

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

ELIZANDRA APARECIDA DE OLIVEIRA KNECHTEL

“ANÁLISE DA REPUTAÇÃO ONLINE NO TURISMO: UM ESTUDO NO DESTINO DE
PONTA GROSSA, PARANÁ.”

PONTA GROSSA
2022

ELIZANDRA APARECIDA DE OLIVEIRA KNECHTEL

“ANÁLISE DA REPUTAÇÃO ONLINE NO TURISMO: UM ESTUDO NO DESTINO
DE PONTA GROSSA, PARANÁ.”

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado para obtenção do título de
Bacharel em Turismo, Setor de Ciências
Sociais, Departamento de Turismo,
Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Prof^a Dra. Graziela Scalise
Horodyski

PONTA GROSSA

2022

ELIZANDRA APARECIDA DE OLIVEIRA KNECHTEL

“ANÁLISE DA REPUTAÇÃO ONLINE NO TURISMO: UM ESTUDO NO DESTINO DE PONTA GROSSA, PARANÁ.”

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção de título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Área de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Turismo.

Ponta Grossa, 12 de Dezembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Graziela Scalise Horodyski

Professora Dra. Larissa Mongrueel Martins

Professor Dr. Luiz Fernando de Souza

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, ao meu esposo, aos meus pais,
e aos meus professores que contribuíram para que
eu chegasse aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus pelo dom da minha vida, pela graça de ter sido acompanhada por Ele durante todos esses anos que estive na Universidade. Agradeço à Ele por todo conhecimento que adquiri, por todos os momentos que vivi, pelos lugares que conheci, e pelas pessoas que convivi durante essa trajetória. Tal qual, durou o tempo que tinha que durar, do jeito que tinha que ser, e com todas as lições que eu deveria aprender.

Agradeço aos meus pais, Edson Luiz Knechtel e Zeila Maria de Oliveira, por todo amor, carinho e compreensão que sempre tiveram comigo. Agradeço pela oportunidade que proporcionaram de estudar tranquilamente e por sempre me apoiarem em minhas decisões... por vibrarem comigo desde o momento que passei no vestibular, até esse presente momento a qual aqui estou escrevendo. Agradeço pelos ensinamentos que foram além do que é possível a teoria oferecer. Se hoje estou, aonde estou, é tudo graças à vocês!

Ao meu esposo Marcos Rodrigues de Paula, que está ao meu lado desde o início desta história, o qual sempre incentivou meus estudos, acreditou no meu potencial, me cobrou dedicação, e mais do que isso, me deu seu exemplo...

Aos meus familiares, e em especial a família do meu esposo, que participaram cada um à sua maneira e de forma especial em minha jornada acadêmica. E as minhas amigas, que sempre torceram pela minha vitória...

Agradeço à minha orientadora Professora Graziela Scalise Horodyski, que foi a minha orientadora desde o meu primeiro ano durante a Iniciação Científica, à qual me ensinou tudo o que eu sei sobre pesquisa científica, pelos estudos que realizamos juntas, e por ser quem sempre me inspirou à ser semelhante.

Agradeço à Universidade Estadual de Ponta Grossa pela oportunidade de cursar uma Universidade Pública de qualidade, pelas oportunidades que tive de participar da Iniciação Científica pela Fundação Araucária e pela CNPQ. E ao Departamento de Turismo, pelos professores maravilhosos que contribuíram a minha formação, tanto de maneira profissional, quanto humana. Vocês foram incríveis.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo principal analisar a reputação online sobre atrativos turísticos naturais mais avaliados na plataforma TripAdvisor na cidade de Ponta Grossa, no Paraná. Desta maneira, utilizou-se a opção “O que fazer” do site do TripAdvisor, como recorte para ter acesso aos atrativos turísticos. Os principais atrativos turísticos naturais avaliados na mídia, foram objetos de estudo, sendo: o Parque Vila Velha, o Buraco do Padre, e o Canyon Rio São Jorge. A partir disso, para realizar análise dos comentários dos visitantes, foi adaptado o modelo de Análise de Reputação Online TripAdvisor de Bizinelli (2015), para que pudesse ser identificado quais os principais pontos positivos e negativos de cada atrativo turístico. Essa pesquisa é de caráter exploratório, sendo um estudo de caso, de viés qualitativo. Neste estudo foi possível compreender a reputação online dos atrativos turísticos: o Parque Vila Velha, o Parque Buraco do Padre e o Canyon Cachoeira e Rio São Jorge.

Palavras-chaves: Reputação online; TripAdvisor; Ponta Grossa - PR

ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze the online reputation of the most evaluated natural tourist attractions on the TripAdvisor platform in the city of Ponta Grossa, Paraná. In this way, the option "What to do" on the TripAdvisor website was used, as a cut to access tourist attractions. The main natural tourist attractions evaluated in the media were objects of study, namely: Parque Vila Velha, Buraco do Padre, and Canyon Rio São Jorge. From this, to carry out analysis of the visitors' comments, Bizinelli's (2015) TripAdvisor Online Reputation Analysis model was adapted, so that the main positive and negative points of each tourist attraction could be identified. This research is of an exploratory nature, being a case study, with a qualitative bias. In this study, it was possible to understand the reputation of tourist attractions: Parque Vila Velha, Parque Buraco do Padre, Canyon and Rio São Jorge.

Keywords: Online reputation; TripAdvisor; Ponta Grossa - PR

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- Modelo de Análise de Reputação Online de Bizinelli (2015).....	20
QUADRO 2- Análise da Reputação Online do Parque Vila Velha	26
QUADRO 3- Análise da Reputação Online do Parque Buraco do Padre.....	323
QUADRO 4- Análise da Reputação Online do Canyon e Cachoeira Rio São Jorge.....	36

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Localidade e área urbana de Ponta Grossa	22
FIGURA 2 - Parque Vila Velha.....	303
FIGURA 3 - Mapa do Parque Vila Velha.....	355
FIGURA 4 - Parque Buraco do Padre.....	30
FIGURA 5 - Mapa do Parque Buraco do Padre.....	31
FIGURA 6 - Canyon e Cachoeira Rio São Jorge.....	36

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Visitantes do Parque Vila Velha no Tripadvisor	266
GRÁFICO 2 - Parque Vila Velha.....	28
GRÁFICO 3 - Visitantes do Parque Buraco do Padre	32
GRÁFICO 4 - Parque Buraco do Padre.....	34
GRÁFICO 5 - Visitantes do Cannyon e Cachoeira do Rio São Jorge.....	36
GRÁFICO 6 - Cannyon e Cachoeira Rio São Jorge.....	38

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
IBGE	Instituto Brasileiro Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
KM	Quilômetro
S/N	Sem número
ALEP	Assembléia do Paraná
VIP	Very Important Person

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	166
2.1	REPUTAÇÃO ONLINE	166
3	METODOLOGIA	18
4	ANÁLISE E DISCUSSÕES	20
4.1	A CIDADE DE PONTA GROSSA.....	211
4.2	PARQUE VILA VELHA	23
4.3	PARQUE BURACO DO PADRE	299
4.4	CANNYON E CACHOEIRA DO SÃO JORGE.....	35
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	399
	REFERÊNCIAS	411

1 INTRODUÇÃO

No Turismo, a Internet surgiu de uma forma transformadora para o mercado turístico, e permitiu que os viajantes tivessem acesso à diversas informações referentes ao mundo, assim como, sobre os destinos, serviços e atrativos turísticos.

Segundo a Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD) Contínua - Tecnologia da Informação e Comunicação (2021), uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) indica que cerca de 90,0% dos domicílios no Brasil possuem acesso à Internet.

Ainda, a pesquisa apresenta que o número de idosos com 60 anos ou mais, utilizando a Internet é 57,5%, sendo mais da metade dos idosos, e que o número de usuários duplicou em todos os grupos etários.

De acordo com Cruz (2020), com a pandemia do coronavírus ocorrida desde 2019, o Turismo foi amplamente impactado de maneira negativa, uma vez que, com o isolamento social decorrente da situação, não era possível a realização de atividades turísticas em todo mundo.

Desta forma Cruz (2020, p.3) discorre que, as mídias sociais já estavam promovendo readequações no Turismo antes do ocorrido, porém, de maneira lenta. Mas com a pandemia, logo, as mudanças nos hábitos de consumo ficaram evidentes, com as mudanças nas comercializações ocasionadas pelas inovações tecnológicas.

Conforme Feger, Souza e Gândara (2016, p.140) destacam: “O ambiente virtual surge como mais uma opção para aquisição de produtos e serviços devido a intangibilidade, necessita que seja criada percepção emocional por parte do usuário.”

Nesse sentido, Quiroga, Mondo e Castro Júnior (2014) *apud* Feger; Júnior; Gândara (2016) ressaltam que, a Internet corresponde à uma ferramenta de pesquisa para o mercado, uma vez que, no mercado turístico os aspectos intangíveis são fundamentais para a análise, para a escolha do que deve ser consumida. “A internet utilizada como fonte de consulta também oferece ao consumidor uma ampla gama de conteúdos a respeito da empresa e/ou produto que pretende consumir” (AKEL, 2015, p. 5).

Para Gonçalves e Mazaro (2013, p. 9) a mídia social no âmbito do Turismo é um canal de informação-intensiva, ou seja, os consumidores podem ter acesso às informações pertinentes e relevantes para o processo do planejamento de uma viagem, da mesma forma que, para a decisão final.

Desta maneira, a Internet promove autonomia aos clientes, em razão de que, “têm permitido aos consumidores um acesso mais rápido e de forma mais abrangente às informações sobre viagens e locais turísticos, o que proporciona liberdade de escolha” (REGES *et al.* , 2021, p. 226).

