

**PARQUE NACIONAL DA TIJUCA SOB AS LENTES DOS SEUS VISITANTES:
ANÁLISE DE PUBLICAÇÕES DO INSTAGRAM NO PICO DA TIJUCA/RJ**

JULIANE DO NASCIMENTO FERREIRA¹

NATÁLHA SANT'ANNA GOMES²

WELERSON MENEZES RODRIGUES DE OLIVEIRA³

DOI: <https://doi.org/10.47977/2318-2148.2026.v14n19p01>

RESUMO

As Unidades de Conservação (UC) são palco para a pesquisa e o ecoturismo e conciliam preservação e uso público, com destaque para a categoria Parque Nacional (Parna). O Parna Tijuca, notável pela Mata Atlântica e pelo alto volume de visitas, foi o foco desta pesquisa, que objetivou analisar o uso público no Pico da Tijuca via Instagram para identificar comportamentos e subsidiar a gestão. A metodologia qualitativa aplicada foi análise de conteúdo em 72 imagens e legendas. Os resultados revelaram que as postagens centram-se no indivíduo (83% das fotos sozinhos), com 66% dos visitantes posando para a câmera. Isso transforma a trilha e o mirante em cenários para afirmação pessoal, sugerindo forte individualismo. Essa superficialidade reflete-se em impactos ecológicos, como o pisoteio de vegetação e abertura de possíveis trilhas sociais. Além disso, a reprodução desses comportamentos nas redes sociais pode incentivar práticas inadequadas. Sugere-se que o parque implemente ações de educação ambiental utilizando a linguagem do Instagram para promover o uso público responsável e a proteção do patrimônio natural.

Palavras-chave: Unidades de Conservação. Gestão de uso público. Mídia social. Análise de imagens.

**TIJUCA NATIONAL PARK THROUGH THE LENS OF ITS VISITORS: AN
ANALYSIS OF INSTAGRAM POSTS AT TIJUCA PEAK (RJ)**

ABSTRACT

Protected areas support both research and ecotourism while reconciling environmental conservation with public use; national parks are particularly important in this regard. Tijuca National Park, renowned for its Atlantic Forest and high levels of visitation, was the

¹ Graduada em Ciências Biológicas. Mestre em Ecologia pelo Programa de Pós-Graduação em Ecologia da UERJ, Rio de Janeiro. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências, Ambiente e Sociedade na UERJ, Rio de Janeiro. E-mail: julianenascf@gmail.com

² Graduada em Ciências Biológicas. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências, Ambiente e Sociedade na UERJ, Rio de Janeiro. E-mail: natalhasantanna@hotmail.com

³ Graduado em Ciências Biológicas. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ensino de Ciências, Ambiente e Sociedade na UERJ, Rio de Janeiro. E-mail: welersonmro@gmail.com

focus of this study, which aimed to analyze public use at Tijuca Peak through Instagram to identify visitor behavior and inform park management. A qualitative content analysis was conducted on 72 images and their captions. The results showed that the posts focused primarily on the individual: 83% of the photographs depicted visitors alone, and 66% showed visitors posing for the camera. This turns the trail and viewpoint into backdrops for self-affirmation, suggesting pronounced individualism. This superficiality is reflected in ecological impacts, including vegetation trampling and the possible creation of social trails. Furthermore, the reproduction of these behaviors on social media may encourage inappropriate practices. The study recommends that the park implement environmental education initiatives using Instagram's language to promote responsible public use and protect its natural heritage.

Keywords: Protected areas. Public use management. Social media. Image analysis.

INTRODUÇÃO

As Unidades de Conservação (UC) no Brasil, de acordo com a Lei n.º 9.985, de 18 de julho de 2000, do Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC), capítulo I, art. 2º, compreendem um espaço territorial – instituído legalmente pelo Poder Público – cuja finalidade é a conservação da natureza (Brasil, 2011).

Assim, a existência de uma UC implica uma relação entre a natureza e a sociedade, o que incentiva a conservação ambiental planejada e gerida, o estímulo à pesquisa, o ecoturismo, além da valorização das populações tradicionais que vivem em territórios constituídos como UC de uso sustentável (Brasil, 2011; Queiroz, 2018). Ademais, o apoio e incentivo de instituições públicas e privadas garantem o funcionamento e ordenamento destas áreas para o bem viver sustentável, tornando mais eficientes os esforços de preservação da natureza. Dessa forma, para alcançar os objetivos e benefícios relacionados às UC é necessário um efetivo processo de gerenciamento desses territórios (Meireles; Santos; Pimentel, 2018).

No contexto brasileiro, essa tipologia de área protegida pode ser gerida por órgãos executores específicos em âmbitos federativos distintos, tais como o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), órgãos estaduais e municipais (Brasil, 2011). Estes possuem como função basilar implementar o SNUC e subsidiar as propostas de criação e gestão dessas áreas em suas esferas de atuação (Brasil, 2011). Portanto, a gestão pública é a ponte crucial para alcançar os objetivos essenciais das UC,

não apenas na implantação, mas também na implementação e no monitoramento com base nas características e restrições específicas de cada grupo e categoria.

A despeito da categoria de manejo, as UC convergem para a conservação ambiental, o que abrange a biodiversidade, os elementos naturais e a diversidade cultural (Rinaldi, 2005), bem como a promoção de seu uso público, que possibilita a inserção social e aproximação da sociedade nas pautas conservacionistas (Brasil, 2011).

De modo geral, o uso público pode ser compreendido como formas de utilização indireta da UC e seus recursos, sejam por atividades científicas, educacionais, turísticas, recreativas e outras alinhadas aos ideais de sustentabilidade e mitigação de impactos (Ministério do Meio Ambiente [MMA], 2006; Pimentel, 2013; Vallejo, 2013). Diante disso, entre as Unidades de Proteção Integral, a categoria Parque Nacional (Parna) se destaca por possibilitar uma maior proximidade entre a conservação e o uso público, além de ser a primeira categoria de UC criada no Brasil (Brasil, 2011). De acordo com o ICMBio (2024), no ano de 2023, os Parnas apresentaram um registro histórico de 11,8 milhões de visitas, tendo como líder no ranking o Parque Nacional da Tijuca no Rio de Janeiro, com cerca de 4 milhões de visitas.

O Parna Tijuca, criado em 1961, está localizado na cidade do Rio de Janeiro, na região metropolitana do estado (Ministério do Meio Ambiente [MMA]; ICMBio, 2008). Sua área atual era ocupada pelos Tupinambás, que a conservaram através de manejo próprio até a metade do século XVII. Já a partir do século XVII, após a invasão europeia, a ocupação portuguesa começou a explorar o espaço, tomando posse de alimentos e madeira – principalmente desta última, para uso de lenha e carvão (MMA; ICMBio, 2008).

A necessidade exploratória da madeira e a produção agrícola da cana e do café na área do Parna Tijuca, até o século XIX, caracterizou o desmatamento e a redução da água potável para toda a região ao redor do parque. Com isso, o governo de Dom João, em 1844, impôs medidas nas áreas afetadas com a produção agrícola. As medidas se alinhavam à desapropriação em áreas de nascentes, restauração e conservação das matas do parque (MMA; ICMBio, 2008).

