

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO

MILLENA DA SILVA EDLING

**PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS NO INSTAGRAM:  
CONTRIBUIÇÕES PARA A GESTÃO DO USO PÚBLICO E TURISMO**

PONTA GROSSA  
2019

MILLENA DA SILVA EDLING

**PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS NO INSTAGRAM:  
CONTRIBUIÇÕES PARA A GESTÃO DO USO PÚBLICO E TURISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado para obtenção do título de  
Bacharel em Turismo na Universidade  
Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Valéria de Meira Albach

PONTA GROSSA

2019

MILLENA DA SILVA EDLING

PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS NO INSTAGRAM:  
CONTRIBUIÇÕES PARA A GESTÃO DO USO PÚBLICO E TURISMO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 31 de outubro de 2019.

Valéria de Meira Albach  
Doutora em Geografia  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Graziela Scalise Horodyski  
Doutora em Geografia  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Ariadene Caillot  
Bacharel em Turismo  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Dedico aos meus pais, Edilson e Marilene.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por me dar sabedoria, coragem, paciência, fatores estes que me trouxeram até aqui.

A Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Valéria de Meira Albach, pela pessoa incrível que é, por toda compreensão, paciência, simpatia, carinho, contribuições e o tempo dedicado na orientação deste trabalho.

Aos meus pais, pelo amor, apoio e incentivo nas horas difíceis, cansaço e desânimo. Obrigada por acolherem minhas lágrimas e por não me deixarem desistir. Sem vocês eu não seria nada!

Aos meus colegas, principalmente aos integrantes do Labtan, que me ajudaram nos momentos mais difíceis desta trajetória.

A Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Jasmine Cardozo Moreira, por me acompanhar nesta trajetória, por todos os conselhos, contribuições, ajudas, que facilitaram a realização deste trabalho.

A todos os meus professores, sobretudo os membros do Departamento de Turismo, que muito além de professores se tornam nossos amigos e que formam não apenas profissionais, mas sim, seres humanos melhores.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, meu muito obrigada!

“Não só transforma a sua mente,  
O TURISMO muda o rumo da sua história”

(Rinaldo Pedro)

## RESUMO

As mídias sociais são importantes propagadoras de informação sobre destinos e atrativos turísticos. Além disso, podem gerar conhecimento relevante ao desenvolvimento turístico das Unidades de Conservação. Por esta razão, este trabalho desenvolveu-se buscando analisar as postagens feitas com a hashtag #parquenacionaldoscamposgerais na mídia social Instagram para verificar como essas hashtags podem trazer contribuições para a gestão do Uso Público e o Turismo no Parque Nacional dos Campos Gerais. Para isso, buscou-se contextualizar Turismo em Unidades de Conservação e seus principais segmentos: Ecoturismo e Turismo de Aventura. Em seguida, conceituou-se Mídias Sociais e sua relação com o Turismo, explanou-se também sobre o Instagram e o uso de hashtags. Por fim, foi realizada uma apresentação sobre o Parque Nacional dos Campos Gerais e os seus principais atrativos (Buraco do Padre, Cachoeira da Mariquinha, Cântyon e Cachoeira do Rio São Jorge, Capão da Onça e Furnas Gêmeas). Analisou-se então 126 postagens feitas entre julho de 2015 a agosto de 2019, as quais apresentaram 1.280 hashtags que foram classificadas em quatro aspectos (Território, Natureza, Turismo e Outros). Pode-se observar que as hashtags trazem contribuições importantes para a gestão do Uso Público e Turismo no Parque Nacional dos Campos Gerais, como: a valorização do atrativo Buraco do Padre, a possibilidade de melhor implementação de atividades ecoturísticas e de turismo de aventura e a interpretação ambiental, entre outros temas.

**Palavras-chaves:** Parque Nacional dos Campos Gerais; Uso Público; Turismo; Instagram; Hashtags.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Buraco do Padre.....	24
FIGURA 2 - Cachoeira da Mariquinha.....	25
FIGURA 3 - Cachoeira do Rio São Jorge.....	26
FIGURA 4 - Furna Pequena.....	27
FIGURA 5 - Furna Grande.....	27
FIGURA 6 - Capão da Onça.....	29
FIGURA 7 - Fluxograma #parquenacionaldoscamposgerais.....	31
FIGURA 8 - Classificação das hashtags.....	32
FIGURA 9 - Hashtags.....	34
FIGURA 10 - Hashtags do aspecto Território.....	35
FIGURA 11 - Hashtags do aspecto Natureza.....	37
FIGURA 12 - Hashtags do aspecto Turismo.....	38
FIGURA 13 - Hashtags do aspecto Outros.....	40

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO</b> .....	13
2.1 ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA.....	15
<b>3 MÍDIAS SOCIAIS E TURISMO</b> .....	19
3.1 INSTAGRAM E O USO DE HASHTAGS .....	20
<b>4 PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS E SEUS ATRATIVOS</b> .....	23
4.1. BURACO DO PADRE .....	23
4.2 CACHOEIRA DA MARIQUINHA .....	24
4.3 CÂNYON E CACHOEIRA DO RIO SÃO JORGE.....	25
4.4 FURNAS GÊMEAS .....	26
4.5 CAPÃO DA ONÇA .....	28
<b>5 METODOLOGIA</b> .....	30
<b>6 HASHTAGS DO PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS NO INSTAGRAM</b> .....	34
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	41
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	43
<b>APÊNDICE A – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO TERRITÓRIO</b> .....	49
<b>APÊNDICE B – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO NATUREZA</b> .....	49
<b>APÊNDICE C – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO TURISMO</b> .....	51
<b>APÊNDICE D – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO OUTROS</b> .....	52

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo dados do relatório digital realizado pelos sites da *We Are Social* e *Hootsuite*<sup>1</sup> mais de 4 bilhões de pessoas no mundo estão conectadas à Internet e mais de 3 bilhões são usuários de mídias sociais (KEMP, 2018).

Dentre estas mídias está o Instagram, que de acordo com o site da empresa (INSTAGRAM, 2018), a rede social já atinge mais de um bilhão de usuários ativos mensalmente, mais de 500 mil ativos diariamente e mais de 400 mil histórias diárias ativas.

Considerando estes dados, pode-se perceber a influência que as redes sociais têm na rotina da sociedade, devendo impactar também no turismo.

Cruz, Mota e Perinotto (2012, p.80) ressaltam que “no turismo, a Internet tem sido uma plataforma fundamental no que se refere à rápida expansão de serviços de informação, aplicações comerciais, promoção, divulgação e comércio eletrônico.” Neste sentido, Campos (2011) afirma que as plataformas digitais são importantes protagonistas na veiculação de conhecimento e comunicação com diferentes públicos.

A possibilidade de resgatar dados e informações disponíveis nas mídias sociais é algo relevante tanto para pessoas quanto para organizações públicas e privadas, pois o conteúdo é passível de monitoramento e pode ser resgatado, interpretado e classificado de acordo com os interesses. (BIZ et al.,2016).

Recuero (2005) aponta que a análise das redes sociais busca novas "unidades de análise", sendo elas:

- a) Relações: caracterizadas por conteúdo, direção e força;
- b) Laços sociais: conectam pares de atores por meio de uma ou mais relações;
- c) Multiplexidade: quanto mais relações possui um laço social, maior a sua multiplexidade;
- d) Composição do laço social: originário de atributos individuais dos atores envolvidos.

---

<sup>1</sup> KEMP, S. **Digital in 2018**: world's internet users pass the 4 billion mark. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>.

Além disso, o estudo de redes sociais busca trazer para a sociedade os elementos principais estudados em uma rede, como a densidade da rede, *clusterização* e etc. (RECUERO, 2005).

Manosso, Bizinelli e Gândara (2013) explicitam que deve ser levado em consideração o que é divulgado sobre destinos turísticos, ou como no caso desta pesquisa, sobre os atrativos, tanto nos veículos de comunicação, quanto em redes sociais, pois são locais onde os próprios turistas compartilham suas experiências e percepções.

Portanto, as redes sociais têm papel importante na propagação e fortalecimento na divulgação de um lugar e ainda afirmam que as imagens publicadas mexem com o imaginário das pessoas despertando o interesse em experimentar esses locais (ALVES, COSTA E PERINOTTO, 2017).

O atrativo turístico objeto deste estudo é o Parque Nacional dos Campos Gerais (PNCG) que está localizado no Estado do Paraná abrangendo os municípios de Ponta Grossa, Castro e Carambeí. É uma unidade de conservação federal criada em 2006 com o intuito de proteger áreas de Floresta Ombrófila Mista e de Campos Sulinos (ICMBio, s.d.). É um parque em implementação, ainda sem plano de manejo e adequada regularização fundiária. Mesmo assim, cumpre com a função de oferecer uso público e promover o Turismo com a visitação em diversos espaços.

Sendo assim, o problema desta pesquisa é: Como as hashtags do Parque Nacional dos Campos Gerais (PNCG) no Instagram podem apontar contribuições para a gestão do Uso público e Turismo?

O objetivo geral é analisar as postagens no Instagram com a hashtag #parquenacionaldoscamposgerais.

Portanto, os objetivos específicos são:

- a) Identificar a relação das mídias sociais com o uso público e turismo em Unidades de Conservação;
- b) Apresentar os atrativos turísticos do Parque Nacional dos Campos Gerais no município de Ponta Grossa-PR;
- c) Contribuir para a gestão do Uso Público e Turismo do Parque Nacional dos Campos Gerais.

Para isso, a partir desta introdução realizou-se o embasamento teórico no segundo capítulo sobre Turismo em Unidades de Conservação e seus principais segmentos: Ecoturismo e Turismo de Aventura. Em seguida, conceituou-se Mídias Sociais e sua relação com o Turismo, explanou-se também sobre o Instagram e o uso de hashtags. No quarto capítulo foi realizada uma apresentação sobre o Parque Nacional dos Campos Gerais e os seus principais atrativos (Buraco do Padre, Cachoeira da Mariquinha, Cântyon e Cachoeira do Rio São Jorge, Capão da Onça e Furnas Gêmeas). Já no quinto capítulo, realizou-se a coleta de dados e análise das postagens do Instagram com a hashtag #parquenacionaldoscamposgerais. Por fim, são apresentadas algumas considerações.

