

Estudo Netnográfico a partir dos comentários emitidos no Facebook sobre patrimônio e o turismo em Tinguá-RJ-Brasil

Netnographic study based on **comments** posted on Facebook about **heritage and tourism** in Tinguá-RJ-Brazil

ALICE DOS SANTOS BRAGA * [Alicesbraga@outlook.com]

JOSÉ ANDRÉ VILLAS BOAS MELLO ** [jose.mello@cefet-rj.br]

PÂMELLA THIMOTEO DA SILVA *** [pamella.thimoteo@aluno.cefet-rj.br]

ANDREA JUSTINO RIBEIRO MELLO **** [andrea.mello@cefet-rj.br]

Resumo | A preservação do patrimônio é de suma importância para o sistema turístico nas diversas escalas territoriais e a divulgação dessas riquezas culturais é fundamental para a atração de turistas e para a promoção do desenvolvimento local. Nesse sentido, as redes sociais exercem um papel fundamental, influenciando as escolhas das pessoas sobre os espaços turísticos a serem visitados e, por isso, tem sido foco de muitas pesquisas relacionadas ao turismo. Dada essa importância, este estudo utiliza as redes sociais – especificamente o Facebook – como fonte de dados para analisar sua influência na percepção de segurança dos visitantes e na criação do sentimento de preservação do patrimônio cultural de Tinguá, bairro com forte atrativo turístico da cidade de Nova Iguaçu – RJ. Dentre os resultados, está a confirmação de que as redes sociais podem ser fortes aliadas na divulgação de localidades com apelo turístico, seja para atração de novos visitantes ou no desenvolvimento de um sentimento de conservação do patrimônio cultural destes espaços, além de influenciarem na percepção de segurança das pessoas.

Palavras-chave | Facebook, turismo regional, redes sociais, segurança do turista, segurança pública

* Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos - Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca Rio de Janeiro (CEFET/RJ)

** Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos - Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca Rio de Janeiro (CEFET/RJ)

*** Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos - Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca Rio de Janeiro (CEFET/RJ)

**** Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Sistemas Produtivos - Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca Rio de Janeiro (CEFET/RJ)

Abstract | The preservation of heritage is of paramount importance for the tourism system, at different territorial scales and the dissemination of these cultural riches is fundamental for attracting tourists and promoting local development. The use of social media and the role they play in the choice of visitors to tourist spaces has been the focus of many tourism researches. This study performs a netnography through a Facebook group to analyze the role that social media plays in the perception of security in tourist spaces and in the creation of the feeling of preservation of its cultural heritage in Tinguá neighborhood in the city of Nova Iguaçu - RJ. Among the results is the confirmation that social networks can be strong allies in the dissemination of locations with tourist appeal, either to attract new visitors or to develop a feeling of conservation of the cultural heritage of these spaces, in addition to influencing the perception of people's safety.

Keywords | Facebook, regional tourism, social media, tourist security, public security

1. Introdução

Segundo o Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (1999), o patrimônio cultural registra e expressa diversos processos de mudanças históricas. Ele pode ser considerado um ponto de referência dinâmica e um instrumento positivo de crescimento e intercâmbio. Assim como a memória coletiva, é peculiar de cada comunidade ou localidade, é insubstituível e é uma base importante para o desenvolvimento atual e futuro. A garantia de preservação do patrimônio enfrenta diversos desafios, e um dos principais é garantir a preservação vinculada ao retorno econômico para sua manutenção. O turismo pode ser uma alternativa para lidar com esse desafio através da garantia de preservação aliada ao retorno econômico, além da possibilidade de tornar o patrimônio um símbolo de representação da memória local.

Sabe-se dos riscos gerados pelo turismo como ferramenta para a preservação do patrimônio. Como apresentado por Alves e Deus (2020), o patrimônio cultural pode sofrer uma instrumentalização via demanda turística, pela mercantilização da cultura. Podendo essa instrumentalização resultar em uma espetacularização desse patrimônio, além de interferir na percepção do residente sobre essas tradições culturais. Porém, a espetacularização

não resolve e pode até aprofundar vulnerabilidades econômicas e socioambientais (Soares, 2016), evidenciadas a partir da patrimonialização desses lugares (Paes, 2017) e com a intensificação de um turismo predatório (Alves, 2021).

A educação patrimonial contribui para que o cidadão se reconheça como parte integrante do seu entorno (Ramos, 2019). E o cidadão, quando se reconhece como parte integrante do seu entorno, torna-se um agente primordial na preservação do patrimônio (Pelegri, 2006). Em regiões de baixa densidade urbana o turismo também pode contribuir como um fator de preservação do patrimônio local (Ramos, Malta & Costa, 2021). E o turismo, aliado à educação patrimonial, propicia para que o patrimônio cultural seja reconhecido como uma representação das mudanças históricas, das memórias locais e da cultura existente na região. Com o intuito de analisar o modo como os residentes da região do Tinguá, em Nova Iguaçu, cidade do Estado do Rio de Janeiro, reconhecem o patrimônio cultural e ambiental existente na região, surge a questão norteadora deste estudo: Qual o papel que as redes sociais exercem na criação do sentimento de preservação do patrimônio cultural e na percepção de segurança dos espaços turísticos em Tinguá, Nova Iguaçu – RJ?

As redes sociais são compostas por um vasto

conteúdo de textos e imagens gerado por seus usuários que compartilham suas experiências sobre diversos temas (Sultan, Sharmin, Badulescu, Stiu-bea & Xue, 2021). E essas experiências compartilhadas influenciam a opinião de outros usuários. Quando as pessoas desejam obter informações sobre os lugares que desejam visitar, elas preferem acreditar nas avaliações de outros visitantes, por serem mais confiáveis e objetivas (Oliveira, Araujo & Tam, 2020). Essas informações impactam cada vez mais na percepção sobre destinos e com isso na decisão de visitar ou não um determinado local (Kim, Lee, Shin & Yang, 2017). Ou seja, através de uma publicação em uma rede social o indivíduo pode ser influenciado a visitar o local ou, ao contrário, influenciado a não visitar, podendo essa decisão ser diretamente influenciada pelas valorizações e comentários feitos por outros consumidores (Mendes & Teixeira, 2019). Tais informações presentes nas mídias vêm sendo objecto de muitas pesquisas e tratadas por profissionais ligados a várias áreas (Bruno, Yang, Tian, Xie, & Shao, 2019). E a segurança é um dos principais quesitos a ser analisado, quando o assunto é o turismo, podendo afetar positiva ou negativamente a visitação de espaços turísticos, pois os turistas buscam locais seguros e em boas condições de visitação, o que torna a segurança turística um caso de segurança pública, que precisa ser realizada em conjunto com diversos órgãos (Borges & Silva, 2020).

Estudos têm buscado detectar as relações entre turismo e território, na perspectiva da qualidade do destino avaliada pelo usuário (Mondo & Fiates, 2016; Silva, Moreira, Arruda & Mariani 2019; Giglio, Pantano, Bilotta, & Melewar, 2020; Balińska, 2020; Carneiro & Allis, 2021). O objetivo proposto neste artigo é analisar o papel que as redes sociais exercem na percepção de segurança dos espaços turísticos e na criação do sentimento de preservação do patrimônio cultural do bairro de Tinguá - Considerando a percepção de residentes, como elemento de potencialização do patrimônio turístico e consolidação do destino na agenda pú-

blica. E, para atingir tal objetivo, optou-se por realizar uma netnografia, um método que pode ser realizado, seguindo parâmetros bem definidos, para analisar informações coletadas em comunidades virtuais de forma qualitativa (Gondim, Bolzán, Espínola & Alexandre, 2020).

O presente estudo se justifica pela necessidade de entender como as redes sociais interferem na percepção de segurança e como ajudam na criação do sentimento de preservação do patrimônio cultural desses lugares, contribuindo, assim, para o sentimento de pertença da comunidade. Visto que, na literatura, as redes são utilizadas pelas pessoas para obter informações a respeito do local que pretendem visitar para reduzir as possibilidades de se ter problemas de segurança durante o passeio (Tuclea, Vrânceanu & Năstase, 2020). A preservação do patrimônio cultural, muitas vezes, não é do interesse das autoridades, e a comunidade entra como um ponto principal para preservar esse patrimônio social (Mydland & Grahn, 2012; Alcobia, 2019).

Na sequência, o artigo está dividido em quatro partes: o referencial teórico, a apresentação da Reserva Biológica de Tinguá, a metodologia empregada, os resultados e sua discussão.