Dessa maneira, foi criada, em 1860, a Secretaria de Estado dos Negócios da Agricultura, Comércio e Obras Públicas, com o objetivo de proteção às nascentes; e, em

1861, as “Instruções Provisórias para o Plantio e Conservação das Florestas da Tijuca e Paineiras”. Apesar da boa intenção no processo de restauração da área, que no futuro seria do Parque Nacional, o plantio ocorreu de forma desregulada, o que ocasionou a introdução de espécies exóticas como *Eucalyptus spp.* e *Pandanus spp.* Além disso, a região da Floresta foi sendo modificada pelo paisagismo a fim de torná-la atraente para a visitação pública, por meio da construção, em seu interior, de pontes, praças, jardins, chafarizes e outras estruturas (Malta; Costa, 2009). Segundo os autores, tal finalidade foi alcançada somente em 1945, com a administração de Raymundo Castro Maya.

O Parna Tijuca se configura como uma das UC mais importantes para as pesquisas científicas, por abrigar remanescentes de Mata Atlântica, por ser uma área de relevância ecológica internacional, pelas pressões antrópicas oriundas de sua localização e pelos exemplos em projetos de restauração ecológica (Bueno, 1998; Malta; Costa, 2009). Outro fator determinante é a atratividade e o recorde brasileiro em visitação pública (ICMBio, 2024), possibilitando que outros órgãos e gestores tenham este parque como referência em relação à gestão, especialmente a de uso público.

Em se tratando de gestão de uso público, algumas pesquisas têm se dedicado a novas possibilidades de contribuição para a área por meio de técnicas alternativas como o uso de imagens e/ou mídias sociais (Albach; Edling; Moreira, 2021; Araujo-Batlle; Garay-Tamajón; Morales-Pérez, 2023; Pimentel *et al.*, 2020; Vale; Carvalho; Moreira, 2019). Em relação ao uso de imagens, Pimentel *et al.* (2020) constataram que tal análise pode auxiliar no processo gerencial da UC, por meio do monitoramento comportamental dos visitantes, e no referenciamento de tomadas de decisões. Ademais, possibilita a delimitação no número de pessoas num atrativo, o que tende a potencializar a percepção do visitante sobre a UC e melhorar a qualidade da experiência em compatibilidade com os objetivos da categoria de manejo. Nessa direção, Vale, Carvalho e Moreira (2019) indicam que a análise da reputação de áreas protegidas em mídias sociais garante a melhoria na oferta de serviços e nas ações de manejo para a equipe gestora de UC.

Semelhantemente, Albach, Edling e Moreira (2021) concluem que a análise de *hashtags* em legendas na mídia social Instagram possibilita contribuições para a gestão de uso público por apresentar aspectos relevantes sobre a UC, com destaque para o turismo de

aventura e ecoturismo, garantindo o fortalecimento e o desenvolvimento econômico local. Em relação à análise de postagens geolocalizadas no Instagram, Araujo-Batlle, Garay-Tamajón e Morales-Pérez (2023) apontam que esta contribui para a identificação de atividades e de novos destinos – inexplorados e/ou vulneráveis – que possam oferecer riscos, tensionando o modelo de gestão de áreas protegidas.

Isto posto, Queiroz (2018, p. 24) afirma que as UC apresentam um conceito identificado como:

a identidade que as pessoas têm com o local de vivência, produto das relações sociais que estabelecem com uma possibilidade para a manutenção de um determinado patrimônio ambiental. Deve-se buscar – através de pesquisas e investimentos governamentais – novas formas de gestão e uso público, visando superar as dificuldades e reduzir as inúmeras ameaças a esses lugares.

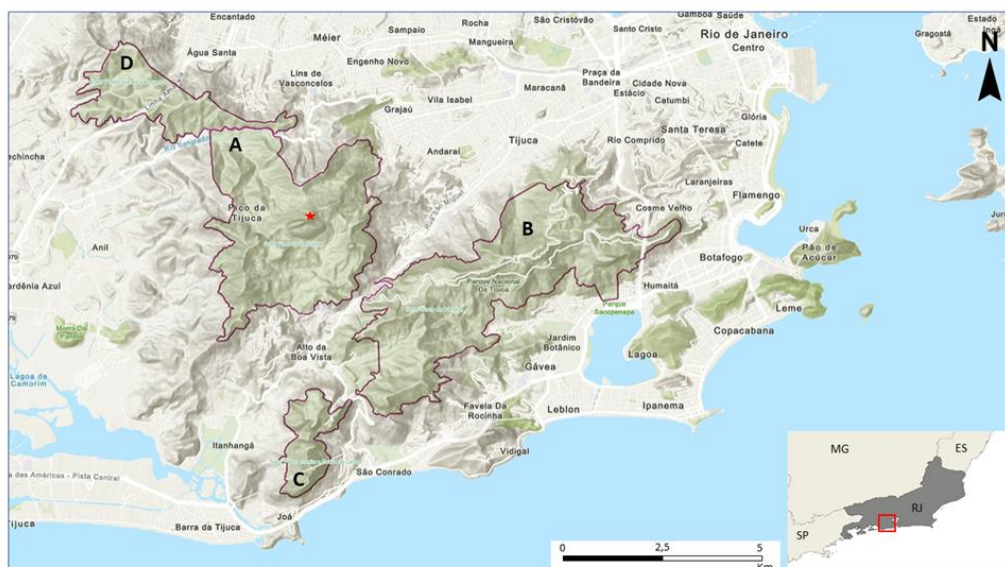
Logo, para conservar é preciso uma reconexão entre natureza e sociedade, considerando novas percepções sobre a temática ambiental através das UC. Baseado nisso, este artigo visa analisar publicações na mídia social Instagram sobre o Pico da Tijuca, no Parque Nacional da Tijuca, observando a relação entre visitantes e parque, os comportamentos deles e formas de usufruto desse território. Dessa forma, espera-se identificar a situação atual do Parna Tijuca e subsidiar a gestão de uso público por meio de mídias sociais.

METODOLOGIA

Área de estudo

O Parna Tijuca, criado pelo Decreto n.º 50.923, de 6 de julho de 1961, sob o nome “Parque Nacional do Rio de Janeiro”, é uma UC de proteção integral sob gestão do ICMBio. O parque está localizado no Maciço da Tijuca, totalmente inserido na região centro-metropolitana do município do Rio de Janeiro, nas coordenadas 22º 55’ S, 23º 00’ S e 43º 11’ W, 43º 19’ W (MMA; ICMBio, 2008). Apesar da sua proximidade a um grande centro urbano, esta UC possui cerca de 3.958 hectares de extensão territorial, abrigando remanescentes vegetais de Floresta Ombrófila Densa do bioma Mata Atlântica (ICMBio, 202-?; MMA; ICMBio, 2008).

