



XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

“ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL”

Mídias sociais e uso público dos Parques Estaduais do Paraná

Milena Liciane Borga Ferreira¹

Valéria de Meira Albach²

Leandro Baptista³

Jasmine Cardozo Moreira⁴

Resumo

Devido a importância das mídias sociais para o turismo (Marujo, 2008; Alves, Costa e Perinotto, 2017) e considerando que os parques estaduais devem promover o uso público e o turismo, a presente investigação tem o objetivo geral de identificar as mídias sociais utilizadas pelos parques estaduais do estado do Paraná. Especificamente objetiva realizar sugestões para a gestão das redes sociais visando o uso público dos parques estaduais pesquisados. Entende-se que as unidades de conservação (UCs) não são geridas como negócios tradicionais, mas que podem se valer das técnicas empresariais para administrar a relação com os visitantes e os turistas, neste caso, por meio das mídias sociais. A visitação pública nas UCs é vista como uma estratégia de conservação importante, pois pode aproximar a sociedade das áreas naturais e assim resultar em uma sensibilização sobre elas, de maneira que isso se torne meio de conscientização para a população, até mesmo fora do território protegido (Garcia, Moreira & Burns, 2018). Foram considerados 20 parques que estão abertos à visitação no estado do Paraná. Por meio de metodologia de caráter exploratório e descritivo, com a utilização das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental foram evidenciadas as mídias sociais: Facebook, Instagram, TripAdvisor e site próprio. Assim, foram produzidos dados primários sobre documentos digitais (mídias sociais). Os resultados indicam a presença de 4 parques no Instagram, 10 no Facebook, 6 com site próprio e 15 no Tripadvisor. O potencial das redes sociais identificadas é subaproveitado pelas unidades de conservação pesquisadas, com poucos parques exercendo a gestão de forma efetiva. As exceções são os perfis de parque sob concessão privada e de principal destino do litoral paranaense que possui um parque estadual em seu território. Nas sugestões são destacadas a importância da rotina de postagens, mostrando ser um perfil ativo, com fotos atualizadas, comentários respondidos e estratégias de conteúdo informativo que contribua com a educação ambiental e com o turismo.

Palavras-chave: Uso público; Unidades de conservação; Redes sociais; Turismo; Paraná.

1 Graduada em Turismo. Universidade Estadual de Ponta Grossa – UEPG. <http://lattes.cnpq.br/0869151447184657>. milena200918@hotmail.com

2 Doutora e Mestre em Geografia. Bacharel em Turismo. UEPG. <http://lattes.cnpq.br/8968434401302264>. vmalbach@uepg.br

3 Doutor em Geografia, Mestre em Gestão do Território e Bacharel em Turismo. <http://lattes.cnpq.br/4353198473576287> lbaptista@uepg.br

4 Doutora em Geografia, Mestre e Bacharel em Turismo. <http://lattes.cnpq.br/4244565636923524>. jasmine@uepg.br