

Recebido em: 13.03.2026

Aprovado em: 10.04.2026

Avaliado pelo: Sistema Double Blind Review

ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM REDES SOCIAIS: ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES DO INSTAGRAM DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ (OBSTUR/PR) EM 2025

SCIENCE COMMUNICATION STRATEGIES ON SOCIAL MEDIA: ANALYSIS OF INSTAGRAM POSTS FROM THE PARANÁ TOURISM OBSERVATORY (OBSTUR/PR) IN 2025

Julia Linara Padilha¹

E-MAIL: julialp26@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4530-8010>

Olivia Ortiz²

E-MAIL: olivia.o.pessler@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-8457-9378>

Juliana Medaglia³

E-MAIL: juliana.medaglia@ufpr.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4034-5113>

RESUMO

O estudo analisa as estratégias de divulgação científica adotadas no perfil do Instagram do Observatório de Turismo do Paraná (OBSTUR/PR), considerando o desempenho das publicações realizadas ao longo de 2025. Parte-se da compreensão da informação como elemento estratégico para o planejamento e a gestão do turismo, destacando o papel dos observatórios na produção e disseminação de dados. A pesquisa, de natureza aplicada, exploratória e descritiva, utilizou pesquisa documental para analisar 33 publicações, classificadas em boletins, fotografias, datas comemorativas e outros conteúdos informativos. Foram avaliados indicadores de alcance, engajamento e origem das visualizações. Os resultados demonstram que publicações com fotografias obtiveram maior alcance e interação, enquanto os boletins apresentaram menor desempenho, concentrando visualizações principalmente entre seguidores do perfil. Também foi identificado que conteúdos relacionados a datas comemorativas apresentam maior potencial de compartilhamento. Conclui-se que a diversificação dos formatos e a integração entre conteúdos técnicos e recursos visuais favorecem a ampliação do alcance institucional e fortalecem a divulgação científica em observatórios de turismo, contribuindo para a democratização do conhecimento e para a gestão da informação no setor.

Palavras-chave: Turismo. Gestão da Informação. Redes Sociais. Observatórios de Turismo.

¹ Graduanda em Turismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Voluntária do Projeto de Extensão OBSTUR-PR. <http://lattes.cnpq.br/1047536365188209>.

² Graduanda em Turismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bolsista de Iniciação Científica PIBIC/UFPR-CNPq. <http://lattes.cnpq.br/1677470495608587>. E-mail: olivia.o.pessler@gmail.com.

³ Doutora em Ciência da Informação (UFMG). Professora Associada do Departamento de Turismo da UFPR. Coordenadora do Observatório de Turismo do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/5292267261816076>.

ABSTRACT

This study analyzes the science communication strategies adopted on the Instagram profile of the Paraná Tourism Observatory (OBSTUR/PR), based on the performance of posts published throughout 2025. The research is grounded on the understanding of information as a strategic resource for tourism planning and management, emphasizing the role of tourism observatories in producing and disseminating data. This applied, exploratory, and descriptive research employed documentary analysis of 33 Instagram posts, categorized as bulletins, photographs, commemorative dates, and other informational content. Reach, engagement, and audience origin metrics were analyzed. The results indicate that photograph-based posts achieved the highest levels of reach and engagement, whereas technical bulletins showed lower performance and were primarily viewed by existing followers. Commemorative posts demonstrated the greatest potential for content sharing. The findings suggest that diversifying communication formats and combining technical information with visual resources enhance institutional visibility and strengthen science communication in tourism observatories, contributing to knowledge dissemination and information management in the tourism sector.

Keywords: Tourism. Information Management. Social Media. Tourism Observatories.

1. INTRODUÇÃO

No contexto da sociedade informacional, a informação é um elemento que estrutura as dinâmicas econômicas e sociais, sendo para a revolução informacional, o que as fontes de energia foram para a revolução industrial (Cacho e Azevedo, 2010). No setor do turismo, a informação constitui um elemento essencial para o planejamento, a tomada de decisões e o desenvolvimento dos destinos, desempenhando uma função estratégica tanto para os gestores públicos quanto para os agentes de mercado. Dessa forma, nota-se que sem informação, é impossível planejar o desenvolvimento turístico de um destino, e que a partir da informação se dão a motivação, a decisão e a realização de viajar (Medaglia e Ortega, 2015).