2.Referencial Teórico

2.1 Patrimonização de Sítios e monumentos

O Conselho Internacional de Monumentos e Sítios lançou em 1999 a Carta Internacional sobre Turismo Cultural – A gestão do turismo nos sítios com patrimônio significativo. Neste documento, o conselho define o conceito de patrimônio de forma ampla, incluindo os ambientes naturais e culturais, abrangendo as paisagens, os sítios históricos, as localizações, a biodiversidade, as tradições passadas e presentes, os conhecimentos, as experiências vitais, dentre outros. Também considera que

o patrimônio registra e expressa amplos processos de evolução histórica, sendo a essência de diversas identidades nacionais, regionais e locais.

A partir dessa definição, Pratz (2005) complementa ao afirmar que o patrimônio local é composto por todos os objetos, lugares e manifestações locais que, em cada caso, possuem uma relação *metonímica* com a externalidade cultural. Enquanto o patrimônio localizado é aquele que extrapola a sua própria localização e é capaz de promover por conta própria um fluxo de visitantes com relativa independência. O autor ainda ressalta que essa capacidade de atrair visitantes depende de diversos fatores. Primeiramente, o interesse social que consiste na sua capacidade de atração intrínseca. E também de parâmetros turísticos, como a sua localização em relação ao mercado emissor de visitantes, a infraestrutura turística existente (incluindo outras atrações complementares), a sua comercialização como produto turístico, a sua inclusão em produtos turísticos mais amplos e a capacidade física de visitação do próprio patrimônio. Concluindo-se que o patrimônio localizado faz parte do patrimônio local, mas não o contrário.

O patrimônio possui o potencial de gerar identificação e reconhecimento, do indivíduo, em relação ao espaço que o mesmo vive. Legitimando as memórias sociais construídas sobre o seu espaço de residência (Oliveira & Ribeiro, 2019). A partir do momento em que há uma mudança na percepção e reconhece-se que o patrimônio não se limita aos bens das elites dominantes, se torna evidente que o conceito de patrimônio e as ações em sua defesa representam construções sociais, historicamente arquitetadas e capazes de promover a noção de pertencimento dos cidadãos (Pelegri, 2006). O patrimônio pode ser compreendido através da perspectiva das instituições que dele se apropriam e também através da perspectiva dos indivíduos que também se apropriam do patrimônio ao lhe atribuir valores, simbolismos e emoções, e a partir disso, contribuem para a preservação do mesmo (Oliveira & Ribeiro, 2019).

A partir do momento em que o cidadão se reconhece como parte integrante do seu entorno, ele tende a elevar a sua autoestima e a valorizar a sua identidade cultural. O que permite que o cidadão passe a ser um agente primordial na preservação do patrimônio (Pelegri, 2006). Alguns mecanismos contribuem para o cidadão se reconhecer como parte integrante do seu entorno, sendo um deles a educação patrimonial (Ramos, 2019; Pelegri, 2006). Neste estudo considera-se a definição do IPHAN, presente na portaria nº 137, de 28 de abril de 2016, que define como educação patrimonial os processos educativos formais e não formais construídos coletivamente e com o diálogo. Processos educativos que focam no patrimônio cultural como recurso para a compreensão sócio histórica das referências culturais, assim contribuindo para o seu reconhecimento, valorização e preservação.

A educação patrimonial pode ser considerada tarefa prioritária, tendo em vista que ela contribui diretamente para a preservação do patrimônio e potencializa a participação da população local. População essa que deve ser tratada como agente histórico-social e como produtora de cultura. Através da valorização dos artesanatos locais, os costumes tradicionais, os modos de viver, as expressões de linguagem regional, a gastronomia e as festas. A apropriação dos bens culturais pela comunidade constitui um fator indispensável no processo de conservação integral ou na preservação sustentável do patrimônio. Pois, além de fortalecer o sentimento de identidade e pertencimento, ela estimula a luta pelos direitos sociais e fomenta o exercício da cidadania (Pelegri, 2006).

Territórios no Brasil são valorizados por sua vasta biodiversidade (Barcellos & Gebara, 2020). Um dos mecanismos de valorização e preservação do patrimônio é a visitação vinculada ao turismo, como abordado por Pratz (2005), pois alguns patrimônios atraem de forma independente visitantes e geram a circulação de indivíduos de outros territórios. O autor também afirma que, com o desenvolvimento das sociedades capitalistas avançadas,

há um aumento do número de empresas e iniciativas voltadas para o turismo. E que, a partir desse crescimento, as atividades patrimoniais adquirirem outro patamar e entrem abertamente no mercado. Desse modo os patrimônios passam a ser avaliados através de métricas de consumo, sendo principalmente o número de visitantes, mas também o *merchandising* e a publicidade midiática. As métricas passam a ser a mensuração da eficácia política e da contribuição para o desenvolvimento e consolidação do mercado lúdico-turístico-cultural.

A atividade do turismo vinculada à preservação do patrimônio deve ser realizada em concordância com os interesses do Estado e da comunidade local, reconhecendo a sua legitimidade e promovendo encontros socialmente aceitos, desenvolvidos com responsabilidade. Mais do que apenas realizar atividades comerciais vinculadas ao patrimônio, também deve apresentar outros significados pedagógicos e referenciados na cultura como proposta de vivência. Sendo essas atividades alicerçadas na autenticidade, no respeito e na valorização do indivíduo e de suas memórias (Alves & Deus, 2020).

2.2 Turismo e a percepção de segurança

Além de outros fatores, a segurança é analisada na hora de decidir quais lugares serão visitados ou não, sendo as rotas sem classificação ou incomuns consideradas arriscadas (Pondělíček, Šilhánková, Valero & Gómez 2019). Segundo Bauman (2005), o medo provém da superioridade do ambiente, da fragilidade humana e das regras ineficazes que controlam as relações entre as pessoas, seja na vida familiar, no regime político ou na sociedade. A modernidade trouxe o medo dos crimes e a falta de confiança nas pessoas. Tal sentimento começou, principalmente, com a desregulamentação e a quebra da união entre as comunidades. As cidades que foram criadas para dar segurança, mas, hoje em dia, geram a sensação de perigo. As-

sim, a segurança pessoal se tornou algo necessário em qualquer situação (Bauman, 2005).

O turismo se mostra vulnerável em relação a questões de insegurança intrínsecas às localidades e esses problemas sociais interferem diretamente no andamento da atividade turística (Borges & Silva, 2020). Em áreas turísticas, a divulgação de relatos sobre a segurança do local é primordial, pois ela contribui para a disseminação do turismo (Saunders, Weiler, Scherrer & Zeppel, 2019). Tais informações podem ser divulgadas em *sites* para que os turistas as recebam, ao pesquisar sobre a localidade na *internet*. Alguns problemas de segurança como homicídios, furtos, sequestros, tráfico de drogas são analisados pelos viajantes, na hora de escolher o local que querem visitar. Estes riscos devem ser corrigidos pelas autoridades (Pondělíček et al., 2019).

Objetivando a redução de riscos, os viajantes utilizam cada vez mais as redes sociais para obter experiências de viagens, o que os torna fontes importantes de dados sobre itinerários (Xiang & Gretzel, 2010). Os autores explicam que, em alguns casos, o *site* de busca em que está sendo realizada a pesquisa direciona o interessado para alguma rede, como, por exemplo, as redes sociais, o que gera um controle do turismo *on-line*. Segundo Xiang e Gretzel (2010), os viajantes realizam suas pesquisas sobre viagem de forma mais ativa nas comunidades virtuais (onde se encontram pessoas com interesses comuns - Chiu, Hsu & Wang, 2006), estas que são mais interligadas aos sites tradicionais de turismo. Enquanto o cliente local está focado em pesquisas sobre entretenimento à noite e parques também nas redes sociais.

Os turistas precisam chegar aos locais turísticos cientes dos riscos que podem estar correndo, além disso, o não conhecimento da região explorada pode depender da localidade onde os visitantes residem (Saunders et al., 2019). Embora, os riscos sejam, muitas vezes, menosprezados, ou o viajante não saiba da informação ou não esteja totalmente inteirado sobre o assunto (Maria Gstaett-

ner, Rodger & Lee, 2017). Uma série de medidas de segurança podem ser aplicada com o objetivo de garantir a integridade do turista. Como, por exemplo, a criação de um posto de atendimento ao turista, a disponibilidade de guias para acompanhar os visitantes, oferecer instruções e mapas de localização, manter as áreas sinalizadas, entre outras (Saunders et al., 2019). A segurança é um dos primeiros e mais antigos quesitos a ser considerados pelos responsáveis da atividade turística, porém, os métodos utilizados para verificar se um destino é seguro ainda estão em desenvolvimento, podendo alguns ser confusos ou de difícil alcance (Pondělíček et al., 2019).

