cultur
CULTUR, ano 17 - nº 02 – Nov/2023
Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)
Acesso: http://periodicos.uesc.br/

FATORES GERADORES DE INSATISFAÇÃO NOS ATRATIVOS NA REGIÃO DO PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE-RJ: O OLHAR DO VISITANTE A PARTIR DE AVALIAÇÕES FEITAS NO TRIPADVISOR

ÍTALO DE PAULA CASEMIRO[1]
ORCID – 0000-0003-1181-0378
BRUNO FRANCISCO TEIXEIRA SIMÕES[2]
ORCID – 0000-0001-6512-5785
CAMILA MARIA DOS SANTOS MORAES[3]
ORCID – 0000-0002-3367-8243
NATÁLIA TALITA ARAÚJO NASCIMENTO[4]
ORCID – 0000-0002-3555-6370
GUSTAVO YUHO ENDO[5]
ORCID – 0000-0003-2737-6596

Recebido em 25.02.2023
Aprovado em 23.05.2023

Resumo

Os atrativos são fundamentais para a configuração de um destino turístico, sendo um componente importante para a experiência do visitante em áreas naturais. O presente estudo objetiva investigar as principais causas de insatisfação dos visitantes dos principais atrativos da região do Parque Estadual da Ilha Grande-RJ (PEIG), situado em Angra dos Reis, no Estado do Rio de Janeiro. A pesquisa examinou 553 avaliações postadas por visitantes e disponibilizadas no site TripAdvisor. Para auxiliar nas análises, foi utilizado o software Maxqda 2020. A partir da análise, 203 avaliações foram rotuladas como negativas e enquadradas em seis categorias de insatisfação do visitante. A investigação demonstrou que o excesso de visitantes, a poluição ambiental e a falta de estrutura foram os principais motivadores de insatisfação dentre o grupo amostral. Os resultados indicam a necessidade de melhoria na gestão da área protegida e de seus principais atrativos, visando promover experiências positivas para os visitantes.

[1] Mestrado em Ecoturismo e Conservação pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. italopc12@gmail.com
[2] Doutorado em Engenharia de Produção pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e professor Adjunto da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. bruno.simoes@uniriotec.br
[3] Doutorado em História, Política e Bens Culturais pela Fundação Getúlio Vargas e professora Titular da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. camila.moraes@unirio.br
[4] Doutorado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente e professora Adjunta na Universidade Federal de Rondônia, Brasil. natalia.araujo@unir.br
[5] Mestre em Administração pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná e professor na Business School da Universidade do Oeste Paulista, Brasil. gustavo_endo@yahoo.com.br

Palavras-chave: Parque Estadual da Ilha Grande. TripAdvisor. Unidade de Conservação. Atrativos. Rio de Janeiro.

FACTORS GENERATING DISSATISFACTION AT ATTRACTIONS IN THE REGION OF PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE-RJ: THE VISITOR'S VIEW FROM REVIEWS MADE ON TRIPADVISOR

Abstract

The attractions are fundamental for the configuration of a tourist destination, being an important component for the visitor's experience in natural areas. This study aims to investigate the main causes of dissatisfaction among visitors to the main attractions in the region of Parque Estadual da Ilha Grande-RJ (PEIG), located in Angra dos Reis, in the State of Rio de Janeiro. The research examined 553 reviews posted by visitors and made available on the TripAdvisor website. To assist in the analyses, the Maxqda 2020 software was used. From the analysis, 203 evaluations were labeled as negative and classified into six categories of visitor dissatisfaction. The investigation showed that the excess of visitors, environmental pollution and lack of structure were the main reasons for dissatisfaction among the sample group. The results indicate the need to improve the management of the protected area and its main attractions, in order to promote positive experiences for visitors.

Keywords: Ilha Grande State Park. TripAdvisor. Conservation Unit. Attractive. Rio de Janeiro.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o turismo tem se tornado propulsor para o crescimento do setor de serviços no Brasil (ALMEIDA; PELISSARI, 2019). Segundo a World Travel & Tourism Council (2021) a participação do turismo na economia brasileira representa mais de 8% da economia nacional. Essa expansão viabiliza o desenvolvimento não apenas das metrópoles, gerando benefícios para municípios e territórios detentores de riquezas naturais e contribuindo para a homogeneidade do crescimento do setor de serviços dentre as diversas regiões do país (PEROBELLI et al., 2016).

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

A busca por experiências turísticas atreladas à natureza é um eixo que tem apresentado curva crescente nos últimos anos (SEBRAE, 2020). E, com os impactos gerados pela pandemia de Covid-19 sobre o setor do turismo, a demanda por práticas mais sustentáveis para o setor, assim como, a busca por um turismo mais responsável será uma tendência (CENTER FOR RESPONSIBLE TRAVEL, 2020). Neste contexto, o turismo de natureza e suas diversas vertentes, como o ecoturismo, onde são especialmente potencializados em países com rica biodiversidade (SENEVIRATHNA; PERERA, 2013), como no caso do Brasil, tendem a ter uma maior demanda.

Dentre as vertentes do turismo, o ecoturismo tem ganhado notoriedade em face da demanda por atividades turísticas sustentáveis, com uma proposta capaz de vincular o caráter econômico ao lazer e educação ambiental. Apesar do expressivo potencial, decorrente da rica biodiversidade e variedade de paisagens presentes no território nacional, no Brasil, o ecoturismo ainda é pouco explorado, demandando investimentos principalmente do poder público (RANGEL; SINAY, 2019).

As áreas protegidas (APs) constituem um dos principais territórios onde as atividades de turismo baseadas na natureza se manifestam no país. Contudo, são incipientes as informações sobre as experiências dos visitantes nessas áreas, observando-se que a sociedade se mantém distante desses espaços, haja vista o baixo número de turistas que frequentam as APs (GOMES; FIGUEIREDO, 2021). Rangel e Sinay (2019) apontam como desafios adicionais o déficit de pesquisas sobre o tema e estudos sobre os instrumentos de gestão destinados à conservação da natureza.

Entre as APs utilizadas para práticas de turismo, estão os parques, que possuem significativa função na preservação da natureza e no contato do público com a vida selvagem (LEUNG, 2019). Sobre isso, Newsome et al. (2017) esclarecem que o planejamento da experiência turística é item crucial para a geração de valor, satisfação do visitante e minimização dos impactos causados pela inserção do indivíduo no ambiente natural. Os autores acrescentam, em convergência com as afirmações de Rangel e Sinay (2019), que a falta de investimentos e o inadequado planejamento do turismo subutiliza as APs, podendo gerar resultados contraditórios aos objetivos que motivam a criação desses espaços.

O turismo de natureza e especialmente o praticado em parques naturais, adquiriu importância significativa nas sociedades contemporâneas. Cada vez mais reconhecidos por desempenhar um papel no desenvolvimento de vivências ambientais, os parques ascendem como novas oportunidades para a promoção da gestão eficaz dos recursos naturais e socioeconômicos (LÓPEZ; PARDO, 2018). Além disso, tais experiências viabilizam ações de conscientização em prol da preservação do meio ambiente (MMA, 2007).

No estado do Rio de Janeiro - Brasil há diversos parques destinados à prática do turismo, sendo doze deles a nível estadual (INEA, 2021). Com atrativos diversificados e potenciais para a exploração turística, estes parques constituem fonte de recursos para a economia local, contudo, verificam-se desequilíbrios no aproveitamento dessas potencialidades. Como exemplo é possível citar o Parque Estadual da Ilha Grande (PEIG), que recebeu cerca de 402.046 mil visitantes em 2016, enquanto o Parque Estadual Cunhambebe, recebeu menos de 19 mil visitantes no mesmo período (INEA, 2016).

