



**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
CURSO DE TURISMO**

**MARCELO DE SOUZA REIS**

**ANÁLISE DE SENTIMENTOS E DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA  
MEMORÁVEL (ETM) A PARTIR DO TELEFÉRICO DO ALEMÃO NO  
RIO DE JANEIRO (RJ)**

**JUIZ DE FORA**

**2025**



**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
CURSO DE TURISMO**

**MARCELO DE SOUZA REIS**

**ANÁLISE DE SENTIMENTOS E DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA  
MEMORÁVEL (ETM) A PARTIR DO TELEFÉRICO DO ALEMÃO NO  
RIO DE JANEIRO (RJ)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Carla Conceição Lana Fraga.

**JUIZ DE FORA**

**2025**

Reis, Marcelo.

Análise de sentimentos e da experiência turística memorável (ETM) a partir do Teleférico do Alemão no Rio de Janeiro (RJ) / Marcelo Reis. -- 2025.

24 p. : il.

Orientadora: Carla Fraga

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas, 2025.

1. Experiência Turística Memorável. 2. Emoções e Sentimentos. 3. Teleférico do Alemão. 4. Rio de Janeiro. I. Fraga, Carla, orient. II. Título.



**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
CURSO DE TURISMO**

**MARCELO DE SOUZA REIS**

**ANÁLISE DE SENTIMENTOS E DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA  
MEMORÁVEL (ETM) A PARTIR DO TELEFÉRICO DO ALEMÃO NO  
RIO DE JANEIRO (RJ)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Turismo, da Universidade Federal de  
Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção  
do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Carla Conceição Lana  
Fraga.

Aprovado 13 de Março de 2025.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profa. Dra. Carla Conceição Lana Fraga (UFJF)**

---

**Prof. Dr. Guilherme Malta (UFJF)**

---

**Ms. Pablo Henrique de Oliveira Moreira  
(Doutorando, UFMG)**

## RESUMO

O uso do Teleférico do Alemão, localizado no Complexo do Alemão no Rio de Janeiro (Brasil), para fins turísticos leva a questionamentos sobre o papel que emoções e sentimentos, assim como a experiência turística memorável (ETM) podem assumir no bojo do planejamento e gestão do turismo e transportes. Portanto, o problema de pesquisa se traduz em: Como a interface entre a mobilidade urbana e o desenvolvimento do turismo ocorre a partir da análise de sentimentos (AS) e suas implicações para a experiência turística memorável (ETM), no caso do Teleférico do Alemão no Rio de Janeiro (RJ)? Logo, o objetivo geral do estudo reside em: Compreender a interface entre a mobilidade urbana e o desenvolvimento do turismo a partir da análise de sentimentos (AS) e suas implicações para a experiência turística memorável (ETM), neste caso. A presente pesquisa caracterizou-se como exploratória e descritiva, sendo de natureza qualitativa, sendo que os procedimentos adotados envolveram: (1) Pesquisa bibliográfica, com revisão do tipo narrativa; (2) Coleta e organização de dados sobre *online travel reviews* (OTRs), isto é, comentários a partir da plataforma digital TripAdvisor. Para o tratamento dos dados foi utilizado o suporte do *software* disponível online Voyant Tools. Os resultados contribuem para o planejamento e gestão sinérgica entre turismo e transportes tendo em vista a: (1) caracterização da experiência vivenciada; (2) os principais aspectos relativos aos sentimentos, emoções e memórias.

**PALAVRAS-CHAVE:** Experiência Turística Memorável; Emoções e Sentimentos; Teleférico do Alemão; Rio de Janeiro.

## **ABSTRACT**

The use of the Alemão Cable Car, located in the Complexo do Alemão in Rio de Janeiro (Brazil), for tourism purposes raises questions about the role that emotions and feelings, as well as the memorable tourist experience (MTE), can play in the planning and management of tourism and transportation. The research problem is therefore: How does the interface between urban mobility and tourism development occur from the analysis of feelings (AS) and its implications for the memorable tourist experience (ETM), in the case of the Alemão Cable Car in Rio de Janeiro (RJ)? Therefore, the general objective of the study is to: To understand the interface between urban mobility and tourism development based on sentiment analysis (SA) and its implications for the memorable tourist experience (ETM), in this case. This research was exploratory and descriptive, qualitative in nature, and the procedures adopted involved: (1) Bibliographical research, with a narrative type review; (2) Collection and organization of data on online travel reviews (OTRs), i.e. comments from the TripAdvisor digital platform. The online software Voyant Tools was used to process the data. The results contribute to the planning and synergistic management of tourism and transportation with a view to: (1) characterization of the experience lived; (2) the main aspects relating to feelings.

**KEYWORDS** : Memorable Tourist Experience; Emotions and Feelings; Alemão Cable Car; Rio de Janeiro.

## SUMÁRIO

<b>1.INTRODUÇÃO</b>	<b>6</b>
<b>2.REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>8</b>
2.1. Redes de transportes e destinos turísticos	8
2.2. Experiência Turística: emoções, sentimentos e memórias	9
<b>3.METODOLOGIA</b>	<b>13</b>
<b>4.RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>15</b>
4.1. Teleférico do Alemão	15
4.2. Resultados e Discussões	16
<b>5.CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>20</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>22</b>

## 1.INTRODUÇÃO

A interface entre transportes e turismo demonstra tanto a relevância da distribuição geográfica da demanda turística, quanto em alguns casos os transportes assumindo parte significativa da experiência turística, como os cruzeiros, trens panorâmicos, etc. (Palhares, 2002; Page, 2008), neste ponto pode-se incluir os teleféricos. A mobilidade urbana demanda cada vez mais equipamentos de transportes em sintonia com as características geomorfológicas dos destinos turísticos urbanos (Lohmann e Duval, 2014).

Assim, ao se investigar a relação entre os novos equipamentos urbanos construídos no Complexo do Alemão no Rio de Janeiro (RJ), que faz parte das grandes obras associadas aos eventos esportivos na cidade do Rio de Janeiro tais como a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, destaca a importância desse equipamentos para o desenvolvimento do turismo para além das atrações turísticas mais visitadas neste destino, quais sejam: Pão de Açúcar e Corcovado (Fagerlande, 2015).