2.3 Residentes e a percepção sobre o turismo

Os indivíduos tendem a avaliar os benefícios e as desvantagens em relação à atividade turística. A partir dessa avaliação adotam percepções positivas ou negativas sobre o desenvolvimento do turismo. E a percepção positiva sobre a atividade está associada positivamente à felicidade dos residentes (Sousa, Moniz & Silva, 2021). Com isso, se os residentes percebem os efeitos positivos do turismo em termos de impacto econômico, sociocultural e sustentabilidade superiores aos custos (efeitos negativos) eles irão ter uma atitude positiva em relação ao desenvolvimento da atividade em suas comunidades (Martín et al., 2018). Essas atitudes positivas ou negativas dos residentes interferem diretamente e indiretamente no apoio ao turismo (Çelik & Rasoolimanesh, 2021). A análise das atitudes dos residentes é um conceito importante no desenvolvimento do turismo, especialmente em destinos onde os impactos socioculturais negativos são geralmente ignorados e negligenciados (Tournois & Djerić, 2019).

Quando os residentes têm uma percepção positiva sobre os impactos tende-se a desenvolver uma atitude mais favorável ao desenvolvimento da atividade, gerando uma maior interação entre os envol-

vidos e uma melhor experiência para os visitantes. (Andriotis & Vaughan, 2003; Zhang, Inbakaran & Jackson, 2006; Ukaegbu & Carr, 2020; Kim, Kang, Park, & Kang, 2021). Essa participação dos residentes é crucial para o sucesso do desenvolvimento do turismo (Kim et al., 2021), sendo essencial a análise dessa perspectiva da comunidade local em relação à atividade para garantir o seu pleno desenvolvimento.

O desenvolvimento do turismo, em qualquer destino, está intimamente ligado ao apoio por parte do residente (Zaman & Aktan, 2020). Com o intuito de maximizar o impacto positivo e minimizar o impacto negativo o turismo deve ser desenvolvido guiando-se por políticas ponderadas e eficazes que atendam os interesses da maioria da comunidade (Jeong, Shim, Brown & Lee, 2021). Nesse sentido, o turismo de base comunitária contribui ao priorizar a garantia de vantagens econômicas, sociais, culturais e ambientais aos membros da comunidade (Petrović et al., 2021). O turismo pode contribuir positivamente para a economia local e melhorar o desenvolvimento regional (Bramwell & Sharman, 1999). É importante identificar quais são os atributos da cidade mais valorizados pelos turistas e a sua satisfação geral, fornecendo, assim, às autoridades de turismo informações que podem ser usadas para ajustar o planejamento turístico e a promoção da cidade (Vareiro, Remoaldo & Ribeiro, 2018). Diante do processo de avaliação Arabomen, Babalola, Idu-mah e Oforu (2021) apontam que o acesso dos residentes a espaços verdes e áreas verdes são componentes essenciais da habitabilidade das cidades, entender a percepção pode criar argumentos que apóiem projetos de conservação.

3. Reserva Biológica de Tingüá

Tingüá do tupi-guarani significa montanha em formato de nariz e é o nome da serra que deu ori-

gem ao nome do bairro localizado no município de Nova Iguaçu, no Estado do Rio de Janeiro (Plano de Manejo Rebio Tinguá, 2006), conforme a figura 1. O bairro está a 26,4 km do centro de município (1h de deslocamento). O município de Nova Iguaçu possui uma população estimada de 823.302 pessoas residentes, em uma área de 520,581 km² e

um PIB per capita de 20.538,67 R\$ (IBGE, 2021). O mais recente Plano Municipal para o Desenvolvimento do Turismo de Nova Iguaçu tem como um dos seus projetos, o desenvolvimento do bairro do Tinguá como polo turístico do município, tendo como pilares o ecoturismo, a sustentabilidade e o turismo rural.



Figura 1 | Serra do Tinguá
Fonte: Plano de Manejo da Rebio do Tinguá (Giovanni Vinciprova).

O bairro encontra-se localizado no entorno da Reserva Biológica do Tinguá, criada a 23 de maio de 1989, através do decreto nº 97.780. Mas os mananciais Serra Velha, Boa Esperança e Bacurubu motivaram o primeiro ato de proteção das florestas, em 1833. Nesse mesmo ano, todas as áreas ocupadas pelas fazendas onde estavam localizadas as nascentes desses mananciais (Fazendas da conceição, Tabuleiro e Provedor) tornaram-se Florestas Protetoras a partir de decreto de D. Pedro II. E, devido ao desmatamento da Floresta da Tijuca para o cultivo de café, as fontes de água potável, responsáveis pelo abastecimento da cidade do Rio de Janeiro, começaram a secar. Em decorrência dessa seca, D. Pedro II solicita ao Major Archer que reflorestasse a área da Floresta da Tijuca e que providenciasse uma alternativa para o abastecimento. E assim foi construído um sistema

de captação de água, que garantia a manutenção da cobertura vegetal. Esse sistema, atualmente concedido como Sistema Acari, é o de suprimento de água mais antigo da cidade do Rio de Janeiro e teve sua última adutora implantada em 1912. Alguns mananciais de captação que estão localizados na Rebio do Tinguá são: Captação de São Pedro (Jaceruba); Captação de Brava, Macuco, Serra Velha, Boa Esperança e Colomi; Captação de João Pinto e Captações de Rio D'ouro e Santo Antônio (Plano de Manejo Rebio Tinguá, 2006).

Segundo o artigo 6º da Constituição Federal de 1988, o lazer é considerado um direito social assim como a educação, a saúde, a alimentação, a moradia, a segurança, dentre outros. E, como ressaltado, no plano de manejo da Reserva Biológica, a região da reserva é desprovida de políticas públicas que atendem às necessidades dos moradores

e, principalmente, no provimento de áreas de lazer. Essa lacuna de políticas públicas propicia para a alta concentração de sítios particulares voltados apenas para o lazer, atendendo prioritariamente os moradores de regiões próximas. Além dos sítios particulares, os moradores próximos frequentam as cachoeiras localizadas dentro da área da Reserva do Tinguá, sendo as mais conhecidas: Cachoeira Boa

Esperança (figura 2), Cachoeira Jaceruba e Cachoeira Janjana. O plano de manejo da reserva, de 2006, não permite a visitação, porém a visitação dessas áreas acontecia antes mesmo da criação da reserva, e não há uma presença institucional da reserva nesses locais que impeça de alguma forma a visitação.

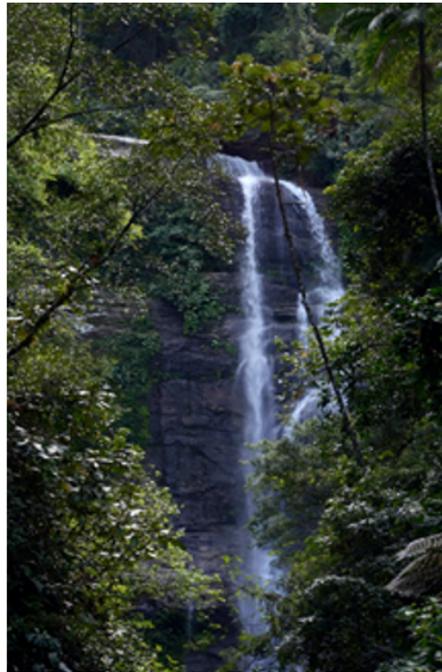


Figura 2 | Cachoeira Boa Esperança localizada na Reserva Biológica do Tinguá
Fonte: Prefeitura de Nova Iguaçu

Além do patrimônio natural da Região do Tinguá, alguns locais compõem o patrimônio histórico-cultural do bairro, sendo alguns deles os seguintes: Cemitério dos Escravos, Torre Sineira da Igreja de N. S. Piedade de Iguassú, Estrada do Comércio, Estação de Tinguá, Caminho do Imperador, Aqueduto e captações de água e a Fazenda São Bernadinho (Plano de Manejo Rebio Tinguá, 2006). A Fazenda São Bernadinho é o principal símbolo do patrimônio histórico-cultural da região e é uma construção que data de 1875, levando-a a ser considerada um marco de um período de prosperidade da região que, na época, era a Vila do

Iguaçu. A fazenda, de estilo neoclássico, era originalmente de Bernadinho José de Souza e Melo e o seu período de fortes atividades foi curto, pois, no final do século XIX, a região teve suas atividades fortemente afetadas. A chegada das ferrovias interferiu diretamente nas atividades da Vila Iguaçu e, junto com outros acontecimentos, influenciaram a decadência da região. Afetada pela decadência da região, a produção da fazenda passou a ser voltada para o seu próprio sustento e tornou-se a casa de campo e de caça do proprietário (Teixeira & Ribeiro, 2018).