Apesar de existirem pesquisas sobre perfil, dados demográficos e atitudes dos visitantes a respeito das APs no Brasil (SANCHO-PIVOTO; ALVES; ROCHA, 2018) e, notadamente, no estado do Rio de Janeiro (ROCHA et al., 2019), a experiência e satisfação dos turistas com as APs ainda é pouco estudada. Diante dessa lacuna, sites especializados no compartilhamento de experiências, tais como o TripAdvisor, além de mídias sociais como o Instagram entre outras, se apresentam como instrumentos contemporâneos que podem ser utilizados para coletar impressões dos visitantes sobre as APs. Corbau et al. (2019), em concordância, mencionam que a percepção do turista é elemento de relevo e o site TripAdvisor pode representar fonte de fácil acesso para obtenção de indicativos sobre a opinião e comportamento dos turistas. Kohli, Devaraj e Mahmood, (2004) associam essa disponibilidade informacional à tomada de decisão ao explicarem que é crescente o número de consumidores que utiliza os conteúdos on-line para a seleção de destinos, produtos e serviços turísticos. Nesse contexto, explorar avaliações on-line de turistas é útil ao mapeamento de aspectos de melhoria em relação à gestão de atrativos e destinos turísticos, infraestrutura e uso dos recursos naturais.

Conforme indicam Gensler et al. (2015), a maioria das pesquisas sobre turismo se concentram em aspectos quantitativos, deixando à margem a caracterização do objeto, que se apresenta oculta em textos. Desta forma, deixa-se de lado importantes temáticas que

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

emergem das análises qualitativas feitas por visitantes de destinos turísticos, que poderiam, por exemplo, esclarecer os aspectos que contribuíram para uma experiência negativa no destino. Diante disso, adota-se para esse trabalho a seguinte problemática: quais fatores contribuem para a insatisfação dos visitantes dos principais atrativos da região do Parque Estadual da Ilha Grande? Como objetivo geral busca-se investigar as condições geradoras de insatisfação na experiência do visitante, adotando como objeto de pesquisa o PEIG e suas adjacências. Considerando a ampla oferta de dados sobre experiências turísticas em páginas especializadas, selecionou-se o site TripAdvisor como fonte principal de consulta. A análise de dados foi realizada com o uso do software Maxqda® e subsidiada pelo referencial teórico do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 USO PÚBLICO DE ÁREAS PROTEGIDAS

Área Protegida (AP) é uma expressão surgida no final do século XIX devido à intensificação da destruição da natureza e do risco de extinção de espécies (SANTANA; NASCIMENTO, MARQUES JUNIOR, 2020). De acordo com Dudley (2008, p. 7), uma AP é definida como “um espaço geográfico claramente definido, reconhecido, dedicado e gerenciado, por meios legais ou outros meios eficazes, para alcançar a conservação da natureza a longo prazo com serviços ecossistêmicos associados e valores culturais”, sendo considerada estratégia chave para a conservação da biodiversidade e provisão de serviços ecossistêmicos (SOUZA et al., 2019a). Ressalta-se que, não apenas a área delimitada é importante, mas toda a região do entorno de uma AP deve ser preservada.

Embora diferentes categorias e níveis de conservação existam, de modo geral, todas as APs são criadas para viabilizar a proteção de espécies, comunidades ou ecossistemas que diminuiriam ou seriam extintos sem este tipo de estratégia. Outro propósito para a criação de APs reside nas características naturais que oferecem oportunidades para recreação ao ar livre e experiências turísticas (SILVA et al., 2018a). Nesse cenário, os parques apresentam-se como espaços privilegiados para o uso direcionado ao turismo.

Vallejo (2013) afirma que a difusão do uso público, principalmente através da visitação, pode trazer benefícios diretos e indiretos à sociedade, principalmente de ordem pessoal, econômica, social e ambiental. Esses espaços abrangem vários atrativos, incluindo flora e fauna, paisagens naturais, culturas locais e atividades ao ar livre (GHAZVINI; TIMOTHY; SARMENTO, 2020), viabilizando, assim, o incremento do ecoturismo. Como afirmam López e Pardo (2018), os parques colaboram para implementação do turismo sustentável, baseado na conservação da natureza e no papel de liderança para o bem-estar e desenvolvimento local do território.

A partir disso, durante o planejamento e a gestão da visitação em APs, deve-se considerar que a visitação é um instrumento para aproximar a sociedade da natureza, despertando a consciência para os ambientes e processos naturais (MMA, 2006). Como demonstraram os estudos de Alcock et al. (2020) e Martin et al. (2020), esse tipo de experiência aumenta a conexão entre indivíduo e natureza.

Reconhecido como ferramenta para alcançar apoio político e econômico em prol da conservação ambiental, bem como aumentar a qualidade de vida para comunidades adjacentes (BUSHELL; BRICKER, 2017), o turismo em APs enfrenta dificuldades em sua operacionalização. Como explicita Wood (2017), a má administração do turismo nas APs e no seu entorno pode ameaçar a integridade ambiental da área ao mesmo tempo que se distancia dos objetivos sociais e econômicos propostos para as comunidades locais. Nessa perspectiva, é imprescindível a elaboração do plano de manejo que contemple o monitoramento do meio ambiente, as tendências do tráfego turístico e o impacto dos turistas sobre o espaço natural.

Oleśniewicz et al. (2020) expõem que a gestão da conservação e do meio ambiente possui fundamento no chamado círculo de Deming[6], no qual as ações realizadas são agrupadas no planejamento, implementação, verificação (avaliação da eficácia das ações), correção das fragilidades e adaptação às novas circunstâncias. Os citados autores (2020), elencam ainda três questões a serem observadas dentro da temática. A primeira diz respeito à competência dos órgãos de gestão que deve atribuir responsabilização dos entes públicos e privados sobre as disfunções existentes. Na segunda questão se discute a obrigatoriedade da oferta de educação ambiental para conscientização dos visitantes e

[6] Também conhecido como Ciclo PDCA, uma abreviação de Plan (Planejar), Do (Fazer), Check (Verificar) e Act (Agir), refere-se a uma ferramenta da qualidade, muito utilizada para melhoria contínua de processos e produtos.

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

comunidades locais. Por último, a atenção deve estar voltada ao uso de um sistema de gestão ambiental eficiente que atenda as particularidades do espaço administrado.

Na visão de Sinay et al. (2019), as omissões do Estado ou da comunidade no que se refere a suas responsabilidades podem colocar a atividade turística em APs em risco, ocasionado aumento desproporcional do fluxo turístico, má distribuição de renda, surgimento de conflitos e impactos ambientais e culturais significativos.

2.2 SATISFAÇÃO DO TURISTA COM DESTINOS BASEADOS NA NATUREZA

Conceitua-se destino turístico como “um pacote de instalações e serviços turísticos que, como qualquer outro produto de consumo, é composto de uma série de atributos multidimensionais” (HU; RITCHIE, 1993, p. 26). Laws (1995) agrupou esses atributos de destino em duas categorias principais, os quais são determinantes para a satisfação do turista. A categoria primária é composta por características inatas, tais como: clima, ecologia, recursos naturais, cultura e arquitetura histórica; enquanto os atributos secundários são compostos por melhorias introduzidas particularmente para turistas, tais como: hotéis, alimentação, transporte, atividades e entretenimento.

De modo geral, a satisfação refere-se a um estado psicológico de um visitante após uma experiência recreativa (PRAKASH et al., 2019). A satisfação e seus antecedentes têm sido estudados no campo do turismo sob diferentes perspectivas. Como apontam Žabkar et al. (2010), a satisfação e intenção futura de visitar determinado destino estão relacionadas aos atributos percebidos pelos visitantes. Outro aspecto que afeta a satisfação do visitante é a imagem que este projeta de determinado local (LEE, 2009). Cabe apontar, que as informações disseminadas por turistas também influenciam escolhas de serviços e a imagem dos destinos turísticos (BAKA, 2016).

Diversos estudos têm se dedicado a compreender os fatores e aspectos que influenciam a satisfação do visitante (PERERA; VLOSKY, 2013, KAOSIRI et al., 2019). Moore, Rodger e Taplin (2015) declaram que como quaisquer outros consumidores, os visitantes de APs geralmente possuem expectativas iniciais do tipo e qualidade de serviços. Com isso, a avaliação das experiências é medida comparando as experiências reais com as expectativas iniciais, desse modo, para os turistas, “[...] se suas experiências reais

excedem suas expectativas, eles ficarão satisfeitos. Caso contrário, eles ficarão insatisfeitos ou infelizes" (SAAYMAN et al., 2018, p. 388). Ao tratarem da satisfação e da experiência turística, Baker e Crompton (2000), indicam dois elementos que poderão ser observados: (1) os atributos que estão sob o controle do fornecedor de um serviço (qualificação para a prestação de serviço, por exemplo) ou (2) aqueles que advém do visitante (expectativas, nível de interação).

