

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO
BACHARELADO EM TURISMO

EMILLY TAVARES DE OLIVEIRA

**TURISMO E TECNOLOGIAS DIGITAIS: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DOS
BLOGS NA DIVULGAÇÃO DO AMAZONAS COMO DESTINO TURÍSTICO**

MANAUS
2019

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E TURISMO
BACHARELADO EM TURISMO

EMILLY TAVARES DE OLIVEIRA

**TURISMO E TECNOLOGIAS DIGITAIS: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DOS
BLOGS NA DIVULGAÇÃO DO AMAZONAS COMO DESTINO TURÍSTICO**

Trabalho apresentado ao Curso de Turismo, da Universidade do Estado do Amazonas, como requisito para obtenção do título de bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^a. Dra. Selma Paula Maciel Batista

MANAUS
2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ficha Catalográfica

OLIVEIRA, Emilly Tavares de

Turismo e tecnologias digitais: uma análise da importância dos blogs na divulgação do Amazonas como destino turístico / Emilly Tavares de Oliveira. 2019
56 f.

Orientadora: Selma Paula Maciel Batista.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado) Universidade do Estado do Amazonas.

1. Turismo e Segmentação. 2. A Amazônia e o Destino Amazonas. 3. Internet, para conexão de lugares turísticos. 4. Metodologia aplicada na pesquisa. 5. Lugares e Roteiros no Amazonas: sob o olhar dos blogueiros. I. Batista, Paula Maciel Batista, orient. II. Universidade do Estado do Amazonas. III. Turismo e tecnologias digitais: uma análise da importância dos blogs na divulgação do Amazonas como destino turístico.

EMILLY TAVARES DE OLIVEIRA

**TURISMO E TECNOLOGIAS DIGITAIS: UMA ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DOS
BLOGS NA DIVULGAÇÃO DO AMAZONAS COMO DESTINO TURÍSTICO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Grau de Bacharel em Turismo da Escola Superior de Artes e Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) e aprovado, em sua forma final, pela Comissão Examinadora.

Aprovado em:

Nota Final:

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Selma Paula Maciel Batista
Universidade do Estado do Amazonas - UEA

Prof^a. Ma. Karla Cristina Ribeiro Maia
Universidade do Estado do Amazonas - UEA

Esp. Steffanie Schmidt
Assessora de Comunicação e Marketing
**Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Eventos
Manauscult**

Dedico este trabalho primeiramente a Deus e à minha mamãe e amiga querida e incrível Élide L. T. de Oliveira, por todo seu apoio e dedicação.

AGRADECIMENTOS

À minha querida mãe e amiga, pela dedicação, todo apoio, amor e me ensinar a nunca desistir dos meus sonhos.

À professora, orientadora e amiga Selma Paula Maciel Batista, pelo apoio, confiança e incentivo à minha vida acadêmica.

Aos meus amigos Adriel Marcos, Andrew Kelvin, Jonathan Farias, Thiago Souza, Wyndeemberg Alves e Déborah da Silva, por todo o apoio e por sempre estarem ao meu lado em todos os momentos.

À todos os familiares e professores, por todo o apoio e troca de conhecimento.

Coisas a gente joga fora, perde e esquece.
Experiências a gente vive e guarda na memória
para nunca mais esquecer!

Emilly Oliveira

RESUMO

O mundo digital está cada vez mais presente na vida da nossa sociedade, com isso passa a influenciar cada vez mais nas decisões do dia a dia e outras como uma viagem. Hoje, o que mais é divulgado nas mídias sociais é a experiência. O Turismo está cada vez mais presente nas redes sociais como o *Instagram* e *Facebook*, e são as favoritas na decisão de um destino turístico. Porém, são os blogs, uma antiga ferramenta de comunicação virtual, que continua sendo muito utilizada para o compartilhamento de experiências relacionadas ao Turismo. Escrito por pessoas que realizam viagens e compartilham em forma de textos e fotos conteúdo sobre determinado destino turístico; e, com o avanço das mídias digitais, muitos blogueiros têm hoje como profissão esta atividade. Neste contexto, o presente estudo tem como objetivo geral identificar os lugares e roteiros divulgados pelos blogs para visitação turística no Amazonas. Entre os objetivos específicos: i) relacionar os blogs associados à Associação Brasileira de Blogs de Viagem – ABBV e Rede Brasileira de Blogs de Viagem – RBBV que divulgaram o destino Amazonas; ii) quantificar os municípios divulgados; e iii) analisar em escala temporal a quantidade de postagens sobre o Amazonas. A literatura de *blogs* que embasou a pesquisa se fundamentou em Schittini (2002); Barbosa e Granado (2004); e Bausch; Haughey; Hourihan, (2002). Vignati (2008) com a definição de turismo e Ignarra (2003) apresentando conceito de segmento turístico. Adotou-se como metodologia o levantamento de dados, com análise descritiva e quantitativa. Com esse estudo, busca-se dar ênfase ao turismo e associar sua promoção às tecnologias digitais, visto o impacto que causam nos dias atuais, em geral para todos os segmentos e perfis de usuários. Para alcançar a finalidade deste trabalho foi feita a pesquisa em sessenta e quatro *blogs* de viagens que divulgaram o Amazonas como destino turístico nos últimos 10 anos. Com isso, o resultado da pesquisa aponta que os *blogs* associados a essas plataformas, através das informações e relatos apresentados, contribuíram para se identificar lugares e roteiros turísticos do Amazonas, mas, sobretudo, a necessidade de inclusão destes meios de comunicação no planejamento estratégico da Superestrutura Turística.

Palavras-Chave: Amazonas; *Blogs*; Redes Sociais; Turismo.

ABSTRACT

The digital world is increasingly present in the life of our society, for this reason, this influences more and more the decisions of our day-to-day and others as a trip. Today the most publicized thing on social media is the experience. The tourism is more present in social networks like Instagram and Facebook, which are favorites in the decisions of the tourist destination. But, the Blogs, and old virtual communication tool, that are frequently used for sharing experiences related to Tourism. Written by people who travel and share content about a particular tourist destination in the form of texts and photos; and with the improvement of digital media, many bloggers are engaged in this activity. In this context, this research has as general objective to identify the places and itineraries publicized by the blogs for tourist visitation in Amazonas. And the specific objectives are: i) relate the blogs associated with the Associação Brasileira de Blogs de Viagem - ABBV and Rede Brasileira de Blogs de Viagem - RBBV that publicized the destination Amazonas; ii) quantify the cities publicized; and iii) analyze on a temporal scale the number of posts about Amazonas. The blog literature that underlies the research is based on Schittini (2002); Barbosa and Granado (2004); and Bausch, Haughey, Hourihan (2002); Vignati (2008) with the definition of tourism and Ignarra (2003) presenting the concept of tourism segment. It was adopted as a methodology the data collection with descriptive and quantitative analysis. With this study, we seek to emphasize tourism and to associate its promotion with digital technologies, given the impact they cause in the present day for all segments and user profiles. To achieve the purpose of this study, a survey was made on sixty-four travel blogs which have promoted the Amazonas as a tourist destination in the last 10 years. Therefore, the research results indicate that the blogs whose are associated with this platforms, trough information and reports presented, contributed to the identification of places and tourist itineraries of Amazonas, but, mainly, to need to include these means of communication in the strategic planning of the Tourism Superstructure.

Palavras-Chave: Amazonas; *Blogs*; Social Media; Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Amazônia Legal

Figura 2 - Pan Amazônia

Figura 3 - Mapa do Turismo Brasileiro edição 2017-2019

Figura 4 - Polos Turísticos do Amazonas edição 2017-2019

Figura 5 - Global Digital Report 2018

Figura 6 - Global Digital Report 2018

Figura 7 - *Printscreen* da página pessoal de Justin Hall

Figura 8 - Quantidade de blogs, por ano, em que o Amazonas foi divulgado

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Variáveis a serem consideradas na segmentação

Quadro 2 - Segmentação de mercados

Quadro 3 - Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Quantidade de blogs que divulgaram os lugares

Tabela 2 - Quantidade de blogs que divulgaram outros lugares

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

ABBV – Associação Brasileira de Blogs de Viagem

MTUR - Ministério do Turismo Brasileiro

RBBV – Rede Brasileira de Blogs de Viagem

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. TURISMO E SEGMENTAÇÃO	15
2 A AMAZÔNIA E O DESTINO AMAZONAS.....	20
2.1 POLOS TURÍSTICOS DO AMAZONAS.....	22
3 INTERNET, PARA CONEXÃO DE LUGARES TURÍSTICOS EM REDE	27
3.1 MÍDIAS SOCIAIS E BLOG.....	30
4 - METODOLOGIA APLICADA NA PESQUISA	34
5. LUGARES E ROTEIROS NO AMAZONAS: SOB O OLHAR DOS BLOGUEIROS	36
CONSIDERAÇÕES	42
REFERÊNCIAS	43
APÊNDICE	46

INTRODUÇÃO

Hoje, com o “boom” das redes sociais e o constante compartilhamento de experiências, os blogueiros, denominados como “influenciadores digitais” têm tornado essa prática uma profissão. Embora o Estado do Amazonas seja cada vez mais divulgado nas redes sociais e blogs, são praticamente inexistentes os dados sistematizados sobre o tema.

Com este escopo, a pesquisa teve como objeto de estudo o Turismo e as novas tecnologias digitais, no qual buscou-se por meio da investigação nos últimos 10 anos, dos blogs associados Associação Brasileira de *Blogs* de Viagem – ABBV e Rede Brasileira de *Blogs* de Viagem – RBBV, identificar os lugares e roteiros de visitação turística no Amazonas. Como objetivos específicos, i) relacionou-se os blogs associados à ABBV e RBBV que divulgaram o destino Amazonas; ii) quantificou-se os municípios divulgados; e iii) analisou-se em escala temporal a quantidade de postagens sobre o Amazonas.