Conforme Marques e Santos (2014), o desenvolvimento do turismo pode ser medido pela capacidade de acolhimento do destino turístico, ou seja, pela oferta de serviços e facilidade de deslocamento. Contudo, observa-se que a gestão de políticas públicas de mobilidade urbana frequentemente mostra-se desconectada do desenvolvimento da política pública de turismo (Lohmann e Duval, 2014). Idealmente, as políticas públicas deveriam ser desenvolvidas de forma alinhada ao processo de desenvolvimento do território, promovendo uma gestão pública intersetorial que visasse o bem coletivo. Isto, de forma integrada e compreendendo a relação entre emoções e sentimentos para as experiências turísticas memoráveis (ETM).

Nesse sentido, a relação entre o teleférico construído no Complexo do Alemão e o desenvolvimento das atividades turísticas em favela, especialmente as mudanças urbanas que a presença de novos usos e equipamentos têm provocado leva a questionamentos sobre o papel que emoções e sentimentos têm para seus respectivos usuários, sejam moradores ou visitantes, incluindo os turistas. Adicionalmente, Coelho, Lopes e Fraga (2023) explicam que a ETM é alvo de uma série de estudos e pode se beneficiar de uma nova agenda a partir das neurociências. Portanto, aliar conhecimentos advindos de outras áreas em perspectiva interdisciplinar, tais como: Psicologia e Neurociências pode contribuir para avanços nas descobertas científicas relativas como o funcionamento do cérebro auxilia no entendimento sobre o comportamento dos turistas em função das emoções e sentimentos pela memorabilidade das experiências. Portanto, o problema de pesquisa se traduz em: Como a interface entre a mobilidade urbana e o



desenvolvimento do turismo ocorre a partir da análise de sentimentos (AS) e suas implicações para a experiência turística memorável (ETM), no caso do Teleférico do Alemão no Rio de Janeiro (RJ)?

O trabalho apresenta objetivos geral e específicos, sendo o geral: Compreender a interface entre a mobilidade urbana e o desenvolvimento do turismo a partir da análise de sentimentos (AS) e suas implicações para a experiência turística memorável (ETM), no caso do Teleférico do Alemão no Rio de Janeiro (RJ). Já os objetivos específicos foram: (a) Compreender a relação entre mobilidade urbana e destinos turísticos pela perspectiva neurocientífica; (b) Identificar emoções, sentimentos e memórias relacionados a experiências de transportes como parte significativa de experiências turísticas memoráveis (ETM); (c) Analisar a influência de teleféricos, como equipamentos de mobilidade urbana, a partir das percepções dos turistas sobre o destino turístico.

A presente pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, sendo de natureza qualitativa. Os procedimentos envolvem uma pesquisa bibliográfica do tipo narrativa e coleta e organização de dados sobre online travel reviews (OTRs), isto é, comentários do TripAdvisor (2025). Cabe ressaltar que a ferramenta Voyant Tools (2025), utilizada para a análise dos dados textuais, não possui um algoritmo de análise de sentimentos automatizado. Dessa forma, foi necessário um esforço adicional para adaptar os conceitos de emoções de Ekman (1978 apud Lima et al., 2019) ao contexto das experiências turísticas, permitindo que a identificação das emoções ocorresse de forma interpretativa e qualitativa. Além de buscar compreender a interface entre turismo e mobilidade urbana a partir da análise de sentimentos, reforça-se que a expectativa deste trabalho é dupla: (a) na perspectiva epistemológica, contribuir para o avanço de uma abordagem interdisciplinar que relacione turismo, neurociências e psicologia na análise da experiência do visitante; (b) na perspectiva do planejamento e gestão, fomentar uma reflexão crítica sobre a necessidade de políticas públicas integradas que alinhem o planejamento urbano à promoção de experiências turísticas significativas e sustentáveis, garantindo um desenvolvimento equilibrado das infraestruturas turísticas em áreas urbanas periféricas. Como apontado por Coelho, Lopes e Fraga (2023), as emoções e memórias desempenham um papel essencial na experiência turística, e compreender sua relação com a mobilidade pode oferecer insights valiosos para políticas públicas mais eficazes.

O trabalho está organizado em três seções além desta introdutória e das considerações finais, a segunda sobre o referencial teórico conceitual obtido pela revisão narrativa, a terceira sobre a metodologia adotada, e a quarta sobre os resultados e discussões.

## 2.REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico conceitual se subdivide em duas partes, a primeira sobre a interface redes de transportes e destinos turísticos (subseção 2.1) e a segunda sobre construtos tais como emoção, sentimento e memória pelo bojo da interface com as neurociências (subseção 2.2.).

### 2.1. Redes de transportes e destinos turísticos

As redes de transportes (1 - Linear: entre ponto A e B; 2 - *Hub and spoke*: Tendo um ponto central distribuidor para ; 3 - Grade: todos os pontos interligados, entende-se como pontos as origens e os destinos, bem como outras funções nodais) são estruturas fundamentais para a mobilidade urbana e desempenham um papel crucial no desenvolvimento de destinos turísticos. Em linhas gerais, essas consistem em sistemas interconectados por um único modo de transportes ou por diferentes modos de transporte, tais como: rodoviário, ferroviário, aéreo, aquaviário, que permitem o deslocamento de pessoas e bens de um ponto a outro com maior facilidade (Palhares, 2002).

A escala geográfica de uma rede de transportes pode conectar de maneira distintas seja localmente, regionalmente, nacionalmente, ou mesmo globalmente um destino turístico. Assim, a eficiência e a abrangência dessas redes de transportes influenciam diretamente a acessibilidade, implicando na experiência do visitante e, em alguns casos, no fluxo de turistas seja inter ou intra destino. Essas redes podem incluir não somente vetores (estradas, ferrovias etc.) como pontos (aeroportos, portos etc.) e outras infraestruturas de transporte. Esses pontos têm funções nodais variadas, podendo ser portões de entrada, *hub* entre outros (Lohmann e Castro, 2013). Portanto, as redes que podem ser grade, *hub and spoke* e em grade se tornam vitais para o desenvolvimento de qualquer destino turístico.

