

**ESTUDO DE INDICADORES DE SATISFAÇÃO DA VIAGEM COMO
ELEMENTO DE ALTERAÇÃO DA DEMANDA TURÍSTICA PARA O
JALAPÃO EM ERA DE PANDEMIA DE COVID-19**

*STUDY OF TRAVEL SATISFACTION INDICATORS AS AN ELEMENT TO CHANGE THE TOURIST
DEMAND FOR JALAPAN IN THE PANDEMIC ERA OF COVID-19*

Maria de Fátima Albuquerque Caracristi
Universidade Federal do Tocantins (UFT)
mariaf@uft.edu.br

Resumo: Este artigo visa discutir aspectos da oferta do destino turístico Jalapão, no que diz respeito ao aumento do fluxo dos visitantes no interior dos atrativos do Parque Estadual e arredores, durante a epidemia do Coronavírus, tomando como referência o período de 2019-2020. A ocorrência da retração das viagens no Brasil e no mundo de maneira geral, devido os protocolos que foram usados para diminuir o contágio de pessoas e a proliferação do coronavírus, também foram adotadas pelas políticas de turismo de Mateiros, município onde se localiza os atrativos do Jalapão, e estão sendo apontados pela gestão Estadual como os responsáveis pelo aumento de fluxo. Concorde-se que a pandemia retraiu a dinâmica do mercado como um todo, o que não foi diferente no Brasil. Para elucidar o que se propõe a investigar nesta pesquisa abordou-se a teoria de Pine e Gilmore (1999) que auxilia o entendimento de uma viagem memorável. A netnografia é utilizada como instrumento metodológico, visando facilitar a operacionalização de grandes quantidades de dados. Realizou-se também um levantamento nos principais canais de notícia e sites do governo do Tocantins, tendo como objetivo verificar a credibilidade da informação. Como parâmetro confronto dos dados obtidos utilizou-se o Google Trends, para reforçar a verificação dos resultados aferidos.

Palavras-chave: Turismo. Jalapão. Covid-19. Netnografia.

Abstract: This article aims to discuss aspects of the offer from the tourist destination Jalapão, with regard to increasing the flow of visitors within the attractions of the State Park and surroundings, during the Coronavirus epidemic, taking as a reference the period of 2019-2020. The occurrence of the retraction of travel in Brazil and in the world in general, due to the protocols that were used to reduce the contagion of people and the proliferation of the coronavirus, were also adopted by the tourism policies of Mateiros, a municipality where the attractions of Jalapão are located and are being pointed out by the State management as responsible for the increase in flow. It is agreed that the pandemic retracted the dynamics of the market as a whole, which was no different in Brazil. In order to elucidate what is proposed to be investigated in this research, Pine and Gilmore's theory was approached (1999), which helps to understand a memorable trip. Netnography was used as a methodological tool, aiming to facilitate the operation of large amounts of data. A survey was also carried out on the main news channels and websites of the Tocantins government, with the objective of verifying the credibility of the information. As a comparison parameter of the obtained data, Google Trends was used to reinforce the verification of the measured results.

Keywords: Tourism. Jalapão. Covid-19. Netnography.

Introdução

O Jalapão, segundos dados divulgados pelo governo do Estado via Agência Estadual de Turismo, apresentou um aumento de visitação entre os anos de 2018 a 2019 e de 2019 a 2020, mesmo com o advento da Covid-19. No site oficial as informações diziam que:

No mês de novembro, as Dunas receberam 3.687 turistas, um aumento de 77,7% em relação a novembro de 2019 e uma queda de 6,0% em relação a outubro de 2020. Outro atrativo que registrou um aumento foi a Cachoeira da Velha com 2.140 visitantes, um aumento de turistas de 30,4 % em relação ao mesmo período de 2019 e um aumento de 7,3% em relação a outubro de 2020. (Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa)

A informação do site também indicava a procedência dos turistas atestando que eram provenientes do Brasil com 99,4% e 0,6% de turistas estrangeiros, destes 58,2% do sexo feminino e 41,8% do sexo masculino. Com relação aos estados com maior presença na região foi de turistas provenientes de São Paulo que liderou com 41,6%, seguido de Rio de Janeiro (13,0%), Minas Gerais (8,0%), Tocantins (7,6%) e Paraná (5,1%). Em relação aos turistas estrangeiros, 31% dos visitantes foram oriundos dos Estados Unidos, 31% da França e 15% da Colômbia.

Os dados servem de *insight* para este artigo, que tem por objetivo buscar entender o que motivou o pico de visitação entre outubro de 2020 a janeiro de 2021, em plena pandemia da covid-19, dada a significativa importância que o destino turístico incide sobre a economia do Estado. A pesquisa se justifica porque pela importância do setor é mister buscar compreender o comportamento da demanda numa ocasião tão específica, que pode ser indicador de uma tendência comportamental coletiva.

Na pesquisa visa-se levantar alguns elementos que possam elucidar essas inquietações, assim levantamos os seguintes objetivos: a) identificar que tipo de viagem o turista vivencia no Jalapão; b) investigar os protocolos de segurança adotados; c) entender o que anseiam os visitantes com a viagem.

A metodologia utilizada para investigação é a netnográfica, que tem se mostrado bastante eficiente quando se tem muitos dados, além de ser mais rápida e objetiva.

O levantamento de dados foi realizado, também, na plataforma TripAdvisor.com na ferramenta dos chats, para obter-se o nível de satisfação e de impressão deixado pelo turista que realizaram as viagens ao PEJ, antes da eclosão do coronavírus. A intenção foi averiguar se estes comentários foram estimuladores para que ocorressem novas visitas por novos turistas. Este método tem sido utilizado em pesquisa sistemática envolvendo o PEJ e já há artigos publicados pelos autores com a metodologia.¹

¹ CARACRISTI, M. F. A.; FEGER, J. E.; MINASI, S. M.; MARYNOWSKI, J. E. A demanda turística do Parque Estadual do Jalapão (PEJ, Tocantins, Brasil) baseada em comentários de redes sociais. REVISTA BRASILEIRA DE ECOTURISMO, 2021. KAIZER, E. F.; CARACRISTI, M. F. A.; FEGER, J. E.; MARYNOWSKI, J. E.; SILVA, T. M. Análise da experiência relatada pelos turistas ao visitar o Parque Estadual do Jalapão (PEJ) TO, Brasil. Ateliê do Turismo, 2021.