O conceito de *Blogs*, utilizados nesta pesquisa se fundamentou em Schittini (2002), Barbosa; Granado (2004) e Bausch; Haughey; Hourihan, (2002). O conceito de turismo, se definiu com a contribuição de VIGNATI (2008); e segmento turístico com IGNARRA (2003).

A metodologia da pesquisa quanto aos meios, se caracteriza como bibliográfica feita com base no levantamento em plataforma digital. Quanto aos fins, se classifica como quantitativa e qualitativa. É exploratória e descritiva, de procedimento estrutural, ao relacionar os lugares e roteiros divulgados ao contexto do Mapa do Turismo no Amazonas do Programa de Regionalização do Turismo - MTur.

Com a análise dos dados coletados, a pesquisa apresenta como resultado a relação de blogs associados à Associação Brasileira de *Blogs* de Viagem – ABBV e Rede Brasileira de *Blogs* de Viagem – RBBV que abordaram como tema o Amazonas e as características das informações sobre os lugares e roteiros

divulgados, nos últimos 10 anos. Deste modo, como foi o propósito deste estudo, se destaca a importância destas mídias, como ferramenta para levantamento de indicadores de satisfação e, também para a identificação de lugares e roteiros mais comentados no Amazonas.

A estrutura do texto se divide em cinco capítulos. No primeiro aborda-se sobre o turismo e as variáveis que direcionam a segmentação do mercado. No segundo, apresenta-se, no contexto da Amazônia, o destino Amazonas, com descrição dos Polos Turísticos. No terceiro capítulo, ao adentrar no universo do tema, apresenta-se o conceito de rede, mídias sociais e blogs. No quarto capítulo, descreve-se a metodologia aplicada na pesquisa; e, no quinto, os resultados alcançados, descrevendo os lugares e roteiros no Amazonas, sob o olhar dos blogueiros.

Ao final, com os dados obtidos na pesquisa, se identifica a necessidade de inserir os *blogs* e mídias digitais no planejamento estratégico da Superestrutura Turística, como alternativa viável e barata para a promoção de novos lugares e roteiros turísticos, visando ampliar a promoção dos Polos Turísticos do Amazonas.

1. TURISMO E SEGMENTAÇÃO

Nos dias atuais, com tanta tecnologia ao alcance de tudo e de todos, o turismo também entra no rol de competidores das grandes áreas do mercado empreendedor. Com isso a cada dia criam-se e renovam-se mais espaços turísticos no mundo, sejam eles público ou privado. Pelo melhor, mais atrativo e mais acessível lugar a se visitar. Nesse sentido, o turismo se projeta com a postagem pessoal dos usuários de serviços e produtos turísticos, que divulgam em suas mídias sociais suas viagens, tornando-se potenciais aliados para promover um destino turístico, como é o exemplo dos blogs de viagens, que fazem todo um trabalho de divulgação dos mais diversos espaços turísticos mundo a fora.

Mas, o que é o Turismo? Com a finalidade de alcançar uma definição que melhor traduza o que realmente essa atividade vem fornecer aos amantes pelas viagens, diversos autores dão a definição para o termo turismo, porém existem várias, e por vezes até divergentes.

De acordo com VIGNATI (2008, p. 9), “turismo é o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e em suas permanências em lugares distintos aos de sua residência, por um período de tempo consecutivo, inferior a um ano e superior a um dia”.

Além disso, o turismo hoje não se define somente pelo espaço geográfico, o fazer turismo na perspectiva do visitante, pode ser resultado de diversas motivações de ordem cultural, lazer, aventureiro e principalmente o contato com natureza. Segundo Moesch (2000, p. 134-135) o Turismo é:

um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) sujeito(s), em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades, portanto, explicitadores de uma nova estética diante da busca do prazer.

Na melhor percepção possível, o turismo está diretamente relacionado com serviços tangíveis e não tangíveis, e ainda com produtos naturais e artificiais existentes ou criados na paisagem.

Deve-se levar em consideração que o turismo, continua em evidência no cenário econômico nacional como mostra Coriolano (2012, p.121) sobre o turismo no Brasil que "cresce e se consolida como atividade geradora de riqueza, tornando-se importante produto de exportação. No nordeste brasileiro, em especial no Ceará [...], o turismo ocupa o quarto lugar [...]". De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo de 2019, a chegada de turistas internacionais pelo estado do Ceará teve um crescimento do ano de 2017 para 2018. Em 2017 eram um total 74.497, que em 2018 o total é de 107.420 turistas.

Com essa crescente evolução do turismo, há a necessidade de segmentar o mercado turístico. KOTLER apud IGNARRA (2003, p. 116) define a segmentação de mercado como,

o ato de identificar e agrupar grupos distintos de compradores que podem exigir produtos e/ou compostos de marketing separados". Para Gil Nuno Vaz, também citado por IGNARRA (2003, p.116), a segmentação de mercado é "a divisão do público em agrupamentos homogêneos, com uma ou mais referências mercadologicamente importantes.

De acordo com IGNARRA (2003, p. 116), "os mercados são compostos por compradores diferentes entre si em um ou mais aspectos." Essas diferenças podem ser em termos de desejos, localização geográfica, poder de compra, atitudes, etc.

Para o Ministério do Turismo (BRASIL, 2006), a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo com o objetivo de planejamento, gestão e mercado. Esses segmentos são estabelecidos a partir da oferta e características variáveis da demanda.

De acordo com Ignarra (2003), essas variáveis de segmentação têm suas divisões:

Questões a Serem Consideradas

Tipos de Variáveis a Serem Consideradas

Por quê?	Psicográficas
Quanto?	Socioeconômicas
Quem?	Demográficas e socioculturais
Como?	Comportamentais
Onde?	Geográficas
Quando?	Comportamentais

Quadro 1 - Variáveis a serem consideradas na segmentação

Fonte: Ignarra (2003)

Quanto às variáveis geográficas, IGNARRA (2003) define que o mercado pode ser classificado como:

- Do **ponto de vista da demanda** (local, nacional, áreas urbanas ou rurais, regiões de climas quente e frio); do ponto de vista da oferta (de praias, rural, urbano, de montanha, de verão, etc) e quanto ao ciclo de vida do destino turístico (emergentes, desenvolvidos, consolidados, estagnados ou em declínio).
- Das **variáveis demográficas**: idade (turismo infantil, juvenil, terceira idade); sexo (masculino, feminino); tamanho de família (turismo individual, de casais e de grupos familiares); renda (familiar e individual); raça (branca, negra ou amarela) e dentre outros.
- Das variáveis **comportamentais**: ocasiões (periódicas ou esporádicas); benefícios (qualidade ou economia); grau de lealdade (nenhum, fraco, médio, grande, complexo); variedade de destinação escolhida (sempre a mesma, diferenciada em cada viagem).

Com esses critérios, é possível identificar as segmentações de mercados expostas por Ignarra (2003) no quadro a seguir:

Critério de Segmentação	Segmentos
Nível de Renda	Turismo popular Turismo de classe média Turismo de luxo
Meio de Transporte	Turismo aéreo Turismo rodoviário

	Turismo ferroviário Turismo marítimo Turismo fluvial/ lacustre
Duração de Permanência	Turismo de curta duração Turismo de média duração Turismo de longa duração
Distância do Mercado Consumidor	Turismo local Turismo regional Turismo nacional Turismo continental Turismo intercontinental
Tipo de Grupo	Turismo individual Turismo de casais Turismo de famílias Turismo de grupos
Sentido do Fluxo Turístico	Turismo emissivo Turismo receptivo
Condição Geográfica da Destinação Turística	Turismo de praia Turismo de montanha Turismo de campo Turismo de neve
Aspecto Cultural	Turismo étnico Turismo religioso Turismo histórico
Grau de Urbanização da Destinação Turística	Turismo de grandes metrópoles Turismo de pequenas cidades Turismo rural Turismo de áreas naturais
Motivação da viagem	Turismo de negócios Turismo de eventos Turismo de lazer Turismo de saúde Turismo educacional Turismo esportivo Turismo de pesca

Quadro 2 - Segmentação de mercados

Fonte: Ignarra (2003)

Com base na contribuição de Ignarra (2003), se identifica que a segmentação considera seis variáveis que vão desde o perfil psicológico do turista, passando pelo socioeconômico, demográfico e cultural, comportamental, chegando ao geográfico. Neste último, o usuário vai viver a experiência e consumir o produto turístico.

Poder analisar este conjunto de variáveis no contexto da promoção do turismo no Amazonas, a partir do perfil dos blogueiros e dos seus comentários sobre a viagem, contribui para direcionar uma estratégia de promoção para o destino. Contudo, nesta pesquisa, o principal objetivo foi identificar quem são os blogueiros

que divulgam o Amazonas, deste modo, viabilizando em outro momento a continuidade da pesquisa.

2 A AMAZÔNIA E O DESTINO AMAZONAS

De acordo com o site do Ministério do Turismo¹ "a Amazônia Legal ocupa 61% do território nacional, é toda a área do território brasileiro que abrange o bioma Amazônia, além de conter 20% do bioma Cerrado e parte do Pantanal".

Com a Lei 1.806, de 06 de janeiro de 1953, o estado do Maranhão, Goiás, Tocantins e Mato Grosso foram incorporados na Amazônia Brasileira. Com isso a Amazônia Brasileira passou a ser chamada de Amazônia Legal, resultado de um conceito político, não geográfico, instituída com objetivo de planejar o desenvolvimento social e econômico da Região Amazônica. Em território brasileiro compreende 60% da área distribuída entre nove estados. Na Amazônia Oriental (Figura 1), incluem-se os estados do Pará, Maranhão, Amapá, Tocantins, Mato Grosso. Na Amazônia Ocidental, Amazonas, Acre, Roraima, e Rondônia. Em território de fronteira (Figura 2), compreende 40% da área que se estende com base nos limites geográficos da bacia hidrográfica amazônica e da área de ocorrência da floresta amazônica na Pan Amazônia, se inserem a Bolívia, Peru, Equador, Colômbia, Venezuela, Republica da Guiana, Suriname, Guiana Francesa.