Conforme Palhares (2002) a intermodalidade pode ser entendida tanto em seu contexto contemporâneo, quanto tradicional. Observa-se que estas podem ser diferenciadas: (a) Na forma contemporânea: a intermodalidade é caracterizada pela integração de sistemas de transporte suportada por tecnologias avançadas, como aplicativos que facilitam a combinação de diferentes modos de transporte, proporcionando uma jornada mais eficiente e adaptável para o turista, inclui exemplos tais como sistema *roll on roll off*, ligação entre aeroportos e sistemas ferroviários, sendo um exemplo aeroportos europeus como o Charle De Gaulle na França e a ligação com a Société Nationale des Chemins de fer Français (SNCF); (b) Na forma tradicional: a rede parece ser mais limitada com menos suporte tecnológico e maior dependência da infraestrutura existente, como por exemplo a ligação entre as ferroviária e os portos no Brasil.

Para um destino turístico, uma rede de transporte bem desenvolvida e intermodal são fatores cruciais para a atração de visitantes, uma vez que os turistas tendem a valorizar a capacidade de se mover facilmente entre diferentes atrações e serviços num destino visitado (Palhares, 2002). Nesse sentido, a intermodalidade contemporânea, com sua ênfase em tecnologia e integração, pode oferecer uma experiência de viagem mais significativa, influenciando na satisfação do turista e, conseqüentemente, o sucesso do destino turístico (Lohmann, 2002).

Portanto, o desenvolvimento dessas redes e a promoção de uma intermodalidade eficaz podem transformar a percepção de um destino, tornando-o mais acessível e atraente para turistas de diferentes perfis (Lohmann, 2002). Isso é especialmente relevante em áreas periféricas, onde a melhoria da mobilidade urbana pode contribuir significativamente para o desenvolvimento econômico e social, como em favelas ou regiões menos centrais, enfatiza Fagerlande (2015). Logo, a importância de políticas de transporte que considerem a integração de diferentes modos e a facilitação do acesso, não apenas para os residentes, mas também para visitantes, ajudando a moldar destinos turísticos mais inclusivos e dinâmicos. Para tanto, cumpre compreender aspectos relativos às emoções, sentimentos e memórias relativos às experiências de transportes como parte significativa das experiências turísticas pelo bojo da interface com as neurociências. Dessa forma, o estudo buscará correlacionar os princípios da neurociência, especialmente aqueles relacionados à formação de memórias e ao impacto das emoções, com os relatos de turistas que utilizaram o Teleférico do Alemão. A aplicação desse olhar interdisciplinar permitirá compreender como diferentes emoções podem influenciar a percepção da experiência vivenciada e de que maneira essas emoções são armazenadas na memória do visitante, impactando sua lembrança e possíveis recomendações futuras.

## **2.2. Experiência Turística: emoções, sentimentos e memórias**

Ficou evidente que o transporte, muito mais do que um simples meio de deslocamento, pode assumir um papel central na experiência de viagem dos turistas. Page (2008) e Palhares (2002) destacaram que o transporte é fundamental para a experiência turística, afetando diretamente a maneira como os turistas percebem o destino e vivenciam a viagem como um todo.

Assim, aspectos como a qualidade, conveniência, segurança e conforto dos transportes utilizados pelos turistas têm uma influência direta na satisfação geral da viagem (Palhares, 2002; Page, 2008). Page (2008) sublinha que o transporte é crucial para garantir a acessibilidade dos destinos turísticos, e que a experiência vivida durante o deslocamento pode moldar

profundamente as percepções e memórias que os turistas levam consigo. Além disso, o referido autor observa que algumas formas de transporte, como cruzeiros, viagens de trem e passeios de teleférico, podem ser consideradas verdadeiras experiências turísticas por si só. Page (2008) sugere que, em muitos casos, a jornada pode ser tão marcante quanto o próprio destino, especialmente quando o transporte proporciona uma experiência diferenciada, como vistas deslumbrantes ou uma conexão emocional com o ambiente. Fraga (2003) analisou a experiência de uso do Trem do Corcovado no Rio de Janeiro (RJ), e a partir de um estudo quantitativo detectou que apenas 11% consideravam o trem apenas enquanto um meio de transportes para acessibilidade ao Alto do Corcovado, onde se encontra o Monumento Cristo Redentor. Assim, a autora identificou aspectos que tornavam a experiência de transporte ferroviária como experiência turística, a exemplos: (a) nostalgia e cultura, uma vez que o Trem do Corcovado é centenário. (b) ecológico, já que o trajeto perpassa por uma das maiores florestas urbanas do mundo, a Floresta da Tijuca. Assim, a experiência de transportes como experiência turística tem uma série de aspectos que podem ter influência nas emoções e sentimentos.

Logo, a perspectiva sobre o transporte como parte integral da experiência turística depende da compreensão da própria experiência turística, e, é essencial para compreender como diferentes elementos da viagem podem contribuir para se ter emoções positivas nos turistas e estimular a formação de memórias de longo prazo. Isso se torna ainda mais relevante no contexto do turismo contemporâneo, onde a busca por experiências únicas e memoráveis tem se tornado um dos principais motivadores das viagens. Portanto, para se compreender como essas experiências de transporte são armazenadas na memória, é relevante considerar os tipos de memória descritos por Bear, Connors e Paradiso (2008) e a relação com experiência turística memorável (ETM) discutida por Coelho, Lopes e Fraga (2023) no Quadro 1:

Quadro 1. Tipos de memórias e ETM

Tipos (a)	Descrição e ETM
Memória Declarativa (Explícita)	Relacionada ao armazenamento de fatos e eventos que podem ser conscientemente recordados (a). Por exemplo, turistas podem se lembrar de detalhes específicos de uma viagem de teleférico, como a vista panorâmica ou as emoções sentidas durante o passeio.
Memória não Declarativa (Implícita)	Inclui habilidades e aprendizados inconscientes (a). A exemplos, como a familiaridade com uma rota ou o prazer inconsciente associado a um tipo específico de transporte, que podem influenciar escolhas futuras.
Memória de Curto Prazo	Capaz de reter informações por um período breve (a). A exemplo, como os detalhes de um mapa de transporte num destino turístico.