No caso de destinos e atrativos baseados na natureza – muitas vezes localizados em áreas remotas onde serviços como o de transporte não possuem ampla oferta –, características como limpeza, nível de preservação, sinalização, ausência de poluição (atmosférica, sonora), diversidade de flora e fauna, assim como a oferta de instalações físicas bem conservadas, são atributos relevantes para a satisfação dos visitantes (NAIDOO; RAMSEOOK-MUNHURRUN; SEEGOOLAM, 2011).

2.3 CONTEÚDO ON-LINE GERADO PELO TURISTA

Nos últimos anos, os turistas têm cada vez mais buscado na Internet informações sobre destinos turísticos e experiências vivenciadas por outros turistas. A disponibilização de conteúdos gerados por viajantes em sites e mídias sociais tem ganhado reconhecimento como fonte de informações sobre viagens (O'CONNOR, 2010). Nesse sentido, plataformas como o Facebook e sites para viajantes como o TripAdvisor, colaboram para a concepção social dos aspectos relativos aos destinos turísticos (ABAALZAMAT et al., 2021).

Os conteúdos gerados pelos consumidores, tais como resenhas, comentários, fotos e vídeos são meios de informações consideradas imparciais e confiáveis (FILIERI; ALGUEZAUI; MCLEAY, 2015). Convergem Albarq (2014), Filieri e Mcleay (2014), que essas informações servem para compreender as percepções, motivações e comportamentos do turista, bem como atuam no imaginário dos indivíduos no momento anterior ao consumo (ROSSI; RAMOS, 2019). Além disso, conforme Prakash et al. (2019), a avaliação dos visitantes pode constituir relevante insumo para os gestores e operadores de turismo que buscam mapear e fortalecer suas potencialidades na prestação dos serviços.

A importância do conteúdo on-line gerado pelo usuário é sublinhada pelas seguintes considerações: o turismo é uma experiência hedônica, portanto, os consumidores que

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

desejam tomar as melhores decisões de viagem, assim como aproveitar ao máximo a experiência, procuram fazê-lo lendo avaliações e comentários de outros consumidores (RAGEH; MELEWAR; WOODSIDE, 2013).

2.4 ILHA GRANDE E O PARQUE ESTADUAL DA ILHA GRANDE (PEIG)

A Ilha Grande-RJ reúne diversos atrativos naturais e culturais, que conjuntamente, apresentam grande potencial turístico (INEA, 2018). Trata-se de um local com elevada cadeia de montanhas, recoberta por densa floresta atlântica, riachos de água cristalina; um dos maiores índices de biodiversidade do Estado do Rio de Janeiro; sítios arqueológicos e diversas praias separadas por costões rochosos. É uma área de natureza preservada, que conta com grande variedade de vida marinha costeira, atraindo número crescente de visitantes anualmente e que a tornam um dos destinos turísticos mais importantes do Rio de Janeiro (INEA, 2013).

A construção da rodovia Rio-Santos durante a década de 1970, o encerramento das atividades de uma penitenciária local em 1994 e a criação da Reserva Biológica ocorrida em 1981 foram fatores que contribuíram para a diminuição do isolamento da região (COSTA, 2009). O Parque Estadual da Ilha Grande (PEIG) é a principal área protegida local e abrange cerca de 62% do território da ilha. Criado pelo Decreto Estadual nº 15.273, de 26 de junho de 1971, o PEIG é considerado um bem público destinado ao uso comum, como assevera o art. 99, I da Lei Federal nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (INEA, 2013).

O PEIG constitui-se em uma área geográfica insular, dotada de atributos naturais excepcionais, inserida no bioma mata atlântica e possuindo em seus limites, ecossistemas naturais diversificados e bastante significativos. Tal espaço é utilizado para fins científicos, culturais, educativos, espirituais, recreativos e, criados e administrados pelo governo estadual, auxiliando no desenvolvimento regional. Seu objetivo principal é o da preservação dos ecossistemas naturais contra quaisquer alterações que os desvirtuem (INEA, 2013).

3. METODOLOGIA

Este é um estudo qualitativo (FLICK, 2009), de caráter exploratório e descritivo (GIL, 2018). Os dados utilizados foram obtidos no site de viagens TripAdvisor. Os usuários do referido site divulgam suas avaliações sobre experiências de viagens por meio de comentários e pela classificação das experiências, mediante uma escala likert (LIKERT; ROSLOW; MURPHY, 1934) de cinco pontos (5 – excelente a 1 – horrível), além de outros dados, como tipo de viagem e período do ano em que a viagem foi realizada.

Os atrativos selecionados para a análise encontram-se no território da Ilha Grande e foram apontados como os 10 principais atrativos da região segundo o site TripAdvisor. Ressalta-se que a maior parte destes se encontra no território do PEIG. O ranqueamento feito pelo site considera os atrativos com índices de avaliação mais próximos da nota máxima (5 – excelente). No Quadro 1, elaborado a partir de informações do INEA (2021) e da Ilha Grande (201-) são descritas as principais características de cada atrativo, assim como algumas das atividades praticadas nestes. O TripAdvisor possui mais de 700 milhões de avaliações de pessoas de todo o mundo. Cabe ressaltar que todas as avaliações enviadas ao site são verificadas por mecanismos de moderação que identificam comentários inverídicos, evitando-se, assim, a manipulação ou sabotagem do *ranking* (TRIPADVISOR, 2019).

Nome do Atrativo	Atividades Recreativas
Cachoeira da Feiticeira	Banho de cachoeira, rapel
Pico do Papagaio	Contemplação, Escalada e Montanhismo
Lagoa Azul	Banho de mar e mergulho
Lagoa Verde	Banho de mar e mergulho
Praia do Aventureiro	Banho de mar, turismo de base comunitária, surfe, caminhada, turismo náutico, camping
Praia do Abraãozinho	Banho de mar, remar caiaque e praticar snorkel nas costeiras
Praia Dois Rios	Banho de mar, contemplação, esportes náuticos
Praia Lopes Mendes	Banho de mar, caminhada de longo curso, surfe e turismo náutico

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

Praia da Parnaioca	Banho de mar, turismo de base comunitária, turismo náutico, camping
Praia Preta	Banho de mar, contemplação, esportes náuticos

Quadro 1: Características Gerais dos Atrativos Analisados

Para este estudo, a extração de informações foi realizada com o auxílio do *web scraping WebHarvy*, que é um instrumento para "raspagem" de dados, geralmente textuais, que utiliza técnicas de programação para reconhecer e capturar dados de páginas *on-line*, tais como sites e mídias sociais (IGNATOW; MIHALCEA, 2017). No período de 14 e 18 de outubro de 2021 foi realizada a extração dos dados, delimitando-se aos dados registrados no idioma português do Brasil e incluindo-se as avaliações negativas e neutras, isto é, avaliadas com notas entre 1 a 3, publicadas de 2015 a 2020. A delimitação entre os anos de 2015 e 2020, deve-se ao fato de buscarmos por fatores que representem experiências recentes do turista, assim como, para que não houvessem disparidades entre os fatores identificados. Ressalta-se que, a data de publicação não constitui informação exata sobre a data da experiência do turista, retratando, pois, o julgamento do indivíduo após a experiência.

As experiências negativas compartilhadas no TripAdvisor têm se tornando matéria de análises recorrentes (AMATULLI; DE ANGELIIS; STOPPANI, 2019; NAM et al., 2020), haja vista que esse tipo de informação se apresenta como contributo ao processo de tomada de decisão, especialmente por serem consideradas mais persuasivas e úteis do que as avaliações positivas (CHEVALIER; MAYZLIN, 2006; KUSUMASONDJAJA; SHANKA; MARCHEGIANI, 2012). Como observam Lee e Koo (2012) e Mauri e Minazzi (2013), a legitimidade da crítica de um turista se dá pelo resumo do tom avaliativo da mensagem, que pode variar de extremamente positivo para extremamente negativo, passando pela valência neutra.