O Tripadvisor foi um dos primeiros a adotar o conteúdo gerado pelo usuário, que fornece a maior parte do argumento, e é sustentado por um modelo de negócio de publicidade, que atende a mais de 455 milhões de visitantes que acessam a plataforma todos os meses gerando o compartilhamento de 570 milhões de avaliações e opiniões, o que o torna um campo de conteúdo interessante para investigações acerca do comportamento do consumidor. (Manosso, 2015; Cohen, Prayag, Moital, 2016).

Caracterização do território Estudado

O Parque Estadual do Jalapão (PEJ) e a APA Jalapão são unidades de conservação estaduais do Tocantins, administrados pelo Instituto Natureza do Tocantins – Naturatins. O PEJ é o maior parque do estado e foi criado pela Lei nº 1.203, de 12 de janeiro de 2001, possuindo o objetivo de proteger a fauna, a flora e os recursos naturais, de forma a garantir o aproveitamento sustentado do potencial turístico.

Para discutir o turismo no PEJ parte-se da compreensão de que ele é o maior parque estadual do Tocantins de proteção integral à natureza, ocupando uma área de 158 970, 95 há, na região leste do estado do Tocantins. Está distribuído pelos municípios de Mateiros e São Félix do Tocantins.

São rios, corredeiras, cachoeiras, a ideia de deserto criada para o Jalapão, o distanciamento da cidade e a suposta, aridez do cerrado e a possibilidade do contato com povos tradicionais, já que o povoamento foi ocupado por ex-escravos e indígenas, o que contribui para a concepção de um destino histórico e também cultural.

Estudos clássicos de Pine & Gilmore (1999) e estudos mais recentes de Coelho (2017) apresentam um arcabouço teórico composto pelo marketing da experiência turística cujos modelos e dimensões servem para a discussão dos elementos caracterizadores das paisagens encontrados na pesquisa. Mediante a isso, questiona-se: o que possibilitou o aumento de visitação ao PEJ durante a pandemia? A experiência que se almeja realizar junto ao ambiente rústico e ecológico distanciado das cidades e longe do aglomerado de pessoas é justificativa para o aumento das visitas?

Os atrativos mais visitados do PEJ estão localizados no município de Mateiros e são: as dunas do Jalapão, fervedouro do Ceíça, cachoeira da Velha, cachoeira da Formiga, serra do Espírito Santo e o povoado de Mumbuca, território quilombola. (ICMbio, 2013)

O Jalapão tem se destacado pela importância na preservação do bioma Cerrado e se distingue com projeção internacional crescente, como uma área propícia às atividades de ecoturismo, turismo de aventura e turismo cultural (ICMbio, Op.cit). Os principais atrativos naturais e culturais em conjunto formam um pacote turístico que, oportunamente, é uma excelente alternativa para dinamização da economia local. As dunas em meio ao Cerrado, o fervedouro, as cachoeiras e as praias de rios, são elementos deste patrimônio natural, que aliado à riqueza cultural do capim dourado, compõem um produto turístico diferenciado.

O capim dourado é uma sempre viva que abunda nas veredas na região, é utilizado na produção do artesanato, o que constitui uma fonte de renda importante,

tendo se tornado um elemento que integra simbolicamente aspectos culturais dos povos tradicionais aqui residentes.

O turismo que é realizado no Jalapão é predominantemente de aventura ou ecológico (Governo do Tocantins, 2020) em virtude das características do ambiente, o turista vem em busca das corredeiras e quedas de rios, que estimulam a prática de atividades de aventura de carácter recreativo em ambiente rústico e natural.

Neste estudo vamos analisar os comentários dos atrativos: Cachoeira da Velha, Cachoeira da Formiga, Dunas do Jalapão, Fervedouro de Mateiros, Povoado de Mumbuca, Serra do Espírito Santo, todos inseridos em Mateiros. Cada um desses atrativos recebeu avaliação dos turistas, que postaram comentários e impressões do momento da viagem na plataforma do Tripadvisor como já explicitado.

Reflexões teóricas sobre impacto da covid no mundo

Beni (2020) faz uma reflexão sobre o comportamento do turismo durante a epidemia da covid-19. O autor entende que mais do que qualquer outro setor da economia, a atividade turística é extremamente retrátil às: “oscilações de taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometam a saúde pública, como o recente surto do COVID-19”. Lembra que a retração do mercado de turismo foi intensa com SARS, gripe Asiática, mas que nada se compara ao que ocorre com a Covid-19, ele mostra que:

Os dados do tráfego aéreo nacional já nos demonstram um percentual alarmante, apresentando uma retração inédita de 93% no nacional e 98% nos voos internacionais, segundo os dados divulgados pela ABEAR. Os números do setor de hotelaria, agências de viagem, eventos, feiras, convenções, exposições, transportes terrestres giram em torno sempre de mais 95% em média e, pelo que estive consultando com amigos e antigos companheiros da OMT, WTC e principalmente da Aiest e ANFORHT os percentuais são muito próximos em termos globais, e nem poderiam deixar de ser pelas rígidas e necessárias medidas tomadas pelos respectivos governos. O que me preocupa e, muito, é o day after, vencida a pandemia. O setor estará arrasado, descapitalizado com um tempo de recuperação, na minha opinião, de aproximadamente uma década! (26-03-2020).

A característica retrátil da atividade turística é inquestionável, quem em sua consciência investe recursos numa viagem para um destino em guerra? Neste comportamento irreversível da demanda turística, o autor faz alusão à retração mundial das viagens e que no pico da demanda na Europa, especialmente Barcelona, Veneza e Lisboa, o tráfego turístico receptivo mundial em 2019 foi de 1.645.9 bilhões, a América do Norte com 149 milhões de turistas e na Europa com 681,9 milhões, os dois representando mais de 60% do tráfego mundial.

