LIAN; YU, 2017). No caso analisado, verifica-se uma imagem positiva que pode ser sintetizada numa expressão: “paraíso”.

#### **4 Considerações Finais**

Os resultados apresentados fornecem informações relevantes sobre como os visitantes caracterizam os principais atrativos do PEIG com base nas suas experiências. Os enfoques mais amplamente tratados nas experiências se referem aos componentes cênicos dos atrativos, às características das praias e do mar que banham as praias, além de outros corpos hídricos, questões em torno do acesso e dos serviços oferecidos.

Os resultados demonstram que as experiências nos atrativos do PEIG são de modo geral positivas e centradas no contato com a natureza, com destaque para elementos como o fascínio, que foram proeminentes nas impressões e recomendações dos visitantes. De modo geral, as experiências retratam posições passivas e predominantemente visuais. Dimensões culturais, por exemplo, são sub-



**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhō Endo

representadas nos comentários dos visitantes e limitadas ao patrimônio histórico-cultural, centrado na figura do antigo presídio Cândido Mendes. Como notado, cada atrativo contempla classes diversas, guardando similaridades como aquelas em torno das formas de acesso e serviços ofertados, especialmente por conta de serem atrativos com as mesmas características em alguns casos, como as praias. Mas, diante de todo o potencial do PEIG para proporcionar experiências em torno do turismo baseado na natureza, observa-se que gestores e responsáveis por políticas públicas devem buscar o desenvolvimento de ações que possam promover comportamentos sustentáveis e sensibilizar os visitantes para o cuidado com o meio ambiente.

A partir da análise de cada atrativo selecionado no presente estudo, observa-se que há potencial para o desenvolvimento e fortalecimento de diferentes eixos do turismo, como o turismo geológico, cultural e de base comunitária, revelando a pluralidade do turismo na região do PEIG.

O presente estudo apresenta algumas limitações, que vão desde como os visitantes fazem suas avaliações no site TripAdvisor, os quais muitas das vezes misturam avaliações com críticas e dicas, até as características sociodemográficas e culturais de cada visitante, que não foram exploradas na presente pesquisa. As experiências também se limitaram àquelas relatadas entre os anos de 2015 a 2020 e não foi feita qualquer diferenciação entre as experiências consideradas ruins ou boas. Além disso, por contemplar apenas dados do TripAdvisor, a amostra se limita às opiniões dos usuários do site e não de todos os visitantes do PEIG e seus atrativos. Apesar destes aspectos, considera-se que estes interferiram pouco sobre os resultados apresentados.

O estudo de caráter representacional apresenta uma função heurística, desta forma, lança luz sobre o comportamento social. Assim, conhecendo o conteúdo representacional de visitantes de atrativos do PEIG, pode-se compreender que aspectos e elementos se destacam nas experiências dos visitantes nestes atrativos. Compreender as representações compartilhadas entre os visitantes dos atrativos investigados pode auxiliar em políticas públicas, em campanhas para a conscientização sobre o cuidado com o meio ambiente e para a gestão destes atrativos, assim como nos meios para se proporcionar experiências com maior apelo cognitivo, revelando ao visitante a importância da conservação, de modo a expandir tal aspecto para além do momento da visitação.

Pesquisas futuras podem se debruçar sobre outros canais usados por visitantes para gerar conteúdos sobre o PEIG, como o Instagram. Também é possível explorar as representações entre outros públicos, como estrangeiros e operadores do turismo, e investigar outros recursos, como as fotografias tiradas pelos visitantes em cada atrativo. Inclusive, tais pesquisas poderiam revelar, dentre outras possibilidades, pontos dos atrativos onde há sobrecarga de visitação.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

**Referências**

ARAÚJO, C. D. de. A invenção da Ilha Grande: a influência do Instituto Penal Cândido Mendes na turistificação local. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 10, n. 2, p. 1-12, 2010.

ATZORI, R. et al. The role of social representations in shaping tourist responses to potential climate change impacts: An analysis of Florida's coastal destinations. **Journal of Travel Research**, v. 58, n. 8, p. 1373-1388, 2019.

BERTONI, L. M.; GALINKIN, A. L. Teoria e métodos em representações sociais. In: MORORÓ, L. P.; COUTO, M. E. S.; ASSIS, R. A. M. (orgs). **Notas teórico-metodológicas de pesquisas em educação: concepções e trajetórias** [online]. Ilhéus, BA: EDITUS, 2017, p. 101-122. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/yjxdq>. Acesso em: 14 nov. 2020.