FIGURA 1 - AMAZÔNIA LEGAL



Fonte: Imazon (2019)

¹ Informação retirada do site: <http://amazonialegal.turismo.gov.br/> cujo acesso foi realizado em: 26 de junho de 2019.

FIGURA 2 - PAN AMAZÔNIA



Fonte: <https://www.lifeder.com/rios-region-amazonica/>

De acordo com o Ministério do Turismo, o estado do Amazonas, na região Norte, com área territorial de 1.559.161,682 quilômetros quadrados é banhado pela Bacia Hidrográfica Amazônica, que concentra aproximadamente 20% da água doce do planeta. A grande Floresta Amazônica, com suas características peculiares abriga inúmeras espécies de plantas, aves e insetos que até hoje não têm classificação.

Influenciado pelo clima equatorial, sua temperatura pode chegar a 40° no verão, mas as chuvas são abundantes na região, influenciando na decisão do turista em qual época visitar, se na época da cheia ou na época da seca.

De acordo com o Ministério do Turismo:

O Amazonas conta com vida cultural intensa e características muito especiais, que se expressam na alegria do povo e nas raízes do folclore regional, com destaque para a segunda cidade mais populosa do Amazonas: Parintins, que em junho realiza os festejos do Festival Folclórico em Parintins, um dos maiores eventos de cultura popular do Brasil, com duração de 3 dias, e atrai turistas do país inteiro. Mesmo com eventos ligados à tradição, a cultura amazonense vem se renovando e se adaptando aos tempos da globalização, sem, no entanto, perder sua essência e o dinamismo.

Por sua extensão territorial, muitos lugares potencialmente turísticos no Amazonas, ainda não conhecidos dado que valida a importância do planejamento estratégico para o melhor ordenamento territorial e oferta de serviços. O estado banhado pelos Rio Negro e Rio Solimões, formam o Rio Amazonas que percorre a partir de Manaus, alguns dos 62 municípios do estado.

E são os rios que definem os Polos Turísticos do Amazonas, a partir do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo.

2.1 POLOS TURÍSTICOS DO AMAZONAS

O Programa de Regionalização do Turismo (PRT) do Ministério do Turismo, foi lançado em abril de 2004 e reformulado em 2013, instituído na portaria MTur nº 105, de 16 de maio de 2013. De acordo com o órgão, trata-se de um programa que faz parte da estrutura do Ministério e que trabalha a interação de ações desempenhadas pelo MTur com estados e municípios brasileiros.

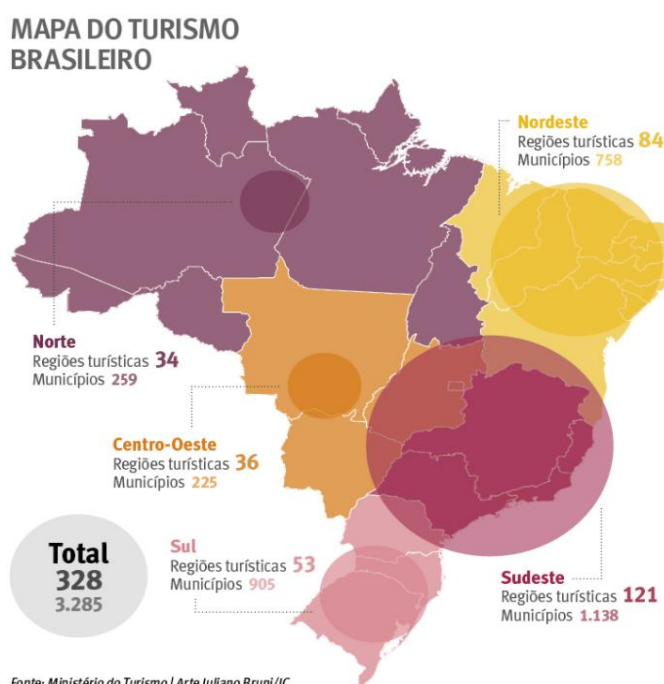
No âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, foi instituído como instrumento do Mapa do Turismo Brasileiro que orienta o Ministério do Turismo na atuação de desenvolvimento de políticas públicas. Os municípios que o compõem foram indicados pelos órgãos estaduais de turismo, em conjunto com as instâncias de governança regional. Para a candidatura ao Mapa do Turismo Brasileiro, edição 2017-2019, os municípios atendendo as diretrizes da PORTARIA Nº 144, DE 27 DE AGOSTO DE 2015, tinham que:

- I) possuir características de identidade histórica, cultural, econômica ou geográfica;
- II) serem limítrofes ou próximos uns aos outros;
- III) comprovar, a existência de uma Instância de Governança Regional;
- IV) registrar a apresentação das Regiões Turísticas ao colegiado do Fórum ou Conselho Estadual de Turismo, com participação do Órgãos e Entidades do Turismo;
- V) comprovar a existência de órgão ou entidade responsável pela pasta de

turismo, por meio da apresentação de legislação referente à estrutura administrativa da Prefeitura Municipal.

O Mapa é atualizado bianualmente, e sua última versão, de 2017-2019, conta com 3.285 municípios divididos em 328 regiões turísticas. O Mapa do Turismo Brasileiro do ano de 2019 está previsto de ser publicado em agosto de 2019, segundo dados do Ministério do Turismo.

FIGURA 3 - MAPA DO TURISMO BRASILEIRO edição 2017-2019



Fonte: Ministério do Turismo (2019)

O estado do Amazonas tem nos rios Madeira, Amazonas, Solimões e Negro, a delimitação espacial dos sete Polos Turísticos: i) o Alto Rio Negro, com 3 municípios; ii) o Alto Solimões, com 4 municípios; iii) o Amazônico, com 10 municípios; iv) o Madeira, com 4 municípios; v) o Médio Solimões, com 2 municípios; vi) o Sateré, com 3 municípios; vii) e o Uatumã, com 4 municípios.

Com base na metodologia do Ministério do Turismo, os municípios são classificados em categorias A,B,C,D,E. Não sendo atribuído valor ao potencial

turístico natural ou cultural do município, mas, sua relação direta com a economia analisadas pelo:

- I) número de estabelecimentos de hospedagem, tendo como fonte a Relação Anual de Informações Sociais e o Ministério do Trabalho e Emprego;
 - II) número de empregos formais no setor de hospedagem, fonte da Relação Anual de Informações Sociais e Ministério do Trabalho e Emprego;
 - III) estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Doméstica; e
 - IV) estimativa de turistas a partir do Estudo de Demanda Internacional, fonte da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas e Ministério do Turismo.
- A categoria A, indica municípios com maior desempenho e, na categoria E, os municípios com menor desempenho na economia.

Cujos dados resultaram para o Amazonas, no seguinte cenário.

Quadro 3 - Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas

UF	Município	Região Turística	Categoria
AM	Manaus	Polo Amazônico	A
AM	Careiro	Polo Amazônico	C
AM	Coari	Polo Médio Solimões	C
AM	Humaitá	polo Madeira	C
AM	Itacoatiara	Polo Uatumã	C
AM	Manacapuru	Polo Amazônico	C
AM	Maués	Polo Sateré	C
AM	Novo Airão	Polo Amazônico	C
AM	Parintins	Polo Sateré	C
AM	Presidente Figueiredo	Polo Amazônico	C
AM	Rio Preto da Eva	Polo Amazônico	C
AM	Tabatinga	Polo Alto Solimões	C

AM	Tefé	Polo Médio Solimões	C
AM	Atalaia do Norte	Polo Alto Solimões	D
AM	Autazes	Polo Amazônico	D
AM	Barcelos	Polo Alto Rio Negro	D
AM	Benjamin Constant	Polo Alto Solimões	D
AM	Borba	polo Madeira	D
AM	Careiro da Várzea	Polo Amazônico	D
AM	Iranduba	Polo Amazônico	D
AM	Itapiranga	Polo Uatumã	D
AM	Manaquiri	Polo Amazônico	D
AM	Manicoré	polo Madeira	D
AM	Nhamundá	Polo Sateré	D
AM	Novo Aripuanã	polo Madeira	D
AM	Santa Isabel do Rio Negro	Polo Alto Rio Negro	D
AM	São Gabriel da Cachoeira	Polo Alto Rio Negro	D
AM	São Sebastião do Uatumã	Polo Uatumã	D
AM	Silves	Polo Uatumã	D
AM	Amaturá	Polo Alto Solimões	E

Destaca-se que no Amazonas, dos 62 municípios, 30 estão inseridos no Mapa do Turismo. Destes, apenas a capital se insere na categoria A; 16 municípios na categoria C; e 12 na categoria D; e um na categoria E, Amaturá, conforme mapa ilustrativo a seguir.

FIGURA 4 - POLOS TURÍSTICOS DO AMAZONAS edição 2017-2019



Fonte: Ministério do Turismo (2019)
Editado por Selma Batista

Espacializar os Polos Turísticos no Amazonas e saber sua categorização contribui para fins do planejamento e ordenamento da atividade turística. Criando conexões entre os municípios, o turismo pode se caracterizar com um vetor para o desenvolvimento da região e, estar inserido no Mapa do Turismo, garantindo ao município, independente de sua categoria, acesso à linha de financiamento.