Memória de Longo Prazo	Onde as experiências significativas são armazenadas e podem ser recuperadas anos após a via (a). Relaciona-se diretamente com o conceito de experiência turística memorável - ETM (b)
------------------------	---

Fonte: Elaboração própria a partir de: (a) Bear, Connors e Paradiso (2008); (b) Coelho, Lopes e Fraga (2023)

No Quadro 1 nota-se que tem dois conceitos chaves, um o temporal (curto e longo prazos) e o outro relativo à consciência (implícito/explicito). Ainda sobre o Quadro 1, a partir de Lent (2010) se complementa essa análise pela perspectiva da atenção e da percepção enquanto constructos, que são aspectos fundamentais no processo de formação de memórias. De acordo com Lent (2010), a atenção é o primeiro passo para que uma experiência seja registrada na memória, pois é através dela que os estímulos relevantes são selecionados e processados.

A noção sobre os tipos de memórias (Quadro 1), por sua vez, desempenham um papel crucial na construção de experiências de turismo que almejam ser consideradas memoráveis. Quando uma experiência turística é associada a fortes emoções positivas ou negativas, essa parece ser mais facilmente armazenada na memória de longo prazo, conforme se observa no debate teórico proposto no Quadro 1 e por Lent (2010).

Como as emoções têm papel essencial na formação das memórias, torna-se relevante distinguir emoções dos sentimentos. Conforme discutido por Damásio (1994) as emoções são respostas automáticas e imediatas a estímulos, como o algo sentido ao observar uma vista deslumbrante durante uma viagem para fins turísticos usando um transportes com características distintas das usuais, a exemplo um teleférico. Por outro lado, os sentimentos, são o resultado da percepção consciente dessas emoções, refletindo uma interpretação mais elaborada e subjetiva da experiência vivenciada. No contexto da experiência turística memorável, tanto as emoções quanto os sentimentos desempenham um papel vital, pois isto se relaciona diretamente sobre como a experiência vivenciada será lembrada e valorizada em curto, médio ou longo prazo.

O modelo circumplexo de Russell (1980) oferece uma abordagem para compreender as emoções em dois eixos principais: valência e ativação, sendo elas, positiva ou negativa e alta ou baixa, respectivamente. No contexto de uma ETM, emoções de alta ativação e valência positiva, como entusiasmo, podem ser sentidas e emoções de baixa ativação e valência positiva, como serenidade, podem surgir nas experiências de transportes como experiências turísticas. Por outro lado, a partir de modelos categóricos como o das emoções básicas de Ekman (1978 apud Lima et al. 2019) possível rastrear as emoções nas experiências turísticas, que são divididas em sete: (1) alegria, (2) tristeza, (3) medo, (4) surpresa, (5) nojo, (6) desprezo e a (7) raiva organizadas

no Quadro 2:

Quadro 2. Emoções e experiências turísticas

Emoções	Relação com as experiências turísticas
Alegria	Emoção vista como positiva, evoca uma sensação de bem-estar e contentamento, sendo essencial para experiências turísticas consideradas satisfatórias.
Tristeza	Pode ser funcional, pois pode auxiliar em processos de reconstrução pessoal, contudo, em linhas gerais a experiência turística que pode levar a tristeza como parte significativa deve considerar aspectos éticos. Por exemplo, no <i>dark tourism</i> , existe o contato com o sofrimento, e isto pode gerar tristeza na vivência da experiência turística.
Medo	Relaciona-se ao perigo percebido (reais ou imaginários), igualmente pode apresentar função protetora que se liga ao comportamento de luta e fuga <sup>1</sup> . Assim, embora algumas atividades turísticas possam promover uma a experiência que leva ao comportamento de luta e fuga, isto precisa ser igualmente tratado do ponto de vista ético.
Surpresa	Muitas vezes a surpresa é seguida por interjeições do tipo “Uau!” , pois trata-se de um acontecimento inesperado. Geralmente a duração é muito breve, depreendendo tanto de situações positivas, quanto negativas. Assim, no turismo o efeito positivo é algo perseguido por planejadores e gestores, uma vez que surpresas positivas podem levar a ETM por conta da emoção provocada.
Nojo	Pode ser provocado por estímulos físicos, como odores ou sabores desagradáveis, ou até mesmo por questões sociais e morais. Logo, em geral, nas experiências turísticas, o nojo não é uma emoção central por desencadear aspectos negativos desta.

<sup>1</sup> Baseia-se na “reação fisiológica associada à adaptação humana [sendo entendido como] (...) o mecanismo neurobiológico (...)” (Viana et al, 2024 p.4).

Desprezo	Dependendo do contexto, essa emoção pode gerar uma sensação de superioridade ou satisfação, ou a sentimentos de rejeição ou distanciamento, enquanto parte de uma defesa. No contexto das experiências turísticas, em geral, o desprezo não é uma emoção desejável.
Raiva	Frequentemente desencadeia reações imediatas de defesa, seja por meio de palavras ou ações físicas, parece sugerir uma resposta a situações de frustração, injustiça ou ameaça. Logo, nas experiências turísticas a raiva pode está implicada com algum aspecto negativo da experiência vivenciada.

Fonte: Adaptado para o contexto das experiências turísticas, a partir das emoções de Ekman (1978 apud Lima et al. 2019).

Ao considerar o transporte como uma parte integral da experiência turística como no estudo de Fraga (2003), é possível entender como diferentes tipos de memória (Quadro 1) e processos cognitivos atencionais, implicando emoções distintas (Quadro 2), contribuem (ou não) para a formação de ETM e podem moldar futuros processos decisórios viagem, ou mesmo sobre indicações para familiares e amigos.

### 3.METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, sendo de natureza qualitativa . A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito ou ajudando a desenvolver hipóteses. Segundo Gil (2008), a pesquisa exploratória é indicada quando o tema de estudo ainda não foi amplamente explorado ou compreendido, sendo ideal para investigação de fenômenos emergentes. A pesquisa descritiva, por outro lado, visa descrever as características de determinado fenômeno ou população, possibilitando a análise de como diferentes variáveis se relacionam (Dencker, 1998). O Quadro 3 permite compreender as duas fases da pesquisa:

Quadro 3. Fases: Fontes e suportes

Fases	Fontes e Suportes
Revisão Narrativa	Publicações de Turismo (2024) Google Acadêmico (2024)

Coleta de dados secundários (n=134 comentários)	Trip Advisor (2025)
Análise Textual	Suporte Voyant Tools (2025)

A partir do Quadro 3, nota-se que a revisão bibliográfica narrativa foi um dos primeiros passos desta pesquisa. Conforme Paul e Criado (2020), a revisão de escopo é um método que permite o mapeio e síntese sobre a literatura já existente sobre determinado tópico, proporcionando uma compreensão abrangente de determinado fenômeno, por outro lado a revisão narrativa se difere, ou seja, não emprega um protocolo.

