



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS**  
**CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**  
**PPGCom**

**LUCIÉLIA DE AQUINO RAMOS**

**IMAGENS DE PALMAS: CONFLUÊNCIAS ENTRE CONSUMO CULTURAL E  
ESPAÇO URBANO**

Palmas (TO), maio de 2021.

LUCIÉLIA DE AQUINO RAMOS

**IMAGENS DE PALMAS: CONFLUÊNCIAS ENTRE CONSUMO CULTURAL E  
ESPAÇO URBANO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade como requisito à obtenção do grau de Mestre em Comunicação e Sociedade.  
Orientadora: Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda

Palmas (TO), maio de 2021.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins**

---

R175i Ramos, Luciélia de Aquino.

Imagens de Palmas: Confluências entre Consumo Cultural e Espaço Urbano. / Luciélia de Aquino Ramos. – Palmas, TO, 2021.

97 f.

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Pós-Graduação (Mestrado) em Comunicação e Sociedade, 2021.

Orientador: Cynthia Mara Miranda

1. Palmas. 2. Imagem. 3. Consumo Cultural. 4. Espaço Urbano. I. Título

**CDD 302.2**

---

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

FOLHA DE APROVAÇÃO

**LUCÍLIA DE AQUINO RAMOS**

**"IMAGENS DE PALMAS: CONFLUÊNCIAS ENTRE CONSUMO CULTURAL E ESPAÇO URBANO"**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade e aprovada em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora

Data de aprovação: 10/05/2021

Banca Examinadora:



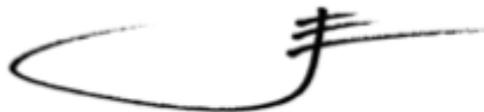
Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda  
Universidade Federal do Tocantins  
Orientadora



Profa. Dra. Amanda Maurício Pereira Leite  
Universidade Federal do Tocantins  
Segunda avaliadora



Prof. Dr. Frederico Salomé de Oliveira  
Universidade Federal do Tocantins  
Primeiro avaliador



Prof. Dr. Jorge Leal Eiró da Silva  
Universidade da Amazônia (UNAMA)  
Terceiro avaliador

Aos que amo infinitamente dedico este trabalho: minha mãe Maria Odete Ramos, meu Pai Olegário de Aquino Ramos (in memoriam), meus irmãos Pauliélío e Carlos Magno, meus filhos Wanderson, Felipe Cesar e Julia, e meus netos Heitor, Luara e Guilherme.

## AGRADECIMENTOS

As palavras dificilmente poderão expressar o que significou a escalada de conhecimento proporcionada pelos estudos no Mestrado. Experiência única e simbólica, pelo desafio de ingressar e realizar um sonho. Ah, foram muitas percepções aguçadas, aprendizados entre um conteúdo e outro, que trouxeram valores imensuráveis, desmistificando o desconhecido e diminuindo distâncias no fechamento de um ciclo.

Gratidão a Deus por mais uma oportunidade de conhecimento. O patamar galgado não se edificou na individualidade, foi na convivência com outras pessoas que alicerçam intelectualmente os processos educacionais, com gestos simples, demonstrados na capacidade de oferecer o melhor. Estes, merecem meu reconhecimento, acenderam a luz para que eu pudesse visualizar a construção de uma pesquisa em âmbito acadêmico.

À Cynthia, meu reconhecimento e profunda gratidão. Fui surpreendida por você como orientadora, um exemplo a seguir. A academia precisa da sabedoria de profissionais como você. Seus atributos estão além daqueles que conhecia, você nos inspira a seguir em frente. Você foi presente e trouxe reflexões importantes em todos os momentos da pesquisa e faz parte da realização deste sonho. Foram muitos ensinamentos e aprendizados.

À professora Amanda Leite, meu reconhecimento. Estou gratificada por seus ensinamentos, pelas duas oportunidades na qualificação e na defesa do mestrado de contar com a sua avaliação. Suas observações foram fundamentais e sua presença nesta avaliação torna-se uma honra para concretização deste momento de grande significado em minha vida.

Ao professor Jorge Eiró, meu reconhecimento. Sou grata por suas contribuições e ensinamentos na qualificação e na defesa do mestrado, por se dedicar à avaliação do meu trabalho, avaliação essa que teve uma importância sem medida para meu progresso.

Ao professor Frederico Salomé, gratidão por aceitar participar desta avaliação de defesa do mestrado, é uma honra. Meu reconhecimento por todo trabalho que desenvolve na docência superior na UFT – Universidade Federal do Tocantins.

Ao PPGcom-UFT - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, e à Universidade Federal do Tocantins, foi um espaço de convivência entre mestres, colegas de jornada deste mestrado e equipe de servidores. Esse foi um lugar transformador, contemporâneo e que ofereceu condições para aprendizagem no campo da intelectualidade, das práticas acadêmicas, das relações que imprimiram esforços

conjuntos para que os resultados viessem a emergir. Gratidão a todos indistintamente.

A Olegário de Aquino Ramos, meu pai, que foi sempre uma inspiração de integridade, caráter e amor; estes princípios compõem um legado de berço, meu teto e chão, que impulsionam o cotidiano de minha trajetória terrena, sem deixar de ter uma pitada de poesia, um canto à alegria de viver. Saudades de nossos diálogos.

À Dona Odete, minha mãe, em sua simplicidade, sempre esteve ao meu lado, uma fortaleza e minha âncora em momentos de alegria e tristeza, sempre torceu por mim, acreditou e conduziu para que meus sonhos fossem alcançados. Tens minha admiração, amo você e sua fé que sempre foi uma luz em meu caminho.

A estrada que optei por caminhar é longa e tão cheia de sentido porque vocês, Wanderson, Felipe Cesar e Julia são os amores que nela também caminham e constroem suas vidas. Edificar a vida é trazer sentido à existência humana. Gratidão por tudo, pela amizade e pela compreensão de minha ausência em momentos de produção, amo vocês.

Destaco minha gratidão àqueles que sempre torcem e apoiam meus empreendimentos e pela amizade que construímos. Ao amigo Fabio Ferreira, designer que sempre me apoiou e confiou no meu potencial. À Simone Marques, minha nora advogada e mãe do meu neto, Guilherme. Ao Lucas de Castro, meu genro advogado e pai da minha neta, Luara. À Caroline Mascarenhas, minha nora e futura médica da família. Todos, por muitas vezes disponibilizaram tempo para ouvir textos de minha produção.

Aos meus amigos, Fernando Aires, meu consultor Mestre em TI. À Karin T. Dias, professora universitária, designer e advogada. Ao Wertemberg Nunes, turismólogo e ativista cultural. Marcelo Lopes, historiador e ativista no campo do Patrimônio Cultural. Ao Fábio Serrazul, pioneiro e empresário. À Renata Lage, expert em planejamento, orçamento e programação em TI. À Karin T. Dias, professora universitária, designer e advogada. À Geliza Diniz, comunicadora social e humanista. Minha gratidão a todos esses que acompanharam meu desempenho.

Ao Eber Nunes, arquiteto e irmão de trabalhos na docência superior, um exemplo de profissional e incentivador. À amiga Albertina, que foi presente em toda pesquisa, me apoiando durante a construção deste trabalho.

Quero deixar registrada também a minha gratidão aos gestores das instituições que trabalhei e trabalho, que me ofereceram condições para o desenvolvimento desta dissertação.

Partilho com todos, o honroso e dignificante título de Mestre em Comunicação e Sociedade, que obtive pela Universidade Federal do Tocantins. Este, é produto real de

muitos estudos, realizado em Palmas, capital do estado do Tocantins.

*“Nada é permanente, exceto a mudança”.*

**Heráclito**

*“Viver na cidade é viver na natureza  
transfigurada pela consciência do  
necessário”.*

**Flávio Motta.**

## RESUMO

A presente dissertação busca analisar o consumo cultural da imagem de Palmas, capital do estado do Tocantins, a partir da divulgação institucional das imagens dos seus espaços urbanos. Para isso foi focado o perfil do *Instagram* @descubraotocantins gerido pela Agência do Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa do Estado do Tocantins que divulga imagens dos pontos turísticos dos municípios tocaninense e entre eles da capital Palmas. A pesquisa partiu da coleta de imagens de Palmas postadas no referido perfil e na sequência foi realizada análise crítica e de conteúdo das imagens com o objetivo de propor reflexões sobre o consumo cultural das imagens, sobre a capacidade que um perfil institucional em uma rede social pode ter para impulsionar tais imagens e sobre o nível de proximidade que as imagens divulgadas apresentam com a realidade cotidiana da capital em uma dimensão que vai além de uma proposta de cartão postal. A análise das imagens apontou pontos considerados turísticos da capital e evidenciou a relação com os consumidores das imagens por meio da interação (curtidas e comentários) com potenciais visitantes desses lugares. No entanto, a cidade possui muitos outros atrativos, equipamentos urbanos e naturais que não foram selecionados pelo perfil @descubraotocantins. Uma reflexão que se estabelece é que o consumo das imagens a partir de uma seleção de fotos aleatórias de terceiros no perfil institucional do @descubraotocantins, apresentou uma diversidade de ângulos de um mesmo lugar ora se tornando pouco atrativo e descartando dessa maneira, outros lugares que poderiam apresentar potencial turístico

Palavras-chave: Palmas. Imagem. Consumo Cultural. Espaço Urbano.

## **ABSTRACT**

This dissertation seeks to analyze the cultural consumption of the image of Palmas, capital of the state of Tocantins, based on the institutional dissemination of the images of its urban spaces. To this end, the profile of the Instagram @descubraotocantins managed by the Agency for the Development of Tourism, Culture and Creative Economy of the State of Tocantins, which disseminates images of the sights of the municipalities of Tocantins and among them in the capital Palmas, was focused. The research started from the collection of images of Palmas posted in that profile and, subsequently, a critical analysis and content analysis of the images was carried out in order to propose reflections on the cultural consumption of images, on the capacity that an institutional profile in a social network can have to drive such images and the level of proximity that the images published present with the daily reality of the capital in a dimension that goes beyond a postcard proposal. The analysis of the images pointed out points considered touristic in the capital and showed the relationship with the consumers of the images through the interaction (likes and comments) with potential visitors of these places. However, the city has many other attractions, urban and natural facilities that were not selected by the @descubraotocantins profile. A reflection that is established is that the consumption of images from a selection of random photos from third parties in the institutional profile of @descubraotocantins, presented a diversity of angles of the same place, now becoming unattractive and thus discarding other places that could present tourist potential.

**Keywords:** Palmas. Image. Cultural Consumption. Urban Space.

## **LISTA DE SIGLAS**

ADETUC	Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa.
SECOM	Secretaria de Comunicação do Estado do Tocantins
CEC	Conselho Estadual de Cultura
CPC-TO	Conselho de Políticas Culturais do Estado do Tocantins

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de situação de Palmas .....	22
Figura 2 Imagem aérea de Palmas - Confrontações .....	22
Figura 3 Página oficial no Instagram do perfil @descubraotocantins.....	43
Figura 4 Métrica - faixa etária dos seguidores do perfil @descubraotocantins .....	49
Figura 5 Métrica - localizações mais relevantes do perfil @descubraotocantins.....	49

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 Taquari – bairro de Palmas .....	29
Imagem 2 Capadócia – bairro de Palmas .....	29
Imagem 3 Memorial Coluna Prestes .....	32
Imagem 4 Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho .....	34
Imagem 5 Prédio da Prefeitura de Palmas - Paço Municipal .....	35
Imagem 6 Mapa do Tocantins, em concreto.....	37
Imagem 7 Arquitetura e Espaço urbano .....	53
Imagem 8 Aventura e Esporte .....	55
Imagem 9 Expressões Culturais .....	56
Imagem 10 Fauna e Flora .....	58
Imagem 11 Paisagem Natural.....	60

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 Categorização de Imagens por temática .....	47
--	----

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Tabulação de dados e representação percentual - Imagens de Palmas no perfil @descubraotocantins.....	62
---	----

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO 1 – PALMAS: A CIDADE PLANEJADA .....</b>	<b>28</b>
1.1 ESPAÇO PÚBLICO E DINÂMICA SOCIAL .....	37
<b>CAPÍTULO 2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO 3 – A IMAGEM DE PALMAS CONSUMIDA POR SEUS HABITANTES E VISITANTES .....</b>	<b>51</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>71</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>73</b>
<b>APENDICE 01- QUADRO COM IMAGENS DE PALMAS NO PERFIL @DESCUBRAOTOCANTINS.....</b>	<b>80</b>
<b>APENDICE 02 – TABULAÇÃO DAS HASHTAGS DO @DESCUBRAOTOCANTINS – JAN 2021.....</b>	<b>95</b>

## INTRODUÇÃO

A presente dissertação busca analisar o consumo da imagem de Palmas, capital do estado do Tocantins, a partir da divulgação institucional das imagens dos seus espaços urbanos e de suas paisagens naturais. A motivação para realização desta pesquisa é decorrente da atuação profissional da autora, que se deu na área da gestão cultural de Palmas, entre os anos 1996 e 2000. Nesse momento, surgiram interrogações constantes sobre os tipos de imagens que representavam Palmas como um cartão postal para seus habitantes e potenciais turistas.

A minha entrada no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, na Universidade Federal do Tocantins, em 2019, possibilitou a busca de respostas para interrogações construídas durante a minha trajetória profissional. Nesse sentido, a interdisciplinaridade dos estudos de comunicação contribuiu para o aperfeiçoamento do meu olhar, enquanto bacharel em Artes Visuais, sobre o consumo cultural das imagens em uma perspectiva acadêmica.

No período de 1996 a 2000 estive à frente da Secretária da Cultura da Prefeitura Municipal de Palmas, sendo a primeira gestora do Espaço Cultural de Palmas, quando a pasta esteve responsável pela implantação do Conselho Municipal de Cultura de Palmas. Como membro do Conselho Estadual de Cultura (CEC), eleita em 2012, estive representando o segmento de Artes Visuais, atuando também como vice-presidenta do CEC até o ano de 2015.

Atualmente, sou Conselheira da Câmara Setorial de Patrimônio Material e Secretária Geral do Conselho de Políticas Culturais do Tocantins (CPC-TO) e Secretária Executiva da Fundação Cultural de Palmas - ano de 2020.

Como professora universitária, com atuação na área da Comunicação Social e na área da Arquitetura e Urbanismo, a relação com a imagem do espaço urbano, as linguagens e o alfabetismo visual foram e são estruturantes da minha atuação na docência e na pesquisa.

A dissertação, nesse sentido, tem como objetivo refletir sobre o consumo cultural da imagem da cidade de Palmas a partir da divulgação de suas imagens nas redes sociais. Nessa perspectiva, é necessário refletir acerca da relação entre cultura e consumo, por entender que é essencial para abordagem do tema. A discussão do termo “cultura” é relevante para a compreensão de como os seres humanos comunicam o seu modo de vida e suas relações sociais que ocorrem nos espaços urbanos e, cada vez mais, nos espaços virtuais.

A noção de cultura é polissêmica, complexa e mutante, e suas constantes ressignificações semânticas são reflexo das transformações históricas que as sociedades atravessam (VIEIRA, 2013). No que diz respeito às características e especificidades das

vivências e práticas de um povo, seus saberes, suas formas de transmitir cultura. Isso forma um conjunto de maneiras de produção, que vai do intangível ao tangível - patrimônio cultural de um povo.

É possível perceber que a cultura, ao longo do tempo, vai se transformando para se adaptar ao mundo contemporâneo a partir da extração de experiências dos processos evolutivos da humanidade, enquanto agregadora dos modos de vivência, de produção do ser humano e da coletividade. “A cultura é um processo de montagem multinacional, uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer cidadão, de qualquer país, religião e ideologia pode ler e utilizar.” (CANCLINI, 1997, p.17).

O ir e vir do ser humano, em seu meio, sua naturalidade, sua originalidade de expressão, sua criatividade, sua história, suas formas de viver, suas tradições; são especificidades expressas pelas comunidades de uma localidade que evidenciam as identidades culturais de um povo, de um lugar e de seus territórios.

Para Barbero (1997), as culturas populares se balizam nas repetições das festas e temporalidade social, sua periodicidade dá sentido de pertencimento à comunidade, a coletividade.

O ser humano é o resultado do meio cultural em que foi socializado, herdeiro de um longo processo acumulativo, que une conhecimento e experiências adquiridas pelas numerosas gerações que o antecederam. Esta somatória cultural e a manipulação adequada e criativa permite as inovações e as invenções que advém do resultado do esforço de toda uma comunidade (LARAIA, 2001).

O conceito de cultura vai se transformando ao longo dos tempos e dos avanços sociais e tecnológicos. Bosi (1992, p.16) ao discorrer sobre cultura a define como: “o conjunto das práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir as novas gerações para garantir a reprodução de um extrato de coexistência social”. E deixa a entender que há uma consciência grupal que opera no sentido de extrair da vida presente planos para o futuro.

Muitos estudos procuram elucidar definições e características que distinguem a cultura neste tempo atual no contexto da globalização, da mundialização do capitalismo, dos mercados e revolução tecnológica.

Essa cultura, diferentemente do que antes tinha esse nome, deixou de ser elitista, erudita e excludente e transformou-se em genuína “cultura de massas”: “Em total oposição às vanguardas herméticas e elitistas, a cultura de massas quer oferecer ao público mais amplo possível novidades acessíveis que sirvam de entretenimento à maior quantidade possível de consumidores. (VARGAS LLOSA, 2013, p. 15)

A cultura de massa, nesse sentido, nasce com o predomínio da imagem e do som sobre a palavra, e dessa forma as imagens veiculadas nas redes sociais adquirem forte apelo ao seu consumismo.

A diferença essencial entre a cultura do passado e o entretenimento de hoje é que os produtos daquela época pretendiam transcender o tempo presente, durar, continuar vivos nas gerações futuras, ao passo que os produtos de hoje são fabricados para serem consumidos no momento e desaparecer, tal como biscoitos ou pipoca (MARTEL, 2010). Da forma que abordada por Lipovetsky e Serroy, a nova cultura ou cultura do mundo ficou para traz diante do frenético dinamismo e tecnologia dos tempos atuais.

O autor vê com simpatia essa transformação, porque, graças a ela, a cultura *mainstream*, ou cultura do grande público, arrebatou a vida cultural à pequena minoria, que antes a monopolizava, e a democratizou, pondo-a ao alcance de todos; também porque os conteúdos dessa nova cultura lhe parecem em perfeita sintonia com a modernidade, com os grandes inventos científicos e tecnológicos da vida contemporânea. (LLOSA, 2013, p. 17)

Esse fenômeno é planetário, não importando as diferenças em cada país e sociedade. As imagens, dentro da lógica da nova cultura, embora possam ficar eternizadas no ambiente virtual, muitas delas são consumidas em questão de segundos e uma única vez pelos(as) cidadãos(as) internautas.

Canclini (1997), cita que a abertura de fronteiras geográficas da sociedade foi gerada pela internacionalização, no sentido de incorporar os bens materiais e simbólicos das outras. O produto gerado pela sociedade é consumido por ela mesma, porém, a produção do mundo foi agregada ao seu território, dificultando identificar o que era próprio.

Por outro lado, a globalização sugere uma relação funcional das práticas econômicas e culturais que não se concentrava em um só local. As produções eram geradas por vários lugares ou centros, sendo percebido que sua essência está na rapidez com a qual se alcança os lugares do mundo, ao invés da preocupação com o espaço geográfico que está atuando.

O espaço em que o indivíduo habita e o ambiente virtual em que transita é onde sua cultura se desenvolve e adquire novos significados. Palmas nasceu em um local que antes era formado por fazendas e hoje as suas imagens circulam livremente nos espaços virtuais. A região era formada pela Fazenda Suçupara e Fazenda Triângulo, onde se localizava a Casa Suçupara<sup>1</sup>, que foi a primeira sede do Executivo municipal. Próximo a esse local, encontrava-

---

<sup>1</sup> Casa Suçupara- sede da fazenda triangulo, imóvel que abrigou, provisoriamente, a Prefeitura de Palmas e, posteriormente foi ocupada pela LBA - Legião Brasileira de Assistência, foi sede do DERTINS - Departamento de Estradas e Rodagens do Tocantins e ainda, serviu de sede da Administração do Parque Cesamar. Imóvel

se o povoado Canela, que ficava à direita das margens do Rio Tocantins. Também existia o povoado de Taquaralto, que está localizado no entroncamento quando se vem de Porto Nacional para Taquaruçu.

Taquaruçu, hoje distrito de Palmas, foi o município que cedeu seu território para construção da capital Palmas, cidade que é o objeto de estudo dessa pesquisa. Palmas é uma cidade planejada a partir da ideologia construída para desqualificar o velho e sustentar a novidade para atrair habitantes para uma a nova cidade nova (REIS, 2018, p.57).

Com apenas 32 anos de existência, a capital do estado do Tocantins, Palmas, foi concebida por um planejamento urbanístico básico de autoria do Grupo Quatro<sup>2</sup>. A pedra fundamental da capital foi lançada em 20 de maio de 1989, dando início à construção de Palmas em primeiro de janeiro de 1990. Na oportunidade, foi instalada com sede provisória na antiga casa da Fazenda Triângulo, que é denominada Casa Suçupara.

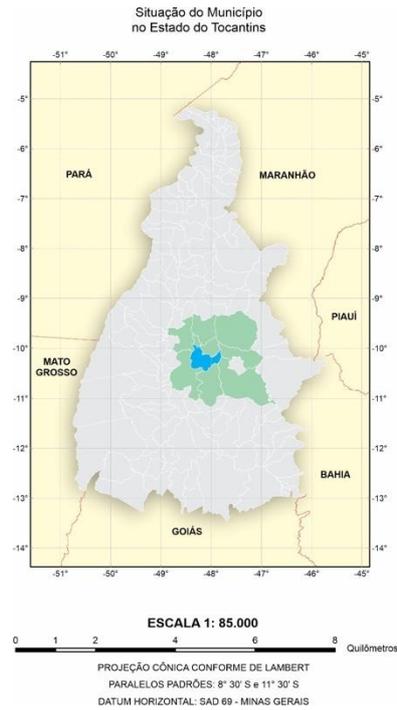
O sítio urbano da capital está localizado entre limites naturais demarcados no sentido norte-sul, sendo do lado oeste o lago Luis Eduardo Magalhães e do lado leste a Serra do Lajeado. Palmas conta com uma divisão distrital, sendo os distritos: Taquaruçu e Buritirana. Suas confrontações são: ao norte com o município de Lajeado, ao sul com os municípios de Porto Nacional e Monte do Carmo; a Leste com Aparecida do Rio Negro e Santa Tereza e a oeste com Porto Nacional. A seguir apresenta-se na figura 1 a localização da capital no mapa do Tocantins, planta de situação, e na figura 02, o mapa de imagem de satélite, apresenta os limites e confrontações de Palmas

---

tombado pelo Decreto Nº 67 de 16 de março de 2005 – Prefeitura Municipal de Palmas, Suçupara foi nome adquirido popularmente entre os moradores de Palmas.