América do Sul com 140 milhões e o Brasil com 0,76%, ou seja, 7 milhões de chegadas. Em 2019 brasileiros gastaram no exterior cerca de US\$ 19 bilhões, enquanto nosso receptivo internacional contribuiu com US\$ 5,8 bilhões. Isso representa um déficit de US\$13 bilhões, segundo o autor:

Enquanto nosso tráfego doméstico foi 84.637 milhões. A contribuição do Turismo à economia global representa 129 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos e é de US\$ 8,7 trilhões. Turismo está sujeito a vetores de transformação de diferentes origens advindas da ausência de sustentabilidades: ambientais, sociais, econômicas e político institucionais. Com a pandemia do COVID-19 o eixo do setor girou em 180 graus e saímos do Overtourism para o Ynfotourism o qual, somente uma Governança Global nos reconduzirá ao ponto alcançado 2019 em conjunto com a recuperação econômica global face a brutal e inédita recessão (Beni, op. Cit).

A preocupação com a estagnação do mercado de viagem, contando que este complexo envolve a hospedagem, a alimentação, o transporte e os serviços em geral, foi explicada pela OMS através de um guia de orientações que entendendo o turismo como segmento de exportações, sugere que com as restrições das viagens as chegadas internacionais sofreriam uma queda de 60% a 80%, o que impacta negativamente em 120 milhões de empregos promovendo uma queda de US\$ 910 bilhões a UD\$ 1,2 trilhão em exportações. (OMS, 2020)

As sete diretrizes que a OMS em parceria com o Comitê de Crise de Turismo Global, focaram para a recuperação do setor mitigando o impacto econômico estão assentadas na importância de se resgatar a confiança dos viajantes através de distanciamento social, checagem da temperatura, aumento de ações de limpeza e higiene e kits para viagens aéreas seguras, assim como hospedagens e eventos, ou seja o desenvolvimento de protocolos de segurança e uma coordenação de respostas e promoção da inovação.

Na Europa, mais especificamente em Portugal houve um decréscimo mais expressivo dos efeitos das COVID-19 para o setor do Turismo, no que diz respeito a hospedagem, uma queda de 97,4% de hóspedes e 97% de dormidas no mês de abril. Em março, respectivamente, os números negativos foram de 62,6% e 58,7%. Além disso, foram impostas medidas parciais de restrição internacional, nas quais apenas diplomatas poderiam entrar e sair do país. A fronteira terrestre entre Portugal e Espanha ficaram

fechadas até dia 30 de junho, assim como voos entre Portugal e países de fora da União Europeia. (OMS, 2020).

As determinações acerca de distanciamento e protocolos de limpeza e uso de máscara foi o recurso mais simples e que surtiu até agora, maior efeito na diminuição do vírus e se prorrogou mesmo depois da segunda onda da Covid-19 que foi batizada de 20A.EU1, apesar de ter surgido na Espanha no verão de 2020 (que ocorre entre junho e setembro por lá), até as vacinas puderam realmente inibir os contágios e as mortes.

Histórico dos protocolos e medidas adotadas para a proteção do PEJ durante a Covid-19

Mateiros foi o último dos 139 município a contrair a covid-19 no Estado do Tocantins. O município de Ponte Alta apresentava um total de 17 infectados pelo Coronavírus, mas Mateiros e São Félix não apresentaram casos de contaminação, até o dia 14 de julho de 2020.

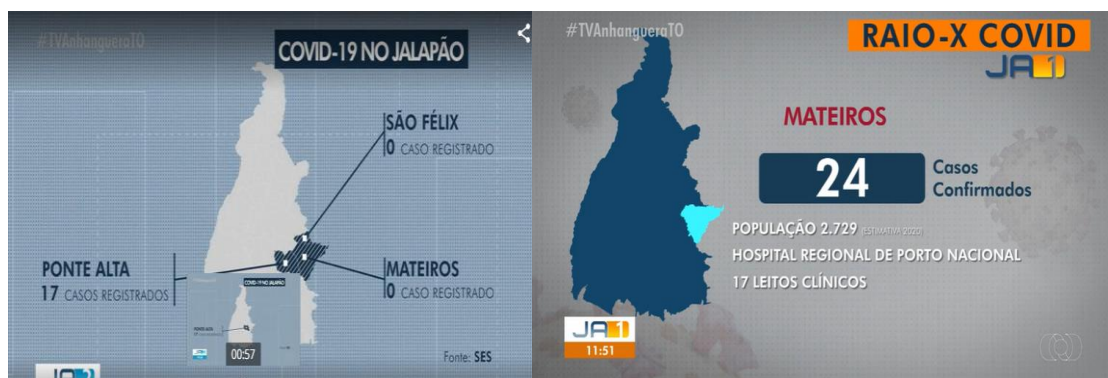
No Tocantins a primeira pessoa contaminada ocorreu em Palmas no dia 18 de março de 2020, e a notificação foi feita pela Secretaria Municipal de Saúde. A infectada era uma mulher, com 42 anos que esteve em Fortaleza para participar de um congresso. No dia 8 de março, começou a sentir os sintomas, o diagnóstico saiu no dia 16 do mesmo mês.

No dia 25 de março de 2020 o pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro, pede o fim do confinamento, logo em seguida os prefeitos das cidades de Araguaína, Gurupi e Paraíso do Tocantins reabriram o comércio. O governador Mauro Carlesse (DEM) decidiu permanecer com as medidas restritivas, incluindo o fechamento das escolas e do comércio no Tocantins e Mateiros manteve-se fechada.