Os consumidores têm amplo acesso às informações relevantes sobre os destinos turísticos de seu interesse, imagens reais sobre os atrativos turísticos, e experiências de outros visitantes. Por isso, as plataformas online “são mídias colaborativas, onde o consumidor é ao mesmo tempo produtor e consumidor de informação (CUNHA E AURIANI, 2015, p. 129).

Contudo, a Internet contribuiu para o mercado turístico, e conforme os usuários estavam mais atualizados e exigentes, a reputação online sobre os destinos turísticos tornou-se uma ferramenta colaborativa para as empresas. A partir disto, a problemática do presente estudo consiste na pergunta: Qual é a reputação online dos atrativos naturais mais avaliados na plataforma TripAdvisor na cidade de Ponta Grossa, no Paraná.

Para o desenvolvimento deste trabalho foram estabelecidos objetivos, sendo que o objetivo geral deste estudo consiste em:

- Analisar a reputação online sobre os atrativos turísticos naturais mais avaliados na plataforma TripAdvisor na cidade de Ponta Grossa, no Paraná.

Enquanto os objetivos específicos delineados foram:

- Analisar os comentários positivos e negativos realizados na plataforma virtual TripAdvisor sobre os atrativos turísticos selecionados

- Descrever quais são os pontos de análise mais mencionados, para compreender a percepção dos visitantes

- Compreender qual é a reputação online dos atrativos selecionados para esta análise.

A metodologia utilizada foi adaptada do Modelo de Análise de Reputação Online de Bizinelli (2015), à qual foram selecionadas 14 variáveis para a análise dos comentários, para que pudesse ser identificado quais são os principais pontos positivos e negativos de cada atrativo turístico. Delimitou-se a opção “O que fazer”

presente na plataforma TripAdvisor, como recorte para ter acesso aos atrativos turísticos definidos.

O critério para a seleção das páginas analisadas utilizado-se o modelo padrão de Iversini, Cantoni, e Buhallis (2009) apud Manosso, Bizinelli e Gândara (2013, p. 847), que consiste em utilizar o resultado das três páginas de cada busca, sendo este considerado um número relevante para o usuário final.

Essa pesquisa é de caráter exploratório, sendo um estudo de caso, de viés qualitativo. E a escolha do tema selecionado para o presente estudo dispõe da necessidade de evidenciar, e incentivar a Internet e as mídias sociais como ferramentas colaborativas ao marketing turístico.

Os dados levantados são relevantes, pois contribuem com informações sobre as opiniões de turistas que visitam os atrativos turísticos selecionados para a pesquisa. Sendo assim, os responsáveis pelos atrativos podem utilizar os dados para o marketing turístico, e para o desenvolvimento de novas estratégias para a empresa.

Desta forma, é possível promover a melhoria contínua e solucionar o que está sendo evidenciado como negativo, para que assim seja garantido a satisfação do turista, tanto quanto para o desenvolvimento do mercado do Turismo.

A estrutura deste estudo está dividida em: no primeiro capítulo o levantamento teórico sobre a Reputação Online no Turismo. No segundo capítulo a Metodologia utilizada para o desenvolvimento deste estudo, e em seguida os objetos de estudos, os atrativos turísticos naturais mais avaliados na plataforma do TripAdvisor: o Parque Vila Velha, o Parque Buraco do Padre e o Cannyon Rio São Jorge, que foram abordados de forma breve, e a análise da reputação online de cada um deles. No quinto capítulo está as considerações finais sobre este estudo, e logo em seguida as referências bibliográficas utilizadas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 REPUTAÇÃO ONLINE

A reputação online já era uma grande tendência no mercado turístico, a qual pode ser utilizada como fonte de informações e uma ferramenta colaborativa para os gestores de produtos turísticos, assim como, para o marketing turístico, e em todo mercado no mundo. Para Bizinelli *et al.* (2013, p. 355) a reputação online pode ser considerado o mais real retrato do mundo social na Internet.

Ainda, Sartori e Reis (2010) descrevem que a reputação online é aquilo descrito sobre empresa nas mídias sociais. Enquanto Akel (2015) ressalta que a reputação online pode ser considerada um termômetro do mundo virtual, ou seja, é possível que através dela identificar a imagem de um estabelecimento.

Para Rafael e Almeida (2014) os turistas conseguem economizar seu tempo e recursos, devido a gama de possibilidades proporcionadas pela Internet, principalmente no que tange aos instrumentos de pesquisa, trazendo um grande número de informações sobre o produto turístico, e possibilitando a comparação do produto com outras fontes.

Assim, os clientes estão mais exigentes e informados que anteriormente, estabelecendo uma maior demanda para as empresas dentro das mídias sociais, mudando o perfil do consumidor...

“Ele vem buscando novas experiências e disseminando informações referentes ao consumo dos produtos e serviços adquiridos, fazendo com que o comportamento de compra se altere principalmente no que se refere à maneira de pensar, agir, exigir e tomar decisões” (BIZINELLI *et al.*, 2013, p. 355).

Atualmente, com aumento de acessos às mídias sociais, a reputação online é fundamental para que uma empresa permaneça efetiva dentro do mercado, em virtude de que, a reputação online é a imagem da empresa no mundo virtual.

Por isso, “tais mídias quando utilizadas em prol marketing turístico atingem de forma eficaz os turistas e potenciais turistas (ou seja, clientes e potenciais clientes), dos mais variados perfis, que estejam buscando ou não informações sobre os destinos” (GONÇALVES; MAZARO, 2013, p.2).

Os autores Manosso, Bizinelli e Gandâra (2013) descrevem que o destino turístico é considerado intangível, por isso os relatos pessoais compartilhados sobre as experiências vividas são relevantes para outros visitantes, uma vez que, contribuem para reduzir o desconhecimento do local, sendo impactante o suficiente para incentivar os futuros turistas a conhecerem determinado local.

Conforme Feger, Gândara e Souza (2016) destacam, é possível ressaltar que:

“ [...] os consumidores não consultam apenas os agentes de viagem ou amigos que já realizaram deslocamentos para a localidade escolhida, mas também, a internet que cada vez mais passa a ser uma grande aliada de todos os viajantes no momento de escolha por um destino.” (FEGER; GÂNDARA; e SOUZA, 2016, p. 140).

A reputação online é uma demanda crescente no mercado atual, e ao que se refere ao Turismo é uma fonte de informação que pode ser utilizada para potencializar a qualidade do produto turístico, e solucionar o que pode ser prejudicial para a imagem do atrativo.

Diante do exposto, a reputação online segue sendo uma grande potencial ferramenta, uma vez que “[...] as mídias sociais ultrapassam os canais de comunicação tradicionais, em relação ao grau de influência positiva e negativa que as opiniões e informações circulantes trazem sobre os resultados corporativos.” (SARTORI; REIS, 2010, p. 2).

Tendo como base isto, Feger, Souza e Gândara (2016, p.142), salientam que o conteúdo gerado pelo consumidor é essencial, para que seja analisado de forma relevante o que está sendo ofertado. Desta maneira, a análise de conteúdos gerados sobre um destino turístico aponta: as experiências, as necessidades, os desejos, as críticas... Sendo possível realizar uma avaliação sobre a imagem do destino no mundo virtual.

3 METODOLOGIA

O presente estudo teve como objetivo principal analisar a reputação online sobre os atrativos turísticos naturais mais avaliados na plataforma online TripAdvisor da cidade de Ponta Grossa, no Paraná.

A metodologia utilizada consiste em uma abordagem bibliográfica e documental. “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL,2002, p. 45). Por isso, foi necessário o levantamento bibliográfico sobre a reputação online no Turismo.

Conforme Marconi e Lakatos (2021, p. 33) a pesquisa bibliográfica “ [...] trata-se de levantamento de referências já publicadas, em forma de artigos científicos (impressos ou virtuais), livros, teses de doutorados, dissertações [...] ” ou seja, é utilizado como base sólida, constituída por estudos já realizados para a estruturação da presente pesquisa.

O estudo pode ser considerado uma pesquisa documental, uma vez que conforme o autor Gil (2002) ambas são semelhantes, o que diferencia é a natureza da fonte. A pesquisa bibliográfica é baseada em muitos autores que diferem sobre o assunto, enquanto “a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda, um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa” (GIL. 2002, p. 45).

A pesquisa define-se de caráter exploratório, sendo um estudo de caso, de viés qualitativo. Logo, para o levantamento dos dados a serem analisados a plataforma online TripAdvisor foi utilizada como fonte. Delimitou-se a opção “O que fazer” presente na plataforma, como recorte para ter acesso aos atrativos turísticos definidos.

O critério para a seleção das páginas analisadas utilizado-se o modelo padrão de Iversini, Cantoni, e Buhallis (2009) apud Manosso, Bizinelli e Gândara (2013, p. 847), que consiste em utilizar o resultado das últimas três páginas de cada busca, sendo considerado de um número relevante para o usuário final.

Os atrativos turísticos naturais mais avaliados nos comentários no site TripAdvisor da cidade de Ponta Grossa, foram colocados como objeto de estudo, sendo estes: O Parque Vila Velha, o Parque Buraco do Padre, e o Cannyon Rio São Jorge.

Para a análise dos comentários dos visitantes, foi definido o modelo de Análise de Reputação Online TripAdvisor de Bizinelli (2015). Cujo o quadro de análise contém variáveis, que são base para o levantamento de pontos positivos e negativos, porém, para esta presente pesquisa as variáveis foram adaptadas, sendo definidas 14 variáveis.

Vale ressaltar que conforme a autora destaca, pode haver mais de uma variável em um mesmo comentário, ou seja, ao verificar cada comentário, será avaliado os pontos mencionados, podendo vir a ser mencionado mais de uma variável em um mesmo comentário.

