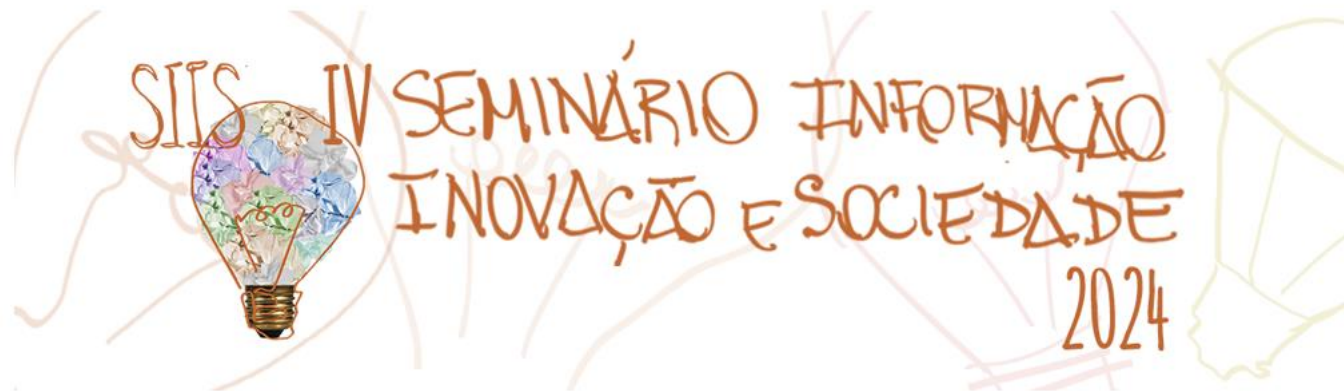




O TURISMO CAPIXABA NO TIK TOK: estudo da disseminação da informação

Heloyza Pereira Ribeiro (UFSCar)

Zaira Regina Zafalon (UFSCar)

Introdução

- Os avanços tecnológicos afetaram a relação social com os meios de busca, acesso e disseminação da informação. Tais mudanças afetaram também as redes sociais, que passaram a desempenhar um papel fundamental no aspecto informacional.
- Um dos formatos comuns na comunicação presente nessas redes são os vídeos. O consumo de informações por meio de vídeos possuem um longo histórico no Brasil, iniciando na transmissão televisiva até o consumo *online*.
- O setor turístico é um pilar importante para a economia nacional, visto o prestígio do território brasileiro. Por mais que este setor se beneficie de artifícios como os vídeos *online*, ainda há locais que buscam se estabelecer neste meio, como o Estado do Espírito Santo.

Problema de pesquisa e objetivos

Como ocorre a disseminação de informações turísticas do Estado do Espírito Santo em vídeos do Tik Tok?

- conceituar a disseminação da informação e seu papel social;
 - apresentar o Tik Tok e as formas de comunicação adotadas;
 - caracterizar a informação turística;
 - descrever o turismo capixaba.
- identificar os tipos de conteúdo divulgados nos perfis públicos do Tik Tok que tratam do turismo capixaba;
 - retratar o tipo de informação turística divulgada;
 - mensurar os resultados de divulgação mediante métricas da plataforma.

Marco Teórico

- A informação é um aspecto essencial na vida de um indivíduo e para que ocorra o acesso à informação é necessário que haja a disseminação da informação;
- Um dos pilares que sustentam o processo de disseminação da informação é o uso da informação, e principalmente, o uso eficaz;
- Mudanças ocorreram em relação ao papel que um indivíduo desempenha no processo de disseminação da informação.



Fonte: Adaptado de Barreto (1994)



Marco Teórico

- As redes sociais, como são conhecidas amplamente, são estabelecidas por meio dos sites e aplicativos que sustentam as interações e ligações sociais entre os indivíduos, de modo virtual;
- Para Ribeiro, Leite e Lopes (2014) as redes sociais são estabelecidas em torno de um interesse comum, com a finalidade de trocar experiências, ideias e conhecimentos;
- Portanto, as informações quando estão presentes nas redes sociais não percorrem um caminho pré-determinado ou algum padrão de comunicação (Paula; Michalski, 2019).

