

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL

ESPECIFICAÇÃO DE UM SISTEMA COLABORATIVO DE APOIO
ÀS DECISÕES MUNICIPAIS DE TURISMO

2021

Eduarda Rios Fragoso

ESPECIFICAÇÃO DE UM SISTEMA COLABORATIVO DE APOIO
ÀS DECISÕES MUNICIPAIS DE TURISMO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Desenho
Industrial da Universidade Estadual do
Rio de Janeiro

Orientador: Prof. André Soares Monat

RIO DE JANEIRO

2021

A minha mãe que apesar de não estar mais aqui sempre acreditou no meu potencial

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, André Monat, a professora Denise Filippo, pela paciência e colaboração no projeto. A banca, Wandyr Hagge e Alessandro Valerio pela participação.

Aos membros da Secretaria de Turismo de Nova Friburgo e do Sebrae, Maria Angélica Rocha, Ozório Júnior Tardin e Vania Monnerat, pelo interesse no projeto.

Aos meus familiares que tem me apoiado muito durante estes tempos difíceis de pandemia, principalmente meu pai, João Luís Fragoso e Altacir Sant'Anna.

RESUMO

Este relatório tem como objetivo narrar a construção de comunidades virtuais municipais sobre turismo, desde sua concepção até a prototipação. Mais especificamente. A estrutura especificada para esse tipo de comunidade foi instanciada e exemplificada para a cidade de Nova Friburgo, na região serrana do Rio de Janeiro.

O projeto foi feito para o Curso Superior de Desenho Industrial da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Para isto foi realizada uma pesquisa em formas de atuação do turismo, planejamentos estratégicos e comunidades virtuais voltadas para a causa, assim como o estudo de agentes que poderiam influenciar no projeto.

ABSTRACT

This report proposes to narrate the construction of a virtual community dedicated to tourism, from its conception to the prototyping. This specified structure was instantiated and exemplified by the city of Nova Friburgo, in the mountain region of Rio de Janeiro.

This project was made for the Course of Industrial Design of the Universidade Federal do Rio de Janeiro. To this end a research on types of performance in tourism was conducted, as well as strategic planning and virtual communities that work in the field and agents that could influence the project.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	7
2.	METODOLOGIA	9
2.1	ESTUDO DE CASO SUMIDOURO.....	9
2.2	ESTUDO SOBRE STAKEHOLDERS.....	9
2.3	ANÁLISE DE PLANOS ESTRATÉGICOS MUNICIPAIS.....	16
2.4	ANÁLISE DE COMUNIDADES VIRTUAIS TURÍSTICAS JÁ EXISTENTES.....	17
2.5	ENTREVISTA COM AUTORIDADES DO TURISMO DE NOVA FRIBURGO.....	22
2.6	ESTUDO DE USABILIDADE DO SITE ATRAVÉS DO USO DE PERSONAS.....	23
3	PROTÓTIPO	29
3.1	APARÊNCIA DO SITE.....	29
3.2	DIVISÃO DE PÁGINAS A PARTIR DO ESTUDO DE STAKEHOLDERS.....	31
3.2.1	PÁGINAS PÚBLICAS E PRIVADAS.....	38
4	CONCLUSÃO	43
5	REFERÊNCIA	45

1. INTRODUÇÃO

Em setembro de 2015 as Nações Unidas (ONU) confeccionou 17 objetivos para obter um futuro mais sustentável até 2030.¹ Um dos temas abordados é o turismo,² onde basicamente é pedido que se respeite a população local, priorize o retorno a comunidade e se preserve o meio ambiente da região. Inspirada por esta resolução, decidi realizar meu trabalho no campo do turismo e iniciar minha pesquisa sobre seus desafios.

Segundo o relatório da Organização Mundial do Turismo (ONTWO), “...o número crescente de turistas em áreas urbanas aumenta o número de recursos naturais utilizados, ocasiona impactos sócio-culturais, e põe pressão na infraestrutura, mobilidade e em outras estruturas”.³ Portanto, conclui-se que o turismo em massa está entre um dos problemas a serem evitados Como forma de evitar esta aglomeração, minha sugestão é tentar atrair este público para cidades menos sobrecarregadas, tanto no quesito densidade de visitantes quanto população nativa do local. Desta forma também pode-se expor destinos menos conhecidos para o público geral.

Apenas na Itália podemos observar uma diferença gritante entre a cidade mais visitada e a 40 mais visitada do ranking fornecido pelo Instituto nacional de estatística italiano. Enquanto Veneza que ocupa o primeiro lugar em 1 ano recebeu mais de 27 milhões de turistas internacionais Cosenza recebeu aproximadamente 370 mil⁴. Percebendo esta grande discrepância creio que além de aliviar um pouco a saturação pode-se explorar aspectos culturais talvez menos conhecidos dos países e promover a proteção do patrimônio histórico e cultural. Esta grande discrepância entre o turismo nas cidades mais conhecidas e nas cidades do interior também pode ser observado no Brasil, onde a cidade do Rio de Janeiro recebe aproximadamente

Portanto, este trabalho tem como objetivo estudar a criação de uma rede comunitária virtual dedicada ao turismo, de forma que possa ser implementada em

¹ Informação fornecida pelo site “<https://plan.org.br/conheca-os-17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>” na data 30/10/2020

² Informação fornecida pelo site “<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/8>” na data 30/10/2020

³ Relatório acessado pelo site “<https://pt.slideshare.net/Emoturismo/overtourism-unwto>”, tradução feita de próprio punho

⁴ Informação fornecida pelo Instituto nacional de Estatística Italiano

qualquer local que deseje aumentar seu fluxo turístico. Esta rede idealmente será manejada pelas autoridades públicas responsáveis pelo turismo da região, contando com o apoio de estabelecimentos privados que trabalham direta ou indiretamente com o setor, e entidades do terceiro setor que estejam envolvidos com turismo.

Para a realização do projeto é ideal trabalhar com uma região que tenha potencial turístico, porém que ainda haja espaço, e desejo, de se desenvolver mais. Foram realizadas pesquisas em relação às comunidades virtuais já existentes e os planos estratégicos que já são implementados pelas municipalidades para aumentar seu fluxo turístico, de forma que o projeto possa ter uma base nas ações já realizadas.

2. METODOLOGIA

A proposta deste capítulo é apresentar as etapas e métodos de pesquisa utilizados para encontrar os principais agentes envolvidos no turismo de uma cidade, Este processo sendo aproveitado mais tarde para auxiliar na construção da comunidade virtual.