## 2 TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

Neste capítulo será abordado sobre Unidades de Conservação, salientando o Parque Nacional (objeto de estudo desta pesquisa). Em seguida será tratado a respeito da gestão e manejo dessas Unidades. Por fim falará-se sobre o turismo nesses locais, destacando os principais segmentos, sendo eles: o Ecoturismo e o Turismo de Aventura.

Uma área natural protegida é definida pela União Internacional para Conservação da Natureza (IUCN) como:

Um espaço geográfico claramente definido, reconhecido, dedicado e gerenciado, através de meios legais ou outros meios efetivos, para alcançar a conservação a longo prazo da natureza com serviços ecossistêmicos e valores culturais associados (IUCN, 2008<sup>2</sup>).

No Brasil, por meio da Lei Federal nº 9.985 de 2000 surgiu o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC). Em seu artigo 2º, foi definido Unidades de Conservação como:

Espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção.

As ações do SNUC são executadas pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), o qual pode propor, implantar, gerir, proteger, fiscalizar e monitorar as Unidades de Conservação federais (ICMBio, 2019).

De acordo com dados do ICMBio (2019), 334 Unidades de Conservação federais estão sendo geridas. Elas estão espalhadas por todos os biomas brasileiros (Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa, Pantanal e Marinho) e são divididas em dois grandes grupos: o de Proteção Integral e o de Uso Sustentável.

---

<sup>2</sup> IUCN. **Protected Areas**. Disponível em: <<https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about>>.

As UCs de Proteção Integral são destinadas basicamente a preservar a natureza, reduzindo ao máximo a interferência humana, admitindo somente o uso indireto dos recursos naturais, ou seja, não permitindo consumir, coletar, danificar ou destruir, exceto os casos previstos na lei do SNUC. Neste grupo estão incluídas as seguintes categorias: Parque Nacional, Estação Ecológica, Reserva Biológica, Monumento Natural e Refúgio da Vida Silvestre (BRASIL, 2000).

As UCs de Uso Sustentável têm como principal objetivo conciliar a exploração do ambiente com a garantia da inextinguibilidade dos recursos naturais renováveis, levando em consideração os processos ecológicos, a imparcialidade social e a viabilidade econômica. Neste grupo inclui-se: Área de Proteção Ambiental, Área de Relevante Interesse Ecológico, Floresta Nacional, Reserva Extrativista, Reserva de Fauna, Reserva de Desenvolvimento Sustentável e Reserva Particular do Patrimônio Natural (BRASIL, 2000).

De acordo com o SNUC, o objetivo básico de um Parque Nacional é:

a preservação de ecossistemas naturais de grande relevância ecológica e beleza cênica, possibilitando a realização de pesquisas científicas e o desenvolvimento de atividades de educação e interpretação ambiental, de recreação em contato com a natureza e de turismo ecológico (BRASIL, 2000).

O Instituto Chico Mendes leva estes fatores em consideração para realizar o Plano de Manejo dos Parques.

O Manejo é o ato de intervir no meio natural baseado em conhecimentos científicos e técnicos, buscando promover e garantir a conservação da natureza. Deste modo, o manejo de Unidades de Conservação são as ações necessárias ao alcance dos objetivos das UCs, incluindo atividades fins como proteção, recreação, educação, pesquisa e manejo dos recursos, e as atividades de administração ou gerenciamento. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2006).

Para isso, é necessário que a UC possua uma Gestão que administre, gerencie, realize o controle ambiental e avaliação, também defina e promova a participação das comunidades locais e agentes regionais públicos e privados. (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2006).

Bellinassi, Pavão e Cardoso-Leite (2011, p. 276) afirmam que:

Diante da emergência da complexidade das questões ambientais e do pouco êxito governamental na proteção dos recursos e ecossistemas naturais, diversas instituições de âmbito nacional e internacional vêm discutindo estratégias de conservação capazes de envolver a população, seja ela tradicional ou não, visando atingir planos de manejo e conservação realmente eficazes.

As autoras ainda salientam que além de aspectos de gestão, o envolvimento da comunidade por meio de visitação pública é tido como uma das principais ferramentas para promover a valorização dos recursos naturais e socioculturais das Unidades de Conservação.

Para Simonetti e Rodrigues (2013), um dos principais objetivos de criação das áreas protegidas é a conservação da natureza, sendo assim, o uso público em cada categoria é diferente. Portanto, o poder público passa a efetivar o planejamento ambiental, incluindo o turismo como um fator de desenvolvimento local.

É importante ressaltar que a falta de regularização fundiária e a ausência de plano de manejo são entraves para a total implementação do parque, ao impedir, ou, no mínimo, reduzir, o desenvolvimento de atividades de uso público e, conseqüentemente, o estabelecimento de parcerias com o setor privado – com e sem fins lucrativos –, para o desenvolvimento de modelos de gestão sustentáveis e inovadores. (SEMEIA, 2019, p. 17)

Porto, Cardoso e Silva (2014) destacam que o ecoturismo e o turismo de aventura são segmentos da atividade turística e subsidiários do turismo na natureza, desta forma, devem promover o respeito ao patrimônio ambiental e sociocultural, incentivando a conservação de ambos e fomentando o bem-estar das comunidades locais.

Deste modo, a seguir tratar-se-á sobre estes segmentos, conceituando e trazendo as principais atividades de cada.

## 2.1 ECOTURISMO E TURISMO DE AVENTURA

De acordo com o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur, 1994), a atividade ecoturística deve envolver em sua conceituação, a dimensão do conhecimento da natureza, a experiência educacional interpretativa, a valorização das culturas tradicionais locais e a promoção do desenvolvimento sustentável. Assim, o Ecoturismo foi definido pela Embratur e o Ministério do

Meio Ambiente por meio das Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo como:

Um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. (EMBRATUR, 1994).

No ano 2000, ocorreu um evento nos Estados Unidos onde foi estabelecido o Acordo de Mohonk. Nele, houve um consenso entre 20 países e assim foi definido Ecoturismo como: “Turismo Sustentável em áreas naturais, que beneficia o meio ambiente e as comunidades visitadas e que promove o aprendizado, respeito e consciência sobre aspectos ambientais e culturais.” (INSTITUTO ECOBRASIL, 2000)

Para Western (2001, p. 18):

Ecoturismo é provocar e satisfazer o desejo que temos de estar em contato com a natureza, é explorar o potencial turístico visando à conservação e ao desenvolvimento, é evitar o impacto negativo sobre a ecologia, a cultura e a estética.

Bueno e Pires (2006) salientam que a importância do ecoturismo na sociedade não baseia-se apenas na variável econômica, mas especialmente em seu potencial educativo e de conservação da natureza, provenientes de experiências e sensações vivenciadas em meio à natureza.

Os autores ainda definem ecoturismo como:

um tipo de viagem realizada em meio à natureza, que utiliza predominantemente recursos naturais como forma de atração turística, os quais se constituem como matérias-primas para o desenvolvimento do ecoturismo (BUENO; PIRES, 2006, p.03).

Serrano (2000) considera o ecoturismo uma ideia “guarda-chuva”, pois envolve uma gama de atividades como *trekking*, *hiking*, escaladas, *rapel*, espeleologia, *mountain biking*, cavalgadas, mergulho, *rafting*, *floating*, *cayaking*, vela, voo livre, *paragliding*, balonismo, estudos do meio, safári fotográfico, observação de fauna e de flora, pesca, turismo esotérico e turismo rural.

No comércio internacional, o ecoturismo recebe diversas nomenclaturas, misturando terminologias científicas e termos comerciais, inclusive a união entre

ecoturismo e esportes (COSTA, 2002 p.43). O Turismo de Aventura, por exemplo, pode se vincular ao ecoturismo pela prática de modalidades esportivas.

López-richard e Chinágliá (2004, p. 202) afirmam que o Turismo de Aventura é “uma forma de turismo natural na qual os clientes participam com diferentes graus de envolvimento, em experiências de aventura que devem estar fundamentadas na ética do ecoturismo.”

Porém, segundo Farah (2005), Ecoturismo e Turismo de Aventura devem ser entendidos e tratados separadamente, visto que o ecoturismo é praticado apenas na natureza e possui como foco o meio ambiente e o desenvolvimento econômico e social das comunidades do entorno. Já o turismo de aventura pode ser realizado tanto em áreas naturais como urbanas e implica no engajamento do turista nas diferentes práticas e experiências destacando a superação de limites pessoais.

Segundo o Ministério do Turismo - MTur (2010), o conceito do Turismo de Aventura baseia-se em aspectos referentes à atividade turística e ao território em relação à motivação do turista. Sendo assim, definiu-se que o: “Turismo de Aventura compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura com caráter recreativo e não competitivo.” (MTur, 2010, p. 14)

Farah (2005) afirma que as principais atividades do Turismo de Aventura podem ser relacionadas com os três elementos da natureza (Ar, água e terra). Sendo elas:

- a) Ar: Balonismo, Paraquedismo e Voo livre.
- b) Água: Bóia-cross, Canoagem, Duck, Flutuação/*Snorkeling*, *Kitesurfe*, Mergulho Autônomo Turístico, *Rafting* e *Windsurfe*.
- c) Terra: Arvorismo, *Bungee jumping*, Cachoeirismo, Canionismo, Caminhada, Cavalgada, Cicloturismo, Espeleoturismo, Escalada, Montanhismo, Tirolesa.

De acordo com Costa (2002) pode-se perceber que muitas destas atividades podem se aliar ao turismo. E também algumas já são praticadas por

ecoturistas em Unidades de Conservação, como caminhadas, corridas, montanhismo, escalada, canionismo, *rafting* e ciclismo.

Costa (2002) ainda afirma que a prática destas atividades estão sujeitas às normas e restrições estabelecidas no Plano de Manejo da unidade.

Assim, no próximo capítulo será apresentado sobre Mídias Sociais e sua relação com o Turismo, também tratar-se-á sobre o Instagram e o uso de hashtags.

### 3 MÍDIAS SOCIAIS E TURISMO

No mundo on-line, as mídias sociais redefiniram o modo como as pessoas interagem entre si, pois permitem que desenvolvam-se relacionamentos sem barreiras geográficas e demográficas (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). Justamente pelo fato de romperem essas barreiras e possibilitarem o diálogo aberto entre pessoas, que as mídias sociais acabam tornando-se importantes canais de troca de informações sobre destinos turísticos. (GALVÃO, 2013).