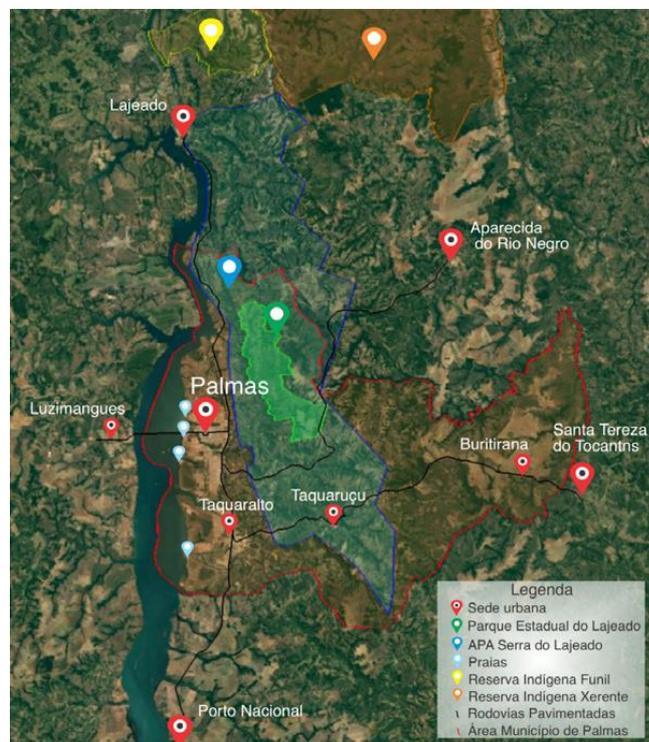
<sup>2</sup> Grupo Quatro, formado por arquitetos urbanistas, tendo como responsáveis: Walfredo Antunes e Luiz Fernando “... decidiu construir uma nova Capital ao invés de escolher uma das cidades já existentes. O suporte desta opção foi o desejo de localizar esta Capital de forma a impulsionar partes isoladas do território Estadual e criar um fato novo que consolidasse a noção de cidadania dos Tocantinenses”, segundo Walfredo Antunes e Luiz Fernando (PLANO BASICO-MEMÓRIA - GRUPO 4, 1989).

Figura 1 Mapa de situação de Palmas



Fonte: Eber Nunes

Figura 2 Imagem aérea de Palmas - Confrontações



Fonte: APA e Parque Estadual do Lajeado Fonte: Lumini Consultoria, 2019.

Quanto ao local definido para implantação da capital, a área do Canela que se situava do lado direito do rio Tocantins foi escolhida para a construção de Palmas. O local ficava entre

as áreas que foram delimitadas num “quadrilátero de 90 x 90 km no centro geográfico do estado, a região menos desenvolvida do Tocantins e, portanto, a que necessitava de maior impulso para seu desenvolvimento” (SEGAWA, 1991, p. 95).

Os arquitetos e urbanistas de Palmas optaram por um quadrilátero em uma área plana e pensaram na forma de ocupação da cidade, projetando mais duas áreas de possível expansão, tomando como referências principais a serra, ladeando o plano diretor, e o futuro lago com o projeto da instalação da usina hidrelétrica do Lajeado, elementos que iriam compor a cena da capital mais nova do país.

Ao destacar a cidade entre o belo e o útil, Salgueiro (2001) contemporiza o texto do artigo *Villes* de Jean Reynaud, que evidencia o olhar sobre a cidade, as visibilidades que se percebem na relação da paisagem natural como: colinas e serras com a arquitetura, elementos que valorizam o espaço urbano. Se uma cidade quiser se anunciar, surpreender seus visitantes, “surpreendendo-os pelo charme e esplendor de suas construções, precisará, pois, de alguns relevos que a realcem e sobre os quais ela possa erguer as obras de arquitetura das quais se orgulhe”. (SALGUEIRO, 2001, p.146)

Este princípio foi adotado em Palmas, considerando o relevo para se ter visuais do lago Palmas/Lajeado, o traçado das avenidas Leste e Oeste foi pensado com uma perspectiva desenhada no propósito de para causar efeito visual, na forma de elementos de composição marcante da paisagem urbana da cidade. Palmas, embora erguida em uma planície, é rodeada por um conjunto de pequenas serras que a circundam e promovem um belo efeito cenográfico ao fundo que emoldura a cidade.

A cidade se materializa no espaço urbano. O lugar de encontro que antigamente era a praça, na pós-modernidade continuará ativa em outros fixos. “Na alma dos *shopping centers* metropolitanos, nos *halls* de entrada de hotéis e edifícios corporativos, nos bares da Cidade ou na roda do cafezinho em escolas e escritórios, lá estarão Praça e Palco” (GASTAL, 2014, p.44). Neste contexto, os fixos e fluxos, se inter-relacionam constituindo a cidade<sup>3</sup>.

A cidade materializa-se em elementos fixos —praças, monumentos, prédios, ruas, entre outros— que se dão concretamente aos sentidos, mas também se constitui pelos movimentos que a percorrem: “no interior dos fixos há todo um mundo em movimento, onde circulam pessoas, mercadorias, relações sociais, manifestações culturais, para além do simples trânsito de veículo individuais ou coletivos (GASTAL, 2014, p. 44)

<sup>3</sup> Pensar a Cidade a partir de um olhar semiótico supõe uma aproximação que exige aprofundar os conceitos Cidade e Urbano, entendendo-se a primeira como o espaço físico e as inter-relações socioculturais e econômicas ali efetuadas; e, o segundo, implicando um modo de vida, uma sensibilidade e uma cultura, vivenciadas como imaginário (HARVEY, 1992). O Urbano nasceu na Cidade, mas se espalhou para além dos seus limites, de maneira que, hoje, “para lá da cidade, ainda é cidade” (ARGAN, 1992, p. 222), citados em (GASTAL, 2014, p. 44)

Nesse sentido, a cidade transparece nos fixos, se torna concreta, nos edifícios, residências, comércios, parques que demonstra sua distribuição espacial, e existirá na contemporaneidade em lugares diversos, independente do espaço físico, desde que estes lugares condicionem os fluxos, o movimento de pessoas (GASTAL, 2014, p. 44 apud LE GOFF, 1992, p.207).

Para Bosi (1992), os bens simbólicos são consumidos principalmente por intermédio dos meios de comunicação de massa. As imagens de cidades como Palmas, são consumidas em grande parte pelo que é veiculado nas redes sociais, por meio da TV, na internet que ora são promovidas por campanhas promocionais ou de programas do governo estadual. O turismo, especialmente, é disseminado por imagens (de lugares e de cidades) que são veiculadas e assim o interesse das pessoas em conhecer tais lugares e cidades pode ser despertado.

Trata-se, desse modo, de um processo corrente de difusão na sociedade de consumo por meio do qual a cidade é embalada e apresentada aos olhos de seus consumidores. Com o desenvolvimento das tecnologias da comunicação, as informações passaram a ser disseminadas de forma instantânea. O receptor não precisa mais esperar o jornal ser impresso, ou a revista ser publicada para ter acesso as notícias.

Os avanços tecnológicos e a internet provocaram alterações profundas nos meios comunicacionais e por conseguinte, determinaram uma considerável mudança de hábitos e costumes da sociedade em geral. O cotidiano das pessoas revela o modo de agir, de assimilar, de apropriar e usufruir daquilo que lhe é legítimo e inerente à sua cultura. Desde que esteja ao alcance para uso, as diversas plataformas da comunicação continuamente, exercem papel fundamental em muitas transformações sociais e de mercado.

O consumo leva à reflexão de que ao selecionar bens, consumi-los, remete de alguma forma às questões de ordem subjetiva dos desejos humanos. A valoração é destacada publicamente, e assim, também se faz as maneiras de integração ou das diferenciações na sociedade, numa combinação do pragmático com o apazível (CANCLINI, 1997).

As transformações sociais estão ligadas aos processos culturais, às apropriações, na forma como se associa aos processos produtivos e evolutivos e como as experiências de consumo são válidas e acumuladas.

Os meios de comunicação estão atendendo a uma demanda que é provocada pela evolução dos próprios veículos, àqueles que consomem as informações e as novas formas de consumo. A revolução tecnológica tornou muitas formas culturais e artísticas mais acessíveis,

contudo, há muito a percorrer para superar os obstáculos que dificultam a distribuição igualitária de bens e serviços culturais.

Na atualidade, o setor tecnológico e os meios comunicacionais deram um salto tanto na concepção de novas formas de interatividade digital, quanto na diversidade de usos das redes, uso das plataformas e canais. A internet facilitou o acesso às redes online e a interação das pessoas que ocorre por meio de comunidades virtuais, o que leva a diminuir os distanciamentos de relações seja de país para país ou de ambiente físico para ambientes diversos. De acordo com Recuero (2003),

A comunidade virtual é um elemento do ciberespaço, mas é existente apenas enquanto as pessoas realizarem trocas e estabelecerem laços sociais. O seu estudo faz parte da compreensão de como as novas tecnologias de comunicação estão influenciando e modificando a sociabilização das pessoas. (RECUERO, 2003, p.10).

O processo midiático, suas plataformas e suporte de acesso, somado à grande influência da internet, provocou mudanças no consumo cultural das comunidades, na medida que isto ocorre, de maneira que os usuários de todas as idades se utilizam de canais diversos para acessarem o que lhes interessa, seja para informação, para entretenimento ou para o conhecimento.

Um conteúdo postado no Facebook, por exemplo, ou uma notícia veiculada em um jornal online, transita por diferentes dispositivos em questão de segundos, por meio de dispositivos móveis, *tablets*, *notebook* e outros. Enfatiza-se outros exemplos como: os filmes de antes e que até hoje são consumidos no cinema, têm exibição também em dispositivos móveis via *web*; conferências sobre políticas culturais ou projetos em desenvolvimento são realizadas por *hangouts*<sup>4</sup>, envolvendo profissionais de distintos órgãos e diversos estados, em tempo real.

Notadamente o mercado empresarial também ganhou um novo espaço de comércio por meio da internet. Lojas físicas converteram seus negócios em lojas virtuais, o que facilita o consumo e interação das pessoas ao buscar esclarecimentos sobre o que possivelmente será adquirido.

Para Torres, (2010), o plano de táticas e estratégias de marketing e publicidade utilizadas para internet é um novo recurso percebido no comportamento do consumidor quando está navegando e é conhecido por Marketing Digital. Trata-se de um conjunto coerente de ações

---

<sup>4</sup> *Google Hangouts* é uma plataforma de comunicação, desenvolvida pela *Google*, que inclui mensagens instantâneas, chat de vídeo, SMS e VOIP. Foi lançada em 15 de maio de 2013, durante a conferência de desenvolvedores *Google I/O*.

que promovem relação constante e permanente entre empresas e clientes. E proporciona ao consumidor conhecer o teor dos negócios e despertar a confiança, favorecendo a realização de negócios, a compra. O marketing nas mídias sociais é o conjunto de ações de marketing digital que visam criar relacionamento entre a empresa e o consumidor, para atrair a sua atenção e conquistar o consumidor online. (TORRES, 2010, p.12)

As agências de turismo se adaptaram aos avanços tecnológicos, tomando dimensões na dinâmica eletrônica e alcançando as redes sociais. Bem como na construção de um marketing que explora os espaços virtuais e exhibe seus pacotes de viagem, serviços e promoções que impactam o usuário, que recebem além da comunicação visual dos produtos, os pacotes conjugados com valores e as formas de pagamento, facilitando o acesso ao produto exibido.

As imagens de Palmas são difundidas pelas redes sociais por uma diversidade de pessoas, seja por apreciadores da natureza e paisagens do lugar ou por aqueles que gostam de fotografar e que utilizam das redes sociais para exibir as imagens capturadas.

Encontra-se também, a divulgação de forma institucional, efetivada pelo governo municipal no site da Prefeitura de Palmas e do governo estadual, além do site da Adetuc. O *Instagram* também é utilizado para difusão de atrativos turísticos por meio de imagens, já que é uma das redes de compartilhamento de imagens de maior alcance na atualidade.

O cartão postal que antes era enviado pelo correio, com formato físico de dois lados para comunicação tendo o lado da imagem que poderia ser considerado sua frente com fotos ou desenhos e o verso que tinha o objetivo de passar uma mensagem a um amigo ou família. Na versão digital, pelo *Instagram*, o cartão postal tem uma proposta que une a imagem, a mensagem textual e as *hashtags*, além de possibilitar a interatividade por meio dos comentários e curtidas.

No formato digital, as imagens postadas nas redes sociais adquirem o papel do cartão postal, se tornando um elo entre o espaço de comunicar e sociabilizar, proporcionando aos usuários a oportunidade de mostrar os lugares que são visitados, momentos que são vividos com amigos ou lugares que transmitem o gosto pessoal. Para atender a um objetivo institucional, torna-se um empreendimento com estratégias de marketing que promovem interação entre as pessoas ou seu público-alvo.

No início deste século a produção brasileira de postais deu ênfase ao espaço urbano, que era uma das temáticas privilegiadas, em que os setores médios e as classes dominantes desfrutariam das novidades do progresso, e foi nessa época que a denominação cartão postal se apresentou com referência direta a pontos turísticos de uma cidade ou de uma vista urbana (VELLOSO, 2001).

Dessa forma, o ambiente virtual, a noção do cartão postal é ampliada e redefinida a partir da disseminação das imagens dos lugares que passam a ganhar mais credibilidade pelos números de compartilhamentos, curtidas e comentários.

O governo estadual do Tocantins criou no *Instagram* o perfil @descubraotocantins para disseminar imagens dos pontos turísticos espalhados pelos 139 municípios tocantinenses, e as imagens de Palmas tem recebido destaque nesse perfil, o que motivou a escolha dele para analisar o consumo cultural das imagens institucionais de Palmas no referido perfil.

As políticas públicas para o turismo têm intensificado o investimento em mostrar os atrativos turísticos, culturais e a infraestrutura, principalmente para os seus cidadãos e visitantes, incluindo turistas que vem de todos os lugares do país, e do mundo. As imagens das cidades que estão no *trade* turístico são exibidas de forma a elevar beleza local numa tentativa de atrair o público e despertar o interesse em usufruir dos bens e serviços que a cidade oferece, como bares, pousadas, hotéis, entre outros atrativos.

Contudo, uma a reflexão sobre a produção e veiculação de imagens de Palmas que são institucionalizadas e como os seus habitantes e visitantes a consomem, tornou-se relevante e motivou o desenvolvimento da pesquisa.

Os sites oficiais da prefeitura e do governo estadual apresentam as propagandas institucionais com matérias que realçam o potencial do estado, por meio das imagens, para recepção dos turistas. Nesse ambiente virtual tem se destacado, cada vez mais, o uso do *Instagram* para agregar pessoas, fazer com que compartilhem momentos e se aproximem. No campo institucional das organizações o *Instagram* torna-se também uma ferramenta para alimentar estratégias de marketing de empresas e instituições governamentais de todos os tamanhos.

Nesse sentido, a dissertação está fundamentada no estudo do consumo cultural da imagem da cidade de Palmas, a partir da divulgação de suas imagens que foram institucionalizadas. Quanto à organização da pesquisa, a dissertação é composta por três capítulos. O primeiro capítulo aborda a história da cidade de Palmas e destaca seus aspectos arquitetônicos, culturais e a paisagem natural. No segundo capítulo são enfatizados os procedimentos metodológicos que guiaram o desenvolvimento da pesquisa. O terceiro e último capítulo trata do consumo cultural da imagem de Palmas pelos seus habitantes e visitantes, a partir da análise das imagens divulgadas de forma institucional pelo perfil @descubraotocantins.

## **CAPÍTULO 1 – PALMAS: A CIDADE PLANEJADA**

A imagem da cidade motiva um instigante diálogo com a sociedade, estabelecendo uma comunicação a partir dos referenciais de seus espaços de arquitetura, da paisagem e do urbanismo implantado. A arquitetura, as artes visuais, a comunicação e as mídias, são linguagens integrantes dos setores criativos que compõem os sistemas de cultura de um país, nas esferas federal, estadual e municipal, e, o estudo deles, nesse sentido, configura-se como uma forma para a compreensão do consumo cultural.

Palmas é a mais recente cidade projetada do país, capital do estado do Tocantins, nasceu com a concepção de um planejamento urbanístico moderno. Para Paz (2007), a cidade foi planejada, investida dos conceitos de modernidade, ambientada a uma filosofia humanística, segundo a qual todos pudessem conviver em harmonia. Benevolo (2005) destaca que uma cidade moderna promove a intersecção do habitar, com o trabalhar, cultivar o corpo e o espírito e circular.

A projeção da cidade, por mais que trabalhe com uma previsão que busque assertividade em seu plano diretor, no estatuto da cidade e no plano urbanístico, observa-se as diferenças entre os bairros mais centralizados e os mais periféricos da capital; tanto na estruturação dos empreendimentos comerciais como na visibilidade que as obras arquitetônicas residenciais apresentam.

Bairros como o Taquari, Capadócia e Santa fé, por exemplo, que são bairros considerados periféricos, não são totalmente asfaltados, não apresentam em toda a sua extensão equipamentos públicos tais como: praças, ajardinamento e outros elementos como iluminação.

Em outra direção, bairros como a Arse 21, a Orla 14, possuem equipamentos urbanos que proporcionam urbanidade como por exemplo: cobertura para feiras livres, praças asfaltadas e iluminadas, diferenças que requerem uma pesquisa profunda que torne possível identificar os distintos contrastes. A imagem a seguir é uma vista aérea de um dos bairros periféricos de Palmas: o Taquari. É possível notar que ainda apresenta ruas sem asfalto.

Imagem 1 Taquari – bairro de Palmas



Fonte: Foto aérea por Drone Mini 2 Dji – autor Diego Billardo

Os bairros periféricos da capital não costumam ganhar destaque como um cartão postal da cidade, a coleta das imagens no perfil @descubraotocantins, que iremos apresentar a seguir, mostrou isso. O Capadócia é um bairro ainda mais carente de infraestrutura do que o bairro Taquari, quase a totalidade sem asfaltamento das ruas e necessidade de implantação de saneamento básico, conforme a imagem aérea a seguir. Nota-se na imagem aérea a proximidade do bairro ao lago de Palmas tendo uma vista importante da cidade.

Imagem 2 Capadócia – bairro de Palmas



Fonte: Foto aérea por Drone Mini 2 Dji – autor Diego Billardo

Taquaruçu é o distrito de Palmas que abarcou a criação da cidade, cedendo sua condição de município para dar lugar a nova capital do estado do Tocantins. É um lugar privilegiado e isso foi recorrente na coleta das imagens; Taquaruçu apresenta um clima mais ameno do que a capital, o distrito é rodeado por serras e possui em seu entorno inúmeras cachoeiras.

Esse distrito já tem uma estruturação básica para o turismo, com pousadas, restaurantes, feira de artesanato e gastronomia regional, o que promove fluxo de turistas de Palmas e de outros lugares do país e do exterior. As imagens desse distrito ocuparam lugar de destaque no perfil @descubraotocantins, suas paisagens e atrativos naturais dão notoriedade ao distrito.

A localização política e geográfica da cidade de Palmas é um fator que a coloca como eixo central e vetor econômico do estado, sendo perceptível a dinâmica do desenvolvimento da região, a partir da criação do estado do Tocantins e da consequente implantação da capital.

As obras arquitetônicas foram erguidas em Palmas conforme a demanda das necessidades de infraestrutura que a cidade exigia. Inicialmente, as obras arquitetônicas priorizaram os prédios da administração pública municipal e estadual, paralelamente às construções residenciais necessárias a população.

A arquitetura é o meio possível da satisfação que se inter-relacionam com as expectativas funcionais, bioclimáticas, sociais e econômicas, topoceptivas, sentimentais e simbólicas, bem como as expectativas estéticas, em virtude de valores que podem ser coletivos, individuais e ao mesmo tempo universais. (HOLANDA, 2003)

Os edifícios e elementos que compõem a paisagem urbana adquirem significados, tanto na relação de hierarquia espacial, quanto na influência exercida sobre o usuário, compreendida pela sociedade. A caracterização do edifício, quanto ao seu partido, sua relação com o entorno, com a forma do terreno, com o meio ambiente e com as vias que circundam o equipamento, criam uma atmosfera que reverencia a obra no espaço construído.

De acordo com Ferreira (2007), para a concepção arquitetônica há vínculos que devem ser elencados para favorecer os caminhos de uma idealização:

A concepção arquitetônica é antes de tudo, uma manifestação de elaboração e de idealização, cuja nascente também está vinculada à própria existência humana, e como tal, é fruto dos aspectos culturais, políticos e sociais, que se somam aos aspectos inerentes à própria arquitetura. É dever de quem concebe considerar os caminhos e os procedimentos favorecedores para uma eficaz materialização da ideia. Tais considerações são capazes de unir o rigor científico à intuição; a inércia à ousadia; a teoria à prática. A criatividade na arquitetura está relacionada com a tecnologia a ser utilizada e com as ferramentas que a expressam (FERREIRA, 2007, p.12).

Ao longo do tempo, a concepção arquitetônica se manifesta como legado material da história da humanidade e sua idealização está intimamente relacionada à produção humana,

considerando os aspectos de desenvolvimento social, cultural, político, econômico e tecnológico.

Para Dondis (2007, p.85), por meio da visão temos a precisão de detalhes, aprendemos e identificamos todo material visual elementar de nossas vidas para mantermos uma relação mais competente com o nosso espaço.

No relacionamento dos habitantes com a cidade, com o espaço urbano, com o espaço rural, com o cenário formado pela arquitetura, o com o urbanismo implantado e com as paisagens naturais, entende-se que haja uma comunicação que permite o consumo da imagem de Palmas pelas redes sociais. Os empreendedores do turismo local também exploram imagens em suas redes sociais e destacam locais da cidade de forma a criar atrativo para vender seus produtos, viagens e roteiros.

Na cidade, alguns espaços urbanos construídos passam a fazer parte da vida do cidadão, pelo seu uso e ocupação. Por meio do reconhecimento de símbolos ou marcos da cidade que remetem a história local, ao entretenimento, ao meio ambiente e ao comércio local. A cidade comunica ou promove uma experiência física com as pessoas no cotidiano de suas atividades, que de certa forma se relaciona com o consumo cultural da imagem da cidade, de suas ruas, avenidas, praças e parques, praias e equipamentos urbanos.

O Parque Cesamar pode ser destacado como um exemplo. Ele é um espaço urbano dotado de pista de *cooper*, muito verde, um pequeno lago, pista de *skate*, equipamentos de ginástica entre outros elementos que permitem que a sociedade usufrua deste ambiente para atividades matinais, vespertinas e noturnas, durante os sete dias da semana, tendo um fluxo considerável de frequentadores.

O Parque dos Povos indígenas é outro equipamento urbano. Ele traz uma homenagem aos indígenas, sua estrutura contempla paisagismo, iluminação, uma pista de skate, quadras de areia para peteca e badminton, playground, pista para caminhada com 700 metros, ciclovia, quadra para *slackline*, quadras de vôlei de areia e futevôlei com arquibancada para 528 pessoas paisagismo e iluminação.

A praça dos Girassóis é outro espaço urbano, com inúmeros elementos que a torna um museu a céu aberto; nela encontra-se o cruzeiro, que é marco histórico da implantação de Palmas, capital do estado do Tocantins. Os três poderes constituídos, formam um conjunto arquitetônico, com equipamentos urbanos como o Palácio Araguaia, destinado ao executivo estadual, o edifício do Tribunal de Justiça, que contempla o judiciário do Tocantins e a Assembleia Legislativa, destinada ao parlamento legislativo do Tocantins. Na praça, foi

instalado um monumento que dá ênfase ao centro geodésico do Brasil, local considerado por muitos como sendo o coração do Brasil.

Os edifícios públicos e privados comunicam algo que ultrapassa suas funções sociais, expressando o gosto e aspirações de grupos sociais e das instituições que os conceberam e os construíram. Os estilos arquitetônicos variam segundo a finalidade de um edifício, as tradições de uma cultura que são influenciadas pelas diferenças nacionais, geográficas, religiosas e intelectuais (DONDIS, 2007).

Antes de iniciar a análise crítica das imagens que fazem parte do *corpus* da dissertação no Capítulo 4, destacamos três imagens arquitetônicas com o intuito de apresentar uma possibilidade de construção de narrativa imagética da capital. As imagens selecionadas podem ser enquadradas em uma perspectiva de “Cartão Postal” e, portanto, são consideradas representativas de Palmas.

Palmas, como cidade planejada, destaca-se pela arquitetura. Muitos exemplos poderiam ser referenciados, no entanto, destaca-se três obras públicas: o Memorial Coluna Prestes, O Espaço Cultural de Palmas e o Paço Municipal.