Já os dados secundários foram coletados de plataformas de avaliação online, como o TripAdvisor, para a obtenção de percepções de turistas sobre o uso do Teleférico do Alemão (2005). O uso da plataforma TripAdvisor (2024), que é a maior plataforma de viagem do mundo, possibilitará uma análise qualitativa (incluindo as frequências de termos) das emoções, sentimentos e memórias relatadas pelos turistas. A população-alvo será composta por turistas que realizaram a visita ao Complexo do Alemão e avaliaram na plataforma Tripadvisor (2025) com uma amostra intencional, selecionando avaliações que mencionam de forma direta ou indireta a experiência de uso do teleférico. A amostragem seguiu critérios de relevância e detalhamento das descrições.

Na terceira fase descrita no Quadro 3, os dados coletados foram submetidos à análise de conteúdo, utilizando-se a ferramenta Voyant Tools (2025). A análise textual será orientada pela busca de padrões textuais (frequência e ocorrência) relativa a expressão de sentimentos que se relacionem com emoções e a experiência turística memorável (ETM) associada ao teleférico. As categorias de análise foram definidas com base nos padrões textuais identificados nas avaliações dos turistas, considerando dois eixos principais: (1) emoções expressas, categorizadas de acordo com os modelos de Ekman (1978 *apud* Lima *et al.*, 2019), abrangendo sentimentos como: alegria, medo, surpresa, tristeza, entre outros; (2) aspectos da experiência turística memorável (ETM), incluindo elementos positivos e negativos relatados na vivência do uso do Teleférico do Alemão. Essa categorização permitiu uma análise mais estruturada das percepções dos turistas, facilitando a interpretação dos resultados.

Os resultados obtidos por meio do Voyant Tools (2025) foram complementados com discussões teóricas conceituais sobre as emoções e memórias ligadas às experiências turísticas relatadas nos online travel reviews (OTRs), ancoradas no referencial teórico da neurociência e psicologia, tais como os conceitos proposto por autores como Damásio (1994) e Bear, Connors e Paradiso (2008). Isso permitiu que as conclusões a respeito da experiência dos turistas quanto a



sentimentos e ETM sejam embasadas não apenas na descrição dos relatos, mas também em uma compreensão mais aprofundada dos processos cognitivos e emocionais envolvidos.

No entanto, é reforçado que uma limitação da ferramenta Voyant Tools (2025) é que essa não opera com um algoritmo de análise de sentimentos automatizado. Dessa forma, foi necessário um trabalho interpretativo para associar os termos identificados na análise textual às emoções descritas no modelo de Ekman (1978 *apud* Lima et al., 2019), adaptando essa categorização ao contexto das experiências turísticas. Portanto, ressalva-se que este processo exigiu uma abordagem qualitativa complementar para garantir uma interpretação mais precisa das percepções aferidas nos comentários, considerando que a ferramenta apenas fornece dados quantitativos sobre frequência e padrões textuais. Assim, a combinação da análise automatizada com uma abordagem interpretativa possibilitou uma leitura mais ampla e aprofundada dos sentimentos expressos pelos visitantes em suas avaliações.

#### **4.RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Nessa seção foi descrito o objeto de estudo, ou seja, o Teleférico do Alemão no Rio de Janeiro (RJ). Na (subseção 4.1.) é apresentado e discutido os resultados alcançados com a metodologia utilizada (subseção 4.2).

##### **4.1. Teleférico do Alemão**

O estudo das mobilidades urbanas e suas relações com o turismo no Rio de Janeiro, notadamente implicando favelas, já foi alvo de estudos como o de Fagerlande (2015) Mees (2015) entre outros. O Teleférico do Alemão apresenta-se como uma infraestrutura de transporte que visa integrar o Complexo do Alemão ao sistema de mobilidade urbana formal no destino turístico Rio de Janeiro. Isso permite reduzir consideravelmente o tempo de deslocamento dos moradores, mas pode assumir um papel chave na experiência turística conforme dados secundários observados na plataforma TripAdvisor (2025). Segundo Cavalcanti e Campos (2022), esta obra de mobilidade urbana apresenta 3,5 km de extensão e seis estações distribuídas estrategicamente sobre os morros da região do Complexo do Alemão no Rio de Janeiro. Como explicado, foi concebida para transformar a mobilidade urbana, já que a viagem no veículo nomeado de gôndola, tem duração de aproximadamente 16 minutos, o que contrastava com os longos percursos a pé previamente necessários.

Além de sua função de transporte, o teleférico foi planejado para ser um elemento de reconfiguração do espaço urbano e isso promove diálogos profícuos com o alargamento do espaço turístico do destino turístico Rio de Janeiro (RJ) para além da zona sul (Monumento

Cristo Redentor, Pão de Açúcar, Jardim Botânico, entre outras atrações). Ainda conforme Cavalcanti e Campos (2022) as estações do teleférico integravam equipamentos e serviços que buscavam dinamizar a economia local e proporcionar novos usos para o espaço público, contribuindo para a “ressignificação” de um território historicamente marginalizado.

Assim, o Teleférico do Alemão, pode ser entendido não só como um equipamento de mobilidade, mas também como um símbolo das ambições e dos desafios envolvidos na tentativa de promover a integração urbana em áreas periféricas, embora tenham interrompido seu funcionamento em 14 de outubro de 2016 (Cavalcanti e Campos, 2022). Conforme Mees (2015) é possível discutir essa ampliação do espaço turístico no Complexo do Alemão para além de roteiros comerciais.

Logo, o retorno do funcionamento do Teleférico do Alemão vinculado na mídia, previsto para 2025 (vide CBN Globo, 2024) dependerá de estratégias sinérgicas entre planejamento de transportes e turismo para avanços e é neste ponto que o conhecimento sobre emoções, sentimentos e memória podem ser elementos chaves para se avançar numa perspectiva inovadora e dialogada com conhecimentos advindos de áreas como as neurociências. A seguir são apresentados e discutidos os resultados.