Nesse cenário, percebe-se a importância da mediação da informação e, assim, os Observatórios de Turismo emergem como instrumentos de gestão, responsáveis pela produção, sistematização e difusão de dados e indicadores que subsidiam políticas públicas e estratégias organizacionais (Pacheco; Marques; Santos-Silva, 2023). O Observatório de Turismo do Estado do Paraná - OBSTUR/PR, é um núcleo de estudos e pesquisas do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná (DETUR/UFPR), que tem como objetivo desenvolver o turismo de forma sustentável no Estado do Paraná, bem como, facilitar o planejamento e a gestão pública e privada da atividade. Nesse trabalho, ele se dá como objeto de pesquisa.

Diante desse contexto, a presente pesquisa busca responder à seguinte pergunta norteadora: quais tipos de publicações no Instagram do OBSTUR/PR apresentam maior alcance

e engajamento e de que forma esses resultados podem contribuir para estratégias de divulgação científica em observatórios de turismo?

Assim, esse estudo tem o objetivo geral de analisar os tipos de publicações do perfil do Instagram do OBSTUR/PR, a fim de contribuir para as estratégias de divulgação científica de outros observatórios e órgãos que usam a rede social para esse fim. Como objetivos específicos, foram elencados: comparar o desempenho entre as categorias de conteúdo; identificar estratégias de engajamento, trazendo o foco do público para os dados analisados pelos observatórios de turismo; além de discutir contribuições das redes sociais para a divulgação científica em outros observatórios e órgãos de turismo.

Para tanto, partiu-se do referencial teórico, que foi desenvolvido a partir de outros estudos desenvolvidos pela bolsista de Iniciação Científica do programa PIBIC CNPq, voluntária do projeto de extensão OBSTUR/PR. Nele, puderam ser analisados alguns artigos que introduziram o tema e trouxeram clareza e compreensão para o estudo. Em seguida, foi feita uma análise das publicações no perfil do Instagram do OBSTUR/PR, na qual foi possível cumprir com o objetivo proposto do trabalho. Assim, trata-se de uma pesquisa aplicada, de caráter exploratório e descritivo, realizada por meio de pesquisa documental, a partir da análise das publicações do perfil do Instagram do OBSTUR/PR.

Para alcançar o objetivo, o resumo está organizado em diferentes seções. Após esta introdução, apresenta-se a metodologia adotada na pesquisa. Em seguida, são expostos e discutidos os resultados obtidos a partir da análise dos posts do Instagram do OBSTUR/PR. Por fim, apresentam-se as considerações finais do estudo, seguidas das referências utilizadas.

2 METODOLOGIA

Para a primeira etapa da pesquisa, foram lidos artigos que contemplaram o referencial teórico e fundamentaram o estudo em três eixos principais: a discussão sobre a sociedade da informação e o papel estratégico da informação nas dinâmicas sociais; a importância da informação para o planejamento e a gestão do turismo; e o papel dos observatórios de turismo como instrumentos de produção, sistematização e difusão de dados e conhecimentos para o setor (Cacho e Azevedo, 2010; Medaglia e Ortega, 2015; Pacheco; Marques; Santos-Silva, 2023).

Além disso, considerou-se a utilização das redes sociais digitais como ferramentas de divulgação científica e de comunicação institucional, especialmente no contexto de observatórios e organizações voltadas à produção e disseminação de informações sobre o turismo.

Neste contexto, partiu-se para a pesquisa documental, em que foram analisados os insights de todas as publicações feitas no feed do perfil do OBSTUR/PR no Instagram, no decorrer do ano de 2025. Ao todo, foram 33 postagens, sendo estas classificadas como: boletins, dados analisados e simplificados pelo projeto de extensão; fotografias, registros da equipe da Obstur em visitas técnicas e eventos; datas comemorativas, relacionadas a celebrações e datas simbólicas do calendário social; outros, usado como forma de categorizar diferentes tipos de conteúdos informativos, como divulgação de editais, projetos relacionados ao turismo e materiais educativos.