2.1 ESTUDO DE CASO SUMIDOURO

Depois de estudar algumas opções e suas respectivas características, primeiramente foi escolhida como *placeholder*⁵ a cidade de Sumidouro,⁶ um município ao norte do Estado com população um pouco maior que 15.000 habitantes. Foram levantados dados como: principais estabelecimentos comerciais, hospedarias, dados sobre a prefeitura, produtos locais e atrações.

A grande quantidade de atrações naturais da região mostra o potencial atrativo do município, por exemplo é aqui onde se localiza a maior queda d'água do Estado do Rio de Janeiro, a Cascata Conde D'Eu⁷. Além de ser uma cidade histórica e possuir túneis que faziam parte da antiga estrada férrea de transporte de café. Porém pode-se observar uma falta de estrutura na cidade como denotada à frente no relatório.

2.2 ESTUDO SOBRE STAKEHOLDERS

O *stakeholder* normalmente é definido como algo nas linhas de " indivíduos e organizações que estão ativamente interessados em um projeto ou cujos interesses podem ser positiva ou negativamente afetados pela execução ou conclusão do projeto" - TRINDADE, Alex - Stakeholder⁸. Na minha opinião o que melhor define o conceito de *stakeholder* é: grupo que pode influenciar para o

⁵ Palavra em inglês que significa "marcador de posição", neste contexto a cidade de sumidouro seria um exemplo enquanto não é definido o local final.

⁶ Site da prefeitura acessado na data 30/10/2020 "<http://sumidouro.rj.gov.br/>"

⁷ Informações retiradas do site <https://www.trilhaseaventuras.com.br/cascata-conde-deu-sumidouro-rj/>

⁸ <https://administradores.com.br/artigos/stakeholder> acessado dia 23/10/2020

sucesso do projeto. Porém enfatizando que o stakeholder não necessariamente está interessado no projeto, ou saiba de sua existência. Por exemplo, o usuário, que em muitos casos é o público que mais deseja-se atrair, não tem nada a perder caso um projeto fracasse. E mesmo assim são incluídos como stakeholders pois sem consumidores não há produto. Determinar quem seriam os possíveis *stakeholders* me ajudaria a ter uma visão mais ampla do que seria benéfico ou não para a região, assim como me ajudaria a começar a trabalhar um conceito que seria usado em outras situações.

O mapa de *stakeholders* é a forma de categorizar cada indivíduo dentro do espectro da pesquisa que os definiu. Nele podemos ver as relações de poder e, apesar de existirem “n” formas de construí-lo, por enquanto escolhi o modelo utilizado por “Robert Newcombe (2003): *From client to project stakeholders: a stakeholder mapping approach, Construction Management and Economics, 21:8, 841-848*” pois além de ser de simples compreensão, ele possui um quadrante chamado “ator principal que creio que seja muito esclarecedor para o propósito deste projeto. Este mapa possui um eixo de interesse e outro de poder no projeto, criando assim quatro setores diferentes; o setor A de alto interesse porém pouco poder no projeto, o setor B de alto interesse e alto poder no projeto, o setor C de pouco interesse e pouco poder no projeto e por último, o D alto poder e pouco interesse. Cada setor fica então denominado assim, setor A: Manter informado, setor B: Ator principal, setor C: Esforço mínimo, setor D: Manter Satisfeito. Este mapa foi criado por Acredito que esta ferramenta exige muito pensamento crítico pois se algum ator for colocado no quadrante errado toda a evolução do projeto será prejudicada.



Fig.1 Mapa de Stakeholders utilizado por Fernando C Barbi no artigo “Análise dos Stakeholders”⁹

Também é importante observar que, de acordo com Robert Newcombe¹⁰, “é importante observar se os objetivos do projeto se mesclam com os do “stakeholders”, e que eles continuam a fazer parte de seus interesses conforme o projeto se desenvolve. as condições mudam e a interdependência das peças chaves, stakeholders e seus objetivos também mudam.” Com esta afirmação podemos concluir que o interesse destes indivíduos deve ser observado durante todo o processo projetual, para garantir também que a dinâmica de relacionamentos permanece a mesma.

Em minha análise identifiquei os seguintes possíveis participantes: Secretaria de Desenvolvimento Social, hospedagens, turistas, comerciantes, casas de cultura (no caso a única que encontrei é a fazenda boa vista que é uma herança do séc XIX e produtora de cachaça). Outro aspecto que localizei foi a falta de hotelaria na região, no centro da cidade existem três pousadas, que pelas fotos não parecem ser de alta qualidade, seus nomes são: “Pousada sonho meu”, “Pousada Brasil” e “Pousada Santos”. Lembrando que tais stakeholders representam uma visão genérica de participantes minimamente necessários para se realizar o projeto, podendo aplicar este método para outras localidades.

⁹ Fonte: <https://sites.google.com/a/gestaodeprojeto.info/www/analise-dos-stakeholders> acesso dia 13/03/2020

¹⁰ Citação retirada de *From client to project stakeholders: a stakeholder mapping approach* (2003), tradução de punho próprio



Fig.2. Entrada da pousada Santos



Fig.3. Casa Sede da Fazenda Boa Vista

A figura 4 representa o que eu suponho que seja o relacionamento entre os stakeholders e o projeto. Nele podemos ver que a maioria dos stakeholders possuem seus interesses entrelaçados ao turista exceto o Dep. de Desenvolvimento Social. Ao meu ver este Stakeholder tem interesse apenas na comunidade de sumidouro, no avanço econômico e nas possíveis melhorias para a cidade. A atração de visitantes seria apenas um meio, não um objetivo. Isto fica claro quando vemos que a própria prefeitura não possui um Departamento de turismo. Já a figura 5 representa o mapa feito através das minhas conclusões.

Também é importante observar que, de acordo com Robert Newcombe, “é importante observar se os objetivos do projeto se mesclam com os do

“stakeholders”, e que eles continuam a fazer parte de seus interesses conforme o projeto se desenvolve. as condições mudam e a interdependência das peças chaves, stakeholders e seus objetivos também mudam.” Com esta afirmação podemos concluir que o interesse destes indivíduos deve ser observado durante todo o processo projetual, para garantir também que a dinâmica de relacionamentos permanece a mesma.