Entretanto, é importante ressaltar que mídias sociais e redes sociais são coisas distintas, apesar de estarem no mesmo universo. Mídia social é o meio que determinada rede social utiliza para se comunicar (CIRIBELI; PAIVA, 2011).

Madeira e Gallucci (2009, p. 03) definem mídia social como “uma forma de relacionamento online entre pessoas que interagem, compartilham ideias sobre temas escolhidos e, conseqüentemente, se influenciam mutuamente ao ler as opiniões dos ‘parceiros’ que utilizam as mesmas redes”.

Com relação ao Turismo, Galvão (2013) destaca que está tornando-se cada vez mais comum entre os turistas a utilização da Internet e das mídias sociais para buscar a maior quantidade de informações possíveis sobre um destino. O autor ainda comenta que este fato está atrelado a uma nova tendência de planejamento de viagens, na qual os consumidores passam a acreditar mais em relatos e opiniões sobre destinos e serviços feitos por outros turistas, do que as informações transmitidas nos veículos de comunicação pelas empresas.

Marujo (2008, p.27) aponta:

Com a Internet, o turista tem acesso a um conjunto de informações sobre um determinado país, região, ou localidade que antes não tinha: Atrações turísticas, serviços públicos, infraestruturas, endereços, serviços turísticos, etc. As imagens persuasivas, a informação, as mensagens publicitárias sobre uma determinada localidade, disponibilizadas na Internet, aumentam a curiosidade do turista sobre os destinos a conhecer.

A autora (2008) ainda salienta que com a rápida disseminação do conhecimento, a Internet permite que as organizações públicas e privadas do ramo turístico melhorem a sua eficiência e, também ofereçam novos produtos e

serviços pelos quais os consumidores, através dos mecanismos de mercado, manifestam a sua preferência.

Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) evidenciam que as mídias sociais como Twitter e Instagram permitem aos usuários mostrar e compartilhar suas experiências como clientes, e assim inspirar outros consumidores a buscar uma experiência semelhante. Os autores ainda explicam que as mídias sociais promovem a inclusão social e dá aos indivíduos a sensação de pertencimento às suas comunidades.

Perinotto (2013) enfatiza sobre o poder da imagem que encanta e proporciona o desenvolvimento da atividade turística através dos meios de comunicação. Pois ocorre uma troca cultural e social entre as pessoas que se deslocam e se relacionam fora de seu espaço buscando novas experiências e conhecimentos. Com o objetivo de transmitir a mensagem de alguém ou algum lugar, a comunicação junto à imagem reproduz as representações de ideias e impressões que cada indivíduo tem em relação a um objeto em uma percepção anteriormente experimentada.

Ciribeli e Paiva (2011) afirmam que a liberdade de expressão e a realidade dos conteúdos postados fazem o sucesso das redes sociais na Internet. O fato de não estarem 'cara a cara' faz com que haja uma maior exposição de sentimentos e opiniões que são postados e discutidos na rede.

Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) comentam que as pessoas confiam mais em conselhos de estranhos nas mídias sociais do que nas opiniões advindas da publicidade e de especialistas.

### 3.1 INSTAGRAM E O USO DE HASHTAGS

Em março de 2010, Mike Krieger e Kevyn Systrom criaram o *Burbn*, o aplicativo que deu origem ao *Instagram*. De acordo com o Portal G1 (2012), os fundadores achavam o *Burbn* muito "complicado". Por isso, em outubro de 2010, o aplicativo foi repensado e acabou se transformando no *Instagram*, que apenas aplicava filtros às imagens e compartilhava em redes sociais.

Ao longo do tempo, o aplicativo acabou se tornando uma rede social possibilitando que os usuários curtissem e comentassem as fotos de amigos.

Inicialmente era disponível apenas para usuários de aparelhos da Apple. Foi somente em Abril do ano de 2012 que o Instagram ganhou uma versão para Android e logo em seguida foi comprado por Mark Zuckerberg, dono da rede social Facebook.

Mansur (2013) explica que o Instagram é um aplicativo gratuito para smartphones para tirar fotos, aplicar filtros e compartilhar o resultado nas redes sociais. Além disso, pode-se seguir outros usuários e visualizar, curtir e comentar as imagens publicadas. Geralmente as fotos são públicas, contudo podem ser configuradas para modo privado.

Alves, Costa e Perinotto (2017) salientam que a fotografia escolhida pode ser editada de acordo com a preferência, de cor, efeitos de luz na imagem, etc. Pode-se também escrever uma frase com significado subjetivo e/ou um título para dizer o local onde foi realizada. Podendo em seguida serem compartilhadas em outras redes sociais como: Facebook, Twitter, Flickr e Tumblr.

Neste sentido, Günther (2013) destaca que o Instagram é um aplicativo que emula uma outra dimensão na própria virtualidade das redes sociais pois permite que cenas do cotidiano sejam encaminhadas e compartilhadas também em outras redes sociais.

Honorato et al. (2016) enfatizam que o Instagram se tornou um grande exemplo da potencialidade de criação e replicação de imagens pelos perfis e páginas de usuários. A quantidade de imagens se torna cada vez maior e o fluxo de postagens, cada vez mais intenso (dependendo da popularidade da hashtag ou assunto).

Santos, Oliveira e Mendes (2015) afirmam que as hashtags são utilizadas como forma de “etiquetar” as fotos publicadas, as palavras são antecidas pelo símbolo conhecido como “jogo-da-velha” e assim viram links. Elas são utilizadas para identificar ou fazer referência à representação da fotografia.

Para Mendes (2018) as hashtags são utilizadas como forma de organizar postagens com o mesmo tema e facilitar a recuperação de informações, dado que, ao clicar sobre uma hashtag, encontra-se todas as postagens etiquetadas da mesma maneira. O uso da mesma também favorece o compartilhamento de informações e a interação nas redes sociais, pois, permite a identificação do autor de uma postagem com determinado grupo, visto que um usuário,

geralmente, posta e compartilha mensagens com etiquetas utilizadas também por outros indivíduos.

Neste sentido, Costa-Moura (2014) explica:

As hashtags são usadas para marcar mensagens individuais como pertencente a um grupo específico, ou marcar as mensagens como relevantes para determinados tópicos ou assuntos. Funcionam também como balizas para que os usuários encontrem e sigam ou articulem listas de contatos ou apoios públicos com outros usuários de interesses semelhantes. Além disso, aparecem de modo informal, apenas para expressar algo em uma mensagem (como um contexto, por exemplo), sem nenhuma intenção de categorizá-la para busca posterior ou compartilhamento. Uma # pode ajudar a expressar humor, tristeza, emoção, ou dar outras pistas contextuais.

O uso da mesma têm como objetivo principal conseguir mais seguidores e receber mais curtidas em suas fotos. Pois garante que as fotos publicadas cheguem a outros usuários. (SANTOS; OLIVEIRA; MENDES, 2015).

Assim, no próximo capítulo será apresentado o Parque Nacional dos Campos Gerais e os seus principais atrativos, sendo eles: Buraco do Padre, Cachoeira da Mariquinha, Cãnion e Cachoeira do Rio São Jorge, Capão da Onça e Furnas Gêmeas. Também será mostrado como esses atrativos são expostos na mídia social Instagram.

## 4 PARQUE NACIONAL DOS CAMPOS GERAIS E SEUS ATRATIVOS

Por meio do Decreto federal s/nº de 23 de março de 2006, foi criado o Parque Nacional dos Campos Gerais (PNCG), localizado nos Municípios de Ponta Grossa, Castro e Carambeí, no Estado do Paraná. Buscando preservar seus ambientes naturais, principalmente os remanescentes de Floresta Ombrófila Mista e de Campos Sulinos, realização de pesquisas científicas e desenvolvimento de atividades de educação ambiental e turismo ecológico. De acordo com o ICMBio (s.d.), o Parque possui uma área de 21.298,91 hectares e se encontra no bioma Mata Atlântica.

Seus principais atrativos são: a Furna do Buraco do Padre, Cachoeira da Mariquinha, Cântyon e Cachoeira do Rio São Jorge, Furnas Gêmeas e Capão da Onça. De acordo com o ICMBio (2018), o Parque ainda não possui Plano de Manejo.

### 4.1. BURACO DO PADRE

O Buraco do Padre é uma furna com uma cascata de 30 metros de altura, originária do Rio Quebra Perna. O nome do local se deu pelo fato de que há muitos anos, Padres Jesuítas utilizavam o local para meditar (BURACO DO PADRE, 2018).

O Buraco do Padre é uma reserva de propriedade privada, passou por revitalização e desde 2015 a empresa Águia Florestal faz a gestão da visitação com cobrança de ingressos.

O atrativo conta com duas trilhas: a trilha principal, com passarelas feitas de madeira que dão acesso à cachoeira e a trilha do favo que dá acesso ao topo da furna.

A Figura 1 exemplifica como o atrativo Buraco do Padre é exposto no Instagram.

FIGURA 1 - Buraco do Padre



Fonte: Instagram: @neise.soares (2019).

Quanto a estrutura, o local possui áreas para piquenique, churrasco e fogueira, área de camping, banheiros, lixeiras, lanchonete, playground, setor de escalada e segurança 24h (BURACO DO PADRE, 2019).

#### 4.2 CACHOEIRA DA MARIQUINHA

A Cachoeira da Mariquinha também é contemplada pelas águas do Rio Quebra Perna e possui uma cascata de 30 metros de altura com um pequeno balneário em sua base (BAPTISTA, 2013).

Pode-se observar na Figura 2 como a Cachoeira da Mariquinha é exposta no Instagram.

FIGURA 2 - Cachoeira da Mariquinha



Fonte: Instagram: @arqueotrekking (2017).

No percurso de acesso, encontra-se nas trilhas formações de arenito e capões de mata nativa (PONTA GROSSA, 2012). De acordo com Garcia (2015) há duas trilhas de acesso à cachoeira, na primeira percorre-se uma área de mata enquanto que na segunda existe uma área de transição entre os ecossistemas de Campo Nativo e Mata com Araucária.

