

Recebido: 10.02.2024**Aprovado: 10.05.2024****Avaliado: pelo Sistema Double Blin Review**

MÍDIAS SOCIAIS: ANÁLISE DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO PARA O PROJETO DE EXTENSÃO TEMPERO TURÍSTICO

SOCIAL MEDIA: ANALYSIS OF INSTAGRAM AS A PROMOTION AND PUBLICITY TOOL FOR THE TEMPERO TURÍSTICO EXTENSION PROJECT

Deryck da Rocha Bulcao¹**E-mail:** ddrb.tur22@uea.edu.br**ORCID:** 0009-0009-4647-6948**Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins²****E-mail:** camenezes@uea.edu.br**ORCID:** 0000-0003-1830-2042

RESUMO

As mídias sociais são caracterizadas como plataformas online que possibilitam as interações humanas no espaço virtual, permitindo o compartilhamento de informações e abrangendo uma variedade de formatos na comunicação digital. O Instagram se faz parte desse cenário sendo uma plataforma utilizada para divulgação de imagens, vídeos e de relações entre pessoas, tornando-se atualmente uma ferramenta voltada também para a promoção e divulgação de conteúdo. O objetivo desta pesquisa é descrever como o Instagram pode ser usado para divulgar as atividades realizadas por um projeto de extensão, tendo como análise o projeto da Universidade do Estado do Amazonas, intitulado “Turismo e Gastronomia – Na Escola Difundindo a Cultura Alimentar - Tempero Turístico”. A metodologia utilizada é de natureza descritiva, analisando as publicações postadas no perfil oficial do projeto durante os meses de novembro e dezembro de 2023. Os resultados indicam que o Instagram é uma ferramenta que pode ser usada para aumentar a visibilidade e alcance, seja de um produto, marca, evento e até mesmo de um projeto de extensão.

Palavras-chave: Mídias Sociais. Instagram. Tempero Turístico. Turismo. Gastronomia.

ABSTRACT

Social media are characterized as online platforms that enable human interactions in virtual space, allowing the sharing of information and covering a variety of formats in digital communication. Instagram is part of this scenario, being a platform used to disseminate images, videos and relationships between people, currently becoming a tool also aimed at promoting and disseminating content. The objective of this research is to describe how Instagram can be used to publicize the activities carried out by an extension project, having as analysis the project of the State University of Amazonas, entitled “Tourism and Gastronomy – At School Spreading Food Culture - Turistic Seasoning”. The methodology used is descriptive in nature, analyzing the publications posted on the project's official profile during the months of November and December 2023. The results indicate that Instagram is a tool that can be used to increase visibility and reach, whether from a product, brand, event and even an extension project.

Keywords: Social media. Instagram. Tourist Seasoning. Tourism. Gastronomy.

1. INTRODUÇÃO

O papel das mídias sociais na atualidade se tornou algo extremamente necessário, pois são utilizadas como principal meio de compartilhamento de informações e conteúdos criados por pessoas para outras pessoas, abordando múltiplos assuntos referentes, por exemplo, a questões comerciais e educacionais. Contudo, o que exatamente são as mídias sociais? Será que são a mesma coisa que as redes sociais? Apesar de serem ligadas umas as outras e serem frequentemente confundidas, seus conceitos são distintos.

A rede social tem sua formação pela relação direta entre pessoas, ou melhor, a interação entre elas, podendo ocorrer tanto de forma online quanto presencial, significando que é a junção de um grupo de pessoas que compartilham interesses comuns. Por outro lado, as mídias sociais são os meios que possibilitam essa interação, conhecidas como plataformas online, podendo ser blogs, sites e aplicativos, ou as próprias redes sociais, como Instagram, que unem esses dois fatores. Esses formatos permitem a criação e o compartilhamento de informações, seja em texto, vídeo, podcast entre outros. (BARBOSA *et al.*, 2020).

Dentro desse cenário digital, o Instagram se estabelece como uma das redes dominantes, sendo uma plataforma online que permite aos seus usuários interagirem uns com os outros, tendo acesso a uma variedade de conteúdos distribuídos nos mais diversos formatos, podendo ser tanto para o uso pessoal como para setores específicos, como ramo empresarial. (COSTA; BRITO, 2020). De acordo com Pacete (2023), o Brasil ocupa a terceira posição mundial em consumo de redes sociais, sendo o país com maior acesso às plataformas online. Entre as preferidas dos usuários brasileiros estão o YouTube, Facebook e Instagram como as três redes de maior acesso.