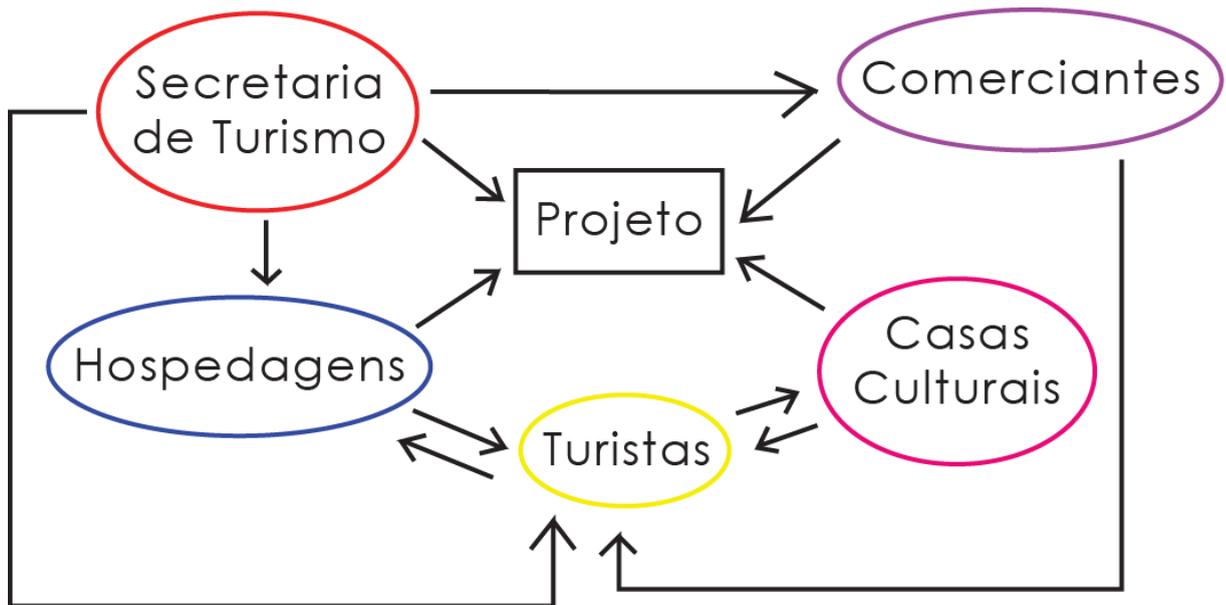


Fig 4 Mapa das relações dos stakeholders

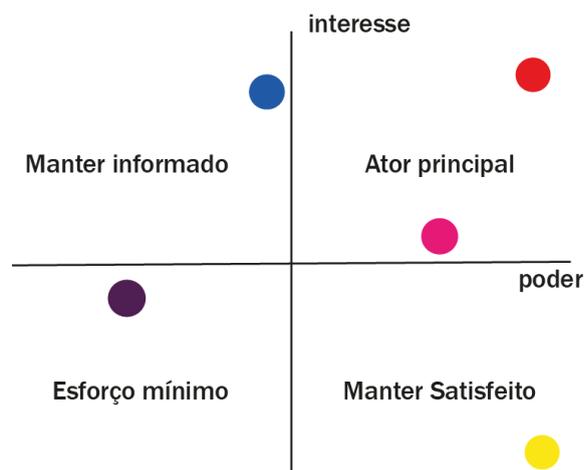


Fig 5 Mapa dos Stakeholders

Para chegar ao posicionamento de cada stakeholder no mapa foram analisadas as seguintes premissas;

- a) **A Secretária de Desenvolvimento Social/Turismo:** com a ausência de um órgão governamental que oficialmente supervisione o turismo, este departamento pode ter interesse em um projeto que tenha como uma das bases de proposta alavancar através do turismo uma região aparentemente esquecida, dando retorno financeiro a seus habitantes e ao comércio local. Na questão de poder, para mim seria de suma importância a colaboração da prefeitura, visto que isto facilitaria muito a obtenção de dados e a comunicação com a comunidade, tornando-a um dos atores principais, ao meu ver. Como agente público, a “**A Secretária de Desenvolvimento Social**” se relaciona de forma direta com os Comerciantes, as “**Hospedagens**” e as “**Casas Culturais**” por prestar serviço e apoiar estes estabelecimentos, indiretamente fazendo com que deseje um maior fluxo de “**Turistas**”;
- b) **Comerciantes:** Nesta categoria estão sendo considerados estabelecimentos como bares, restaurantes. Para estes trabalhadores é sempre desejável aumentar o número de clientes prospectivos, o que justifica um interesse no aumento do fluxo turístico da cidade e portanto o interesse no “**Projeto**” e no agente “**Turistas**”;
- c) **Turistas:** o aumento do fluxo de turistas é o foco do projeto, ao meu ver eles teriam pouco interesse no projeto em si, já que a cidade de Sumidouro é apenas mais uma de milhares de cidades existentes, porém como vemos no mapa de influências (figura 5) quase todos os stakeholders têm interesse no que este pensa e como vai reagir, colocando-o no quadrante “manter satisfeito” (pouco interesse muito poder). Forte protagonista, o turista se relaciona com o indivíduo “**Hospedagens**” através de um interesse mútuo, onde o primeiro procura um lugar para residir durante a sua viagem e o segundo tem o turista como sua principal clientela. Sua relação com as “**Casas Culturais**” é similar, durante sua estadia na cidade, as casas culturais são um dos pontos de visitação;
- d) **Hospedagens:** este ator tem como a maior parte de sua renda o turístico na região, portanto ao meu ver estaria interessado no “**Projeto**”, porém não possui muito poder de interferência. Sua relação com o ator “**Turistas**” portanto é uma de interesse mútuo;

- e) **Casas culturais:** As “Casas Culturais” são frequentadas pelos moradores da região e se relaciona com os "Turistas" por serem um ponto de visitação durante a estadia na cidade. Sua relação com o “Projeto” é um interesse por parte destas entidades em aumentar sua visitação. Além de motivações lucrativas, elas também têm como objetivo disseminar a história e cultura da cidade, colocando-as como atores principais.

Determinados estes indivíduos e após o estudo do seu relacionamento consegui compreender melhor o que seria necessário para comunicação e organização de uma comunidade voltada para o turismo.