Nesse contexto, a área do Parna é dividida em quatro setores, definidos por características ambientais, uso e ocupação e, também, pelo estado de conservação dos seus remanescentes (MMA; ICMBio, 2008). Um dos setores em destaque é o da Floresta da Tijuca, devido ao seu potencial de atrativos históricos, culturais e naturais, especialmente em relação ao uso público (Neves; Costa, 2019). Nesse setor encontra-se o Pico da Tijuca (Figura 1), com 1.021 metros, considerado o ponto de maior altitude do Parna e, conseqüentemente, um dos mais atrativos do parque (MMA; ICMBio, 2008; Neves; Costa, 2019).



Fonte: Adaptada de Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (2020), com modelo de apresentação baseado em Bicalho e Mynssen (2020).

Legenda: O mapa apresenta a delimitação dos setores do parque: Floresta da Tijuca (A), Serra da Carioca (B), Pedra Bonita/Pedra da Gávea (C) e Pretos Forros/Covança (D). A estrela vermelha indica a localização do Pico da Tijuca, e o quadrante inferior direito destaca a posição geográfica do parque no estado do Rio de Janeiro, Brasil.

Figura 1. Localização e setores do Parque Nacional da Tijuca.

O Pico é acessível somente por trilha ou escalada, sendo essas as principais atividades de uso público realizadas devido às características próprias do local. Desse modo, a Trilha do Pico da Tijuca é acessada pelo portão de entrada do Setor Floresta do Parna, na Praça Afonso Viseu, no Alto da Boa Vista. Posteriormente, segue o caminho pela Estrada da Cascatinha até o Largo do Bom Retiro, onde se inicia a trilha propriamente dita, seguindo uma escadaria com 117 degraus talhados na pedra (Neves; Costa, 2019). Segundo

as autoras, o seu platô permite uma visualização de 360° da cidade do Rio de Janeiro, tornando-se referência para o montanhismo.

Procedimentos de análise

Esta pesquisa possui abordagem qualitativa, cuja premissa é o aprofundamento nos sentidos que emergem dos dados coletados (Minayo, 1994). Assim, foram coletadas imagens e suas respectivas legendas, publicadas entre janeiro e setembro de 2025, por meio da geolocalização do Pico da Tijuca na mídia social Instagram. A escolha da geolocalização da mídia ocorre pela possibilidade de os usuários terem acesso direto ao destino da imagem, pela coleta de dados em ordem cronológica e pela possibilidade de replicação do método de coleta.

Na sequência, foram utilizados critérios de inclusão, tais como publicações geolocalizadas no Pico da Tijuca, com legendas dotadas de linguagem verbal e realizadas por perfis pessoais. Em caso de postagens no modo “carrossel”, apenas a primeira imagem da publicação foi selecionada, a fim de evitar imagens de uma mesma publicação e o enviesamento da análise dos dados. Já nos critérios de exclusão, foram descartadas publicações no formato de vídeo, sem legenda ou com legendas não verbais, e aquelas realizadas por perfis de órgãos públicos, instituições ou empresas de turismo.

Portanto, foram selecionadas as oito primeiras imagens publicadas em cada mês do período supracitado, totalizando 72 publicações. Pelo fato de o Parna Tijuca ser amplamente visitado e, conseqüentemente, ter inúmeras publicações no Instagram, foi estabelecido um quantitativo divisível pelos três autores do artigo para que pudessem ser realizadas as análises. Para o processo de organização de dados, foi criado um banco de informações constando: URL da publicação, perfil pessoal e legenda da publicação.

Posteriormente, os resultados foram analisados por meio da adaptação da técnica de análise de conteúdo segundo Laurence Bardin (2016), os quais foram submetidos às etapas de observação flutuante das imagens e leitura de legendas, seguidas pela elaboração de indicadores, categorização, exploração do material, tratamento dos resultados e interpretações. Assim, observou-se como o público se comporta ao utilizar o espaço, tendo

em vista as atividades recreativas realizadas, os tipos de usuários e suas reações nas respectivas postagens, a localização da trilha e da imagem, além da sua característica.

Vale destacar que, nesta pesquisa, adaptaram-se determinados indicadores e categorias criados por Pimentel *et al.* (2020), ao passo que novos foram criados e revisados ao observar as imagens e os textos das publicações. Nesse sentido, a sistematização desses dados foi construída e revisada por cada coautor desta investigação, garantindo o aprimoramento do processo analítico (Quadro 1).

CATEGORIAS					
Localização da imagem	Indivíduos	Atividades recreativas	Características da imagem	Localização na trilha	Mensagem transmitida na legenda
Indicadores					
1) na trilha 2) possível caminho social	1) 0 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 6) 5 7) > 5	1) esporte 2) contemplação individual 3) contemplação acompanhado 4) caminhando 5) saltando 6) montanhismo 7) posando 8) interação social 9) interação casal	1) paisagem 2) detalhamento biótico 3) detalhamento abiótico 4) orientação de caminho 5) indivíduo, casal ou grupo	1) Largo do Bom Retiro 2) Tijuca Mirim 3) escadaria final 4) no meio da trilha 5) topo	1) realização pessoal 2) reflexão 3) beleza 4) espiritualidade 5) informativo 6) saúde física 7) contexto temporal/festivo 8) autoimagem 9) nostalgia 10) saúde mental 11) romance

Fonte: Adaptado de Pimentel *et al.* (2020).

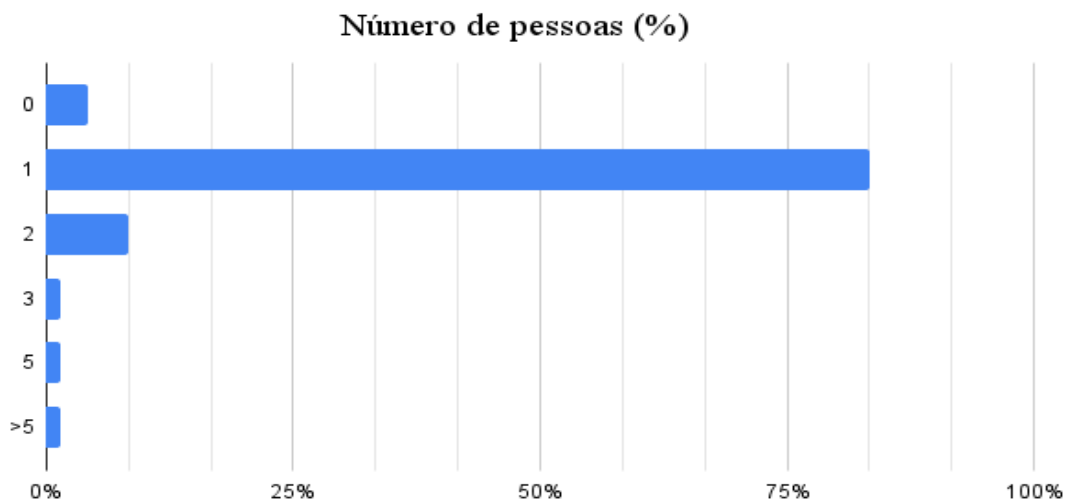
Quadro 1. Principais parâmetros e indicadores avaliativos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise do número de pessoas presentes nas imagens revela uma predominância de fotografias individuais (Figura 2). Registros individuais representaram aproximadamente 83% do total ($n = 60$); destes, a maioria foi capturada por terceiros, com a ocorrência de apenas uma selfie. As imagens com duas pessoas corresponderam a apenas 8% ($n = 6$), indicando que interações sociais aparecem de forma limitada. Fotografias sem pessoas somaram 4% ($n = 3$), geralmente relacionadas à paisagem. Já imagens com três, cinco ou mais de cinco pessoas apareceram cada uma com frequência de 1% ($n = 1$), sendo pontuais e vinculadas a situações muito específicas, como quando as pessoas estão tirando selfies e outras aparecem ao fundo acidentalmente.

