



IMPACTOS DA PESQUISA E DA
PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E
HOSPITALIDADE NA SOCIEDADE

 **XVII Seminário**
ANPTUR
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

02 A 04 DE DEZEMBRO DE 2020
RECIFE - PERNAMBUCO | UFPE
ANAIS ANPTUR | ISSN 2359-6805

TURISMO E MÍDIAS SOCIAIS: UM ESTUDO DAS IMAGENS PUBLICADAS NO *FACEBOOK* REFERENTES AOS POLOS TURÍSTICOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

José Orlando Costa Nunes¹
Camila Paula de Almeida²
Edinal Salustiano da Silva³
Edigleuson da Costa Ribeiro⁴

RESUMO

A imagem sempre foi um dos principais meios de comunicação na história da humanidade, conquistando, nos dias atuais, importância extraordinária, em especial com o advento da Internet e a difusão da comunicação global. O uso de fotografias por meio de diversos negócios é uma das principais maneiras de divulgar o seu produto ou serviço. A invenção da fotografia permitiu, desde o seu surgimento, uma expansão gradativa na produção e no uso de imagens. Este trabalho tem como objetivo analisar qual é o grau de influência da mídia social *Facebook* em relação a tomada de decisão para a escolha do destino turístico do internauta e também relacionar o imaginário com a imagem, influenciando no comportamento de compra, consumo e satisfação. O campo de investigação para a realização desse trabalho foi o Estado do Rio Grande do Norte e seus respectivos Polos Turísticos: Polo Costa das Dunas, Polo Costa Branca, Polo Serrano, Polo Agreste/Trairi e Polo Seridó, juntamente, com seus segmentos comerciais turísticos. A pesquisa caracteriza-se sendo de nível descritivo/explicativo de natureza quantitativa. Também foi utilizada uma abordagem bibliográfica e de campo analítica. Concluída esta etapa, foi utilizando como instrumento um questionário de

¹ Mestre Administração de Empresas. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. <http://lattes.cnpq.br/3373017269232749>. joseorlandobrasil@hotmail.com.

² Turismóloga. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Joseorlandobrasil@hotmail.com.

³ Turismólogo. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. <http://lattes.cnpq.br/7524292580636081>. Edinal2050@hotmail.com.

⁴ Graduando em Administração. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. <http://lattes.cnpq.br/3082432812632424>. Edigleusoncosta@gmail.com.



IMPACTOS DA PESQUISA E DA
PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E
HOSPITALIDADE NA SOCIEDADE



02 A 04 DE DEZEMBRO DE 2020
RECIFE - PERNAMBUCO | UFPE
ANAIS ANPTUR | ISSN 2359-6805

estrutura fechada para verificar a percepção dos seguidores do *Facebook* da pesquisadora, em relação a este assunto, que se encontra alinhado com o resultado da pesquisa. Estas duas etapas possibilitam tanto identificar o perfil do público-alvo quanto o poder de persuasão que as fotografias publicadas têm em relação ao segmento mais expressivo, ampliando as fronteiras do conhecimento dos turistas sobre as áreas que desejam visitar. Além disso, foi possível perceber que o *Facebook* apesar de ser consultado nas buscas por destinos turísticos, não é o único meio utilizado e levado em consideração, sendo, uma plataforma que influenciam de forma intermediária, mas não como fator decisor, visto que há uma infinidade de fatores que podem intervir na escolha do destino.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing; Mídias Sociais; Polos Turísticos.