Imagem 3 Memorial Coluna Prestes



Fonte: Acervo Secom - Adetuc

Oscar Niemeyer foi o arquiteto que projetou o Memorial Coluna Prestes, instalado na capital Palmas, e situado a Praça dos Girassóis. Esta obra arquitetônica foi construída para homenagear o movimento tenentista de 1922 e a marcha realizada pela Coluna Prestes, que passou pela região do Tocantins, àquela época ainda norte do estado de Goiás, entre os anos de 1920 e 1930.

O acervo museológico do Memorial Coluna Prestes é composto por fotografias, documentos e objetos pessoais doados pela família de Prestes, que rememoram a marcha de 25 mil quilômetros, feita pelo interior do Brasil. Entende-se que este equipamento urbano e a expografia da história da marcha Coluna Prestes pelo Tocantins, é uma forma de fazer um registro cultural do momento histórico.

Uma grande rampa dá acesso ao elevador que recebe a escultura em bronze "Cavaleiro da Luz", que representa Luiz Carlos Prestes. Em seu interior, possui um auditório com capacidade para 100 pessoas (denominado Teatro de Bolso), este espaço permite o uso público para expressões de cunho artístico e cultural.

Essa obra se relaciona também com a escadaria que se encontra com as esculturas da passagem da Coluna Prestes pelo estado do Tocantins – representação em tamanho real de soldados - essa obra tridimensional de Mauricio Bentes completa a relação entre a arquitetura e sua história.

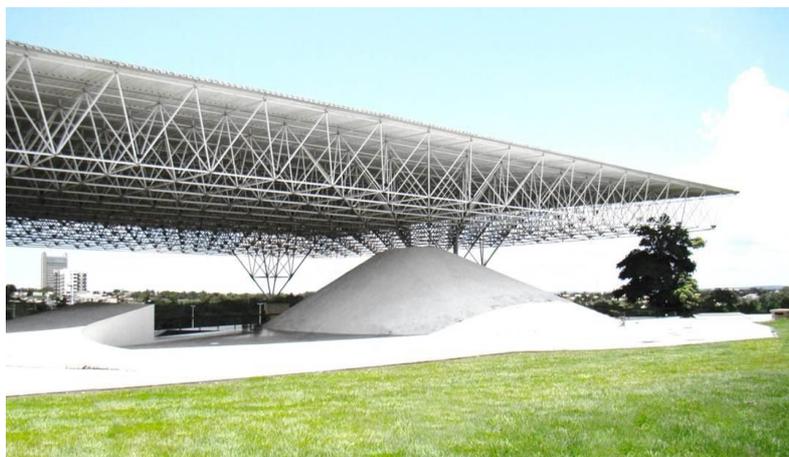
Niemeyer, embora um dos maiores arquitetos da história brasileira, tem por característica deixar no entorno de suas obras uma grande área limpa, sem vegetação ou árvores, como se quisesse colocar a obra em um pedestal, para ser apreciada. Tal característica acaba por promover a devastação do espaço urbano e de grande parte do Cerrado.

A área do entorno tem aproximadamente dimensão de seis vezes a própria obra do Memorial, sendo bastante considerável a área livre que recebe sol direto, um dos grandes problemas que causam a insolação é a falta de sombreamento que propicie que os transeuntes se locomovam com conforto ambiental durante o período diurno na cidade.

Este espaço tem sido usado pela sociedade no período do final da tarde e à noite, horário que o clima está mais ameno, momento que as pessoas utilizam da escadaria e deste espaço aberto para práticas esportivas.

No que tange à função do Memorial junto à sociedade, pode ser mais explorado no sentido de promover educação museal e patrimonial. Trabalhar outras coleções que possam ser incorporadas ao acervo, com expografias que deem dinamismo ao local. O Teatro de bolso é outro espaço significativo deste empreendimento que pode ter uso para múltiplas ações museais que envolvam a sociedade, o que pode despertar interesse do cidadão em visitar o local. A seguir, na imagem 4, temos o registro fotográfico do Espaço Cultural de Palmas.

Imagem 4 Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho



Fonte: Acervo do Município de Palmas

O Espaço Cultural de Palmas – José Gomes Sobrinho - foi projetado pelo arquiteto Paulo Henrique Paranhos em 1995. As obras do Espaço Cultural de Palmas tiveram início no ano de 1994, sendo entregue ao público em 1996. A construção foi *Destaque Obra Construída*, recebendo o 3º Prêmio Jovens Arquitetos – SP. Também foi agraciado na Alemanha com o prêmio “*Architect Of Awa*” (*Award Winning Architecture*, 1999).

O Espaço Cultural está localizado no setor central de Palmas, quadra 302 Sul, entre as avenidas Teotônio Segurado (eixo norte sul), LO 05, NS 02 e à margem do Córrego Brejo Comprido, um dos mananciais que abastece a cidade de Palmas.

Construído em uma área de 57.600 m<sup>2</sup>, seu valor estimado foi de R\$ 4.000.000,00, (quatro milhões) segundo dados fornecidos pelo Arquiteto Paulo Henrique Paranhos. Está a duas quadras do Palácio Araguaia, órgão que abriga o Executivo Estadual.

Esse complexo cultural é formado por edifícios separados. Com salas, auditório, teatro, camarins, sanitários, lanchonete, biblioteca e uma grande praça. Os elementos que compõem o Espaço Cultural são: o Teatro Fernanda Montenegro, com capacidade para 530 pessoas; o cine auditório Sala Sinhozinho, que possui 209 poltronas e exhibe filmes de 35 mm; uma grande praça ou praça maior, que pode abrigar um público de aproximadamente 5000 pessoas. Possui ainda um centro de criatividade, que é formado por salas equipadas para o desenvolvimento do ensino informal em artes, além de espaços expositivos para as Artes Visuais. A imagem 5 apresenta o Paço Municipal, obra que acolhe a prefeitura de Palmas.

Imagem 5 Prédio da Prefeitura de Palmas - Paço Municipal



Fonte: Acervo do Município de Palmas

O edifício da Prefeitura de Palmas foi construído para ser a sede administrativa do Governo Municipal, foi inaugurado em 20 de maio de 1990, data que a administração do Executivo municipal se transferiu da Casa Suçuapara, para na época abrigar a gestão do município em sua sede definitiva.

Atualmente, esse edifício é utilizado por um dos órgãos que compõe a gestão municipal, o IMPUP, Instituto Municipal de Planejamento Urbano de Palmas. A obra foi construída em tempo recorde pelo Governo do Estado. O Grupo Quatro, com sua equipe de arquitetos foi o responsável pelo projeto do prédio e pelo Plano diretor da cidade.

O arquiteto Manoel Balbino, que fazia parte da equipe do Grupo Quatro, dedicou-se à obra da Prefeitura Municipal de Palmas, um projeto aparentemente simples e pouco notado pelos moradores, que foi concebido considerando o clima da região.

O edifício encontra-se localizado no Paço Municipal, sua fachada principal fica de frente para Bosque dos Pioneiros, onde acontece a Feira do Bosque, que apresenta a vegetação típica do cerrado preservada mesmo durante sua construção.

O prédio é térreo, com um único Pavilhão em tijolo cerâmico e concreto aparente, com esquadrias de aço (janelas) e madeira (portas), possui brise-soil e iluminação zenital, o que demonstra que houve uma preocupação de adequar a arquitetura ao clima da região, tirando proveito da iluminação natural e protegendo o prédio da irradiação solar, com isso conseguiu bons resultados, no corredor central a iluminação natural é abundante já nas salas é um pouco mais restrita em virtude dos brises. (MORENO, 2007, p.3-4)

Construído com tijolinho cerâmico aparente e concreto aparente, o prédio está posicionado no sentido norte-sul e possui em sua entrada um elemento em concreto armado, que é o seu grande destaque. O elemento assemelha-se a um guarda-chuva ou a uma árvore

estilizada, e protege a entrada principal que fica no meio do pavilhão. O acesso ao prédio se dá pela Avenida Theotonio Segurado e pela avenida NS2, que dá acesso aos estacionamentos do prédio.

Considerando o contexto histórico, destaca-se que ao lado do prédio foi construída a sede da Câmara Legislativa Municipal. A construção foi erguida em madeirite e passou a compor a paisagem, mas alguns anos mais tarde foi demolida e o Legislativo passou a funcionar em prédios alugados até a construção da sede definitiva.

Em sua fachada principal, tem um monumento que foi inspirado no mapa do Tocantins. A autora desta pesquisa, quando foi gestora de Cultura do Município de Palmas, passando próximo ao prédio onde estava instalada a escultura do Mapa do Tocantins encontrou a obra caída, totalmente sem proteção e com uma pequena parte quebrada, sem a base que a afixava ao solo, também não estava o nome de Palmas em relevo.

O prédio da antiga Codetins - Companhia de Desenvolvimento do Estado do Tocantins e Detur - Departamento de Estradas e Rodagens do Tocantins estava desocupado, e o Mapa do Tocantins abandonado, observando a situação, procurou-se investigar o porquê de a obra estar naquele estado. No entanto, não obtendo informações, em reunião com a equipe do Patrimônio Histórico Artístico e Cultural do Município, e diante da situação, houve necessidade de uma tomada de decisão imediata, para que a obra não fosse destruída ou tivesse mais danos.

Assim, o Mapa foi transferido do local e instalado na Prefeitura - Paço Municipal, considerando a segurança e preservação do bem. Naquele momento, foi entendido pela equipe, que ali seria o melhor local público para que novamente houvesse diálogo da obra com a população e visitantes da capital, e ao mesmo tempo sua conservação.

Para proteção física da obra, foi feita uma base de concreto e o mapa foi instalado na fachada principal da Prefeitura de Palmas, local que até a data atual o mantém intacto e protegido, ao mesmo tempo em que se integrou a fachada principal do Paço Municipal.

Posteriormente, junto com outros bens culturais, como a casa Suçuapara e o Cruzeiro, instalado na Praça dos Girassóis, foram tombados provisoriamente pelo Decreto Municipal número 22, de 29 de fevereiro de 2000, no intuito de garantir sua proteção e conservação.

Atualmente, o estado de conservação do edifício público da antiga Prefeitura de Palmas indica necessidade de manutenção e possível tombamento para preservação da história e do patrimônio arquitetônico da implantação de Palmas.

Imagem 6 Mapa do Tocantins, em concreto



Fonte. Mapa do Tocantins, escultura em concreto, fachada principal do Edifício da Prefeitura de Palmas, vista lateral, autor da Foto Edson Lopes – 1996.

O Mapa do Tocantins é um bem cultural, estruturado em escultura de concreto, foi concebido e construído para ser instalado na frente da Codetins e do Detur – Departamento ligado à Secretaria de Estadual de Economia, onde funcionava o Centro de Apoio ao Turista. Foi implantado no final do ano de 1989, no intuito de tornar a fachada do Centro de Atendimento visualmente condizente e atrativa para o turista.

O autor do projeto era funcionário do Estado, lotado no Detur, e após decisão da equipe de trabalho, Luiz Hildebrando Paz elaborou o projeto com os devidos dimensionamentos e detalhamentos específicos definidos para constar na vista frontal, para que o espectador ao ver conseguisse identificar o local da capital e as vias rodoviárias de saída e chegada a Palmas.

Paz permaneceu no local até o final do primeiro governo do Tocantins, no ano de 1991, época que a obra ainda se encontrava no local de sua instalação. O trabalho em questão teve a contribuição do arquiteto Paulo Morgado. Atualmente esse bem cultural necessita de manutenção, para devolver a ele a sua característica inicial.

### **1.1 Espaço público e dinâmica social**

Considerando que a abordagem da pesquisa tem como objetivo explorar o tema da imagem de Palmas, a percepção social do espaço urbano e dos elementos que a compõem, como arquitetura pública, serão apontados fundamentos sobre espaço arquitetônico, urbano e a sobre a cidade.

Entender a produção da imagem urbana exige refletir sobre a lógica da imagem. O primeiro e mais importante traço distintivo da imagem, em relação as demais produções significativas, diz respeito à sua iconicidade, isto é, aquele, tipo de representação que exige nos processos emissão e recepção comunicativa, uma complexa operação associativa que labora uma comparação, não apenas entre elementos, objetos, fatos, situações concretamente comparáveis, mas como uma realidade outra, produzida pela mente que compara. Essa iconicidade não é própria ou figurativa, mas diz respeito a um modo de produzir conhecimento (FERRARA, 2000, p.57).

Um empreendimento público ou privado é dotado de especificidades que o programa de necessidades lhe aponta para sustentar a concepção do projeto arquitetônico e urbanístico, sendo assimilado na essência do que se busca concretizar. Por conseguinte, a comunicação desses lugares se relaciona com a identidade visual ou programação visual criada para se tornar público. A imagem pode ser interpretada, utilizando de fotos, plantas arquitetônicas, observando os espaços construídos e que está em seu entorno e como o edifício se comunica com o lugar e com a sociedade (LINCK,1960).

Para Ferrara (2002, p.15), “os lugares correspondem à arquitetura ou ao design do espaço da cidade”, e complementa apresentando uma caracterização do espaço construído, que pode ser demarcado pela apropriação do espaço urbano e pelo elemento comum de pertencimento entre o espaço e a coletividade que cria dinâmica social e identidade do lugar.

Hugo Segawa (1991) entrevistou os autores do projeto da cidade de Palmas, que fizeram algumas referências relevantes em relação a arquitetura da capital do Estado do Tocantins, exatamente no momento em que se discutia a questão da ocupação irregular da cidade, por meio de invasões e outras formas de ocupação de determinados grupos sociais que a adotavam para morar precariamente, fugindo totalmente do planejamento inicial da cidade.

Nesse aspecto, se pensava em como inibir o crescimento desordenado sem coibir a chegada à cidade, de pessoas de todos os cantos do país, algo que, conseqüentemente, mostrava-se como um fator de dimensão muitas vezes imprevisível, quanto a projeção e a realidade da arquitetura que possivelmente seria erguida sem o mínimo de princípios.

Para o resultado do conjunto ser bom, é preciso controlar esse processo. Não precisa ser a melhor arquitetura – pode ser a mais tradicional, comum, mas que seja dentro de um princípio. A legislação que elaboramos não é para fazer a arquitetura mais bonita. Os recuos, as distâncias entre os edifícios são fundamentais para a aeração, para que

o vento circule por toda cidade (SEGAWA, 1991: p. 108, 109 entrevistando TEIXEIRA e FILHO).

Os autores do projeto de Palmas, explicam que adotaram determinados princípios não exclusivamente para deixar a arquitetura mais bela, mas para o planejamento urbano da cidade ser viável, considerando aspectos que foram delineados com a intenção de proporcionar à cidade um espaço adequado para implantação dos equipamentos urbanos, observando recuos e distancias entre edifícios, valorizando a circulação dos ventos por toda cidade.

Após ocupação da cidade, mesmo com um planejamento realizado de acordo com os preceitos do urbanismo e da arquitetura, a circulação de pessoas e as trocas se dão em lugares específicos, não havendo uma urbanidade que possa ser caracterizada em todos os setores do meio urbano. Foi percebido que muitos trabalhadores residem em bairros distantes do seu local de labor, que geralmente é no setor central, essas pessoas moram em bairros mais afastados como o Taquari, Capadócia, Aurenys e Taquaralto.

No entanto, ainda há quadras no centro da cidade com inúmeros lotes vazios ou quadra inteira sem ocupação, o que promove especulação imobiliária, que por sua vez adquire uma elevação de domínio do cenário da construção civil e do mercado imobiliário. Entende-se que a revisão do plano diretor deve prever situações como essa e propor um diálogo que venha tratar a ocupação do centro para os seus arredores, mesmo com os 32 anos da implantação da capital.

O lugar da cidade pode se tornar um referencial dela mesma, como fenômeno do espaço urbano, o que vai depender da forma como este cenário se compõe, como os fatos e acontecimentos lhe elegem para se tornar espaço vivo e distinto, configurando “uma memória que transforma o lugar na institucionalização do acontecimento e dos flagrantes passados que tiveram o lugar como cenário ou que o tornaram notável” (FERRARA, 2002, p.17).

“Além das explicações socioeconômicas do urbano, estão as imagens da cidade que assimilam uma robusta realização humana, uma forma distinta de civilização” (FERRARA, 1999, p.201). Uma atmosfera provocada pelo cenário cultural, pelo cotidiano da vida na cidade e a multiplicidade de relações sociais, é capaz de revelar como as imagens urbanas aguçam a percepção humana.

As características culturais sedimentam a cidade enquanto cenário diverso de signos, que cria uma linguagem e ao mesmo tempo justifica e legitima sua identidade cidadina enquanto modo específico de produção.

Sob essa perspectiva, o atributo da identidade permite conhecer um lugar, uma praça, um parque, como entidade diferenciada, distinguindo-a dos demais logradouros, “configurando a imagem por meio da relação espacial entre si mesma e seu entorno, integrando ambos em um

conjunto único, transformando-a simbolicamente, para o observador num espaço reconhecível e representativo de estímulo para práticas sociais”. (BARREIRA, 2007, p.7)

A vida urbana pressupõe encontros, confrontos das diferenças, conhecimentos e reconhecimentos recíprocos (inclusive confronto ideológico e político) dos modos de viver, dos padrões que coexistem na cidade. O espaço é resultado da ação de mulheres e de homens sobre o próprio espaço, intermediados pelos objetos naturais e artificiais. O espaço público, dotado de significados, compreende-se como lugar de uso comum, exatamente por ser público em sua composição de equipamentos urbanos, mobiliário urbano, espaços livres, e naturais que formam um lugar de relações entre a sociedade, a paisagem e o espaço edificado da cidade (SANTOS, 1988).

A população busca na cidade o bem-estar social, os cidadãos transitam por espaços abertos como praças e ruas em Palmas a mais nova capital construída do país. Na cidade tradicional, praças e ruas eram considerados como local de troca e encontros, e nas grandes cidades as pessoas muitas vezes preferem ficar nos espaços privados para se protegerem da violência urbana. Com ênfase no problema de abandono do espaço público e uso dos espaços privados, Mendonça faz a seguinte abordagem:

No entanto, este potencial de abrangência quanto à apropriação dos espaços públicos vem também sendo fortemente cerceado pela difusão do medo, associado à violência urbana, inicialmente vinculada às grandes cidades, apresentando na atualidade, generalizações na realidade e no imaginário também das médias e pequenas cidades. Assim, a proliferação de diversões em ambientes fechados e controlados por aparato de segurança e consequentemente seletos e excludentes vem alterando costumes, repercutindo em mudanças nas relações sociais relacionadas aos espaços públicos. (MENDONÇA, 2007, p.5).

O espaço público na esfera da gestão pública é pensado como objetivo de prática da cidadania, com o propósito civilizacional de proporcionar à população uma vivência de socialização entre os atores sociais. Imagina-se que o espaço urbano deve ser dotado de espaços públicos para o desenvolvimento de atividades recreativas, culturais, esportivas, de entretenimento, além de fundamentar a premissa de circular, trabalhar e habitar, fatores que contribuem com aquilo que é inerente ao modo de vida dos cidadãos e que proporcionam o direito fundamental de ir e vir de forma digna e segura.

Nas concepções da moderna arquitetura, a vida coletiva da cidade estaria interligada fundamentalmente nas relações quantitativas e distributivas entre habitação e equipamentos, e que o seu bom funcionamento se daria a partir de uma grelha abstrata. Segundo esse modelo, estariam, portanto, excluídas do tecido residencial, as atividades de trabalho, indústria, escritórios e grandes equipamentos, que causariam complexidade funcional, ambiental e visual,

e adota-se a divisão em quatro áreas elementares: trabalho, lazer, circulação e habitação (LAMAS, 2000).

O espaço edificado, por sua vez, influencia o lugar, o entorno, a paisagem, as ações humanas. Elementos que dão sentido à formação da cidade, e à relação homem-cidade. Assim, pensar o espaço a partir do espaço arquitetônico, do “espaço edificado aquele que está contido o edifício” e que se tem a ideia do espaço interno (GRAEFF, 1976, p.14).

Quanto a relação do edifício com o lugar, Graeff afirma que a obra arquitetônica construída tem influência sobre uma porção do espaço, sobre seus confrontantes ou adjacências, se torna uma presença física que ocupa um lugar e se integra a outros edifícios ou paisagens. Sua presença modifica a paisagem urbana, adquire relações, irradiação, cria uma atmosfera local, dependendo da forma construtiva e de sua pós-ocupação. Esse espaço arquitetônico é parte do espaço urbano, cria um espaço externo por sua caracterização de obra física e através da qual se tem o entendimento do espaço externo onde está situado no território.

A arquitetura pode representar a produção humana, as suas formas de manifestação cultural de acordo com a época e seu tempo de expressão, incorporando e simbolizando os ideais sociais, muitas vezes, revelados por historiadores ou pelo legado da própria obra arquitetônica ao longo do processo da evolução da humanidade. A relação da arquitetura com espaço urbano se reflete em seu impacto imediato, pois trata-se de um processo que se adequa às normativas e legislações que proporcionam a fruição do processo construtiva na vida pública da cidade por meio de diálogos intensos de conflito e seleção de alternativas razoáveis para arquitetura urbana.

No espaço público urbano ou rural, ainda mesmo que de livre acessibilidade, as atividades são submetidas aos aspectos da vida social no que tange à moral e à cidadania. Nesse contexto, dando ênfase ao bem-estar da sociedade, Graeff, faz as seguintes considerações:

Assim, a sobrevivência implica na necessidade de alimentação, habitação e saúde; a produção envolve necessidade de trabalho e produção propriamente dita, de distribuição, transporte, comunicação e de crédito; a organização compreende necessidade de administração, de associação e de segurança. E por fim, o desenvolvimento do corpo e do espírito requer a satisfação de necessidades culturais, religiosas, educacionais, comemorativas, recreativas e esportivas. (GRAEFF, 1976, p.65)

Nesse sentido, é preciso investir na resolução dessas necessidades para que haja satisfação plena dos habitantes no espaço público da cidade. No capítulo a seguir serão apresentados os procedimentos metodológicos que guiaram o desenvolvimento da presente pesquisa.

## CAPÍTULO 2 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao estudar o consumo das imagens de Palmas, disponibilizadas no perfil @descubraotocantins, no *Instagram*, reporta-se diretamente a um canal de divulgação de imagens institucional que efetua um recorte de imagens com objetivo de promover o turismo e a economia do estado do Tocantins.

Assim, com a intenção de refletir acerca de como o sujeito se apropria e se vê diante do lugar por meio das imagens, e ao mesmo tempo consome as representatividades que são selecionadas como sendo mais significativas da cidade, foram revisitadas obras de autores da área como: Santos (1988), Lynch (1960), Graeff (1976), Canclini (1997), Bourdieu (2007) e Laraia (1932). Sobre a construção da capital por meio de referências de autores como Bazolli (2019), Reis (2018), Rodovalho (2012), Segawa (1991) que tratam da construção de Palmas.

Ao contextualizar a vida urbana nos espaços públicos com a sociedade, a arquitetura, e o consumo da imagem, o referencial bibliográfico se sustentou nas obras de Santos (1988), Salgueiro (200), Gastal (2014), Ferrara (2000), Ferrara (2002), Ferrara (1999), Lamas (2000), Bazolli (2019), Reis (2018), Rodovalho (2012), Segawa (1991) forneceram as bases para a análise crítica das imagens desse perfil institucional.

As discussões que contextualizaram o consumo, o ambiente virtual, a fotografia e cartão postal, tiveram como referências as obras de autores como: Recuero (2003), Campanella, Barros (2016), Canclini (1997), Bourdieu (2007), Sontag, (2014), Aumont (1993), Dondis (2007), Oliveira (2017), Deleuze (2009), Leite e Silva (2017), Daltoso (2006), Velloso (2001), Velloso (2001).

O *corpus* desta pesquisa foi composto de imagens coletadas do perfil do @descubraotocantins, no *Instagram*.

O *Instagram* é uma rede social, principalmente visual, onde um usuário pode postar fotos e vídeos de curta duração e interagir com publicações de outras pessoas, através de comentários e curtidas. A rede social permite que o usuário siga outro usuário para poder acompanhar suas postagens e suas atividades dentro da rede. O número de seguidores favorece a visibilidade do perfil.