É relevante notar que a principal distinção em relação a outros aplicativos de captura de imagens é que o Instagram integra o ato de fotografar ao compartilhamento imediato em sua própria rede social, fazendo da fotografia o eixo central das interações realizadas na plataforma (Pires, 2013). Dessa forma, o Parque Nacional muitas vezes não aparece como o foco principal, mas como um elemento que compõe a estética e o sentido da imagem, sendo frequentemente utilizado como cenário para a construção da experiência que se quer compartilhar.

Nesse contexto, a fotografia deixa de cumprir predominantemente um papel de registro ou memória e passa a funcionar como um meio de interação social focado mais no que o usuário quer transmitir em relação a si, o que será constatado mais adiante em relação às legendas das fotografias. Pires (2013) observa que o ato de fotografar se consolidou menos como registro e mais como necessidade de compartilhar momentos e práticas – o que se articula diretamente com a forma como os visitantes destacam o parque em suas postagens.



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Figura 2. Número de pessoas registradas nas imagens obtidas no Instagram na trilha do Pico da Tijuca.

No que diz respeito ao local das fotografias, nota-se que 45 registros foram realizados dentro dos limites designados da trilha, considerando o caminho até chegar ao topo e o próprio topo, enquanto 27 correspondem ao que se caracteriza como possível caminho social através das imagens selecionadas (Figura 3). Essa distinção é relevante porque as trilhas sociais, resultantes do desvio dos visitantes em relação ao percurso formal, constituem trajetos que surgem de forma não planejada e passam a atrair novos usuários justamente por se tornarem visualmente reconhecíveis (Johnson; Vande Kamp, 1996). Sendo assim, a identificação de possíveis trilhas sociais sugere áreas específicas onde deve ser realizado o manejo adequado, de modo a evitar que estas se tornem áreas de risco.



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Figura 3. Porcentagem de pessoas utilizando a trilha ou o possível caminho social na trilha do Pico da Tijuca.

Cabe ressaltar que as redes sociais exercem um impacto significativo sobre seus usuários ao possibilitar a circulação de opiniões, emoções, comportamentos e atitudes (Goldsmith, 2015). O fluxo constante de conteúdos compartilhados acaba despertando desejos, moldando motivações e influenciando práticas cotidianas. Essa dinâmica faz com que as redes se tornem um espaço capaz de alterar modos de pensar e agir. Nesse sentido, quando determinadas práticas registradas no ambiente natural, como subir em árvores, caminhar sobre vegetação sensível ou posicionar-se em áreas não destinadas ao uso – atitudes encontradas no presente estudo –, são reiteradamente expostas como comportamentos desejáveis ou esteticamente valorizados, elas podem contribuir para naturalizar esses gestos.

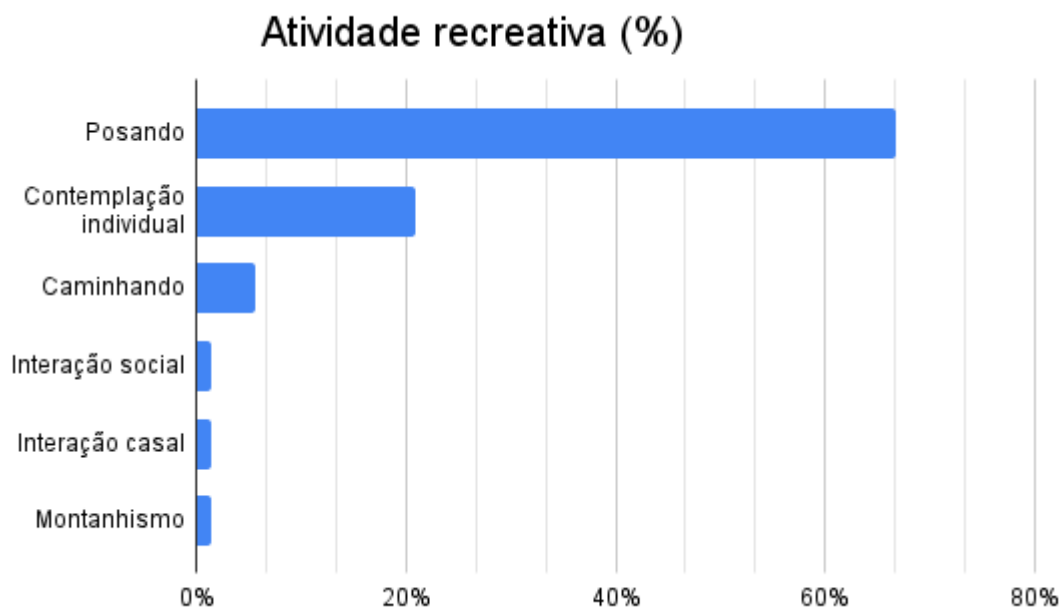
Assim, a repetição visual desses comportamentos nas redes tende a legitimar sua reprodução por outros visitantes, ampliando o risco de impactos negativos, especialmente em locais mais frágeis ou já sujeitos ao pisoteio e à formação de trilhas sociais. Estudos sobre turismo e redes sociais demonstram que conteúdos compartilhados por visitantes podem desencadear “efeitos virais”, intensificando fluxos turísticos e contribuindo para

processos de degradação ambiental em áreas naturais (Ruiz-Scarfuto; Svets; Gutounig, 2020). Diante disso, são necessárias medidas para sanar tais problemáticas.

As trilhas sociais surgem quando a vegetação é repetidamente pisoteada pelos visitantes, criando caminhos informais que podem gerar impactos ecológicos duradouros (Johnson; Vande Kamp, 1996). De acordo com Cole e Monz (2002), elas se formam rapidamente e, uma vez estabelecidas, tornam-se difíceis de recuperar. Além disso, por se tornarem visualmente evidentes, passam a atrair mais usuários, o que acelera sua expansão e intensifica os danos à vegetação e ao ecossistema. Esses impactos geralmente não são intencionais, pois muitos visitantes desconhecem as consequências de utilizar esses caminhos.