Ao todo foram coletadas 555 avaliações organizadas em planilhas do *software* Microsoft Excel 2013 que podem ser acessadas em: https://doi.org/10.7910/DVN/VSZKU0. Do total, duas foram excluídas em razão de duplicidade, restando assim 553 avaliações.

Os dados foram tratados com o auxílio do *software Maxqda*® versão 2020 (OLIVEIRA et al., 2016). De acordo com Souza et al. (2019b) o uso de *softwares* para análises qualitativas potencializa o tratamento dos dados e a qualidade da pesquisa. Para

o estudo, aplicou-se a análise de conteúdo que, segundo Bardin (2011), refere-se a um conjunto de técnicas de análise sistematizadas, empregadas para descrever o conteúdo de mensagens por meio de indicadores qualitativos e quantitativos. Para a presente pesquisa foi selecionada a tipologia temática de análise de conteúdo (OLIVEIRA et al., 2016), codificando-se as avaliações para examinar como os temas foram caracterizados pelos viajantes.

Inicialmente, procedeu-se a leitura das avaliações classificadas como horrível, ruim ou razoável para cada atrativo selecionado, codificando-se por tema as experiências dos turistas e os principais problemas apontados. As associações e sobreposições das temáticas foram sistematizadas pela ferramenta *MaxMaps*, uma espécie de quadro branco gerado no *Maxqda*®. A 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, seguindo as recomendações da Resolução nº 510, de 7 de Abril de 2016 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2016).

4. RESULTADOS

Dentre as avaliações disponibilizadas no site *TripAdvisor* sobre os atrativos que fizeram parte da amostra, a ampla maioria é composta por avaliações positivas (5 – Excelente ou 4 – Muito bom). Dentre as avaliações tidas como negativas ou neutras, foram obtidas 553 avaliações. A Tabela 1 traz o detalhamento por atrativo, gênero do visitante e tipo de avaliação (horrível, ruim ou razoável) atribuída e na Tabela 2 se resumem as informações sobre o ano de publicação da avaliação.

Nome do Atrativo	Tipos de Avaliações			Total de Avaliações	Gênero*		
	Horrível	Ruim	Razoável		Mas.	Fem.	Ind.
Cachoeira da Feiticeira	00	01	06	07	01	06	00
Lagoa Azul	08	08	67	83	29	41	13
Lagoa Verde	02	05	30	37	13	21	03
Pico do Papagaio	01	00	04	05	03	01	01
Praia do Abraãozinho	04	06	70	80	32	37	11
Praia Dois Rios	00	07	35	42	08	24	10

Praia Lopes Mendes	05	15	128	148	45	87	15
Praia da Parnaioca	00	00	06	06	03	03	00
Praia do Aventureiro	02	02	29	33	12	15	06
Praia Preta	02	07	103	112	42	51	19
TOTAIS	**24**	**51**	**480**	**553**	**188**	**286**	**79**

Tabela 1: Caracterização das Avaliações Coletadas (2015-2020)

Nota: *Mas – masculino, Fem. – Feminino e Ind. – Indeterminado. Foram enquadrados como indeterminados, usuários identificados por códigos, apelidos ou sobrenome, por exemplo “fjf1969” ou “Rodrigues”.

Nome do Atrativo	**Ano de Publicação e Número de Avaliações Coletadas**					
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Cachoeira da Feiticeira	00	00	02	03	01	01
Lagoa Azul	17	27	14	14	06	05
Lagoa Verde	15	06	14	01	00	01
Pico do Papagaio	04	00	01	00	00	00
Praia do Abraãozinho	19	32	19	07	01	02
Praia Dois Rios	16	13	08	02	02	01
Praia Lopes Mendes	39	55	26	17	06	05
Praia da Parnaioca	02	00	00	02	02	00
Praia do Aventureiro	10	07	07	06	02	01
Praia Preta	37	40	20	08	04	03
TOTAIS	**159**	**180**	**111**	**60**	**24**	**19**

Tabela 2: Ano de Publicação das Avaliações Coletadas (2015-2020)

A maioria dos atrativos analisados são de turismo costeiro, atividade que está se expandindo globalmente, principalmente devido ao interesse por serviços ecossistêmicos como a beleza cênica e atividades recreativas, além da atração do mar, sol e areia (LITHGOW et al., 2019). Prosseguindo com a interpretação, as avaliações coletadas foram codificadas, identificando-se as temáticas emergentes, agrupadas em oito categorias, conforme o Quadro 2.

Categoria	**Descrição da Categoria**	**Exemplo de Resenha**
Expectativa atendida	Pode ou não envolver alguma crítica sutil, mas de modo geral, o atrativo fica num padrão médio.	“Lugar lindo, vale a pena alugar barco, muitos peixes, água limpa...”

Abaixo da expectativa	Os turistas fazem comparações e projeções das suas experiências com base em outros atrativos, ou com base em expectativas previamente determinadas.	“Faixa de areia muito extensa e não é muito propícia para banho. Embora seja bonita, não gostei...”
Elevada quantidade de turistas	Aglomerações, muita movimentação e elevada quantidade de turistas e/ou elevada quantidade de embarcações, especialmente em épocas festivas ou momentos de descanso como os finais de semana.	“A praia é bem estreita e estava lotada...”
Poluição ambiental	Diferentes tipos de elementos poluidores, tais como resto de alimentos, plásticos, resíduos de óleos, além de outros tipos de poluição, tais como a sonora e visual	“Há muito lixo jogado pelos banhistas...”
Falta de fiscalização	Ausência de agentes públicos ou não fiscalizando a conduta de turistas e prestadores de serviços.	“Por não ser um local controlado, há muita depredação da fauna marinha neste local pelos banhistas...”
Má prestação de serviços	Serviços diversos, como alimentação, transporte e guiamento, prestados com falhas.	“Li críticas muito boas sobres a praia, mas quando chegamos lá, o cara da escuna deixou a gente em um cais, e não explicou nada...”
Degradação da natureza	Situações, em que especialmente, os turistas, têm comportamentos inadequados em relação com a natureza, tais como o contato manual direto com a vida marinha.	“O rapaz que se julga “mergulhador” foi bem longe buscar uma estrela do mar para bater foto dela com os turistas...”
Falta de estrutura	Falta de diferentes equipamentos, para propiciar uma melhor estadia aos turistas/visitantes.	“Casas abandonadas, tudo largado, placas sem sinalização, descascadas, aliás, isso é comum em toda ilha...”

Quadro 2: Codificações que Emergiram das Avaliações Analisadas

Considerando que o objetivo da pesquisa consistiu na identificação das principais disfunções, as categorias “abaixo da expectativa” e “expectativa atendida” presentes no Quadro 2 foram desconsideradas. Isso porque, a primeira categoria diz respeito às percepções dos visitantes, tais como paisagem diferente da imagem do destino ou comparações com outros atrativos visitados e, a segunda demonstra que mesmo atribuindo nota baixa ou neutra, os visitantes consideraram a experiência satisfatória.

Após a filtragem, 203 avaliações com conteúdo negativo tiveram análise aprofundada, revelando 264 categorizações de insatisfação entre os visitantes, com avaliações que registraram mais de um tipo de insatisfação. O Gráfico 1 apresenta a

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

quantidade de avaliações negativas por atrativos, notando-se que a Lagoa Azul e as praias de Lopes Mendes e Praia Preta concentraram o maior número de avaliações dessa tipologia. Não é de se surpreender que, a maioria das avaliações tenha ocorrido na “alta temporada”, entre os meses de outubro e janeiro (62,56%), quando ocorre um natural aumento da procurar por lugares como a Ilha Grande, para fins recreativos.