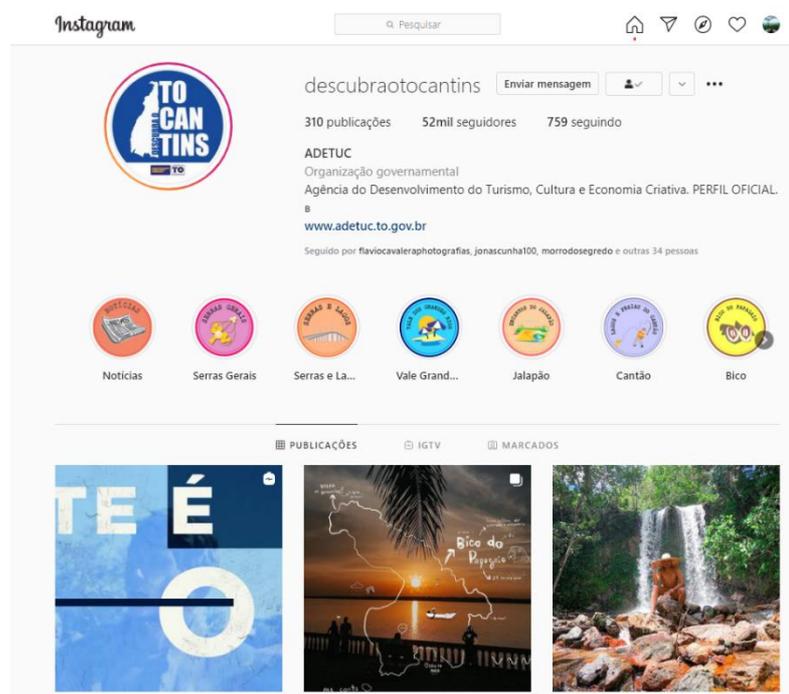
O app gratuito foi criado para o compartilhamento de fotos e inserção de filtros para imagens. O app foi lançado em 6 de outubro de 2010; mais de 25 mil pessoas baixaram o app

no primeiro dia e um ano e meio depois, em 2012, esse número chegou a 30 milhões de usuários. No ano de 2017 a rede social atingiu a marca de 700 milhões de usuários<sup>5</sup>.

Um dos princípios da comunicação institucional é colocar o interesse público e o cidadão como base central e canais criados no *Instagram* têm atuado dentro desses princípios. Assim, buscou-se na presente dissertação analisar as imagens de Palmas divulgadas por um canal institucional do estado do Tocantins no *Instagram*, o @descubraotocantins, que é um perfil gerido pela Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa e que atualmente conta com 52 mil seguidores.

Além da coleta das imagens postadas no perfil, de forma complementar, a pesquisadora buscou informações sobre a origem do perfil, sua estrutura e seu funcionamento com o gestor do mesmo, o técnico Lucas Ferreira Gomes lotado na ADETUC, que disponibilizou as informações por e-mail. Na figura 3, localizada abaixo, é possível ver a página oficial do perfil analisado.

Figura 3 Página oficial no Instagram do perfil @descubraotocantins



Fonte: *Instagram* - captura de tela: acesso em 10/04/2021

O referido perfil do *Instagram* foi criado em 2015, e no ano de 2019 o @descubraotocantins foi dinamizado para divulgar, promover e evidenciar as potencialidades

<sup>5</sup> *Instagram* soma 700 milhões de usuários ativos no mundo. Disponível em: [https://tecnologia.ig.com.br/2017-04-28/instagram-em-numeros.html]. Acesso em: 25 mar 2021.

turísticas e culturais do Tocantins. Por ser uma plataforma digital de grande alcance, é também utilizada para divulgação de ações governamentais relacionadas aos setores da Adetuc<sup>6</sup>.

No ano de 2020, foi dada uma nova roupagem ao perfil a partir da ideia de criar uma plataforma mais participativa e moderna. De acordo com Gomes (2020), técnico que gerencia o @decubraotocantins, o perfil institucional trabalha para tornar a linguagem bem próxima do que é usual na internet, o que favorece o ganho de mais seguidores, compartilhamentos e a possibilidade de maior diálogo com os *instagramers*.

Para Torres (2009), as mídias sociais é um acontecimento que se estabelece por meio das redes sociais agregando os blogs, e sites colaborativos. Estas redes criam laços e integram perfis e comunidades, proporcionando ao consumidor relação de proximidade e interação. Elucida que este é um fenômeno cultural em permanente ascendência e transformação por serem essencialmente colaborativas.

As imagens publicadas pelo @descubraotocantins buscavam promover o turismo e consequentemente expandir os negócios no estado do Tocantins, tendo em vista que a Agência de Desenvolvimento foca em três áreas: Turismo, Cultura e Economia Criativa.

Na presente pesquisa nosso olhar foi direcionado para analisar o perfil como um canal de consumo cultural das imagens de Palmas pelos seus habitantes e visitantes. Cabe destacar que o perfil @descubraotocantins abarca todo o estado e na dissertação o foco foi exclusivamente nas postagens referentes à cidade de Palmas.

Uma pesquisa, de modo geral, está intrinsecamente ligada a algum tipo de investigação que venha proporcionar maior conhecimento sobre o objeto em estudo, proporcionando subsídios com levantamentos e instrumentos de pesquisa, que promovam análises e parâmetros para argumentar com dados e informações obtidos. Dessa forma, a presente pesquisa seguiu a mesma lógica, a partir do olhar sobre as imagens (dados) e buscou compreender a relação dos sujeitos com o seu espaço.

A atividade do pesquisador vinculada ao conhecimento anterior e a forma como ele manipula os diversos métodos e técnicas em busca de resultados para responder aquilo que está em questionamento em sua pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A imagem fotográfica foi o ponto de partida para as reflexões aqui propostas. Nesse sentido, a imagem da cidade, a arquitetura, a paisagem, o espaço urbano e a relação com a sociedade Santos (1988) pontua:

---

<sup>6</sup> Informação disponibilizada por e-mail pelo técnico que gerencia o perfil @decubraotocantins, Lucas Ferreira Gomes no dia 22 de julho de 2020.

O espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de que participam de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, seja a sociedade em movimento. O conteúdo (da sociedade) não é independente, da forma (os objetos geográficos), e cada forma encerra uma fração do conteúdo. O espaço, por conseguinte, é isto: um conjunto de formas contendo cada qual frações da sociedade em movimento. A forma, pois têm um papel na realização social. (SANTOS, 1988, p.10).

No contexto da vida urbana, o espaço ocupa um lugar geográfico, e este lugar se associa às atividades humanas, aos objetos naturais, objetos sociais, ao que foi construído para torná-lo um espaço geográfico que se dinamiza com o movimento das pessoas. Cada espaço possui sua forma de vivências e experiências humanas que o torna vivo, urbano.

Autores como Kevin Lynch (1960), em sua obra *A Imagem da Cidade*, discutem como a natureza dessa imagem pode ser interpretada, utilizando-se de fotos, plantas arquitetônicas, observando os espaços construídos e tudo que se encontra em seu entorno e como o edifício se comunica com o lugar e com a sociedade.

Em observância à questão do consumo cultural, Canclini (1997) evidencia que as perguntas próprias dos cidadãos consumidores se referem ao questionamento para afirmar seu espaço no lugar (se pertencem a este lugar, qual o direito tenho sobre este ambiente, ou o que posso dele desfrutar ou como me informar) e questionam também se alguém, pessoa física, jurídica, um ente público os representa e defende seus direitos e interesses.

Isso se faz muito mais por meio do consumo privado e dos meios de comunicação de massa, não sendo absorvidas por regras democráticas ou por participação popular ou coletiva em espaços públicos.

Na mesma direção, Bourdieu (2007) destaca que o consumo é uma das mais tradicionais estratégias de investigação sociológica contemporânea, um aspecto formador de identidades sociais. Considerando que vivemos em uma sociedade do consumo, ao mencionar Bourdieu, Ferreira (1990) afirma que o espaço social é a representação das hierarquias, produtor de capitais simbólicos que, conseqüentemente, enfatizam e suas respectivas distâncias sociais.

O espaço social é aquele que a sociedade deveria se apropriar, se manifestar, no entanto, nesse meio identifica-se a organização da sociedade em suas divisões que tendem a evidenciar as diferenças comunitárias. O ser humano, no entanto, busca no espaço social o que lhe é inerente, o que lhe dá sentido de pertencimento, de natureza comum, junto à coletividade.

A pesquisa realizada é de caráter qualitativo, utilizou como instrumento metodológico a análise de conteúdo, para realizar a análise das imagens. A pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido a pluralização das esferas da vida (FLICK, 2009).

Alguns aspectos da pesquisa qualitativa são apresentados por Flick (2009) como sendo a probabilidade de métodos e teorias, por conseguinte, as perspectivas dos participantes, bem como a flexibilidade do pesquisador e da pesquisa qualitativa.

Na pesquisa qualitativa, Silva *et al.*, (2018), classificam uma ordem colocando como ponto de partida: os pontos de vista subjetivos, seguido das pesquisas se dedicam à elaboração e ao curso das interações e o terceiro ponto vislumbra a reconstrução das estruturas do campo social e o significado latente das práticas.

O corpus da pesquisa foi delineado a partir da coleta de imagens sobre Palmas, postadas no perfil @descubraotocantins. Foi realizada uma busca de *posts* concentrada em imagens que faziam referência a capital. Para que fosse possível obter o máximo de informações para subsidiar a pesquisa, foram exploradas todas as postagens do perfil @descubraotocantins, desde a sua criação no ano de 2015 até janeiro de 2021.

A coleta das imagens foi realizada no mês de janeiro de 2021. Embora criado em 2015, foi só em 2019, a partir de uma renovação, que o perfil intensificou o número das postagens. Tal afirmação é compatível com o atual número de postagens que ultrapassa 310 publicações.

O número de postagens poderia ser considerado limitado, se houvessem postagens regulares desde 2015, o que não foi o caso, já que as postagens começaram a ganhar mais regularidade, segundo informações disponibilizadas pelo técnico que faz a gestão do perfil atualmente.

O perfil @descubraotocantins possui publicações que abordam a potencialidade turística de vários municípios tocantinenses. No recorte temporal efetuado para a coleta das imagens postadas no perfil, foram selecionadas 47 fotos que compõem o *corpus* para a análise, sendo 3 delas postagens que envolveram vídeos e optamos por não retirar do *corpus* da análise.

No Apêndice 1 está disponível o quadro completo com o detalhamento da coleta das imagens postadas pelo perfil @descubraotocantins. Durante a coleta, as postagens foram organizadas observando os seguintes aspectos: descrição da imagem, data da postagem, alcance, legenda e *hashtags*.

Após a produção da tabela foi observada ampla diversidade de postagens fotográficas que vão desde paisagens de praias com pôr do sol, cachoeiras, de equipamentos urbanos como: o Memorial Coluna Prestes, a fonte luminosa da praça dos Girassóis, a Ponte da Amizade, a vista aérea de Palmas e até um painel em grafite localizado no Palmas Shopping.

Foi identificado também que a captura de fotos foi realizada por mais de um autor, apreciadores da cidade, que não são técnicos ligados a instituição que faz a gestão do @descubraotocantins.

O @descubraotocantins é um perfil que apresenta o turismo no Tocantins em uma rede social, por isso, é pertinente informar os macro ambientes de negócios do turismo definidos nacionalmente, sendo eles: Parques Naturais, Ecoturismo, Parques temáticos, Turismo de Esportes, Turismo Náutico, Turismo no Espaço Rural, turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo de Aventura, Turismo de Estudos e Intercâmbio , turismo de pesca e Turismo de Sol e Praia, sendo potencializadores do turismo nacional segundo o trabalho de seis pesquisadores, um consultor e cinco especialistas. (MTUR, 2014)

Para analisar as imagens foram criadas 5 categorias que permitiram agrupar as imagens por temáticas. São elas: Arquitetura e Espaço Urbano, Paisagem Natural, Aventura e Esporte, Expressões Culturais e Fauna e Flora. Para construção das categorias também foi consultado o Plano de Marketing Estratégico e Operacional do Polo Turístico de Palmas, da Adetuc<sup>7</sup>, por compreender que ele oferecia uma catalogação de temáticas similar ao *corpus* da dissertação. A seguir apresentamos a tabela das categorias.

Quadro 1 Categorização de Imagens por temática

Item	Imagens por temáticas	Descrição	Segmento turístico
01	Arquitetura e Espaço Urbano	imagens referentes a arquitetura, contemplados por prédios públicos e privados implantados na cidade de Palmas, que podem ser compreendidos como patrimônio material	Turismo Cultural
02	Aventura e Esporte	imagens capturadas de atividades esportivas e de aventura,	Natureza e Aventura
03	Expressões Culturais	imagens que retratam festas ou manifestações culturais que se referem ao patrimônio imaterial, festas populares e tradicionais. Imagens representativas de comidas típicas da região.	Turismo Cultural
04	Fauna e Flora	Imagens de fotografias que trazem animais e aves capturadas em Palmas e imagens de arvores nativas, flores e frutos típicos da região	Ecoturismo
05	Paisagem Natural	imagens capturadas da natureza tais como cachoeiras, lago e passeios de barco e <i>stand up paddle</i>	Praia e Sol e Natureza

Fonte: elaborado pela autora

<sup>7</sup> Plano de Marketing Estratégico e Operacional para o Polo Turístico de Palmas disponível em <https://www.to.gov.br/adetuc/plano-de-marketing/6m1aw6igoeeep>. Acesso em: 5 jun. de 2021.

Na **categoria Arquitetura e Espaço Urbano** foram reunidas as imagens referentes a arquitetura, contempladas por prédios públicos e privados implantados, que podem ser compreendidos como patrimônio material, essas encaixam no segmento Turismo Cultural.

Na **categoria Aventura e Esporte** foram reunidas imagens de esportes e aventura, essas se encaixam no segmento Natureza e Aventura.

Na **categoria Expressões Culturais** foram reunidas imagens de manifestações culturais que se referem ao patrimônio imaterial, essas se encaixam no segmento Turismo Cultural. Também foram catalogadas imagens de comidas típicas da região, essas se encaixam no segmento Turismo Cultural.

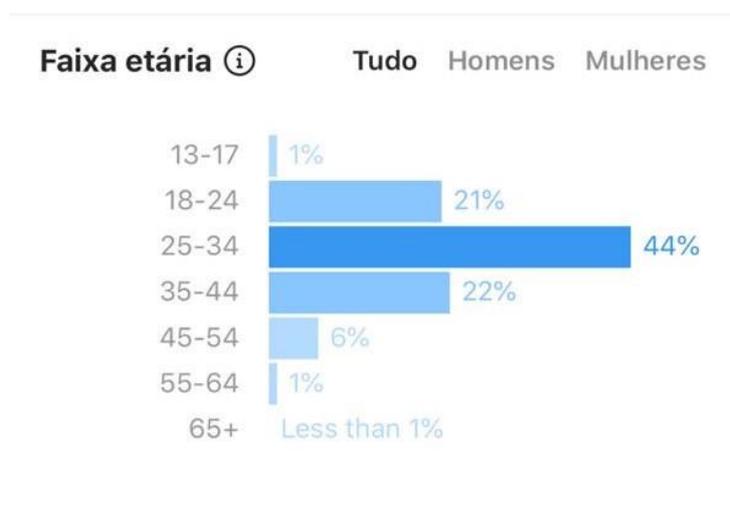
Na **categoria Flora e Fauna** foram contempladas imagens de vegetação, flores, animais e aves, essas se encaixam no segmento Ecoturismo.

Na **categoria Paisagem Natural** foram contempladas imagens da natureza tais como: cachoeiras, lago e passeios de barco e *stand up paddle*, essas se encaixam no segmento Praia e Sol.

De acordo com informações repassadas pelo servidor da Assessoria de Comunicação da Adetuc, que gerencia o perfil @descubraotocantins, Gomes (2020), a escolha das fotos publicadas no *feed* do *Instagram* é resultado de pesquisa em redes sociais de terceiros e, quando localizavam uma imagem que expressava adequadamente o potencial turístico da capital, solicitavam ao(a) autor(a) uma autorização para publicar a foto no perfil institucional.

O relatório do perfil @descubraotocantins fornecido pelo gestor da página apresentou a informação que quanto ao gênero, 75% dos usuários são mulheres e 25% homens. A menor incidência de interação do perfil é no horário das 3 horas da manhã e a maior incidência de interação às 12 horas e 18 horas. A seguir apresentamos os dados de acesso do perfil por idade.

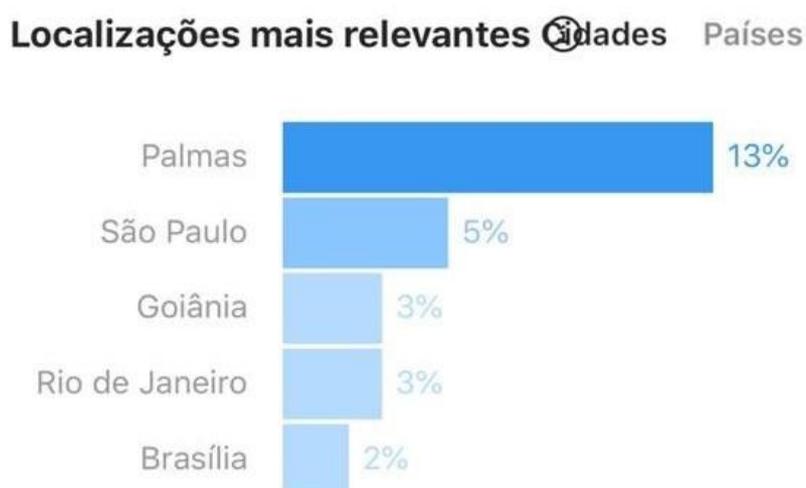
Figura 4 Métrica - faixa etária dos seguidores do perfil @descubraotocantins



Fonte: *Instagram* - captura de tela – Ascom Gomes (2020) - Adetuc 22.07.2020

Como é possível observar, a faixa etária de seguidores que mais acessam o perfil tem idade entre 25 e 34 anos e atinge o percentual de 44%, 21% dos seguidores estão na faixa de idade de 18 e 24 anos, 22% entre 35 e 45 anos, 6% entre 45 e 54 anos e a faixa de 13 e 17 anos e acima de 65 anos ocupa 1% dos acessos. A seguir destacamos a localização do público que acessa o perfil @descubraotocantins.

Figura 5 Métrica - localizações mais relevantes do perfil @descubraotocantins



Fonte: *Instagram* - captura de tela – Ascom Gomes (2020) - Adetuc 22.07.2020

O relatório do perfil @descubraotocantins registrou que o maior número de seguidores é de Palmas com 13%, depois vem São Paulo com 5%, Goiânia com 3%, Rio de Janeiro com 3% e Brasília com 2%.

Considerando que as imagens emitem significados, que podem ser analisados e percebidos pela sociedade, inclusive pelo sentido de pertencimento, fazer uma leitura crítica das imagens divulgadas de forma institucional possibilitou compreender a forma como o “Cartão Postal” de Palmas foi construído, e também de questionar o tipo de imagem que foi direcionada para os/as cidadãos/as e visitantes consumirem, em contraste com as imagens cotidianas da capital que diferem de uma proposta de cartão postal.

A pesquisa utilizou como procedimento metodológico a análise de conteúdo, de forma sistemática, conduzida com base na análise das imagens. De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição dos conteúdos das mensagens. A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não) (BARDIN, 1977).

Vergara (2005) destaca que a análise de conteúdo é uma técnica para o tratamento de dados, que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema. A presente pesquisa analisou o conteúdo das imagens da cidade de Palmas divulgadas pelo perfil @descubraotocantins, para promover uma reflexão crítica das referidas imagens, no sentido de identificar correspondências ou não dessas imagens com a realidade cotidiana da capital.

A análise de conteúdo das imagens forneceu as bases para a realização da análise crítica de cada imagem, com a intenção de propor reflexões sobre o consumo cultural de imagens, sobre a capacidade que um perfil institucional em uma rede social pode ter para impulsionar tais imagens, e sobre o nível de proximidade que as imagens divulgadas apresentam com a realidade cotidiana da capital em uma dimensão que vai além de uma proposta de cartão postal.

### CAPÍTULO 3 – A IMAGEM DE PALMAS CONSUMIDA POR SEUS HABITANTES E VISITANTES

Ao considerar que as imagens emitem significados que podem resultar em adesão, identificação e reconhecimento ao olhar de quem as contempla, fazer uma leitura crítica das imagens divulgadas de forma institucional possibilita compreender a forma como o “Cartão Postal” de Palmas tem sido construído e distribuída no universo “instagramável”.

Aliado a isso, também tecer algumas linhas reflexivas sobre o tipo de imagem que está sendo direcionada para os/as cidadãos/as consumirem, em contraste com as imagens cotidianas da capital, que diferem de uma proposta de cartão postal e vinculam-se a uma realidade que muitas vezes os governantes preferem esconder.

Para Leite e Silva (2017), os postais criam uma atmosfera que pode ativar potentes interlocuções entre aquele que exhibe e aquele que observa ou contempla, e que não o vê para “conceituar a verdade sobre as paisagens da cidade, na contramão, coloca também o espectador à deriva, abre passagem para um tempo” e menciona (DELEUZE, 2009)<sup>8</sup>, que contextualiza levando a pensar no “tempo da mirada, da eternidade ou de quanto dura o olhar sobre um postal”.

Pelos postais também viajamos no tempo, entre paisagens e narrativas visuais”. E como se estivessem conversando com o interlocutor, ainda descrevem o impacto que ocasiona entre a imagem o texto e o observador.

Quando remetemos um postal a alguém convidamos outra pessoa a se aventurar, a colocar-se em travessia. O que acontece nesta deriva? No instante em que percorremos as paisagens de um postal, deslocamos nosso corpo, nossa mente, nossos sentidos. Miramos sem finalidade e somos afetados, atravessados, lembramo-nos de coisas vividas, (re)criamos histórias, fazemos conexões. Um postal (na sobreposição de imagens e textos) pode provocar infinitas leituras e a (de)composição narrativas. O que você avista? (LEITE E SILVA, 2017, p.1)

As reflexões de Leite e Silva, levam a inúmeras leituras sobre a postagem de imagens e textos que permitem composição de narrativas, e ainda instigam o leitor ao questionar o que ele avista. Um sentido que leva a percepção do público, a quem é direcionado, como este consumo se revela para o observador.

---

<sup>8</sup> [4]O tempo Aion é um tempo incorporal que cruza o tempo atual com o virtual. “Aion é lugar dos acontecimentos incorporais, ilimitado como o futuro e o passado, mas finito como o instante [...] povoado de efeitos que o habitam sem nunca o preencher [...] se estende em linha reta e limitada nos dois sentidos [...] passado e eternamente por vir” (DELEUZE, 2009, p. 170) apud (LEITE E SILVA, 2017, p.1)

Como a análise se dará sobre imagens fotográficas postadas no *Instagram*, considera-se relevante contextualizar o estudo de Sontag (2014), que pontua que quando algo é fotografado, passa a integrar um sistema de informação que enquadra a classificação técnica, catalogação e armazenamento, cronologia de captação, como seguir normativas de arquivamento rígidos e meticulosos, podendo ter objetivo distinto para seu uso, desde registros de previsão de tempo, de álbuns familiares, na microbiologia, de medicina, no reconhecimento policial, militar e em também em estudos da história da arte.