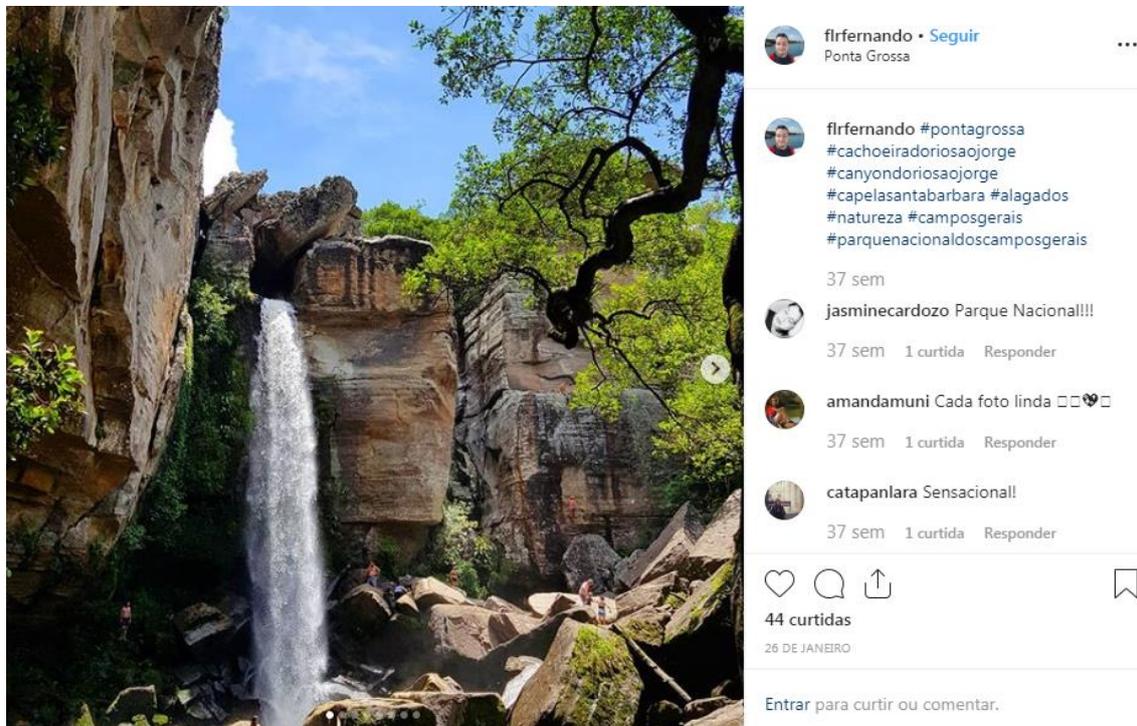
O local conta com estrutura de camping, lanchonete, banheiros e estacionamento. (WIKIPARQUES, 2019).

#### 4.3 CÂNYON E CACHOEIRA DO RIO SÃO JORGE

De acordo com Baptista (2013), o Cântion do Rio São Jorge se destaca pela beleza e porque segundo lendas e o imaginário da população, o local foi escolhido para guardar tesouros em ouro deixados por padres jesuítas que ali se abrigavam no passado. O autor ainda destaca que o local possui uma relevante beleza cênica, pois durante o percurso, o visitante caminha dentre as rochas do Cântion e encontra diversas quedas d'água, inclusive a maior delas que possui cerca de 30 metros de altura.

A Figura 3 exemplifica como o Cânion e Cachoeira do Rio São Jorge é representado no Instagram.

FIGURA 3 - Cachoeira do Rio São Jorge



Fonte: Instagram: @flrfernando (2019).

O atrativo conta com uma lanchonete e sanitários, além de área de camping. Também é possível praticar rappel contanto que esteja acompanhado de uma empresa especializada (PONTA GROSSA, 2012).

Caillot, Siqueira e Moreira (2013) explicam que a propriedade é particular e possui atrativos de interesses geológicos, históricos e paisagísticos. O local é procurado pela comunidade e turistas para a prática de esportes e lazer, entretanto, há uma necessidade de um planejamento correto, para que a atividade turística possa ser praticada com o mínimo de impactos negativos possíveis.

#### 4.4 FURNAS GÊMEAS

As Furnas Gêmeas, como o próprio nome diz, são duas furnas separadas por uma pequena faixa de terra. Em seus interiores, possui densa vegetação

onde é possível verificar a presença de vegetação florestal típica da Floresta Ombrófila Mista (BAPTISTA, 2012).

Na Figura 4 pode-se observar a Furna Pequena, a qual não encontrou-se postagens sobre ela. Entretanto, na Figura 5 nota-se que a Furna Grande é representada no Instagram.

FIGURA 4 - Furna Pequena



Fonte: A autora (2017)

FIGURA 5 - Furna Grande



Fonte: Instagram: @arqueotrekking (2019)

Localizadas à aproximadamente 20 km do centro da cidade, o local não possui infraestrutura de apoio à visitação, mas há cobrança de ingresso. As paredes de arenito são muito utilizadas para atividades de escalada e rapel. (WIKIPARQUES, 2019).

Ribeiro (2019) destaca que até o mês de abril de 2018 o local não possuía nenhum tipo de infraestrutura, a visitação ocorria livremente, sem nenhum tipo de controle e acompanhamento, diante disso os visitantes e moradores da comunidade do entorno tinham livre acesso em quaisquer dias e horários. Para acessar o local, havia uma trilha que mesmo sem manutenção, era uma trilha fácil e curta.

A autora (2019) ainda comenta que a partir de abril de 2018, a trilha principal, a mais acessada pelos visitantes, foi totalmente fechada e não foram colocados avisos para aqueles que chegavam até o local e encontravam o caminho bloqueado. Após o fechamento da trilha original, uma nova trilha foi criada próxima a uma lanchonete, localizada em uma comunidade do entorno, onde se faz a compra dos ingressos.

Atualmente, com as modificações realizadas no local, implantou-se o Refúgio das Curucacas que de acordo com o site oficial é um espaço voltado para acampamento, descanso, ecoturismo, esportes de natureza, turismo de aventura e lazer. (REFÚGIO DAS CURUCACAS, 2019)

#### 4.5 CAPÃO DA ONÇA

A paisagem do Capão da Onça apresenta corredeiras e cachoeiras formadas pelo Rio Verde sobre os afloramentos areníticos. (WIKIPARQUES, 2019).

De acordo com Baptista (2012) o Capão da Onça é um balneário natural composto por cachoeiras, pequenas corredeiras e piscinas naturais. Na figura 6 pode-se observar como o Capão da Onça é exposto no Instagram.

FIGURA 6 - Capão da Onça



Fonte: Instagram: @rodrigo\_avila\_de\_oliveira (2019).

O autor ainda afirma que é possível observar um grande impacto no local devido à visitação desordenada. Os moradores da região visitam o atrativo nos finais de semana, devido à proximidade da cidade de Ponta Grossa e a facilidade de acesso.

Ribeiro (2019) relata que ao visitar o atrativo pode-se identificar algumas irregularidades como a entrada de veículos dentro do rio e vegetação, fogueiras em locais inapropriados, além da falta de manutenção das trilhas e meios interpretativos que sinalizem as devidas normas de acordo com a lei.

## 5 METODOLOGIA

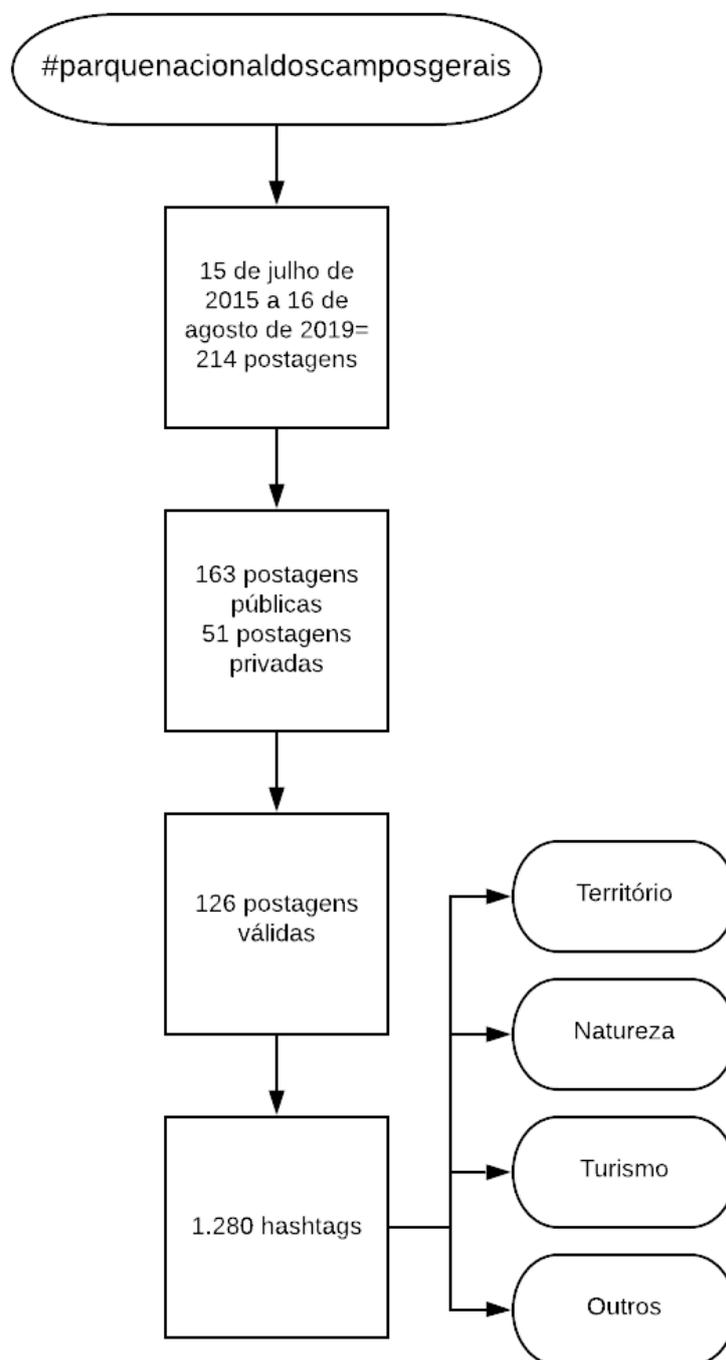
O presente trabalho possui caráter exploratório e descritivo com análise quantitativa e o procedimento metodológico empregado foi a pesquisa bibliográfica, a qual forneceu o embasamento teórico.