3 INTERNET, PARA CONEXÃO DE LUGARES TURÍSTICOS EM REDE

Castells (2003. p. 7) define rede "como um conjunto de nós interconectados". Também de acordo com o mesmo autor, a formação de rede é uma prática muito antiga na humanidade, mas ao longo do tempo essas redes ganharam vida se transformando em redes de informação energizadas pela internet.

"A internet é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em escala global" (CASTELLS, 2003, p. 8). De acordo com Williams (1996) apud Nielsen (2002, p. 36) "a internet pode ser definida como uma rede de computadores composta por milhões de *hosts*² de organizações ao redor do mundo transportando dados pelos computadores". Por isso o conceito de rede está estritamente ligado à internet, como vários nós (que representam pessoas) interconectados possibilitando a comunicação entre eles.

Segundo CASTELLS (2003) em 1995, no primeiro ano de uso disseminado da internet, havia cerca de 16 milhões de usuários em redes de comunicação por computador no mundo. Em 2001 esse número era superior a 400 milhões com previsão de chegar no ano de 2005 em cerca de um bilhão de usuários, e, aproximaria 2 bilhões no ano de 2010.

Dados do *We Are Social*³ e *Hootsuite*⁴ confirmam previsões de Castells. De acordo com a plataforma, dados de 2018 afirmam que 4,021 bilhões de pessoas ao redor do mundo estão usando a internet. É um crescimento de 7% ano após ano. *We are Social* é a maior agência especializada em mídias sociais do mundo, criada em 2008 por Robin Grant e Nathan McDonald, é conhecida por criar diversos trabalhos estratégicos e premiados para grandes marcas globais. *We Are Social* juntamente com a plataforma *Hootsuite*, lançam relatórios anuais sobre o mundo digital ao redor do mundo com monitoramento anual da quantidade de pessoas

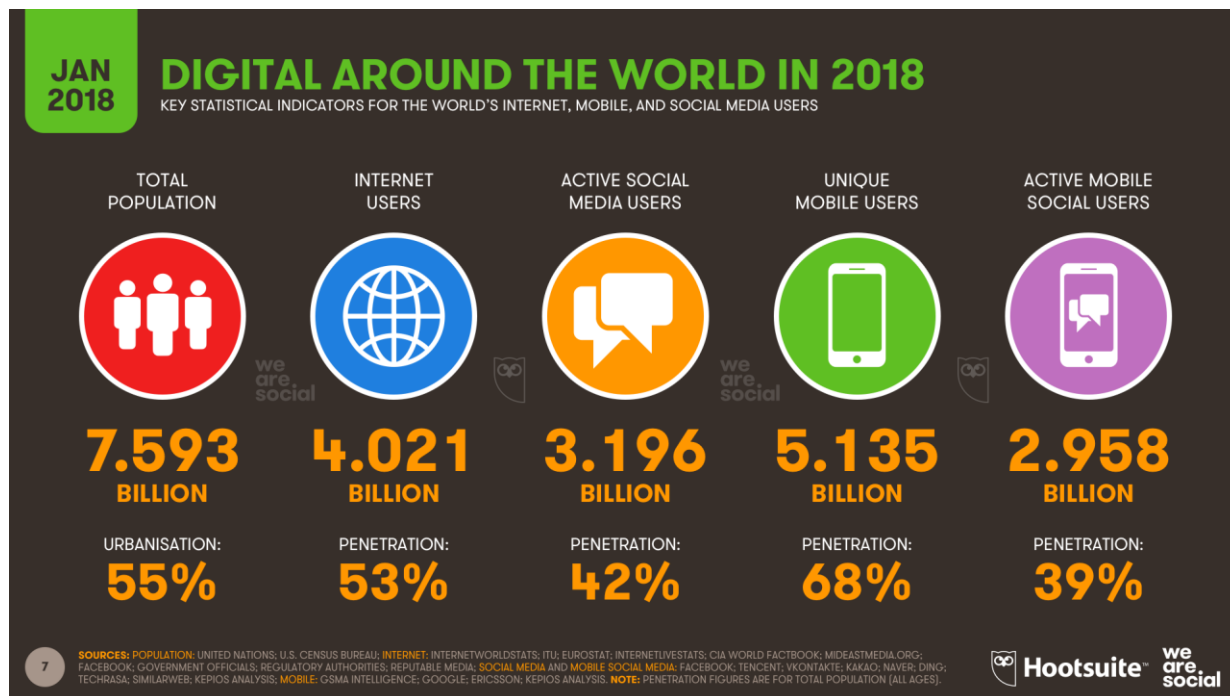
² É qualquer computador ou uma máquina conectado à uma rede com número de IP e nome definidos.

³ Agência global de publicidade criada no Reino Unido.

⁴ É uma plataforma norte-americana especializada em gestão de marcas nas mídias sociais.

conectadas à internet, redes sociais e as devidas ações desses indivíduos nas redes.

FIGURA 5: Global Digital Report 2018



Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Esse enorme crescimento de usuários na internet influencia a sociedade cada vez mais. Castells (2003) já previa em sua obra que as atividades essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela. O enorme número de pessoas conectadas pode ser observado na figura 5 acima.

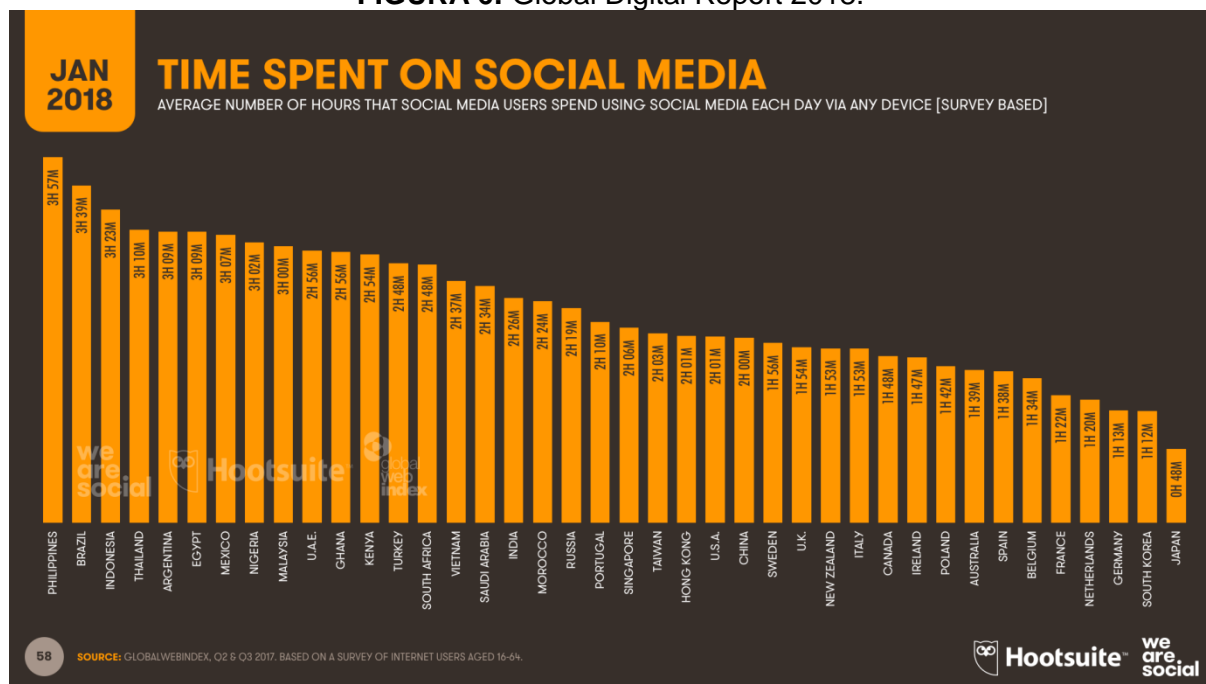
O total de população mundial no ano de 2018 é de 7.593 bilhões, desse total 4.021 bilhões de usuários em toda a internet, somente usuários nas mídias sociais totalizam 3.196 bilhões. Pela figura pode-se concluir que mais da metade da população mundial já usa a internet.

Os dados apresentados na figura acima confirmam as previsões de Castells, onde atualmente, há bem mais que 2 bilhões de usuários na internet no mundo todo.

A facilidade cada vez maior de adquirir telefones celulares e planos de

dispositivos móveis mais em conta, contribuiu para o aumento de pessoas com acesso à internet, resultando em 5.135 bilhões de usuários, e destes 2.958 bilhões de usuários ativos em redes sociais pelo celular.

FIGURA 6: Global Digital Report 2018.



Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Conforme, se observa na figura 6, o mesmo relatório da *We Are Social e Hootsuite*, publicado em 2018, apresenta o Brasil em segundo lugar no ranking dos países que mais passam tempo nas mídias sociais com 3h39m conectado nas mídias sociais por dia. Seguido das Filipinas com quase 4 horas por dia conectado nas mídias sociais. Esses dados comprovam que o comportamento da sociedade em relação a internet mudou muito.

O Brasil, que ao longo do tempo tornou o acesso à internet cada vez mais popular, dados do IBGE sinalizam que, em 2015, cerca de 85,6 milhões de brasileiros, o que equivale à 49,9% da população, tiveram acesso à internet (EBC, 2015). No ano seguinte, 2016, esse número cresceu com mais de 100 milhões de brasileiros com acesso a internet (PNAD, 2018).

Explorar virtualmente o mundo tornou-se mais acessível, visto que os

dados mostram o aumento dos usuários na internet e também o seu tempo gasto em mídias sociais. Isto facilita a coleta de informações sobre os destinos turísticos escolhidos pelas pessoas e, com méritos desta ferramenta chamada internet, hoje é possível viajar pelo mundo todo através do ambiente virtual.

3.1 MÍDIAS SOCIAIS E BLOG

A era da informação é analisada por Castells (2003) de forma analítica, afirmando que a prática da sociedade é baseada na comunicação e a internet, desde sua criação, mudou muito a forma como as pessoas se comunicam.