BIGNE, E.; FUENTES-MEDINA, M. L.; MORINI-MARRERO, S. Memorable tourist experiences versus ordinary tourist experiences analysed through user-generated content. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 45, p. 309-318, 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Brasília, DF: Presidência da República; 2018. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm). Acesso em: 26 out. 2021.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. Tutorial para uso do software de análise textual **IRAMUTEQ**. Universidade Federal de Santa Catarina [Internet], 2013a. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>. Acesso em: 26 out. 2020.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais**. **Temas em psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013b.

CARVALHO, A. B. C. **Teorias, técnicas e tecnologias para formação e atuação profissional do guia de turismo** [recurso eletrônico]. Aracaju: IFS, 2016.

CASTORIADIS, C.; REYNAUD, Guy; FORTES, Luiz Roberto. A instituição imaginária da sociedade. In: CASTORIADIS, C. **A instituição imaginária da sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 1982. p. 418-418.

CENTRO DE ESTUDOS AMBIENTAIS E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – CEADS. **Uma breve história geológica da Ilha Grande**. Disponível em: <http://ceads.sr2.uerj.br/ceads-spring-portal/ambientegeologico>. Acesso em: 14 jun. 2021.

CHANG, S. Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. **Tourism Management**, v. 64, p. 55-63, 2018.

CHUA, A. Y. K.; BANERJEE, S. How businesses draw attention on Facebook through incentives, vividness and interactivity. **IAENG International Journal of Computer Science**, v. 42, n. 3, p. 275-281, 2015.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhō Endo

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CURTIN, S.; KRAGH, G. Wildlife tourism: reconnecting people with nature. **Human dimensions of wildlife**, v. 19, n. 6, p. 545-554, 2014.

DUDLEY, N. (ed.). **Guidelines for applying protected area management categories**. Iucn, 2008.

DUDLEY, N.; STOLTON, S. **Defining protected areas: an international conference in Almeria, Spain**. IUCN, 2008.

DURKHEIM, É. **As regras do método sociológico**. 13 ed., São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1987.

DURKHEIM, É. Représentations individuelles et représentations collectives. **Revue de Métaphysique et de Morale**, v. 6, n. 3, 273–302, 1898. Disponível em: [http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim\\_emile/Socio\\_et\\_philo/ch\\_1\\_representations/representations.html](http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/Socio_et_philo/ch_1_representations/representations.html). Acesso em: 14 nov. 2020.

DURKHEIM, É. **Sociologia e filosofia**. Rio de Janeiro: Forense, 1970.

FABRINO, N. H.; NASCIMENTO, E. P.; COSTA, H. A. Turismo de base comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 16, n. 3, 2017.

FAKEYE, P. C.; CROMPTON, J. L. Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. **Journal of travel research**, v. 30, n. 2, p. 10-16, 1991.

FARIAS, A. B. C.; GAMA, S. V. G. da; CHIROL, A. d'Avila. Geoturismo e geonímia na Ilha Grande–Angra dos Reis (RJ): subsídio à visitação pública de Abraão e Saco do Céu. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 17, n. 1, 2017.

FARSARI, I. A structural approach to social representations of destination collaboration in Idre, Sweden. **Annals of Tourism Research**, v. 71, p. 1-12, 2018.

FATANTI, M. N.; SUYADNYA, I. W. Beyond user gaze: How Instagram creates tourism destination brand?. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 211, p. 1089-1095, 2015.

FERREIRA, H. C. H. Turismo comunitário, tradicionalidade e reserva de desenvolvimento sustentável na defesa do território nativo: aventureiro-Ilha Grande/RJ. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 8, n. 2, p. 361-379, 2014.

FISHBEIN, M. E. **Readings in attitude theory and measurement**. New Jersey: Wiley, 1967.

FREITAS, E. S. de. Representações sociais de um espaço florestal: o Parque Natural Municipal da Freguesia (Rio de Janeiro/RJ) como área de lazer. **Pesquisa em Educação Ambiental**, v. 9, n. 2, p. 23-36, 2014.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

G1 RIO. **RJ tem 10 praias no ranking das 25 mais belas do Brasil do prêmio Travellers' Choice.** 2017. Disponível em:

<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/rj-tem-10-praias-no-ranking-das-25-mais-belas-do-brasil-do-premio-travellers-choice.ghtml>. Acesso em: 23 jun. 2021.