Para isso, foi feita uma contextualização sobre turismo em Unidades de Conservação, conceitos e definições sobre Ecoturismo e Turismo de Aventura e uma apresentação sobre o Parque Nacional dos Campos Gerais e os seus atrativos (Buraco do Padre, Cachoeira da Mariquinha, Cântyon e Cachoeira do Rio São Jorge, Capão da Onça e Furnas Gêmeas). Conceituou-se também Mídias Sociais e sua relação com o Turismo, explanou-se sobre o Instagram e o uso de hashtags. Em seguida, foi realizada a coleta de dados e análise das postagens.

Foram analisadas as postagens feitas com a hashtag #parquenacionaldoscamposgerais no período de 20 de julho de 2015 a 16 de agosto de 2019, buscando verificar quais são as hashtags que acompanham a hashtag objeto desta pesquisa. Neste período, houve 214 postagens, entretanto, apenas 163 postagens eram abertas ao público, não permitindo assim acessar as outras 51 postagens. Das 163 postagens, 37 foram excluídas, pois não apresentavam outras hashtags na publicação ou porque eram publicações repetitivas, tirando portanto a credibilidade da pesquisa.

Para melhor entendimento, a figura 7 apresenta o fluxograma da pesquisa.

FIGURA 7 - Fluxograma #parquenacionaldoscamposgerais



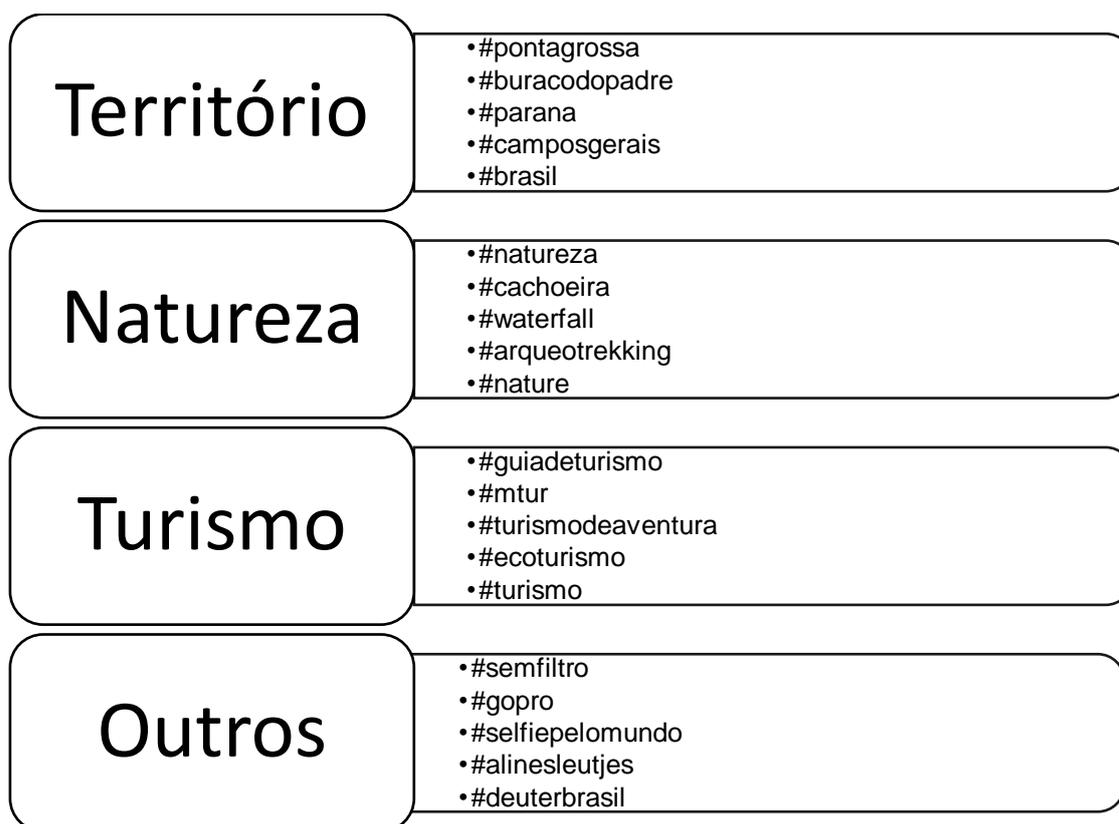
Fonte: Elaborado pela autora (Lucidchart, 2019).

Assim, foram analisadas 126 postagens, as quais apresentaram 1.280 hashtags relacionadas ao Parque Nacional dos Campos Gerais. Para classifica-

las, foram divididas em quatro aspectos: Território, Natureza, Turismo e Outros, como pode ser observado na figura 8.

Os aspectos foram definidos considerando ser a melhor opção pela pesquisadora para agrupamento dos termos mais recorrentes.

FIGURA 8 - Classificação das hashtags



Fonte: A autora (2019).

Cabe aqui esclarecer os termos “*selfie*” e “*gopro*” para melhor entendimento.

*Selfie*: é um termo em inglês originária da palavra *self-portrait* que significa autorretrato. Assim, a *selfie* é uma foto tirada pela própria pessoa e compartilhada na Internet (SIGNIFICADOS, 2017).

*GoPro*: é a fabricante das câmeras de ação. As câmeras da empresa são voltadas principalmente para gravação e captura de imagens durante a prática de esportes (TECHTUDO, 2019). “É uma câmera pequena que usa as melhores qualidades de câmeras digitais e filmadoras e as embala em uma estrutura robusta que é menor, à prova d’água e praticamente indestrutível” (SAGICAPRI, 2018).

Todas as hashtags classificadas por aspectos encontram-se nos Apêndices A, B, C e D e foram representadas graficamente em nuvem de palavras obtidas através do site Wordclouds.

Para validação dos dados da pesquisa, baseou-se em referências diversas, como o material das Diretrizes para Visitação em Unidades de Conservação feito pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA) no ano de 2006, no Diagnóstico do Uso Público em Parques Brasileiros: A perspectiva dos gestores, realizado pelo Instituto Semeia no ano de 2019, em notícias sobre o assunto e outras.





região, propiciando maiores oportunidades para conhecer os atrativos e incrementar o consumo de serviços locais.

Além disso, é indispensável a participação nas iniciativas que visam à criação e a implementação de roteiros e produtos turísticos que envolvam a visitação nas UC e também em outros atrativos da região.

De acordo com dados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Semeia (2019), 58% dos entrevistados se sentem insatisfeitos com a infraestrutura dos Parques Brasileiros e 16% reclamam da dificuldade de acesso. Assim, deve-se incentivar o estabelecimento de infraestrutura de transporte, hospedagem e alimentação na área de influência do Parque.

Notou-se também que dentre os atrativos do PNCG, o atrativo Buraco do Padre foi o que mais ganhou destaque nas postagens, aparecendo 40 vezes em formato de hashtag. Portanto, pode-se supor que este é o local mais visitado no Parque.

De acordo com dados fornecidos pelo Jornal Diário dos Campos (2019), entre os anos de 2015 a 2018, o número de visitantes no Buraco do Padre aumentou em 280%. A administração do atrativo acredita que os bons números são resultado das melhorias realizadas nos últimos 3 anos, como a instalação de rampas de acesso, delimitação de trilhas, criação de regras e etc. (KOSSOSKI, 2019).

Deste modo, deve-se considerar a importância do atrativo Buraco do Padre para o PNCG, pois nota-se que este é o símbolo do Parque.

Assim, é importante que os gestores apoiem a promoção do desenvolvimento econômico e social desse local e participem das iniciativas que visam à promoção do turismo sustentável.

No aspecto **Natureza**, notou-se a importância dada pelos usuários em enfatizar questões relacionadas ao ambiente natural, contabilizou-se 312 hashtags relacionadas. O termo “natureza” foi o mais mencionado nesse aspecto com 22 menções, além de outros termos correlacionados, como *nature*, *natu*.

Outro tópico que ganhou destaque foi a cachoeira aparecendo 18 vezes nas postagens e também palavras relacionadas como: *cachu*, *waterfall*, *loucos por cachoeiras*. Neste sentido, pode-se observar que há uma relevante procura



No aspecto **Turismo**, notou-se que há um público visitante que obtém um conhecimento maior a respeito do PNCG, pois verificou-se que os termos utilizados eram de caráter técnico, como: guia de turismo, Mtur (Ministério do Turismo), Turismo de aventura, Ecoturismo, Turismo Receptivo, entre outros. Este aspecto apresentou 291 hashtags.

Deste modo, percebe-se que há a presença de guias de turismo no PNCG, pois foi o termo que mais ganhou destaque com 27 menções. Também, observa-se que este público conhece e entende sobre as segmentações turísticas e suas atividades, tendo em vista que destacam nas postagens o Ecoturismo (11 hashtags) e o Turismo de Aventura (15 hashtags).

Na nuvem de palavras (Fig. 12), nota-se os termos que apareceram no aspecto Turismo.

FIGURA 12 - Hashtags do aspecto Turismo



Fonte: A autora (Wordclouds, 2019).

É importante ressaltar que os condutores, monitores e guias desempenham um papel importante na experiência do visitante, pois proporcionam um incremento educativo e interpretativo durante a visita.

Por isso, é importante que seja disponibilizado, de forma direta ou sob concessão o serviço de condução de visitantes. Além disso, é fundamental incentivar que a capacitação de guias, condutores e monitores seja realizada continuamente, para que o conhecimento e as técnicas de manejo da visitação sejam atualizadas.

Estabelecer um sistema de participação dos condutores e guias no processo de monitoramento dos impactos da visitação também pode contribuir no processo de conservação.

Na pesquisa feita pelo Semeia (2019), salienta-se que entre os aspectos que mais agradam os visitantes dos parques, destacam-se as belezas e atrativos naturais (63%) e as atividades e estruturas de ecoturismo (18%).