Criado por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010, o Instagram ultrapassou sua função inicial de ser apenas uma rede social de compartilhamento de vivências humanas. Atualmente, ele se tornou uma ferramenta amplamente utilizada para divulgação e promoção de informações sobre uma variedade de temas. Desse modo, o Instagram acaba sendo um instrumento essencial para a divulgação de atividades acadêmicas de pesquisa e extensão, onde professores, pesquisadores e estudantes podem utilizar a plataforma para compartilhar descobertas, promover eventos, oficinas, palestras e engajar a comunidade acadêmica sobre diversos assuntos. Nessa narrativa, percebe-se que o Instagram se tornou uma parte integral do cenário

contemporâneo, facilitando a comunicação e a colaboração entre diferentes públicos interessados por temas acadêmicos (SOUSA *et al.*, 2022).

Diante disso, o objetivo desta pesquisa é descrever como o Instagram pode ser explorado como ferramenta de promoção e divulgação das atividades realizadas por um projeto de extensão. Para essa análise, será considerado o projeto de extensão da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), intitulado “Turismo e Gastronomia: Na Escola Difundindo a Cultura Alimentar - Tempero Turístico” como foco principal deste estudo. O presente trabalho se desenvolve por meio de uma pesquisa exploratória descritiva, análise dos conteúdos realizados e publicados no perfil oficial do projeto, entre novembro e dezembro de 2023, mostrando assim os alcances adquiridos.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

2.1 Turismo e Gastronomia – O que é o Tempero Turístico?

A ligação entre turismo e gastronomia surge da vontade de explorar novos destinos e mergulhar em diferentes culturas, permitindo saborear e compreender a culinária de diferentes povos. A atividade turística oferece essa oportunidade de vivenciar novas experiências, seja tanto do viajante, o turista, como do próprio morador local, possibilitando que haja essa troca de conhecimento. Para Gimenes (2011) “a gastronomia é um elemento importante no contexto do Turismo Cultural, permitindo ao visitante se aproximar da localidade visitada, vivendo experiências sensoriais e culturais”.

O projeto de extensão Tempero Turístico, com o título “Turismo e Gastronomia: Na Escola Difundindo a Cultura Alimentar Manauara”, tem como objetivo contribuir para qualificação da gastronomia manauara como atrativo turístico cultural no município de Manaus, por meio de ações extensionistas de educação patrimonial voltados à comunidade escolar de ensino fundamental (estudantes, merendeiras e familiares) e empreendedores nos setores gastronômicos e turísticos. Além disso, o projeto incentiva estudos e atividades voltados para a área da gastronomia e turismo, promovendo o conhecimento da cultura alimentar amazonense e suas conexões com o turismo.

Em 2023, ocorreram diversas ações extensionistas do projeto, abordando temas relacionados ao turismo e a gastronomia por meio de participações em oficinas, palestras e eventos. Entre essas ações, destaca-se como exemplo a oficina “Conversa na Cozinha com Pirarucu”, realizada durante o evento EXPOMULHER (11ª edição). O intuito da oficina foi dialogar sobre o peixe pirarucu, um dos símbolos da culinária amazonense, além de demonstrar

uma receita ao vivo utilizando o peixe como prato principal, feita pela coordenadora do projeto, a prof.^a Dra. Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins, realizando a receita interagindo diretamente com os participantes no evento. A oficina resultou na criação do primeiro e-book do projeto, contendo curiosidades sobre o peixe pirarucu, receitas e informações sobre o projeto.

2.2 Relação do Instagram com o Projeto

A relação das mídias sociais com o projeto de extensão Tempero Turístico, se deu início no ano de 2023, com a criação de sua primeira plataforma online, o Instagram. O objetivo era divulgar as atividades realizadas, promovendo as ações extensionistas do projeto, contribuindo na visibilidade dos saberes e costumes alimentares da cultura amazonense. Com isso, o Instagram oferece diversos métodos para que haja divulgação e promoção dos mais variados temas, seja no formato de cards, reels e stories.

Atualmente, o perfil oficial do projeto possui cerca de 299 seguidores, composto por estudantes, professores e funcionários da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), contando também com um público diversificado de outras localidades. O Instagram do “Tempero Turístico” totaliza 33 publicações, sendo 27 no formato de card e 7 em reels. Nesse sentido, é utilizado como exemplo as publicações do projeto entre novembro e dezembro de 2023 como base para essa análise, mostrando que essa ferramenta tem um potencial fundamental para divulgação de assuntos acadêmicos.

Dentre esse período, destaque-se 9 publicações, sendo 2 relacionadas à apresentação de trabalhos na SEMINTUR JR. (14^a edição) e 3 sobre a oficina chamada "Conversa na Cozinha sobre Pirarucu", promovida pelo evento EXPOMULHER (11^a edição). Além disso, foram feitas outras 4 publicações, sendo 2 sobre datas comemorativas e 2 referentes à participação em eventos. O formato de divulgação foi realizado por meio de cards e reels (Tabela 1).