Uma ação que eu e meus orientadores achamos interessante de ser tomada foi tentar contatar os candidatos a prefeito e vereador para a cidade, podendo discutir uma futura colaboração. Por se tratar de uma época de eleição, alguns candidatos estavam disponibilizando seus emails pessoais para contato, através de mídias jornalísticas¹¹, mais especificamente os candidatos do partido SOLIDARIEDADE. Os outros partidos, PSL, MDB, CIDADANIA, PP e PSD apenas disponibilizavam um email geral do partido da região. Infelizmente não obtive nenhuma resposta.

A impossibilidade de comunicação com as autoridades locais me levou a procurar por outros colaboradores. O município escolhido então foi o de Nova Friburgo¹², na região serrana do Rio de Janeiro. Além de se encaixar requisitos necessários para realizar o projeto previamente citados: possuir potencial turístico, porém ter espaço, e desejo, de se desenvolver mais, meu orientador André Monat possuía o contato da Secretária de Turismo o que viabiliza a prototipação de um projeto com feedback.

¹¹ O jornal Estadão possuía uma página exclusiva com o contato dos candidatos, porém como a época de eleição chegou ao final tal página foi retirada do ar

¹² município brasileiro do estado do Rio de Janeiro localizado na região serrana possui aproximadamente 191.000 habitantes.

Nome	Partido	Contato
Dr. Juarez Oliveira	Solidariedade	juarez.augusto.de.oliveira77@gmail.com
Galileu	PSL	pslsumidouro@yahoo.com
Pé Liso (Elesio)	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Adriana	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Alemão	PP	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Amarildo	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
André Manzate	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Angelica das Casinhas	PSD	psdsumidouro@yahoo.com
Bieka (Carlos Antonio)	PSD	psdsumidouro@yahoo.com
Breno Enfermeiro	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Bruno Ramos	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Carlino Rocha	PSL	pslsumidouro@yahoo.com
Celia Gonçalves	PTB	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Ciara	PP	nubiadasilva13@yahoo.com.br
Cirlea Hertz	PSD	psdsumidouro@yahoo.com
Claudia Charles	PSD	psdsumidouro@yahoo.com
Claudinho Moreira	PSL	pslsumidouro@yahoo.com
Clayre da autoescola	cidania	cidaniasumidouro@yahoo.com

Fig.6 parte da tabela criada para contatar os candidatos

2.3 ANÁLISE DE PLANOS ESTRATÉGICOS MUNICIPAIS

Como era necessário compreender melhor sobre o estudo na área de turismo, através da recomendação dos meus orientadores também li materiais sobre planejamento estratégico turístico e como criar comunidades ligadas a esta atividade. No caso os materiais consumidos foram: “Plano Municipal de turismo de Guarujá”, “Planejamento Estratégico Municipal de Turismo Lagarto-Sergipe” e “Plano Municipal de Turismo SANTA BÁRBARA I MG”. Apesar de cada caso ter sua particularidade, através da comparação dos materiais disponíveis foi possível perceber alguns pontos em comum. Um deles era a coleta de alguns dados como: população, principais estabelecimentos comerciais e dados governamentais, assim como eu havia realizado previamente com a cidade de Sumidouro.

Mais a frente tais planejamentos também realizam pesquisas e entrevistas com o público, relacionados ao grau de satisfação e conhecimento do turismo da região. Acho interessante observar que dentre os planejamentos estratégicos pesquisados apenas um pegou os dados coletados e os transformou de forma gráfica, o que facilita o entendimento do projeto. No caso, fora o “Plano Municipal de Turismo de Guarujá”.

Para entender como se cria comunidades voltadas ao turismo observei os casos da “Comunidade Cachoeira-Nova Xavantina-MT” e o “Programa de Turismo

de Base Comunitária do Instituto Mamirauá”. Vemos que é criado um padrão na linha de ação tomada pelos estudiosos que trabalhou com a população:

1. Primeiro é necessário compreender o que esta comunidade entende como turismo, então é realizado uma série de questionários sobre o assunto.
2. Depois é realizada uma reunião com os moradores
3. Dentro desta reunião é formada uma rede de contatos, para que possam se discutir os planejamentos futuros.
4. São realizadas as atividades propostas pela comunidade, organização dos eventos, manutenção dos espaços etc..

Ao observar estes trabalhos podemos concluir que, enquanto o apoio governamental é importante para o desenvolvimento da região a população é capaz de implementar mudanças, além de ser a responsável pela manutenção de qualquer transformação realizada. Observa-se a seguinte citação, “O governo municipal tem a capacidade de atrair investimentos e promover com eficiência seu município. [...], através de incentivos e programas regionais, [...], embora a solidificação da atividade só seja decidida pela comunidade local, [...]” (DIAS, 2003, p. 27)”.

2.4 ANÁLISE DE COMUNIDADES VIRTUAIS TURÍSTICAS JÁ EXISTENTES

Determinado o encaminhamento do projeto foi realizada uma entrevista com a professora Denise Filippo, que é pesquisadora da área de Sistemas Colaborativos¹³. Durante a conversa foram levantados vários pontos interessantes mas entre eles se destaca o fato que “a condução do grupo é mais importante que a ferramenta”, nas palavras da professora. Esta observação demonstra que continuar estudando o interesse dos stakeholders no projeto é algo que deverá seguir sendo observado. Também confirma o que havia sido observado nos planejamentos estratégicos de turismo da importância de se delegar tarefas e permitir um local de reunião.

De acordo com Howard Rheingold, professor da Universidade de Stanford e pesquisador de sistemas colaborativos: “comunidades virtuais são agregações sociais que surgem na Net quando pessoas suficientes discutem estes tópicos

¹³ **Sistemas Colaborativos** são ferramentas que operam em redes que auxiliam o trabalho em equipe, ajudando na troca de informações e no fluxo de materiais

públicos durante tempo suficiente, para formar uma teia de relacionamentos no ciberespaço"¹⁴. A partir desta afirmação pode-se entender comunidades virtuais como um espaço que necessita de interação para se desenvolver, levando em conta este critério foi realizada uma pesquisa de exemplos de comunidades turísticas já existentes.

Durante a pesquisa foram observadas diversas outras comunidades virtuais voltadas a atividades turísticas e percebe-se que elas possuem diversos propósitos diferentes, mesmo estando sob o mesmo tema. Enquanto algumas existem para disseminar um interesse em comum na região, grande parte do que se encontra na web de comunidades já existentes são blogs de turismo onde o administrador relata sobre suas viagens e compartilha dicas com o público.