Imagem do Estado do Tocantins, ressaltando a região do Jalapão

Imagem 1 - 14/jul/2020

Imagem 2 - 21/nov/2020



<https://globoplay.globo.com/v/8698654/>

Imagem 3- Raio X- evolução da covid



<https://globoplay.globo.com/v/9042307/>

O primeiro documento oficial gerado pelo município de Mateiros sobre a covid-19 é o Plano de contingência do município de Mateiros -TO - Novo Coronavírus (covid-19) 1ª versão Março 2020 – Documento da Prefeitura de Mateiros e Secretaria Municipal de Mateiros. Documento técnico que tem por objetivo disciplinar as normas de saúde pública visando a detecção do vírus e a maneira de lidar com todos os processos de registros e orientação pública à comunidade.

O fechamento do Parque Estadual do Jalapão acontece no dia 17/03/2020 através de decreto do governador, antes da notificação do primeiro caso de covid. Além do Jalapão foram fechados os parques do Cantão e Parque do Lajeado além do Monumento

Natural das Árvores Fossilizadas e publicado no Diário Oficial do Estado (DOE) do mesmo dia. (Jornal do Tocantins, G1, 2020).

No dia 24 de junho trabalhadores da área do turismo fizeram uma manifestação em Ponte Alta pedindo a retomada das atividades no Parque Estadual do Jalapão. O protesto ocorreu durante a manhã na quarta-feira 24 de junho e contou com a participação de guias turísticos e empresários que trabalham na região.

No dia 13 de julho o governo adia por tempo indeterminado a abertura do PEJ para visitação turística. O decreto atende aos prefeitos dos municípios de Ponte Alta do Tocantins, Mateiros e São Félix do Tocantins; que manteriam a proibição da entrada aos parques caso o governador decidisse pela abertura.

No dia 25/09/2020 O MP entra com uma ação civil pública para impedir a reabertura do PEJ que estava prevista para 5/10/2020.

A suspensão da visitação criou um problema de sobrevivência das famílias que tem no turismo a fonte de renda principal, mas por se tratar de uma região sem atendimento hospitalar adequado para além da comunidade em caso de emergência hospitalar da covid. O Jalapão, também é habitado por povos tradicionais, o MP através da Ação civil pública visa assegurar o isolamento social para os municípios da região:

A presente demanda busca a obtenção de provimento jurisdicional que determine aos entes federados que mantenham as medidas de isolamento social para o enfrentamento da COVID-19 na região do Jalapão, abstendo-se de autorizar a abertura do Parque Estadual do Jalapão e dos demais atrativos turísticos da região localizados fora do Parque, enquanto durar a pandemia, sem a prévia apresentação de justificativas técnicas fundamentadas, alicerçadas em evidências científicas e em análises sobre informações estratégicas em saúde na região. (Ministério Público Estadual, MP, 2019)

No dia 21 de novembro de 2020 Mateiros apresentava 24 casos confirmados, mas nenhum óbito. A reabertura do Parque ocorreu no dia 30 de setembro de 2020 pelo decreto do governador que também deliberou sobre o retorno das aulas presenciais para o último ano da educação básica e ensino superior, atendendo ao pedido dos municípios.

No Parque Estadual do Jalapão os atrativos disponíveis para visitação turística foram: a Cachoeira da velha, Prainha da cachoeira da Velha, Dunas e a Trilha da Serra do Espírito Santo. Ficaram de fora o fervedouro e o quilombo de Mumbuca.

O plano com os protocolos para a abertura do PEJ estava finalizado desde julho e contou com a colaboração dos órgãos de classe:

AJACA-Associação Jalapoeira de Condutores Ambientais

ATTR – Associação Tocantinense de Turismo Receptivo

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

ABAV – Associação Brasileira de Agente de Viagem

Prefeituras de São Félix, Mateiros e Ponte Alta. Todos os protocolos foram aceitos pela Secretaria Estadual de Saúde e coerência ao estabelecido pela Organização Mundial de Saúde.

Aumenta o número de turistas ao Jalapão durante a pandemia

O aumento da demanda para o Jalapão foi sensível entre os meses de novembro, dezembro, janeiro de 2019 e janeiro de 2020. A estimativa de visitação para o carnaval foi frustrada porque houve um decréscimo de entradas, após a segunda onda da Covid-19. A ilustração acima realizada pelo Governo do Tocantins mostra que as dunas foi o atrativo que mais recebeu turista, 4. 692 turistas, um aumento de 4% em relação a janeiro de 2020.

A retomada comprovou uma demanda reprimida há meses: somente no mês de novembro, as Dunas receberam 3.687 visitantes e a Cachoeira da Velha/Prainha 2.140 turistas. Estes números representam aumento no fluxo de turistas respectivamente de 77,7% e 30,4% em relação ao mesmo período de 2019. O levantamento comprova a presença de pessoas de diversos estados e países, principalmente São Paulo (28,7%), Rio de Janeiro (11,%)

A retomada comprovou uma demanda reprimida há meses: somente no mês de novembro, as Dunas receberam 3.687 visitantes e a Cachoeira da Velha/Prainha, 2.140 turistas. Estes números representam aumento no fluxo de turistas respectivamente de 77,7% e 30,4 %, em relação ao mesmo período de 2019. O levantamento comprova a

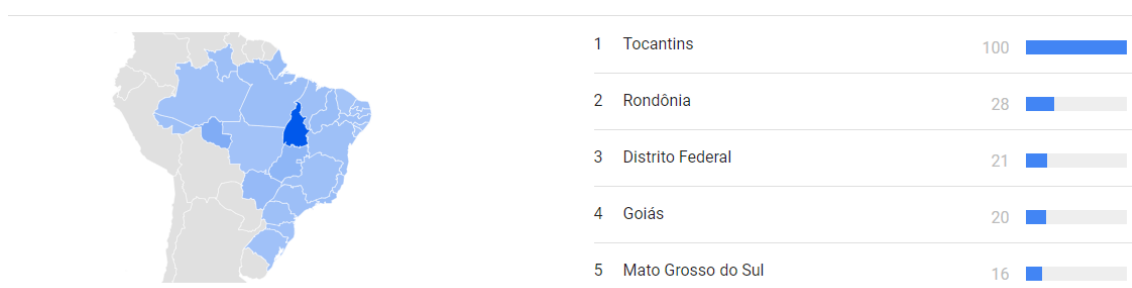
presença de pessoas de diversos estados e países, principalmente São Paulo (28,7%), Rio de Janeiro (11,5%), Tocantins (11%) e Minas Gerais (8,8%). Para comprovar os dados divulgados pelo Governo do Estado via Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa (ADETUC) buscou-se estabelecer uma relação de aferição pelo Google Trend, visibilizando o movimento de buscas para o Jalapão nos mesmos períodos de referência citado pela ilustração, assim temos:

