



# Turismo na rede:

Análise das Mídias Sociais das Cidades da  
Região Metropolitana de Sorocaba





“Quem não está hoje nas mídias sociais,  
talvez não possa seguir adiante. As  
oportunidades estão lá”

Marco Antônio Lomanto, atual Chefe da  
Assessoria de Projetos e Parcerias da  
Embratur.



# Objetivo



Identificar e analisar a apresentação turística das cidades da Região Metropolitana de Sorocaba (RMS) nas mídias sociais.



# Metodologia



- ◇ Pesquisa de caráter exploratória e quantitativa;
- ◇ Primeiramente foi pensado em analisar três redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter;
- ◇ Um perfil oficial e um não oficial;
- ◇ Coleta dos dados feita de 1 de abril a 31 de maio de 2017;
- ◇ Análise de cidades mais bem posicionadas.





# Metodologia



- ◇ Não há uma metodologia mais adequada;
- ◇ Facebook: data, assunto, curtidas, comentários, compartilhamentos, hashtag e observações;
- ◇ Instagram: data, assunto, curtidas, comentários, hashtag, observações, número de publicações, número de seguidores e de seguindo;
- ◇ Criação de quatro categorias para classificar os assuntos;
- ◇ Turismo + eventos = % de turismo.





# RANKEAMENTO Facebook



Araçari  
guama

243



Sorocaba

356



Cerquillo

225

Publicações



**Tatuí**

**19.691**



**Sorocaba**

**60.679**



**Itapetininga**

**17.282**

**Curtidas na Página**





**Itu**

**25%**



**Tapiraí**

**29,55%**



**Itapetininga**

**20%**

**Turismo**





**Tatuí**

**4 vezes ao dia  
28%**



**Araçariguama**

**5 vezes ao dia  
15%**



**Cerquilha**

**4 vezes ao dia  
19,67%**

**Frequência**



# RANKEAMENTO Instagram





- **1º Turismo**



- **Publicações**
- **Regularidade**
- **Seguidores**
- **Curtidas**
- **Comentários**
- **3º Turismo**



- **2º Turismo**



# Considerações finais

- ◇ Facebook tem maior abrangência comparado ao uso do Instagram;
- ◇ Muitas cidades tiveram mais compartilhamentos do que curtidas;
- ◇ Publicações com link para outros sites ou páginas;
- ◇ A maioria não utilizou a hashtag;
- ◇ Importante ter uma página exclusiva para tratar de temas de interesse do turista;
- ◇ A RMS pouco competitiva como destino turístico.





# Obrigada!

Dúvidas para  
[oturesp@ufscar.br](mailto:oturesp@ufscar.br)