The screenshot shows a web page for 'Friburgo Trekking' with a navigation menu and a sidebar. The main content area displays a trail profile for 'Travessia Cascatinha x São Lourenço'. The profile includes a title, a brief description, and a detailed information box with the following data:

Travessia Cascatinha x São Lourenço - Nova Friburgo	
Horário: 4 / 6 h	Esforço: Moderada Superior
Distância: 20.000 m	Exposição: Pequeno
Altitude inicial: 1.015 m	Orientação: Fácil
Altitude máxima: 1.516 m	Insolação: Alta
Altitude final: 1.066 m	
Desnivel: 501 m	

Below the information box, there is a note: 'O percurso está de acordo com Metodologia de Classificação de Trilhas proposto pela FEMERJ em 2015.' and a link for more information: 'http://www.femerj.org/wp-content/uploads/classificacao-trilhas-v6.1.pdf'. The footer of the page mentions 'Tema Visualizações dinâmicas. Tecnologia do Blogger.'

Fig.7 Screenshot de uma comunidade turística dedicada a trilhas chamada “Friburgo Trekking” um exemplo de comunidade criada em volta de um hobby

¹⁴ Citação traduzida e retirada do livro de Howard Rheingold “*The Virtual Community*”



Fig.8 Exemplo de espaço de interação na comunidade “Friburgo *Trekking*”

Existem ainda comunidades abrangentes como o TripAdvisor que se tornaram uma grande referência na indústria turística. Nele milhares de turistas compartilham suas experiências em relação aos comércios e atrações do local que visitam, sempre avaliando estes locais em uma escala de 0 à 5, estas avaliações são então utilizadas como propaganda pelos estabelecimentos turísticos.

Enquanto realizava esta pesquisa me deparei com poucos exemplos que seguiam a proposta de uma rede comunitária virtual para divulgar o turismo de apenas uma região. A maioria dos exemplos encontrados em comunidades virtuais turísticas abrangem diversos lugares ou, apesar de se tratar apenas de uma cidade, são sites afiliados a agências turísticas e portanto só cobrem atividades que eles oferecem. Porém dois exemplos se destacam: o site dedicado exclusivamente à

atividade turística na cidade de Charleston, nos Estados Unidos, e um sobre o Rio de Janeiro. O site oferece uma diversidade de tópicos para serem explorados na região, desde hospedagem até visitas guiadas por moradores locais.

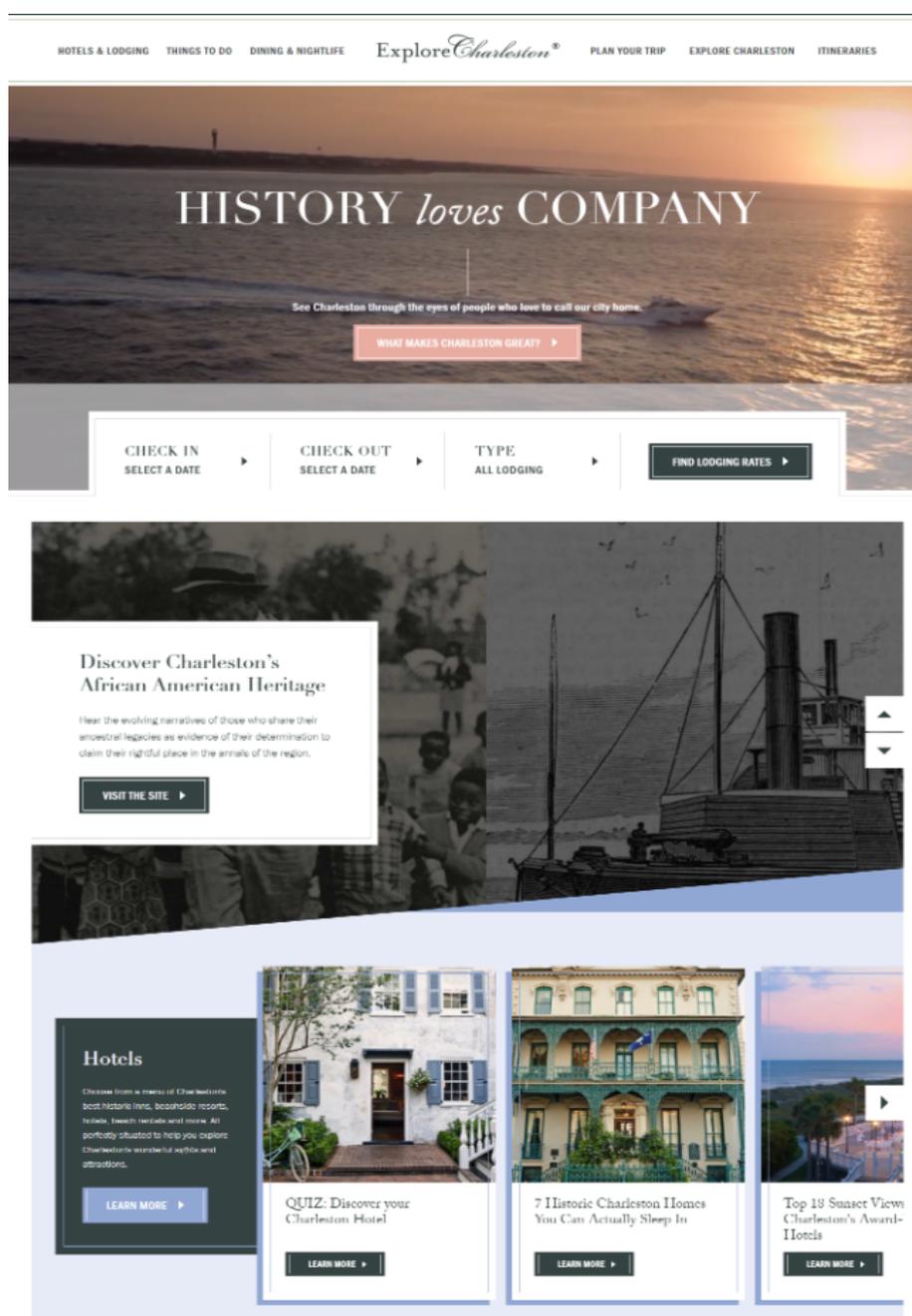


Fig.9 Página inicial do site <https://www.charlestoncvb.com/>

Esta comunidade faz parte de uma organização não governamental sem fins lucrativos, dedicada ao desenvolvimento econômico de comunidades nos Estados

Unidos conhecidas como DMO (*not-for-profit destination marketing*¹⁵*organization*). O site foi criado com a contribuição dos comércios e da comunidade local, deixando sua administração fechada para os contribuintes. Neste caso a interação só é permitida em partes específicas do site, como o aplicativo de mensagem direta com os organizadores e *quizzes*.