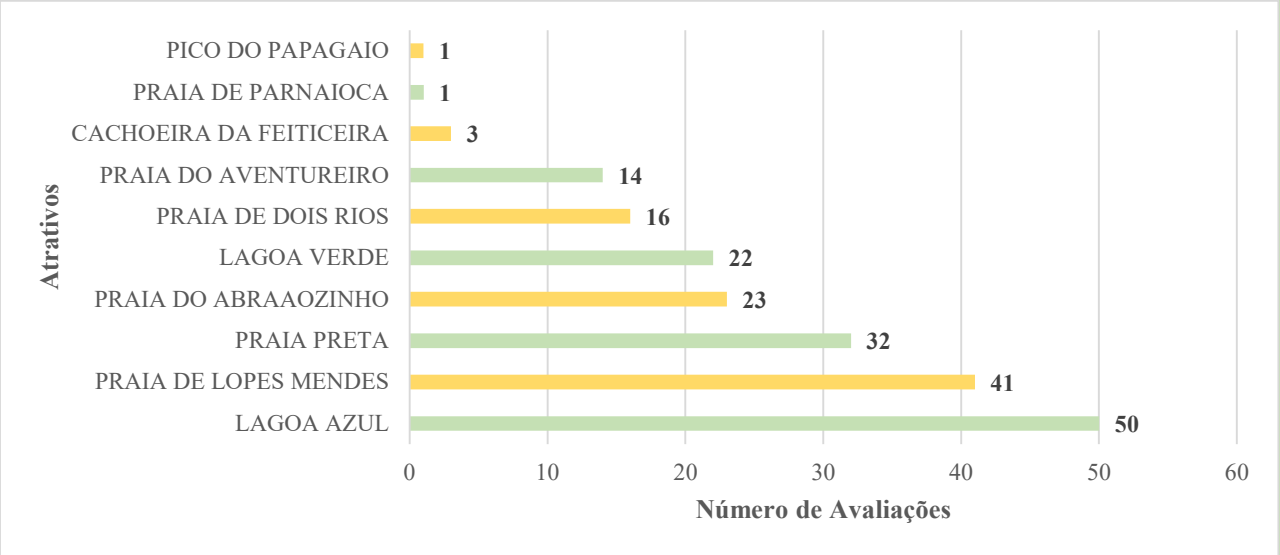


Gráfico 1: Número de avaliações negativas dentre os atrativos do PEIG

Definem-se os seguintes atributos como pontos valorizados pelos turistas em destinos de praia: limpeza da água e da praia, distância do local de alojamento, assim como, relação qualidade e preço da oferta (PERLES-RIBES et al., 2021). Diante dos dados analisados, o excesso de turistas e embarcações foi problemática comum dentre os atrativos, ademais, os atributos indicados pelos autores supracitados foram questões avaliadas como deficitárias nas praias do PEIG, com destaque para a falta de limpeza.

Como esclarecem Reitsamer e Brunner-Sperdin (2017), quando um destino excede as expectativas dos visitantes, estes se tornam propensos a retornar e compartilhar suas experiências positivas com outras pessoas, contudo, quando desapontados, também compartilham suas experiências e emoções negativas. Além disso, como visto no estudo de Souza e Machado (2017), os turistas usam mídias sociais para pesquisar informações sobre atrações e atividades de lazer, assim como compartilhar experiências. No caso das experiências insatisfatórias, ao tempo em que alertam os visitantes para alguns cuidados e situações, também podem repelir o interesse de indivíduos que pesquisam sobre o destino.

Buscando averiguar as frequências de avaliações negativas por categoria e atrativo, foi construída a Tabela 3, na qual se demonstra que a elevada quantidade de turistas se sobressai como problemática, agrupando mais de 30% das causas de insatisfação.

Atrativo	PP	PA	PN	PL	PD	PB	Pico	LV	LA	CF	Total	%
Estrutura deficitária	14	1	0	23	14	5	0	0	1	0	**58**	**21,97**
Má prestação de serviços	0	2	1	14	5	4	1	0	10	1	**38**	**14,39**
Ausência de fiscalização	1	1	0	2	0	0	0	3	9	0	**16**	**6,06**
Poluição ambiental	10	9	0	4	0	9	0	8	16	1	**57**	**21,59**
Elevada quantidade de turistas	12	5	0	4	0	12	0	12	33	2	**80**	**30,30**
Degradação da natureza	0	0	0	0	0	0	0	7	8	0	**15**	**5,68**

Tabela 3: Causas da Insatisfação do Visitante dos Atrativos do PEIG

Nota: *PP – Praia Preta; PA – Praia do Aventureiro; PN – Praia de Parnaioca; PL – Praia de Lopes Mendes; PD – Praia de Dois Rios; PB – Praia do Abraãozinho; Pico – Pico do Papagaio; LV – Lagoa Verde, LA – Lagoa Azul e CF – Cachoeira da Feiticeira.

Buscando compreender de que maneira as categorias se relacionam, com o auxílio do *Maxqda*® 2020, foi elaborado um modelo de co-ocorrência de categorias, apresentado na Figura 1, onde pode-se notar, entre outras coisas, que as categorias “Poluição” e “Elevada Quantidade de Turista” se mencionam com especial frequência (como ressaltado na linha verde mais espessa). Tal relação era de se imaginar, tendo em vista que, a maior presença de turistas, contribui para maiores probabilidades de se elevar a quantidade de poluição.

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

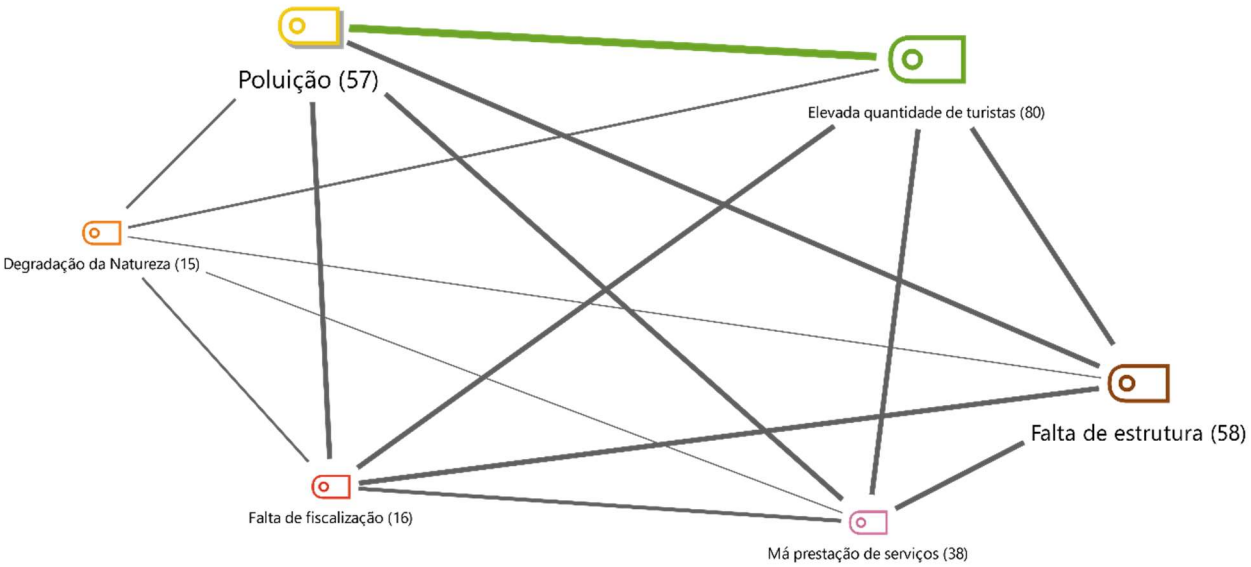


Figura 1: Análise de Co-ocorrência entre as Categorias

Sobre isso, a transformação de uma região em destino turístico causa mudanças nas relações socioespaciais, levando em muitas situações à desfiguração de paisagens naturais e degradação ambiental (SILVA et al., 2018b). Nesse viés, o aumento do número de turistas em destino de natureza pode gerar maior perturbação da biodiversidade, por exemplo, elevando o pisoteamento de plantas, geração de lixo e esgoto, interrompendo a alimentação e reprodução da fauna e flora entre outras situações danosas (CRISTIANO et al., 2020) que desafiam a sustentabilidade da prática do turismo.