Gráfico 1-Pico de busca pelo termo Parque Estadual do Jalapão de 09/03/2020 a 09/04/2021



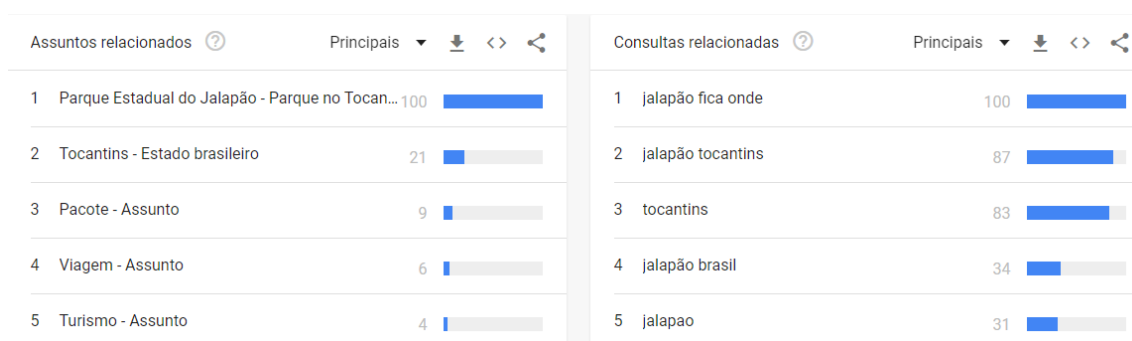
Os gráficos mostram que do dia 3 de março de 2020 a 3 de março de 2021, houve um pico de busca 28/06/2020 a 04/07/2020.

Gráfico 2 - Interesse por sub-região



O Gráfico de interesse por sub-região aponta que o Tocantins é o local onde se efetiva a maior busca pelo Jalapão.

Gráfico – Assuntos relacionados



O gráfico assuntos relacionados mostra que o termo “Parque Estadual do Jalapão” é o mais procurado (pico com 100), abaixo vem “Tocantins Estado Brasileiro”. Com relação as consultas relacionadas está “Jalapão fica onde”. O pico bem significativo de busca ocorrido no dia 3 de março pode estar relacionado ao fato de que neste dia foi noticiado a visita da atriz Isabella Sartoni com o namorado Caio Vaz às cachoeiras do Jalapão.

Com o objetivo de evitar aglomerações e oferecer um ambiente seguro aos turistas, o governo do Tocantins publicou normas para o retorno de visitas aos principais atrativos da região.

Entre as mudanças, está a limitação de 200 pessoas por dia para visitas às Dunas, à Cachoeira da Velha e à Prainha do Rio Novo. Já para a Serra do Espírito Santo, o limite é de 100 pessoas por dia. A limitação representa cerca de um terço da capacidade normal dos atrativos antes da pandemia do coronavírus.

As visitas com restrições já estavam autorizadas desde o início, porém não havia números fixos de pessoas para cada ponto turístico. As visitas com restrições já estavam autorizadas desde o início do mês de setembro, porém não havia números fixos de pessoas para cada ponto turístico.

No protocolo, constam as medidas necessárias ao controle de fluxo turístico, como: reuniões de orientação dos empresários para a adoção de medidas de segurança propostas nos protocolos; criação de um passaporte para controle de acesso, reduzindo a 30% o número de visitas diárias; exigência de exame prévio para Covid-19; proibição do ingresso de turistas individuais que não estivessem com guia/operadora; montagem de sete barreiras fixas, sendo cinco para controle de acesso, nos municípios de Novo Acordo, Lizarda, Mateiros (Galhão), Lagoa do Tocantins e Ponte Alta; e duas de policiamento, para controlar o acesso às comunidades do Prata, em São Félix, e Mumbuca, em Mateiros.

Determinado para as trilhas:

- Nas atividades de trilha foi obrigatório o uso de máscara e distanciamento;
- Se houvesse a necessidade para tirar a máscaras era necessário o afastar do grupo 5 até 7 metros, sempre lugar aberto e claro, com as mãos higienizadas;
- Os viajantes deveriam portar o seu próprio kit de segurança para fazer as atividades.

Todas essas ações tem como meta inibir a propagação do coronavírus e possibilitar a visitação aos atrativos do PEJ em época de pandemia.

A economia da Experiência: para entender o fenômeno da viagem memorável

A discussão sobre a importância da experiência turística foi iniciada a partir da obra de Csikszentmihalyi (1995), ali a metáfora do fluxo foi usada para descrever a sensação de ação sem esforço de muitas pessoas em momentos que se sobressaem como os melhores de suas vidas, seria uma experiência de completa imersão.

A análise que nos propomos a realizar está mais relacionada com os aspectos emocionais e existenciais que a atividade desempenha em quem efetiva as viagens. Autores como Toffler & Heidi (1970), Jessen (1996), Pine & Gilmore (1999) desenvolveram conceitos acerca da emoção e dos sentimentos que agregados aos serviços, ou a própria mercadoria, geram uma complexidade de variáveis muito importantes, enquanto objetos de segmentação das demandas.

Essas inovações que priorizam os sentimentos, transcendem ao meramente material, investem na diversidade ecológica, cultural e espiritual, fazem parte de uma nova forma de produção, um avanço das economias de produção agrícola, industrial e informacional. Um novo projeto de interação dos indivíduos com os processos produtivos gravita ativamente na prospecção do turismo.