Em 1917, ainda conservada, a fazenda foi ven-

da a João Julião e Giacomo Gavazzi, que implementou a citricultura na mesma. Porém, as atividades perderam a força e o próprio proprietário vendeu quase todos os bens existentes na fazenda e a abandonou. Posteriormente descendentes de Gavazzi voltam a habitar a fazenda e, em 1951, o conjunto arquitetônico foi tombado pelo IPHAN e, em 1975, é solicitada a desapropriação da fazenda, com o intuito de a preservar, mas, na década de 80, ocorre um incêndio que deteriora o que estava preservado na época do tombamento (Teixeira & Ribeiro, 2018). Desde então, o conjunto arquitetônico, apesar de tombado pelo IPHAN, vem se deteriorando constantemente. Apesar da deterioração, a Fazenda São Bernardino continua sendo um marco para a região e um local reconhecido pelos moradores.

4. Metodologia

A metodologia utilizada no presente artigo é a netnografia, uma adaptação da etnografia – historicamente utilizada pela antropologia, no estudo dos indivíduos e seus hábitos em sociedade, por meio da pesquisa de campo (Malinowski, 1978), através da imersão do pesquisador no ambiente pesquisado. Na netnografia, a imersão acontece nas redes sociais e permite explicar os sentidos e a representação de determinados assuntos, assim como as preferências das pessoas de um grupo que está *online* (Kozinets, 2002).

Um ponto bastante positivo é que os indivíduos estão nessas comunidades por escolha pessoal, ou seja, desejam participar daquele grupo e, de alguma forma, se identificam com ele, e, normalmente, expressam suas ideias e percepções com maior naturalidade, verificando-se maior legitimidade em suas manifestações. Outra vantagem do uso da netnografia é a possibilidade de coletar os dados de forma prática, ágil e sem os custos de outras técnicas de coleta e análise de informações

existentes em outros modelos de pesquisa.

Este método é muito utilizado para pesquisas de marketing (Valk, Bruggen & Wierenga, 2009; Zaglia, 2013; Hudaefi & Beik, 2021; Dressler & Paunovic, 2021), mas, de acordo com Kozinets (2002), isto não impede que pesquisadores de outras áreas a utilizem em suas pesquisas. Ainda de acordo com Kozinets (2002), duas etapas precisam ser cumpridas na netnografia: a criação de uma pergunta representativa e a identificação de grupos *online* que sejam relevantes para a pergunta proposta.

O desafio da netnografia é encontrar o grupo certo a ser pesquisado, pois o mesmo precisa ser relevante e alinhado à proposta de pesquisa, ou seja, é preciso que os indivíduos possuam relação com a temática da pesquisa. Sendo assim, são necessários critérios claros de inclusão e exclusão, envolvendo também, no processo de escolha, o quantitativo de postagens feitas durante o período de análise, a existência de dados mais detalhados do grupo e a intensidade de comunicação entre os membros (Kozinets, 2002). A importância das informações divulgadas nas postagens está relacionada com seu potencial persuasivo, pois uma comunicação persuasiva, segundo Petty e Cacioppo (1983), é capaz de afetar as atitudes e condutas de outros indivíduos, sem que estes últimos tenham tido aquela vivência.

Esta pesquisa tem como objeto de estudo as manifestações das pessoas em relação ao turismo em Tinguá, nos aspectos relacionados à preservação do patrimônio cultural, ao atrativo turístico da localidade e à percepção de segurança dos visitantes. As mensagens trocadas entre os membros de uma comunidade do Facebook, num período de tempo selecionado, foram utilizadas para extrair as informações concernentes às análises e discussões aqui propostas.

Sendo assim, esta pesquisa é de natureza aplicada, observacional, descritiva, de abordagem mista, ou seja, quanti-qualitativa. A coleta de dados se iniciou em dezembro de 2020 e teve fim

em fevereiro de 2021, com a seleção de 20 postagens referentes às atividades turísticas em Tinguá no grupo “Nova Iguaçu, cidade querida”, criado no aplicativo da rede social *Facebook*.

O grupo é do tipo geral, ou seja, grupo padrão, que inclui um conjunto de ferramentas padrão. Ele foi criado em 14 de novembro de 2019, e é visível, pois qualquer pessoa pode encontrar o grupo no aplicativo. A privacidade do grupo é pública, isto é, o acesso é aberto, sendo assim, todos podem ver as postagens, quem são os membros do grupo e o que publicam. Podem-se realizar pesquisas por palavras-chave, clicando na imagem da lupa.

Para ser aceite no grupo, é necessário concordar com 3 regras: ser simpático e gentil; não realizar discurso de ódio ou *bullying*; respeitar a privacidade de todos (Facebook, 2021). Diariamente, os membros dos grupos fazem várias postagens sobre diversos assuntos, principalmente, resgatando memórias da cidade. A identidade de todos os autores das postagens foi preservada, atentando-se apenas ao conteúdo e a interação de cada postagem.

No início da pesquisa, o grupo continha 45.636 membros e no momento final da extração de dados, possuía 48.940 membros, sendo, em sua maioria, moradores ou ex moradores de Nova Iguaçu e das redondezas, em idade adulta. A média de postagens mensal é de 9000. Os critérios de inclusão das postagens e mensagens em análise envolviam postagens: sobre o bairro de Tinguá-Nova Iguaçu; relacionadas, especificamente a atividades turísticas; com, no mínimo, um comentário; postadas em qualquer data dentro do período de análise, por qualquer membro do grupo, com ou sem uso de imagens. E os critérios de exclusão foram postagens não relacionadas às atividades turísticas, mesmo que tratassem do bairro de Tinguá-Nova Iguaçu, e postagens sem nenhum comentário.

A técnica de amostragem utilizada foi a técnica não probabilística, por conveniência, visto que as postagens foram selecionadas devido a à sua disponibilidade de acesso e relação com o assunto

pesquisado. A palavra-chave “Tinguá” resultou em 92 postagens, das quais 20 foram selecionadas, a partir da análise das datas de postagem, do tema abordado e da quantidade de comentários obtidos em cada uma. Para fins da pesquisa, as autoras, que também são membros da comunidade, fizeram duas postagens com o questionamento sobre a segurança para a visita de Tinguá e utilizaram as manifestações decorrentes desta pergunta em suas análises. Os dados de cada postagem foram tabulados e organizados em planilhas do programa *Microsoft Excel* para as análises e discussões apresentadas. Houve uma análise textual simplificada dos comentários postados pelos membros do grupo, classificando-os como positivos, negativos ou irrelevantes ao assunto. Os comentários considerados irrelevantes foram os que continham apenas figurinhas ou *emojis* (por não serem utilizados em análises do tipo textual) ou comentários desconexos com a pergunta central do *post*.

Consideraram-se positivos os comentários em que os membros afirmavam que já tinham visitado o local mencionado, por ser a visita um comportamento que confirma o local como atrativo turístico, e/ou opiniões positivas compartilhadas sobre a experiência de visita. Já os comentários considerados negativos englobaram desde aqueles em que as pessoas manifestavam que não tinham visitado o local, por ser o comportamento contrário ao esperado dos turistas, ou por sinalizar baixa atratividade do local, e/ou opiniões negativas compartilhadas sobre a experiência de visita ou sobre o local, em seus diversos aspectos. Após a seleção dos comentários relevantes para a discussão proposta, os mesmos foram organizados em categorias. Esta organização categórica seguiu um critério de saturação. Ou seja, categorias foram sendo criadas à medida que os comentários sinalizavam para aspectos relevantes para a temática, mas a partir do momento que as leituras não traziam dimensões novas, e as categorias começavam a se repetir, este procedimento foi finalizado.