[...]nossas vidas são profundamente afetadas por essa nova tecnologia da comunicação. Por outro lado, ao usá-la de muitas maneiras, nós transformamos a própria internet. Um novo padrão sociotécnico emerge dessa interação (CASTELLS, p. 10. 2003).

Mota (2001) também aborda sobre a constante mudança de comportamento e comunicação da sociedade com o advento da internet.

A era digital traz mudanças revolucionárias na comunicação, ocasionando profundas mudanças comportamentais nos indivíduos, principalmente no que se refere às atitudes de compra e venda dos consumidores (2001, p.153)

Uma das principais formas de comunicação na internet se dá pelas mídias sociais, onde o usuário pode ter acesso à diversas informações.

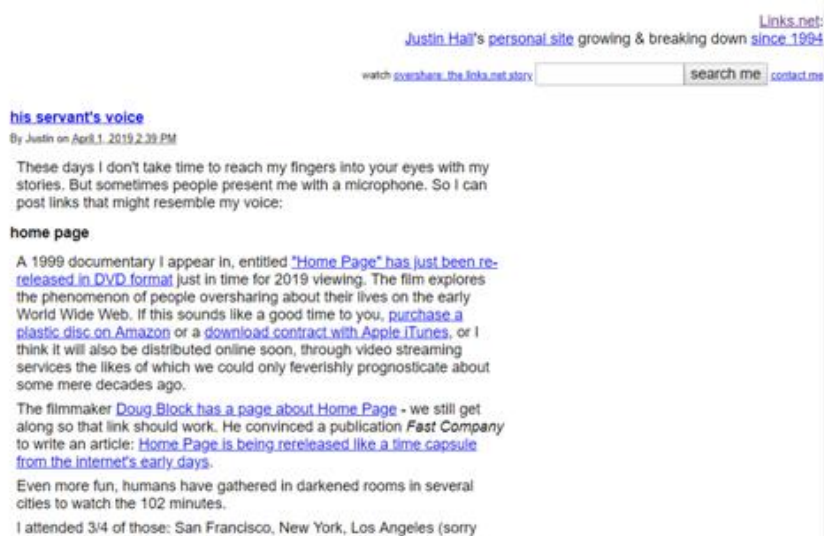
Essas mídias sociais são como comunidades virtuais na internet e essas comunidades foram criadas antes dos anos 2000. Castells (2003) diz que a expressão foi popularizada por Howard Rheingold (1993/2000) que desenvolveu e difundiu formas de uso na rede como: envio de mensagens, lista de correspondência, sala de chat, jogos para múltiplos jogadores, conferências e sistemas de conferências. Hoje essas comunidades são conhecidas como mídias sociais.

As mídias sociais são espaços de interação entre usuários. São considerados exemplos de mídias sociais: blogs, microblogs (Twitter), redes sociais (Facebook), fóruns, e-groups, instant messengers, wikis, sites de Compartilhamento de conteúdo multimídia (YouTube, Flickr, Slide Share, Vimeo) (QUINTANILHA, 2015, s/d).

O blog, como Quintanilha caracteriza, é uma mídia social, porém não há apenas uma definição blog. O termo surgiu pela primeira vez em 1997, através de John Barger onde nomeou sua página pessoal na internet de *Weblog*. Alguns outros autores tentam definir o termo como: "diário-online" (SCHITTINE, 2002, p.37), "*home page* pessoal" (BARBOSA; GRANADO, 2004, p.22-23) e "página na internet com textos dispostos em ordem cronológica" (BAUSCH; HAUGHEY; HOURIHAN, 2002, p.7). Todo esse universo dos blogs é popularmente conhecido como *blogosfera*.

De acordo com Laís Bolina (2018), os blogs na década de 1990 e início dos anos 2000 eram relatos da vida das pessoas como um diário, um meio para documentar a sua vida. Um exemplo disso tem-se o blog de *Justin Hall*, um estudante americano. Cujas páginas na internet, foi criada em 1994, com o objetivo de falar sobre coisas de interesse de Justin.

FIGURA 7: *printscreen* da página pessoal de Justin Hall.



Fonte: <http://links.net/>

Segundo Laís Bolina (2018), a partir dos anos 2000, a internet se popularizou principalmente entre o público mais jovem. Como as redes sociais ainda não eram populares as pessoas ainda usavam os blogs para relatar sobre suas vidas. Mesmo com o *My Space* criado somente em 2003, o *Orkut* em 2004 e *Twitter* em 2006.

Houve também uma plataforma que funcionava como páginas pessoais que poderiam ser personalizadas, no Brasil era conhecida como *fotologs* ou *flogões*. Um dos seus objetivos era compartilhar fotos, músicas, textos e outros. Atualmente, nesse mesmo estilo tem-se o *tumblr*, que é uma outra rede social atual.

Hewitt (2007) define que o século XXI será o século da internet. Segundo o autor, a rede mundial é um meio em que todos podem participar, publicar e gerar conteúdos, e os blogs surgiram como a principal ferramenta deste fenômeno, democratizando definitivamente o acesso à comunicação. Como observa Hugo Hewitt, atualmente, mais de 70 mil blogs são criados por dia ao redor do planeta e acredita-se que um em cada quatro internautas brasileiros leiam blogs todos os dias buscando informações ou entretenimento. Segundo o autor deste livro, milhões de pessoas estão mudando seus hábitos no que diz respeito à aquisição de informação e, para o mercado, o universo da blogosfera, apresenta-se como uma oportunidade

extremamente econômica para se estabelecer uma marca e introduzir novos produtos.

Algo bem característico dos blogs é que qualquer pessoa pode escrever em um, OLIVEIRA (2007, p.14) explica que "a blogosfera é alimentada por qualquer um que seja alfabetizado e que tenha acesso a um computador conectado à internet". Os assuntos são dos mais diversos: esportes, livros, filmes, viagens, cultura *geek* e podem ser escritos por um profissional ou por qualquer pessoa que goste desses assuntos.

Como exposto no tópico anterior, não é de hoje que o costume de compartilhar o cotidiano na internet entre os usuários é popular, mas esta prática fica cada vez mais evidente ao longo dos anos, inclusive com o uso das postagens em tempo real. A busca por informações relacionadas à turismo na internet é cada vez maior, como afirma VIGNATTI (2008), o turismo é o segundo item de maior procura na internet.

Ao longo dos anos, a segmentação dos blogs foi ficando cada vez mais definida. Não eram apenas páginas pessoais na internet contando sobre assuntos de interesses do autor, mas, algo mais específico. Blogs especializados em apenas um assunto como: livros, notícias, viagens, etc. Com os blogs de viagem não foi diferente, atualmente é possível identificar blogs com assuntos sobre "mochilão", viagens de luxo, blogs que falam apenas sobre turismo focado em esporte, dentre outros.

Os blogs ficaram cada vez mais profissionais, instituições - de iniciativas públicas ou privadas - pagam blogueiros para falar sobre algum destino em seus blogs. Com essa necessidade de tornar o blogueiro uma profissão e ao mesmo tempo ajudá-los, surgiram as Associações ou Redes de blogs, com a categoria representada pela Associação Brasileira de Blogs de Viagem - ABBV e Rede Brasileira de Blogs de Viagem - RBBV.

4 - METODOLOGIA APLICADA NA PESQUISA

A abordagem desta pesquisa se caracteriza como qualitativa e quantitativa, pois deu-se pelo fato de este estudo tratar de fatores humanos e sociais, cujo tema é atual e apresenta necessidade de conhecimento do fenômeno relacionado ao uso das mídias sociais e blogs na divulgação de informações sobre lugares e destinos turísticos.

Segundo Gil (1991) a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicos no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento chave. Segundo Bauer & Gaskell (2002), se comparado ao quantitativo, o método qualitativo é intrinsecamente mais crítico e emancipatório, já que defende a necessidade de compreender as interpretações que os atores sociais possuem do mundo.

Gil (1999) considera que tudo pode ser quantificável, traduzindo números, opiniões e informações para classificá-los e analisá-los, usando técnicas estatísticas e de recursos. Focando na mensuração de fenômenos, envolvendo a coleta e análise de dados numéricos e aplicação de testes estatísticos.

Trata-se de uma pesquisa descritiva, segundo Gil (2002), esta pesquisa tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

Quanto aos procedimentos técnicos esta pesquisa é Bibliográfica e de Levantamento. Gil (2002, p.44) afirma que "a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos". O levantamento, segundo o mesmo autor se caracteriza "pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados" (GIL, 2002, p.50).

Durante a pesquisa foi determinada um quantitativo de população totalizando 64 blogs, que são associados à ABBV e RBBV e que já divulgaram o Amazonas, que foram analisados para a realização desta pesquisa. Para esta pesquisa qualitativa utilizou-se a análise das postagens dos blogs, medindo o tempo de divulgação de cada uma para entendimento do período do maior número de postagem.

Como instrumentos para a coleta de dados utilizou-se o recurso da internet acessando o site da ABBV e RBBV, para acesso aos *blogs* de viagem. Após o levantamento, criou-se em uma planilha de *excel* uma tabela contendo seis variáveis de relevância para a análise dos *blogs*, a saber: i) nome e link do blog; ii) se é associado à ABBV e RBBV; iii) a qual delas é associado; iv) quantos *posts* desse blog o Amazonas foi divulgado; v) quais as cidades do Amazonas foi divulgado nos posts; vi) em que ano essas postagens foram publicadas. O período de levantamento desta pesquisa deu-se nos meses de fevereiro à maio de 2019.

Com base nesta tabela iniciou-se o processo de análise por critério de interpretação das variáveis.