Para avaliar o alcance, o engajamento e a origem do público, foram considerados os seguintes indicadores: visualizações totais; visualizações por seguidores e não seguidores; curtidas; comentários; compartilhamentos; republicações e salvos; fontes das visualizações: stories, feed, perfil e pesquisa/explorar.

Todos esses dados coletados foram organizados em uma planilha que facilitou a análise. Dessa forma, após a coleta, foram identificados os resultados alcançados apresentados, na seção seguinte.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da análise da coleta dos dados realizada nas publicações do feed do Instagram do perfil do OBSTUR/PR, puderam ser encontrados alguns resultados: em relação ao alcance das publicações, observou-se que os conteúdos classificados como fotografias apresentaram a maior média de visualizações, com 2.290,16 visualizações por publicação. Logo depois aparecem os conteúdos da categoria outros, com média de 1.906,8 visualizações, seguidos por datas comemorativas, com média de 1.419,27 visualizações. Por outro lado, os boletins apresentaram o menor alcance médio, com 964,8 visualizações por post. Os dados apontam que materiais visualmente mais elaborados e que apresentam registros das atividades da equipe tendem a despertar maior interesse do público na plataforma, enquanto conteúdos

mais técnicos e informativos podem atrair principalmente usuários já cientes dos objetivos do projeto.

Segundo estudos de mediação da informação em turismo, “o turismo tem na informação o insumo central de seu processo de desenvolvimento” (Medaglia e Ortega, 2015, p. 134). Nesse contexto, as redes sociais se apresentam como ferramentas importantes para ampliar a circulação dessas informações e facilitar o contato entre instituições e diferentes tipos de públicos.

Ao observar o engajamento do público, percebe-se que as publicações da categoria fotografias concentram os maiores índices de interação, registrando média de 72,71 curtidas e 6,14 comentários por publicação. Já as publicações classificadas como "outros" registraram média de 49,2 curtidas e 2,4 comentários, enquanto datas comemorativas registraram média de 29,45 curtidas e 0,27 comentários. Os boletins, por sua vez, apresentaram média de 22,8 curtidas e 1,1 comentários. Esse resultado sugere que conteúdos com registros visuais das atividades do OBSTUR/PR tendem a gerar maior identificação e interação por parte do público, possivelmente por aproximarem os usuários da rotina e das ações desenvolvidas pela equipe (Silva e Tassarolo, 2016, p. 4).

A propagação do conteúdo na plataforma também pode ser observada por meio dos compartilhamentos. Nesse indicador, as postagens de datas comemorativas tiveram a maior média, com 5,9 por publicação, seguidas pela categoria outros, com média de 5. As fotografias alcançaram média de 3, enquanto os boletins registraram 1,8. Isso demonstra que conteúdos relacionados a datas simbólicas possuem maior potencial de circulação, já que trazem mensagens de sentido coletivo que engajam mais facilmente nas redes sociais.

Essa questão relaciona-se diretamente com o processo de mediação da informação. Segundo o mesmo estudo, “o simples fato de a informação estar estruturada e apresentada em forma de documento não garante a efetividade do processo de comunicação” (Medaglia e Ortega, 2015, p. 139). Assim, a forma de apresentação e compartilhamento da informação pode influenciar diretamente sua circulação e alcance entre os usuários.

A análise do perfil das visualizações também revelou diferenças relevantes entre as categorias. As publicações classificadas como boletins apresentaram maior concentração de visualizações provenientes de seguidores do perfil, representando 75,42% do total. Em contrapartida, as categorias outros e fotografias apresentaram maior participação de usuários

que não seguem a página, com 54,77% e 51,5% das visualizações, respectivamente. Esses dados indicam que determinados tipos de conteúdo possuem maior potencial de alcance para além da base de seguidores já consolidada do perfil, contribuindo para ampliar a visibilidade digital do observatório.