5. Resultados

Foram analisadas 20 postagens referentes às atividades turísticas em Tinguá, do grupo “Nova Iguazu, cidade querida” presente na rede social *Facebook*. O tempo médio entre as postagens é de três a quatro dias, tendo maior incidência aos domingos e quintas-feiras. Os tópicos mais abordados nas postagens foram a Fazenda São Bernardino (25%) e as cachoeiras da região (25%), em destaque a cachoeira da Janjana e o poço das cobras, sendo estes os principais pontos turísticos do bairro de Tinguá e uns dos principais da cidade de Nova Iguazu. Os outros 50% estão divididos entre o Cemitério dos escravos (5%), a estrada de ferro de Rio d’Ouro (5%), a represa de Rio d’Ouro (5%), as paisagens de Tinguá (5%), o turismo em

Tinguá (5%), o transporte para Tinguá (10%) e a segurança nos passeios (10%) e, também, um *post* que fala sobre a História de Nova Iguazu (5%).

Dentre as postagens analisadas, 7 (35%) não apresentavam nenhuma imagem, enquanto 13 (65%) apresentavam uma ou mais fotos da região de Tinguá. A média de comentários por *post* é de 97, sendo que as mais comentadas (nº10, 11), falam das cachoeiras e não continham fotos. As duas postagens feitas para a pesquisa, em relação à segurança dos passeios (nº19, 20) tiveram interações abaixo da média, sendo que a publicação onde não foi colocada nenhuma foto recebeu mais comentários (30) do que na primeira (7), em que foram colocadas as fotos da cachoeira do Janjana e da Fazenda São Bernardino, conforme consta na Figura 3.

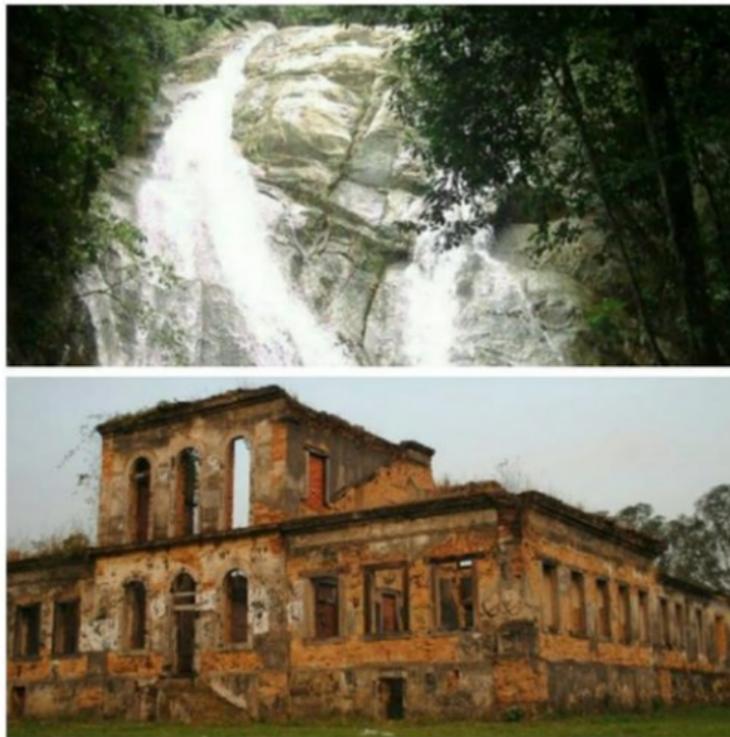


Figura 3 | Cachoeira do Janjana e ruínas da Fazenda São Bernardino em Tinguá
Fonte: Google, 2021.

No total foram 1942 comentários, sendo 827 considerados irrelevantes para os conteúdos publicados, pois se tratavam de figuras animadas, marcação de pessoas que utilizam a rede social e comentários fora do contexto postado, conforme quadro 1. Dentre os comentários, 1025 foram comentários positivos, relacionados a visitas aos pontos turísticos, a histórias da região, ao potencial turístico da região, a Tinguá como patrimônio histórico, à valorização da região e às trilhas. Esse sentimento positivo está correlacionado ao que Zaman e Aktan (2020) chamam de comportamento de apoio do residente, visto que há manifestações de orgulho e à sensação de entendimento positivo para que a localidade seja mais utilizada como destino turístico.

Em relação aos comentários negativos (90 ao total) destaca-se a frequência de comentários (36) sobre a deterioração da Fazenda São Bernardino um dos principais pontos turísticos da região. Em relação à deterioração do patrimônio o Cemitério dos Escravos e a Estrada de Ferro Rio d'Ouro também receberam tais críticas. Como afirmam Tournois & Djeric (2019) a deterioração é um elemento negativo que não deve ser ignorado ou negligenciado pelos responsáveis pelo planejamento. Outro fato abordado nos *posts* sobre segurança e sobre transporte é a quantidade de acidentes na estrada de acesso a Tinguá, que ocorrem com frequência devido à falta de sinalização e a embriaguez dos motoristas, principalmente nos finais de semana e feriados. Alguns dos respondentes recomendam que os passeios sejam feitos em grupo.

O fato de algumas pessoas nunca terem visitado a localidade também foi considerado um fator negativo, pois, sendo a maior parte dos participantes do grupo moradores da cidade de Nova Iguaçu e Tinguá, o bairro detentor da maior parte dos pontos turísticos. Uma comunidade ativa e que frequenta os locais de lazer e turismo pode

contribuir para o desenvolvimento e divulgação do turismo da cidade. Apenas um comentário foi contra o turismo de Tinguá, propondo que não se divulgue o turismo de lá, pois pode atrair meliantes para o local, como já acontece no Parque Natural Municipal do Mendanha, na cidade do Rio de Janeiro.

Nas descrições das postagens n° 12, 15 e 16, foram escritas histórias a Fazenda São Bernardino, a represa do rio d'Ouro e a cidade de Nova Iguaçu. Na maior parte das postagens, a beleza da região é enaltecida e os membros do grupo são questionados se já conhecem tais maravilhas, e são eles os posts sobre as cachoeiras (n° 6, 10, 11, 14 e 3), as paisagens de Tinguá (n°2), os *posts* (n° 7, 13, 18 e 4) sobre a Fazenda São Bernardino, sobre o cemitério dos escravos (n° 17) e a estrada de ferro Rio d'Ouro e sua antiga Maria Fumaça (n° 1). Nas postagens sobre o transporte (n°5, 8), é perguntado se as pessoas utilizaram os antigos ônibus que faziam a rota Nova Iguaçu x Tinguá, salientados como velhos, lotados de gente, transitando em estradas sem asfalto e levantando poeira. No post n° 9, a descrição é um pedido de intervenção por parte das autoridades públicas, para que seja realizado investimentos no turismo da região, mas também nas áreas da saúde e educação.

A definição das categorias foi baseada nos comentários mais frequentes, que foram reunidos pela similaridade, conforme quadro 2. Como já apresentado acima, o grupo é voltado para recuperar memórias locais da cidade de Nova Iguaçu, e algumas postagens eram sobre pontos conhecidos da região e questionavam quem já os teria visitado. Essa contribuição da população para a construção da memória local pode valorizar o turismo de base comunitária pois os moradores se posicionam como atores capazes de contribuir com esse conhecimento local (Petrović et al. 2021).

Quadro 1 | Dados das postagens sobre Tinguá no grupo “Nova Iguaçu, cidade querida” do Facebook

Nº	Posts			Comentários			
	Título adaptado	Imagem	Data do post	Positivos	Negativos	Irrelevantes	Total
1	Estrada de Ferro Rio d'Ouro - Maria Fumaça	Sim	31/01/2021	0	1	36	37
2	Paisagens da Reserva Biológica do Tinguá	Sim	03/02/2021	3	0	21	24
3	Poço das Cobras	Sim	14/01/2021	12	0	66	78
4	Ruínas da Fazenda São Bernadino	Sim	14/12/2020	15	9	53	77
5	Transporte para Tinguá I	Sim	27/01/2021	85	1	48	134
6	Cachoeira da Janjana	Sim	03/01/2021	30	2	74	106
7	Fazenda São Bernadino I	Sim	29/01/2021	11	12	31	54
8	Transporte para Tinguá II	Não	28/01/2021	50	1	11	62
9	Turismo em Tinguá	Não	23/01/2021	5	1	25	31
10	Cachoeiras de Tinguá I	Não	10/01/2021	536	11	65	612
11	Cachoeiras de Tinguá II	Não	21/01/2021	148	6	100	254
12	Histórico da Fazenda São Bernadino	Sim	03/01/2021	5	14	68	87
13	Fazenda São Bernadino II	Sim	07/02/2021	9	0	3	12
14	Cachoeiras de Tinguá III	Não	21/01/2021	74	0	26	100
15	Histórico da Represa do Rio d'Ouro	Sim	03/01/2021	10	0	70	80
16	Histórico Nova Iguaçu	Sim	04/02/2021	8	0	51	59
17	Cemitério dos Escravos da Freguesia da Piedade do Iguaçu	Não	10/01/2021	9	8	67	84
18	Fazenda São Bernadino III	Sim	17/01/2021	2	11	0	13
19	Segurança nos passeios em Tinguá I	Sim	06/02/2021	2	6	0	8
20	Segurança nos passeios em Tinguá II	Não	10/02/2021	11	7	12	30
Total				1025	90	827	1942