QUADRO 1- Modelo de Análise de Reputação Online Bizinelli (2015).

Pontos de Análise	Positivo	Negativo
Localização		
Atendimento		
Preço		
Entorno		
Manutenção		
Acessibilidade (Pessoas com deficiência)		
Estacionamento		
Limpeza		
Acesso (Meios de chegar)		
Segurança		
Sinalização Interna		
Outros clientes		
Horário de Funcionamento		
Sinalização Externa		

Fonte: Adaptado de: Bizinelli (2015).

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES

4.1 A CIDADE DE PONTA GROSSA

A cidade de Ponta Grossa está localizada no estado do Paraná, no sul do Brasil. De acordo com a Prefeitura de Ponta Grossa (2022) o município encontra-se no Segundo Planalto Paranaense, na região dos Campos Gerais.

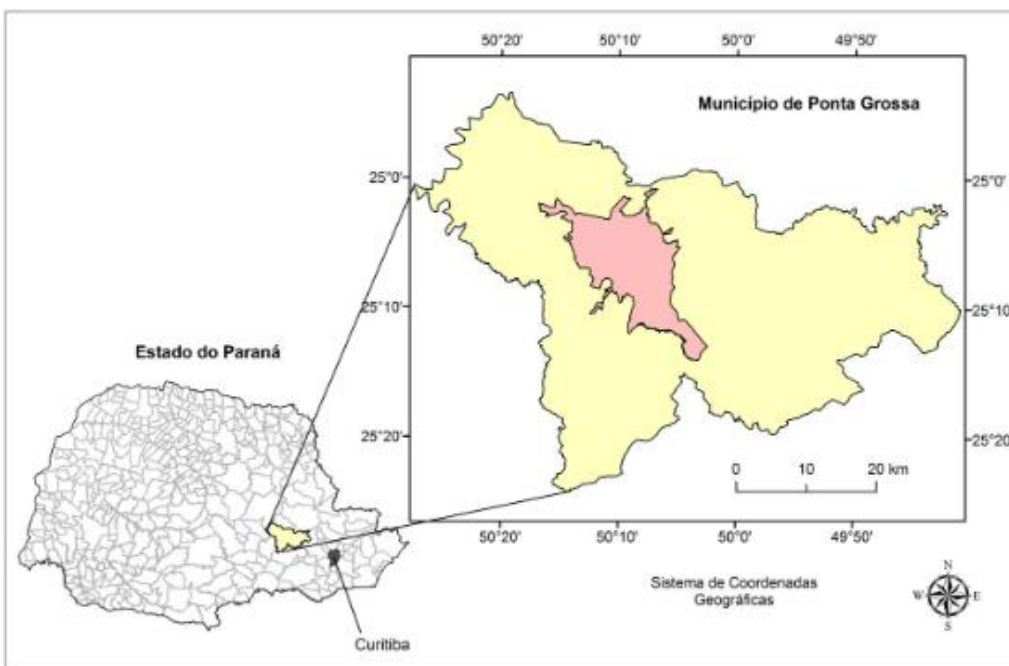
O destino de Ponta Grossa é composto pela área rural, e urbana. Quanto ao destino “Dentre suas características por municípios limítrofes, ao norte: Carambeí e Castro; ao sul: Palmeira e Teixeira Soares; a leste: Campo Largo e a oeste: Tibagi e Ipiranga” (NASSIF, 2012, p. 25). Enquanto a área urbana corresponde a cidade de Ponta Grossa, a área rural está dividida pelos distritos de Itaiacoca, Guaragi, PiriQUITOS e Uvaia.

Conforme o site da Prefeitura de Ponta Grossa (2022) afirma, a cidade é destaque no cenário turístico, isto é decorrente ao seu posicionamento geográfico privilegiado, uma vez que, permite acessos de maneira fácil a todas as regiões do Estado do Paraná.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) a população ponta-grossense está estimada (2021) a 358.838 habitantes dentro de uma área territorial de 2.054,732 km². “O Índice de Desenvolvimento Humano - IDH em Ponta Grossa, encontra-se acima da média nacional, o que beneficia a cidade em diferentes aspectos, inclusive na área do Turismo.” (MOTTA, 2012).

Assim sendo, o destino de Ponta Grossa é um “importante entroncamento rodoviário, a cidade tem suas raízes no tropeirismo, na pluralidade étnica e nos caminhos da estrada de ferro, símbolos históricos e marcos referenciais ainda presentes no cenário urbano de uma das mais importantes cidades brasileiras” (PREFEITURA DE PONTA GROSSA, 2022).

FIGURA 1. Localização e área urbana de Ponta Grossa.



Fonte: Nascimento e Matias (2011, p. 65) apud IBGE (2007).

No setor do Turismo, a cidade oferece atrações naturais, patrimônios históricos e culturais. Quanto as atrações, de acordo com a Secretária de Turismo de Ponta Grossa (2022) os atrativos culturais consiste em: museus, monumentos, artesanato, edificações históricas tombadas. Quanto de ordem natural, os atrativos são: Parque Vila Velha, Parque Buraco do Padre, Canyon Rio São Jorge, Cachoeira da Mariquinha, Represa de Alagados, Furnas Gêmeas, Refúgio das Curucacas.

Para esta presente pesquisa foram selecionados os três atrativos com maior número de avaliações de usuários no site TripAdvisor, sendo eles: o Parque da Vila Velha, o Parque Buraco do Padre, e o Canyon e Cachoeira Rio São Jorge.

A cidade também é sede de diferentes tipos de eventos, sendo “caracterizada como cidade universitária geradora de diversos encontros científicos e afins, e além pólo atrativo para homens de negócios que desejam se envolver com assuntos profissionais” (MOTTA, 2012, p. 32). Tais motivos atraem os turistas e promovem desenvolvimento turístico na cidade de Ponta Grossa.

4.2. PARQUE VILA VELHA

Segundo o site Ponta Grossa Turística (2022), o Parque Estadual da Vila Velha foi criado em 1953, com o objetivo de preservar as estruturas de arenitos, e todos os campos nativos da região, sendo o primeiro Parque Estadual do Paraná instituído pela Lei Estadual nº 1292/1953. Ainda, é importante ressaltar que a “[...] Vila Velha é um conjunto de formações areníticas de expressivo valor cênico, científico e ecológico consagrado como um importante pólo de visitação turística e científica no âmbito estadual, nacional e internacional.” (CAMPOS, DALCOMUNE, 2011, p. 15).

De acordo com Ponta Grossa Turística (2022), em 1966 o Parque foi tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Estado do Paraná, sendo preservado cerca de 38km² de biodiversidade, com mais de 3 mil hectares. O Parque Estadual da Vila Velha está situado no Segundo Planalto do Paraná, em uma região denominada Campos Gerais, na cidade de Ponta Grossa.

A localização está na Rodovia BR-376, KM 515 s/n Rua Silva Jardim - Vila Velha, sendo assim, 28 KM de distância da cidade. É considerado um paraíso ecológico, assim como, o principal atrativo turístico e natural da cidade de Ponta Grossa. (PONTA GROSSA TURÍSTICA, 2022).

FIGURA 2- Parque Vila Velha



Fonte: Soul Parques (2022)

O Parque Vila Velha é composto por três principais atrações naturais, entre

elas: os arenitos, as furnas, e a lagoa dourada. Os arenitos são configurações rochosas que apresentam formas variadas, como: a taça, o camelo, e outras, as furnas, que correspondem a grandes poços de desabamento com vegetação abundante e água no seu interior (lençol subterrâneo) e a Lagoa Dourada que contém este nome, porque as águas apresentam tonalidade dourada com a reflexo da luz do Sol. (PONTA GROSSA TURÍSTICA, 2022).

Em 2020, o Parque Estadual da Vila Velha que até então era da administração pública, foi concedido à iniciativa privada, a qual é atualmente responsável pelo atrativo.

De acordo com G1 (2020), o processo de concessão do Parque Vila Velha iniciou em 2019, logo que a Assembléia do Paraná (Alep) aprovou um projeto de lei cujo permitia a exploração em Unidades de Conservação. Vale ressaltar que a concessão é diferente de venda à iniciativa privada, a concessão tem um prazo definido para voltar ao poder público.

Segundo a Prefeitura de Ponta Grossa (2020), a concessão do Parque Estadual da Vila Velha para a empresa Soul Parques foi um grande marco positivo para o desenvolvimento do atrativo turístico na cidade, uma vez que, a consolidação resultaria no aumento do Turismo na região dos Campos Gerais, com a preservação dos atrativos naturais, com a melhoria da qualidade da infraestrutura, e dos serviços turísticos oferecidos aos visitantes.

O prefeito da época da realização da concessão, Marcelo Rangel (2020) *apud* Teixeira (2020) destaca:

“A concessão é um trabalho amplo e complexo e que só pode ser viabilizado através da parceria afinada entre a Prefeitura e o Governo do Paraná. E isso não se limita apenas aos aspectos do Parque, mas também engloba a melhoria da infraestrutura da cidade e do nosso aeroporto, que tem crescido constantemente e se tornado referência no país, disponibilizando voos para diversos destinos, incluindo Congonhas e Foz do Iguaçu, e inserindo Ponta Grossa no mapa do Turismo nacional.”