Antes de Pine & Gilmore, estudos de Rolf Jensen (1996) em “A Sociedade dos Sonhos” enfatizam que as cidades americanas, materialista e capitalista, estão abrindo espaço para que as pessoas saturadas, busquem romper com a pressão e a ansiedade causada pela competição, e criem um perfil social com foco na aventura, nos sentimentos e na espiritualidade.

Essas transformações no perfil dos gostos dos clientes é que gera, segundo Jensen, a tendência para comercialização das emoções. “Em 25 anos, o que as pessoas comprarão será principalmente histórias, lendas, emoções e estilo de vida” (Jensen, Op. Cit.).

Decorridos os 25 anos mencionados por Jensen, o diagnóstico que se realiza na tendência de demanda para o Jalapão, conforme já identificado em pesquisas anteriores de Caracristi; Ferge et al é o fato de que o Jalapão vende aventura e ecologia. O que se pode dizer é que ressignificando os sentimentos e a espiritualidade, a viagem ao Jalapão

possibilita o encontro dos indivíduos com o simples, uma chance de concatenação com pelo menos três dos quatro elementos principais que compõem a natureza e o seres vivos: a água, a terra e o ar.

Metodologia:

Netnografia e Análise de conteúdo para captação dos dados

Na pesquisa a plataforma TripAdvisor foi selecionada para obtenção de dados e a economia da experiência como teoria para a interpretação dos conteúdos. A Netnografia foi utilizada como método pela eficácia de conduzir pesquisas em comunidades virtuais, também com êxito nos fenômenos sociais, utilizou-se também o software Estatístico R que contém diversos pacotes com funções especializadas relevantes para mineração de textos. (Silge & Robinson,2017).

A netnografia de acordo com Hine (2015; 2016) é um método mais rápido, simples e menos oneroso que a etnografia e, ao mesmo tempo, mais natural e menos invasivo que o grupo focal ou a entrevista. A diferença dos métodos etnográficos tradicionais para o netnográfico é a coleta de dados, pois como eles são em sua maioria digitais, existem ferramentas capazes de traçar padrões e coletar volumes de dados maiores.

No entendimento de Kozinets (2014) o método não trata as comunicações realizadas no ambiente digital como conteúdo, mas como fenômenos sociais, expressões carregadas de significados. Existe uma sequência de etapas apontadas por Kozinets (1998) apud Scaraboto (2006) que orienta a aplicação da netnografia em ambientes mediados por computador.

A rotina da pesquisa

Estabeleceu-se uma rotina que permitiu obter e processar os comentários por meio do software R, ficando para os pesquisadores o papel de analisar e compreender os resultados à luz dos fundamentos teóricos da economia da experiência. Os passos definidos para coleta e tratamento foram: aquisição dos dados, pré-processamento e singularização das palavras, stemming e o seu melhor representante, frequência absoluta (FA), nuvem de palavras, tetra-grama, frequência relativa (FR).

A coleta de dados foi realizada usando técnicas de captura de dados (web scraping), que correspondem a procedimentos para extração automatizada dos dados (Muzer et al, 2015). O resultado deste passo foi um conjunto de documentos com os textos relativos a 2.104 comentários feitos para os seis atrativos existentes no PEJ conforme o Tabela 1.

Tabela 1 - Total de documentos obtidos de comentários sobre atrativos do PEJ.

Atrativos	Número de comentários
Cachoeira da Velha	424
Cachoeira da Formiga	690
Dunas do Jalapão	504
Fervedouro	232
Povoado de Mumbuca	116
Serra do Espírito Santo	138
Total	2.104

Fonte: os autores

Após a captura dos dados, ocorreu a realização do pré-processamento que consiste em um conjunto de etapas realizadas nas coleções de documentos para que obtenha-se palavras relevantes para análise. Essa etapa envolve a transformação das palavras em letras minúsculas, a retirada de pontuação e caracteres especiais (p.ex. "!", "@", "#", "\$"), supressão de palavras não relevantes (stopwords), eliminação de espaços em branco, e a singularização das palavras.

A utilização do stemming e o seu melhor representante é uma sistemática que tem a função de diminuir a variação de uma mesma palavra nos documentos, chegando aos radicais e substituindo estes radicais pela palavra mais frequente originalmente. Após a realização dos passos anteriores, para saber quantas vezes uma certa palavra aparece em um documento, efetuou-se a contagem das palavras, obtendo-se a frequência absoluta (FA) de palavras ou termos, compondo-se uma lista das palavras encontradas e quantas vezes elas apareceram na coleção de documentos.

Foram elaborados os seguintes diagramas com base nos dados ou objetos obtidos a partir da FA: A nuvem de palavras que é um gráfico elaborado usando a FA das palavras, em que as palavras mais evidentes na nuvem são aquelas com maiores FA (Fellows, 2019); O tetragrama que é a contagem de quatro palavras na coleção de documentos (Schmidt, 2019) também gerando uma lista com as frequências absolutas.

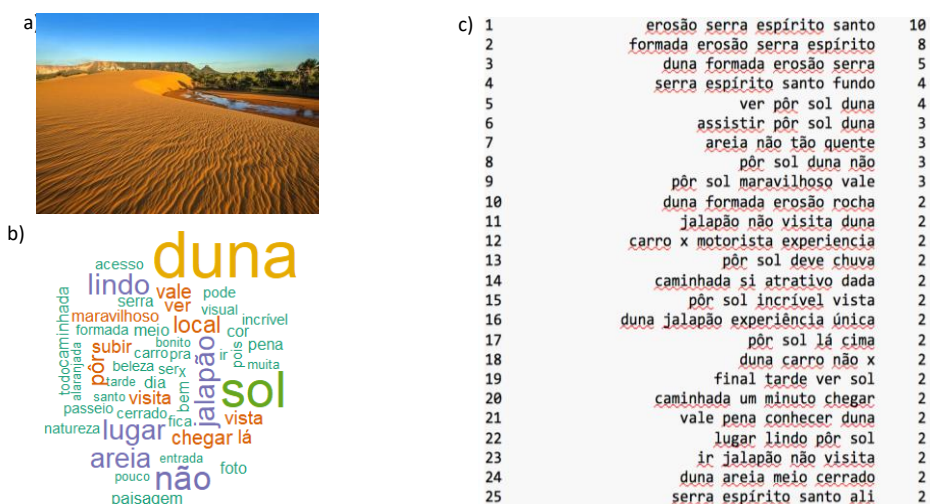


Figura 3 - Dunas do Jalapão: (a) Imagem extraída do site ADETUC (b) Nuvem de Palavras das 50 palavras mais frequentes. (c) Tetragrama das 25 frases mais frequentes.