Quanto à origem das visualizações, identificou-se que parte significativa dos acessos ocorreu por meio do próprio perfil do Instagram, com percentuais variando entre 38% e 44% entre as categorias analisadas. As publicações de datas comemorativas apresentaram maior proporção de visualizações provenientes de stories, representando 39,3% dos acessos, o que reforça o papel do compartilhamento entre usuários na disseminação desse tipo de conteúdo. Já as publicações de fotografias e boletins registraram maior presença de visualizações provenientes do feed, indicando maior distribuição dessas publicações pelo algoritmo da plataforma. Para simplificar os dados e melhorar a visualização, foi criado um quadro com a média dos indicadores utilizados para a análise das publicações no Instagram, apresentado a seguir:

Quadro 1 - Média dos indicadores

Categoria	Nº de posts	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Visualizações
Boletins	10	22,8	1,1	1,8	964,8
Fotografias	7	72,71	6,14	3	2.290,16
Datas comemorativas	11	29,45	0,27	5,9	1.419,27
Outros	5	49,2	2,4	5	1.906,8

Fonte: as autoras (2026).

O Quadro apresenta a média dos resultados encontrados na análise feita nos posts do perfil do OBSTUR/PR na plataforma do Instagram. As categorias examinadas são mostradas à esquerda e os indicadores utilizados estão acima. Os critérios utilizados foram escolhidos com base nos insights mais relevantes encontrados na plataforma, que podem trazer um panorama mais amplo quanto ao engajamento e ao alcance das postagens.

De modo geral, os resultados mostram que diferentes tipos de conteúdo apresentam desempenhos distintos quanto ao alcance e à interação nas redes sociais. Conteúdos visuais e institucionais, como fotografias e publicações informativas diversas, tendem a alcançar maior número de usuários e gerar mais engajamento. Por outro lado, conteúdos técnicos, como boletins com dados de pesquisa, parecem atingir principalmente o público já interessado nas atividades

do observatório. Esses resultados reforçam a importância de estratégias diversificadas de comunicação digital para ampliar a circulação de informações relacionadas ao turismo e fortalecer a divulgação das atividades acadêmicas e institucionais.

Do ponto de vista prático, as publicações da categoria fotografias demonstram forte capacidade de aproximação com o usuário, humanizando o projeto e atraindo tanto o público externo quanto perfis mais maduros. Registros de visitas técnicas e do cotidiano da equipe funcionam como um convite visual que reduz a distância entre a academia e o público em geral.

Para os boletins técnicos, que enfrentam maiores barreiras de alcance por serem consumidos majoritariamente por seguidores e pelo público acadêmico, a implicação prática reside em uma integração de linguagens e formatos. Em substituição a publicar apenas o dado estático, a estratégia sugere incorporar a lógica visual das fotografias à densidade dos boletins. Na prática, isso pode ser realizado por meio de carrosséis de dados contextualizados, nos quais a primeira lâmina apresenta um registro visual da equipe, realizando a coleta ou análise desses indicadores, estabelecendo uma conexão humana antes da entrega da informação técnica.

Outra ação direta é a transposição para vídeos curtos, nos quais as próprias pesquisadoras explicam, de forma sucinta, como aquele indicador impacta o mercado turístico local, transformando o rigor acadêmico em conhecimento aplicado para gestores. A eficiência dessa mediação da informação também depende da presença do conteúdo na aba "Explorar" do Instagram. Esta ferramenta funciona como um mecanismo de descoberta por meio de recomendações algorítmicas para usuários que ainda não seguem o perfil, baseando-se em seus interesses.

Para alcançar esse espaço, os boletins devem adotar elementos da categoria "Outros", focando em materiais educativos e informativos de utilidade prática imediata, o que sinaliza ao algoritmo que o conteúdo possui valor para um público mais amplo de não seguidores. Paralelamente, as datas comemorativas devem ser mantidas como uma linha de frente para o fortalecimento da presença institucional, aproveitando o sentido coletivo e a facilidade de circulação orgânica via stories, independentemente do cronograma de publicações técnicas.