Marco Teórico

- O Tik Tok é uma rede social virtual lançada em 2017, com foco no compartilhamento de conteúdos em formato de vídeo.
- Em 2023 o Brasil estava em terceiro lugar na lista de países com mais usuários na plataforma, com um total de 84,1 milhões de usuários ativos. Somente os anúncios, tiveram um crescimento no alcance de 16 milhões entre final de 2023 e início de 2024 (Data Reportal, 2024).

Benefícios do uso das redes sociais



Fonte: Adaptado de Wang e Fesenmaier (2004)

Marco Teórico

- O setor turístico tem a informação como insumo principal para seu desenvolvimento e realização das atividades;
- A informação turística é o tipo de informação que caracteriza um destino turístico, sendo muitas vezes, produzida voluntariamente por indivíduos;
- A informação, em qualquer camada do setor, também é responsável por estabelecer um local enquanto destino turístico;
- O Estado do Espírito Santo está localizado na região Sudeste e é um dos menores Estados do país, sendo, atualmente dividido em nove regiões turísticas, como apresenta o mapa a seguir.

MAPA DO TURISMO CAPIXABA - 2024

Ed. 04

Regiões Turísticas

- Caparaô Capixaba
- Caminhos do Café, Pedras e Cachoeiras - Noroeste Capixaba
- Costa e Imigração
- Doce Pontões Capixaba
- Imigrantes
- Metropolitana
- Montanhas Capixabas
- Sul Capixaba dos Vales e Café
- Do Verde e das Águas
- Município não integrante



*Mapa atualizado em 15/07/2024.

Marco Teórico

- O Estado conta com diversos patrimônios tombados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), entre bens materiais e imateriais, que vão desde manifestações culturais a edificações, ferrovias e acervos históricos.
- Contudo, mesmo detendo de aspectos que favoreçam o turismo o Estado do Espírito Santo não figura na lista de Estados mais cotados para viagens em pesquisa recente feita pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2023).



Fonte: Espírito Santo [2024]

“Informação para a sociodiversidade: engajando pessoas, comunidades, culturas, economia e sustentabilidade”
Semana Nacional de Ciência e Tecnologia - 2024

Procedimentos metodológicos

- Pesquisa de natureza aplicada;
- Qualitativa e exploratória;
- Uso da pesquisa bibliográfica e documental;
- A coleta de dados será feita mediante criação de um perfil na rede social Tik Tok;
- A organização do dados obtidos ocorrerá mediante uso de formulário;
- Para a análise dos dados, será utilizada a análise de conteúdo categorial.

Obrigada pela atenção!

Principais Referências

BARRETO, Aldo. A questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, v. 8, n. 4, 1994. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/index.php?men=rev&cod=2050>. Acesso em: 17 maio 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Tendências de turismo**: comportamento da população brasileira. [Brasília]: Ministério do Turismo, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/pesquisa-mtur-sp-rj-e-bahia-sao-o-top-3-dos-entrevistados-que-querem-realizar-viagens-em-2024>. Acesso em: 30 jul. 2024.

DATA REPORTAL. **Digital 2024**: Brazil. [S.l.]: Data Reportal, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazi>. Acesso em: 26 jun. 2024.

ESPÍRITO SANTO. Secretaria de Estado do Turismo. **Mapa do Turismo do ES**. Vitória: SETUR-ES, [2024]. Disponível em: <https://setur.es.gov.br/mapa-do-turismo-do-es>. Acesso em: 10 jul. 2024.

PAULA, Lorena Tavares de; MICHALSKI, Rafael. Os *bots* de disseminação de informação na conjuntura das campanhas presidenciais de 2018 no Brasil. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/17048>. Acesso em: 23 jun. 2024.



Principais Referências

RIBEIRO, Adriana; LEITE, Ramon Silva; LOPES, Humberto Elias Garcia. Análise do uso das redes sociais em bibliotecas universitárias brasileiras. **RDBCI**: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas/SP, v. 12, n. 3, p. 5–27, 2014. DOI: 10.20396/rdbci.v12i3.1591. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/1591>. Acesso em: 25 maio 2024.

WANG, Youcheng; FESENMAIER, Daniel R. Modeling participation in an online travel community. **Journal of Travel Research**, [s. l.], v. 42, n. 3, p. 261-270, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287503258824>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0047287503258824>. Acesso em: 30 jun. 2024.

Contatos

Heloyza Pereira Ribeiro – Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

E-mail: heloyzapereira252@gmail.com

Zaira Regina Zafalon – Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

E-mail: zaira@ufscar.br