Fonte: Elaboração própria

Os comentários dessas postagens eram simples e voltados para responder à pergunta do autor, e se caracterizavam por “Sim” ou “Não”. Em alguns casos, esses comentários eram complementados por uma frase simples, lembrando a época em que o membro do grupo frequentava o local ou apenas elogiando o mesmo. Os comentários positivos dessas postagens representam a categoria com mais comentários selecionados, somando 805 comentários no total. Nas mesmas postagens,

foram selecionados os comentários da categoria de quem respondeu negativamente, ou seja, de quem não visitou os locais indicados e que totalizaram 19 comentários, e analisando-se essas duas categorias em conjunto, pode-se considerar que apenas 2,3% dos comentários eram de quem não tinha visitado os locais. A partir desse dado, pode-se afirmar que os moradores da cidade de Nova Iguaçu visitam frequentemente os locais de lazer da região do Tinguá.

Quadro 2 | Comentários elegidos subdivididos em categorias

Categorias comentários			Nº
Visitação	Positivos	Visitaram um dos locais	805
		Gostam da região	8
	Pretendem visitar a região	12	
Negativos	Não visitaram a região	19	
Patrimônio	Positivos	Consideram o patrimônio histórico relevante	13
	Possuem memórias locais	22	
Negativos	Consideram o patrimônio deteriorado	43	
Segurança	Positivos	Consideram o local seguro	12
	Negativos	Consideram o local inseguro	10
Acesso à região	Positivos	Utilizaram transporte público para chegar à região	135
	Negativos	Consideram a estrada perigosa	4
Desenvolvimento do turismo	Positivos	Consideram que a região tem um potencial turístico	16
	Negativos	Consideram o turismo como negativo	1
			1
Total			1101

Fonte: Elaboração própria

A segunda categoria com maior número de comentários é referente aos membros do grupo que já utilizaram o ônibus como meio de transporte para chegar na região do Tinguá, totalizando 135 comentários. Esses comentários estavam em 2 postagens que questionavam quem do grupo teria utilizado o ônibus da empresa Elmar que fazia o trajeto Centro de Nova Iguaçu X Tinguá. Todos os membros comentaram já terem utilizado um desses ônibus. Nos comentários, é ressaltado como, antigamente, o transporte era precário e como os ônibus circulavam lotados aos finais de semana. Em relação ao transporte público, atualmente, são poucos os comentários que apenas abordam que o ônibus possui ar-condicionado e não circula mais lotado.

Outra categoria dos comentários positivos são os 13 comentários que abordam a relevância do patrimônio histórico-cultural existente na região. Esses comentários estavam presentes em postagens que falavam sobre a Fazenda São Bernadinho, o cemitério dos escravos e a estrada de Ferro rio d'Ouro. Os membros que abordaram a temática, ressaltavam o valor histórico-cultural dos locais e a relevância para a região. Em contrapartida, a categoria negativa que teve o maior número de comentários foi a de comentários que abordavam o patrimônio da região como deteriorado, totalizando 43 comentários. Os comentários dessa categoria também se concentravam nos mesmos posts da categoria anterior e, nessa categoria, os membros referiam o quão o patrimônio se encontra deteriorado e necessitando de uma restauração. Alguns membros culpabilizaram o poder público pela deterioração e outros abordaram como há alguns anos o local estava mais bem preservado. Analisando as duas categorias em conjunto, pode-se considerar que apenas 23% dos membros reconhecem a relevância dos patrimônios histórico-culturais da região. Tendo a percepção de que o local é capaz de gerar atratividade e assim tornar tais atrativos eixo do planejamento turístico e promoção da cidade possibilitando o desenvolvimento

regional (Bramwell & Sharman, 1999; Vareiro et al., 2018) tendo os patrimônios histórico-culturais como itens centrais nesse processo.

Outra categoria relevante é a que agrupa os 22 comentários voltados para histórias locais. Essa categoria reúne os comentários que apresentaram memórias locais sobre a região, onde os membros contavam como visitavam os locais durante a infância ou contavam histórias antigas que abordavam a região. Essa categoria, apesar de reunir um número reduzido de comentários é relevante para a análise aqui proposta, pois revela que existe uma conexão entre os membros do grupo e os locais de lazer. Além da categoria de memórias locais as categorias que abordam o potencial turístico (16) e a pretensão de visitar os locais citados (12) são relevantes para a análise proposta nesse estudo. Nos comentários em que era abordado o potencial turístico da região, os membros ressaltavam como há um potencial, que o poder público não valoriza, e como é uma oportunidade desperdiçada. E a categoria dos que pretendem visitar a região reúne membros que não visitaram um dos locais, porém, a partir da postagem, se interessaram em visitar. Esse despertar de interesse a partir das imagens projetadas, conforme elucidam Satyagraha e Mahatmi (2019) e Weheba e Nassar (2020), pode direcionar um posicionamento de valores a serem fomentados pela marca Tinguá como destino desejado e explorado.

Esperava-se que nos resultados a temática relacionada à segurança fosse frequente nos comentários e postagens, porém destacaram-se as temáticas relacionadas à visitação, memórias locais, o transporte para chegar na região e o estado da preservação dos patrimônios. Com isso, para contribuir na análise da percepção de segurança dos espaços de lazer da região, foram feitas duas perguntas no grupo, no formato de postagens. Na descrição da primeira postagem, realizada num sábado (06/02/2021), constava a seguinte pergunta: “Gente, os passeios em Tinguá são tranquilos em relação à segurança? Conta pra gente a experiên-

cia de vocês.” E, na segunda, feita numa quarta-feira (10/02/2021), algo mais sucinto, ainda dentro do mesmo contexto, “Oi pessoal, vocês acham os passeios em Tinguá seguros?” Houve um empate entre os comentários positivos e negativos nestas postagens (13): os positivos informaram que os passeios são seguros e que eles representam um potencial turístico; já os comentários negativos versavam sobre a falta de apoio do município para o turismo da região, os acidentes na estrada e a não realização de passeios sozinhos; os outros quatro comentários foram irrelevantes para a análise. Não se identificou incidência forte sobre problemas severos em relação à segurança, tal como poderia surgir, conforme sugerido por Saunders et al. (2019) e Pondělíček et al. (2019). Entretanto, as evidências identificadas a partir dos comentários possibilitam que sejam realizadas ações direcionadas com o intuito de minimizar essas experiências negativas e desenvolver uma maior interação da comunidade e uma atitude mais favorável, por parte dos moradores, em relação ao desenvolvimento turístico na região (Andriotis & Vaughan, 2003; Ukaegbu & Carr, 2020)

As categorias com menos comentários foram: a falta de apoio (1), o turismo como algo negativo para a região (1) e os comentários que apenas abordavam que gostavam de um dos locais da região. Dessas categorias é interessante que, mesmo em um número reduzido, houve um comentário que considerava o o turismo como negativo, pois iria atrair mais pessoas para a região, e esse aumento de circulação, iria consequentemente gerar um aumento na violência. Esse risco de um eventual aumento da violência pode contribuir para que os residentes encarem a violência como um custo muito alto em relação aos benefícios da atividade. E assim serem contra o desenvolvimento do turismo na localidade (Çelik & Rasoolimanesh, 2021).

6. Considerações Finais

O presente estudo contribui para a discussão sobre turismo e o papel das redes sociais ao buscar responder a influência das redes sociais na percepção dos moradores sobre espaços turísticos através de uma pesquisa netnográfica sobre Tinguá/Nova Iguaçu – RJ. Na prática, o estudo contribuirá para que autoridades competentes, ligadas ao turismo, e os pesquisadores tenham um melhor entendimento de como as redes sociais são importantes para a divulgação do turismo e como a opinião de seus participantes influenciam a percepção de segurança dos espaços turísticos, entre outros aspectos como a conservação do patrimônio cultural da região e a prudência nas estradas.