#### **4.2. Resultados e Discussões**

De 1040 atrações para se visitar no destino turístico Rio de Janeiro, o Teleférico do Alemão ocupava, na data da pesquisa em 05 de fevereiro de 2025, a posição 168 (TripAdvisor, 2025). Sendo que o número de avaliações era de  $n=179$ , sendo os comentários disponíveis foram  $n=134$ , censitário.

A Figura 1 apresenta a nuvem de palavras chamada Cirrus produzida com o suporte do Voyant Tools (2025) levando a compreender os termos mais frequentes do corpus textual. Na Figura 1 ficou evidente que os termos proeminentes em termos de frequência (f) são: teleférico (f=84), alemão (f=63), rio (f=57), passeio (f=57), estação (f=51), vista (f=48), complexo (f=38), comunidade (f=33), estações (f=31), conhecer (f=31), o que demonstra a força da atratividade que o teleférico tem relacionada ao local geográfico que está Complexo do Alemão e cidade do Rio de Janeiro, assim como o estudo de Fraga (2003) no qual o Trem do Corcovado se relacionou com o seu trajeto na Floresta da Tijuca.

Figura 1. Cirrus



A Figura 1, além demonstrar aspectos relativos aos elementos dos transportes, tais como estação e estações que somam ( $f=82$ ) estes quase empataram com o próprio veículo ( $f=84$ ), demonstrando a relevância que o sistema de transportes turísticos tem (via, veículo, força motriz e terminal, vide Palhares, 2002). Por outro lado, em termos de experiências e relação com emoção (s), sentimento(s) e memória(s) os termos são mais escassos, com frequências entre um e duas vezes.

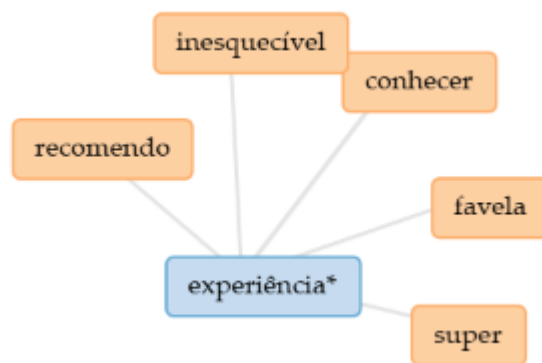
Ressalta-se que os resultados alcançados no presente trabalho indicaram que o Teleférico do Alemão exerceu, quando do seu funcionamento, um papel duplo, ou seja: (a) como infraestrutura de mobilidade, facilita o acesso a áreas marginalizadas; (b) como experiência turística, destaca-se pela vista panorâmica e pela imersão na geografia local, (168° entre 1040 atrações no Rio de Janeiro, conforme TripAdvisor, 2025). Logo, a análise das emoções e sentimentos ao revelar a predominância do medo pode ter neste constructo uma pista relevante para futuros questionários e entrevistas pelo bojo de resultados que subsidiem planejamento e gestão deste equipamento de mobilidade no destino turístico. Ainda, a aferição de adjetivos positivos como "inesquecível" e "recomendo" também são pistas relevantes para futuras pesquisas. Por outro lado, a ambiguidade relatada (medo e inesquecível) evidencia a tensão entre o potencial transformador do teleférico e os estigmas territoriais que tornam sua dinâmica complexa. Assim, as políticas públicas integradas entre mobilidade urbana e turismo devem ser subsidiadas por conhecimentos científicos como os descortinados inicialmente neste trabalho.

Para aprofundar a análise dos resultados, a seguir são apresentados e discutidos estes a partir de outro uso de ferramenta a visualização de Link permitida pelo Voyant Tools (2025) e dividido em dois tópicos para cumprir os objetivos do presente trabalho:

### (a) Caracterização da Experiência vivenciada

Embora com baixa frequência, o termo experiência (f=13) se liga diretamente a termos que parecem ser positivos tais como: inesquecível, conhecer (f=3), recomendo (f=2) e super (f=2). Por outro lado, evidencia a relação geográfica entre o teleférico e a favela (f=2) (v. Figura 2):

Figura 2. Experiência do Teleférico do Alemão (RJ)



Na literatura científica ficou evidente que as emoções, os sentimentos e as memórias desempenham um papel fundamental na experiência turística, pois influenciam a forma como um visitante percebe e se lembra de um destino. Na análise (v. Figura 2) esses elementos não surgem isoladamente, mas são resultado da interação entre fatores externos, como o ambiente e a infraestrutura, e fatores internos, como as expectativas e as vivências anteriores do turista.

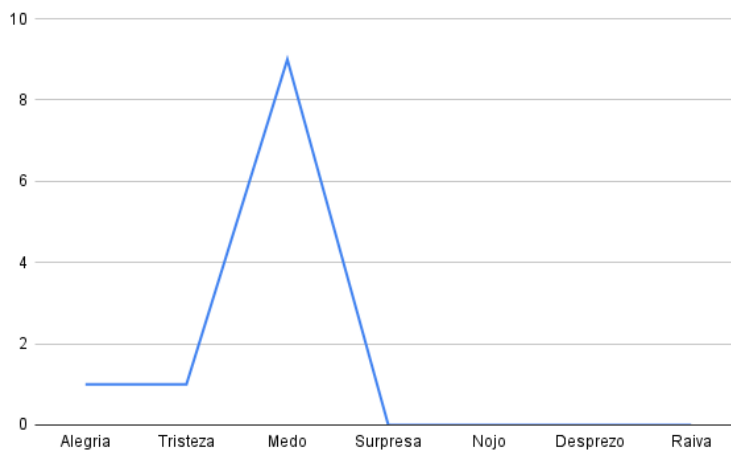
Como destacado por Moyle et al. (2019), as emoções representam uma nova fronteira nos estudos da experiência turística, pois são responsáveis por moldar as memórias e influenciar a percepção dos visitantes. No caso do Teleférico do Alemão, as emoções despertadas a partir da experiência, podem estar ligadas tanto à sensação proporcionada pelo deslocamento aéreo quanto ao contexto social da região, traduzindo-se como: “inesquecível”, “conhecer”, “favela”, “super”, “recomendado”.