As organizações não governamentais sem fins lucrativos pertencem ao chamado terceiro setor, e também são conhecidas como OTS, elas atuam em diversos setores diferentes, entre eles está o turismo. De acordo com Francisco Castro de Matos da Secretaria Municipal da Educação em São Paulo:

“uma das ações de relevância das OTS é formar mão-de-obra para os demais setores. Elas fazem isso promovendo seminários, palestras, simpósios, mesas - redondas ou cursos gratuitos ou pagos, a fim de atender todos os perfis profissionais na busca de inserção e reinserção destas pessoas no mercado de trabalho ou nos órgãos públicos.”
(MATOS, 2012, pg.11)

Outra função destas organizações é angariar recursos através de eventos e até patrocinar eventos que ajudem no desenvolvimento e na promoção do local. Um exemplo é a semana de moda “São Paulo *Fashion Week*” que conta com apoio de entidades do terceiro setor, mesmo sendo um evento de grande escala. Mostrando a importância da contribuição destas entidades.(MATOS, 2012, pg.10-pg.11).

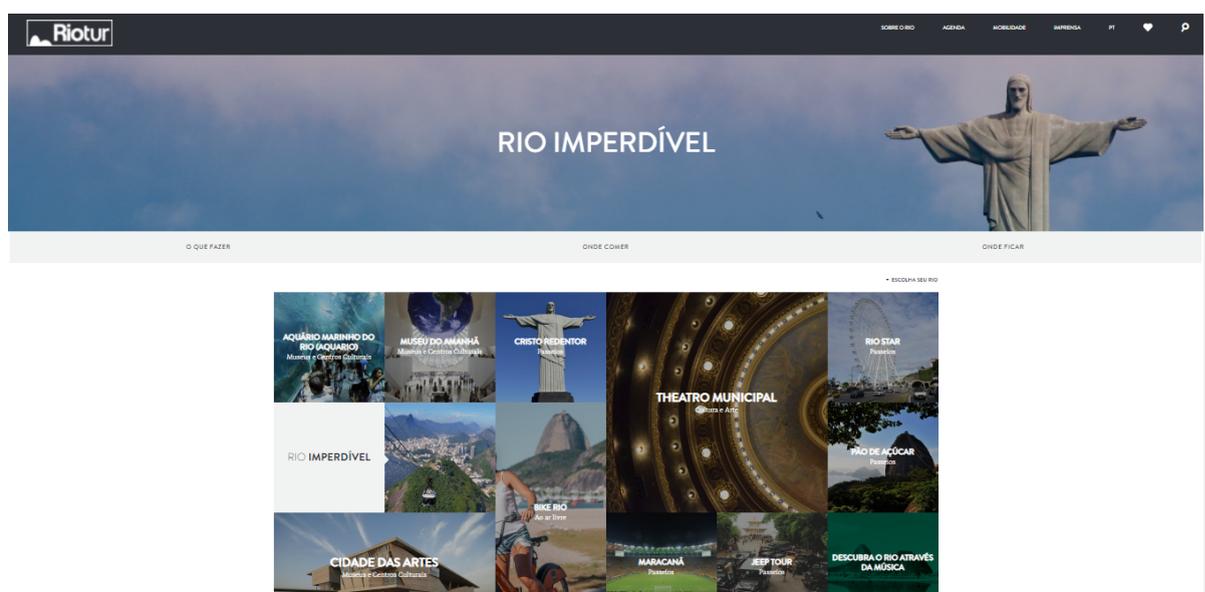


Fig.10 página inicial do site “RioTur”

¹⁵ De acordo com o dicionário Online de Português marketing é “Conjunto de procedimentos e estratégias de otimização dos lucros que, através de pesquisas de mercado, busca adequar os produtos às necessidades dos consumidores; estudo de mercado.”

Apesar de ser uma empresa de turismo a “RioTur” pertence a Prefeitura do Rio de Janeiro, sendo assim cabe a ela a criação, execução e o acompanhamento das políticas de turismo da cidade. Portanto o conteúdo apresentado no site não está ligado a serviços somente administrados pela empresa, mas abrange de uma forma geral os serviços na cidade.

2.5 ENTREVISTA COM AUTORIDADES DO TURISMO DE NOVA FRIBURGO

Esta entrevista foi realizada graças a interferência do professor André Monat, que possibilitou o contato com a Secretaria de Turismo da cidade. Os participantes da entrevista eram: a integrante do Sebrae Vania Monnerat, da secretaria de turismo, contamos com a participação da secretária executiva Maria Angélica Rocha e o secretário de turismo Ozório Júnior Tardin e o professor da Universidade Estadual do Rio de Janeiro André Monat. Para o evento um protótipo inicial já havia sido realizado, com base nos interesses dos possíveis stakeholders.

Foi realizada uma consulta sobre como a Secretaria utiliza o meio virtual para se comunicar e criar conteúdo atualmente. Foi descoberto que a cidade possui um espaço virtual público na página da prefeitura, onde postam informações e ao logar é possível compartilhar informações entre os usuários, este espaço é privado aos membros da COMTUR (CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE NOVA FRIBURGO).

Fora este espaço os meios de comunicação que são mais utilizados são: um grupo de Facebook onde são postados eventos e novidades que acontecem na cidade, um grupo de whatsapp que é utilizado como meio de comunicação direta entre os membros da COMTUR e *e-mails* são a forma mais utilizada de troca de documentos. Ao analisar a quantidade de plataformas utilizadas pode-se perceber uma interação fragmentada entre vários mediadores diferentes, assim como a separação entre os meios de comunicação e o conteúdo postado para a atração de turistas.