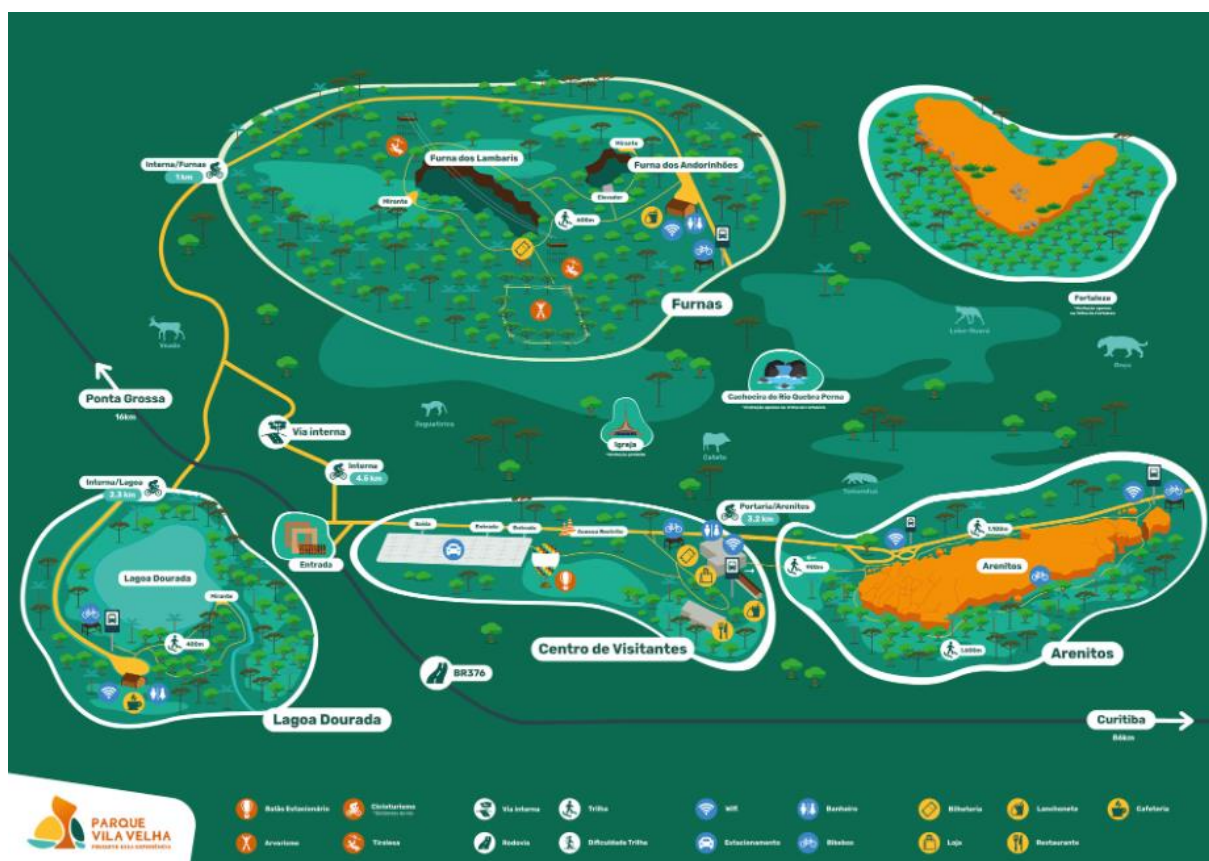
A partir da concessão, o Parque Estadual da Vila Velha passou a ser denominado como Parque Vila Velha. De acordo com o G1 (2020) é o Parque Vila Velha é o primeiro a ter o modelo de concessão no Paraná, ainda, que a empresa tem contrato com o prazo de 30 anos, e “irá repassar 15,2% da arrecadação da exploração

turística de Vila Velha ao Governo do Paraná todos os meses.”

Atualmente, o Parque Vila Velha está adaptado e conforme descrito no site Parque Vila Velha (2022) o atrativo possui uma infraestrutura que comporta todas as necessidades dos turistas. As principais atrações e experiências aos visitantes são: a Trilha da Fortaleza, Caminhadas Noturnas, Cicloturismo, Balão Estacionário, Arvorismo e Tirolesa.

Conforme o Parque Estadual da Vila Velha (2022), é possível realizar Driving Experience (que é a experiência de realizar a visitação ao Parque de carro), Ensaios Fotográficos, Passeio VIP, e Treinamento Vivencial. E também ocorre visitação em grupos, ou seja, grupos turísticos, como a Escola no Parque e Esporte no Parque.

FIGURA 3. Mapa do Parque Vila Velha



Fonte: Parque Vila Velha (2022)

O espaço conta com o Restaurante Girassol, localizado no centro de visitantes, o qual serve pratos tradicionais da região. O Container Porcadeiros oferece lanches, cafés, bebidas, e é localizado próximo às Furnas, e o Café Lagoa Dourada perto da Lagoa Dourada, ambos oferecem sobremesas e cafés. (PARQUE VILA VELHA,

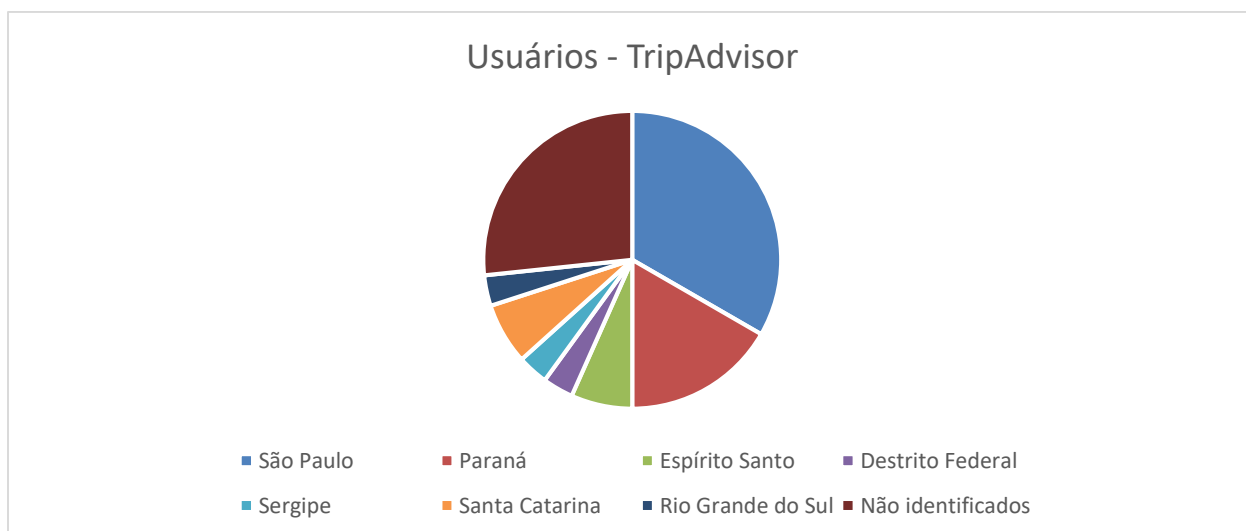
2020).

Quanto aos resultados da presente pesquisa, foram analisados 30 comentários positivos e negativos sobre o Parque Vila Velha na plataforma do TripAdvisor, sendo de maneira manual a partir das variáveis definidas pelo estudo.

Os comentários analisados foram referentes ao período de: Novembro de 2021 à Outubro de 2022. Também, foram identificados os Estados de origem de cada usuário que realizou o comentário.

Os estados de origem dos turistas identificados foram: São Paulo, Santa Catarina, Paraná, Distrito Federal, Sergipe, Rio Grande do Sul, entre outros usuários que não se identificaram na plataforma.

GRÁFICO 1- Visitantes do Parque Vila Velha no Tripadvisor



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Conforme o gráfico apresentado, foi identificado que maior número de turistas foram do estado de São Paulo. Enquanto em segundo, os usuários que não se identificaram, e em terceiro o Paraná. Quanto ao que se refere ao Paraná, os visitantes e turistas identificados foram de: Ponta Grossa, Curitiba e Maringá.

QUADRO 2- Análise da Reputação do Parque Vila Velha

Pontos de Análise	Positivo	Negativo
Localização	01	00
Atendimento	10	03
Preço	06	07
Entorno	00	00
Manutenção	16	01
Acessibilidade	06	10
Estacionamento	01	03
Limpeza	05	00
Acesso (Meios de chegar)	01	00
Segurança	01	00
Sinalização Interna	03	00
Outros clientes	00	01
Horário de Funcionamento	00	00
Sinalização Externa	00	00

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Em grande parte dos comentários analisados, o Parque Vila Velha é descrito pela sua paisagem belíssima, ou seja, a paisagem proporciona uma experiência contemplativa para os turistas.

Com relação aos principais pontos de análise positivos que foram evidenciados: Atendimento, Manutenção e Acesso (Meios de chegar). Enquanto, os negativos foram: Preço, Acesso (Meios de chegar), e Estacionamento. Também, há variáveis que não foram mencionadas, nem de forma positiva e nem negativa.