### (b) Sentimentos, Emoções e Memórias

Recuperasse Damásio (1994) quando afirma que as emoções são respostas automáticas a estímulos externos, enquanto os sentimentos são a interpretação subjetiva dessas emoções. Assim, experiências com forte carga emocional, sejam elas positivas ou negativas, possuem maior probabilidade de serem armazenadas na memória de longo prazo, como apontado por Bear, Connors e Paradiso (2008). Dessa forma, compreender a relação entre emoções, sentimentos e memórias é essencial para interpretar como os turistas vivenciam e recordam a

experiência no teleférico, influenciando sua reputação como atração turística. As emoções listadas na Figura 3 são baseadas em Ekman (1978 apud Lima et al. 2019) e na adaptação feita no Quadro 2.

Figura 3. Emoções a partir de OTRs Teleférico do Alemão (RJ)



Embora as narrativas dos OTRs não expressem termos relativos às emoções com muitas frequências. Conforme a Figura 3, nota-se que neste recorte da análise das emoções, as mais proeminentes foram respectivamente: o medo ( $f=9$ ), a alegria ( $f=1$ ) e a tristeza ( $f=1$ ). Ou seja, foram relatadas emoções negativas mais que positivas, embora a experiência em si tenha sido positiva com adjetivos tais como: inesquecível, super, recomendado (vide Figura 2).

A análise dos relatos nos OTRs revela uma dualidade na experiência vivenciada no Teleférico do Alemão, qual seja: alguns destacam aspectos positivos da atração, como a vista privilegiada da cidade e a oportunidade de conhecer uma área diferente da zona sul, que tradicionalmente é relacionada com a imagem do Rio de Janeiro. Palavras como “inesquecível” e “recomendo” (v. Figura 2) demonstram que, para alguns, a experiência foi positiva. No entanto, também surgem termos relativos às emoções negativas, como “medo” (v. Figura 3) que podem estar relacionados a fatores como a altura do Teleférico no trajeto, a percepção de vulnerabilidade ou o estigma social associado a favela, contudo isso precisaria ser mais investigado com métodos tais como: questionário, entrevistas etc.

De acordo com o Modelo Circumplexo de Russell (1980), as emoções podem ter alta ativação, e estas que são mais ativadas podem ser mais propensas a serem registradas na memória por conta da intensidade, tornando-se parte da narrativa sobre emoções e sentimentos memoráveis da experiência vivenciada. Além disso, o Modelo das Emoções básicas de Ekman (1978 apud Lima et al., 2019) sugere que emoções, tais como medo e surpresa, podem ser

interpretadas de maneiras distintas dependendo do contexto da experiência vivida e isso demanda um aprofundamento metodológico utilizando entrevistas, questionários e mesmo métodos neurocientíficos tais como codificação facial ou resposta galvânica da pele. A triangulação de métodos tradicionais e neurocientíficos podem ser um diferencial em futuros trabalhos. Assim, a predominância de relatos emocionais sobre “medo” leva a desafios de planejamento e gestão do turismo e transportes.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo teve como objetivo geral compreender a interface entre a mobilidade urbana e o desenvolvimento do turismo, considerando a análise de sentimentos (AS) e suas implicações para formação de experiências turísticas memoráveis (ETM), tendo como estudo de caso o Teleférico do Alemão, localizado no Rio de Janeiro. A partir desse objetivo buscou-se investigar como a infraestrutura de transporte pode influenciar não apenas a acessibilidade e o fluxo de turistas, mas também o papel que as emoções, os sentimentos e as memórias que se formam durante a experiência vivenciada podem ter para o planejamento e a gestão de equipamentos de mobilidade urbana em destinos turísticos.

Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica do tipo narrativa, a partir da qual se mapeou os principais conceitos relacionados à intermodalidade e à interface entre transporte e turismo, destacando contribuições de autores como: Palhares (2002) e Page (2008). De outro lado, essa revisão permitiu contextualizar conceitos como emoção, sentimento e memória com base em autores que dialogam com as perspectivas neurocientíficas. Logo, este trabalho pode contribuir para avanços na interface entre turismo e neurociências, o que vem sendo nomeado de neuroturismo, vide Cardoso et al. (2024).

Ainda em termos metodológicos, na sequência, procedeu-se à coleta de dados secundários, extraídos de avaliações disponíveis na plataforma digital TripAdvisor (2025). A formação do corpus textual permitiu a análise dos dados, conduzida com o suporte do software disponível online Voyant Tools (2025). Em suma, o uso de ferramentas do Voyant Tools (2025), tais como: Cirrus e Link permitiram a identificação de termos por frequência e concorrência. Assim, emoções, sentimentos e memórias foram discutidos a partir da vivência relatada. Uma limitação do Voyant Tools (2025) é que ele não opera com algoritmo de Análise de Sentimentos, o que demandou um esforço adicional com a adaptação das emoções de Ekman (1978 apud Lima et al. 2019) para o universo das experiências turísticas (v. Quadro 2).

Outra limitação foi a escassez de referências bibliográficas específicas sobre a interface entre mobilidade urbana, turismo e análise de sentimentos, o que restringiu o aprofundamento

teórico conceitual, e isto pode ser avançado a partir de Revisões Sistemática da Literatura (RSL) a ser empreendida em futuros estudos. Além disso, a utilização exclusiva de dados provenientes de avaliações online pode não ter captado a totalidade das nuances das experiências vivenciadas, considerando a subjetividade dos relatos, logo futuros estudos podem utilizar de metodologias complementares, incluindo questionários e entrevistas, salvo a submissão de projetos a Comitê de Ética (CEP), uma vez que isto implicaria dados primários com seres humanos.

Elucida-se que as abordagens interdisciplinares, incluindo conhecimentos de neurociência e psicologia e turismo, podem contribuir decisivamente para uma compreensão mais aprofundada e inovadora de como as emoções e sentimentos são processados, e ainda, como estes influenciam a formação de memórias de curto, médio e longo prazo, relacionadas à experiência turística.