A compreensão e inferência sobre os dados colhidos e organizados conforme descrito, efetuou-se pelo procedimento da Análise de Conteúdo (AC) que segundo (Bardin, 1977) corresponde a um conjunto de técnicas de análise de comunicações por meio de procedimentos sistemáticos os quais tem a finalidade de obter indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos a partir destas mensagens. Os procedimentos para a análise de conteúdo foram dispostos em termos de associação de palavras, para chegarmos a um estereótipo, que segundo Bardin é uma “ideia que temos de [...] a imagem que surge espontaneamente, logo que se trate de [...]; a representação de um objeto (coisas, pessoas, ideias) [...] desligada da sua realidade objetiva, partilhada pelos membros de um grupo social com uma certa estabilidade” (Bardin, Op.Cit, pp. 51-52).

Posteriormente, procedeu-se a análise dos dados minerados do conteúdo sistematicamente selecionado da plataforma TripAdvisor, associando-os aos fundamentos teóricos da economia da experiência: entretenimento, aprendizagem, estética/contemplação e evasão. Para critérios de operacionalização das variáveis, de

acordo com as necessidades inerentes à pesquisa categorizou-se como uma experiência memorável aquela em que o turista tenha se enquadrado nos quatro itens dos “Estágios de estruturação de uma experiência”. A experiência pode ser percebida como positiva, ou negativa mediante a análise das palavras postadas nos comentários do site TripAdvisor, postadas pelos indivíduos que estiveram no Jalapão, no período entre 2012 e agosto de 2019.

De um total de 2.104 comentários que foram postados no site do TripAdvisor, para cada um dos seis atrativos mais visitados e recomendados pelo próprio site, a partir do processo descrito anteriormente, interpretamos as palavras encontradas nesses comentários, de maneira a enquadrá-los por aproximação, nas seguintes subdivisões: 1. Entretenimento: Opções pessoais de lazer no destino escolhido; 2. Aprendizagem: Obtenção de contato com aspecto da cultura e da história dos habitantes do sítio local/região visitado; 3 Estética: Qualidade aparente dos atrativos visitados; Evasão/Fuga: Sensações de desprendimento pessoal

Essas experiências foram categorizadas de maneira a permitir-nos avaliar aproximadamente do que cada uma delas representa, diante dos comentários que foram investigados, levantou-se os termos que identificaram o tipo de experiência que as pessoas obtiveram com a viagem ao Jalapão. Assim selecionamos os seguintes destinos:

Tabela 2 - Atrativos pesquisados no Parque Estadual do Jalapão.

Exp. Memorável	Cachoeira Velha	Cachoeira Formiga	Serra do ES	Dunas	Fervedouro	Mumbucaba	Jalapão
Entretenimento		*	*	*	*		*
Estética	*	*	*	*	*		*
Evasão/fuga	*			*	*		*
Aprendizagem	*			*		*	*

m							
Total	3	2	2	4	3	1	4
Quantidade	424	690	138	504	232	116	2.104
Proporção	20,15%	32,8%	6,55%	24%	11%	5,5%	100%

Dos autores

A tabela 2 nos permite obter uma visão geral dos atrativos que foram analisados e da quantidade de comentários que foram computados, para a compreensão da pesquisa. Apurou-se que: 2.104 comentários realizados (100%), a cachoeira da Formiga obteve 690 comentários (32,8%); Cachoeira da Velha 424 (20,15%); as Dunas obtiveram 504 comentários (24%); o fervedouro 232 comentários (11%); a Serra do Espírito Santo 138 comentários (6,55%) e por fim Mumbuca com 116 comentários (5,5%).

Os dados mostram que o atrativo das Dunas é o que melhor representa a viagem memorável, apresentando participação positiva nas quatro dimensões indicadas pela economia da experiência. A cachoeira da Velha atende a estética, evasão/fuga e aprendizagem; o Fervedouro atendem as três dimensões, estética, entretenimento, evasão/fuga; a Cachoeira da Formiga, entretenimento e estética; Serra do Espírito Santo, entretenimento e estética e Mumbuca atende apenas a uma única dimensão da experiência memorável, o aprendizado.

O PEJ na sua totalidade oferece as quatro dimensões de uma experiência memorável, mas verifica-se uma tendência a ter mais comentários sobre o entretenimento e a estética.

5 Considerações Finais

A intenção da pesquisa foi identificar quais circunstâncias fizeram com que o Jalapão obtivesse uma demanda de turistas maior em plena pandemia, um comportamento diverso do que ocorreu na grande maioria dos destinos turísticos.

Pelos dados coletados, comparação realizada entre informações das notícias e verificação do movimento de buscas na plataforma pelo google trends podemos aferir

que não há uma lógica direta e objetiva neste aumento significativo de visitantes, ao Jalapão.

Contudo, se analisa-se os comentários obtidos pela plataforma Tripadvisor, no período que antecedeu à pandemia, emitidos pelos visitantes que realizaram viagens ao Jalapão, depara-se com comentários e depoimentos que permite-nos identificar o que faz o Jalapão ser uma viagem memorável, inesquecível.

Percebe-se que neste vasto território de nascentes e corredeiras de fervedouros e veredas, de capim dourado, cultura e povos tradicionais se vivencia uma experiência bastante intimista com a natureza, com a solidão que nos remete a paisagem e tudo que nela se insere, é preciso querer viver para experimentar, nada é facilitador.