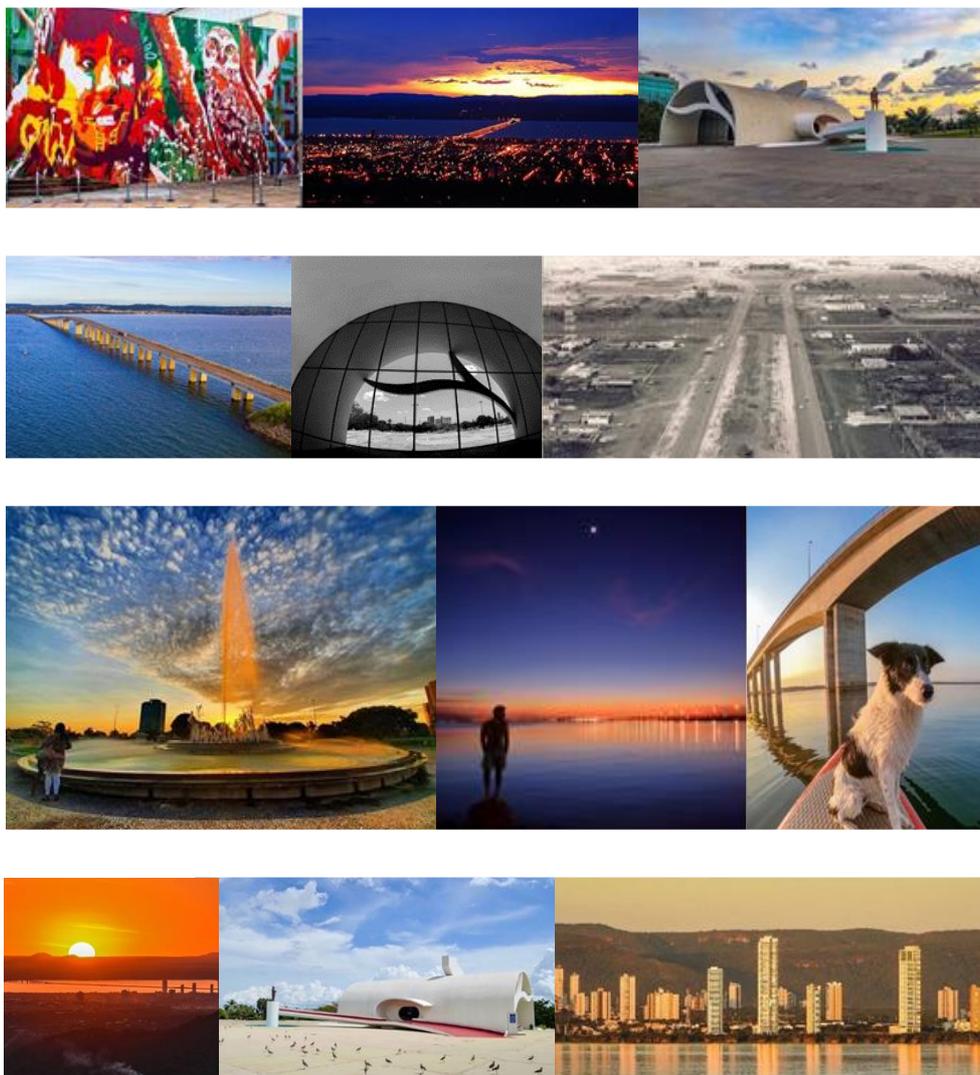
As fotos fazem mais do que redefinir a natureza da experiência comum (gente, coisas, fatos, tudo o que vemos – embora de forma diferente, não raro, desatenta – com a visão natural) e acrescentar vasta quantidade de materiais que nunca chegamos a ver. A realidade como tal é redefinida – como uma peça para exposição, como um registro para ser examinado como um alvo para ser vigiado. (SONTAG, 2014, p. 173)

Neste aspecto, Sontag deixa evidente que o registro fotográfico é potencialmente admitido como uma atividade de controle. O progresso e avanço tecnológico confirmam o valor que a foto exerce sobre a coisa fotografada, tanto em nível de controle, como registro e captação de coisas inimagináveis; neste caso, tanto coisas pequenas, como distantes - dependendo do equipamento utilizado - as distâncias entre o fotógrafo e o objeto de seu trabalho se tornam acessíveis, podendo obter resultados surpreendentes.

Qualquer fotografia, ou outro tipo de registro imagético, pressupõe a existência de um olhar enunciativo, pois representa um recorte da realidade, um ponto de observação para a tomada da imagem que determina, por conseguinte, o resultado da ação (OLIVEIRA, 2017, p. 37).

A seguir, será apresentada a análise crítica e de conteúdo, das imagens da cidade de Palmas divulgadas pelo perfil @descubraotocantins. Elas estão agrupadas nas cinco categorias que foram descritas no Capítulo 2, que descreveu os procedimentos metodológicos.

Imagem 7 Arquitetura e Espaço urbano



Fonte: @descubraotocantins – Palmas -TO.

Nesta categoria, o conjunto de imagens apresenta o espaço urbano com equipamentos arquitetônicos que compõem o cenário do setor central da Capital Palmas. As fotografias foram capturadas por diversos autores. O apêndice 01 apresenta a descrição e a autoria das fotos, o alcance demonstrado nas curtidas, as legendas e *hashtags* utilizadas nas postagens do @descubraotocantins, as doze fotos correspondem sequencialmente à seguinte numeração no apêndice: 03, 04, 05,10,11, 14,23, 24, 26,34, 40 e 45.

A Foto aérea, em preto e branco, de autoria Thenis Pinto apresenta a implantação da cidade em seus primeiros anos, as obras da abertura da Avenida Theotônio Segurado, possibilitando uma visão panorâmica das primeiras obras comerciais e institucionais, que abrigavam gestão governamental de estado do Tocantins. Ao centro da imagem, o Palácio

Araguaia. Ao observar as outras imagens, é possível a percepção de que nos trinta e dois anos de implantação de Palmas, a cidade se desenvolveu. O planejamento urbano, que não previa a verticalização na escala que hoje se visualiza na cidade, é um demonstrativo de que muitas mudanças ocorreram a partir de sua implantação.

Dos equipamentos urbanos destacados nas fotos que compõem esse mosaico, a ponte de Palmas aparece em quatro fotografias, o Memorial Coluna Prestes em três e sete imagens apresentam o entardecer em Palmas.

Além dessas, uma foto mostra a Fonte luminosa na Praça dos Girassóis. A legenda dessa imagem tem o seguinte texto: quando dissemos que o TOCANTINS é bonito do nascer ao pôr do sol, é disso que estamos falando! Com 571 mil metros quadrados, a Praça dos Girassóis é a maior praça da América latina e a segunda maior praça urbana do mundo, sendo superada apenas pela Praça Merdeka, que fica em Jacarta, na Indonésia. A praça começou a ser construída em 18 de outubro de 1999 e contou com 800 operários trabalhando para erguer o “cartão postal” da capital Palmas. E destacam o autor da imagem, o fotógrafo @marcelohorst. (GRIFO NOSSO)

Outra imagem mostra os edifícios públicos implantados próximos à orla da Praia da Graciosa. Outra foto é a do Painel em Grafite intitulado “Nossos Muros” da Artista Bruna Moreira, à direita, da entrada, na fachada principal do Capim Dourado Shopping, empreendimento privado, que traz uma retratação dos povos indígenas e chama a atenção para a temática indígena uma questão presente na composição histórica e cultural do Estado do Tocantins, mas muitas vezes negligenciada.

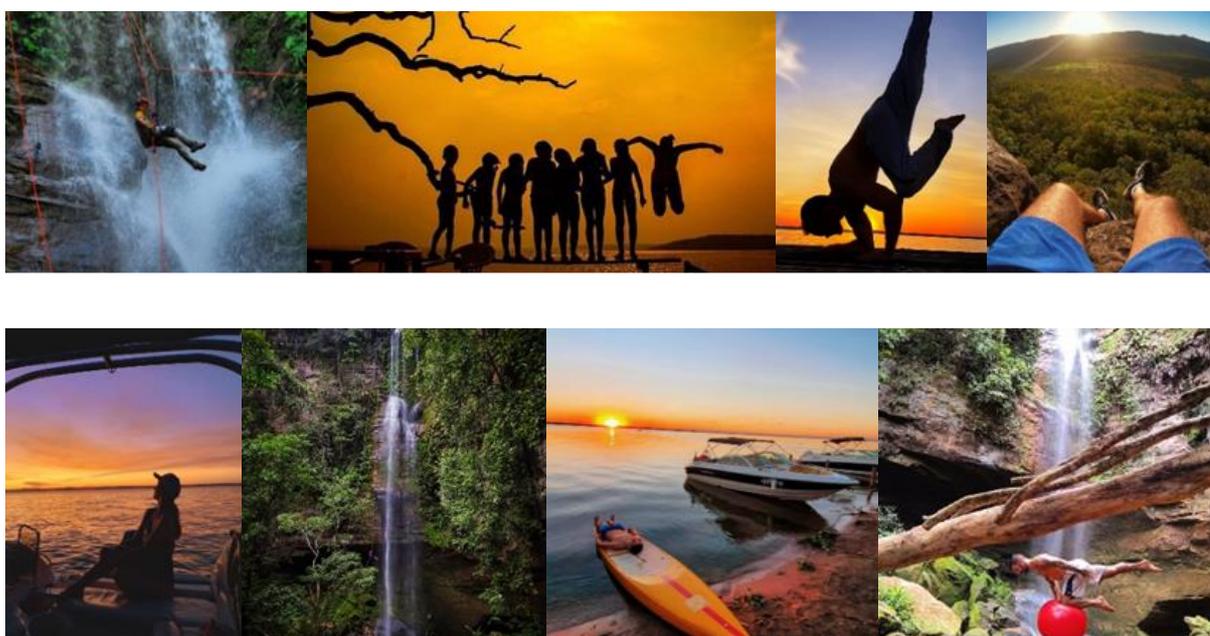
Essa exposição de imagens apresenta frequência e repetição do mesmo objeto fotografado, e demonstra o interesse em dar mais visibilidade para um atrativo de interesse do gerenciador da rede social. A seleção de imagens traz à tona o “cartão postal”, que aparece em algumas legendas de fotografias postadas, enfatizando o sentimento de importância da imagem para quem postou, curtiu ou comentou.

“Os cartões-postais ilustrados com imagens de paisagens e monumentos edificadas em cidades são chamados pelos estudiosos de postais turísticos.” (ANDRADE, 2017, p.66). Considera-se que os cartões postais são importantes gerador de imagens, conforme diz Santos, (2007 p.17) “os cartões postais são fontes de imagens, de registros temporais e espaciais para subsidiar a leitura e compreensão da história das cidades.” Ao mesmo tempo que possibilita a percepção dos “movimentos dinâmicos que configuram a complexidade do urbano.”

A categoria Espaço Urbano e Arquitetura ocupa 27,3 % das imagens postadas no @descubraotocantins. Das doze imagens dez possuem autoria e apenas duas não foram

identificadas. Num total de 2408 curtidas unindo as doze fotos, o consumo das imagens de Palmas nesta categoria alcançou o segundo lugar com 29,2%. Os 58 comentários obtidos alcançam 37,2% do total dos comentários da pesquisa. De acordo com a tabulação, as *hashtags* consolidadas para esta categoria foram 318 e para divulgação das imagens observou a ocorrência de 28,8%. A seguir apresenta-se a análise das imagens agrupadas na categoria Aventura e Esporte.

#### Imagem 8 Aventura e Esporte



Fonte: @descubraotocantins – Palmas -TO.

Nessa categoria, o quadro de imagens apresenta uma exposição de fotografias que revelam a diversidade de possibilidades para atividades esportivas, de aventura e lazer oferecidas em Palmas, para que a população, o turista ou visitante possam usufruir. No apêndice 01 é possível conferir a descrição e a autorias das fotos, a quantidade de curtidas, as legendas e *hashtags* utilizadas nas postagens do @descubraotocantins. As oito fotos correspondem sequencialmente a seguinte numeração do apêndice: 02,17, 30, 33, 37, 38, 42, 48

Nessa mostra de imagens, uma única foto sugere um observador que contempla o nascer do sol no denominado Limpão de Palmas, a foto revela a altura do lugar que o visitante do local está, diante da paisagem. Todas as outras 7 fotos, exibem o elemento água com um fator comum entre elas, e todas humanizadas por pessoas que desfrutam, de alguma forma, do lugar que estão. Por exemplo, em uma foto o turista se aventura a descer de tirolesa na altura de uma

Cachoeira em Taquaruçu, na foto 38 conforme apêndice 01, a legenda vem com o seguinte texto: “no meio desta queda d’água da Cachoeira da Roncadeira, em Taquaruçu, há um homem praticando rapel?!” (GRIFO NOSSO).

Outra imagem traz a silhueta de crianças que sugere aventura e diversão no lago, tendo o por sol como um elemento que proporciona contraste da luz, possibilitando a visualização da silhueta na captura fotográfica.

A prática de exercícios físicos é vista em duas fotos, uma às margens do lago de Palmas e outra em uma cachoeira de Taquaruçu. Uma das fotos demonstra que o turista descansa as margens do lago tranquilo, em cima do seu *stand up paddle* e outra foto apresenta uma pessoa em um passeio de barco no final da tarde. O entardecer e o pôr do sol são destacados em 4 fotografias.

A categoria Aventura e Esporte representa 18,2 % do total das imagens postadas no @descubraotocantins. Dessas fotos, somente uma foto não teve a autoria identificada. Com um total de 1.214 curtidas, as oito fotos indicam que o consumo das imagens de Palmas, nesta categoria, alcançou o terceiro lugar com 14,7%. Quanto aos 11 comentários computados significou um alcance de 7,1 %. De acordo com a tabulação, as *hashtags* consolidadas para esta categoria foram de 176, sendo observada a ocorrência de 15,9%. A seguir apresenta-se a análise agrupada das imagens na categoria Expressões Culturais.

#### Imagem 9 Expressões Culturais



Na categoria Expressões Culturais, as imagens trazem uma representação de festa tradicional e da gastronomia regional. O evento realizado na praça dos Girassóis, em Palmas, aberto para a população, traz em sua primeira foto uma menina rodeada de crianças e com os confetes caindo sobre ela, o movimento dos confetes lembra o carnaval.

De acordo com a legenda, a ideia era de reavivar o clima carnavalesco. Observou-se nesta postagem que foi utilizado o recurso de anúncio carrossel, para o *Instagram*, que permitiu ter uma visão ampliada do evento realizado.

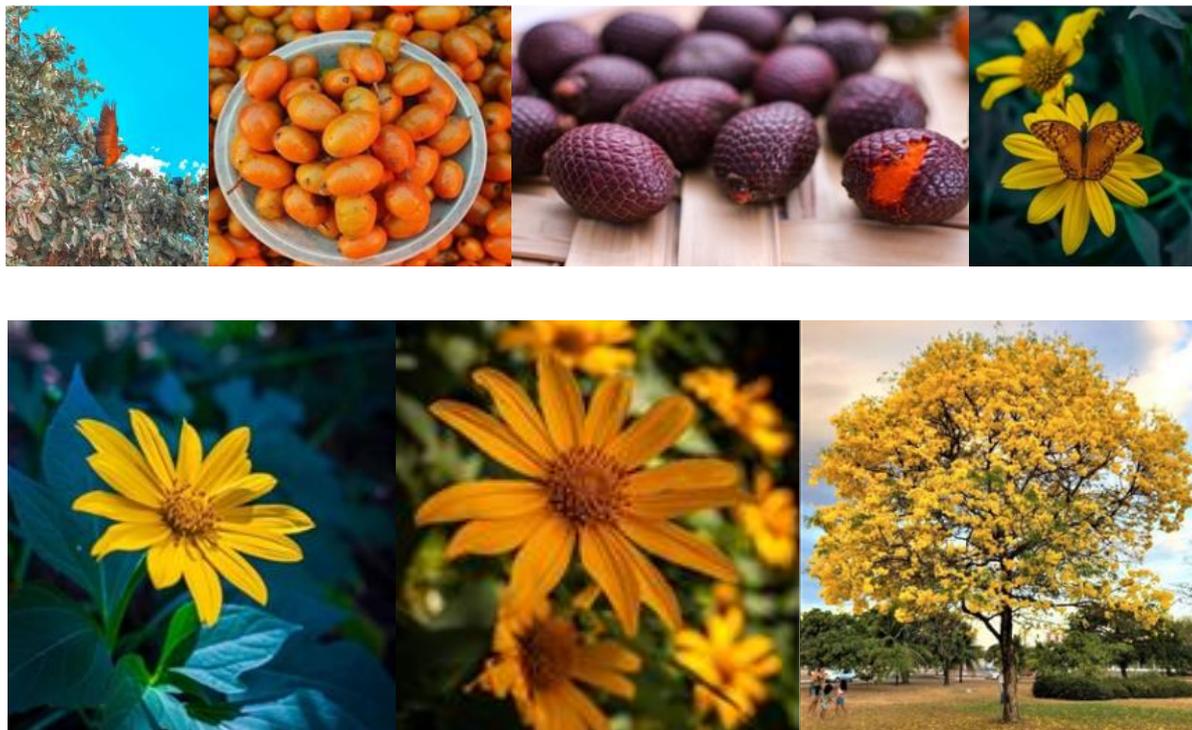
As fotos destacam o movimento de pessoas de todas as idades, dançando e cantando. Algumas fotos trazem o circo e as brincadeiras de perna de pau, bambolê e equilíbrio, um clima de alegria capturado pelo fotógrafo Flávio Cavaleira, e anunciado pela Adetuc/ascom.

A paçoca de carne é apreciada na capital Palmas, como no interior do estado, de acordo com a legenda a foto 29, do apêndice 01, deveria ser considerada uma das “maravilhas do mundo”. (GRIFO NOSSO). O registro fotográfico é de @marcio.zago. A descrição das imagens e a autoria das fotos, a quantidade de curtidas, as legendas e *hashtags* utilizadas nas postagens do @descubraotocantins podem ser conferidas no apêndice 01.

As nove fotos correspondem sequencialmente a seguinte numeração do apêndice: 22 e 29, sendo que a 22 é uma postagem no formato carrossel com mais 8 fotos integrantes da mesma postagem, porém a foto que se exibe no perfil imediata a visualização é a foto 22, as outras podem ser vistas ao clicar para apresentar a sequência.

A categoria Expressões Culturais representa 4,5 % do total das imagens postadas no @descubraotocantins, com 2 fotos. As duas fotos dessa categoria tiveram autoria identificada. Com um total de 333 curtidas, as fotos indicam que o consumo das imagens de Palmas nesta categoria alcançou o último lugar, com 4,0%. Com apenas 6 comentários obtidos derivou um alcance de 3,8 %. De acordo com a tabulação, as *hashtags* consolidadas para esta categoria foram de 51, sendo observada a ocorrência de 4,6%. A seguir apresenta-se a análise agrupada das imagens na categoria Fauna e Flora.

Imagem 10 Fauna e Flora



Fonte: @descubraotocantins – Palmas -TO.

Na categoria Fauna e Flora, as imagens em seu conjunto trazem a representação de aves, flores, frutos e o ipê, que é uma árvore típica do cerrado. A primeira imagem estabelece uma relação entre o cajueiro, a arara em seu esplendor, radiante com suas asas abertas, e o céu azul, permitindo pensar na imensidão do céu e nas belezas da fauna brasileira. A legenda da foto 25 do apêndice 01 traz a seguinte frase, “O céu de Palmas é um atrativo a parte.” (GRIFO NOSSO).

A foto que traz o fruto da Seriguela, postada em 06 de janeiro de 2020, A autoria da foto não foi identificada. A fruta da Seriguela é encontrada em o Tocantins e inclusive em Palmas. Em tempo de chuva é possível colher essa fruta no chão. A Seriguela<sup>9</sup> é também denominada “ceriguela ou siriguela, jocote, ameixa-da-espanha, cajá vermelho, red mombin, ciruela e ciruela mexicana” (AUGUSTO, CRISTIANINI e IBARZ, 2012) apud (QUINTÃO, 2016, p.14). A imagem postada do fruto do buriti, exhibe a coloração e textura do fruto do buriti, que é extraído de um grande coqueiro, “palmeira hermafrodita de porte elegante, podendo atingir

<sup>9</sup> A seriguela (*Spondias purpurea* L.) é uma espécie pertencente à família *Anacardiaceae*, caracterizada por distribuir-se em zonas tropicais, subtropicais e temperadas, além de possuir propriedades farmacêuticas, que incrementam sua importância econômica (WANNAN, 2006; SAMPAIO, BORA e HOLSCHUH, 2008) apud (QUINTÃO, 2016, p.14)

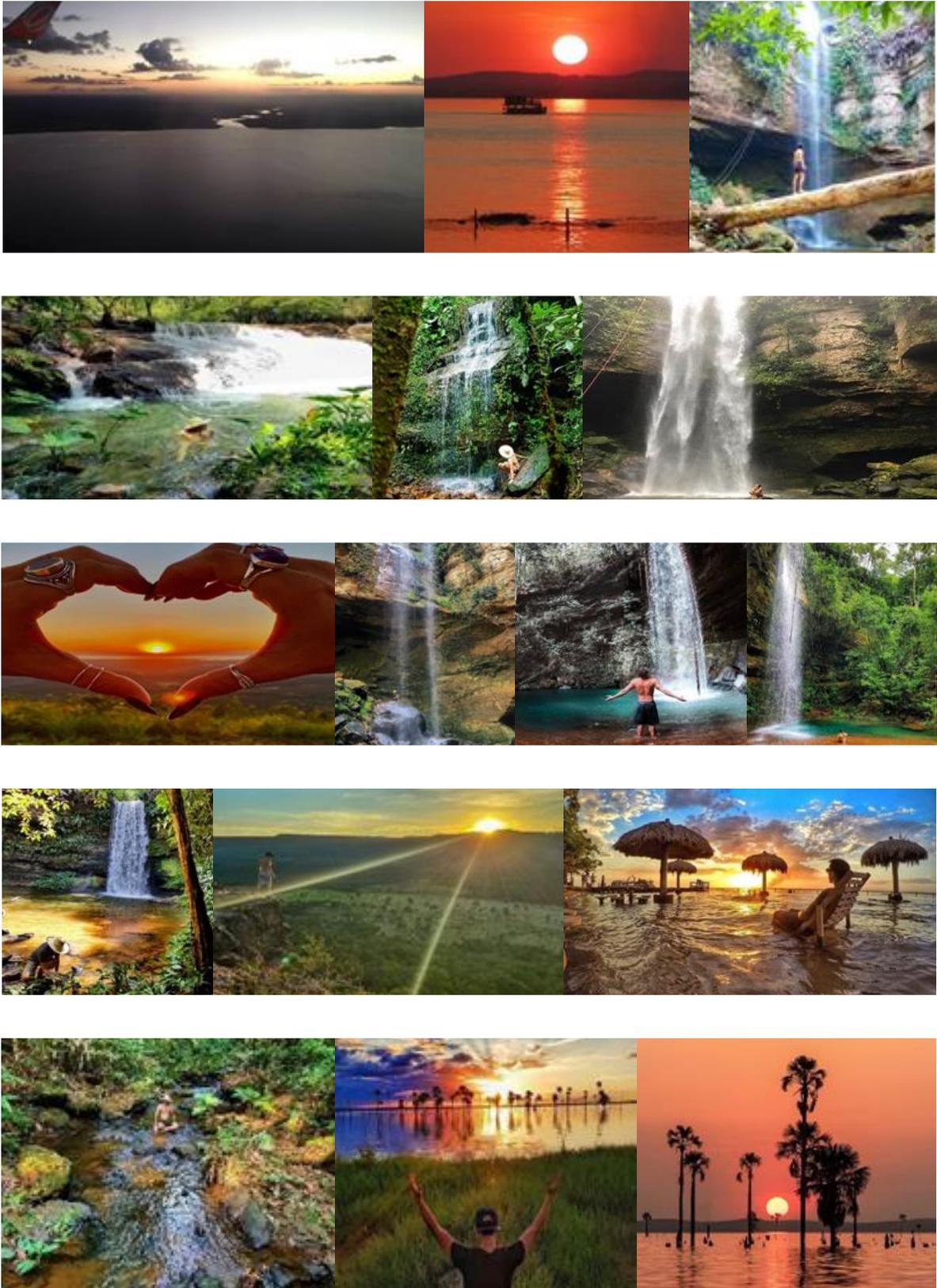
altura entre 10 a 15m e 4 a 6 m de diâmetro de copa”. (BARRETO, 2017, p.88). O buriti é uma planta predominante em Palmas e no Tocantins.