No presente estudo, observou-se que a área mais afetada por esse tipo de uso foi o topo do Pico da Tijuca, onde muitos visitantes caminham próximo às bordas, sentam ou pisam diretamente sobre a vegetação rasteira, contribuindo para o desgaste registrado nas fotografias. De acordo com a literatura, o tráfego em trilhas pode provocar redução da cobertura vegetal, substituir espécies mais sensíveis e compactar o solo, diminuindo sua infiltração e aumentando o escoamento superficial (Tivy; O'Hare, 1981). Esse cenário é relevante no Pico da Tijuca, cuja vegetação é majoritariamente secundária, em avançado processo de regeneração e composta por arbustos e herbáceas (Drummond-Alves; Antonini; Nunes-Freitas, 2017). Resultados semelhantes foram observados por Rocha *et al.* (2020) em outra trilha do Parna Tijuca, onde foram encontradas áreas pisoteadas fora da trilha principal, o que poderia causar perda de espécies e compactação do solo – processo que também reduz a aeração e a movimentação da água e dificulta o crescimento das raízes.

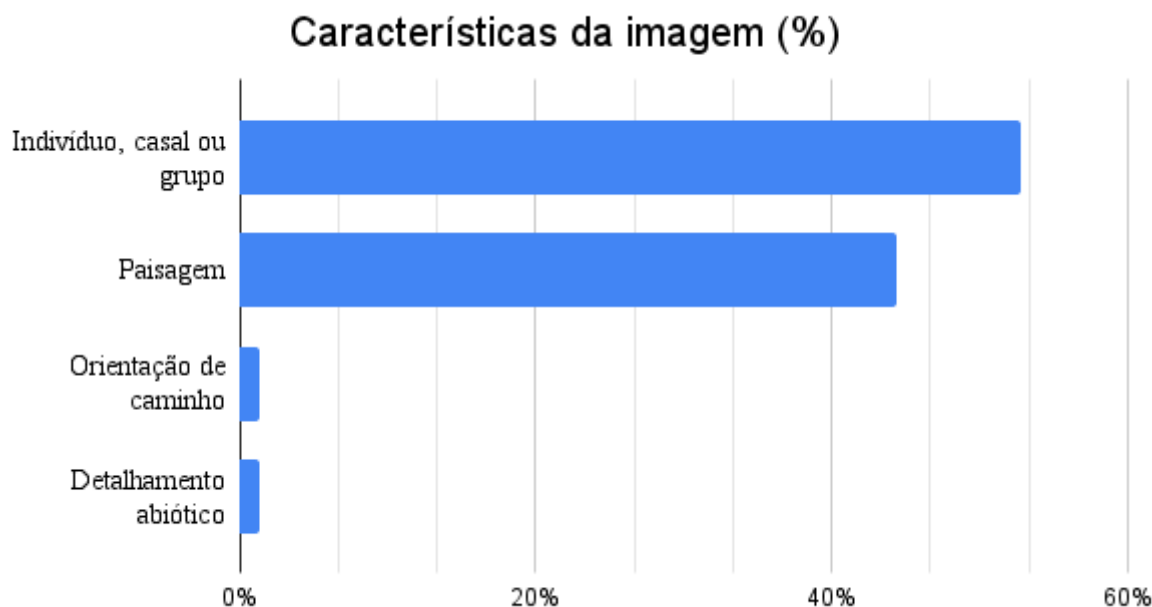
A atividade recreativa mais frequentemente representada é o ato de posar para fotos, correspondendo a 66% das ocorrências (Figura 4). Esse dado indica que as postagens têm, em sua maioria, um caráter estético e de registro pessoal. A contemplação individual aparece em aproximadamente 21% das imagens, sendo momentos de interesse em demonstrar na rede social conexão subjetiva com a paisagem natural. Atividades em movimento, como caminhar, são pouco presentes, seguidas de atividades sociais e de atividades físicas, como o montanhismo.



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Figura 4. Porcentagem de atividades recreativas retratadas nas imagens obtidas no Instagram na trilha do Pico da Tijuca.

Quanto às características gerais das imagens, há a predominância de fotografias que focam nos indivíduos, sendo aproximadamente 53% do total (Figura 5). Isso sugere um uso da trilha como cenário para autorrepresentação. Por outro lado, 44% das postagens têm a paisagem como plano principal, embora frequentemente ainda incluam a presença de alguém na cena. Elementos menos comuns, como registros voltados à orientação do caminho ou ao detalhamento abiótico, aparecem de forma quase residual. Essa baixa atenção aos elementos naturais repete o padrão observado por Pimentel *et al.* (2020) e indica a necessidade de ações de Educação Ambiental (EA) e interpretação para ampliar o olhar dos visitantes sobre a biodiversidade e os processos ecológicos do local.



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Figura 5. Porcentagem das principais características das imagens na trilha do Pico da Tijuca.

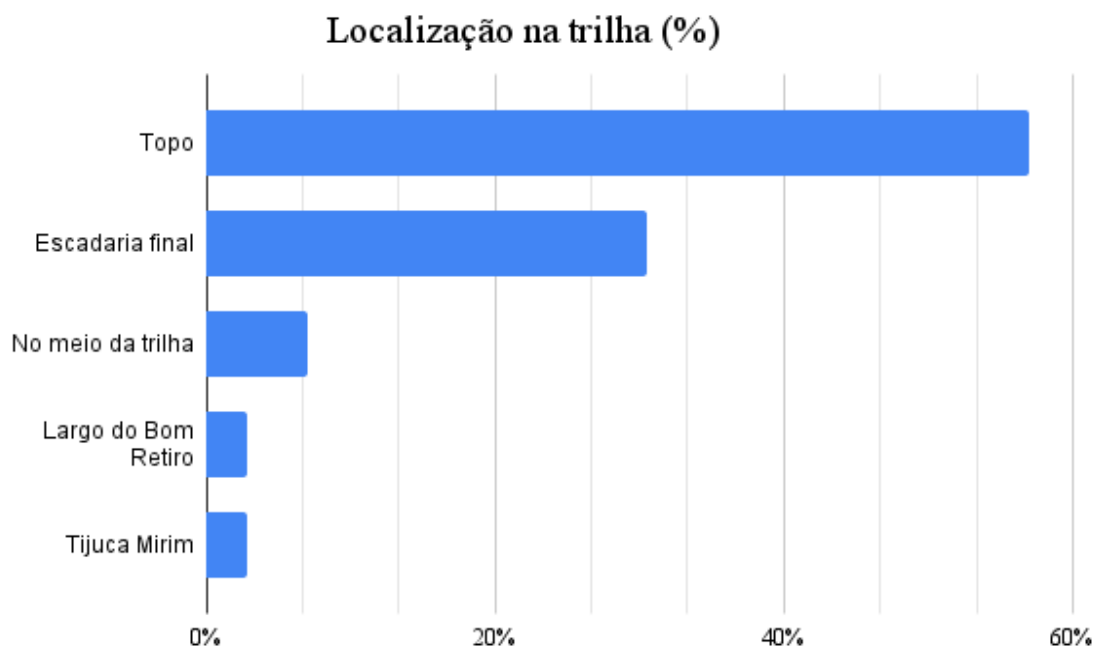
Esse comportamento voltado para o “eu” não ocorre de maneira isolada: estudos têm mostrado que práticas de autorrepresentação em ambientes turísticos tendem a privilegiar a figura do indivíduo em detrimento do próprio destino visitado. Christou *et al.* (2020), ao analisarem relatos de viajantes, apontam que a busca por capturar a própria imagem, muitas vezes minimizando ou deslocando o cenário, está associada à centralidade do ego na construção das experiências compartilhadas. No contexto analisado, essa lógica ajuda a explicar por que o ambiente natural, embora presente, é frequentemente utilizado como pano de fundo para a afirmação pessoal, reforçando um padrão de uso da trilha orientado mais pela performance individual do que pela contemplação do espaço.