A ideia de que o Jalapão vende aventura, ideia de distanciamento entre pessoas e afastamento das cidades pode ter sido motivação para os altos índices de visitação, principalmente às dunas, nestes períodos de pandemia onde a presença latente da morte e do infortúnio assola sem precedentes as existências dos indivíduos na terra.

Referências Bibliográficas

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa edições, 70, 225 (pdf). (1977)

BENI, M. C. Turismo e Covid-19: algumas reflexões. Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade, 12 (3 - Especial Covid19. 2020, 1-23, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i3a02> 9

CIDADE.BRASIL. **Microregião do Jalapão**. Acesso em 21 de fevereiro de 2020, em <https://www.cidade-brasil.com.br/municipio-mateiros.html>

COHEN, S. A; PRAYAG, G; MOITAL, M. (2013) **Consumer behavior in tourism: concepts, influences and opportunities**. Current Issues in Tourism. Acesso em 13 de fevereiro de 2019, em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2013.850064>

CSIKSZENTMIHALYI, M. **Beyond Boredom and Anxiety: The Experience of Play in Work and Games**, San Francisco: Jossey-Bass, 1975.

GÂNDARA, J. M. **A imagem dos destinos turísticos urbanos**. Revista Eletrônica de turismo Cultural, Número Especial, p. 1-22, 2008. Disp. em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural/aimagem.pdf>. GÂNDARA, J. M. et al. A qualidade da experiência na visitação dos destinos turísticos. In: BENI, M. C. (Org). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri: Manole, 2012.

GÂNDARA, J. M. G. et al. **A qualidade da experiência na visitação dos destinos turísticos**. In: BENI, M. C. (Org). Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão. Barueri, SP: Manole, 2012.

Globo. Jornal do Tocantins. **Trabalhadores do turismo no Jalapão fazem protesto pedindo reabertura do parque.**

<https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2020/06/24/trabalhadores-do-turismo-no-jalapao-fazem-protesto-pedindo-reabertura-do-parque.ghtml> lam fechados

Governo do Estado do Tocantins. (2020). On line. Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, em <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/cachoeira-do-formiga/>

Governo do Estado do Tocantins. (2020). On line. Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, em <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/cachoeira-da-velha/>

Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/dunas-do-jalapao/>.

Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/mirante-da-serra-do-espírito-santo/>

Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/fervedouro-do-ceica/>

Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/principais-atrativos/mateiros/povoado-mumbuca/>

Agência do desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em 17 de julho de 2019, <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/encantos-do-jalapao/>

Agência de desenvolvimento do turismo, cultura e economia criativa. Acesso em abril de 2021, <https://adetuc.to.gov.br/noticia/2020/12/8/jalapao-registra-aumento-no-fluxo-de-turistas-no-mes-de-novembro/>

Jornal Anhanguera. <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2020/03/27/primeiro-caso-de-coronavirus-no-interior-do-tocantins-e-confirmado-e-total-no-estado-sobe-para-9.ghtml>

HENCHE, B. G. (2016) Los mercados de abastos como espacios de turismo experiencial: El caso de la ciudad de Madrid. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, nº 25.

HINE, C.; CAMPANELLA, B. (2019). Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios. Acesso em 12 de agosto de 2019 em <http://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/111722>

HINE, C. (2015). **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday.** *Huntingdon*, GBR: Bloomsbury Publishing.

INSTITUTO CHICO MENDES. **Atas do Corredor Ecológico do Jalapão**. Acesso em 26 de março de 2019 em <https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/downloads/atlasjalapao.pdf>

IVARS, J. A. (2003). Planificación turística de los espacios regionales em España. Madrid: Editorial Síntesis.

IVARS BAIDAL, J.A.; SOLSONA, F.J.; SÁNCHEZ, D.G. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, v. 62, n. 2,

Kozinets, R. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre, Penso, 2015.

Manosso, F.C O espaço urbano turístico de Curitiba nas fotografias on-line: uma análise na rede social instagram”. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

MENEZES, P. D. L.; BRAMBLA, A; SOARES, A. L. V. S. (org.). **Perspectiva da gestão em turismo e hotelaria II**. Acessado em 6 de março 2021. (<http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/hotelaria/perspectivas-da-gestao-em-turismo-e-hotelaria-1/perspectivas-da-gestao-em-turismo-e-hotelaria.pdf>)

MINISTÉRIO DO TURISMO. (2008). **Ecoturismo: Orientações básicas**. Brasília. Acesso em 23 de setembro de 2018 , em http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Livro_Ecoturismo.pdf.

MINISTÉRIO PÚBLICO ESTADUAL. Procedimento Administrativo n. 1.36.000.000920/2018-57. <http://www.mpf.mp.br/to/sala-de-imprensa/docs/ACPJalapao>.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Organização Mundial do Turismo divulga diretrizes para reanimar o setor pós-pandemia**; <https://news.un.org/pt/story/2020/05/1715062>

PINE, B. Joseph. e GILMORE, James H. (1999). **The experience economy: work is theatre & every business a stage**. Boston: Harvard Business School.

ROLF, J. **Dream Society**. McGraw-Hill, New York, 2001.

SILGE, j. and ROBINSON, D. **Text mining with R. A tidy approach**,”O’ Reilly Media, Inc.”, 2017.

TOFFLER, A. **Choque futuro.**, Rio de Janeiro, Arte Nova, 1972.

SOBRE A AUTORA

Maria de Fátima Albuquerque Caracristi

Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (1988). Especialização em Educação Ambiental pela Universidade Federal do Mato Grosso e Mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (1994). Doutora em Geografia pelo Instituto de Estudos Sócio Ambientais IESA pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Pós-Doutorado em Turismo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. Atualmente é professora Adjunta da Universidade Federal do Tocantins, editora da revista Científica Espaço e Tempo Midiáticos e coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídias e Territorialidades Ameaçadas, membro do grupo de pesquisa Centro de Observação e Estudos Regionais (CORE) do Programa de Pós-Graduação em turismo da Universidade Federal do Paraná, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação-política pública-comunidade; comunicação-educação-território; jornalismo-comunidade.

**Recebido em julho de 2021.
Aceito para publicação em setembro de 2021.**