



ANÁLISE DA IMAGEM AFETIVA DOS TURISTAS NO VALE DOS VINHEDOS

Rafael Meira Lima Freire ¹, Kettrin Farias Bem Maracajá ²

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar os elementos associados à imagem afetiva do destino turístico Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul relacionada as palavras expressas pelos turistas no *TripAdvisor*. A metodologia utilizada foi baseada em análise de dados qualitativos e análise de conteúdo através da amostragem do site *TripAdvisor* dos 2.380 comentários sobre o Vale dos Vinhedos. Na análise de dados foi utilizado o software IRAMUTEQ e o software R através da análise léxica e técnicas de clusters baseando-se nos comentários dos turistas. Como resultado, as análises da imagem afetiva estão associadas ao Vale dos Vinhedos, sendo essa uma região com grande potencial de desenvolvimento como destino turístico com consolidado no segmento do enoturismo, com destaque nas palavras utilizadas pelos turistas voltadas para as vinícolas através de representatividade cultural, histórica, gastronômica e com várias opções de serviços turísticos na região. Conclui-se que as palavras utilizadas pelos turistas mostram que a imagem afetiva do Vale dos Vinhedos se destaca por ser um destino turístico com excelentes atrativos turísticos, com enfoque na cultura local, nas experiências gastronômicas e na diversidade de serviços proporcionados pelo destino turístico para os turistas.

Palavras-chave: Enoturismo, Destino Turístico, Análise dos Sentimentos, Análise Hierárquica, Vale dos Vinhedos.

¹ Aluno do Curso de Administração, Departamento de Administração e Contabilidade, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: rafael.meira@estudante.ufcg.edu.br

² Doutora em Recursos Naturais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Professora do Curso de Administração da UFCG, Departamento de Administração e Contabilidade, UFCG, Campina Grande, PB, e-mail: kettrin.farias@uaac.ufcg.edu.br