Esse individualismo associado às práticas de autorrepresentação também tem implicações importantes para a relação dos visitantes com o ambiente natural. Como discute Canavan (2017), comportamentos centrados excessivamente no indivíduo tendem a favorecer interações superficiais e de caráter mais exploratório com as paisagens, o que pode reduzir o sentimento de responsabilidade e o engajamento com práticas sustentáveis. A literatura aponta que essa postura, marcada por certa sensação de privilégio e distanciamento do lugar visitado, é incompatível com a consciência ambiental necessária

para a proteção das áreas naturais. Assim, ao limitar o vínculo afetivo e cognitivo com o espaço, o individualismo pode enfraquecer o compromisso dos visitantes com sua conservação.

Entretanto, Canavan (2017) também sugere que o comportamento de visitantes mais egocentrados pode ser estrategicamente direcionado para fins sustentáveis. Os chamados “turistas egocêntricos”, motivados por status (Wheeller, 2005), podem responder positivamente a ações de marketing que associem a autopromoção a práticas ambientalmente responsáveis (Naderi; Strutton, 2014). Iniciativas como espaços para selfies vinculados a mensagens de conservação ou produtos ecológicos apresentados como itens de prestígio podem ajudar a distribuir impactos e estimular comportamentos mais alinhados à sustentabilidade, desde que se evite o risco de *greenwashing* – que, segundo Rocha (2021), é uma estratégia de marketing utilizada por empresas públicas ou privadas, Organizações Não Governamentais (ONGs) e outros setores desta área com o objetivo de mostrar uma imagem ecologicamente responsável. No entanto, muitas vezes o termo se torna uma contradição com o que essas empresas realmente fazem no seu dia a dia.

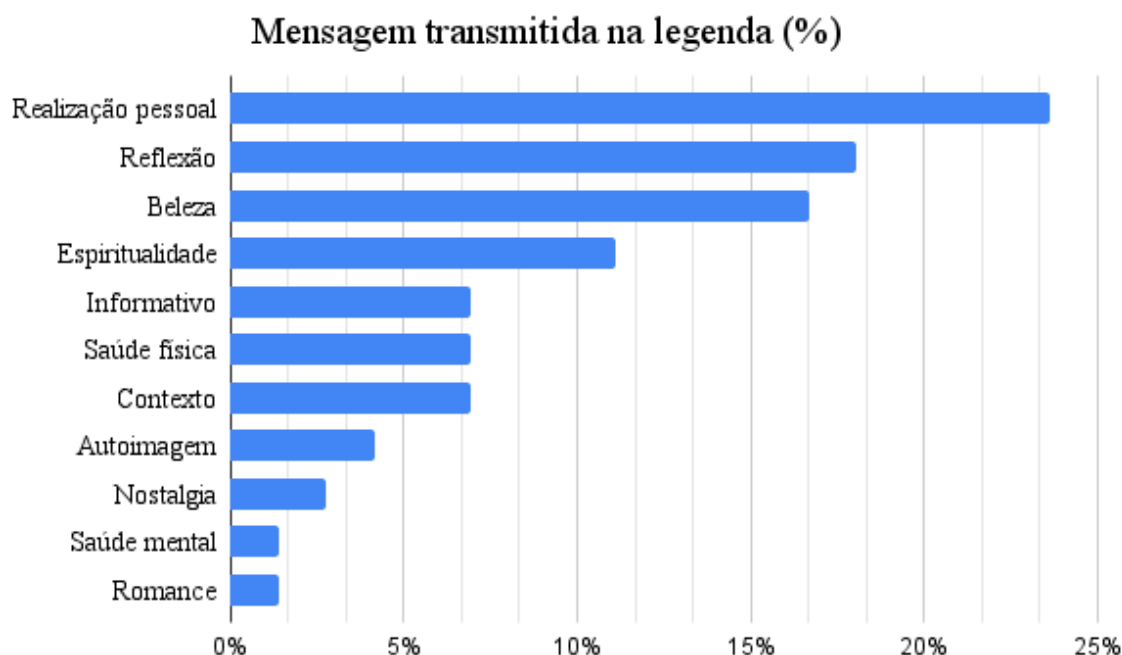
A distribuição espacial das fotografias mostra que a maior parte dos registros ocorre no topo da trilha (mirante constituído pelo Pico da Tijuca), que concentra aproximadamente 57% das imagens (Figura 6). Esse dado reflete o topo como o principal ponto de interesse e como símbolo da conquista do percurso. A escadaria final aparece em 2º lugar, com aproximadamente 31%, indicando que o trecho mais desafiador e próximo do final também é valorizado como cenário para registros. Locais iniciais e intermediários, como o Largo do Bom Retiro, meio da trilha e Tijuca Mirim, aparecem de forma menos expressiva.



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Figura 6. Porcentagem da localização das pessoas nas imagens na trilha do Pico da Tijuca.

As legendas associadas às imagens revelam forte presença de temas emocionais, pessoais e introspectivos (Figura 7). A categoria mais recorrente é a de realização pessoal, responsável por aproximadamente 24% das legendas, indicando que a sensação de conquista e superação está no centro do discurso narrativo. Relatos como “+1 pedra pra conta” e “mais uma trilha incrível para a conta” foram frequentes e demonstram não apenas o foco na experiência individual, mas também uma forma de trivialização do próprio parque, que acaba sendo tratado como mais um item acumulado na lista de conquistas pessoais.



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

Figura 7. Percentual de característica descrita na legenda das fotos na trilha do Pico da Tijuca.

A categoria “reflexão” aparece em segundo lugar (18%), reforçando o caráter introspectivo das postagens. No entanto, essas reflexões frequentemente surgem por meio de frases prontas ou citações retiradas de outras fontes, muitas vezes indicadas pelo uso de aspas. Um exemplo é: “Geralmente, são trilhas estreitas e íngremes que levam aos melhores lugares”. Temas relacionados à beleza representam 16%, mostrando a valorização estética da paisagem.