GARCIA, L. M.; MOREIRA, J. C.; BURNS, R. Conceitos geográficos na gestão das unidades de conservação brasileiras. **GEOgraphia**, v. 20, n. 42, p. 53-62, 2018.

GARTNER, W. C. **Tourism development: Principles, processes, and policies.** New Jersey: Wiley, 1996.

GHAZVINI, S. A. M.; TIMOTHY, D. J.; SARMENTO, J. Environmental concerns and attitudes of tourists towards national park uses and services. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, v. 31, p. 100296, 2020.

GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ, M. R. *et al.* UGC involvement, motivation and personality: Comparison between China and Spain. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 19, p. 100543, 2021.

HALL, C. M.; FROST, W. 21 The future of the national park concept. **Tourism and National Parks: International Perspectives on Development, Histories, and Change**, v. 14, p. 301, 2009.

HILL, J.; CURTIN, S.; GOUGH, G. Understanding tourist encounters with nature: a thematic framework. **Tourism Geographies**, v. 16, n. 1, p. 68-87, 2014.

HUANG, W.; ZHU, S.; YAO, X. Destination image recognition and emotion analysis: evidence from user-generated content of online travel communities. **The Computer Journal**, v. 64, n. 3, p. 296-304, 2021.

HUERTA-ÁLVAREZ, R.; CAMBRA-FIERRO, J. J.; FUENTES-BLASCO, M. The interplay between social media communication, brand equity and brand engagement in tourist destinations: a n analysis in an emerging economy. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 16, p. 100413, 2020.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE – ICMBio. **Turismo de Base Comunitária em Unidades de Conservação Federais: Princípios e Diretrizes.** 2018.

Disponível em:

[https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/turismo\\_de\\_base\\_comunitaria\\_em\\_uc\\_2017.pdf](https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/turismo_de_base_comunitaria_em_uc_2017.pdf). Acesso em: 10 jun. 2021.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE – ICMBio. **Parque Estadual da Ilha Grande: plano de manejo (fase 2)/resumo executivo.** Rio de Janeiro: INEA, 2013. Disponível em: <http://www.inea.rj.gov.br/wp-content/uploads/2019/01/PEIG-RM.pdf> . Acesso em: 14 jan. 2021.

JAMAL, T.; STRONZA, A. Collaboration theory and tourism practice in protected areas: s takeholders, structuring and sustainability. **Journal of Sustainable tourism**, v. 17, n. 2, p. 169-189, 2009.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

KIM, H. *et al.* Nature-based tourism: motivation and subjective well-being. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 32, n. sup1, p. S76-S96, 2015.

KIM, J.; RITCHIE, J. R.; TUNG, V. W. S. The effect of memorable experience on behavioral intentions in tourism: a structural equation modeling approach. **Tourism Analysis**, v. 15, n. 6, p. 637-648, 2010.

KRONBERGER, N.; WAGNER, W. Palavras-chave em contexto: análise estatística de textos. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002. p. 416-441.

KULARATNE, T. *et al.* Tourists' before and after experience valuations: a unique choice experiment with policy implications for the nature-based tourism industry. **Economic Analysis and Policy**, v. 69, p. 529-543, 2021.

LIAN, T.; YU, C. Representation of online image of tourist destination: a content analysis of Huangshan. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, v. 22, n. 10, p. 1063-1082, 2017.

LU, L.; CHI, C. G.; LIU, Y. Authenticity, involvement, and image: evaluating tourist experiences at historic districts. **Tourism management**, v. 50, p. 85-96, 2015.

LU, W.; STEPCHENKOVA, S. User-generated content as a research mode in tourism and hospitality applications: topics, methods, and software. **Journal of Hospitality Marketing & Management**, v. 24, n. 2, p. 119-154, 2015.

MARCHAND, P.; RATINAUD, P. L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels: les primaires socialistes pour l'élection présidentielle française (septembre-octobre 2011). **Actes des 11eme Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles**. JADT, v. 2012, p. 687-699, 2012.

MARENZI, R. C.; LONGARETE, C. As áreas protegidas no Brasil e os serviços ecossistêmicos ante as inundações: finalidade ou casualidade? **Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía**, v. 27, n. 2, p. 313-322, 2018.