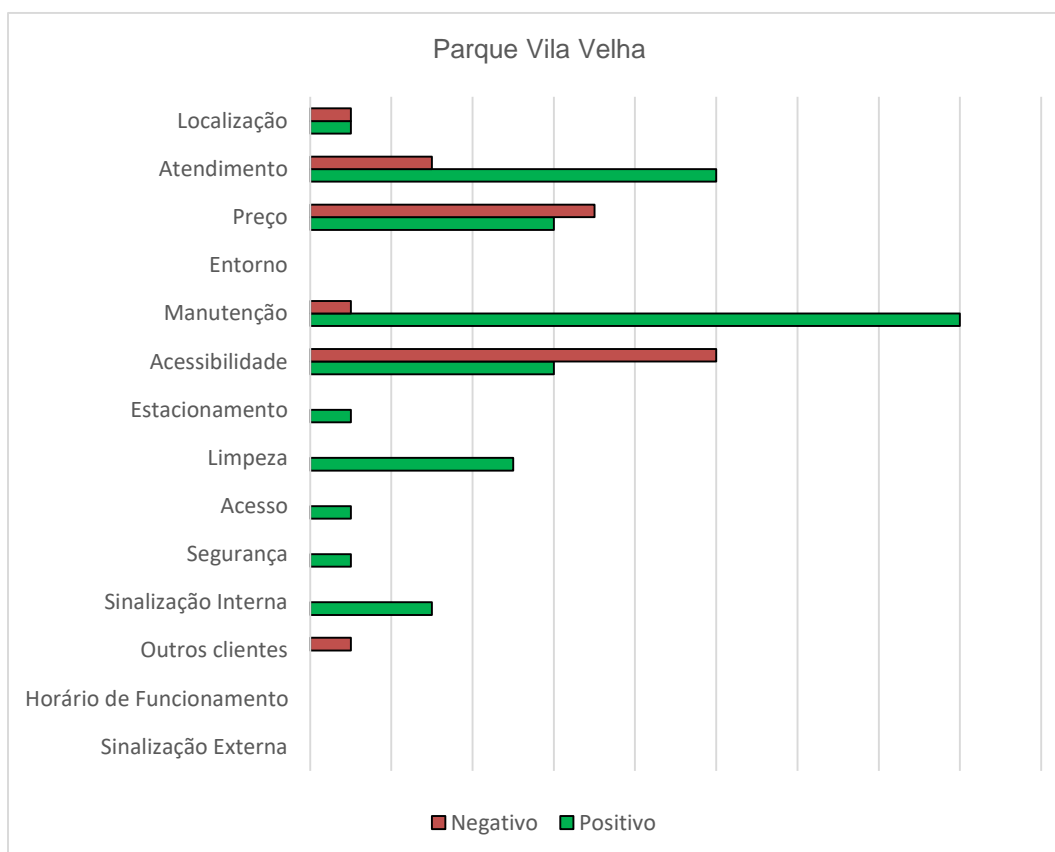
A localização do Parque Estadual da Vila Velha foi mencionada apenas 1 vez, de maneira positiva, e sem nenhum comentário contrário.

O Atendimento foi mencionado como positivo, os funcionários do Parque foram muito elogiados sendo mencionados 10 vezes a qualidade do atendimento, eles foram descritos como: educados, prestativos, atenciosos, acolhedores... Em contrapartida também foram mencionados 3 vezes, referente à ausência de profissionais.

O Preço dividiu opiniões, mencionado 6 vezes de forma positivas, os turistas

afirmaram que, o valor era acessível, e que fazia jus à infraestrutura oferecida pelo Parque. Também, foi mencionado 7 vezes de maneira negativa, afirmando que o valor do ingresso era muito alto, e que os valores em si, do parque, do restaurante, dos passeios eram caros. O Entorno do local não foi mencionado nenhuma vez.

GRÁFICO 2 – Parque Vila Velha:



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Com relação à Manutenção referente à infraestrutura, vale ressaltar que o Parque da Vila Velha foi elogiado em diversos comentários pelos seus visitantes e turistas, sendo mencionado 16 vezes, como um parque com uma estrutura impecável, pela administração e pela organização. Ainda, houve 1 comentário negativo relacionado aos mesmos pontos citados.

O ponto de análise Acessibilidade teve mais pontos negativos do que positivos. Quanto ao negativo, a maior reclamação era sobre os ônibus, ou melhor, sobre a quantidade de ônibus. Os visitantes sugerem que haja mais horários de ônibus para realizar o transporte de um atrativo ao outro, conforme mencionado, os intervalos entre os atrativos são longos, o retorno demorado, o que pode tornar a visita

cansativa para os viajantes.

Porém, também há comentários positivos, sendo destacado os próprios ônibus. Assim como, a adaptação no banheiro para apoio para pessoas com deficiência física, assim como, suporte e segurança nas trilhas com acessibilidade para todas as faixas etárias, desde crianças à idosos.

Os pontos Segurança e Sinalização Interna tiveram pontos positivos. E os pontos Outros Clientes e Horário de Funcionamento apenas pontos negativos.

Ainda, houve pontos de análise que não tiveram nem avaliações positivas, e nem negativas, sendo eles: Entorno e Sinalização Externa não tiveram.

Desta forma, é possível compreender que, segundo os pontos positivos e negativos levantados, o Parque da Vila Velha possui uma boa reputação online na plataforma TripAdvisor, tendo mais pontos positivos do que negativos.

É importante mencionar que, o Parque da Vila Velha responde todos os comentários realizados pelos seus turistas, e isso demonstra comprometimento com a melhoria contínua dos serviços. Portanto, pode ser concluído que, o atrativo está em constante evolução positiva, e que a maioria dos visitantes recomendam e retornariam novamente ao atrativo.

4.3 PARQUE BURACO DO PADRE

Conforme o Parque Buraco do Padre (2022) o nome Buraco do Padre tem origem no século XVIII, no Tropeirismo. É afirmado que Padre Jesuítas frequentavam o espaço para orar, meditar, e encontrar um espaço de paz para o mesmo. O Parque Buraco do Padre está situado no Segundo Planalto do Paraná. Localizado na região do Distrito de Itaiacoca, o Parque Buraco do Padre é uma propriedade privada, que em 2005 integrou a uma Unidade de Conservação de Proteção Integral: o Parque Nacional dos Campos Gerais.

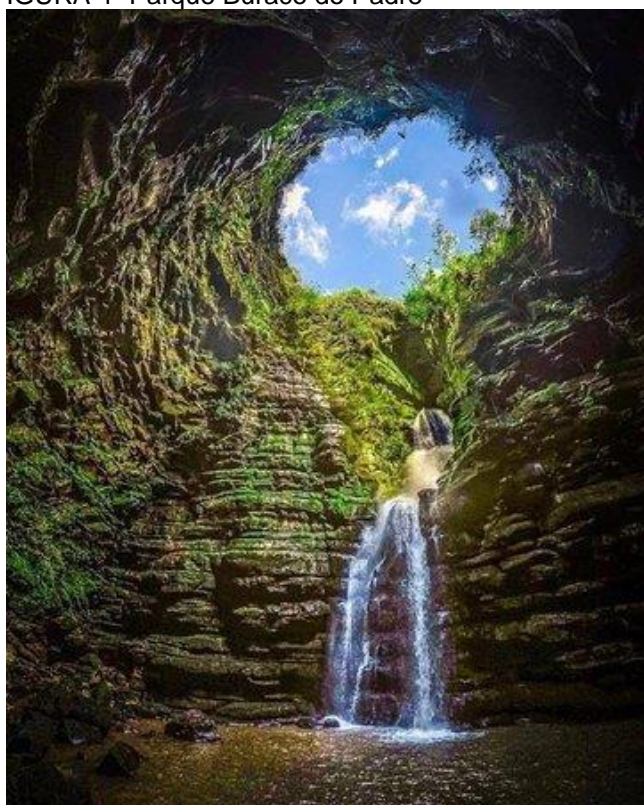
De acordo com o site Ponta Grossa Turística (2022) o Buraco do Padre é uma furna, cujo interior é apresenta uma grande cascata de 30 metros de altura, a qual é formada pelo Rio Quebra Perna.

O Buraco do Padre é local muito atraente e ilustrativo, pela excepcional oportunidade de adentrar a pé, sem grande esforço, numa furna com túneis, fendas e rio subterrâneo associados, com bela exposição dos arenitos da Formação Furnas nas paredes rochosas.(MELO; LOPES; BOSKA, 2005, p.1).

Para chegar a furna do Parque Buraco do Padre é necessário realizar uma trilha de 880 metros, sendo de fácil acesso, e um diferencial para o Parque é a trilha sinalizada, e também, com passarelas de madeira, que garantem que todos os visitantes possam desfrutar, inclusive, visitantes com capacidades motoras reduzidas. (PARQUE BURACO DO PADRE, 2022).

Conforme o portal Diário dos Campos (2017), desde abril de 2015, o Parque Buraco do Padre recebeu melhorias à infraestrutura do local para aumentar a atratividade à população. A partir disto, as melhorias consiste em: uma portaria com controle de acesso, implantação de segurança, reforma de banheiros, reflorestamento, sinalização, a inserção novos bancos, churrasqueiras. E também, uma passarela de acesso, a qual garante a acessibilidade à todos os públicos.

FIGURA 4- Parque Buraco do Padre



Fonte: Tripadvisor (2019)

Dentre os atrativos do Parque, é possível visitar 300 metros de um corredor estreito arenoso, o interior da Fenda da Freira, e realizar as Escaladas em Rocha, que são em três setores para escalada: Macarrão I, Macarrão II, e Pôr do Sol.

Também é disponível conhecer o Poço Encantado, assim como a Toca do Morcego, além de poder observar o Parque Buraco do Padre pelo mirante no alto da

Trilha do Favo, a qual é caminho para a Mega Revoada, a Tirolesa.