Além da percepção dos turistas, é fundamental considerar também a perspectiva dos moradores da região no planejamento do turismo, as OTRs podem incluir ambos, embora uma limitação metodológica tenha sido separar estes dois grupos. O que é relevante pois o teleférico não é apenas uma atração turística, mas uma parte da rotina da comunidade. As emoções e sentimentos dos residentes podem fornecer *insights* sobre como essa infraestrutura de mobilidade impacta o cotidiano e a sua relação com o turismo. Corroborando, Fagerlande (2015), detalha que o desenvolvimento do turismo em áreas periféricas precisa levar em conta tanto a experiência do visitante quanto a realidade dos moradores, garantindo que a atividade turística não apenas valorize o destino, mas também traga benefícios concretos para a população local. Dessa forma, incluir futuras pesquisas sobre o olhar dos moradores na formulação de estratégias entre o teleférico e o turismo pode contribuir para uma aquisição de conhecimento científico sobre: (1) gestão mais sustentável e equilibrada quanto aos atores e organizações implicados; (2) vislumbrar novas formas de se reduzir possíveis conflitos entre turismo e a vida cotidiana no espaço urbano.

Por fim, a melhoria na gestão dos sistemas de transportes urbano, associada a uma abordagem que considere os aspectos comportamentais e cognitivos dos usuários (incluindo os turistas e moradores), têm o potencial de transformar não somente as atrações turísticas derivada destes transportes, mas os próprios destinos turísticos, entregando de maneira mais personalizada aquilo que se tem como expectativa da demanda. Assim, fortalecendo tanto a competitividade dos destinos quanto a colaboração entre destinos em prol da experiência turística advinda da mobilidade urbana.

## REFERÊNCIAS

- A.C. **Como fazer pesquisa qualitativa**. São Paulo Atlas, 2021.
- ARRUDA, B. B. **Emoções e perturbação emocional: reconhecimento de expressões faciais**. Porto, Portugal: Universidade Fernando Pessoa, 2015.
- BEAR M. F., CONNORS B. W., & PARADISO, M. A. **Neuroscience: Exploring the Brain** (3rd ed.), 2008.
- CARDOSO, Lucília et al. Demystifying neurotourism: An interdisciplinary approach and research agenda. **European Journal of Tourism Research**, v. 36, p. 3618-3618, 2024.
- CAVALCANTI, Mariana; CAMPOS, Marcos. **A Fantástica Obra da Paz: o Teleférico do Alemão e a produção de infraestrutura urbana no Rio de Janeiro**. *Dados*, v. 65, n. 2, p. e20200212, 2022.
- CBN GLOBO. **Teleférico do Alemão só deve ficar pronto em 2025; peças para reparo custam quase R\$100 milhões**. Pedro Bohnenberger. Atualizada em: 11.04.2024. Disponível em <<https://encurtador.com.br/vHVmO>> Acesso em: 27.02.2025.
- COELHO, M.; LOPES, J.M.M.; FRAGA, C.C.L. Por uma nova agenda de pesquisa em Turismo e Neurociências: Como a memória tem sido incorporada em estudos de experiência turística?. **Revista de Turismo Contemporâneo**, 11 (2), 2023.
- CUNHA LIMA, Felipe Borborema; LEOTI, Alice; PEREIRA, Tércio. As emoções dos visitantes das Ruínas de São Miguel das Missões/RS expressadas no TripAdvisor. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**. [S. l.], v. 13, n. 3, p. 70–89, 2019. DOI: 10.17648/raoit.v13n3.5617. Disponível em: <https://publicacoes.unigranrio.edu.br/raoit/article/view/5617>. Acesso em: 18 fev. 2025.
- DAMÁSIO A. R. **O Erro de Descartes: Emoção, Razão e o Cérebro Humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.
- FAGERLANDE, S. M. R. (ed.). Mobilidade e turismo em favelas cariocas. **Caderno Virtual de Turismo**, 15 (3), 2015.
- FRAGA, C.C.L. (2003). **Trem do Corcovado: Experiência turística ou funcional?** Trabalho de Conclusão de Curso. Bacharelado em Turismo. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).
- LENT, R. **Cem Bilhões de Neurônios: Conceitos Fundamentais de Neurociência**. São Paulo: Atheneu, 2010.
- LIMA, F. B. C., LEOTI, A., & PEREIRA, T. As emoções dos visitantes das Ruínas de São Miguel das Missões/RS expressadas no TripAdvisor. **Revista Acadêmica Observatório De**



**Inovação do Turismo**, 13(3), 70-89, 2019.

LOHMANN, G., & DUVAL, D. T. Destination morphology: A new framework to understand tourism–transport issues?. **Journal of Destination Marketing & Management**, 3(3), 133-136, 2014.

MARQUES, C.B.; SANTOS, C.H.S. A mobilidade urbana, turismo e a política pública. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, 4(21/22), 353-364, 2014.

MEES, L. A. L. Espaços turísticos construídos no Complexo do Alemão por roteiros comerciais. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, 5, 43-53, 2015.

MOYLE, Brent D. et al. **The next frontier in tourism emotion research**. Current Issues in Tourism, v. 22, n. 12, p. 1393-1399, 2019.

PAGE, S.J. **Transportes e Turismo**. Bookman: Porto Alegre, 2008.

PALHARES, G.L. **Transportes Turísticos**. São Paulo: Aleph, 2002. GIL,

PAUL, Justin; CRIADO, Alex Rialp. **The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know?**. International business review, v. 29, n. 4, p. 101717, 2020.

TRIPADVISOR (2025). **Teleférico do Alemão**. Disponível em <<https://encurtador.com.br/LfYrS>> Acesso em: 05.02.2025.

TRIPADVISOR (2024) **Quem somos**. Disponível em <<https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>> Acesso em: 10 set.2024. TripAdvisor

VIANNA A. B., ALMEIDA, A. C. S., Pereira, A. L. da S., SROUR H. A., LEMOS, L. M. G., LIMA, W. L. da C., & FERREIRA, Y. T. (2024). A triabilidade neurobiológica do mecanismo de luta e fuga: Uma nova perspectiva. **Revista Contemporânea**, 4(5), e3896. <https://doi.org/10.56083/RCV4N5-022>.

VOYANT TOOLS (2025). Disponível em <<https://voyant-tools.org/>> Acessado em: 27 de fevereiro de 2025.