MCKENZIE, G.; ADAMS, B. A data-driven approach to exploring similarities of tourist attractions through online reviews. **Journal of Location Based Services**, v. 12, n. 2, p. 94-118, 2018.

MENDONÇA, T. C. de M.; MORAES, E. de A. de. **O povo de aventureiro e o Turismo de Base Comunitária**. Rio de Janeiro: Ed. da UFRRJ. 2011.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana, na forma definida nesta Resolução. **Diário Oficial da União**, 2016. Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510\\_07\\_04\\_2016.html](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html). Acesso em: 14 nov. 2020.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

MIRZAALIAN, F.; HALPENNY, E. Exploring destination loyalty: Application of social media analytics in a nature-based tourism setting. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 20, p. 100598, 2021.

MORAIS, J. *et al.* Characteristics of Iona National Park's visitors: planning for ecotourism and sustainable development in Angola. **Cogent Social Sciences**, v. 4, n. 1, p. 1490235, 2018.

MOSCOVICI, S. **La psychanalyse, son image et son public**. 2. ed. Paris: Presses Universitaires de France, 1961.

MOSCOVICI, S. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. **As representações sociais**, Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 45-66.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigação em psicologia social**. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MOTA, V. T.; PICKERING, C. Using social media to assess nature-based tourism: current research and future trends. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, v. 30, p. 100295, 2020.

MUNAR, A. M.; JACOBSEN, J. K. S. Motivations for sharing tourism experiences through social media. **Tourism management**, v. 43, p. 46-54, 2014.

NEKMAHMUD, M. ; FEKETE-FARKAS, M. Why not green marketing? Determinates of consumers' intention to green purchase decision in a new developing nation. **Sustainability**, v. 12, n. 19, p. 7880, 2020.

OLIVEIRA, F. O.; WERBA, G. C. Representações Sociais. *In: Psicologia Social Contemporânea*. Livro-texto. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p.104-117.

OLTRAMARI, L. C.; CAMARGO, B. V. Aids, relações conjugais e confiança: um estudo sobre representações sociais. **Psicologia em estudo**, v. 15, n. 2, p. 275-283, 2010.

PACKER, J.; BALLANTYNE, R. Conceptualizing the visitor experience: a review of literature and development of a multifaceted model. **Visitor Studies**, v. 19, n. 2, p. 128-143, 2016.

PACKER, J.; BALLANTYNE, R.; BOND, N. Developing an instrument to capture multifaceted visitor experiences: The DoVE adjective checklist. **Visitor Studies**, v. 21, n. 2, p. 211-231, 2018.

PARK, S.; SANTOS, C. A. Exploring the tourist experience: a sequential approach. **Journal of Travel Research**, v. 56, n. 1, p. 16-27, 2017.

PAZINI, R.; BRAGA, D. C.; GÂNDARA, J. M. G. A importância do guia de turismo na experiência turística: da teoria à prática das agências de receptivo de Curitiba-PR. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 17, n. 2, 2017.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

PEARCE, P. L.; WU, M.; CHEN, T. The spectacular and the mundane: Chinese tourists' online representations of an iconic landscape journey. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n. 1, p. 24-35, 2015.

PIKE, S.; RYAN, C. Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. **Journal of travel research**, v. 42, n. 4, p. 333-342, 2004.

PIMENTEL, D. S.; MAGRO, T. C. The symbolic sphere and social representations of Serra da Tiririca State Park, Rio de Janeiro, Brazil. **Sociedade & Natureza**, v. 23, n. 2, p. 275-283, 2011.

PINHEIRO FILHO, F. A noção de representação em Durkheim. **Lua Nova: revista de cultura e política**, p. 139-155, 2004.

POLLI, G. M.; KUHNEN, A. Possibilidades de uso da teoria das representações sociais para os estudos pessoa-ambiente. **Estudos de Psicologia**, Natal, v. 16, p. 57-64, 2011.

RATINAUD, P.; MARCHAND, P. Application de la méthode ALCESTE à de “gros” corpus et stabilité des “mondes lexicaux”: analyse du “CableGate” avec IraMuTeQ. *In: Actes des 11eme Journées internationales d’Analyse statistique des Données Textuelles* (pp.835–844). 11eme Journées internationales d’Analyse statistique des Données Textuelles. JADT 2012, Liège. 2012.