Dessa forma, os resultados obtidos contribuem para o objetivo geral desta pesquisa, que consistiu em analisar os tipos de publicações no perfil do OBSTUR/PR no Instagram. A análise demonstra que estratégias diversificadas de comunicação digital podem favorecer tanto

a ampliação do alcance institucional quanto a disseminação das informações produzidas pelo projeto de extensão, reforçando o papel das redes sociais como ferramentas relevantes para a divulgação de conteúdos relacionados ao turismo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se, portanto, que a gestão da informação a partir da análise minuciosa dos dados oferecidos pelas plataformas digitais é um pilar indispensável na era da informação, consolidando as redes sociais não apenas como vitrines, mas como instrumentos fundamentais de mediação e divulgação científica. No setor de turismo, a disseminação de informações sistematizadas e confiáveis pelo OBSTUR/PR é essencial para auxiliar o planejamento e o desenvolvimento de destinos, transformando o uso do Instagram em uma ferramenta de democratização do conhecimento.

Nesse sentido, o resumo alcançou seu objetivo geral ao analisar sistematicamente o desempenho das publicações realizadas no perfil do OBSTUR/PR em 2025, comprovando que a eficácia da comunicação científica reside na forma de sua apresentação e circulação. A pesquisa validou que a categoria "Fotografias" atua como o principal vetor de expansão e humanização da instituição, apresentando o maior alcance médio (2.290,16 visualizações) e os maiores índices de interação. Por outro lado, constatou-se que os "Boletins" técnicos, embora fundamentais para a difusão de dados, enfrentam barreiras de alcance orgânico por atraírem majoritariamente usuários já cientes dos objetivos do projeto, o que exige a adoção de formatos mais dinâmicos para atingir gestores e profissionais de mercado.

Portanto, os objetivos foram plenamente atingidos ao mapear o desempenho das publicações e evidenciar que a diversificação de conteúdo é a chave para que observatórios de turismo ampliem seu impacto social e institucional, transformando o rigor acadêmico em conhecimento aplicado.

Por fim, é preciso reconhecer as limitações da pesquisa, considerando que se tratou de único observatório e uma rede social. Neste sentido, é possível vislumbrar como pesquisas futuras, a mesma análise documental em outros observatórios estaduais e/ou mantidos por universidades, ou como é dito no OBSTUR/PR, com "DNA científico".

REFERÊNCIAS

CACHO, Andréa do Nascimento Barbosa; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. O TURISMO NO CONTEXTO DA SOCIEDADE INFORMACIONAL. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. l.], v. 4, n. 2, 2010. DOI: 10.7784/rbtur.v4i2.266. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/266>. Acesso em: 16 mar. 2026.

MEDAGLIA, Juliana; ORTEGA, Cristina Dotta. Mediação da Informação em Turismo: um estudo introdutório. InCID: **Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, Brasil, v. 6, n. 2, p. 126-147, 2015. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v6i2p126-147. Disponível em: <https://revistas.usp.br/incid/article/view/89926>. Acesso em: 16 mar. 2026.

PACHECO, Laissa; MARQUES, Osiris; SANTOS-SILVA, Letícia Cynara. Contribuições Teóricas e Metodológicas da Produção Científica sobre Observatórios de Turismo: Uma Análise Sistemática da Literatura. **Revista de Turismo Contemporâneo**, [S. l.], v. 11, n. 2, 2023. DOI: 10.21680/2357-8211.2023v11n2ID30823. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/30823>. Acesso em: 16 mar. 2026.

SILVA, C. R. M. da; TESSAROLO, F. M. Influenciadores digitais e as redes sociais enquanto plataformas de mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2026.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. **Observatório de Turismo do Estado do Paraná - OBSTUR**. Curitiba: DETUR/UFPR, [2026]. Disponível em: <https://obsturpr.ufpr.br/portal/>. Acesso em: 16 mar. 2026.