



Comunidades locais e tradicionais quilombolas da Chapada Diamantina e mídias sociais: estratégias para divulgação do turismo comunitário durante e pós-Covid-19

Haryan Ahmadi¹

Salete Vieira²

Natalia Coimbra de Sá³

Resumo

O presente artigo resulta de um projeto de Iniciação Científica, iniciado a partir de 2021, e que continua em andamento, atualmente no seu segundo ano de desenvolvimento. A primeira etapa da pesquisa analisou o turismo comunitário no espaço virtual, identificando experiências em duas comunidades (uma tradicional, identificada como quilombola, e outra como local) na região da Chapada Diamantina/BA durante os anos de 2021 e 2023, no contexto da pandemia da Covid-19. Foram estabelecidas como questões norteadoras iniciais: Como é a relação dessas comunidades locais e tradicionais com o turismo? Como a pandemia do novo coronavírus mudou as práticas do turismo nessas comunidades? Buscou-se, assim, identificar experiências de turismo comunitário na Chapada Diamantina/BA que possuem sites e/ou páginas nas mídias sociais e analisar se apresentam conteúdos, informações e funcionalidades básicas para atender às necessidades dos potenciais turistas quanto à busca por informações sobre esses destinos e experiências de turismo comunitário na região. Como metodologia, foi realizado um estudo qualitativo e exploratório, com pesquisa bibliográfica, documental e de campo, para o qual utilizou-se um instrumento de coleta de dados específico, adaptado ao turismo comunitário. Foram registradas e sistematizadas as informações da Associação do Vale do Pati e da comunidade quilombola do Remanso, para a análise que aqui se apresenta. Como principais resultados, verificou-se: quais os potenciais que internet e mídias sociais oferecem atualmente; quais as experiências de turismo comunitário que utilizam a internet; quais mídias sociais podem ser mais bem exploradas na promoção turística dos destinos comunitários; que há desatenção quanto ao potencial que o público estrangeiro oferece ao turismo comunitário na Chapada Diamantina; que as experiências podem estar mais atentas à complexidade de informações exigidas pelo turismo comunitário. As análises realizadas sugerem necessidade de melhor planejar o destino, tanto no momento de estruturar o produto através das mídias sociais, quanto no momento de propor estratégias de promoção e venda.

Palavras-chave: mídias sociais; turismo comunitário; pandemia; novo coronavírus; Chapada Diamantina/BA.

¹ Graduando no Bacharelado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Bolsista pesquisador do CNPq (2021-2023) do Programa de Iniciação Científica da UNEB. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9325874298171839> E-mail: haryan.ahmadi@gmail.com

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Difusão do Conhecimento (UNEB). Mestre em Cultura & Turismo (UESC). Professora do Bacharelado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6303208147561941> E-mail: salete.vieira@gmail.com

³ Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA). Professora do Bacharelado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Estado da Bahia e do Programa de Pós-graduação em Difusão do Conhecimento (UNEB). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2799298547208954> E-mail: natalia.coimbra@gmail.com