Neste sentido, ressalta-se que o planejamento e a gestão da visitação devem buscar a excelência na qualidade dos serviços prestados aos visitantes e na variedade das experiências, segurança e necessidade de conhecimento buscando satisfazer suas expectativas.

No aspecto **Outros**, elencou-se todos os termos que não se relacionavam ao PNCG ou seus atrativos, contabilizando assim 194 hashtags. Neste aspecto observou-se que grande parte das hashtags eram relacionadas a fotografia, como: sem filtro (8 hashtags), GoPro (6 hashtags), selfie pelo mundo (5 hashtags), entre outras que apareceram menos vezes como: *photo of the day*, *photography*, fotografia de paisagem.

De acordo com Alves, Costa e Perinotto (2017), a fotografia no turismo serve como ferramenta de concretização de exposição das pessoas, pois quando visitam os locais, utilizam as mídias sociais para mostrar onde estão, onde passaram, status, condição financeira.

Na nuvem de palavras (Fig. 13) pode-se observar os termos que apareceram nas postagens do aspecto Outros.



## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização deste trabalho pode-se concluir que a hashtag #parquenacionaldoscamposgerais pode trazer contribuições para a gestão do Uso Público e Turismo em diversos temas. Pois, verificou-se que as postagens trazem aspectos importantes sobre o PNCG.

Identificou-se que a relação entre as mídias sociais e o turismo em UCs é relevante, entretanto, poderia ser melhor. Tendo em vista que em trabalho de Iniciação Científica, Edling (2019) constatou que ao pesquisar as hashtags com o nome do atrativo percebe-se que há bem mais postagens, principalmente no atrativo Buraco do Padre, que atualmente possui mais de 10 mil postagens com a hashtag #buracodopadre. O mesmo acontece com os outros atrativos do PNCG, como por exemplo o Capão da Onça que entre os anos de 2016 a 2018 teve 97 postagens com a hashtag #capaodaonça, porém neste trabalho observou-se que o atrativo não foi mencionado em nenhuma das postagens.

Acredita-se que isso aconteça pela falta de conhecimento sobre a existência do Parque. Em uma pesquisa realizada por Edling (2018), apontou-se que grande parte dos entrevistados ao serem questionados se já haviam visitado os atrativos: Buraco do Padre, Cachoeira da Mariquinha, Cântion e Cachoeira do Rio São Jorge e Furnas Gêmeas, responderam que já haviam visitado pelo menos um deles. Entretanto, ao questionar se já haviam visitado o Parque Nacional dos Campos Gerais, grande parte respondeu que não. Assim, nota-se que as pessoas visitam o atrativo mas desconhecem a existência do PNCG.

Outra questão a ser ressaltada é que houve postagens com a hashtag #vilavelha, #canyonguartela, #alagados e outras. Neste sentido, questiona-se: Essas hashtags foram colocadas devido a uma visita em vários atrativos, ou as pessoas acreditam que estes atrativos se encontram dentro do PNCG?

Com relação aos aspectos mencionados pelos usuários do Instagram, ficou evidente a importância dada nas questões territoriais, observou-se que grande parte das postagens trazia a localização do atrativo. Além disso, notou-se que a natureza e as cachoeiras são as principais motivações dos usuários que visitam esses locais.

Apesar do PNCG não ser um Parque implementado, pode-se verificar que há a presença de guias de turismo nos atrativos, ou seja, os visitantes valorizam essa visita guiada, o que é algo importante de ser considerado.

Também ressaltou-se o Ecoturismo e o Turismo de Aventura nas postagens. Assim, percebe-se que existe demanda para trabalhar estas atividades no Parque.

Assim, as contribuições sugeridas nesta pesquisa é que primeiramente os gestores busquem participar de iniciativas que visem criar e implementar novos roteiros e produtos turísticos envolvendo a visita no PNCG e em outros atrativos próximos, incentivando assim a permanência dos visitantes na região para que haja desenvolvimento turístico regional.

É importante também que seja valorizado o atrativo Buraco do Padre, tendo em vista que é o atrativo mais visitado. Deste modo, é fundamental que os gestores apoiem a promoção deste local.

Outra questão a ser pensada é a oferta de atividades ecoturísticas e turismo de aventura, que além de permitirem ser aliadas a conservação também podem gerar desenvolvimento econômico para o Parque.

Além disso, é essencial que seja trabalhado com a interpretação ambiental, buscando enriquecer as visitas, e conscientizando os visitantes sobre a importância da UC e toda a fauna e flora ali existente.

Por fim, é importante que sejam valorizadas as visitas guiadas, pois geram lucro e renda para a população local e também podem tornar a experiência da visita mais completa. Além do mais, pode-se ter uma parceria com os guias, que podem fazer o monitoramento dos impactos da visita, contribuindo assim com a melhoria da gestão do uso público e turismo.

Tendo em vista estes resultados, espera-se que este estudo possa contribuir de alguma forma na gestão do PNCG e também possa instigar outros pesquisadores a realizar estudos relacionados ao tema, como o monitoramento de mídias sociais.

## REFERÊNCIAS

ALVES, F. G.; COSTA, H. S.; PERINOTTO, A. R. C. Instagram como ferramenta para fidelização de clientes: Fotografia, Redes Sociais e Turismo. **Marketing & Tourism Review**, [s.l.], v. 2, n. 2, p.01-21, 12 dez. 2017.

BAPTISTA, L. **Parque Nacional dos Campos Gerais – PR: oportunidades para comunidades de entorno**. 2013, 171 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Território) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2013.

BELLINASSI, S.; PAVÃO, A.; CARDOSO-LEITE, E. Gestão e Uso Público de Unidades de Conservação: um olhar sobre os desafios e possibilidades. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 4, n. 2, 19 maio 2011.

BIZ, A. A. et al. Análise do conteúdo veiculado pelas secretarias de turismo das cidades e estados-sedes da copa do mundo 2014 em suas páginas do facebook. **Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Tenerife, v. 14, n. 2, p.543-559, abr. 2016. Disponível em: <<https://search.proquest.com/openview/131dd6d9fb33fd8d59b3e3eb54137968/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2042841>>. Acesso em: 09 jun. 2019.

BRASIL. **Decreto s/nº, de 23 de março de 2006**. Cria o Parque Nacional dos Campos Gerais, no Estado do Paraná, e dá outras providências. Brasília, 23 mar. 2006. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Dnn/Dnn10796.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Dnn/Dnn10796.htm)>. Acesso em: 09 nov. 2018.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000**. Brasília. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9985.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9985.htm)>. Acesso em: 28 mar. 2018.

BUENO, F. P.; PIRES, P. dos S. Ecoturismo e educação ambiental: possibilidades e potencialidades de conservação da natureza 1. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006, Caxias do Sul. **Anais...**. Caxias do Sul: Ucs, 2006.

BURACO DO PADRE. **Dicas e Estrutura**. Disponível em: <<https://buracodopadre.com.br/pt-br/dicas#>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

BURACO DO PADRE. **História do Parque**. Disponível em: <<https://www.buracodopadre.com.br/pt-br/historia>>. Acesso em 22 out. 2018.

CAILLOT, A.; SIQUEIRA, A. C. C.; MOREIRA, J. C. Considerações Iniciais Sobre A Análise Qualitativa Da Infraestrutura Turística Do Parque Nacional Dos Campos Gerais. In: Fórum Internacional De Turismo Do Iguassu, 7, 2013, Foz do Iguaçu. **Anais**. Foz do Iguaçu, 2013. Disponível em: <<http://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/3.-CONSIDERA%C3%87%C3%95ES-INICIAIS-SOBRE-A-AN%C3%81LISE-QUALITATIVA-DA-INFRAESTRUTURA-TUR%C3%8DSTICA-DO-PARQUE-NACIONAL-DOS-CAMPOS-GERAIS.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

- CAMPOS, R. **Imagem e Tecnologias Visuais em Pesquisa Social: Tendências e Desafios**. *Análise Social*, vol. XLVI (199), p. 237-259, 2011.
- CIRIBELI, J. P.; PAIVA, V. H. P. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado**. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509/504>>. Acesso em: 25 set. 2019.
- COSTA, P. C. **Ecoturismo**. São Paulo: Aleph, 2002. 86 p.
- COSTA-MOURA, F. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica**, [s.l.], v. 17, n., p.141-158, ago. 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1516-14982014000300012>.
- CRUZ, V. L. L.; MOTA, K. M.; PERINOTTO, A. R. C. Redes Sociais na Internet: Estratégias para divulgação das potencialidades turísticas do Piauí – Brasil. **Revista Rosa dos Ventos**. v. 4(1), p. 77-88, jan-jul, 2012.
- EDLING, M.S. **Parque Nacional Dos Campos Gerais: Uso Público e os Fatores Que Interferem Na Visitação**. EAIC: 2018.
- EDLING, M.S. **Parque Nacional Dos Campos Gerais No Instagram: O Uso de Hashtags e a Percepção Dos Usuários**. EAIC: 2019.
- EMBRATUR. **Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo**. Brasília: Embratur, 1994.
- FARAH, S. D. Políticas de Incentivo ao Turismo de Aventura no Brasil: O papel do Ministério do Turismo. In: UVINHA, R. R. (Org.). **Turismo de aventura: reflexões e tendências**. São Paulo: Aleph, 2005. p. 25-42.
- GALVÃO, R. C. P. B. **A Influência Das Mídias Sociais No Cenário De Consumo Do Turismo Backpacker**. 2013. 83 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.
- GARCIA, L. V. M. **Cachoeira da Mariquinha: impactos e potencialidades do uso público no Parque Nacional dos Campos Gerais-PR**. 2015. 156 f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Território) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2015.
- GÜNTHER, L. **Experiências (Des)Compartilhadas: arte contemporânea e seus registros**. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia, 2013.
- HONORATO, J. I. et al. Imagens do todo: análise dos compartilhamentos no Instagram da #ZikaVirus. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17. 2016, Curitiba. **Anais**. Curitiba: Intercom, 2016. p. 01 - 12.

ICMBIO. **Categorias**. Disponível em:

<<http://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/categorias>> Acesso em: 28 mar. 2018

ICMBIO. **Grupos**. Disponível em:

<<http://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/grupos>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

ICMBIO. **O Instituto**. Disponível

em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/oinstituato>>. Acesso em: 28 mar. 2018.