FIGURA 5 – Mapa do Parque Buraco do Padre



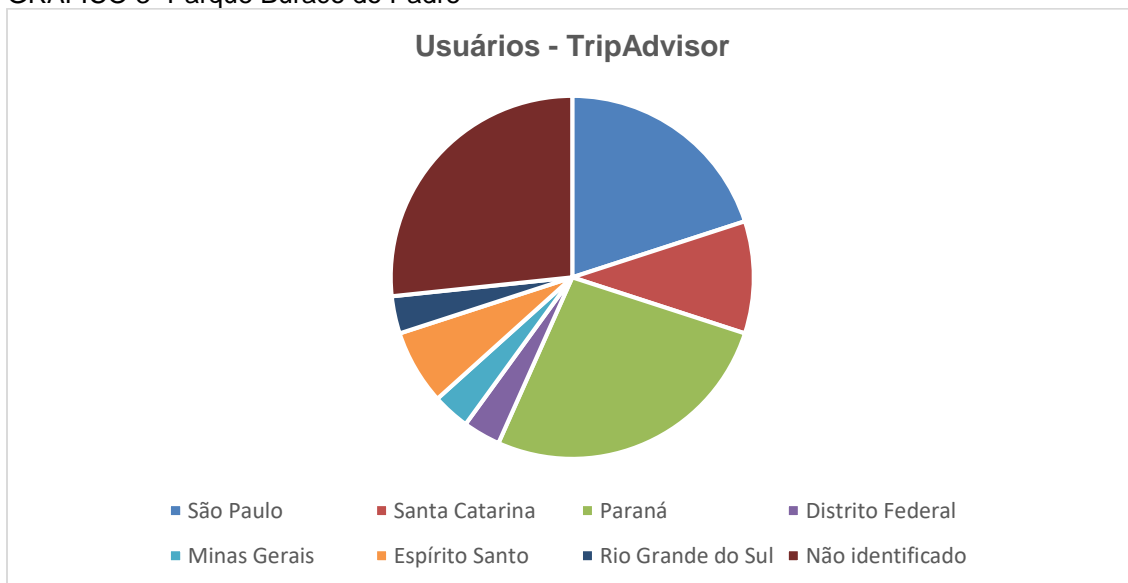
Fonte: Parque Burado do Padre

No Parque Buraco do Padre dispõe a realização de atividades, como: a Experiência Noturna, Piquenique, e Ensaios Fotográficos. O atrativo ainda conta infraestrutura acessível, banheiro com adaptação para o conforto de cadeirantes. Ainda, há o espaço KIDS, a Toca do Lobinho com escorredor, cama-elástica e outros brinquedos para as crianças. E uma área de convivência, onde está localizada a lanchonete, o Café Lobo, disponível para os visitantes.

Quanto à análise dos comentários positivos e negativos sobre o Parque do Buraco do Padre no TripAdvisor, foram analisados os comentários referentes ao período de: Outubro de 2021 à Setembro de 2022 - sendo analisado o total de 30 comentários, de maneira manual.

Foi identificado os Estados de origem dos usuários que compartilharam suas experiências, sendo os estados de: São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Espírito Santo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, e também, com visitantes não identificados.

GRÁFICO 3- Parque Buraco do Padre



Fonte: Elaborada pela autora (2022).

É interessante destacar que os estados com maior número de visitante foram: São Paulo, Não identificados e Paraná. Com relação à identificação dos visitantes e turistas do Paraná, foram da cidade de Ponta Grossa, Curitiba, Querência, e Cantâgalo. Sendo os moradores de Curitiba responsável pela maior parte dos visitantes do Paraná.

QUADRO 3- Análise da Reputação Online do Parque Buraco do Padre:

Pontos de Análise	Positivo	Negativo
Localização	00	00
Atendimento	07	00

Preço	01	00
Entorno	02	01
Manutenção	15	00
Acessibilidade (Pessoas com deficiência)	08	00
Estacionamento	00	00
Limpeza	05	00
Acesso (Meios de chegar)	01	00
Segurança	04	00
Sinalização Interna	04	00
Outros clientes	00	01
Horário de Funcionamento	00	01
Sinalização Externa	00	00

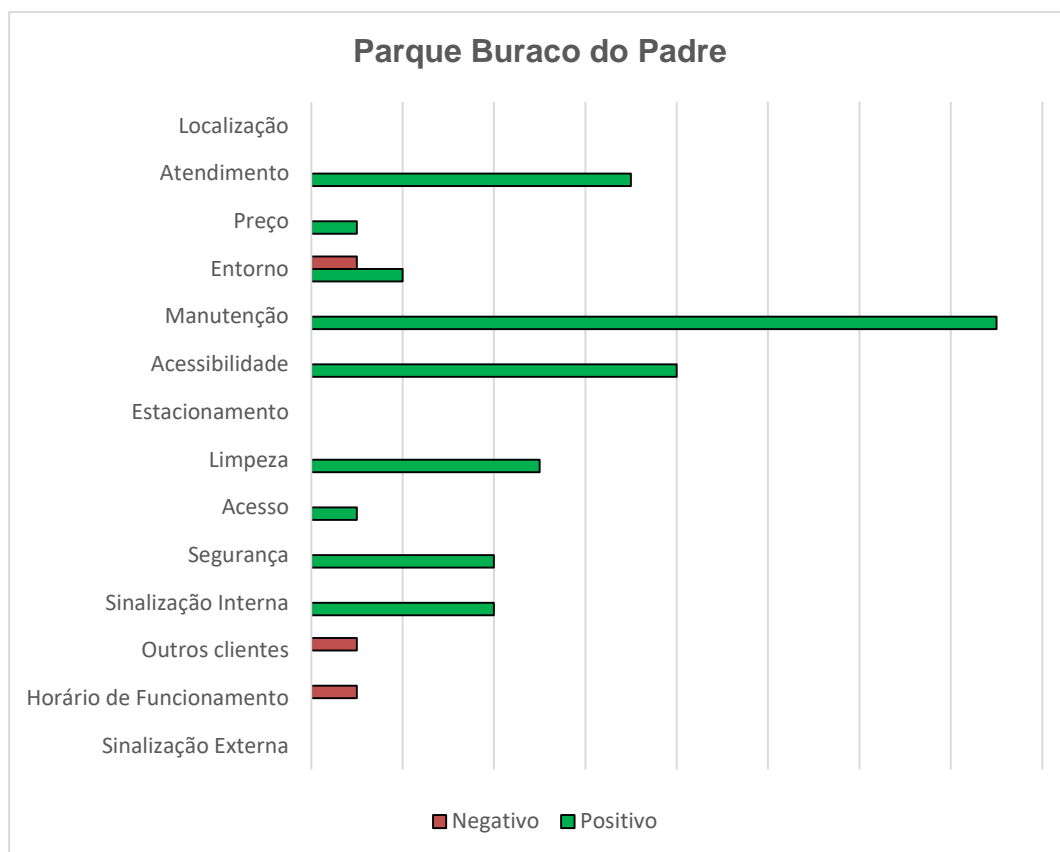
Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Quanto aos comentários analisados sobre o Parque Buraco do Padre foram ressaltando a beleza da paisagem do atrativo e sobre as experiências no local. Os principais pontos positivos destacados foram: Atendimento, Manutenção e Acessibilidade.

Por outro lado, os principais pontos negativos descritos foram: O Atendimento mencionado 7 vezes, sendo elogiado pelos visitantes pela qualidade do atendimento, assim como, pela educação e a capacitação dos profissionais, sem nenhum comentário contrário.

Quanto aos pontos negativos, foram: Entorno, Outros Clientes, e Horário de Funcionamento. Dessa forma, vale destacar que é considerável baixo os pontos negativos, levando em consideração de que se trata apenas 2 experiências, dentre 30 experiências analisadas, ou seja, 28 foram positivas.

GRÁFICO 4 - Parque Buraco do Padre:



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

A Manutenção, foi o principal ponto de análise mencionado, sendo 15 vezes destacada, referente à infraestrutura do Parque Buraco do Padre. Os visitantes descreveram que o Parque é equipado e organizado, e o quanto seus equipamentos são bons, limpos, e acessíveis para uma verdadeira experiência de qualidade, atendendo toda necessidade do cliente.

A Acessibilidade foi apontada 8 vezes como positiva, e é descrita como favorável para que todos os clientes possam desfrutar da visita, sendo, um dos diferenciais diante a percepção do turista.

A limpeza do local foi mencionada 5 vezes, sendo valorizada em todos os aspectos, e sem nenhum comentário negativo. O Parque Buraco do Padre foi descrito como seguro, tendo trilhas muito seguras, sendo mencionado em 4 vezes, e de nenhuma forma negativa. Assim como, a Sinalização Interna também mencionada com 4 vezes de forma positiva e nenhuma contrária.

Enquanto o Preço e Acesso (Meios de Chegar) foram mencionados 1 vez de maneira positiva, e ambos não foram mencionados de nenhuma forma negativa.

Quanto aos pontos negativos: Entorno, Outros Clientes, e Horário de Funcionamento. Vale ressaltar que, conforme mencionado, tais pontos negativos são

considerados baixo, levando em consideração que se trata de apenas 2 experiências, dentre as 30 experiências analisadas.

O Parque Buraco do Padre é prestigiado, sendo o atrativo turístico mais bem avaliado entre os atrativos analisados, e com poucas experiências contrária. Assim sendo, o Parque Buraco do Padre tem uma boa reputação online.

4.4 CANYON E CACHOEIRA DO SÃO JORGE

O Canyon e Cachoeira do Rio São Jorge, é uma unidade de conservação particular, localizado a 15 km da cidade de Ponta Grossa, com “diversas quedas d’água que se deslizam pelas rochas formando-se cachoeiras, e em um determinado ponto localiza-se a cachoeira principal com cerca de 30m de altura” (CANYON CACHOEIRA DO RIO SÃO JORGE, 2022).

Conforme o site Cachoeira Rio São Jorge (2022) o Canyon e Cachoeira do São Jorge possui infraestrutura para os seus visitantes, contando com: área de camping, mesas, churrasqueiras, sanitários femininos e masculinos, ambos são com chuveiros quentes, e acesso à tomadas. Assim como, um restaurante com comidas típicas, com buffet livre e café colonial. No local, ainda é possível realizar caminhadas em trilhas ecológicas, assim como, rapel com empresas especializadas na atividade, e a principal atração: o banho na cachoeira.