5. LUGARES E ROTEIROS NO AMAZONAS: SOB O OLHAR DOS BLOGUEIROS

Sabe-se que em toda a internet, há um enorme número de blogs criados. Um exemplo desses são os blogs de viagens e turismo, e no Brasil há diversos deles. Nesta pesquisa não foi possível abordar a totalidade de blogs existentes na internet, usou-se uma amostra na qual apenas os blogs que divulgaram o Amazonas e que eram associados à Associação Brasileira de Blogs de Viagem - ABBV e Rede Brasileira de Blogs de Viagem - RBBV.

A Associação Brasileira Blogs de Viagem - ABBV é uma organização sem fins lucrativos que tem a missão de promover o desenvolvimento profissional dos blogueiros que atuam no segmento de turismo. De acordo como consta no site, a associação busca a integração dos associados e o diálogo com empresas e entidades dos setores de turismo e de conteúdo digital como forma de estimular o crescimento do mercado. Seu objetivo é criar condições para que o desenvolvimento e a rentabilização da atividade ocorram de maneira ética e transparente entre blogueiros e empresas, tendo como princípios básicos o respeito pela relação com o leitor e a comunidade, a qualidade do conteúdo e a veracidade das informações compartilhadas.

Formada em Novembro de 2011, a Rede Brasileira de Blogueiros de Viagem – RBBV é uma comunidade composta por mais de 1.300 blogueiros que publicam sobre diferentes temas diretamente ligados a turismo e viagens. De acordo com a RBBV, foi inicialmente criada através da troca de experiências em uma comunidade restrita, a RBBV lançou, em maio de 2012, um site aberto ao público para aproximar leitores, mídia e entusiastas dos diversos temas discutidos por blogueiros. O site funciona também como um diretório de blogueiros, viajantes e postagens publicadas divididos por temas. Dessa forma, eles criam para os leitores de blogs de viagem um grande índice com todas as postagens dos blogs membros da RBBV divididos por área geográfica e, futuramente, por assunto.

De acordo com a pesquisa no site da ABBV, 115 blogs que são associados efetivos e colaboradores, com a visita em cada um destes, foi

selecionado uma amostra de 19 blogs, que são apenas os que divulgaram sobre o Amazonas. Já no site da RBBV, 844 blogs membros e destes apenas 60 foram selecionados, que são os blogs que divulgaram sobre o Amazonas.

Outros dois blogs foram adicionados na lista, porém não são associados à ABBV ou RBBV, mas merecem destaque por serem blogueiros do Amazonas que publicam sobre o Amazonas. São o Casal Nômade e Ma Petit Manaus, ambos blogueiros são do Amazonas.

O blog Casal Nômade é administrado por Jair e Nayara, que criaram um blog para relatar suas viagens pelo mundo e já foram parceiros de diversas marcas. Em uma dessas parcerias, eles se juntaram a outros blogueiros com o objetivo de divulgar o estado do Amazonas, para que naquela época, o destino Amazonas estivesse bem colocado no ranking de pesquisas.

O blog Ma Petit Manaus foi criado com o objetivo de divulgar os eventos culturais e outros locais da cidade para o público em geral (residente ou turistas). Aborda temas sobre gastronomia, história da cidade e seus locais, sempre incentivando o leitor a descobrir mais sobre a cidade.

Apesar de não estarem associados à ABBV ou RBBV, houve a necessidade de incluí-los na lista pois são belas iniciativas de cada um dos blogs e é focado em viagem, assim como o tema desta pesquisa.

Após selecionar os blogs para a pesquisa, foi criada uma tabela na qual se analisou as seguintes informações: nome e link do blog; se é associado à ABBV e RBBV; a qual delas é associado; quantas postagens desse blog o Amazonas foi divulgado; quais as cidades do Amazonas foi divulgado nas postagens; em que ano essas postagens foram publicadas. Ver a tabela nos anexos.

Após esta análise, os blogs foram visitados novamente para a confirmação dos dados obtidos para atender aos critérios desta pesquisa. Foram classificados 57 blogs dos 64 analisados, essa desclassificação se deu pelos seguintes motivos: um blog foi desclassificado por serem textos de reflexões de

viagens com apelo social e ambiental, porém para esta pesquisa é necessário que se tenha apelo mercadológico; três blogs estavam com acesso negado, por isso não era possível analisá-los novamente; três blogs não possuíam datas em suas postagens, o que dificultava na análise temporal das mesmas.

Após a classificação dos 57 blogs que já divulgaram o Amazonas, verificou-se que o total de postagens em que o Amazonas é divulgado, nesses blogs, é de 303. Após essa contagem, foi feita a classificação dos destinos, onde foi contabilizado a quantidade de blogs que divulgaram determinado município ou lugar.

Tabela 1 - Quantidade de blogs que divulgaram os lugares

LUGARES	QUANTIDADE DE BLOGS QUE DIVULGARAM ESSES LUGARES
MANAUS	50
NOVO AIRÃO	18
PRESIDENTE FIGUEIREDO	11
AUTAZES	8
IRANDUBA	8
PARINTINS	6
BARCELOS	4
CAREIRO DA VÁRZEA	2
MAUÉS	2
BORBA	1
CAREIRO	1
COARI	1
ITACOATIARA	1
MANAQUIRI	1
NOVA OLINDA DO NORTE	1
RIO PRETO DA EVA	1
TABATINGA	1
TEFÉ	1

Autor: Emilly Oliveira (2019)

Na tabela acima há a quantidade de blogs que divulgaram os lugares encontrados nas postagens. É possível identificar que os 3 municípios mais divulgados são: Manaus, com 50 blogs que divulgaram a cidade; Novo Airão com 18 blogs e, em seguida, Presidente Figueiredo com 11. Todos são pertencentes do Polo Amazônico, assim como a maioria dos municípios divulgados pertencem a esse

Polo, totalizando 9 municípios. Em segundo estão os Polos Sateré e Médio Solimões, ambos com 2 municípios divulgados cada e os outros polos apenas um município por Polo foi divulgado.

Há também alguns blogs que não divulgaram um município específico e sim, lugares e outros que não é possível categorizar, por se tratar de lugares ou segmentos turísticos. Na tabela abaixo é possível conferir as quantidades.

Tabela 2: Quantidade de blogs que divulgaram outros lugares

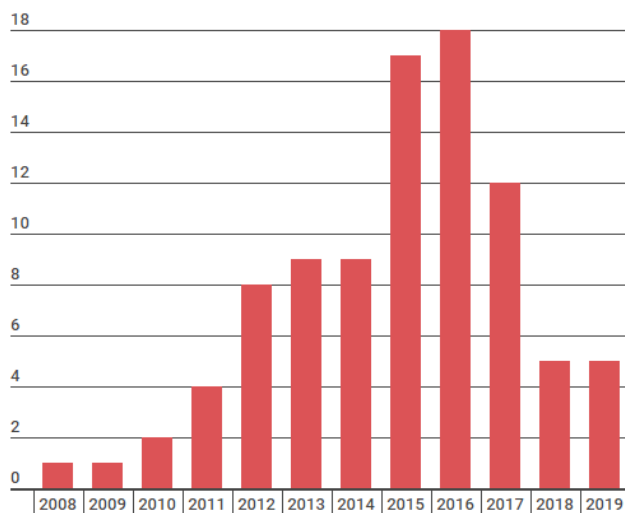
ROTEIROS	QUANTIDADE DE BLOGS QUE DIVULGARAM ESSES ROTEIROS
CRUZEIRO	6
TRIBO INDÍGENA MURA	1
RIO AMAZONAS (FLORESTA AMAZÔNICA)	1

Autor: Emilly Oliveira

Entre os roteiros mais divulgados, destacou-se o cruzeiro pela Amazônia, feito pela empresa Iberostar. O outros são a Tribo Indígena Mura que não é possível identificar com precisão a que município se encontra, pois há em diversos lugares da região norte e pelo Rio Amazonas, e também não foi possível identificar em qual município o blogueiro divulgou.

O outro critério utilizado nesta pesquisa foi o tempo, cada blog quando faz uma publicação, há o registro da data em que foi publicado. Como foi dito anteriormente, três blogs não publicaram a data das postagens, então não foram contabilizados nesse critério. A postagem mais antiga identificada na pesquisa foi de 2008, também foi possível identificar publicações deste ano de 2019.

Figura 3: Quantidade de blogs, por ano, em que o Amazonas foi divulgado



Fonte: Blogs associados à ABBV ou RBBV
Edição de Autoria própria

Na figura 3, é possível identificar que do ano de 2008 até 2016 houve um crescimento no número de blogs que divulgaram o Amazonas. Destacando os anos de 2015, 2016 e 2017 que foram os períodos em que o estado mais foi divulgado. Porém, houve significativa diminuição no número de postagens feitas desde o ano de 2017, que seguiram nos anos de 2018 e 2019.

Vale ressaltar que nos anos de 2014 e 2016 no Brasil houve a Copa do Mundo e as Olimpíadas, respectivamente. Desde o primeiro ano encontrado nesta pesquisa até 2014 - o ano da Copa do Mundo - no Brasil, o número de publicações aumentaram. Por esse evento ser apenas de um esporte (no caso o futebol) o público provavelmente é menor e mais seletivo que as Olimpíadas, além do fato de ser apenas um time de cada país que viaja para o destino.

O que difere do evento das Olimpíadas, há um número bem maior de esportes concorrendo e, conseqüentemente, mais países e mais pessoas viajando pelo país. Comparando com as estatísticas do Ministério do Turismo, o ano de 2016 a receita cambial foi de US\$ 6,024 milhões, nos anos posteriores houve uma queda nessa receita.

Assim como os anos posteriores às Olimpíadas o Brasil passou por crises

políticas e econômicas que culminaram na grande repercussão internacional, o que afeta negativamente a imagem do país.