A pesquisa torna-se relevante para estudantes, professores e pesquisadores de diversas áreas de pesquisa como o turismo, a história, o marketing, a ciência da informação e a segurança, mas também para todos os que vêm relevância no assunto abordado, constituindo-se em um referencial teórico. A relevância prática se dá no impacto que este estudo pode provocar na comunidade de Tinguá, Rio de Janeiro-Brasil, descrevendo a visão das pessoas que conhecem o local, acumulando referências pertinentes que podem contribuir para o aproveitamento dos espaços turísticos da região, melhorando a segurança, a economia e a sustentabilidade local. Sendo assim, o governo local também se beneficia da pesquisa, pois pode utilizá-la para promover políticas públicas, com o intuito de suprir as necessidades locais.

Os resultados da pesquisa demonstram que as redes sociais possuem grande relevância nas atividades turísticas. A maior parte dos comentários positivos analisados foi de pessoas que já visitaram a região, o que os torna totalmente relevantes e confirma o grande potencial turístico do local. A preocupação da população local, em relação à preservação do patrimônio cultural da cidade, expressa o sentimento de pertencimento que esses indivíduos têm em relação à sua comunidade. As

frequentes lembranças e histórias/memórias sobre os arredores de Tinguá, contadas no grupo, também salientam este sentimento de pertença, assim como o inesperado comentário sobre a não divulgação dos espaços turísticos da localidade, também representa, à sua maneira, a preocupação de manter a história e o seu patrimônio preservado. Enquanto em relação à segurança os comentários feitos por membros expressam, principalmente, a preocupação da população em relação às condições das estradas e a imprudência de motoristas. Esperava-se que o foco dos comentários seriam casos de assaltos e furtos, mas em relação à essa temática foram poucos e que recomendavam apenas que os passeios fossem feitos em grupo. Em contrapartida destacou-se o fato dos moradores considerarem a região um local seguro para visitação e que o principal ponto de melhoria se refere ao apoio da prefeitura ao turismo.

Através dos resultados apresentados, pode-se afirmar que sim, as redes sociais contribuem para a visitação do patrimônio cultural existente na região. E o compartilhamento de memórias locais pode contribuir para o sentimento de pertencimento por parte do morador e a consequente preservação do patrimônio. Grupos, como esse, presentes nas redes sociais podem ser utilizados de forma intencional pois contribuem ao agregar conteúdo sobre o turismo local nas postagens. As redes sociais podem ser utilizadas como um artifício para o planejamento turístico assim como a divulgação de destinos já que a utilização dessas redes é simples e a comunicação é rápida.

Também se pode afirmar que a prefeitura do município, através do seu Plano Municipal para o Desenvolvimento do Turismo de Nova Iguaçu, irá potencializar as visitações que já ocorrem na região. Sugere-se que a implementação desse plano seja realizada de forma colaborativa com a população local e que sejam promovidas ações colaborativas com o intuito de contribuir no desenvolvimento do turismo local, na preservação do patrimônio e na elaboração de ações voltadas para a segurança

da região. Ainda que tal ação traga alguns desafios, como a gentrificação e o benefício de uma área do bairro em detrimento de outra  rea.

Uma limitação da pesquisa foi o recorte temporal em que a mesma foi realizada em decorrência do crescente número de membros que entram no grupo. No início da pesquisa o grupo “Nova Iguaçu, cidade queria” possuía 45.636 membros e no seu término o grupo já possuía 54.000. Uma pesquisa longitudinal, que obtenha mais informações sobre as redes sociais durante um tempo mais longo, é mais almejada. O fato de se ter utilizado apenas uma rede social como fonte de dados também limita a pesquisa, outros mecanismos de busca de dados também podem ser incluídos em pesquisas futuras. Da mesma forma, como a maioria dos participantes são moradores ou ex moradores da região, isto pode ter influência em suas opiniões e na percepção daqueles que buscarem tais informações sobre os passeios turísticos da região de Tinguá. Considera-se também relevante a inclusão de outras áreas com potencial turístico, como, por exemplo, o Parque Natural Municipal do Mendanha, na cidade do Rio de Janeiro, citado em um dos *posts*.

Referências

- Alcobia, O. M. P. (2019). Tourism, hotel management and socio-economic development in the developing world: county of Inhambane, MOZAMBIQUE. *Revista Produção e Desenvolvimento*, 5. DOI: 10.32358/rpd.2019.v5.364
- Alves, R. & Deus, J. (2020) Tourism and patrimony: between the living world and the commodified “scenario”. *Geoaraguaia*, 10(1), 171-193
- Alves, R. B. (2021) *O zoneamento ambiental (ecológico econ mico) como forma de planejamento sustentável do turismo: a necessidade de implementação de um planejamento de ocupação do solo visando a conservação ambiental em razão da atividade econ mica do turismo*. Dissertação de mestrado, Universidade de Caxias do Sul, Caxias Do Sul, RS, Brasil.
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case

- of Crete. *Journal of travel research*, 42(2), 172-185.
- Arabomen, O. J., Babalola, F. D., Idumah, F. O., & Ofordu, C. S. (2021). Residents' attitudes towards tree care programs in cityscapes. *Revista Produção e Desenvolvimento*, 7. DOI: 10.32358/rpd.2021.v7.462
- Balińska, A. (2020). Data collection methods in rural tourism in the eyes of respondents. *Studia Periegetica*, 29, 115-126.
- Barcellos, L. M. B. de, & Gebara, M. F. (2020). Climate mitigation or knowledge deprivation? Learning from indigenous socio-environmental funds. *Revista Produção e Desenvolvimento*, 6. DOI: 10.32358/rpd.2020.v6.435
- Bauman, Z. (2005). *Confiança e medo na cidade*. Zahar.
- Borges, A. L. M. & Silva, R. C. (2020). Turismo e Segurança Pública: análise documental dos Planos Nacionais de Turismo (PNT) 2003- 2018. *Revista Hospitalidade*, 17(3), 204- 225. DOI: 10.21714/2179-9164.2020.v17n3.010
- Bramwell, B. & Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 392-415. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00105-4
- Bruno, S., Yang, C., Tian, W., Xie, Z., & Shao, Y. (2019). Exploring the characteristics of tourism industry by analyzing consumer review contents from social media: a case study of Bamako, Mali. *Geo-spatial Information Science*, 22(3), 214-222. DOI: 10.1080/10095020.2019.1649848
- Çalışkan, C., Dedeoğlu, B. B., & Boğan, E. (2020). Place Image of Residents: Role of Perception of Tourism Impacts. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1685-1702.
- Carneiro, J., & Allis, T. (2021). Como se move o turismo durante a pandemia da COVID-19?. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(1).
- Çelik, S., & Rasoolimanesh, S. M. (2021). Residents' Attitudes towards Tourism, Cost-Benefit Attitudes, and Support for Tourism: A Pre-development Perspective. *Tourism Planning & Development*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1873836>
- Chiu, C., Hsu, M. & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872-1888. DOI: 10.1016/j.dss.2006.04.001.
- Dressler, M., & Paunovic, I. (2021). A Typology of Winery SME Brand Strategies with Implications for Sustainability Communication and Co-Creation. *Sustainability*, 13(2), 805. DOI: 10.3390/su13020805
- Facebook. (2021). Grupo Nova Iguaçu, cidade querida. <https://www.facebook.com/groups/571369880292892/about>
- Giglio, S., Pantano, E., Bilotta, E., & Melewar, T. C. (2020). Branding luxury hotels: Evidence from the analysis of consumers' "big" visual data on TripAdvisor. *Journal of Business Research*, 119, 495-501.
- Gondim, C. B., Bolzán, R. E., Espínola, R. S., & Alexandre, M. L. de O. (2020). Netnografia como Método de Pesquisa em Turismo: análise de estudos de Pós-Graduação no Brasil. *Revista Turismo Em Análise*, 31(1), 19-36. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v31i1p19-36
- Hudaefi, F.A. & Beik, I.S. (2021). Digital zakāh campaign in time of Covid-19 pandemic in Indonesia: a netnographic study". *Journal of Islamic Marketing*. DOI: 10.1108/JIMA-09-2020-0299
- Internacional Council on Monuments and Sites. (1999) Carta Internacional Sobre Turismo Cultural – La Gestión del Turismo en los sitios con patrimonio significativo.
- Jeong, E., Shim, C., Brown, A. D., & Lee, S. (2021). Development of a Scale to Measure Intrapersonal Psychological Empowerment to Participate in Local Tourism Development: Applying the Sociopolitical Control Scale Construct to Tourism (SPCS-T). *Sustainability*, 13(7), 4057.
- Kim, S., Kang, Y., Park, J. H., & Kang, S. E. (2021). The Impact of Residents' Participation on Their Support for Tourism Development at a Community Level Destination. *Sustainability*, 13(9), 4789.
- Kim, S., Lee, K. Y., Shin, S. & Yang, S. (2017). Effects of tourism information quality in social media on destination image formation: The case of Sina Weibo. *Information & Management*, 54(6), 687-702. DOI: 10.1016/j.im.2017.02.009
- Kozinets, R. V. (2002). The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72. DOI: 10.1509/jmkr.39.1.61.18935
- Magnani, J. G. C. (2002). De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 17(49), 11-29. DOI: 10.1590/S0102-69092002000200002
- Malinowski, B. (1978) *Argonautas do pacífico ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia* (2ª ed.). Abril Cultural. (Obra original publicada em 1922).