Tabela 1 – Insights das publicações, referente as participações em eventos e oficinas, mostrando os alcances adquiridos entre novembro e dezembro de 2023 – atualizado em março de 2024.

Publicação (assunto)	Formato (card ou reel)	Visitas ao Perfil	Alcance Interno	Alcance Externo	Alcance Geral
Resumos Aprovados na Semitur Jr. (14ª edição)	Card	13	152	127	279
Apresentações na Semitur Jr. (14ª edição)	Card	3	123	132	255
Conversa na Cozinha Sobre o Pirarucu: Ebook	Card	18	124	39	163
Divulgação da Oficina - Conversa na Cozinha Sobre o Pirarucu	Card	24	119	262	381
Divulgação da Oficina e do Evento	Reel	3	132	334	466
1º Fórum de Economia Criativa da Amazonia	Card	3	140	29	169
Apresentação de Trabalhos na Semana de Educação Patrimonial do IPHAN	Reel	0	133	265	398

Fonte: @temperoturisticouea, 2024. Elaboração: Deryck Bulcao

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A tabela 1 mostra os alcances adquiridos nas publicações das atividades e participações do projeto durante os meses de novembro e dezembro de 2023. O alcance da publicação refere-se à quantidade registrada de visualizações de usuários, visto único, em determinada publicação (Instagram, 2024). O número é variável, sendo formado por seguidores (internos) e não seguidores (externos). Nesse contexto, nota-se que o número de não seguidores, alcance externo, é bastante significativo, mostrando que as publicações alcançaram diferentes usuários desta rede social. Portanto, fica evidente que o Instagram pode ser usado como ferramenta de divulgação e pode ser utilizado na promoção das atividades de pesquisa e extensão de ensino.

Essa análise reflete sobre um ponto importante, as divulgações realizadas pelo projeto no Instagram podem gerar um impacto positivo na busca pelo conhecimento das culturas, incentivando outros usuários da rede a procurarem mais informações sobre a gastronomia e o turismo de uma região. Isso possibilita uma troca de saberes e costumes, despertando o interesse em conhecer mais sobre o assunto divulgado. De acordo com Sousa. et al (2021) “O Instagram® tem sido uma ferramenta de fundamental importância para divulgação científica dos trabalhos

por se tratar de um espaço com mais acesso entre as pessoas”.

Um grande exemplo é a própria oficina “Conversa na Cozinha com Pirarucu”, em que a equipe do projeto conseguiu publicar de forma inédita seu primeiro e-book, abordando sobre o Tempero Turístico, além de trazer receitas e histórias sobre o peixe pirarucu por meio das mídias sociais. A divulgação e promoção do material foram feitas no formato de cards e stories no Instagram.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a discussão gerada no desenvolvimento desta pesquisa, um dos fatores mencionados é que o Instagram pode ser usado como ferramenta de divulgação e promoção. Nessa análise, podemos observar que o projeto de extensão Tempero Turístico, por meio de suas postagens, não está somente divulgando suas atividades, mas também contribuindo na geração de informações sobre pesquisas e assuntos que envolvem tanto o turismo quanto a gastronomia. O papel das mídias sociais, juntamente com as redes sociais, atualmente, tomou uma projeção imaginável na divulgação de informações e conteúdos sobre diferentes temáticas.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, L. S. da S.; ANDRADE-MATOS, M. B. de; PERINOTTO, A. R. C. Marketing digital: a influência das mídias sociais digitais no processo de decisão de compra dos consumidores de meios de hospedagem. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 154–170, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/14822>.

COSTA, M. de A.; BRITO, M. L. de A. A utilização da ferramenta Instagram para impulsionar o crescimento de uma pequena empresa. **E – Acadêmica**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. e8, 2020. Disponível em: <https://eacademica.org/eacademica/article/view/8>.

SOUSA, S.; AGUIAR, G. C. de; ROCHA, A.; AMADOR, J. J. F.; OLIVEIRA, V. B. de. **O uso do instagram® como ferramenta de divulgação científica**. VII CONDEU – Congresso Nacional de Educação: Realize Editora, 2021. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/79855>.

GIMENES, M. H. S. G. Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil. **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 425-431, outubro de 2011. Disponível em: [file:///C:/Users/deryc/Documents/Artigos%20\(Midias\)/24774-90108-1-PB.pdf](file:///C:/Users/deryc/Documents/Artigos%20(Midias)/24774-90108-1-PB.pdf).

PACETE, L. G. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo mundo. **Forbes**, 09 mar. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>.

Tempero Turístico. **Projeto de Extensão de Gastronomia e Turismo**. Instagram: @temperoturisticouea. Disponível em: <https://www.instagram.com/temperoturisticouea?igsh=dHhod3lwYzd3eTdq>.