A sequência de 3 fotos de flores ornamentais para jardim, foi postada em 4 de junho de 2020 de autoria de @jbritofotografia. A postagem trouxe as flores como um dos encantos do Tocantins, com a borboleta a imagem adquire uma composição que merece ser exposta às pessoas.

A descrição das imagens e as autorias das fotos, a quantidade de curtidas, as legendas e *hashtags* utilizadas nas postagens do @descubraotocantins podem ser conferidas no apêndice 01. As nove fotos correspondem sequencialmente a seguinte numeração do apêndice: 25, 21, 18, 35 e 43, sendo que a foto 35 tem um conjunto de três fotos da mesma flor.

A categoria Fauna e Flora representa 11,4 % do total das imagens postadas no @descubraotocantins. Das fotos que compõem esta categoria 3 foram identificadas e duas não. Com um total de 764 curtidas as fotos indicam que o consumo das imagens de Palmas nesta categoria alcançou o quarto lugar com 6,8%. Com 12 comentários obtidos teve um alcance de 7,7 %. De acordo com a tabulação, as *hashtags* consolidadas para esta categoria foram de 139, apresentando assim uma ocorrência de 12,6%. A seguir apresenta-se a análise das imagens agrupadas na categoria Paisagem Natural.

Imagem 11 Paisagem Natural



Fonte: @descubraotocantins – Palmas -TO.

A categoria paisagem natural exhibe imagens que apresentam uma exposição de fotografias que representam a pluralidade dos atrativos naturais em Palmas. Nessa categoria o pôr do sol é destacado em 6 fotografias que exibem o lago de Palmas; a legenda da foto do item 7 do apêndice 01 traz uma referência ao fotografo com a seguinte frase: O @poxawallace conseguiu captar o pôr do sol mais bonito do Brasil!

Os atrativos do distrito de Taquaruçu, que correspondem às cachoeiras do lugar, tem maior predominância com 9 fotografias. Somente duas fotos não são contempladas com a presença humana. Uma verificação significativa é que as imagens retratam novamente o elemento água na maioria das imagens dessa categoria.

No apêndice 01 é possível conferir a descrição e as autorias das fotos, a quantidade de curtidas, as legendas e *hashtags* utilizadas nas postagens do @descubraotocantins, das 17 fotos correspondem sequencialmente a seguinte numeração do apêndice: 01, 07,12, 13, 15, 16, 19, 20, 28, 31, 36, 39,41,44, 47, 27,46

Nessa exposição de fotografias, a foto do nascer do sol exhibe um observador que contempla o local, chamado limpão de Palmas, a foto mostra uma vista panorâmica da paisagem e o texto da legenda diz: O nascer do sol lá na serra. Quem aí conhece o Limpão? O lugar é lindo, transmite uma paz incrível e rende muitas fotos muito legais.

As fotos das cachoeiras apresentam a paisagem natural do Distrito de Taquaruçu, sendo que três delas foram identificadas nas postagens: a Cachoeira da Roncadeira, a Cachoeira do Evilson, e a Cachoeira do Vale do Vai Quem Quer. Algumas se repetem em ângulos diferentes; as outras que foram postadas sem informação para o internauta. A informação da imagem poderá proporcionar melhor interação com o público e pode ocasionar outras possibilidades de inovação e de alcance dos objetivos do projeto com a tecnologia disponível.

As imagens que correspondem aos números 12 e 13 do apêndice 01, são da cachoeira da Roncadeira, que mostra ao fundo uma gruta formada pelas rochas. A cada imagem das cachoeiras, o Distrito de Taquaruçu se destaca por ser este lugar privilegiado de riquezas naturais. A fotografia seguinte apresenta a Cachoeira do Vale do Vai Quem Quer, que compõe os atrativos da Bacia do Ribeirão Taquaruçu. Essa bacia, por sua localização, hidrografia, geologia, vegetação e clima possui os principais atrativos ambientais naturais da deste distrito. (SEBRAE, 2017).

As duas últimas fotos desse quadro de imagens da categoria Paisagem Natural, expõem a praia dos Buritis, localizada na região sul da Capital. A praia está localizada em um bairro periférico e é a praia que, visivelmente, apresenta menos investimentos públicos em sua infraestrutura. A foto, postada no dia 08 de novembro de 2020 retrata o pôr do sol no Lago, que

reflete sua luz sobre os buritis que se espelham nas águas, proporcionando um cenário que se funde com o azul do céu e o os raios do sol. A legenda da última foto, pode ser conferida no item 46 do apêndice 01, expressa a seguinte frase: “É muito lindo, né?! O pôr do sol já se tornou cartão postal da capital do Tocantins!” (GRIFO NOSSO).

No atual momento os atrativos turísticos que fazem parte do dia a dia do Palmense e dos turistas, estão fechados por causa dos decretos que visam promover o distanciamento social, por causa da pandemia. Da mesma forma, os decretos se estenderam aos estabelecimentos comerciais, sendo permitido apenas atendimentos em formato *delivery*. Os empreendedores de negócios turísticos de Palmas também foram atingidos.

A população está em alerta, pela pandemia causada pelo Coronavírus, há muitas dúvidas e receios das pessoas quanto ao que irá acontecer, como será o enfrentamento e quando isso vai passar. O ano de 2020 foi muito difícil e 2021, iniciou com protocolos mais rigorosos, em decorrência da contaminação causada pelo Covid-19.

No entanto, as vacinas já estão sendo oferecidas, para atender a população. A infraestrutura para o atendimento à população infectada não é suficiente para o número de casos e muitas medidas estão sendo tomadas para que a população transite de forma mais segura e assimile sua parcela de responsabilidade para sua própria proteção.

A categoria Paisagem Natural representa 38,6 % do total das imagens postadas no @descubraotocantins. Das fotos exibidas, 15 foram identificadas com autoria. Com um total de 3.517 curtidas, as fotos indicam que o consumo das imagens de Palmas, nesta categoria, alcançou o primeiro lugar com 42,7%. Quanto aos 69 comentários computados, significou um alcance de 44,2 %.

De acordo com a tabulação, as *hashtags* consolidadas para esta categoria foram de 421, sendo observada a ocorrência de 38,1%.

A tabela abaixo, apresenta a tabulação dos dados e apontou as escalas de comportamento do consumo da imagem de Palmas, e como se estabeleceu a relação dos “internautas” com as imagens postadas no perfil@descubraotocantins, apresentando também, as ocorrências de *hashtags* que serão discutidas em seguida. A tabulação foi realizada vinculando os dados da coleta, especificados no apêndice 1.

Tabela 1 Tabulação de dados e representação percentual - Imagens de Palmas no perfil @descubraotocantins

Categoria	Imagem	%	Identificação Imagem				Alcance	%	Comentários	%	Hashtag	%
			Sim	%	Não	%						

Arquitetura e Espaço Urbano	12	27,3	10	22,7	2	4,5	2408	29,2	58	37,2	318	28,8
Aventura e Esporte	8	18,2	7	15,9	1	2,3	1214	14,7	11	7,1	176	15,9
Expressões Culturais	2	4,5	2	4,5	0	0,0	333	4,0	6	3,8	51	4,6
Fauna e Flora	5	11,4	3	6,8	2	4,5	764	9,3	12	7,7	139	12,6
Paisagem Natural	17	38,6	15	34,1	2	4,5	3517	42,7	69	44,2	421	38,1
TOTAL	44	100,0	37	84,1	7	15,9	8236	100,0	156	100,0	1105	100,0

Fonte: elaborado pela autora

A tabela acima indica uma média de 25 *hashtags* por imagem publicada no perfil do Instagram. Das imagens compiladas, apenas 15,9% não atribuíam a autoria ao autor.

Foi desenvolvido o quadro de tabulação das *hashtags* do @descubraotocantins, (apêndice 02), com corte acima de 3%, que apresenta 24 *hashtags*, que representam 27,9% do total de *hashtags* utilizadas nas imagens divulgadas no Instagram.

As *hashtags* foram consolidadas, para verificar a ocorrência da divulgação das imagens, gerando uma variação de 0,1 % a 3,6%, observa-se que a de maior ocorrência aparece a partir de 3%. A incidência dos atrativos de Palmas, com base nas imagens postadas, apresenta ocorrências entre 0,2% e 01%, demonstrando que a estratégia pode ser mais bem explorada, considerando o interesse de mais frequência.

Observa-se que os destinos turísticos mais conhecidos do estado e de Palmas tem sua divulgação prejudicada, por não serem reforçadas com grande frequência. Nesta interpretação foi evidenciado que há um grande hiato entre a divulgação do Estado e dos atrativos naturais, a observa-se que o turismo de aventura ou o ecoturismo, em alta ao redor do mundo, não aparece na seleção inicial por frequência de *hashtags*.

O alcance médio simples por imagem é de aproximadamente 187 curtidas/*likes*. As imagens relacionadas a aventura e esporte; fauna e flora e expressões culturais estão ligeiramente abaixo dessa média. Sendo possível observar um índice mais elevado de curtidas/*like* nas imagens das categorias arquitetura, espaço urbano e paisagem natural. Esses dados podem ser comprovados pelas *hashtag* mais utilizadas como #nature, #visiteotocantins e #DescubraOTocantins.

O destaque e distribuição das imagens publicadas é bastante desigual, indicando a falta de um planejamento mais cauteloso, já que o que se busca é promover o turismo no Estado do Tocantins, e fazer daqui um destino desejável para os internautas.

Mesmo o Jalapão, um dos cartões postais de maior destaque e expressividade, aparece nas *hashtag* e conseqüentemente nas imagens, com apenas 1,5% de destaque. Ocorrendo algo parecido quando se trata das imagens relacionadas a mais nova capital do país e seus atrativos, a qual corresponde a pouco mais de 1,2% de exposição no perfil.

A associação de *hashtag* específicas para os atrativos locais os valorizaria e contribuiria para sua divulgação. A média utilizada em cada publicação foi de 25 *hashtags* por imagem.

O perfil do *Instagram* @descubraotocantins, trouxe muitas imagens que revelam um pouco sobre Palmas, ao repetir, mesmo que em ângulos diferentes, alguns equipamentos e lugares, percebe-se que estas postagens têm significado para a gestor desta mídia.

Palmas, possui outros lugares que são representativos na construção do cartão postal da capital, pela diversidade de lugares que a cidade oferece. O método de postagens ainda deixa uma lacuna quanto ao objetivo de destacar o turismo e criar um diálogo com a população.

A dinâmica do turismo tende a explorar e maximizar os benefícios das potencialidades do seu território de atuação, transformando em bons negócios, trabalhando para minimizar impactos junto as comunidades onde se efetivam ações. O Turismo se apropria das produções locais se valendo dos atrativos nativos para subsidiar os roteiros e difundir as potencialidades identificadas, que é onde, de fato, a cidade vive e apresenta-se em sua autêntica forma de expressar, na arte, na cultura, no meio ambiente urbano, rural e natural.

A partir do conjunto total das imagens e da repetição contínua de lugares, pode-se visualizar falta de criatividade e uma visão reducionista sobre o potencial turístico de Palmas. Para o perfil Palmas está resumida na Ponte FHC, Memorial Coluna Prestes e cachoeiras de Taquaruçu.

Alguns bens culturais e equipamentos urbanos ficaram de fora e não foram contemplados com publicações de suas imagens no perfil @descubraotocantins. Considerando estes aspectos elenca-se alguns lugares com significativo valor ao patrimônio cultural da cidade, que podem compor a oferta de atrativos, podendo ser observados pelo contexto histórico, cultural, artístico, arquitetônico, natural e paisagístico.

A exemplo, o Parque Cesamar é um dos cartões postais da cidade que pela sua urbanidade, uma postagem iria certamente oferecer *feedback* aos gerenciadores. Em nenhuma postagem, durante o período de pesquisa, foi identificado foto desse espaço urbano, que oferece ao frequentador pista de *cooper*, equipamentos esportivos, bares e é onde está a Casa Suçupara, bem tombado pelo município e que é um lugar de memória por ter sido sede da Prefeitura de Palmas funcionando de 01 de janeiro de 1990 a 19 de maio de 1990.

A orla da Praia da Graciosa não foi explorada neste meio; mostrou-se a ponte, que também é considerado um cartão postal, mas não mostra a infraestrutura da orla, um ambiente que oferece lazer, entretenimento e que vislumbra a qualidade de vida da sociedade.

A avenida JK é uma via importante na cidade, representa o leste e o oeste da capital. Dela se tem uma visão do Lago, da ponte FHC e da Serra do Carmo que também apresenta outros visuais da paisagem e cenas da cidade. Uma vista da Serra do Carmo proporciona uma perspectiva de dimensão construtiva da cidade.

O Espaço Cultural de Palmas é um equipamento urbano centralizado que ocupa um lugar significativo em Palmas, tido como um cartão postal por sua localização e arquitetura. Outro local de grande urbanidade é a feira da 304 Sul, comércio de alimentos, artesanato, contendo uma diversidade na culinária que representa o regionalismo local, com horário de funcionamento a noite e pela manhã, nas terças e sextas feiras, é um lugar de encontro de pessoas.

A Feira do Bosque, localizada no Bosque dos Pioneiros é outro lugar de exposição de artesanato e comidas regionais, que é promovida aos domingos pela Prefeitura de Palmas, um espaço de grande movimento de pessoas que já virou tradição na capital.

O Museu Histórico do Tocantins – O Palacinho, também não teve sua imagem publicada e explorada pelo valor histórico e cultural deste bem tombado, que foi a primeira sede do Executivo Estadual do Tocantins. É possível elencar muito mais lugares de Palmas que possam se caracterizar como um cartão postal da cidade.

Dito isso, para uma política de difusão utilizando o *Instagram* como meio de propagar imagens institucionais, a repostagem ou a repetição de publicações de fotos dos mesmos lugares pode configurar reducionismo das possibilidades de visualização das ofertas turísticas de Palmas, limitando ao turista as possibilidades que a cidade oferece.

Por meio de uma análise crítica das imagens desse perfil institucional, buscou-se propor reflexões sobre a capacidade de promoção do consumo cultural de imagens que um perfil institucional pode impulsionar e sobre o nível de proximidade que as imagens divulgadas apresentam com a realidade cotidiana da capital em uma dimensão que vai além de uma proposta de cartão postal.

Foi observado que as postagens, em sua maioria, são de produções particulares e posteriormente integradas ao perfil em análise. Neste caso, o @descubraotocantins se vale destas postagens para formar o seu perfil. A leitura que se configura é que o consumo da imagem de Palmas é elucidado pela paisagem natural, espaços urbanos que possuem uma certa relação com o cidadão, com o turista, com o internauta, que expressa o olhar admirável do lugar

fotografado, da linda cidade, do pôr do sol mais lindo e incomparável do Tocantins e do país, de acordo com as legendas das postagens, e nos comentários, conforme o apêndice 01.

Ainda que os destaques do perfil @descubraotocantins não tenham um específico de Palmas, a capital do estado do Tocantins adquire nas imagens postadas um destaque que estabelece um significativo alinhamento e confluência com a arte, a história, a cultura, o meio ambiente, o turismo e o consumo das imagens de Palmas no perfil.

Torna-se relevante salientar que “O Polo Turístico de Palmas se encontra dentro da região turística de Serras e Lago, categorizada pelo Programa de Regionalização de Turismo - Roteiros do Brasil do Ministério de Turismo.”<sup>10</sup> O Polo é composto por 04 municípios: Palmas, Lajeado, Paraíso do Tocantins e Porto Nacional e está contemplado no Plano de Marketing Turístico Estratégico e Operacional dos Polos do Cantão, Jalapão e Palmas, que é coordenado pela Superintendência de Turismo da ADETUC – Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa do Governo do Tocantins.

O cartão postal, se torna o olhar do agente que vivencia a cena, se configura por cada um que captou uma imagem, e a fotografia se torna esteticamente uma composição agradável ao olhar do observador podendo reverberar nos sentidos de outros. “A imagem fotográfica não é apenas um registro visual, mas é também um plano de expressão de formas significantes descritíveis que possibilitam a compreensão do que foi registrado”. (OLIVEIRA, 2017, p. 40).

Nesse contexto, Oliveira (2017) evidencia as qualidades da fotografia que originam da singularidade, da denominação do autor, da experimentação, do testemunho daquilo que foi fotografado, “podendo adquirir a qualidade de símbolo em sua natureza se encontra seu sentido arbitrário e convencional produzido nas significações. Assim, as imagens formam uma cadeia de significados que assumem o papel de símbolos sociais construídos. (OLIVEIRA, 2017, p. 40).

Daltoso (2006, p.25), enfatiza que nos cartões-postais se produz mais que belas fotos fabricadas, mas que exhibe também “história, geografia, turismo, modo de vida, meios de transporte, usos e costumes, arquitetura e urbanismo, curiosidades sobre povos e países” e ainda evidencia que foi um propagador que popularizou a fotografia.

A análise das imagens de Palmas e a leitura de como é consumida, trouxe algumas percepções extraídas das imagens exploradas, pela forma que foram postadas e pelas

---

<sup>10</sup> TOCANTINS. ADETUC – Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa. Plano de Marketing Turístico Estratégico e Operacional dos Polos do Cantão, Jalapão e Palmas, versão final, Polo turístico de Palmas. Disponível em: <https://adetuc.to.gov.br/desenvolvimento-do-turismo/promocao/plano-de-marketing/> acessado em 12 de fevereiro de 2021.

possibilidades que este instrumento virtual interage com o internauta para efetivar o consumo da imagem da cidade pelo público. Acrescenta-se que pela navegação virtual, a visita ao perfil @descubraotocantins, o ato de curtir e comentar a postagem, pode ocasionar o desdobramento do alcance ao universo presencial onde a experiência poderá se tornar real daquilo que se visualiza.

As imagens de Palmas que foram estudadas, evidenciam alguns aspectos que identificam a priorização e seleção das fotos que foram postadas. Como exemplo das 44 imagens publicadas, ressalta-se se as recorrências da mesma localização, 9 (nove) fotos exibem o pôr do sol em Palmas, tendo o lago como um dos elementos que compõe a fotografia.

O lago de Palmas é bastante explorado, a Ponte de Palmas aparece em 4 (quatro) publicações com uma quantidade de 9 (nove) imagens do pôr do sol evidenciando sua beleza, expressada entre o lago e o céu de Palmas.

Foi notado que a orla da Praia da Graciosa não foi contemplada em nenhum momento, mesmo ela representando um local que possui uma infraestrutura importante, onde há concentração de pessoas e visitação pública considerável em todos os períodos do dia e de grande vulto fora do período de pandemia, tanto que é complicado mantê-la sem visitação neste período de isolamento social.

A orla possui uma diversidade de bares e restaurantes, feira de artesanato, parque infantil, estrutura para atividades esportivas, píer para acesso aos barcos e para traslado para ilha do Canela e praia para os que querem desfrutar das águas do lago.

Houve uma concentração de postagens das imagens da região central de Palmas, destacando elementos que compõem a Praça dos Girassóis, que aparece não em sua plenitude, mas por meio dos elementos que a compõem, como o Memorial Coluna Prestes, que aparece em 3 (três) publicações, a fonte luminosa e o evento realizado na praça do Carnaval de 2019.

Uma foto do início de Palmas mostra as construções iniciais da capital, com o Palácio Araguaia em obras, este que é um equipamento arquitetônico que compõe a praça dos Girassóis.

Duas fotografias retratam a beleza da praia dos buritis, uma praia mais distante da região central, localizada na periferia de Palmas. Aparecem também publicações da fauna e da flora do Tocantins com a tipicidade do cerrado e de prato típico regional da paçoca de carne seca.

As cachoeiras do distrito de Taquaruçu podem ser visualizadas em 12 (doze) fotos publicadas e ocupam um espaço considerável no perfil @descubraotocantins, notadamente, é um demonstrativo do quanto são frequentadas e quanto interesse despertam nos visitantes e nos moradores de Palmas.

Apesar da predominância nas publicações, não são todas as publicações que são identificadas, deixando o leitor sem saber de qual cachoeira é a imagem. Entre as existentes foram identificadas a da Roncadeira, a do Evilson e a do Vale do Vai Quem Quer.

O perfil @descubraotocantins tem feito um esforço para difundir as potencialidades e atrativos turísticos de Palmas, que é uma das cidades que estão contidas no destaque do perfil com o nome Serras e Lagos e integra o Polo Turístico de Palmas. Neste estudo, especificamente, foi trabalhado a cidade de Palmas e neste processo as cachoeiras do distrito de Taquaruçu e o pôr do Sol no Lago se destacam pelo número de publicações.

Nessa esfera, a imagem da cidade ganha vulto e se torna parte do atrativo dos pacotes, aos quais se tem acesso também pelos sites de hotéis da cidade, e muitos outros serviços que são oferecidos aos potenciais clientes.

À cidade, enquanto receptora, torna-se essencial apresentar os atrativos que a fazem capaz de oferecer uma boa estadia. No caso de Palmas, dentre outros aspectos, cabe explorar a paisagem natural, lugares entre o rio e a serra que oferecem uma experiência diferenciada para o visitante ou turista, de grande valor cultural e ambiental; bem como a diversidade de atrativos e produtos, desde sabores, expressões artísticas, trilhas, cachoeiras a paisagem local, pousadas e restaurantes com cardápio regional, culminando com produtos premiados no festival gastronômico local.

No entanto, é importante ressaltar que há o bônus e ônus destes avanços tecnológicos, no tocante do descontentamento e dissonância com as escolhas realizadas. A imagem de um produto pode não condizer na prática com o produto adquirido, podendo apresentar defeito e às vezes o transtorno para solução causa muito desgaste com a empresa que a negociou.

Tal reflexão também pode ser aplicada aos lugares que pelas imagens podem despertar interesse de exploração pelo ângulo favorável enfocado pelo fotógrafo, mas em uma visita *in loco* de um explorador pode não agradar, no mesmo sentido, que o consumo da imagem despertou.

Para Campanella e Barros (2016, p.06), “a importância de um olhar atento na direção do consumo de mídia deve-se à sua centralidade na vida contemporânea, envolvendo um conjunto de atitudes, experiências, práticas e processos sociais que merecem um maior aprofundamento analítico”. Os autores explanam ainda que o fenômeno do consumo pode ser por diversas plataformas:

O fenômeno do consumo expresso em diversas plataformas midiáticas pode ser compreendido como um sistema revelador de gostos e estilos de vida (Campbell, 2006; Raisborough, 2011; Binkley, 2014), o que mostra a ênfase moderna nas

emoções e no individualismo enquanto um sistema de valores (Dumont, 1972; Freire Filho, 2010). Outros aspectos importantes também podem ser analisados nesse campo, como a utilização do consumo para definir situações relacionadas à posição dos agentes na sociedade, revelando assim seu forte caráter político no que tange à manutenção de hierarquias sociais. (BOURDIEU, 1979 apud CAMPANELLA; BARROS; 2016, p.06).

Os estilos de vida e gostos dos atores sociais podem transparecer dependendo da ocorrência do consumo nas plataformas midiáticas. Na atualidade, estes consumos enfatizam as emoções e o individualismo, que podem dar sentido a um sistema de valores. Pode-se também utilizar do consumo para conhecer os posicionamentos políticos de agentes na sociedade, revelar extratos de hierarquização social e dos empreendimentos das agências de turismo e das políticas públicas para o turismo.

Vivemos na era da imagem. A imagem provoca influência sobre o espectador, sobre quem a olha, quem a vê. Contudo a sua interpretação depende de alguns aspectos inerentes ao seu conhecimento, a sua memória, ao reconhecimento e aos sentidos que impacta sobre si mesmo, sobre o lugar ou sobre o que se observa.