FIGURA 6- Canyon e Cachoeira do Rio São Jorge

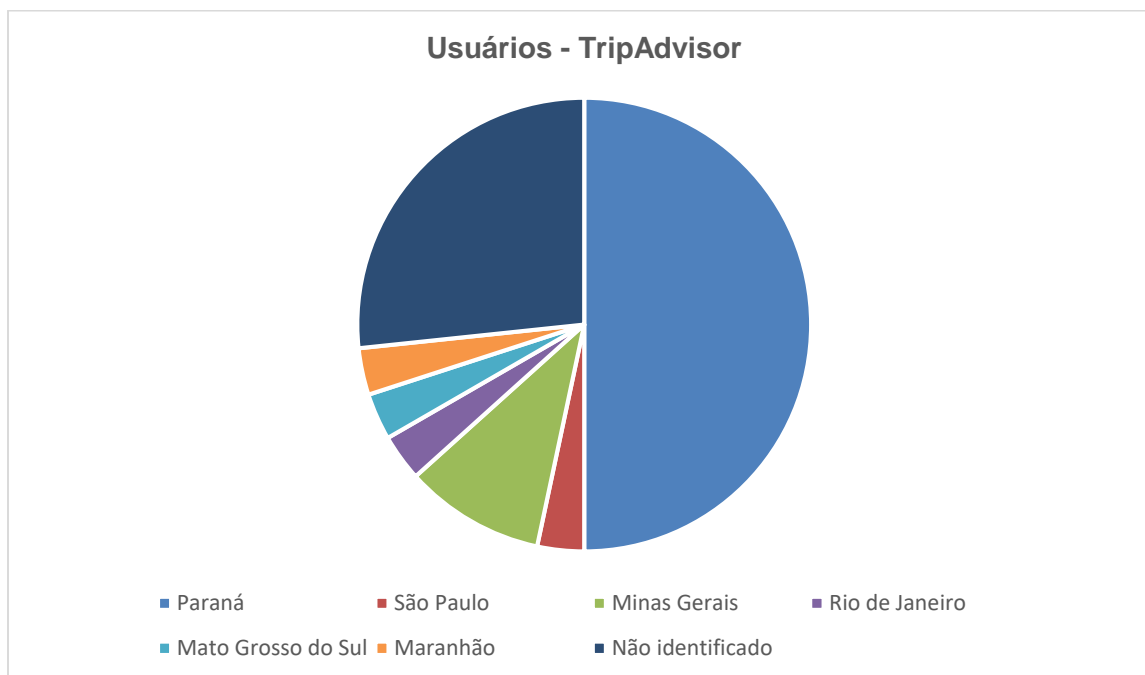


Fonte: Prefeitura de Ponta Grossa

O Canyon e Cachoeira do Rio São Jorge está presente nas redes sociais, no Google, no Instagram, têm site próprio, assim como no TripAdvisor.

Ao que se refere a presente pesquisa, foram analisados 30 comentários sobre o atrativo natural, sendo o período de referência: Outubro de 2018 à Setembro de 2022 - foram identificados os Estados de origem dos visitantes, sendo identificados os estados de: São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul, Maranhão, Paraná e outros usuários que não se identificaram na plataforma.

GRÁFICO 5- Visitantes do Canyon e Cachoeira do Rio São Jorge.



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Vale ressaltar que o estado com maior número de visitantes no atrativo natural foi o estado do Paraná, sendo que em primeiro lugar a maioria dos visitantes foram da cidade de Ponta Grossa, em segundo lugar Não identificados. Mas também da cidade de Curitiba, Querência, Castro e Coronel Vívido.

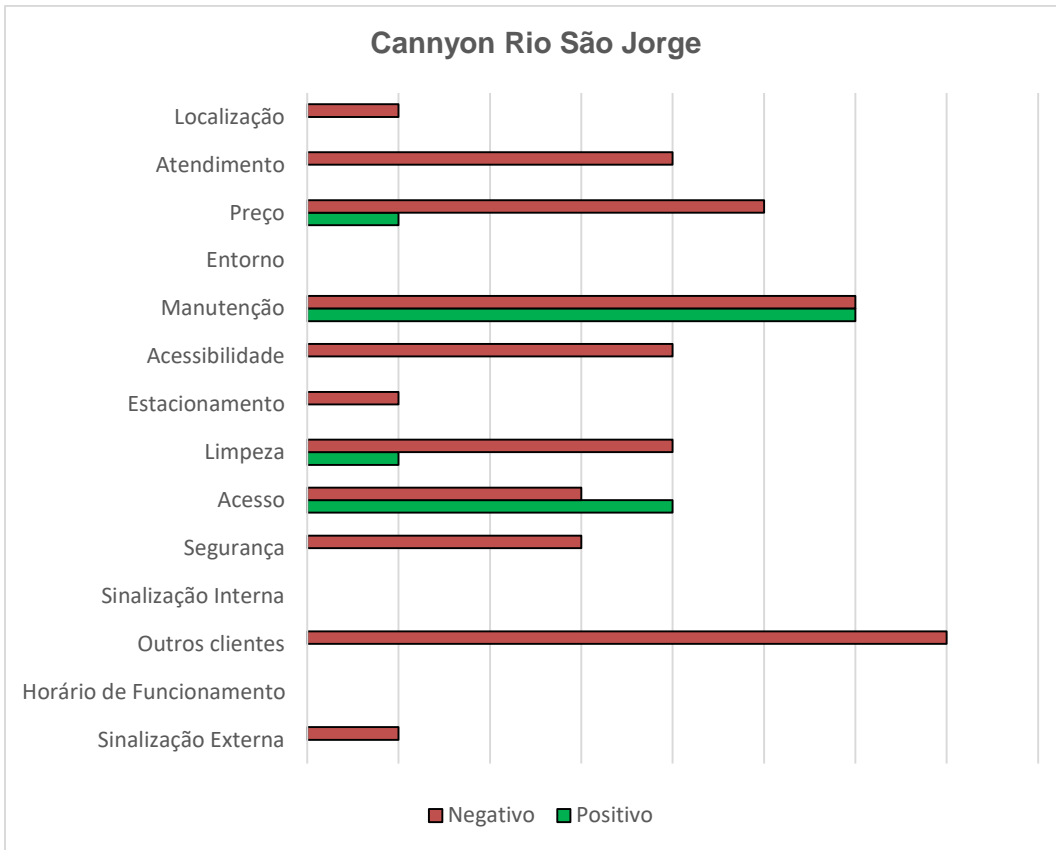
Conforme a metodologia desta pesquisa, o critério padrão utilizado para a seleção das páginas de análise, consiste em analisar as três últimas páginas, sendo assim, percebe-se que entre os três atrativos turísticos utilizados como objeto de análise de pesquisa, o Canyon e Cachoeira Rio São Jorge foi o menos avaliado, uma vez que, os períodos de comentários são mais distantes do que os outros.

Pontos de Análise	Positivo	Negativo
Localização	00	01
Atendimento	00	04
Preço	01	05
Entorno	00	00
Manutenção	06	06
Acessibilidade (Pessoas com deficiência)	00	04
Estacionamento	00	01
Limpeza	01	04
Acesso (Meios de chegar)	04	03
Segurança	00	03
Sinalização Interna	00	00
Outros clientes	00	07
Horário de Funcionamento	00	00
Sinalização Externa	00	01

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

A grande parte dos comentários analisados descreviam a beleza exuberante, desta forma, os comentários que descreviam apenas suas experiências pessoais, evidenciando a “Tranquilidade” que o local proporciona, sendo descrito como: “Lindo”, “Maravilhoso”, “Beleza Excepcional”, porém, sem apontar comentários positivos ou negativos sobre a infraestrutura do espaço. Com relação aos principais pontos positivos analisados são: Manutenção e Acesso.

A Manutenção teve 06 pontos de análise positivo, e também 06 negativo. Por um lado, há pessoas que, destacam que a infraestrutura do local é boa, e que os equipamentos são bons, outras destacam como ruim, desorganizado, mal cuidado. Quanto aos principais negativos: Atendimento, Manutenção e Outros Clientes.



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Os usuários destacaram que o atendimento deixa à desejar, que falta informação e capacitação para os funcionários. A Manutenção é citada muitas vezes, e Outro Clientes, que no caso, as reclamações vão desde: a grande quantidade de visitantes, à visitantes utilizando motos de trilha no mesmo espaço onde há crianças e idosos. É possível perceber que os pontos negativos sobressaíram aos positivos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, a reputação online é uma grande realidade para o cenário do mercado turístico, sendo utilizada como uma potencial fonte de informações colaborativa para os gestores do Turismo. É importante destacar que, as mídias sociais estão se tornando cada vez mais essenciais para que as empresas estejam presentes e utilizando as mídias sociais. Assim, os gestores têm acesso ao perfil de seus consumidores, garantem a qualidade do que está sendo ofertado, e mantêm uma boa reputação online.

Este estudo concentrou o objetivo principal em compreender a reputação online dos atrativos naturais mais avaliados no TripAdvisor da cidade de Ponta Grossa: o Parque Vila Velha, Parque Buraco do Padre e Canyon e Cachoeira Rio São Jorge. Sendo possível atingir o objetivo principal e os específicos específicos, ao compreender a reputação online, os principais pontos positivos e negativos de cada atrativo turístico.

Diante do proposto, os dados levantados pela pesquisa de análise de reputação online são relevantes, pois favorecem com as informações sobre as opiniões de turistas que visitam os atrativos turísticos.