CONSIDERAÇÕES

Quando se iniciou o trabalho de pesquisa, constatou-se que a internet influencia nas decisões da tomada de decisão do indivíduo na escolha de um destino turístico. Como o turismo é um produto intangível, ele pode facilmente estar disponível nas redes sociais como *Instagram* e *Facebook*, que são as favoritas em acesso para explorar informações de um destino turístico. Mas, mesmo sendo as favoritas, há uma ferramenta de compartilhamento de experiências preferida, que são os *blogs*. Com isso, destaca-se a importância deste estudo ao investigar as publicações dos *blogs* relacionadas ao Amazonas como destino turístico.

Com a investigação, na análise inicial, na ABBV se identificou 19 *blogs* e na RBBV 60 *blogs*. Adotados os critérios da metodologia da pesquisa se analisou 57 *blogs* associados à ABBV e RBBV que divulgaram lugares e roteiros de visitação turística no Amazonas. Com a análise se quantificou os municípios divulgados, com destaque para Manaus, com 50 *posts*; Novo Airão, com 18 *posts*, e Presidente Figueiredo, com 11 *posts*.

Em escala temporal, se analisou postagens entre o período de 2008 a 2019, e se identificou um crescimento no número de *blogs* com divulga es sobre o Amazonas, entre os anos de 2014 a 2017. Período em que Manaus, em 2014, sediou a Copa do Mundo; e, 2016 as Olimpíadas.

Esta pesquisa partiu da hipótese de que ao analisar os *blogs* associados   ABBV e RBBV que divulgaram o Amazonas, fosse possível identificar roteiros e lugares diferenciados para a visita o turística no estado. Não se validou a hipótese, pois as divulga es tendem a ser de lugares já consolidados, como Manaus, pelo acervo histórico cultural; Presidente Figueiredo, pelas cachoeiras; e Novo Airão, pelo potencial de Anavilhanas; seguido de Parintins, no Polo Sateré, com a festa do Boi; e Barcelos no Polo Alto Rio Negro, com a pesca esportiva.

Entretanto, com base na análise dos relatos dos blogueiros, pode-se afirmar que os lugares citados, foram marcantes positivamente, e que a aprecia o e as

lembranças, das paisagens captadas, ficarão em suas memórias e induzirão nos leitores destes *blogs*, o interesse em conhecer o destino.

Outra conclusão a que se chegou é que o leitor também busca informações de eventos populares divulgados pelos blogueiros. Fato observado quando na análise temporal, se identificou entre o período de 2014 a 2016, o aumento no número de blogs. Acredita-se, influenciados pela Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016. Informação que indica a viabilidade dos blogs, como meio para a comunicação direta e fluída, com um público potencialmente consumidor do destino.

Deste modo, se a Superestrutura Turística, se planeja junto a Instância de Governança Regional para fomentar atividades conectadas entre os municípios de um Polo, a influência do blogueiro, pode gerar como resultado eficácia na comunicação, posteriormente, possível de ser mensurada pelo maior tempo de permanência e gasto dos usuários nos lugares e destinos turísticos dos Polos.

Com base na metodologia utilizada para o levantamento das informações, se observou não haver grande variedade de materiais escritos sobre *blogs* de viagem e, muito menos, sobre o Amazonas. Sendo este outro indicativo de vantagem para as instituições responsáveis pela gestão da atividade do turismo que, a partir de um planejamento estratégico para a promoção dos municípios e Polos Turísticos do Amazonas, passam a ter nos *blogs* potencial alternativa de divulgação.

Os relatórios anuais apresentados pela *We Are Social* e *Hootsuite* provam que o mundo está cada vez mais conectado à internet e, com a previsão de Castells em que menciona que as atividades estarão estruturadas cada vez mais pela internet nos mostra que se faz necessário a promoção da atividade turística nas mídias sociais. Ainda mais no Brasil, já que é o segundo país que mais gasta tempo nas redes.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Elisabete; GRANADO, António. **Weblogs**: diário de bordo. Porto: Porto Editora, 2004.

BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som**. Petrópolis, Vozes: 2002. 87.

BAUSCH, Paul; HAUGHEY, Mattew; HOURIHAN, Meg. **We Blog**: publishing online with weblogs. Indianópolis (USA): Wiley Publishing, 2002.

BOLINA, Laís. **História dos blogs**: como a evolução dos blogs pode impactar no seu negócio. Disponível em <<https://rockcontent.com/blog/historia-dos-blogs/>> Acesso em: 21. mai. 2019.

CORIOLOANO, Luzia Neide. **O Turismo Comunitário no Contexto a Globalização**. In: CORIOLOANO, Luzia Neide e VASCONCELOS, Fábio Perdigão (Orgs.). Turismo, Território e Conflitos Imobiliários. Fortaleza/CE: Eduece, 2012.

EBC, P. Acesso a internet chega a 49,9% da população brasileira. **Portal EBC**. 29 de abr. de 2015. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/04/acesso-internet-chega-494-da-populacao-brasileira>> Acesso em: 30. nov. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

_____, **Métodos e técnicas em pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____, **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HEWITT, , H. **Blog**: entenda a revolução que vai mudar seu mundo. (tradução de Alexandre Martins Morais), Rio de Janeiro: Thomas Nelson, 2007.

IBGE. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2016. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) 2016**. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101543>> Acesso em: 30.nov. 2018.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

MOTA, K. C. N. **Marketing turístico**: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

NIELSEN, C. **Turismo e Mídia**: construção e destruição de destinos turísticos. São

Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Silvia. **Fotografia e mídia digital**: O universo blogueiro na construção criativa de destinos turísticos. Londrina: 2007.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. 4ª ed. São Paulo: Hucitec: 1998.

SCHITTINE, Denise. **Blog**: comunicação e escrita íntima na internet. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

QUINTANILHA, P. **O que são mídias sociais?** Disponível em <<https://pedroquintanilha.com.br/midias-sociais/o-que-sao-midias-sociais/>> Acesso em: 30. nov. 2018.

YÁZIGI, E. **A alma do lugar**: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas. São Paulo: Contexto, 2001.

BRASIL, Ministério do Turismo. **O que é Programa de Regionalização do Turismo?** Disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=26&Itemid=124> . Acesso em: 25. mai. 2019.

We Are Social. **Digital in 2018**: world's internet users pass the 4 billion mark. Disponível em: <<http://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>> . Acesso em: 26. mai. 2019.

APÊNDICE

Quadro 6 - Análise dos blogs

ITEM	NOME DO BLOG	LINK DO BLOG	É ASSOCIADO À ABBV OU RBBV?	QUAL DELAS É ASSOCIADO?		EM QUANTOS POSTS O AMAZONAS FOI DIVULGADO?	QUAIS CIDADES DO AMAZONAS FORAM DIVULGADAS?	EM QUE ANO ESSAS CIDADES FORAM DIVULGADAS?
				ABBV	RBBV			
1	Blog Apaixonado Por Viagens	http://www.blogapaixonadosporviagens.com.br/	Sim	X	X	2	Hotel de Selva	ago/17
2	Bagagem de Memórias	http://www.bagagemdememorias.com	Sim		X	2	Manaus	jun/14; Mar/15.
3	Blog Gira Mundo	https://bloggiramundo.com	Sim		X	4	Manaus	Jan/fev/mar/ 2017
							Presidente Figueiredo	jan/17
4	Blog Pés na Areia	http://blogpesnaareia.blogspot.com.br/	Sim		X	1	Manaus	mai/15
							Hotel de Selva	Maio de 2015
5	Blog Vambora!	http://www.blogvambora.com.br/	Sim	X	X	12	Manaus	Jul/14(1); Ago/13(5); Fev/12(1); Ago/09(1); Dez/08(1); Nov/13(1).
							Parintins	Jun/08; Jun/09; Jul/13.
6	Boa viagem! Bye!	http://boaviagembye.com.br/	Sim		X	1	Manaus	Julho de 2014.
7	Carpe Diem	https://crisomasi.wordpress.com/	Sim	X	X	7	Manaus	Junho de 2011; Julho de 2011.
							Hotel de Selva	Junho de 2011.

8	Casa de Doda	https://www.casadedoda.com/	Sim		X	5	Manaus	Out/16; Mai/17; Dez/18 (2); Jan/19.
9	Casal Nômade	https://casalnomade.com/	Não			14	Manaus	Fev/Jun/16; Ago/out/Nov/17
							Presidente Figueiredo	Fev/Jun/16; Nov/17.
							Arquipélago de Mariuá (Barcelos)	Fev/16.
							Amazon Fish Resort	Julho de 2017;
							Maués	Outubro de 2017;
							Novo Airão	nov/16
							Lago do January	Novembro de 2016;
10	Check the Trip	http://checkthetrip.com	Sim	X	X	1	Manaus	Setembro de 2015.
							Presidente Figueiredo	Setembro de 2015.
							Novo Airão	Setembro de 2015.
11	Compartilhe Viagens	https://compartilheviagens.com.br/	Sim		X	4	Manaus	Março de 2012; Setembro de 2014; Setembro de 2014
							Presidente Figueiredo	Setembro de 2014
12	Comer. Dormir. Viajar.	http://comerdormirviajar.com/	Sim	X	X	12	Manaus	Julho de 2015; Agosto de 2015; Janeiro de 2016; Fevereiro de 2016
13	Contando Horas	http://contandoashoras.com/	Sim		X	14	Manaus	Nov/15; Dez/15;