Num estudo realizado nas praias do Abraão e do Aventureiro, Chueiri e Fortunato (2021) observaram que o desenvolvimento desordenado do turismo e a saturação da capacidade de carga de turistas, tem gerado a poluição no ambiente marinho da Praia de Abraão. Já a Praia do Aventureiro, mesmo encontrando-se dentro de uma Reserva de Desenvolvimento Sustentável, os autores constataram a presença de poluição, situação que foi observada nos resultados da presente pesquisa.

Os resultados da Figura 1 apontam o excesso de visitantes como principal problema em diversos dos atrativos avaliados, reafirmando os dados trazidos na Tabela 3. Alarmante registrar, que a superlotação, deterioração da natureza e aumento da poluição ambiental são consequências comuns em APs que possuem a prática do turismo (ADEWUMI; USUI; FUNCK, 2019).

No presente estudo, os atrativos do tipo praia são predominantes e apresentaram diversos tipos de poluição, tais como: presença de esgoto, materiais recicláveis e itens de higiene pessoal. Do ponto de vista da conservação ambiental, os gestores costeiros devem melhorar a limpeza das praias e reduzir as fontes de lixo (MESTANZA et al., 2019). Por sua vez, a identificação dos principais detritos marinhos permite o direcionamento de ações, tais como campanhas educativas com moradores, trabalhadores da região e turistas, viabilizando que o meio ambiente esteja livre de poluição, bem como evitando a inibição das atividades costeiras (SILVA et al., 2018b).

Além disso, a falta de estrutura e sinalização, problemas ainda comuns em APs (MICALOSKI et al*.,* 2021), foram notados nos resultados da pesquisa. No que concerne à estrutura, cabe observar que existem distorções na percepção do visitante. Isso porque, apesar dos visitantes desejarem a oferta de estruturas mais sofisticadas, como hotéis e restaurantes, tal cenário não é compatível com o perfil de desenvolvimento e com a proposta das APs. Nesse contexto, relaciona-se a divergência entre expectativa e possibilidade de oferta de serviços turísticos à falta de entendimento do público sobre o conceito, características e normativas que regimentam as APs.

Importante considerar que existe uma gama de atores sociais envolvidos em diferentes atividades em torno de parques, tais como comunidades tradicionais, agentes públicos, gestores dos parques, pesquisadores, turistas, entre outros. De um lado, a comunidade atua operacionalizando o turismo, de outro, os gestores determinam as regras e a fiscalização dessas atividades. Para Prakash et al. (2019), a falta de atenção crítica ao desenvolvimento do turismo e, paralelamente, à maneira como os operadores turísticos estão conduzindo suas atividades em APs, são dois aspectos centrais na geração de insatisfação entre visitantes, questões essas identificadas nos resultados deste trabalho.

Devido à falta de políticas, leis e regulamentos e o não cumprimento deles quando existentes, muitas áreas costeiras são afetadas pela degradação e têm enfrentado declínio na qualidade ambiental, causada em boa parte pelos impactos do turismo (MESTANZA *et al*., 2019). Como observado por Matheus e Raimundo (2017), a ausência de fiscalização propicia impactos negativos nos parques naturais. Nos atrativos analisados, a falta de fiscalização esteve vinculada a dois aspectos: o descumprimento de regras e o risco de acidentes.

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

A satisfação dos visitantes perpassa pela compreensão das expectativas e experiências do público-alvo. Diante disso, é imprescindível que os gestores conheçam as perspectivas dos turistas e as direcione a respeito do uso de recursos naturais, evitando-se, assim, a degradação ecológica (MORRISON-SAUNDERS et al., 2019). O desafio para os gestores é garantir que as pessoas, enquanto desfrutam da experiência turística, estejam cientes e exerçam valores de preservação do lugar (CRISTIANO et al., 2020).

5. CONCLUSÕES

Em resposta à problemática, os resultados desta investigação demonstraram que a maioria das disfunções ligadas aos atrativos da região do PEIG estão relacionadas à ineficiência da gestão, baixa conscientização dos visitantes e distorções sobre a definição, atributos e normativas que regimentam as APs. As categorias de insatisfação mapeadas foram: estruturas deficitárias ou insuficientes, má prestação de serviços, ausência de fiscalização, poluição ambiental, elevada quantidade de turistas e processos de degradação da natureza.

O estudo permitiu identificar uma variedade de disfunções nos atrativos do PEIG e adjacências, alguns mais frequentes em determinados atrativos. Tal aspecto aponta para a necessidade de atuação dirigida e personalizada para cada destino. Parques como o PEIG são importantes locais para atividades recreativas ao ar livre, desse modo, o manejo adequado da flora e da fauna, incluindo a interpretação de características naturais, são aspectos que motivam a satisfação dos turistas.

Com a pesquisa, inferiu-se que as categorias mencionadas podem gerar a redução do interesse pela região, no que se refere à prática do turismo. Assim, constata-se que a gestão deve ser planejada de forma difusa, envolvendo não apenas o parque, mas comunidades adjacentes e demais atores sociais vinculados à atividade turística. Essas medidas podem desacelerar o processo de degradação ambiental, ao mesmo tempo, em que alavancam o potencial da região para o desenvolvimento do turismo sustentável.

Sobre as limitações do estudo, convém destacar a subjetividade da avaliação do visitante, a qual é influenciada pelo tipo de experiência em cada atrativo. Outro ponto, diz respeito aos dados sociodemográficos fornecidos no TripAdvisor, os quais não foram

explorados neste estudo, sugerindo-se esse tema como oportunidade para pesquisa futuras que possam relacionar as opiniões ao perfil do público. Investigações estas que se mostrariam produtivas à elaboração de estratégias de gestão.

Considerando que o objetivo da pesquisa foi retratar os aspectos deficitários, este trabalho não contemplou as avaliações com status bom ou muito bom. Nestas, talvez possam haver apontamentos de aspectos negativos e indicativos de melhoria. Apesar das limitações, o estudo demonstra a necessidade e os ganhos de se avaliar atrativos turísticos sob o olhar do turista, além disso, revela a riqueza de dados disponíveis em sites como o TripAdvisor, que podem ser objeto de análise para diferentes fins, servindo inclusive de apoio à gestão de APs.

REFERÊNCIAS

ABAALZAMAT, Khalid Hamad *et al*. The Role of Katara Cultural Village in Enhancing and Marketing the Image of Qatar: Evidence From TripAdvisor. **SAGE Open**, v. 11, n. 2, p. 21582440211022737, 2021.

ADEWUMI, Ifeoluwa Bolanle; USUI, Rie; FUNCK, Carolin. Perceptions of multiple stakeholders about environmental issues at a nature-based tourism destination: The case of Yakushima Island, Japan. **Environments**, v. 6, n. 8, p. 93, 2019.

ALBARQ, Abbas N. Measuring the impacts of online word-of-mouth on tourists' attitude and intentions to visit Jordan: An empirical study. **International Business Research**, v. 7, n. 1, p. 14, 2014.

ALCOCK, Ian *et al.* Associations between pro-environmental behaviour and neighbourhood nature, nature visit frequency and nature appreciation: Evidence from a nationally representative survey in England. **Environment international**, v. 136, p. 105441, 2020.

ALMEIDA, Geciane Silva de; PELISSARI, Anderson Soncini. Satisfação do Consumidor com Base nos Atributos do Serviço de Hospedagem. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, n. 2, p. 32-53, 2019.

AMATULLI, Cesare; DE ANGELIS, Matteo; STOPPANI, Anna. Analyzing online reviews in hospitality: data-driven opportunities for predicting the sharing of negative emotional 20pringer. Current issues in tourism, v. 22, n. 15, p. 1904-1917, 2019.

BAKA, Vasiliki. The becoming of user-generated reviews: Looking at the past to understand the future of managing reputation in the travel sector. **Tourism Management**, v. 53, p. 148-162, 2016.

BAKER, Dwayne A.; CROMPTON, John L. Quality, satisfaction and behavioral intentions. **Annals of tourism research**, v. 27, n. 3, p. 785-804, 2000.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Paris: PUF, 2011.