Exatamente como na percepção corrente, a atividade do espectador diante da imagem consiste em utilizar todas as capacidades do sistema visual (em especial suas capacidades de organização da realidade) e em confrontá-las com os dados icônicos precedentemente encontrados e armazenados na memória sob forma esquemática. (AUMONT, 1993, p.7).

A relação do espectador com a imagem gera percepções, julgamentos que são construídos a cada consumo de uma determinada imagem. Dondis (2007), explana sobre níveis de mensagens visuais para compreensão do que é representacional, o que é abstrato e o que é o simbólico e explica que: todos os níveis de informações estão interligados, são passíveis de estabelecer distinções que oportunizam serem analisados em termos de valor e potencialidade da criação da mensagem e qualidade processo da visão percebida:

Expressamos e recebemos mensagens visuais em três níveis: o representacional — aquilo que vemos e identificamos com base no meio ambiente e na experiência; o abstrato — a qualidade cinestésica de um fato visual reduzido a seus componentes visuais básicos e elementares, enfatizando os meios mais diretos, emocionais e mesmo primitivos da criação de mensagens, e o simbólico — o vasto universo de sistemas de símbolos codificados que o homem criou arbitrariamente e ao qual atribuiu significados (DONDIS, 2007, p.85).

Os efeitos da mensagem visual recaem sobre o universo de vivência e cultura da pessoa no meio, a atribuição de significados relaciona subjetivamente com suas experiências, com a sinergia com objeto visualizado, com o impacto que a imagem causa ao receptor e podem envolver sentimentos e emoções.

Diante da análise realizada sobre o consumo da imagem de Palmas a partir do conjunto de imagens coletadas, no recorte temporal definido, pode-se dizer que há confluência entre a leitura da análise e das postagens, neste contexto, reverbera em uma imagem positiva da capital, que é um lugar reconhecido pelos cidadãos e seus visitantes pelo seu potencial turístico e cultural.

No entanto, o consumo da imagem poderia ter outra visibilidade e apropriação se aproveitado os próprios roteiros e/ou criando outros que possam ser explorados na íntegra no perfil do *Instagram* do @descubraotocantins e que o perfil possa produzir suas próprias fotografias a partir de estudos e preparação prévia das pautas fotográficas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo vislumbrou estabelecer um diálogo entre a cultura e o espaço urbano, a partir da análise crítica e de conteúdo das imagens de Palmas postadas no perfil do *Instagram* @descubraotocantins.

As imagens postadas no referido perfil representaram pontos turísticos da capital do Estado do Tocantins e possibilitaram uma relação com pessoas que frequentam os atrativos, valorizando o visitante ou turista, evidenciando o potencial da oferta turística da mais nova capital do país em seus 32 anos.

Pela análise realizada, as fotografias revelaram aspectos que trouxeram assuntos sobre a vida social e urbana da cidade, da sua história, da sua cultura e foram consumidas nas redes sociais, neste caso no *Instagram*, em um perfil institucional gerido pelo Governo Estadual, por meio da Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa.

É possível, a partir da imagem, “entender a fase de um processo de transformação urbana, suas características e, sobretudo, o papel que desempenha na teia dos significados urbanos.” (FERRARA, 2000, p.60). As imagens coletadas e analisadas ao longo da pesquisa demonstraram essa transformação da cidade ao disponibilizar imagens antigas da construção da capital e imagens recentes dos atrativos turísticos.

O estudo apresentou a predominância de postagens do pôr do sol de Palmas e das cachoeiras de Taquaruçu, que sem dúvida são atrativos que despertam interesse do turista e do palmense. No entanto, a cidade possui muitos outros atrativos, equipamentos urbanos e naturais que faz jus ao seu potencial de atratividade, que pode ser explorado e não foram publicados ou selecionados para o perfil @descubraotocantins.

No estudo identificou-se ainda que a maioria das imagens publicadas são de autoria de pessoas que registram os momentos nos locais que visitam em Palmas. A produção própria de imagens para municiar o perfil institucional seria uma estratégia mais adequada para um planejamento apropriado, e estudo da seleção dos lugares a serem fotografados e expostos, considerando que os projetos poderiam alcançar novos olhares a partir de uma mídia disponível já implementada para traduzir ações da gestão do turismo no Estado.

A captura de imagens por técnicos da equipe do quadro da Assessoria de Comunicação é bastante tímida, observado pelo aspecto de que há projetos e roteiros que merecem projeção e nem sequer foram referenciados no conjunto das imagens postadas.

“Cada fotografia transforma a simples constatação da visualidade documental em um texto descritivo ou narrativo que organiza uma lógica não necessariamente linear e causal, mas

perceptiva e cognitiva, capaz de produzir uma informação sobre a cidade.” (FERRARA, 2000 p.61)

A fotografia é um registro que traduz as características do lugar, da paisagem, do bem cultural, ou seja, do que se quer exibir ao público, construir um mosaico de imagens que compõem um roteiro ou um atrativo e o que ele oferece, dotar o público, o internauta, com informações que se tornam investimento, que pode ganhar alcance nas redes sociais por meio do *Instagram*.

A partir das imagens analisadas é possível aferir que a divulgação das imagens (em sua grande maioria captadas por terceiros) de forma institucional não é eficaz porque não atende o principal objetivo do próprio perfil, que é impulsionar os negócios, promover o turismo, pois os roteiros turísticos do próprio órgão não foram destacados, o que mais uma vez reforça a importância de produção própria de imagens pelo órgão para potencializar o seu principal objetivo.

Entende-se ser relevante uma reflexão sobre os dados obtidos referente o alcance das curtidas que indicam a dinâmica do consumo da imagem de Palmas e também atentar para o comportamento das *hashtags*, instigando uma alteração no propósito de ocorrências e interação com os internautas, considerando assim, uma priorização no planejamento das postagens.

Uma reflexão que se estabelece é que o consumo das imagens a partir de uma seleção de fotos aleatórias de terceiros no perfil institucional do @descubraotocantins, apresentou uma diversidade de ângulos de um mesmo lugar ora se tornando pouco atrativo e descartando dessa maneira, outros lugares que poderiam ter potencial turístico.

As imagens do *corpus* geraram interação e isso foi possível ser visualizado pelo número de curtidas e pelos comentários, demonstrando interesse das pessoas nos atrativos apresentados, mesmo que aleatoriamente.

O cartão postal deve ser para a cidade o que de melhor lhe caracterize. Os cenários que se formam entre a paisagem e o panorama do espaço urbano concedem sua feição diante do olhar humano, que se compõem de tal forma que uma fotografia se torna uma arquitetura visual para representar a Capital. A cidade na dimensão de seu território oferece muito mais do que o que foi exibido nas imagens do perfil em estudo e assim é possível dizer que o cartão postal esteve limitado a poucos lugares representativos de Palmas.

Aqui não encerra as possibilidades de outras pesquisas ou de outras abrangências e outros olhares sobre do estudo realizado, assim, que este possa impulsionar outras pessoas em novas pesquisas sobre o assunto discutido nesta dissertação.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Neila de Jesus. **A Imagem dos Cartões postais de Salvador – Bahia em Exposição (1920 a 1940)**. Salvador, 2017. Dissertação de mestrado – Programa de Pós – Graduação em Museologia – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/28838>. Acesso em 12 janeiro de 2021.

AUMONT, Jacques. **A imagem**; Tradução Estela dos Santos Abreu e Claudio C. Santoro – Campinas, SP: Papirus, 1993. (Coleção *Ofício de Arte e Forma*)

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdos**. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. PERSONA - EDIÇÕES 70, 1977

BARREIRA, Kenniane Lenir Nogueira Carvalho. **Praça Bosque dos Pioneiros: Integração Socioambiental em Pleno Século XXI**. Trabalho da Disciplina: Teoria e História – Espaço e Estética. Professor: Andrey Schlee. Mestrado Interinstitucional - FAU - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo/ PPG/FAU – Programa de Pós-graduação. 2007.

BARRETO, Ellen Jane Gonçalves. **O Bioma Cerrado – Preservação e Sustentabilidade como proposta de desenvolvimento da Cooperativa de Agricultores Familiar Agro Extrativista Grande Sertão e do Centro de Agricultura Alternativa do Norte de Minas (CAA-NM), Brasil**. Universidad Internacional de Andalucía, 2017.

BAZOLLI, João A. **Espaços vazios do perímetro urbano da cidade de Palmas e seus reflexos socioeconômicos e ambientais**. Projeto de Pesquisa do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciências do Ambiente da Universidade Federal do Tocantins – UFT- turma 2005. Linha de pesquisa: Planejamento Urbano e Regional / Demografia. 2005. Disponível em: <http://download.uft.edu.br/?d=46590628-1faa-4ba9-97af-8f7778287b63;1.0:joaoAparecido2005.pdf>. Acesso em 20.07.2020.

BAZOLLI, João A. (org). **Palmas em foco: Contradições de uma cidade planejada**. Palmas: EDUFT, 2019

BENEVOLO, Leonardo. **História da Cidade**. Tradução Silvia Mazza. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

BEZERRA, Marina Rafaella de Carvalho Sousa. **Shopping center e espaço urbano: as particularidades do Capim Dourado Shopping em Palmas -TO**. Porto Nacional, TO, 2017. Dissertação (Mestrado Acadêmico) – Universidade Federal do Tocantins – Campus de Porto Nacional – Curso de Pós-graduação em Geografia (Mestrado), 2017.

BOSI, Alfredo. **Dialética da Colonização**. 3ª edição 1 – reimpressão, Companhia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.  
CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (Org.). **Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 1997.

DALTOZO, José Carlos Cartão-Postal, Arte e Magia. Gráfica Cipola, Presidente Prudente (SP), 2006

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Design em Espaços**, São Paulo, Edições Rosari, 2002.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Olhar Periférico – Informação, Linguagem e Percepção Ambiental**. 2 Ed., São Paulo – Editora da Universidade de São Paulo, 1990.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Os Significados Urbanos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fapesp, 2000.

FERRAZ, Mariana de Abreu. **A utilização do Instagram como ferramenta comercial por micro e pequenos empreendedores**. UFV – Universidade Federal de Viçosa – Campus florestal - CEDAF, 2019.

FERREIRA, Eber Nunes. **Dertins – Departamento de Estradas de Rodagem do Estado do Tocantins**. Trabalho da Disciplina: Teoria e História – Espaço e Estética. Professor: Andrey Schlee. Mestrado Interinstitucional.FAU - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo/ PPG/FAU - Programa de Pós-graduação, 2007.

FERREIRA, Eber Nunes. **Mapa de situação cidade de Palmas: situação do Município no Estado do Tocantins**. Escala de 1:85.000. Projeção Cônica Conforme de Lambert. Paralelos Padrões. 8 30' S e 11 30' S. DATUM HORIZONTAL: SAD 69 MINAS GERAIS. Palmas 2020. (01.10.2020)

FERREIRA, Marcelo Costa. **Os Vestibulandos das Universidades Públicas na Cidade do Rio de Janeiro**. Departamento de Ciência Política – UFRJ. Curso de Especialização em Avaliação Educacional UERJ, Rio de Janeiro, 1990.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**; tradução Joice Elias Costa. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GASTAL S. (2014). **Lazer e a animação turística em cidades médias**. Em Revista Brasileira de Estudos do Lazer, 1, (2),2014, pp. 39-53.

GASTAL, Suzana. **Cidade e visualidade: um olhar semiótico sobre o texto palco**, INMEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN 2017 - VOL. 12 / Nº 1 - 285-303. Universidad ORE Uruguai. 2017

GOMES, Lucas Ferreira. **Informações Técnicas**. [Entrevista concedida a Luciélia de Aquino Ramos]. Ascom, Adetuc – Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa. Palmas 2020.

GOUVÊA, Luiz Alberto. **Biocidade: conceitos e critérios para o desenho ambiental urbano, em localidades de clima tropical de planalto**. São Paulo: Nobel, 2002.

GRAEFF, Edgar Albuquerque. **Edifício. Cadernos Brasileiros de Arquitetura**. São Paulo: Projeto Editores Associados Ltda.1976, v.7.

GRUPO QUATRO. **Termo de Referência do Plano Diretor Urbanístico de Palmas**. Governo do Estado do Tocantins, 1988.

HOLANDA, **Frederico de. Arquitetura & urbanidade.**, São Paulo: Pro Editores Associados Ltda, 2003.

LARAIA, Roque de Barros, 1932 **Cultura: um conceito antropológico**.14. ed. — Rio de Janeiro: Jorge "Zahar Ed., 2001

LEITE, Amanda M. P.; SILVA, Renata Ferreira da. **Desvio: a cidade posta em cartões**. Artigo publicado em "Cartas e Cataclismas" ANO 04 - N08 - ISSN 2359-4705, LABJOR - Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, 2017.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro,2001.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade. The Image of the city**, (título original) Institute of Technology and the President and Fellows of Harvard College. Tradução de Maria Cristina Tavares Afonso. Edições 70. 1960

MARTIN-BARBERO, Jesús, **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia** / Jesús Martín-Barbero; Prefácio de Néstor García Canclini; Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 1997.

MENDONÇA, E. M. S. **Espaços públicos e apropriações: conceitos, metodologias e experiências**. In: III Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica do Núcleo de Estudos de Arquitetura e Urbanismo – NAU. Anais. Vitória: Núcleo de Estudos de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Espírito Santo - NAU/UFES, CD-ROM, junho de 2007b.

MORENO, Suzy Barbosa Melo. **Um Prédio Que Conta Nossa História – Prefeitura Municipal De Palmas**, artigo elaborado para disciplina do Mestrado em Arquitetura e Urbanismo, da Universidade de Brasília, em 2007. Engenheira Civil, mestranda em Planejamento Urbano, FAU-Unb, E- Mail: suzybmoreno@bol.com.br

OLIVEIRA, Frederico Salomé de. **“AQUELA VIDA VÉIA DALI NUM É A VIDA DAQUI”**: As Influências da Igreja Católica e as Consequências da Modernidade e Urbanização na Religiosidade dos Antigos Moradores do Povoado Canela, em Palmas-TO. Marília – SP, 2017. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) Universidade Estadual Paulista – Unesp. Faculdade de Filosofia e Ciência.

PALMAS, Tocantins. **Plano Municipal de Turismo, 2020-2030**. Prefeitura Municipal de Palmas - Tocantins e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae. 2020. P. 35.

PAZ, Luis Hildebrando Ferreira. **Palácio Araguaia, Palmas - Tocantins**. Trabalho da Disciplina: Teoria e História – Espaço e Estética. Professor: Andrey Schlee. Mestrado Interinstitucional - FAU - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo/ PPG/FAU – Programa de Pós-graduação. 2007.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de Freitas. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades Virtuais - Uma abordagem teórica**. Mestranda em Comunicação e Informação Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação, no GT de Comunicação e Tecnologia das Mídias, promovido pela PUC/RS. 2003. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/teorica.pdf> acesso em 03.07.2019.

REIS, Patrícia Orfila Barros dos. *Modernidades tardias no cerrado – arquitetura e urbanismo na formação de Palmas*. Florianópolis: Insular. 2018.

SALGUEIRO, Heliana Angotti, (org.) **Cidades Capitais do século XIX: Racionalidade, Cosmopolitismo e Transferência de Modelos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001, p.146.

SANTOS, Anderson Alves dos. **Frente, verso e reverso de um cartão-postal: leituras de paisagens da Praça Nossa Senhora da Boa Viagem – Recife – PE. 2007**. 170f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Centro de Ciências Exatas e da Natureza, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2007. Disponível em: [https://www.ufpb.br/ppgg/contents/documentos/dissertacoes/anderson\\_alvespdf](https://www.ufpb.br/ppgg/contents/documentos/dissertacoes/anderson_alvespdf) Acesso em: 12 janeiro 2021.

SANTOS, Milton. **Metamorfose do Espaço Habitado**, fundamentos teóricos e metodológicos da geografia. Hucitec. São Paulo: 1988

SILVA ET AL, 2018. **Estudos Qualitativos: Enfoques Teóricos e Técnicas de Coletas de Informação**. RAIMUNDA MAGALHÃES da SILVA et al (orgs) SOBRAL: Edições UVA, 2018.

SEGAWA, Hugo. **Palmas, cidade nova ou apenas uma nova cidade?** Projeto, São Paulo: 1991, n. 146, p. 94.

SILVA, Sandra Rúbia da. **A globalização como desafio para o trabalho de campo e a produção etnográfica. Capítulo 3**. Etnografia e consumo midiático: novas tendências e desafios metodológicos / organização Bruno Campanella, Carla Barros. - 1. ed. - Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

SCHROEDER, Ivo. **Os Xerente: estrutura, história e política**. Soc. e Cult., Goiânia, v. 13, n. 1, p. 67-78, jan./jun. 2010.

SONTAG, Susan. **Sobre a fotografia**. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

TOCANTINS, GOVERNO DO ESTADO. **Palmas, Tocantins**. Palmas capital do Estado do Tocantins. 20 de maio de 2019. Instagram:@descubraotocantins: Disponível em <https://www.instagram.com/p/BxrvbNZFLYw/>. Acesso em 20/01/2021

TOCANTINS, GOVERNO DO ESTADO. Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa. **Vale das Águas**. 01.08.2019. Taquaruçu – Palmas -TO. Disponível: <https://www.instagram.com/p/B0omRsfIR04/> acesso em: 20.01.2021.

TOCANTINS, GOVERNO DO ESTADO. **Palmas Caçulinha do Brasil, completa 31 anos.** Palmas capital do Estado do Tocantins. 20 de maio de 2020. Instagram: @descubraotocantins: Disponível em <https://www.instagram.com/p/CAabn1vFNO7/>. Acesso em 20/01/2021

TOCANTINS. ADETUC – Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa. Plano de Marketing Turístico Estratégico e Operacional dos Polos do Cantão, Jalapão e Palmas, versão final, polo turístico de Palmas. Disponível em: <https://adetuc.to.gov.br/desenvolvimento-do-turismo/promocao/plano-de-marketing/> acessado em 12 de fevereiro de 2021.

TOCANTINS. ADETUC-Agência de Desenvolvimento do Turismo, Cultura e Economia Criativa. **Revista Promocional**, Disponível em: <https://adetuc.to.gov.br/desenvolvimento-do-turismo/promocao/descubra-o-tocantins/> acessado em 12 de fevereiro de 2021.

TOCANTINS. SEDEN - Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura. **Roteiros do Tocantins**, 2016. Disponível em: <https://adetuc.to.gov.br/desenvolvimento-do-turismo/promocao/download-de-materiais-promocionais/> acessado em 12 de fevereiro de 2021.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.

TORRES, Cláudio. Guia prático de marketing na internet para pequenas empresas. 2010. Disponível em: [http://uab.ifsul.edu.br/tsiad/conteudo/modulo5/gne/biblioteca/claudio\\_torres\\_-\\_mktdigitalpequenaempresa.pdf](http://uab.ifsul.edu.br/tsiad/conteudo/modulo5/gne/biblioteca/claudio_torres_-_mktdigitalpequenaempresa.pdf) Acesso em: 13/01/2021

VARGAS LLOSA, Mario. **A civilização do espetáculo [recurso eletrônico] : uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. 1. ed. - Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

VELLOSO, Verônica Pimenta. **Cartões-postais: imagens do progresso (1900-10)**. **Hist. ciênc. saúde-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 7, n.3, p.1-13. Fev. 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/hcsm/a/Twksn8SyXmxmBCmvSJxYmps/?lang=pt> Acesso em: 12 janeiro 2021.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração** SÃO PAULO, Editora Atlas S.A., 2005.

VIEIRA, Mariela Pitombo. **O Campo da Cultura**. Gestão Cultural – Conceitos Básicos – Etapa I, Programa de Capacitação em Gestão de Projetos e Empreendimentos Criativos Ministério da Cultura – MinC, 2013.

VILICIC, Filipe. **Conheça a história do brasileiro que criou o Instagram.** Matéria Publicada em 07/10/2015 as 10h23, Exame. O melhor investimento do seu tempo. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/conheca-a-historia-do-brasileiro-que-criou-o-instagram/>. Acesso em 21.01.2020

UNESCO, **Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, 2001**) Disponível em: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/> acesso em 30.07.2019 LEITE, Amanda M. P.; SILVA, Renata Ferreira da. **Desvio: a cidade posta em cartões.** Artigo publicado em "Cartas e Cataclismas" ANO 04 - N08 - ISSN 2359-4705, LABJOR - Universidade Estadual de Campinas – Unicamp, 2017.

### APENDICE 01- Quadro com Imagens de Palmas no perfil @descubraotocantins

Item	Descrição da imagem	Autoria da imagem	Data	Alcance	Legenda	hashtags
1	Palmas-Tocantins	Autoria não identificada	30 de outubro de 2015	60 curtidas	O encanto do Rio Tocantins e toda magia desse céu único.	#visiteotocantins #riotocantins #palmasto
2	Taguaruçu	Autoria não identificada	16 de novembro de 2015	67 curtidas e 4 comentários	Bora de rapel? O distrito de Taquaruçu, a 30km de Palmas, é bastante procurado pelos amantes de esportes radicais. São mais de 80 cachoeiras, como a do Roncador (foto), que tem 70 metros de altura.	#visiteotocantins #taquaruçu #aventura
3	Pintura de grafite intitulada "Nossos Muros" localizada no Capim Dourado Shopping.	Autoria não identificada	27 de março de 2019	416 curtidas e 7 comentários.	🤔 hoje, 27, dia mundial do grafitti, resolvemos fazer uma homenagem a @bromou 🌟. A cidade tá repleta de arte feita por ela! 😊 quem aí aí já viu alguma?! 👁️👉. Valeu, Bruna! Continue colorindo nossos muros! 🖌️	#destinomundo_ #trave l #travelling #descobrin doobrasil #destinomund o_ #mtur #mturismo #vi agem #viajar #Brasil #tu rismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #grafitti #arte PALMAS TOCANTINS BRASIL
4	Vista aérea de Palmas.	Foto: @emersondasilvabent	8 de maio de 2019	118 curtidas e 11 comentários 83 curtidas 1 comentário	No Dia Nacional do Turismo, escolhemos Palmas para representar o nosso estado! 😊❤️, Mas, nós sabemos: você não merece só Palmas, merece o TOCANTINS inteiro! 🙌🙌. 📷 @emersondasilvabento	#palmas #dianacionald oturismo #tocantins #jal apao #brazil #brasil #po rdosol #descubraotocant ins #adetuc PALMAS, TOCANTINS
5	Memorial Coluna Prestes – Semana de Museus	Foto: @patrickramon10	14 de maio de 2019	91 curtidas e 7 comentários. 84 curtidas	Ei 😊 18 de maio é Dia Internacional dos Museus. Esse aí da foto é o Memorial Coluna Prestes, projetado pelo arquiteto Oscar	#diainternacionaldosmu seus #museu #pracados girassois #tocantins #br asil #serrasgerais #ecotu rismo #destinomundo_ #travel #travelling #des cobrindoobrasil #destin omundo_ #mtur #mturis

					Niemeyer. Fique de olho nos nossos stories. Vamos divulgar os museus tocaninenses durante a semana. 📷 @patrickramon1	mo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brasil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
6	Palmas Tocantins	Governo do Tocantins	20 de maio de 2019	195 visualizações 1 comentário	Vídeo institucional do Governo do Tocantins em homenagem aos 30 anos de Palmas Transcrever o texto do vídeo	
7	Praia Graciosa da	Foto: @poxawallace	14 de junho de 2019	125 curtidas 3 comentários	O nosso #sextou tá assim: MAGNÍFICO! 🤩🥰👏 O @poxawallace conseguiu captar o pôr do sol mais bonito do Brasil!	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brasil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #pordosol #praiaadagraciosa
8	Taquaruçu	Foto: @regiscaio10	22 de junho de 2019	94 curtidas 1 comentário	Pra começar a semana com o pé direito e muita energia positiva. 🙌👏📷 @regiscaio10	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brasil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins

						#VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
9	Vídeo vale das águas	Autoria não identificada	01 de agosto de 2019	346 visualizações	Taquaruçu é um lugar lindo para você conhecer. Com apenas 32km de Palmas, o distrito atrai vários turistas que buscam aventurar -se em suas trilhas e cachoeiras.	#descubraotocantins
10	Ponte - Palmas	Foto: @rafaelfelipepmw	04 de agosto de 2019	71 curtidas e 0 comentários	A caçulinha do Brasil! 🤩 Palmas é a mais jovem capital do país. Cheia de encantos, a cidade é reconhecida pelo calor humano. Obrigado pelo registro, @rafaelfelipepmw 📷	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrir do brasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #lagodepalmas #palmas PALMAS, TOCANTINS
11	Memorial Coluna Prestes	Autoria não identificada	6 de agosto 2019	159 curtidas e 7 comentários	Oscar Niemeyer 🏗️ você sabia que o Memorial Coluna Prestes foi projetado pelo icônico arquiteto brasileiro? 😊. O Memorial homenageia a Coluna Prestes e sua passagem pelo território tocantinense entre os anos 1920 e 1930. A obra em concreto é marcada pelas curvas sinuosas, características de Niemeyer	. #destinomundo_ #travel #travelling #descobrir do brasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #abav2019 #tocantins #natividade #joiasdenatividade #pontealta #oscarniemeyer PRACA DOS GIRASSOIS
12	Cachoeira da Roncadeira - Taquaruçu.	Foto: @regiscaio10.	Foto inserida em 08 de	103 curtidas e 1 comentário	Pra começar a semana com o pé direito e muita energia positiva.	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #t

			agosto de 2019.		 @regiscaio10.	ravelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
13	Vale do Vai quem quer – Taquaruçu.	Foto: @lincolnvaladare.	10 de agosto 2019	104 curtidas e 7 comentários	O feriado tá acabando, mas ainda dá tempo de pegar uma cachoeira! Esse é o Vale do Vai Quem Quer, em Taquaruçu, a 12 km de Palmas. muita beleza, né?! 🌿 😊.  @lincolnvaladare.	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #ravelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
14	Palmas – Início das Obras – Theonis. Avenida Theotonio Segurado.	Foto: aérea de Theonis Pinto	10 de agosto 2019.	102 curtidas 3 comentários	Um #tbt desse 🤔 A foto de Theonis Pinto retrata o início da construção da capital do Tocantins. Quem consegue identificar a avenida? Location Palmas, Tocantins Foto inserida em 10 de agosto 2019. Palmas, início das Obras, foto aérea de Theonis Pinto. Avenida Theotonio Segurado	😬 #tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
15	Taquaruçu - TO	Foto: @lincolnvaladare	05 de setembro de 2019	100 curtidas 10 comentários	Já é quase sexta 🤔 O final de semana tá chegando e a nossa vontade é de pegar a estrada, né?! .O @lincolnvaladare fez esse click incrível em Taquarussu! . Marca o @ que tá te devendo uma viagem!	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography

						hy #travel #brazil #trave lblogger #trip #Descubr aOTocantins #VisiteOT ocantins #TurismoDeAv entura
16	Taquaruçu	Foto: @cecíliabere	25 de outubro de 2019	66 curtidas	Hoje é dia de subir a serra, hein?! Já viu o que vai rolar durante o final de semana em Taquaruçu?! 🙌🇧🇷 SEXTA CULTURAL - Hoje, a partir das 18h 📺 FESTIVAL PIERRE DE FREITAS - Sábado e domingo - Amanhã, todo mundo vai dançar um xote com Elba Ramalho! 🎶	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrind oobrasil #destinomundo _ #mtur #mturismo #via gem #viajar #Brasil #tur ismo #turismonobrasil # bestvacations #travelabr oad #beautifuldestinatio ns #places #nature #para dise #landscapephotogra phy #travel #brazil #trav elblogger #trip #Descub raOTocantins #VisiteO Tocantins #TurismoDe Aventura #abav2019 #t ocantins #natividade #jo iasdenatividade #ponte alta #taquaruçu
17	Taquaruçu - TO	Foto:@rafaelf elipepmw	15 de novembro de 2019	63 curtidas	Feriado = Felicidade 😊 O @rafaelfelipe mw captou o nosso sentimento de sexta feira neste belo por do sol, em Palmas. 👏👏👏	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrind oobrasil #destinomundo _ #mtur #mturismo #via gem #viajar #Brasil #tur ismo #turismonobrasil # bestvacations #travelabr oad #beautifuldestinatio ns #places #nature #para dise #landscapephotogra phy #travel #brazil #trav elblogger #trip #Descub raOTocantins #VisiteO Tocantins #TurismoDe Aventura #palmas #lago depalmas #feriado
18	Tocantins	Autoria não identificada	13 de dezembro de 2019	88 curtidas e 3 comentários	Você conhece o buriti?! Uma rica planta do Cerrado brasileiro! O sabor do fruto é inigualável 😊 além disso, o artesanato e a ornamentação se valem da riqueza e beleza desta planta. A madeira pode ser utilizada em áreas externas da casa, as fibras de suas folhas podem ser utilizadas na confecção de esteiras, cordas e chapéus. Nosso #Toca é cheio dele, né?! 🙌	#tocantins #brazil #serra sgerais #ecoturismo #de stinomundo_ #travel #tr avelling #descobrindoob rasil #destinomundo_ # mtur #mturismo #viage m #viajar #Brasil #turis mo #turismonobrasil #b estvacations #travelabro ad #beautifuldestination s #places #nature #parad ise #landscapephotograp hy #travel #brazil #trave lblogger #trip #Descubr aOTocantins #VisiteOT ocantins #Buriti #palma s

19	Palmas Tocantins Coração com as mãos de alineriscado	Foto: @aline_r iscado	18 dezembro de 2019	89 curtidas	É muito amor! O céu e o Sol, em Palmas, são atrativos a parte! 🌈 obrigado, @aline_risc ado pelo registro! 😊	#tocantins #brasil #serra sgerais #ecoturismo #de stinomundo_ #travel #tr avelling #descobrindeob rasil #destinomundo_ # mtur #mturismo #viage m #viajar #Brasil #turis mo #turismonobrasil #b estvacations #travelbro ad #beautifuldestination s #places #nature #parad ise #landscapephotograp hy #travel #brazil #trave lblogger #trip #Descubr aOTocantins #VisiteOT ocantins #ceudepalmas #palmas
20	Cachoeira da Roncadeira – Taquaruçu Palmas/TO.	Foto: @lincolnvalad are	29 de dezembro 2019	120 curtidas	Já estamos de 🧑 em 2020! Desejamos que o próximo ano seja incrível e que você possa DESCOBRIR O TOCANTINS! 🌞📖	#destinomundo_ #trave l #travelling #descobrin doobrasil #destinomund o_ #mtur #mturismo #vi agem #viajar #Brasil #tu rismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #abav2019 #tocantins #natividade #joiasdenatividade #pontealta #taquaruçu
21	Palmas, Tocantins		6 de janeiro de 2020	149 curtidas 2 comentários	Se tem chuva frequente, o tempo é de siriguela madura ao chão! 😊 Marque aquele @ que também ama essa delícia! ❤️	#tocantins #brasil #serra sgerais #ecoturismo #de stinomundo_ #travel #tr avelling #descobrindeob rasil #destinomundo_ # mtur #mturismo #viage m #viajar #Brasil #turis mo #turismonobrasil #b estvacations #travelbro ad #beautifuldestination s #places #nature #parad ise #landscapephotograp hy #travel #brazil #trave lblogger #trip #Descubr aOTocantins #VisiteOT ocantins #Buriti #frutos docerrado
22	Praça dos Girassóis	Foto: @flavioc avaleraphotogr afias	16 de fevereiro de 2020	212 curtidas 6 comentários	🎉 já estão com saudades, né?! Ontem, o #TocaPraPraça resg atou o clima carnavalesco na	#carnaval #palmastocan tins #tocantins #pracado sgirassois #fantasia #blo quinho #abada #alegria #diversao #arte #cultura

					capital do Tocantins! 👉 arrasta pro lado e confira a alegria dos foliões! 🎉👤🤪👏	#turismo #circo #music a #tocantinsmeumelhore stado #tocaprapraça #bo tofenessecarna #gritodas mulheres #tamboresdoto cantins #emocao #samb a #axe #marchinhas
23	Fonte Luminosa – Praça dos Girassóis.	Foto: Marcelo Horst	20 de fevereiro de 2020	421 curtida 10 comentário	😄 quando dissemos que o TOCANTINS é bonito do nascer ao por do sol, é disso que estamos falando! 😄. 📍 com 571 mil metros quadrados, a Praça dos Girassóis é a maior da América latina e a segunda maior praça urbana do mundo, sendo superada apenas pela Praça Merdeka, que fica em Jacarta, na Indonésia. Começou a ser construída em 18 de outubro de 1999 e contou com 800 operários trabalhando para erguer o cartão postal da capital Palmas. 📷 @marcelo horst.	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #pracadosgirossois #palmas PRACA DOS GIRASSOIS
24	Lago – Ponte Palmas – Vista noturna.	Foto: @le. arruda	10 de março de 2020	283 curtidas	📷 A legenda fica por conta de vocês! 📷 @le. arruda	. #tocantins #brasil #serr asgerais #ecoturismo #d estinomundo_ #travel #t ravelling #descobrindo o brasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viag em #viajar #Brasil #turi smo #turismonobrasil # bestvacations #travelabr oad #beautifuldestinatio ns #nature #paradise #la ndscapephotography #tr avel #brazil #travelblog ger #trip #DescubraOTo cantins #VisiteOTocanti ns #palmasto #sunset #p ordosol Location Palmas, Tocantins Foto inserida em 01 de agosto de 2019
25	Palmas Tocantins -	Foto: @esab0la	17 de março de 2020	152 curtidas 1 comentário	Pronto! 😄 Nossa trinca tá fechada! O céu de Palmas é um atrativo a parte. Só quem conhece, sabe! ❤️ nessa foto da @esab0la a arara se	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrind oobrasil #destinomundo _ #mtur #mturismo #via gem #viajar #Brasil #tur ismo #turismonobrasil # bestvacations #travelabr oad #beautifuldestinatio

					destaca na imensidão do céu azul. 🌅🐦	ns #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #arara
26	Lago de Palmas	Foto: @giovannifilho27	24 de março de 2020	248 curtidas 4 comentários	🐶 Um #dog pra animar sua terça feira de #quarentena 😊 Um dos cenários mais bonitos do Brasil: 📍 Ponte Fernando Henrique Cardoso - Lago de Palmas 🏞️	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrinodoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #dog
27	Vista da Praia dos Buritis que fica as margens do Rio Tocantins.	Foto sem autoria	3 de abril de 2020	372 curtidas 9 comentários	🏠🏡 uma foto inspiradora pra um #sextou diferente: EM CASA 🏠! Façamos nossa parte! Na medida do possível, não saia! Que a beleza da Praia dos Buritis torne seu dia lindo! 😊	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrinodoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #fiqueemcasa #quarentena PRAIA DOS BURITIS
28	Taquaruçu	Foto: @giovannifilho27	29 de abril de 2020	201 curtidas 5 comentários	🌟 O momento pede união de crenças e muita esperança de que dias melhores virão! 🌟 Para te acalmar um pouco, separamos este registro do @giovannifilho27, em Taquaruçu. A	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrinodoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil

					cachoeira tem esse poder, né?! 🧐	#bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #taquaruçu
29	Tocantins	Foto: @marcio . zago	05 de maio 2021	121 curtidas	😊 Ahhhh! Paçoca de carne seca mora no nosso coração, né?! ❤️ Quem também AMA?! Da capital ou do interior, o tocantinense raiz come paçoca com tudo... com banana, no café da manhã, almoço, jantar! Paçoca devia ser considerada uma das maravilhas do mundo! 😊😋.	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #paçocadecarneseca
30	Palmas Tocantins	Foto: @giovannifilho27	09 de maio de 2020	70 curtidas 2 comentários	Fato consumado: o Tocantins tem o pôr do sol mais bonito do Brasil! 😊🌅 obrigado, @giovannifilho27 por conseguir capturar essa beleza através de suas lentes! 📷	#pordosol #palmas #tocantins #brasil #brazil #lagodepalmas #descubraotocantins #pictureoftheday #turismo
31	Taquaruçu	Foto: @lincolnvaladare	16 de maio de 2020	158 curtidas 3 comentários	O final de semana tá chegando e você já pode se imaginar nessa cachoeira. 😊👉📷 @lincolnvaladare 📍 A apenas 32 km do centro de Palmas existe um lugarzinho aconchegante, de gente hospitaleira, cheio de cachoeiras de águas frias: Taquaruçu.	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins

						#VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
32	Vídeo homenagem	Governo do Tocantins	20 de maio de 2020	1097 visualizações 2 comentários	Palmas, a caçulinha do Brasil, completa 31 anos! 🍌🍌🍌🍌🍌	#palmastocantins #palmas #palmas31 #palmas31anos #palmaseugostodetu #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #fervedouro #natureza #trip
33	Limpão Palmas - TO	Foto: @fernandogoo dvibes	27 de maio de 2020	126 curtidas 1 comentário	☀️ um bom dia cheio de sol! Depois que tudo isso passar, qual a primeira coisa que você pretende fazer!?! Limpão - Palmas-TO 📷 @fernandogoo dvibes	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #cachoeiradofornigajal apão #natureza #trip
34	Palmas (Tocantins) - Ô terra quente viu?	Foto: @rafaeloliveira. fotografias	02 de junho de 2020	181 curtidas 3 comentários	👂 Com certeza, você já deve ter ouvido falar sobre calor do Tocantins, né?! O sol realmente deixa nosso Estado ainda mais incrível. 😊 Essa beleza de por do sol foi captada pelo olhar sensível do @rafaeloliveira.fotografias 🌻 Registo @rafaeloliveira.fotografias 📷👂 Fim de tarde na capital, Palmas. Na imagem, podemos ver	#tocantins #brazil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil

					a Ponte Fernando Henrique Cardoso. .	#travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #jalapao #lagodepalmas
35	Palmas Tocantins	Foto: @jbritofotografia	04 de junho de 2020	116 curtidas 5 comentários	<p>🌻A exuberante beleza das flores. Tocantins e seus encantos. 🌿parece um quadro, né?! 📷 Mas são registros fotográficos do @jbritofotografia 📷</p>	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #jalapao #girassol
36	Limpão Palmas - TO	Foto: @henriquepauulo	11 de junho de 2020	248 curtidas 3 comentários	<p>O nascer do sol lá na serra ☁️Quem aí conhece o Limpão? 👁️ O lugar é lindo, transmite uma paz incrível e rende muitas fotos muito legais. 😊.Esse registro aí é do @henriquepauulo 📷</p>	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #jalapao #limpao
37	Lago de Palmas	Foto: @amandarossatocp	21 de junho de 2020	193 curtidas	<p>Vamos aos fatos?! 👁️Nós temos o por do sol mais bonito do mundo 🌅 O Tocantins é um estado privilegiado. Cachoeiras, serras, lago, lagoas, praias... por aqui, a natureza se faz presente das mais variadas e belas formas! 🌿🌻🌿🌻 @amandarossatocp, agradecemos por esse</p>	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins

					registro incrível no Lago de Palmas 📷	#VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #lagodepalmas
38	Taquaruçu	Foto:@renat0almeida	22 de junho de 2020	222 curtidas 3 comentários	👤 A sorte está lançada! 🎯 no meio dessa linda queda d'água da Cachoeira da Roncadeira, em Taquaruçu, há um homem praticando rapel?! Responda, aí! Conseguiu ver?! 😏😏 isso prova o quanto somos pequenos diante da imensidão da natureza! 🙌👉👈 Registro do @renat0almeida V aleu, Renato 📷	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #jalapao #taquaruçu
39	Ilha Canela – Praia Graciosa	Foto:@maeutoaqui	23 de julho 2020	347 curtidas 7 comentários	Como a gente queria estar! ☀️🌿🌴 calma! Tudo vai passar! O momento é de cuidarmos de nós e dos outros. Para quem é louco por uma #trip, aproveite para curtir nossa foto e VIAJE DE CASA! 🏠👉 .Registro @maeutoaqui 📷	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #lagodepalmas
40	Memorial Coluna Prestes	Foto:@rafaeloliveira.fotografias	26 de julho 2020	101 curtidas 3 comentários	Essa foto do @rafaeloliveira. fotografias 📷 consegue registrar a beleza e imponência do Memorial Coluna Prestes, localizado na Praça dos Girassóis. ⌚. O é Memorial uma obra do ilustre arquiteto Oscar Niemeyer e ocupa uma área de 570 m². O monumento homenageia a Coluna Prestes e a sua	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins

					passagem pelo território tocaninense entre os anos de 1920 e 1930. A obra em concreto é marcada pelas curvas sinuosas, características de Niemeyer. ✍ quem aí conhece?! 🙄	#VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #lagodepalmas
41	Taquaruçu Palmas	Foto: @lincolnvalad are	02 de agosto de 2020	341 curtidas 3 comentários	“Taquaruceu taquarusol taquaruçu...Taquaram atazul” 🎵 Dorivã, compositor e músico tocaninense, homenageou a cidade das cachoeiras de uma maneira única! 🌿 E o @lincolnvaladare conseguiu registrar toda a beleza dessa queda d’água. 🌿📍Cachoeira do Lago Azul, Vale do Vai Quem Quer	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #cachoeira #taquarucu
42	Palmas Tocantins	Foto:@prefiro viajarporai	16 de agosto 2020📷	232 curtidas	Muito provavelmente, você já deve ter ouvido falar do por do sol de Palmas, né?! 🌅 Sim! O final do dia na capital mais nova do Brasil é SURREAL! Olha a prova, aí 😊😄 Obrigada, @prefirovi ajarporai 📷	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #palmas #ceudepalmas
43	Palmas Tocantins	Foto:@flavioc avaleraphotogr afias	24 de agosto de 2020	259 curtidas 1 comentário	Quem aí já tirou foto dos ipês?! 🖐 amarelo, roxo, branco... durante esta época do ano, o cerrado brasileiro é colorido pela beleza desta espécie magnífica! 😊😄 Não tem como passar despercebido, né?!	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindeobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature

					🍃💛 Registro do @flaviocavaleraphotografias 📷	#paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura #jalapao #tocantins #ipeamarelo #cerrado
44	Taquaruçu-TO	Foto:@lincolnvaladare	09 de setembro de 2020	532 curtidas 12 comentários	As cachoeiras de Taquaruçu 💧💛 quem também ama?! O registro é do nosso seguidor querido @lincolnvaladare 📷	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #cachoeira #taquarucu
45	Palmas Tocantins	Foto:@renat0almeida	15 de setembro de 2020	217 curtidas 3 comentários	Nós gostamos tanto da legenda do Renato! 😊 Então, vamos repetir: “Assim é Palmas, emoldurada pela Serra e refletida pelas águas”! Quem também ama essa cidade? 💛 agradecemos o registro @renat0almeida 📷	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #lagodepalmas #lakeday
46	Praia dos Buritis	Foto:@raquelsaritaphotography	08 de novembro de 2020	479 curtidas 6 comentários	É muito lindo, né?! O por do S📷L já se tornou cartão postal da capital do Tocantins! Quem também ama?! Registro da @raquelsaritaphotography 📷	
47	Taquaruçu	Foto:@prefiroviajarporai	16 de dezembro de 2020	72 curtidas	A paz de Taquaruçu pra começar a semana bem! 🍀👤 . 📍Cachoeira do Evilson, um lugar mágico e uma visão	#tocantins #brasil #serrasgerais #ecoturismo #destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil

					inesquecível da natureza.	#destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #TurismoDeAventura
48	Taquaruçu - TO	Foto:@rafaellr abello	23 de dezembro de 2020	241 curtidas 1 comentário	O ano de 2020 nos exigiu EQUILÍBRIO! Os desafios surgiram e nós tivemos que enfrentá-los. 🌈 que o turismo se mantenha vivo! Afinal, como você já sabe, o TOCANTINS te espera de braços e coração abertos! ❤️ Boas festas!	#destinomundo_ #travel #travelling #descobrindoobrasil #destinomundo_ #mtur #mturismo #viagem #viajar #Brasil #turismo #turismonobrasil #bestvacations #travelabroad #beautifuldestinations #places #nature #paradise #landscapephotography #travel #brazil #travelblogger #trip #DescubraOTocantins #VisiteOTocantins #jalapao #taquarucu

Fonte: produzido pela autora

**APENDICE 02 – Tabulação das Hashtags do @descubraotocantins – jan 2021**

	<b>Hashtags</b>	<b>Quant</b>	<b>%</b>
	TOTAL	1105	100,0
1	#visiteotocantins	40	3,6
2	#brazil	39	3,5
3	#DescubraOTocantins	39	3,5
4	#turismo	39	3,5
5	#beautifuldestinations	38	3,4
6	#bestvacations	38	3,4
7	#Brasil	38	3,4
8	#descobrindoobrasil	38	3,4
9	#destinomundo_	38	3,4
10	#mturismo	38	3,4
11	#paradise	38	3,4
12	#travel	38	3,4
13	#travelabroad	38	3,4
14	#travelblogger	38	3,4
15	#travelling	38	3,4
16	#trip	38	3,4
17	#turismonobrasil	38	3,4
18	#viagem	38	3,4
19	#viajar	38	3,4
20	#landscapephotography	37	3,3
21	#mtur	37	3,3
22	#nature	37	3,3
23	#tocantins	37	3,3
24	#places	33	3,0
25	#TurismoDeAventura	23	2,1
26	#ecoturismo	20	1,8
27	#serrasgerais	18	1,6
28	#brasil	17	1,5
29	#jalapao	17	1,5
30	#palmas	13	1,2
31	#lagodepalmas	8	0,7
32	#taquaruçu	8	0,7
33	#pordosol	4	0,4
34	#abav2020	3	0,3
35	#joiasdenatividade	3	0,3
36	#natividade	3	0,3
37	#pontealta	3	0,3
38	#pracadosgirassois	3	0,3

	Hashtags	Quant	%
39	#alegria	2	0,2
40	#arte	2	0,2
41	#Buriti	2	0,2
42	#cachoeira	2	0,2
43	#ceudepalmas	2	0,2
44	#palmasto	2	0,2
45	#abada	1	0,1
46	#arara	1	0,1
47	#aventura	1	0,1
48	#axe	1	0,1
49	#bloquinho	1	0,1
50	#botofenessecarna	1	0,1
51	#cachoeiradoformigajalapão	1	0,1
52	#carnaval	1	0,1
53	#cerrado	1	0,1
54	#circo	1	0,1
55	#cultura	1	0,1
56	#diainternacionaldosmuseus	1	0,1
57	#dianacionaldoturismo	1	0,1
58	#diversao	1	0,1
59	#dog	1	0,1
60	#emocao	1	0,1
61	#fantasia	1	0,1
62	#feriado	1	0,1
63	#fiqueemcasa	1	0,1
64	#frutosdocerrado	1	0,1
65	#girassol	1	0,1
66	#grafitti	1	0,1
67	#gritodasmulheres	1	0,1
68	#ipeamarelo	1	0,1
69	#lakeday	1	0,1
70	#limpao	1	0,1
71	#marchinhas	1	0,1
72	#museu	1	0,1
73	#musica	1	0,1
74	#natureza	1	0,1
75	#paçocadecarnesecca	1	0,1
76	#palmastocantins	1	0,1
77	#oscar niemeyer	1	0,1
78	#pictureoftheday	1	0,1
79	#praiadagradosa	1	0,1

	Hashtags	Quant	%
80	#quarentena	1	0,1
81	#riotocantins	1	0,1
82	#samba	1	0,1
83	#sunset	1	0,1
84	#tamboresdotocantins	1	0,1
85	#tocantinsmeumelhostado	1	0,1
86	#tocapraça	1	0,1
87	#fervedouro	0	0,0
88	#palmas31	0	0,0
89	#palmas31anos	0	0,0
90	#palmaseugostodetu	0	0,0

Fonte: produzido pela autora