ICMBIO. **Parna dos Campos Gerais**. Disponível em:

<<http://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/biomas-brasileiros/mata-atlantica/unidades-de-conservacao-mata-atlantica/2207-parna-dos-campos-gerais>>. Acesso em: 17 jul. 2018.

ICMBIO. **Unidades De Conservação**. Disponível em:

<<http://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/biomas-brasileiros>>. Acesso em: 28 mar. 2018

ICMBIO. **Unidades de Conservação – Filtro**. Disponível em:

<<http://www.icmbio.gov.br/portal/unidades-deconservacao?q=parna&limitstart=0>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

ICMBIO. **Visitação**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/portal/visitacao>>.

Acesso em: 16 jul. 2018.

INSTAGRAM. **Nossa História**. Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>.

Acesso em: 20 ago. 2018.

INSTITUTO ECOBRASIL. **Acordo de Mohonk**. Disponível em:

<<http://www.ecobrasil.eco.br/turismo/acordo-de-mohonk-2000>>. Acesso em: 14 set. 2019.

INSTITUTO ECOBRASIL. **Ecoturismo**. Disponível em:

<<http://www.ecobrasil.org.br/turismo/ecoturismo>>. Acesso em: 09 ago. 2018.

IUCN. **Protected Areas**. Disponível em:

<<https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

KEMP, S. **Digital in 2018**: world's internet users pass the 4 billion mark.

Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

KOSSOSKI, D. Buraco do Padre amplia visitas em 280%. **Diário dos Campos**. Ponta Grossa. 16 jan. 2019. Disponível em:

<<https://www.diariodoscamos.com.br/noticia/buraco-do-padre-amplia-visitacoes-em-280>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. 257 p. Tradução de: Ivo Korytowski.

LÓPEZ-RICHARD, V.; CHINÁGLIA, C. R. Turismo de aventura: conceitos e paradigmas fundamentais. **Revista Turismo em Análise**, [s.l.], v. 15, n. 2, p.199-215, 13 nov. 2004. Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v15i2p199-215>.

MADEIRA, C. G.; GALLUCCI, L. **Mídias Sociais, Redes Sociais e sua Importância para as Empresas no Início do Século XXI**. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1163-1.pdf>> Acesso em: 25 set. 2019.

MANOSSO, F. C.; BIZINELLI, C.; GÂNDARA, J. M. G. **A Imagem da Cidade em Fotografias Online: Estudo de Caso do Site Flickr sobre Curitiba (Paraná, Brasil)**. Turismo e Sociedade, [s.l.], v. 6, n. 4, p.835-860, 31 out. 2013. Universidade Federal do Parana. <http://dx.doi.org/10.5380/tes.v6i4.31747>.

MANSUR, M. O que é Instagram? 2013. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/o-que-e-Instagram.html>> Acesso em: 08 ago. 2019.

MARUJO, M. N. (2008). A Internet como novo meio de comunicação para os destinos turísticos: o caso da Ilha da Madeira. **Revista Turismo Em Análise**, **19(1)**, 25-42. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v19i1p25-42>

MENDES, H. M. Enunciação aforizante no Twitter: uma análise discursiva da hashtag #aprendinoem. **Calidoscópico**, [s.l.], v. 16, n. 2, p.216-224, 26 out. 2018. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos. <http://dx.doi.org/10.4013/cld.2018.162.04>.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Diretrizes para Visitação em Unidades de Conservação**. Secretaria de Biodiversidade e Florestas. Diretoria de Áreas Protegidas. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2006.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Ecoturismo**: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de Aventura**: orientações básicas. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

MOREIRA, J. C. **Geoturismo e interpretação ambiental**. Ponta Grossa: UEPG, 2014. 157 p.

MOSAICO BOCAINA. **Acordo de Mohonk**. Disponível em: <<http://www.mosaicobocaina.org.br/turismo/turismo-mohonk>>. Acesso em: 09 ago. 2018.

PARQUE Nacional dos Campos Gerais. Disponível em: <[http://www.wikiparques.org/wiki/Parque\\_Nacional\\_dos\\_Campos\\_Gerais#Atra.C3.A7.C3.B5es](http://www.wikiparques.org/wiki/Parque_Nacional_dos_Campos_Gerais#Atra.C3.A7.C3.B5es)>. Acesso em: 08 ago. 2019.

PERINOTTO, A. R. C. **Investigando a comunicação turística de Parnaíba/PI – Brasil**: Internet e redes sociais, descrição e análise. Málaga/Espanha. TURyDES – Revista de investigación en turismo y desarrollo local, v. 6, n.15, dez. 2013.

PONTA GROSSA. Constituição (1992). **Lei nº 4832, de 09 de dezembro de 1992**. Dispõe sobre a criação das unidades de conservação que menciona e dá outras providências. Ponta Grossa, PR, 13 nov. 2006.

PORTAL G1. **Entenda a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>>. Acesso em: 23 out. 2018.

PORTO, P.; CARDOSO, E.; SILVA, J. O Potencial do Ecoturismo e do Turismo de Aventura no Município de Santa Maria-RS e seu Entorno. **Revista Turismo em Análise**, v. 25, n. 2, p. 261-284, 31 ago. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **A cidade**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/acidade>>. Acesso em: 23 out. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **Buraco do Padre**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/buraco-do-padre>>. Acesso em: 22 out. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **Cachoeira da Mariquinha**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/cachoeira-da-mariquinha>>. Acesso em: 23 out. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **Canyon e Cachoeira do Rio São Jorge**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/canyon-e-cachoeira-do-rio-sao-jorge>>. Acesso em: 23 out. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **Furnas Gêmeas**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/furnas-gemeas>>. Acesso em: 23 out. 2018.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **Plano Diretor de Turismo de Ponta Grossa**. Ponta Grossa, 2002.

RECUERO, R. DA C. Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. **E-Compós**, v. 2, 11.

REFÚGIO das Curucacas. Disponível em: <[https://refugiodascrucacas.com.br/?fbclid=IwAR0bgN\\_U9v-](https://refugiodascrucacas.com.br/?fbclid=IwAR0bgN_U9v-)

LcpuT\_KzhASsOMdl07zJ0NsTzT8Rxcl7VUsMWdkA0WXTIUIs> Acesso em: 19 out. 2019.

RIBEIRO, J. C. G. **O uso da 'Game Câmera' como ferramenta para monitoramento da visitação nas Furnas Gêmeas** - Parque Nacional dos Campos Gerais. 2019. Dissertação (Mestrado em Gestão do Território) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019.

SAGICAPRI. **GoPró**. 2018. Disponível em: <<https://www.sagicapriprodutora.com.br/blog/o-que-e-gopro-veja-o-que-ela-pode-fazer>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

SANTOS, B.M.A. dos; OLIVEIRA, G.F. de; MENDES, M.L.G da C.; **Geração Hashtag: A Busca Do Sujeito Pelo Reconhecimento Nas Fotos #Selfie do Instagram**. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2605-1.pdf>> Acesso em 29 set. 2019.

SEMEIA. **Diagnóstico do Uso Público em Parques Brasileiros: A perspectiva dos Gestores**. 2019. Disponível em: <<http://www.semeia.org.br/publicacoes.php>> Acesso em: 18 out. 2019.

SERRANO, C. M. de T. A educação pelas pedras: uma introdução. In: \_\_\_\_\_ (Org.). **A educação pelas pedras: ecoturismo e educação ambiental**. São Paulo: Chronos, 2000. p. 7-24.

SIGNIFICADOS. **Selfie**. 2017. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/selfie/>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

SIMONETTI, S. R.; NASCIMENTO, E. P. do. Uso público em unidades de conservação: fragilidades e oportunidades para o turismo na utilização dos serviços ecossistêmicos. **Somanlu: Revista de Estudos Amazônicos**, [S.l.], v. 12, n. 1, p. p. 173-190, ago. 2013. ISSN 2316-4123. Disponível em: <<http://periodicos.ufam.edu.br/somanlu/article/view/465>>. Acesso em: 18 ago. 2019. doi: <https://doi.org/10.17563/somanlu.v12i1.465>.

SOUZA, T. V. S. B.; THAPA, B.; RODRIGUES, C. G. O.; IMORI, D.; (2017). **Contribuições do Turismo em Unidades de Conservação Federais para a Economia Brasileira** - Efeitos dos Gastos dos Visitantes em 2015: Sumário Executivo. ICMBio. Brasília.

TECHTUDO. **GoPró**. 2019. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/gopro.html>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

WESTERN, D. Definindo Ecoturismo. In: LINDBERG, K.; HAWKINS, D. E. (Ed.). **Ecoturismo: Um guia para planejamento e gestão**. 3. ed. Tradução de Leila Cristina de M. Darin. São Paulo: Senac São Paulo, 2001. p. 15-22.

