

Hospitalidade baiana ganha destaque em ação nas redes sociais

Notícias

Postado em: 29/07/2020 16:07

A ação faz parte de uma campanha macro, idealizada pela empresa BBG.

Com o slogan "Bahia - Terra da Hospitalidade", os 133 municípios turísticos baianos mostraram, por meio de aproximadamente 3 mil fotos espalhadas no Instagram, o que os visitantes vão encontrar de aconchegante no estado "depois que tudo isso passar". Foram mais de 3,5 milhões de impressões e um alcance próximo a 3 milhões de pessoas.

Realizada no último fim de semana, a ação fez parte de uma campanha que tem por objetivo manter a Bahia sempre em evidência no ambiente virtual. A iniciativa começou em junho e, de lá para cá, temas diversos, como turismo gastronômico, religioso, festejos juninos, entre outros, já foram tratados.

Os organizadores reconhecem que o momento é oportuno para se utilizar ao máximo os recursos digitais, já que a tecnologia se tornou a principal ferramenta de conexão entre as pessoas durante a pandemia do novo coronavírus.

"Todos estão conectados, seja para trabalhar, se comunicar com parentes e amigos, se informar ou para ter um pouco de entretenimento nesta fase em que o distanciamento social se faz necessário", observa Jorge Ávila, diretor da Secretaria do Turismo do Estado (Setur) e um dos envolvidos no projeto.

Retomada - A Bahia tem grandes chances de se tornar protagonista na retomada das atividades turísticas. As expectativas dos especialistas são de que a procura inicial será pelo turismo de sol e mar, ao ar livre, próximo à natureza e longe das aglomerações. Estes pré-requisitos não faltam ao estado, cujo litoral estende-se de norte a sul.

Além disso, há grande oferta de recantos naturais nas regiões centrais, como a Chapada Diamantina, o Vale do São Francisco, com suas vinícolas, e os cânions navegáveis do mesmo rio.

Já na região sul, há opções como Ilhéus, onde, além de praia, é possível viver o turismo de experiência nas fazendas de cacau, eternizadas nos livros de Jorge Amado. Próximo à capital baiana, o Recôncavo é rico em história, com cidades como Cachoeira e seu conjunto arquitetônico tombado como Patrimônio Histórico.

A região reúne ainda muitos quilombos, que guardam grandes legados de história, cultura e culinária. "Estes são apenas alguns exemplos, dentre outras opções que o estado oferece em suas 13 zonas turísticas", ressalta Jorge Ávila.

A ação faz parte de uma campanha macro, idealizada pela empresa BBG, "Meu Destino é Brasil", à qual a Setur veio se juntar para promover a Bahia. A iniciativa conta com peças criativas, disponíveis

na plataforma on-line www.meuestinoebrasil.com.br, onde estados e municípios baixam e direcionam a campanha.