

Uso do TikTok na promoção do turismo sustentável: revisão sistemática e contribuições para o marketing territorial no litoral do Paraná

Rafaela Boeira¹; Lara Brunelle Almeida Freitas²

GT: Patrimônio, Governança e Abordagem Territorial do Desenvolvimento

Resumo

Vídeos curtos vêm se consolidando como um dos principais recursos de comunicação digital no ciberespaço, sendo o TikTok a plataforma de Conteúdo Gerado por Usuário (CGU) mais popular entre a geração Z. A partir desse panorama, este estudo objetivou investigar a produção científica sobre vídeos curtos na plataforma TikTok para promoção das práticas de turismo sustentável e valorização territorial. A investigação integra parte das ações do Projeto de Extensão Comunica Turismo, vinculado ao Curso Superior de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral. A metodologia adotada combinou revisão sistemática de literatura utilizando palavras-chave relacionadas ao TikTok, vídeos curtos e turismo, com filtragem que resultou na análise de oito artigos com predominância em contextos asiáticos, disponíveis na base de dados da Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) entre 2018 até dezembro de 2024. Complementarmente, ocorreu pesquisa netnográfica com análise de conteúdo direcionada às organizações turísticas paranaenses com presença digital no TikTok. Os resultados evidenciam a influência de vídeos curtos em redes sociais na formação de percepções de autenticidade e senso de pertencimento, CGU de engajamento com práticas sustentáveis na construção da imagem do destino e reforçam valores associados ao patrimônio territorial. A análise de conteúdo revelou que os vídeos publicados por usuários comuns na plataforma podem contribuir para estratégias aplicáveis aos contextos litorâneos no Paraná, com enfoque na difusão de práticas de marketing digital, alinhadas ao potencial do TikTok em conectar usuários a comportamentos turísticos de baixo impacto ambiental e estimular experiências locais fundamentadas em valores sustentáveis.

Palavras-chave: Conteúdo gerado por usuário; Marketing de Destinos; TikTok; Litoral do Paraná.

Referências

¹ Discente em Gestão de Turismo; Universidade Federal do Paraná. Matinhos, Paraná, Brasil. E-mail: rafaelaribeiro4455@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6080-1813>

² Doutora em Desenvolvimento Regional e Agronegócios pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná; Professora no Curso de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná; Matinhos, Paraná, Brasil. E-mail: brunellylara@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2203-1698>

AMPERE ANALYSIS. **Daily use of short-form social media exceeds streaming TV and gaming.** Londres, 2025. Disponível em: <https://www.ampereanalysis.com/insight/daily-use-of-short-form-social-media-exceeds-streaming-tv-and-gaming>. Acesso em: 11 jul. 2025.

FREITAS, L. B. A.; MARUYAMA, Ú. Marketing Digital: um estudo de caso sobre ferramentas e estratégias para microempreendedores no turismo. **Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/GEPLAT/UERN**, 13(2), 2024.

HAENLEIN, M.; ANADOL, E.; FARNSWORTH, T., HUGO, H., HUNICHEN, J., & WELTE, D. Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. **California Management Review**, v. 63, n. 1, p. 5-25, 2020.

HU, Tao; GENG, Juan. Research on the perception of the terrain image of the tourism destination based on multimodal user-generated content data. **PeerJ Computer Science**, v. 10, e1801, 2024.

LI, Peng; SUN, Yang. Impact of internet celebrities' short videos on audiences' visit intentions: Is beauty power? **Humanities & Social Sciences Communications**, v. 11, n. 1, p. 381, 2024.

LI, Zhiyang; XU, Zixuan. Analysis and Optimization Of Recommendation Mechanism and Content Creation in Social Media Platform: A Case Study of TikTok Tourism Short Videos. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON LANGUAGE, RESEARCH AND COMMUNICATION (ICLRC), 2024, **Anais [...]. SHS Web of Conferences**, v. 199, 03015, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202419903015>.

METRICOOOL. **Short-form video study.** [S.l.], 2024. Disponível em: <https://metricool.com/short-form-video-study/>. Acesso em: 11 jul. 2025.

RIBEIRO, Adriana; ELOI, Dárcio Luiz Costa; RODRIGUES, Renata Vicentini Monteiro. Engajamento Através de Conteúdo Gerado Pelo Usuário (UGC) Transparency and Ethics in the Use of Generative AI. **RBC**, v. 3, e202502, 2025.

STATISTA. **Distribution of TikTok users worldwide as of July 2025, by gender.** Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1299785/distribution-tiktok-users-gender/>

THAM, Aaron; CHEN, Shu-Hsiang; DURBIDGE, Levi. A pentadic analysis of TikTok marketing in tourism: The case of Penang, Malaysia. **Tourist Studies**, 2023.
XAVIER, A. Storytelling: Histórias que deixam marcas. São Paulo: Best Business, 2015.

ZHOU, Qing; SOTIRIADIS, Marios; SHEN, Shiwei. Using TikTok in tourism destination choice: A young Chinese tourists' perspective. **Tourism Management Perspectives**, v. 46, p. 101101, 2023.

ZHU, Chris; FONG, Lawrence Hoc Nang; LI, Xi; BUHALIS, Dimitrios; CHEN, Hong. Short video marketing in tourism: Telepresence, celebrity attachment, and travel intention. **International Journal of Tourism Research**, v. 26, n. 1, e2599, 2023.

WANG, Cheng; CUI, Wenjing; ZHANG, Yating; SHEN, Huawen. Exploring short video apps users' travel behavior intention: Empirical analysis based on SVA-TAM model. **Frontiers in Psychology**, v. 13, p. 912177, 2022.