BUSHELL, Robyn; BRICKER, Kelly. Tourism in protected areas: Developing meaningful standards. **Tourism and Hospitality Research**, v. 17, n. 1, p. 106-120, 2017.

CENTER FOR RESPONSIBLE TRAVEL. **The case for responsible travel**: Trends & Statistics 2020. Center for Responsible Travel, Washington, DC. 2020. Disponível em: https://www.responsibletravel.org/wp-content/uploads/sites/213/2021/03/trends-and-statistics-2020.pdf. Acesso em: 12 jan. 2022.

CHEVALIER, Judith A.; MAYZLIN, Dina. The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. **Journal of marketing research**, v. 43, n. 3, p. 345-354, 2006.

CHUEIRI, Débora Mury Alves; FORTUNATO, Rafael Angelo. Turismo e esgoto domésticos na Ilha Grande (RJ): uma análise exploratória nas praias de Abraão e Aventureiro. **Revista Brasileira de Ecoturismo (RBEcotur)**, v. 14, n. 1, 2021.

CORBAU, Corinne *et al.* Tourism analysis at Asinara Island (Italy): Carrying capacity and web evaluations in two pocket beaches. **Ocean & Coastal Management**, v. 169, p. 27-36, 2019.

COSTA, Gustavo Villela Lima da. Turismo y cambio social: El caso de Aventureiro-Ilha Grande (RJ)-Brasil. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 18, n. 3, p. 243-261, 2009.

CRISTIANO, Samanta da Costa *et al.* Beach landscape management as a sustainable tourism resource in Fernando de Noronha Island (Brazil). **Marine pollution bulletin**, v. 150, p. 110621, 2020.

DUDLEY, Nigel (Ed.). **Guidelines for applying protected area management categories**. IUCN, 2008. Disponível em: https://www.iucn.org/sites/dev/files/import/downloads/iucn_assignment_1.pdf. Acesso em: 12 nov. 2022.

FILIERI, Raffaele; ALGUEZAUI, Salma; MCLEAY, Fraser. Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. **Tourism management**, v. 51, p. 174-185, 2015.

FILIERI, Raffaele; MCLEAY, Fraser. E-WOM and accommodation: An analysis of the factors that influence travelers' adoption of information from online reviews. **Journal of Travel Research**, v. 53, n. 1, p. 44-57, 2014.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa 21pringer21ve**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

GENSLER, Sonja *et al.* Listen to your customers: Insights into brand image using online consumer-generated product reviews. **International Journal of Electronic Commerce**, v. 20, n. 1, p. 112-141, 2015.

GHAZVINI, Seyed Ahmad Moumen; TIMOTHY, Dallen J.; SARMENTO, João. Environmental concerns and attitudes of tourists towards national park uses and services. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, v. 31, p. 100296, 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas. 6ª ed. 2018.

GOMES, Carolina Ribeiro; FIGUEIREDO, Múcio do Amaral; SALVIO, Geraldo Majela Moraes. Oportunidades de visitação oferecidas em Áreas Naturais Protegidas: análise dos Parques Nacionais mais visitados no Brasil e nos Estados Unidos da América em 2017. **Sociedade & Natureza**, v. 33, 2021.

HU, Yangzhou; RITCHIE, JR Brent. Measuring destination attractiveness: A contextual approach. **Journal of travel research**, v. 32, n. 2, p. 25-34, 1993.

IGNATOW, Gabe; MIHALCEA, Rada. An introduction to text mining: Research design, data collection, and analysis. Sage Publications, 2017.

ILHA GRANDE. **Praias**. Disponível em: https://www.ilhagrande.com.br/. Acesso em: 12 set. 2022.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE - INEA. **Parques Estaduais**. 2021. Disponível em: http://www.inea.rj.gov.br/biodiversidade-territorio/parques-estaduais/. Acesso em: 14. jun. 2022.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE - INEA. Ilha Grande: Trilhas e Atrativos Naturais. 2018. Disponível em: http://200.20.53.15/inea/downloads/Mapa%20PEIG.pdf. Acesso em: 12 jan. 2022.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE - INEA. **Parque Estadual da Ilha Grande**: plano de manejo (fase 2)/resumo executivo./Instituto Estadual do Ambiente.--Rio de Janeiro: INEA, 2013. Disponível em: **http://www.inea.rj.gov.br/wp-content/uploads/2019/01/PEIG-RM.pdf**. Acesso em: 26 out. 2021.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE - INEA. **Diagnóstico de Uso Público dos Parques Estaduais do Rio de Janeiro** – 2016, 2016.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE - INEA. Mapa Interativo Ilha Grande. 2021. Disponível em: http://parquesestaduais.inea.rj.gov.br/inea/peig_mapa.php. Acesso em: 14 jun. 2022.

KAOSIRI, Y. N. *et al.* User-generated content sources in social media: a new approach to explore tourist satisfaction. **Journal of Travel Research**, v. 58, n. 2, p. 253-265, 2019.

KOHLI, Rajiv; DEVARAJ, Sarv; MAHMOOD, M. Adam. Understanding determinants of online consumer satisfaction: A decision process perspective. **Journal of Management Information Systems**, v. 21, n. 1, p. 115-136, 2004.

KUSUMASONDJAJA, Sony; SHANKA, Tekle; MARCHEGIANI, Christopher. Credibility of online reviews and initial trust: The roles of reviewer's identity and review valence. **Journal of Vacation Marketing**, v. 18, n. 3, p. 185-195, 2012.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA. **Diretrizes para visitação em Unidades de Conservação**. Brasília. 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/332199683_Diretrizes_para_Visitacao_em_Unidades_de_Conservacao. Acesso em: 21 dez. 2021.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA. **Diretrizes para visitação em Unidades de Conservação**. Brasília. 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/332199683_Diretrizes_para_Visitacao_em_Unidades_de_Conservacao. Acesso em: 21 dez. 2021.

KUSUMASONDJAJA, Sony; SHANKA, Tekle; MARCHEGIANI, Christopher. Credibility of online reviews and initial trust: The roles of reviewer's identity and review valence. **Journal of Vacation Marketing**, v. 18, n. 3, p. 185-195, 2012.

LAWS, Eric et al. **Tourist destination management: issues, analysis and policies**. Routledge, 1995.

LAI, Po-Hsin; HSU, Yi-Chung; NEPAL, Sanjay K. Representing the landscape of Yushan national park. **Annals of Tourism Research**, v. 43, p. 37-57, 2013.

LEE, Kyung-Tag; KOO, Dong-Mo. Effects of attribute and valence of e-WOM on message adoption: Moderating roles of subjective knowledge and regulatory focus. **Computers in Human Behavior**, v. 28, n. 5, p. 1974-1984, 2012.

LEE, Tsung Hung. A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists. **Leisure sciences**, v. 31, n. 3, p. 215-236, 2009.

LEUNG, Yu-Fai. **Turismo e gestão da visitação em áreas protegidas**. Union internationale pour la conservation de la nature, 2019.

LIKERT, Rensis; ROSLOW, Sydney; MURPHY, Gardner. A simple and reliable method of scoring the Thurstone attitude scales. **The Journal of Social Psychology**, v. 5, n. 2, p. 228-238, 1934.

LITHGOW, Debora *et al*. Exploring the co-occurrence between coastal squeeze and coastal tourism in a changing climate and its consequences. **Tourism Management**, v. 74, p. 43-54, 2019.

LÓPEZ, Iván; PARDO, Mercedes. Tourism versus nature conservation: reconciliation of common interests and objectives—an analysis through Picos de Europa National Park. **Journal of Mountain Science**, v. 15, n. 11, p. 2505-2516, 2018.

MARTIN, Leanne *et al.* Nature contact, nature connectedness and associations with health, wellbeing and pro-environmental behaviours. **Journal of Environmental Psychology**, v. 68, p. 101389, 2020.

MATHEUS, Fabrício Scarpeta; RAIMUNDO, Sidnei. Os resultados das políticas públicas de ecoturismo em Unidades de Conservação no Brasil e no Canadá. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 3, p. 454-479, 2017.