								Jan/16; Fev/16;
							Floresta Amazônica	Nov/15; Dez/15; Mar/16.
							Anavilhanas	Nov/15; Dez/15.
							Novo Airão	Nov/15; Dez/15; Mar/16.
14	De uns tempos pra cá	http://deunstempospraca.blogspot.com.br/	Sim	X		4	Parintins	Fevereiro de 2007
							Manaus	Fevereiro de 2007; Junho de 2014.
15	Destino de Viagem	http://www.destinodeviagem.com.br	Sim		X	1	Anavilhanas (Novo Airão)	Março de 2015
16	Diário de Turista	http://diariodeturista.com.br/	Sim	X	X	1	Manaus	Agosto de 2015
17	Dicas Roteiros Viagens	https://dicasroteirosviagens.com/	Sim		X	3	Manaus	Nov/15; Dez/15
18	Esse mundo é nosso	https://www.essemundoenosso.com.br/	Sim		X	12	Manaus Anavilhanas (Cruzeiro)	Dez/12; Mai/13; Abr/13; Set/13; Out/13; Mai/14; Set/14; Out/14; Abr/17; Ago/18
19	Gastando Sola Mundo Afora	http://www.abaretiba.blog.br	Sim		X	5	Anavilhanas Novo Airão Manaus	Dezembro de 2014
20	Histórias da Di	http://www.historiasdadi.com.br/	Sim		X	1	Manaus	Junho de 2013
21	Ideias na Mala	https://ideiasnamala.com/	Sim	X	X	1	Manaus	Setembro de 2017
22	Lá Vai Ela Pelo Mundo	https://www.lavaielapelomundo.com/	Sim		X	5	Manaus	Junho de 2017; Junho de 2018
23	Ma Petit Manaus	http://www.mapetitmanaus.net/				Todo o Blog	Manaus	
24	Meu Planejamento de Viagens	http://www.meuplanejamentodeviagens.com/	Sim		X		Manaus Rio Preto da Eva	Março de 2018 Novembro de 2014
25	Mineiros na Estrada	http://www.mineirosnaestrada.com.br/	Sim		X	4	Manaus	Set/Out/Nov de 2015

26	Muita Viagem	http://muitaviagem.com.br/	Sim		X	5	Manaus Selva Amazônica	Mai/13; Out/13; Set/15; Fev/16
27	Na Dúvida Embarque	http://www.naduvidaembarque.com.br	Sim	X	X	4	Manaus	Outubro de 2016 Janeiro de 2017
28	Nativos do Mundo	http://www.nativosdomundo.com.br/	Sim		X	4	Manaus Reserva Mamirauá Presidente Figueiredo Tefé	Outubro de 2014 Novembro de 2014
29	Nós no Mundo	http://www.nosnomundo.com.br/	Sim		X	12	Manaus	Jun/ Jul/ Ago/ Set/ Nov/ Dez de 2011 Jan/ Fev de 2012
30	Olhar de Viajante	http://www.olhardeviajante.com.br/	Sim	X	X	3	Hotel de Selva	Abr/ Mai de 2015
31	Pelo Mundo eu Vou	http://www.pelomundoeuvou.com/	Sim		X	3	Manaus	Set/15; Out/15; Agosto de 2016
32	Pequeno Grande Mundo	https://pequenograndemundo.com/	Sim		X	10	Manaus Presidente Figueiredo Hotel de Selva	Jun/15; Jul/15; Ago/15; Out/15; Jul/15.
33	Portão 02	https://www.portao02.com/	Sim		X	1	Manaus; Praia do Tupé;	setembro de 2014
34	Pri Pelo mundo	https://pripelomundo.com.br/	Sim		X	1	Manaus; Hotel de Selva;	Mai de 2015
35	Projeto 101 Países	https://projeto101paises.com.br/	Sim		X	2	Manaus; São João do Tupé;	março de 2016
36	Quero Mochilar	http://queromochilar.com.br/	Sim	X	X	3	Manaus; Presidente Figueiredo; Floresta Amazônica; Comunidade do Catalão; RDS do Tupé (aldeia Dessana)	julho de 2015

37	Raízes do Mundo	http://raizesdomundo.com	Sim		X	2	Hotel de Selva; Festival de Parintins.	maio de 2015; junho de 2016.
38	Receitinhas e Viagens	http://www.receitinhas-e-viagens.com.br/	Sim		X	12	Floresta Amazônica;	Setembro de 2010; Janeiro de 2019; Outubro de 2012; Dezembro de 2018; Junho de 2013; Novembro de 2010
39	Revivendo Viagens	http://www.revivendoviagens.com	Sim		X	3	Anavilhanas, Novo Airão; Presidente Figueiredo;	março de 2014; agosto de 2014; julho de 2015.
40	Segredos de Viagem	https://segredosdeviagem.com.br/	Sim	X	X	2	Manaus; Parintins.	janeiro de 2013; fevereiro de 2016.
41	Seguindo Viagem	http://www.seguindoviagem.com/	Sim		X	24	Manaus; Presidente Figueiredo; Hotel de Selva;	mai/2016; jun/2016; set/2016; jan/2017; fev/2017; mar/2017; jul/2017; ago/2017; set/2017; out/2017; nov/2017;
42	SOS Viagem	http://www.sosviagem.com.br/	Sim	X	X	1	Manaus (Encontro das águas, comunidade indígena, boto e flutuante)	não foi encontrado registros de datas
43	Tip Trip	http://www.tiptrip.com.br/	Sim		X	1	Manaus;	novembro de

2015

44	Tirando Férias	http://tirandoferias.com/	Sim		X	1	Foi divulgado apenas uma viagem de carro Manaus - Boa Vista.	fevereiro de 2016.	
45	Trilha Marupiara	http://www.trilhamarupiara.com/	Sim	X	X	7	Cruzeiro na Amazônia	Maio de 2018	
							Hotel de Selva	Fevereiro de 2012	
							Manaus	Dezembro de 2011; março de 2012	
							Novo Airão	Maio de 2018	
46	Vai na Minha	http://www.vainaminha.com	Sim		X	1	Anavilhanas; Hotel de Selva; Novo Airão	Abril de 2013	
47	Vamos Fugir	http://vamosfugir.net.br/	Sim			X	6	Manaus;	Julho de 2016; Junho de 2016
								Comunidade Indígena	Junho de 2016.
								Citando Manaus em um post sobre exploração de animais no Turismo.	Junho de 2016.
								Floresta Amazônica;	Julho de 2016;
48	Vaneza com z	https://www.vanezacomz.com.br/	Sim			X	8	Barcelos	janeiro de 2016; abril de 2016; maio de 2016
								Post sobre gastronomia, Amazonas é divulgada	Abril de 2017
								Manaus; Novo	Junho de 2016.

							Airão	
							Post sobre dicas de viagem para o AM	janeiro de 2016
							Post sobre ser índio no Brasil	abril de 2018
49	Vem Por Aqui	http://vemporaqui.com.br/	Sim	X	X	1	Cruzeiro na Amazônia;	dezembro de 2016
50	Viagem em Cena	http://www.viagememcena.com/	Sim		X	5	Festival de Parintins;	julho de 2013;
							Hotel de Selva	Agosto de 2013
							Floresta Amazônica	Setembro de 2013
							Comunidade Indígena Mura (Turismo solidário)	Novembro de 2013
51	Viagem Sem Frescura	http://www.viagemsemfrescura.com.br/	Sim		X	2	Manaus;	Novembro de 2011; Outubro de 2016
52	Viagens e Caminhos	https://www.viagensecaminhos.com/	Sim		X	9	Manaus;	Junho de 2015; Julho de 2015; Agosto de 2015;
							Comunidade Indígena Dessana	Junho de 2015
							Presidente Figueiredo	Junho de 2015; Agosto de 2015; Setembro de 2015;
							Arquipélagos de Anavilhanas	Agosto de 2015;
53	Viaggiando	https://www.viaggiando.com.br/	Sim		X	9	Reserva Mamirauá	Agosto de 2014; Setembro de 2014; Outubro de 2014

54	Viajante Comum	http://www.viajantecomum.com/	Sim		X	1	Manaus; Comunidade Indígena Dessana	Novembro de 2015
55	Viajante Solo	https://viajantesolo.com.br	Sim	X	X	12		
56	Viajante Sustentável	http://viajantesustentavel.blogspot.com.br/	Sim		X	42		
57	Viajantes Aprendizes	https://viajantesaprendizes.com/				3	Manaus	Agosto de 2016 Maio de 2016 Março de 2016
58	Viajar Correndo	https://www.viajarcorrendo.com.br/	Sim	X	x	5	Manaus	Janeiro de 2017 Março de 2017
59	Viajo com filhos	http://viajocomfilhos.com.br/2012/03/	Sim	X	X	3	Arquipélago de Anavilhanas Comunidade Cabocla Tiririca Novo Airão Manaus	Março de 2012
60	Viciada em Viajar	http://www.viciadaemviajar.com	Sim		X	3	Manaus; Parque Nacional do Jaú	Agosto de 2016
61	Vida Cigana	https://vidacigana.com/	Sim	X	X	4	Manaus Manaus Novo Airão Comunidade Indígena Dessana (RDS TUPÉ) Cruzeiro AM Lago do Janauacá Trilha na Floresta	Abril de 2019 Maio de 2019
62	Vida de Turista	http://www.vidadeturista.com/	Sim	X	X	16	Manaus Parintins	Outubro de 2012 Setembro de 2013 Setembro de

							Nova Olinda do Norte	2013
							Itacoatiara	
							Coari	
							Manaus	Outubro de 2013
							Barcelos	Abril de 2010
							Manaus	
							Parintins	
							Manaus / Amazônia	Novembro de 2017
							Manaus	Setembro de 2018
							Manaus	Dezembro de 2018
							Manaus	Abril de 2019
							Manaus	Março de 2017
63	Vida Sem Paredes	http://vidasemparedes.com.br/	Sim		X	11	Presidente Figueiredo	Abril de 2017
							Lago Janauari	Maio de 2017
							Visita com botos Manaus	
64	What do it travel for?	https://whatdoitravelfor.wordpress.com/	Sim		X	1	Manaus; Hotel de Selva	Julho de 2014.