Durante a reunião também foram discutidos os elementos que estes participantes acreditam ser essenciais para uma comunidade virtual de turismo enquanto o protótipo atual era avaliado. Foram citados:

- a) uma área que fosse possível para o turista visualizar os futuros eventos que vão ocorrer na cidade,
- b) a necessidade de um link que direciona os visitantes para a página do COMTUR no site da Prefeitura de Nova Friburgo;
- c) a possibilidade de acessar uma área com roteiros turísticos da região;
- d) uma área do site que disponibilize uma lista de restaurantes e hospedagens de forma padronizada;
- e) foi destacada a importância de níveis diferentes de permissão entre os administradores, por exemplo, na área de fórum existe uma necessidade de criar postagens que sejam visíveis apenas para os integrantes da COMTUR;
- f) um espaço que fosse possível para os visitantes deixarem seu feedback, ou seja, uma área de comentários nas sessões públicas do site;
- g) também foi mencionada a possibilidade de incluir, em alguma área do site, um questionário da experiência do turista na cidade, que foi produzido pelos integrantes da COMTUR

Após esta entrevista, e o *feedback* do encaminhamento atual do protótipo, foi possível determinar um norte para o projeto e entender as necessidades reais que a comunidade que está sendo moldada deve cobrir.

2.6 ESTUDO DE NAVEGABILIDADE DO SITE ATRAVÉS DO USO DE PERSONAS

Para entender melhor a jornada do usuário no site foram criadas duas personas¹⁶, com base no público que espera-se atingir: o “Secretário de Turismo” e o “dono de hotel”. Estes exemplos foram escolhidos por apresentarem necessidades diferentes, assim como relacionamentos distintos com o projeto. Desta forma, espera-se cobrir todas as possíveis instâncias básicas do site.

O Secretário de Turismo busca um espaço para poder expor conteúdo sobre o turismo na cidade e, ao mesmo tempo, administrar eventos e realizar discussões relacionadas à indústria. Para este usuário também é preciso determinar partes de acesso restrito aos integrantes da COMTUR. Enquanto isto o “Dono de Hotel” busca

¹⁶Conceito utilizado em *marketing*, a persona é uma versão fictícia idealizada do consumidor, que auxilia na melhor compreensão do público alvo

um local para poder expor seu negócio e poder ter uma comunidade onde se podem discutir as questões pertinentes ao turismo da região.

A navegação de ambas as personas pode ser exemplificada pelo seguinte caminho: ao acessar o site a primeira página, “Home”, é de acesso público, para logar é necessário clicar no link “minha página”, localizado na parte superior da página e demarcada pelo círculo vermelho na Fig.12.

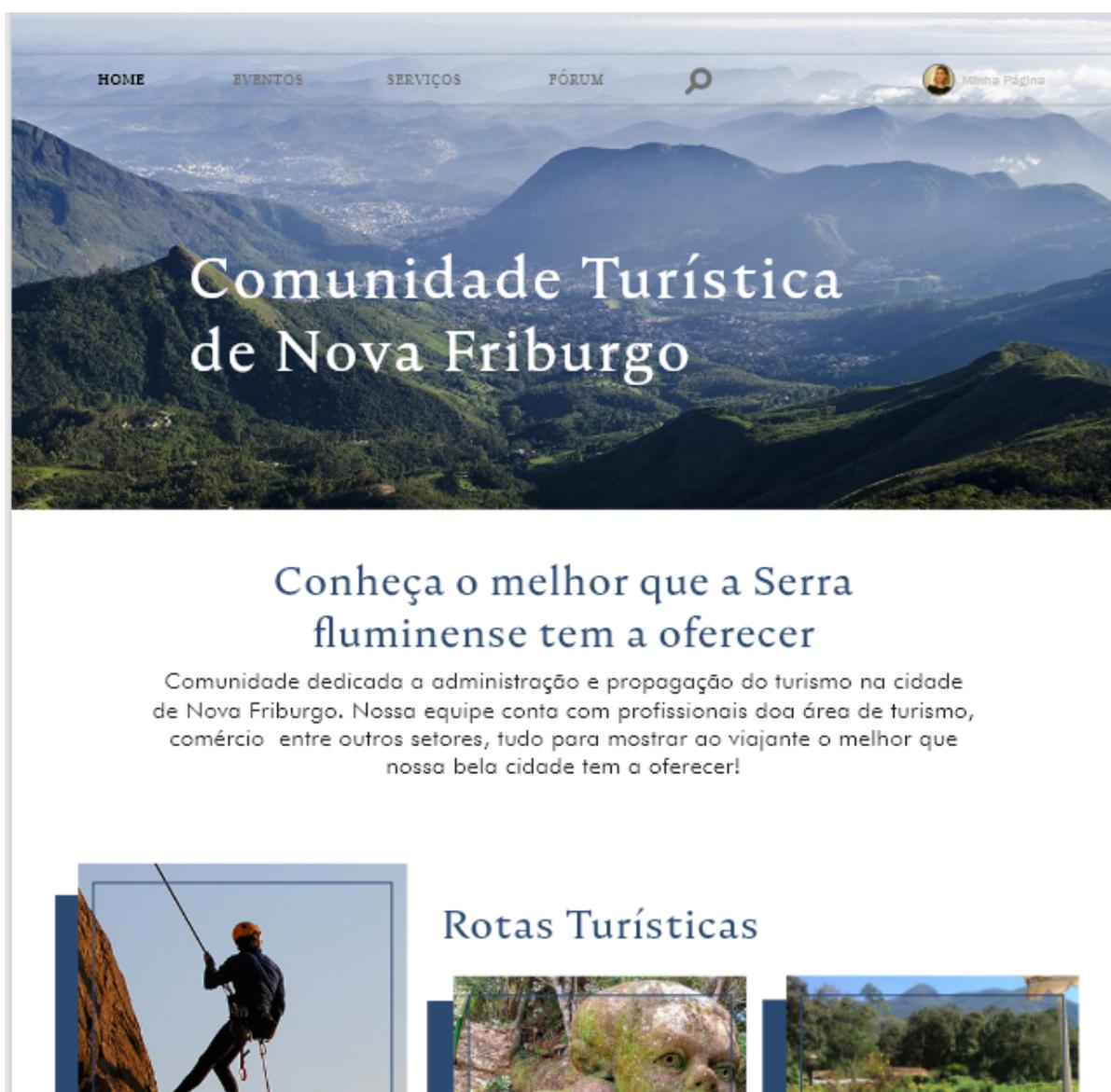


Fig.11 Página inicial do protótipo

Ao clicar neste link automaticamente o usuário será redirecionado para uma página de login, exemplificada pela fig.12. Nela são apresentadas duas opções,

“novo usuário” e “Login”, demarcadas respectivamente pelos círculos amarelo e vermelho. A pessoa “Secretário de Turismo” já terá acesso de imediato a comunidade, possuindo cadastro desde o lançamento do site (assim como todos os integrantes da COMTUR). Já o “Dono de Hotel” deverá se registrar em “Novo Usuário”, sendo redirecionado para um formulário que deve ser preenchido e depois enviado para avaliação da COMTUR.