MAURI, Aurelio G.; MINAZZI, Roberta. Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. **International journal of hospitality management**, v. 34, p. 99-107, 2013.

MESTANZA, Carlos *et al.* Beach litter in Ecuador and the Galapagos islands: A baseline to enhance environmental conservation and sustainable beach tourism. **Marine pollution bulletin**, v. 140, p. 573-578, 2019.

MICALOSKI, Mariana Meira *et al*. Análise do Uso Público do Parque Estadual do Monge, Lapa/PR. **Biodiversidade Brasileira-BioBrasil**, n. 1, 2021.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA. **Unidades de conservação do Brasil**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2007.

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://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html. Acesso em: 14 nov. 2021.

MOORE, Susan A.; RODGER, Kate; TAPLIN, Ross. Moving beyond visitor satisfaction to loyalty in nature-based tourism: A review and research agenda. **Current Issues in Tourism**, v. 18, n. 7, p. 667-683, 2015.

MORRISON-SAUNDERS, Angus et al. Understanding visitor expectations for responsible tourism in an iconic national park: Differences between local and international visitors. **Journal of Ecotourism**, v. 18, n. 3, p. 284-294, 2019.

NAIDOO, Perunjodi; RAMSEOOK-MUNHURRUN, Prabha; SEEGOOLAM, Premita. An assessment of visitor satisfaction with nature-based tourism attractions. **International journal of management and marketing research**, v. 4, n. 1, p. 87-98, 2011.

NAM, Kichan *et al*. Determinants of writing positive and negative electronic word-of-mouth: Empirical evidence for two types of expectation confirmation. **Decision Support Systems**, v. 129, p. 113168, 2020.

NEWSOME, D. *et al.* Visitor satisfaction with a key wildlife tourism destination within the context of a damaged landscape. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n. 6, p. 729-746, 2017.

O'CONNOR, Peter. Managing a hotel's image on TripAdvisor. **Journal of hospitality marketing & management**, v. 19, n. 7, p. 754-772, 2010.

OLEŚNIEWICZ, Piotr *et al.* A Model of the Sustainable Management of the Natural Environment in National Parks—A Case Study of National Parks in Poland. **Sustainability**, v. 12, n. 7, p. 2704, 2020.

OLIVEIRA, Mirian *et al*. Análise de conteúdo temática: Há uma diferença na utilização e nas vantagens oferecidas pelos softwares MAXQDA® e NVivo®?. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 9, n. 1, p. 72-82, 2016.

PERERA, Priyan; VLOSKY, Richard. How Previous Visits Shape Trip Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Future Behavioral Intentions: The Case of Forest-Based Ecotourism in Sri Lanka. **International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism**, v. 11, 2013.

PERLES-RIBES, José Francisco et al. The relationship between satisfaction and tourism expenditure in 'sun and beach'destinations: a structural equation modelling approach. Current Issues in Tourism, v. 24, n. 18, p. 2643-2657, 2021.

PEROBELLI, Fernando Salgueiro *et al.* Localização do setor de serviços e sua relação com questões espaciais no Brasil: Uma análise a partir do censo demográfico de 2010. **Revista Brasileira de Economia de Empresas**, v. 16, n. 1, 2016.

PRAKASH, Supun Lahiru *et al*. Reasons for visitor dissatisfaction with wildlife tourism experiences at highly visited national parks in Sri Lanka. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, v. 25, p. 102-112, 2019.

RAGEH, Ahmed; MELEWAR, T. C.; WOODSIDE, Arch. Using netnography research method to reveal the underlying dimensions of the customer/tourist experience. **Qualitative Market Research: An International Journal**, 2013.

RANGEL, Luana de Almeida; SINAY, Laura. Ecoturismo como ferramenta para criação de Unidades de Conservação no estado do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 12, n. 4, 2019.

REITSAMER, Bernd Frederik; BRUNNER-SPERDIN, Alexandra. Tourist destination perception and well-being: What makes a destination attractive?. **Journal of Vacation Marketing**, v. 23, n. 1, p. 55-72, 2017.

ROCHA, Marcelo Borges *et al.* Análise do Perfil dos Visitantes em uma Unidade de Conservação: o caso do Parque Nacional da Tijuca. **Research, Society and Development**, v. 8, n. 2, p. e4982775-e4982775, 2019.

ROSSI, Juliana; RAMOS, Célia M.Q. The Relevance of Using Smartphones During the Tourism Experience. **Turismo: Visão e Ação**, v. 21, n. 3, p. 265-290, 2019.

SAAYMAN, Melville *et al.* Tourist satisfaction and subjective well-being: An index approach. **International Journal of Tourism Research**, v. 20, n. 3, p. 388-399, 2018.

SANCHO-PIVOTO, Altair; ALVES, Alexandre Fonseca; ROCHA, Maria Clara Rezende. Ecoturismo em áreas protegidas: um olhar sobre o perfil de visitantes do Parque Estadual do Ibitipoca, Minas Gerais, Brasil. **Revista GEOgrafias**, v. 26, n. 2, p. 54-79, 2018.

SANTANA, Carla Stefânia Cabral de Medeiros; NASCIMENTO, Marcos Antônio Leite do; MARQUES JUNIOR, Sérgio. Fatores que afetam o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em áreas naturais protegidas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 14, n. 2, p. 156-172, 2020.

SEBRAE. Turismo de Natureza. Sebrae Setorial. 2020. Disponível em: https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/turismo-de-natureza/5f8604c0f7de161800763e6e#download. Acesso em: 14 jun. 2022.

SENEVIRATHNA, H. M. M. C; PERERA, P. K. P. Wildlife viewing preferences of visitors to Sri Lanka's national parks: Implications for visitor management and sustainable tourism planning. **Journal of Tropical Forestry and Environment**, v. 3, n. 2, p. 1-10, 2013.

SILVA, Marina Xavier da *et al*. Effectiveness of Protected Areas for biodiversity conservation: Mammal occupancy patterns in the Iguaçu National Park, Brazil. **Journal for nature conservation**, v. 41, p. 51-62, 2018a.

SILVA, Melanie Lopes *et al*. Marine debris on beaches of Arraial do Cabo, RJ, Brazil: An important coastal tourist destination. **Marine pollution bulletin**, v. 130, p. 153-158, 2018b.

SINAY, LAURA *et al.* Povos Tradicionais, Áreas Protegidas e Turismo: Um Estudo de Caso Brasileiro de 15 Anos de Mudança Cultural. **Ambiente & Sociedade**, v. 22, 2019.

SOUZA, Thiago do Val Simardi Beraldo *et al*. Economic impacts of tourism in protected areas of Brazil. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 27, n. 6, p. 735-749, 2019a.

SOUZA, Rômulo Andrade de *et al*. Efeitos dos softwares de análise de dados qualitativos na qualidade de pesquisas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 23, p. 373-394, 2019b.

SOUZA, Sheila Cristina de; MACHADO, Danielle Fernandes Costa. Uso e Influência das Mídias Sociais no Planejamento de Viagens: um estudo quantitativo. **Revista Turismo em Análise**, v. 28, n. 2, p. 254-270, 2017.

Licença da Creative Commons Atribuição (CC-BY)

TRIPADVISOR. **Trip Advisor Review Transparency Report**. 2019.

VALLEJO, Luiz Renato. Uso público em áreas protegidas: atores, impactos, diretrizes de planejamento e gestão. **Revista Eletrônica Anais Uso Público em Unidades de Conservação**, v. 1, n. 1, p. 13-26, 2013.

WOOD, Megan Epler. **Sustainable tourism on a finite planet: Environmental, business and policy solutions**. Taylor & Francis, 2017. Disponível em: https://www.taylorfrancis.com/books/sustainable-tourism-finite-planet-megan-epler-wood/10.4324/9781315439808. Acesso em: 12 nov. 2020.

ŽABKAR, Vesna; BRENČIČ, Maja Makovec; DMITROVIĆ, Tanja. Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. **Tourism management**, v. 31, n. 4, p. 537-546, 2010.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **Economic Impact Reports**. Brazil. 2021. Disponível em: https://wttc.org/Research/Economic-Impact. Acesso em: 21 dez. 2021.