- María Gstaettner, A., Rodger, K., & Lee, D. (2017). Visitor perspectives of risk management in a natural tourism setting: An application of the theory of planned behaviour. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 19, 1-10. DOI: 10.1016/j.jort.2017.04.001
- Martín, H. S., de los Salmones Sánchez, M. M. G., & Herrero, Á. (2018). Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 231-243. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1357518>
- Mendes, G. & Teixeira, S. (2019) Turismo, Patrimônio e Cultura na Era das Redes Sociais: um estudo de caso. #Viajamosparapartilhar. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 171-194. DOI: 10.34624/rt.d.v0i32.20480
- Ministério do Meio Ambiente (2006) Plano de Manejo Reserva Biológica do Tinguá – RJ. Recuperado em 05 março, 2021 de <https://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/biomas-brasileiros/mata-atlantica/unidades-de-conservacao-mata-aatlantica/2143-rebio-do-tingua>
- Mondo, T. S., & Fiates, G. G. S. (2016). Atributos de la calidad de servicios en atractivos turísticos. Un estudio netnográfico en el uso del protocolo TOURQUAL. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2), 124-144.
- Mydland, L. & Grahn, W. (2012). Identifying heritage values in local communities, *International Journal of Heritage Studies*, 18(6), 564-587. DOI: 10.1080 / 13527258.2011.619554
- Oliveira, T., Araujo, B. & Tam, C. (2020). Why do people share their travel experiences on social media? *Tourism Management*, 78, 104041. DOI: 10.1016/j.tourman.2019.104041.
- Oliveria, M. & Ribeiro, D. (2019) Affective Patrimonies: A new resource for tourism in Morro Redondo – RS, Brazil. *Rosa dos Ventos*, 11(4). DOI: 10.18226/21789061.v11i4p847
- Paes, M. T. D. (2017) Gentrificação, preservação patrimonial e turismo: os novos sentidos da paisagem urbana na renovação das cidades. *Geosp – Espaço e Tempo*, 21(3), 667-684. DOI: 10.11606/issn.2179-0892.geosp.2017.128345
- Pelegrini, S. (2006) Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental. *Revista brasileira de História*, 26(51), 115-140, DOI: 10.1590/S0102-01882006000100007
- Petrović, M. D., Tretiakova, T. N., & Marcouiller, D. W. (2021). Rural Community Prosperity Versus Tourism Progress: An Example of Sustainable Opportunities. In *Handbook of Sustainable Development and Leisure Services* (pp. 111-125). Springer, Cham.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (2018). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Routledge: New York. Pp. 1-314) DOI: 10.4324/9780429502156
- Pondělíček, M., Šilhánková, V., Valero, A.A., & Gómez, J.E. (2019). Perception of risk as a barrier in tourist destination development. A key study from Colombia. In Klímová, V., Žitek, V. (eds.) *22nd International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masaryk University Press, 2019. pp. 1-5. ISBN 978-80-210-9268-6. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-74
- Portaria Nº 137, de 28 de abril de 2016 (2016). Estabelece diretrizes de Educação Patrimonial no âmbito do Iphan e das Casas do Patrimônio. Recuperado em 05 março, 2021 de https://www.in.gov.br/materia/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/21512179/do1-2016-04-29-portaria-n-137-de-28-de-abril-de-2016-21512121
- Prats, L. (2005) Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, 21, 17-35
- Prefeitura Municipal de Nova Iguaçu. (2019) Plano Municipal Para o Desenvolvimento do Turismo em Nova Iguaçu.
- Ramos, D., Malta, A., & Costa, C. (2021) Turismo, patrimônio e arquitetura vernacular: o caso da região da Gândara. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 35, 77-95. DOI: 10.34624/rt.d.v0i35.24622
- Ramos, S. (2019) Challenges of the planning and development of cultural tourism in historical centers taken by heritage: the case of Penedo-Alagoas. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 11, DOI: 10.1590/2175-3369.011.e20180075
- Satyagraha, A., & Mahatmi, N. (2018). Study of Mascot Design Character As Part Of City Branding: Malang City. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 11(2).
- Saunders, R., Weiler, B., Scherrer, P., & Zeppel, H. (2019). Best practice principles for communicating safety messages in national parks. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 25, 132-142. DOI: 10.1016/j.jort.2018.01.006
- Silva, M. B. D. O. D., Moreira, M. C. D. S., Arruda, D. D. O., & Mariani, M. A. P. (2019). Como os turistas provenientes de países do Corredor Bioceânico “enxergam” os atrativos turísticos de Bonito, MS: uma análise calçada em princípios da netnografia. *Interações (Campo Grande)*, 20(SPE), 91-106.

- Soares, A. M. (2016) Porto Seguro – Bahia – turismo predatório e (in) sustentabilidade social. *GeoGraphos*, 7(87), 25. DOI: 10.14198/GEOGRA2016.7.87(22)
- Sousa, D., Moniz, A., & Silva, O. (2021) Percepção dos residentes sobre os impactos do turismo na sua qualidade de vida, bem-estar e felicidade. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 37, 111-123. DOI: 10.34624/rtd.v37i0.26386
- Sultan, M. T., Sharmin, F., Badulescu, A., Stiubea, E., & Xue, K. (2021). Travelers' Responsible Environmental Behavior towards Sustainable Coastal Tourism: An Empirical Investigation on Social Media User-Generated Content. *Sustainability*, 13(1), 56. DOI: 10.3390/su13010056
- Teixeira, N. & Ribeiro, R. (2018) Reintegração de um patrimônio cultural em ruínas: considerações sobre a Fazenda São Bernadinho, suas patologias e potencialidades. *Anais da 6ª Conferência sobre Patologia e Reabilitação de Edifícios*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
- Tosun, C., Dedeoğlu, B. B., Çalışkan, C., & Karakuş, Y. (2020). Role of place image in support for tourism development: The mediating role of multi-dimensional impacts. *International Journal of Tourism Research*, 23(3), 268–286. <https://doi.org/10.1002/jtr.2405>
- Tournois, L., & Djerić, G. (2019). Evaluating urban residents' attitudes towards tourism development in Belgrade (Serbia). *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1670-1678.
- Țuclea, C. E., Vrânceanu, D. M., & Năstase, C. E. (2020). The Role of Social Media in Health Safety Evaluation of a Tourism Destination throughout the Travel Planning Process. *Sustainability*, 12(16), 6661. DOI: 10.3390/su12166661
- Ukaegbu, M. O., & Carr, N. (2020). An analysis of hope as a contributor to local people's perspectives of tourism development. *Anatolia*, 31(3), 349-359.
- Valck, K., Bruggen, G. H., Wierenga, B. (2009). Virtual communities: A marketing perspective. *Decision Support Systems*, 47(3), 185-203. DOI: 10.1016/j.dss.2009.02.008.
- Vareiro, L., Remoaldo, P., & Ribeiro, J. (2018). Atributos do destino cultural e satisfação dos turistas: diferenças entre a primeira vez e visitas repetidas. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 14(3). Recuperado de <https://rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/3805>
- Weheba, D. M., & Nassar, M. A. (2020). The City Next Door; Branding Alexandria, Egypt. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 8(6), 225-234.
- Xiang, Z. & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.02.016.
- Zaglia, M. E. (2013). Brand communities embedded in social networks. *Journal of Business Research*, 66(2), 216-223. DOI: 10.1016/j.jbusres.2012.07.015.
- Zaman, U., & Aktan, M. (2021). Examining residents' cultural intelligence, place image and foreign tourist attractiveness: A mediated-moderation model of support for tourism development in Cappadocia (Turkey). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 393-404.
- Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host—Guest interaction in the urban—rural border region. *Tourism geographies*, 8(2), 182-204.