Assim sendo, os responsáveis pelos atrativos podem utilizar os dados para conhecimento geral, para contribuição do marketing turístico da empresa, e para o desenvolvimento de novas estratégias dentro das mídias sociais, para melhorar e solucionar o que está sendo evidenciado como negativo, e assim, sendo possível garantir tanto a satisfação dos turistas, quanto para o desenvolvimento do mercado do Turismo.

Diante a isso, conclui-se que a reputação online do Parque Vila Velha é positiva, ainda que, tenha elementos a serem melhorados, conforme as opiniões dos turistas no TripAdvisor. O Parque Buraco do Padre foi o atrativo turístico com maior reputação online positiva, com apenas 2 comentários contrários (entre 30 comentários). Enquanto o Canyon e Cachoeira Rio São Jorge foi o atrativo com maior reputação online negativa. Foi identificado que, a maioria das variáveis das análises foram apontadas como negativa.

Portanto, os objetivos propostos nesse presente estudo foram concluídos, e como sugestão para próximos estudos, mostra-se pertinente a realização de uma

pesquisa sobre a reputação online dos mesmos atrativos turísticos com outras mídias sociais, como por exemplo: Google, Instagram, Facebook, entre outros... para realizar uma combinação os dados, e ter mais estudos mais completos sobre a reputação online na literatura do Turismo.

REFERÊNCIAS

AKEL, G. M.; MARTINS, T. S. **O uso da reputação online no processo de escolha do consumidor de restaurantes em Curitiba.** 2015. 29 f. Monografia (Especialização) - Curso de Marketing, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

AGÊNCIA IBGE. **Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021.** Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acesso em: 05 set 2022.

BIZINELLI, C.; MANOSSO, F.C.; GÂNDARA, J. M. G.; VALDUGA, V. Experiência de Turismo Cervejeiro em Curitiba, PR. **Revista dos Ventos**, Curitiba, v.6, n. 4, p. 835-860, out. 2013.

BIZINELLI, Camila. **Distribuição espacial dos estabelecimentos de alimentação no destino turístico Curitiba.** Dissertação. Programa de Pós Graduação em Geografia. Setor de Ciências da Terra da Universidade Federaldo Paraná. Curitiba, 2015.

BURACO DO PADRE. **Desenvolvido por Rafael Pereira.** Disponível em: <https://buracodopadre.com.br/>. Acesso em 06 set. 2022

BURACO DO PADRE. **Mapa do Buraco do Padre.** Disponível em: <https://buracodopadre.com.br/> Acesso em 17 nov. 2022

CACHOEIRA DO RIO SÃO JORGE. **Desenvolvido por- OrangeSys-2022.** Disponível em: <https://cachoeiradoriosaojorge.com.br>. Acesso em: 03 set. 2022

CAMPOS, J. B.; DALCOMUNE, M. A. O Parque Estadual da Vila Velha. In: CARPANEZZI, O. T.; CAMPOS, J. B. **Coletânea de pesquisas: Parque Estaduais de Vila Velha, Cerrado e Guartelá.** Curitiba: Instituto Ambiental do Paraná, p. 15 – 22, 2011.

CUNHA, Y. L. O.; AURIANI, M. O poder do consumidor e o impacto na gestão de marcas de rede social TripAdvisor, The consumer's power and... **Revista & Desenvolvimento** – São Paulo, n. 23, p. 127-136, 2015.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Impactos da pandemia no setor de turismo.** Campo Grande News, Campo Grande, p.1-1, 06 de jul. 2020. Disponível em: Impactos da pandemia no setor de turismo – Jornal da USP. Acesso em:06 set. 2022.

DIÁRIOS DOS CAMPOS. **Buraco do Padre melhora infraestrutura para receber visitantes.** 2017. Disponível em: <https://dcmais.com.br/geral/buraco-do-padre-melhora-infraestrutura-para-receber-visitantes/>. Acesso em: 17 de nov. 2022.

FARIAS, F. F.; FREIRE, O. B. L. O papel das recomendações online e sua influência nas estratégias de marketing e performance das empresas na área de turismo: Uma revisão sistemática da literatura. **Anais do VI SINGEP** – São Paulo – SP – Brasil – 13

e 14/11/2017.

FEGER, J. E.; SOUZA, S. V. JR.; GÂNDARA, J. M. G. Análise da reputação online do destino turístico Lapa (Paraná): uma aplicação do método TOURQUAL para análise da qualidade em serviços¹. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, Penodo, v. 6, n. 4, p. 138-156, 2016.

GONÇALVES, M. B.; MAZARO, R. M. AS MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA NO MARKETING TURÍSTICO. **X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. 9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade Caxias do Sul.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa – 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIZI, A. A.; BIZINELLI, C. GÂNDARA, J. M. G. Espaços comerciais de hospitalidade em centros urbanos: análise da reputação online de restaurantes de Curitiba em TripAdvisor. **Ágora**, 21(1), 13-24.

IBGE: Ponta Grossa. **Panorama**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/pontagrossa/panorama>. Acesso em: 30 de out. 2022

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), **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba v. 6, n. 4, p. 835-860, out. 2013.

MELLO, M. S.; LOPES, M. C.; BOSKA, M. A. Furna do Buraco do Padre, Formação Furnas, PR – Feições de erosão subterrânea em arenitos devonianos da Bacia do Paraná. **Sítios Geológicos e Paleontológicos do Brasil**. 2005. Disponível em: <http://www.unb.br/ig/sigep/sitio110/sitio110.pdf>. Acesso em: 06 set. 2022

MOTTA, L. S. **O CONVENTION & VISITORS BUREAU NO MUNICÍPIO DE PONTA GROSSA**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2012.

NASCIMENTO, E.; MATIAS, L. F. EXPANSÃO URBANA E DESIGUALDADE SOCIOESPACIAL: UMA ANÁLISE DA CIDADE DE PONTA GROSSA. **RA É GA** 23 (2011), p.65-97, Curitiba, Departamento de Geografia, UFPR. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/raega/article/view/24833/16634>. Acesso em: 02 nov. 2022

NASSIF, J. M. **As Experiências Turísticas na Adega de Porto Brazos – Ponta Grossa – PR**. Um estudo de caso. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2015.

PARQUE VILA VELHA. **Parque Vila Velha – Todos os direitos reservado – 2020**. Disponível em: <https://parquevilavelha.com.br/>. Acesso em: 30 ago. 2022

PARQUE VILA VELHA. **Mapa**. Disponível em: <https://parquevilavelha.com.br/mapa/> Acesso em: 12 de nov. 2022

PONTA GROSSA TURÍSTICA. **Parque Vila Velha**. @2019 por Setur. Disponível em: <https://www.pontagrossaturistica.com/parque-vila-velha>. Acesso em: 30 ago. 2022

PONTA GROSSA TURÍSTICA. 2019. **Buraco do Padre**. Disponível em: <https://www.pontagrossaturistica.com/buraco-do-padre>. Acesso em: 06 out. 2022

PREFEITURA DE PONTA GROSSA. **Canyon e Cachoeira Rio São Jorge**. Disponível em: <https://www.pontagrossa.pr.gov.br/canyon-e-cachoeira-do-rio-sao-jorge>. Acesso em: 03 set. 2022.

PREFEITURA DE PONTA GROSSA. **A cidade**. Disponível em: <https://www.pontagrossa.pr.gov.br/acidade>. Acesso em 14 nov. 2022.

QUIROGA, R. M.; MONDO, T. S.; CASTRO JR, D. F. L. Reputação online como instrumento de melhoria de serviços: um estudo na Hotelaria de Garopaba e Imbituba - Santa Catarina. **Revista de Turismo Contemporâneo - RTC**, Natal, v. 2, n. 1, p. 95-112, jan./jun. 2014.

RAFAEL, C.; ALMEIDA, A. Impacto da informação online na formação da imagem de destino virtual. **Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal no. 23** – 2014.

REGES, *et al.* Avaliação da qualidade de serviço através da reputação online em hotéis de Campina Grande utilizando o modelo Tourqual. **Cenário – Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, Brasília, V9(2), Mai/ago. 2021

SARTORI, R. V.; REIS, D. R. Gerenciamento da Reputação Digital como ferramenta de apoio a gestão da inovação. In: XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Maturidade e desafios na Engenharia de Produção: competitividade das empresas, condições de trabalhar, meio ambiente. São Carlos, **Anais...** São Paulo.

SOUL PARQUES. Soul Parques- **Todos os direitos reservados- 2020- Made by NQM Comunicação**. Disponível em: <https://soulparques.com.br/parque/parque-vila-velha/> Acesso em: 04 jun 2022.

TEIXEIRA, Josué. PREFEITURA DE PONTA GROSSA. **Marco do Turismo em Ponta Grossa, concessão da Vila Velha será formalizada nesta quarta-feira**. Publicado por imprensa em Quarta-feira - 19/02/2020 - 14:57. Disponível em: <https://www.pontagrossa.pr.gov.br/node/46032>. Acesso em: 04 ago 2022.

TRIPADVISOR. **Ágora [ISSN 1982-6737]**. Santa Cruz do Sul, v. 21, n. 1, p. 13-24, jan./jun. 2019. Disponível em: <http://online.unisc.br/seer/index.php/agora/index>. Acesso em: 23 set 2022.

TRIPADVISOR. **O que fazer: Ponta Grossa**. @2022 Tripadvisor LLC Todos os direitos reservados. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g1023654-Activities-Ponta_Grossa_State_of_Parana.html. Acesso em: 20 set. 2022

TRIPADVISOR. **Buraco do Padre. Ponta Grossa: fotos**. @2022 Tripadvisor LLC Todos os direitos reservados. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g1023654-d6379341->

i378243922-Buraco_Do_Padre-Ponta_Grossa_State_of_Parana.html. Acesso em:
06 set. 20

