

A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA PROMOÇÃO TURÍSTICA: Estudo de Caso do Digital Influencer Carlinhos Maia em Penedo/AL

KARINE STEFÂNIA DIÓGENES GUERRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)

SARA FONSECA DA ROCHA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)

ÉDER DANILO BEZERRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)

A INFLUÊNCIA DO INSTAGRAM NA PROMOÇÃO TURÍSTICA: Estudo de Caso do Digital Influencer Carlinhos Maia em Penedo/AL

Introdução

A evolução contínua da indústria do turismo destaca os destinos turísticos como pontos essenciais dessa atividade. Nesse contexto, a presença online de um destino tornou-se crucial, influenciando as decisões dos viajantes. As redes sociais, especialmente o Instagram, têm o poder de moldar a imagem de um destino. Nesse cenário, a análise de imagens torna-se uma ferramenta valiosa, permitindo uma representação autêntica da cidade através da escolha cuidadosa de atributos visuais expressivos, capazes de transmitir valores culturais, patrimônio arquitetônico e experiências turísticas.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Portanto, busca-se responder ao seguinte problema de pesquisa: Como o influencer Carlinhos Maia expõe/divulga a localidade de Penedo/AL nas suas postagens no Instagram? E, com vistas à execução da pesquisa, explorar os seguintes objetivos específicos: (1) identificar postagens do digital influencer Carlinhos Maia relacionadas ao destino turístico Penedo; (2) entender como a imagem do destino turístico Penedo é apresentada nas postagens de Carlinhos Maia; e (3) analisar o nível de engajamento das postagens de Carlinhos Maia relacionadas ao destino turístico Penedo.

Fundamentação Teórica

A pesquisa explora os tópicos “Destino Penedo”, que aborda a importância da arquitetura barroca e neoclássica e do rico patrimônio histórico e cultural da cidade de Penedo/AL, às margens do Rio São Francisco, enquanto atrativo turístico; “Imagem do Destino Turístico”, que explora como a arquitetura e símbolos das cidades influenciam a percepção e a experiência dos turistas; e “Nível de Engajamento”, que discute como o envolvimento nas redes sociais, especialmente no Instagram, é influenciado pela interação dos usuários e pelo papel dos digital influencers na promoção de destinos turísticos.

Metodologia

A pesquisa pode ser caracterizada como um estudo de natureza qualitativa, que adota o estudo de caso como estratégia de pesquisa, tendo o caso do digital influencer Carlinhos Maia e suas postagens relacionadas ao destino turístico Penedo como objeto de estudo. Ao todo, foram analisadas 1.101 publicações em feed desde abril de 2017 até setembro de 2023, considerando apenas publicações com a utilização da ferramenta de localização ativa (Penedo/AL ou Vila Primavera), em relação direta com Penedo e seu patrimônio cultural e/ou monumentos históricos, atrativos considerados turísticos.

Análise dos Resultados

A análise comparativa entre o alcance das publicações sobre Penedo e outras postagens do influenciador revelou que as publicações relacionadas à cidade obtiveram um alcance pouco maior e um envolvimento significativo, considerando número de curtidas e comentários. O público de Carlinhos Maia demonstrou interesse especial em conhecer mais sobre Penedo, como evidenciado pelos comentários positivos e expressando o desejo de visitar a cidade, como por exemplo: “Adoro a Vila”; “Ai que tudo, quero muito conhecer essa vila”; “Meu sonho é conhecer essa cidade”.

Conclusão

A revolução digital trouxe consigo um novo paradigma na promoção de localidades turísticas. À

medida que a sociedade se torna cada vez mais interconectada e imersa em oportunidades virtuais, a profissão de influenciador digital se destacou como uma atividade altamente lucrativa e influente. No âmbito das publicações analisadas, percebe-se que poucos comentários se referem a Penedo como um destino turístico em si. Os resultados deste estudo apontam que o conteúdo principal do perfil de Carlinhos Maia é, invariavelmente, a sua própria imagem e sua vivência na Vila Primavera.

Referências Bibliográficas

GUERRA, Antônio; GOSLING, Marlusa; CARVALHO, Tatiana. Redes Sociais e as Gerações X e Y: Disseminação e Compartilhamento de Experiências de Turismo. *Rosa dos Ventos*, v. 7, n. 2, p. 302-315, 2015. PERINOTTO, André Riani Costa et al. O espaço turístico de Parnaíba-PI nas fotografias on-line: um estudo na rede social Instagram. *Observatório de Inovação do Turismo-Revista Acadêmica*, v. 14, n. 1, p. 150-160, 2020. ZUCCO, Fabrícia Durieux et al. Avaliação da imagem de um destino turístico no Instagram. *Turismo: Visão e Ação*, v. 20, n. 3, p. 490-499, 2018.