REGALA, P. S. **Contribuições para o Planejamento Ecoturístico na Trilha da Fumaça por cima, no Vale do Capão** – Parque Nacional da Chapada Diamantina/BA. 2013. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

REINERT, M. Alceste une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia De Gerard De Nerval. **Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique**, v. 26, n. 1, p. 24-54, 1990.

RIO DE JANEIRO. **Decreto Nº40.602**, de 12 de fevereiro de 2007, dispõe sobre ampliação, ratificação e consolidação do Parque Estadual da Ilha Grande. Disponível em: <http://www.pesquisaatosdoexecutivo.rj.gov.br/Home/Detalhe/18785>. Acesso em: 14 nov. 2020.

RIO DE JANEIRO. **Decreto Nº 15.273**, de 26 de junho de 1971, cria o Parque Estadual da Ilha Grande. Disponível em: [https://www.icmbio.gov.br/cepsul/images/stories/legislacao/Decretos/1978/dec\\_2061\\_1978\\_dispoesob\\_reparqueestadual\\_ilhagrande\\_rj\\_revga\\_dec\\_16067\\_1973\\_altr\\_dec\\_15273\\_1971\\_altrd\\_dec\\_2648\\_1979.pdf](https://www.icmbio.gov.br/cepsul/images/stories/legislacao/Decretos/1978/dec_2061_1978_dispoesob_reparqueestadual_ilhagrande_rj_revga_dec_16067_1973_altr_dec_15273_1971_altrd_dec_2648_1979.pdf). Acesso em: 14 nov. 2020.

SANTOS, M. S. dos. Lazareto da Ilha Grande: isolamento, aprisionamento e vigilância nas áreas de saúde e política (1884-1942). **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, v. 14, p. 1173-1196, 2007.

SILVA, T. E. et al. Ecoturismo e Educação Ambiental nas trilhas guiadas no Vale do Capão (BA). **Revista Brasileira de Ecoturismo (RBEcotur)**, v. 14, n. 3, 2021.

SONG, W.; PARK, S.; RYU, D. Information quality of online reviews in the presence of potentially fake reviews. **Korean Economic Review**, v. 33, n. 1, p. 5-34, 2017.

**PERCEPÇÕES SOBRE UM PARAÍSO – UMA  
ANÁLISE A PARTIR DO OLHAR DO VISITANTE  
DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE  
(PEIG) E DE SEUS ATRATIVOS**

Ítalo de Paula Casemiro  
Bruno Francisco Teixeira Simões  
Camila Maria dos Santos Moraes  
Natália Talita Araújo Nascimento  
Gustavo Yuhó Endo

SOUSA, K. N.; SOUZA, P. C. de. Representação social: uma revisão teórica da abordagem. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, p. e38610615881-e38610615881, 2021.

STOLERIU, O. M. et al. Analyses of visitors' experiences in a natural world heritage site based on TripAdvisor reviews. **Visitor Studies**, v. 22, n. 2, p. 192-212, 2019.

TOMEI, F. A. **O conceito de representações coletivas em Durkheim**. São Paulo: Laboratório Didático USP ensina Sociologia, 2013.

TORAL, S. L.; MARTÍNEZ-TORRES, M. R.; GONZALEZ-RODRIGUEZ, M. R. Identification of the unique attributes of tourist destinations from online reviews. **Journal of Travel Research**, v. 57, n. 7, p. 908-919, 2018.

TRIPADVISOR. **TripAdvisor network effect and the benefits of total engagement**. 2019. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/w828>. Acesso em: 24 jun. 2021.

VALLE, P. O. do; MENDES, J.; GUERREIRO, M. Residents' participation in events, events image, and destination image: a correspondence analysis. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 29, n. 7, p. 647-664, 2012.

VOLO, S. Bloggers' reported tourist experiences: their utility as a tourism data source and their effect on prospective tourists. **Journal of Vacation marketing**, v. 16, n. 4, p. 297-311, 2010.

WACHELKE, J. F. R.; CAMARGO, B. V. Representações sociais, representações individuais e comportamento. **Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology**, v. 41, n. 3, p. 379-390, 2007.

ZHANG, H. et al. Destination image and tourist loyalty: a meta-analysis. **Tourism management**, v. 40, p. 213-223, 2014.

ZHANG, H.; WU, Y.; BUHALIS, D. A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. **Journal of destination marketing & management**, v. 8, p. 326-336, 2018.