Em relação à espiritualidade, ela aparece em 11%, destacando como muitos visitantes interpretam a experiência da trilha a partir de uma perspectiva religiosa ou transcendental. Essas postagens frequentemente mencionam Deus, o universo ou forças superiores, sugerindo uma leitura espiritualizada da natureza. Expressões como “imensidão deste mundo criado por Deus para cada um de nós”, “Conectada com a natureza”, “Gracias universo” ou “Obrigado Jah” revelam um imaginário em que a paisagem é entendida como manifestação divina ou espaço de gratidão e reconexão consigo e com algo maior. Já as mensagens informativas, que envolvem saúde física e contexto temporal/festivo, surgem cada uma com 7%. Categorias menos frequentes incluem autoimagem (4%), nostalgia

(3%), saúde mental (1%) e romance (1%), caracterizando nichos específicos de sentidos comunicados.

Nesse contexto, é importante observar que o modo como os usuários narram essas experiências está alinhado a dinâmicas típicas das redes sociais digitais. Como apontam Sarvas e Frohlich (2011), fotografias feitas em dispositivos móveis são compartilhadas principalmente como forma de comunicação social e expressão de quem se é, e não necessariamente como preservação de memórias. Assim, as legendas funcionam como extensões narrativas dessas imagens, reforçando performances de identidade e ampliando o sentido social atribuído à visita à trilha.

CONCLUSÃO

Os resultados apresentados com base nas observações das imagens e legendas publicadas no Instagram em 2025, localizadas no Pico da Tijuca, mostram a relação que os visitantes possuem com o meio ambiente. Ainda que, historicamente falando, o Parna Tijuca tenha passado por restaurações para garantir sua preservação, a maneira como o uso público se manifesta, sobretudo na forma de autorrepresentações, revela práticas e percepções que nem sempre dialogam com esses esforços de conservação. Além disso, essa dinâmica evidencia como as mídias digitais influenciam a construção de uma conexão afetiva com o local. Essa forte centralidade no “eu” faz com que o Parque Nacional seja predominantemente utilizado como cenário para a performance e a conquista individual, limitando uma conexão afetiva mais profunda com o ambiente. A representação do parque é, portanto, vaga e superficial, o que interfere na baixa percepção dos visitantes sobre os efeitos e impactos ambientais resultantes da sua prática de uso.

Por meio desta pesquisa foi possível identificar possíveis aberturas de trilhas sociais, o que pode ser um indicativo de áreas de risco para a visitação pública, uma vez que o atrativo se localiza no ponto mais alto do Parna Tijuca. Dessa maneira, a análise das imagens possibilitou a identificação de áreas potenciais para o manejo de trilhas e a gestão de uso público na UC. Assim, ao mesmo tempo que é valorizado, o Pico da Tijuca apresenta altos impactos ambientais e ecológicos pela formação de possíveis caminhos alternativos. A reprodução de comportamentos inadequados nas redes sociais, por meio de

imagens que naturalizam a circulação fora dos caminhos oficiais, contribui para o agravamento desses impactos, ampliando a pressão sobre áreas ecológica e historicamente sensíveis. Contudo, apontando o benefício do ambiente natural, há a repetição de fotografias nas quais as pessoas posam e postam legendas descrevendo o senso de realização pessoal, reflexão, beleza e espiritualidade. Em síntese, apesar dessa associação positiva dos indivíduos com o meio ambiente, falta a sensibilização ambiental.

Logo, diante dessas informações, o Parna Tijuca deve aumentar suas ações com base na EA de maneira que dialogue com os padrões de uso identificados pela rede social Instagram. Com o acompanhamento adequado relacionado ao uso do Instagram, é possível orientar e fazer campanhas para a EA de maneira prática e assertiva. Desse modo, os visitantes colaborarão ao visitar o parque, também usufruindo da sua rede social com o engajamento nas suas publicações. Portanto, a EA é o ponto-chave para a preservação do Pico da Tijuca, promovendo o uso público responsável e preservando o patrimônio natural e cultural da cidade do Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS

ALBACH, V. M.; EDLING, M. S.; MOREIRA, J. C. Hashtag no Instagram: contribuições para a gestão do uso público e turismo em um parque nacional. **Desafio Online**, Campo Grande, v. 9, n. 2, p. 284-301, 2021. ISSN (Online) 2317-949X. DOI:

<https://doi.org/10.55028/don.v9i2.10405>.

ARAUJO-BATLLE, A.; GARAY-TAMAJÓN, L. A.; MORALES-PÉREZ, S. Selfies versus conservation: the influence of user-generated content in the image of protected natural spaces. **Journal of Outdoor Recreation and Tourism**, [s. l.], v. 44, p. 1-11, 2023. ISSN (Online) 2213-0799. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100644>.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. v. 70, ed. rev. e amp. São Paulo: Edições, 2016. 280 p.

BICALHO, M.; MYNSEN, C. M. Trilha interpretativa de samambaias e licófitas no Parque Nacional da Tijuca, Rio de Janeiro. **Biodiversidade Brasileira**, Brasília, v. 10, n. 2, p. 177-186, 2020. ISSN (Online) 2236-2886. DOI:

<https://doi.org/10.37002/biobrasil.v10i2.1453>.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **SNUC – Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza**: Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000; Decreto nº 4.340, de 22 de agosto de 2002; Decreto nº 5.746, de 5 de abril de 2006. Plano Estratégico Nacional de Áreas Protegidas: Decreto nº 5.758, de 13 de abril de 2006. Brasília: MMA; SBF, 2011. 76 p. Disponível em:

<https://sigam.ambiente.sp.gov.br/sigam3/Repositorio/511/Documentos/SNUC.pdf>. Acesso em 29 out. 2025.

BUENO, C. **Conservação de biodiversidade nos parques urbanos**: caso do Parque Nacional da Tijuca. 1998. Dissertação (Mestrado em Gestão Ambiental) – Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 1998.

CANAVAN, B. Narcissism normalisation: tourism influences and sustainability implications. **Journal of Sustainable Tourism**, London, v. 25, n. 9, p. 1322-1337, 2017. ISSN (Online) 1747-7646. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1263309>.

CHRISTOU, P. *et al.* Travel selfies on social networks, narcissism and the “attraction-shading effect”. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, Sydney, v. 43, p. 289-293, 2020. ISSN (Online) 1839-5260. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.014>.

COLE, D. N.; MONZ, C. A. Trampling disturbance of high-elevation vegetation, wind river mountains, Wyoming, U.S.A. **Arctic, Antarctic and Alpine Research**, Boulder, v. 34, n. 4, p. 365-376, 2002. ISSN (Online) 1938-4246. DOI: <https://doi.org/10.1080/15230430.2002.12003507>.

DRUMMOND-ALVES, F.; ANTONINI, R. D.; NUNES-FREITAS, A. F. Efeito de trilhas sobre Artrópodes de Serrapilheira no Parque Nacional da Tijuca, RJ. **Floresta e Ambiente**, Seropédica, v. 24, e00026513, 2017. ISSN (Online) 2179-8087. DOI: <https://doi.org/10.1590/2179-8087.026513>.