## APÊNDICE A – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO TERRITÓRIO

57	pontagrossa
40	buracodopadre
34	parana
33	camposgerais
14	brasil
14	descubraoscamosgeraisdoparana
14	compartilheonossoparana
13	itaiacoca
12	aventureirosdosul
11	parnacamosgerais
10	turismonosul
9	ig_parana
8	trilheirosdosul
8	pgemfotos
7	cachoeiradamariquinha
7	refugiodascurucas
7	cachoeirasdobrasil
5	escarpadevoniana
5	tremeterrapg
5	goprobrasil
5	regiaosul
4	paraná
4	castro
2	parqueestadualdoguartela
3	princesadoscampos
3	parqueestadualdevilavelha
3	camposgeraisrural
2	furnasgemeas
3	rioquebraperna
3	carambei
3	suldobrasil
3	mariquinha
3	ig_paranaemfoto
3	paranaemfotos
3	fotografeipg

2	turismonosuldobrasil
2	parquecamposgerais
2	furnaspassodopupo
2	belezasdoparana
2	cachoeiraburacodopadre
2	concursoburacodopadre
2	cachoeirasdoparana
2	parquesdobrasil
2	brazilworldoficial
2	fendadafreira
2	suldomeubrasil
2	turismobrasil
2	brazil_repost
2	morrodasanta
2	tibagi
2	pncg
2	igparana
2	paranaemfoco
2	brazilrepost
2	viajeparana
2	rotaparana
2	passodopupo
1	parquehistoricodecarambei
1	cachoeiradasantabarbara
1	cachoeiradoriosaojorge
1	caniondoriosaojorge
1	destinosbrasileiros
1	distritodeitaiacoca
1	trilheirasdobrasil
1	turistandonoparana
1	turismopontagrossa
1	maravilhasdobrasil
1	parquespelobrasil
1	regiaosuldobrasil

1	valedoriopitanguí
1	cachoeirasaojorge
1	canionsdobrasil
1	canyonsdobrasil
1	canionsaojorge
1	canionguartela
1	viagempelobrasil
1	adegaportobrazos
1	brasilianbeaches
1	arenitosdobrasil
1	prudentopolis
1	lugaresdoparana
1	trilhasdoparana
1	trilhasdobrasil
1	matadearaucaria
1	restauranteranchocatavento
1	turismonoscamosgerais
1	apadaescarpadevoniana
1	desbravandoobrasil
1	conhecendoobrasil
1	coloniawitmarsum
1	visiteobrasil
1	brasileirando
1	destinobrasil
1	baciadoparana
1	mataatlantica
1	paranaturismo
1	floradobrasil
1	dolinasgemeas
1	hotelplanalto
1	partiubrasil
1	trilhasdosul
1	southamerica
1	viagembrasil
1	saltosaojoao
1	belezaparana
1	avesdobrasil
1	riopitanguí

1	riosaojorge
1	visitbrasil
1	thanobrasil
1	topofbrazil
1	aventurapg
1	meuparana
1	br_flora
1	sul
1	turismoPR
1	compartilhandonoss oparana

1	obrasilnaoestaaven da
1	floradoscamposger ais
1	aventurasguarapua va
1	selfiepelobrasil
1	parquesnoparana
1	cachoeiradasantab arbara
1	saltosaojorge
1	brazilnature

1	vilavelha
1	ig_brazil
1	hotelluds
2	gupe
2	uepg
1	hotelluds
1	curitiba
1	hotelipe
1	brflora
	483

## APÊNDICE B – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO NATUREZA

22	natureza
18	cachoeira
15	waterfall
15	arqueotrekking
12	nature
10	trilha
9	caverna
7	trilhas
7	icmbio
6	furnas
5	parquesnacionais
4	loucosporcachoeiras
4	parquenacional
4	geodiversidade
4	meioambiente
4	cachoeiras
4	araucaria
4	trekking
3	pinturasrupestres
3	turismoecologico
3	espeleologia
3	vemproparque
3	nationalpark
3	wikiparques
3	cascata
3	caves
3	cachu
3	cuidadocomomeioambiente
2	respeiteminhanatureza
2	preservacaoambiental
2	fotografiadenatureza
2	roteirosetravessias
2	atrativosnaturais
2	trilhando trilhas
2	naturezaperfeita
2	arenitofurnas
2	bonsdetrilha
2	turismorural

2	conservação
2	arqueologia
2	geologia
2	ecologia
2	canion
2	parque
2	hikes
2	campo
2	preservaçãodomeioambiente
1	projeto parquesnacionais
1	patrimônioarqueológico
1	visiteparquesnacionais
1	interpretaçaoambiental
1	travessiaarqueologica
1	roteirosarqueologicos
1	caçadoresdecachoeiras
1	Araucariaangustifolia
1	unidade de conservação
1	patrimoniogeologico
1	caminhadananatureza
1	conexaovibenatureza
1	aventurasguarapuaiva
1	trilhasecaminhadas
1	trilhasetravessias
1	areasdepreservação
1	todospelanatureza
1	nao aodesmatamento
1	educaçaoambiental
1	parquespelomundo
1	sustentabilidade
1	banhodecachoeira
1	espaçodaescalada
1	camposrupestres
1	belezasnaturais

1	trilhando de boa
1	camposnaturais
1	biodiversidade
1	vidaaoarlivre
1	belezanatural
1	nationalparks
1	naturezalinda
1	trilhasporai
1	trilhamedita
1	trilhadofavo
1	araucariando
1	naturelovers
1	dolinagrande
1	preservação
1	conexao_eco
1	espeleofoto
1	diadaarvore
1	hondaxre190
1	fujadafolia
1	places_wow
1	quadrinhos
1	tremeterra
1	trekingday
1	vijarebom
1	serrageral
1	ruralistas
1	araucárias
1	aventurabr
1	anfiteatro
1	andorinhao
1	outdoorrio
1	natureleza
1	naturelife
1	fotonature
1	sumidouro
1	trilhando
1	cactáceas
1	meiorural
1	preserve
1	pordosol
1	rockwall

1	climbing
1	arenitos
1	palmeira
1	escalada
1	parques
1	canyon
1	ceuazul
1	bluesky
1	arenito

1	besouro
1	natural
1	dolinas
1	sunset
1	trails
1	cactus
1	urubu
1	parna
1	flora

1	ibama
1	wild
1	camp
1	cave
1	aves
1	natu
	312

## APÊNDICE C – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO TURISMO

27	guiadeturismo
20	mtur
18	aventurapgecoturismo
15	turismodeaventura
11	ecoturismo
10	turismo
9	trip
8	aventura
8	viagem
6	férias
5	umdianoparque
5	travel
4	turistando
4	adventure
3	turismoecologico
3	turismoarqueologico
3	clubedosaventureiros
3	destinosimperdiveis
3	partiutrilhasetrips
3	comguiaemaisseguro
3	verticaladventure
3	turismoreceptivo
3	gueperdoaventura
3	instatravel
3	mochileiros
3	vaicomguia
3	traveling
3	ngtur
3	guia
2	comguiaemaisturismo
2	turismoresponsavel
2	destinosnacionais
2	wonderfulplaces
2	minhasandanças
2	viajarepreciso
2	dicasdeviagem
2	dicadedestino
2	viajarfazbem
2	adrenalina
2	amoviajar
2	igtravel
2	embratur
2	viajando
2	cadastur
1	turistandocomfernando
1	beautifuldestinations
1	luxuryworldtraveler
1	travelenjoyrespect
1	travelphotography
1	vivendosemdestino
1	aroundtheworldpix
1	viajaretudodebom
1	bestvacationspix
1	melhoresdestinos
1	viciadoemviajar
1	viagemdossonhos
1	destinosesonhos
1	loucosporviagem
1	instagramtravel
1	fantastic_earth
1	essemundoenosso
1	guiacredenciado
1	TTluxuryplaces
1	tortugaviajera
1	circuitofurnas
1	bestplacestogo
1	oviajantemundo
1	guiasdeturismo
1	guiajoaomarcos
1	wowplacestogo
1	viajenaviagem
1	tourtheplanet
1	tourpelomundo
1	travellawesome
1	amazingplaces
1	bestvacations
1	ilovetotravel
1	viajaromundo
1	viajareviver
1	sobrelugares
1	blogdeviagem
1	aventureiras
1	worldplaces
1	aventurese
1	backpacker
1	explorando
1	pedaltrip
1	travelling
1	travelgram
1	vacations
1	caminhada
1	aventuras
1	oviajante
1	oslugares
1	nosnatrip
1	roadtrip
1	viajante
1	destinos
1	mturismo
1	viagens
1	turista
1	turismologa
1	traveltrips
1	topdestinos
1	instaviagem
1	euamoviajar
1	tourism
1	explore
1	viajar
1	cartrip
	291

## APÊNDICE D – HASHTAGS PNCG DO ASPECTO OUTROS

8	semfiltro
6	gopro
5	selfiepelomundo
4	alinesleutjes
4	deuterbrasil
3	agronegocio
3	biologia
3	geografo
2	smartphonephotography
2	supermegamasterpics
2	jornalistadeimagem
2	achadosdasemana
2	acidadecresce
2	photooftheday
2	agentemostra
2	ocampoproduz
2	ig_captures
2	photography
2	ig_estados
2	amigersbr
2	instagood
2	alagados
2	nofilter
2	tonarpc
2	amazing
2	voegol
2	canon
2	gupe
2	uepg
2	tbt
1	voluntariadouniversitario
1	SenateHealthcareBill
1	fotografiadepaisagem
1	produçãodealimentos
1	acessorioartesanal
1	nationalgeographic
1	revistaqualviagem
1	tremeterraoficial
1	valedosescoteiros
1	throwbackthursday

1	consumoconsciente
1	cartilhaeducativa
1	pensandonofuturo
1	preservandovidias
1	todolistmagazine
1	macropgotography
1	1462PoemsProject
1	awesome_globepix
1	awesomelifestyle
1	gosteifotografei
1	yogainspiration
1	pedroedoraporai
1	amorpelequefaço
1	modasustentavel
1	parodiaottonis
1	goproinstagram
1	pratasmaresia
1	primavera2018
1	todospelavida
1	aguiasistemas
1	earthofficial
1	giorgiaprates
1	photography
1	renatosalles
1	photographer
1	voluntariado
1	aondevocefor
1	acessorioeco
1	21desetembro
1	amorpelavida
1	bestnine2017
1	bestregistro
1	likeforlikes
1	paepalanthus
1	gilsonsantos
1	fujadarotina
1	resisttrump
1	queroferias
1	healthcare
1	goprohero6
1	pipiporai

1	instaclick
1	wanderlust
1	samsungs9
1	democracy
1	boxbraids
1	beautiful
1	instagram
1	fotododia
1	headstand
1	geografia
1	yogapose
1	rockface
1	poemaday
1	perfeito
1	portugal
1	saojorge
1	thankgod
1	calmaria
1	brezilya
1	darkness
1	columbia
1	paisagem
1	escolhas
1	hapiness
1	gratidao
1	writing
1	ukulele
1	science
1	tacinha
1	trumpcare
1	foto
1	frio
1	ucs
1	green
1	igers
1	iphan
1	click
1	asana
1	macro
1	vista
1	ponta

1	pedal
1	relax
1	trips
1	rocks
1	buraco
1	canyon
1	beauty
1	deuter

1	set/18
1	natgeo
1	vidasimples
1	salamandras
1	thegoldlist
1	chillibeans
1	coisasdaora
1	mindfulness

1	japragazeta
1	issoebrasil
1	ecohead
1	freedom
1	history
1	grossa
	194