GOLDSMITH, E. B. **Social influence and sustainable consumption**. Tallahassee: Springer, 2015.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. Parques Nacionais brasileiros atingem recorde de 11,8 milhões de visitas em 2023. **ICMBio**. Brasília, 25 mar. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/noticias/ultimas-noticias/parques-nacionais-brasileiros-atingem-recorde-de-11-8-milhoes-de-visitas-em-2023-1>. Acesso em: 2 dez. 2025.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. Parna da Tijuca. **ICMBio**. Brasília, [202-?]. Disponível em: <https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/biodiversidade/unidade-de-conservacao/unidades-de-biomas/mata-atlantica/lista-de-ucs/parna-da-tijuca/parna-da-tijuca>. Acesso em: 26 nov. 2025.

JOHNSON, D. R.; VANDE KAMP, M. E. Extent and control of resource damage due to non-compliant visitor behavior: a case study from the U.S. National Parks. **Natural Areas Journal**, Pittsburgh, v. 16, n. 2, p. 134-141, 1996. ISSN (Online) 2162-4399. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/43912159>. Acesso em: 26 nov. 2025

MALTA, R. R.; COSTA, N. M. C. Gestão do uso público em unidade de conservação: a visitação no Parque Nacional da Tijuca - RJ. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 2, n. 3, 2009. ISSN (Online) 1983-9391. DOI: <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2009.v2.5860>.

MEIRELES, C. P.; SANTOS, D. C. R.; PIMENTEL, D. S. Caminhos para a educação ambiental em parque. **Revista Eletrônica Uso Público em Unidades de Conservação**, Niterói, v. 6, n. 10, p. 55-70, 2018. ISSN (Online) 2318-2148. DOI: <https://doi.org/10.47977/2318-2148.2018.v6n10p55>.

MINAYO, M. C. S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 9-29.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Diretrizes para visitação em Unidades de Conservação**. Brasília: MMA, 2006. Disponível em: <https://www.institutobrasilrural.org.br/download/20200417203825.pdf>. Acesso em: 29 out. 2025.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE; INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE. **Plano de manejo – Parque Nacional da Tijuca**. Brasília: MMA; ICMBio, 2008. Disponível em: https://www.gov.br/icmbio/pt-br/assuntos/biodiversidade/unidade-de-conservacao/unidades-de-biomas/mata-atlantica/lista-de-ucs/parna-da-tijuca/arquivos/parna_tijuca_pm.pdf. Acesso em: 26 nov. 2025.

NADERI, I.; STRUTTON, D. (2014) Can normal narcissism be managed to promote green product purchases? Investigating a counterintuitive proposition. **Journal of Applied Social Psychology**, Hoboken, v. 44, n. 5, p. 375-391, 2014. ISSN (Online) 1559-1816. DOI: <https://doi.org/10.1111/jasp.12230>.

NEVES, C. R. F.; COSTA, V. C. Avaliação Preliminar de Risco (APR) em atividades ecoturísticas na trilha do Pico da Tijuca, Parque Nacional da Tijuca (RJ). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 12, n. 5, p. 685-701, 2019. ISSN 1983-9391. DOI: <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2019.v12.9405>.

PIMENTEL, D. S. Parcerias para a gestão do uso público em parques. **Anais do Uso Público em Unidades de Conservação**, Niterói, n. 1, v. 1, 2013. ISSN (Online) 2318-2148. DOI: <https://doi.org/10.47977/2318-2148.2013.v1n1p27>.

PIMENTEL, D. S. *et al.* Avaliação das possibilidades do uso de imagens depositadas na internet para a gestão do uso público em parques. **Anais do Uso Público em Unidades de Conservação**, Niterói, v. 8, n. 13, p. 51-61, 2020. ISSN (Online) 2318-2148. DOI: <https://doi.org/10.47977/2318-2148.2020.v8n13p51>.

PIRES, G. T. S. Fotografia através de dispositivos móveis: estudo de caso sobre o Instagram. **Revista da Graduação**, Porto Alegre, v. 6, n. 1, 2013. ISSN (Online) 1983-1374. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/graduacao/article/view/13776>. Acesso em: 28 nov. 2025

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. **Mapa_PortalGeo – Mapa para divulgação dos dados geoespacializados do Parque da Tijuca**. Rio de Janeiro: ArcGIS, 2020. 1 mapa, color. Disponível em: <https://www.arcgis.com/home/item.html?id=bcf6090f7753468989db5f735df12d34>. Acesso em: 2 jul. 2026.

QUEIROZ, E. D. **Uso público no Parque Natural Municipal de Nova Iguaçu-RJ:** trilhando entre possibilidades e dificuldades. 2018. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/28340?show=full>. Acesso em: 28 nov. 2025.

RINALDI, R. R. P. **Avaliação da efetividade de manejo em seis unidades de conservação do município do Rio de Janeiro, RJ.** 2005. Tese (Doutorado em Ciência Florestal) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2005. Disponível em: <http://www.locus.ufv.br/handle/123456789/9343>. Acesso em: 28 nov. 2025

ROCHA, A. A. **Greenwashing:** conceitos, práticas, comportamentos e julgamentos. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Naviraí, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/bitstream/123456789/4727/1/TCC%20Anderson%20Apr%C3%ADgio%20-%20ENVIO.pdf>. Acesso em: 29 jun. 2026.

ROCHA, M. B. *et al.* Identificação de impactos ambientais relacionados à visitação pública no Parque Nacional da Tijuca: o caso da Trilha do Estudante. **Revista Tecnologia e Sociedade**, Curitiba, v. 16, n. 39, p. 94-112, 2020. ISSN (Online) 1984-3526. DOI: <https://doi.org/10.3895/rts.v16n39.8966>.

RUIZ-SCARFUTO, R.; SVELS, K.; GUTOUNIG, R. Art moves in social media: self organising social media impacts on tourism. **Tourism and Hospitality International Journal**, Odivelas, v. 14, n. 1, p. 28-48, 2020. ISSN (Online) 2183-0800. DOI: [https://doi.org/10.57883/thij14\(1\)2020.30858](https://doi.org/10.57883/thij14(1)2020.30858).

SARVAS, R.; FROHLICH, D. M. **From snapshots to social media - the changing picture of domestic photography.** London: Springer, 2011. E-book.

TIVY, J.; O'HARE, G. **Human impact on the ecosystem:** conceptual frameworks in geography. London: Oliver & Boyd, 1981.

VALE, T. F.; CARVALHO, K. G.; MOREIRA, J. C. A reputação online em áreas protegidas: análise do Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha (Pernambuco, Brasil). **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, Duque de Caxias, v. 13, n. 3, p. 113-134, 2019. ISSN (Online) 1980-6965. DOI: <https://doi.org/10.17648/raoit.v13n3.5509>.

VALLEJO, L. R. Uso público em áreas protegidas: atores, impactos, diretrizes de planejamento e gestão. **Anais do Uso Público em Unidades de Conservação**, Niterói, v. 1, n. 1, p. 13-26, 2013. ISSN (Online) 2318-2148. DOI: <https://doi.org/10.47977/2318-2148.2013.v1n1p13>.

WHEELLER, B. Ecotourism/egotourism and development. In: HALL, C. M. *et al.* (ed.). **Nature-based tourism in peripheral areas:** development or disaster? v. 21. Cleveland: Channel View, 2005. p. 263-272.