Fig.12 Página de Login do protótipo

A fig.13 mostra o formulário que deve ser preenchido para realizar o cadastro. A partir deste documento além do registro como usuário do site para acessar a páginas privadas, também é a partir dele que serão coletadas as informações necessárias para poder expor o negócio no site. O formulário foi redigido da seguinte forma:

- a) nome do proprietário;
- b) tipo de estabelecimento;
- c) nome do estabelecimento;
- d) email para contato;

- e) telefone para contato;
- f) endereço (lembrando que este comércio deve estar localizado dentro da municipalidade de Nova Friburgo);
- g) redes sociais;
- h) apresentação do local de no máximo 500 caracteres;
- i) três fotos do local de no máximo 2mb cada.

Este formulário irá garantir a padronização de todos os estabelecimentos em relação às informações disponíveis, quantidade de imagens e serem expostas, como foi pedido na reunião com os integrantes da COMTUR. Após o usuário ser aprovado, a pessoa “Dono de Hotel” poderá acessar a parte privada do site clicando em “Login”, assim como o “Secretário de Turismo”.

Formulário para Cadastro

Nome do Proprietário:

Tipo de Estabelecimento:

Nome do Estabelecimento:

Email para contato:

Telefone do Estabelecimento:

Endereço
Rua

Bairro Número

Redes Sociais do Estabelecimento:
Site

Facebook:

Instagram:

Descrição do Estabelecimento:

fig.13 Formulário criado para inscrição de novos usuários

Caso o estabelecimento em questão seja registrado com sucesso, a página em questão em que ele será exposto será “Serviços”, sendo esta uma seção pública.

Lembrando que serão as informações coletadas pelo formulário da fig.12 que constituirão esta página. Caso o proprietário deseje realizar alguma alteração no futuro será necessário contatar os administradores.

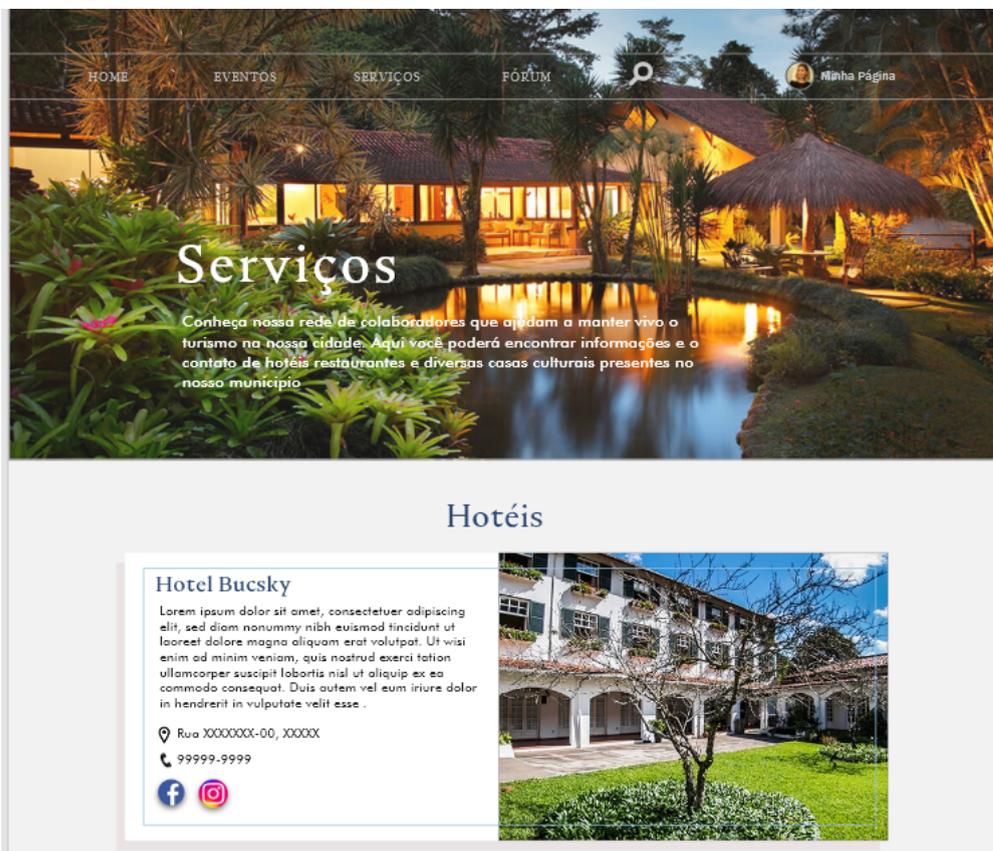


Fig.14 Página “Serviços” do protótipo

Realizado o Login, os usuários têm acesso às áreas privadas da comunidade, que serão melhor exploradas nos futuros tópicos deste relatório. As características que são realmente importantes para entender-se a jornada do usuário são as diferenças administrativas que estas personas possuem. Como o projeto visa deixar a administração deste site nas mãos dos integrantes da COMTUR, é importante que dentro da comunidade o “Secretário de Turismo e o “Dono de Hotel” possuam permissões diferentes. Esta necessidade já havia sido abordada antes durante a entrevista.

Tópico	Autor	Respostas	Data	Status
Celebração Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh		7	10/08	em andamento...
Ano Novo Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh		46	02/02	finalizado
Inauguração do novo Parque Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh		20	27/01	finalizado
Reunião de projetos Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh		12	26/01	finalizado

Fig.15 Página “Fórum” do protótipo

A fig.15 mostra a página “Fórum” do protótipo, para acessá-la é necessário estar logado na comunidade. Além disso, pode-se observar o caso previamente comentado de permissões diferentes para certas áreas do site. Algumas discussões precisam de mais privacidade entre os membros da COMTUR, portanto elas estão bloqueadas de serem acessadas por qualquer outro integrante da comunidade além deste grupo. Estes tópicos, possuem um símbolo de chave (demarcado pelo círculo vermelho na figura acima), demonstrando que são discussões fechadas ao público geral.

3. PROTÓTIPO

Este capítulo tem como objetivo apresentar o processo de criação do protótipo, seus elementos e a motivação por trás dos elementos escolhidos. O capítulo não tem como objetivo explicar os passos técnicos, mas analisar a teoria por trás do protótipo.

3.1 APARÊNCIA DO SITE

O protótipo foi criado no programa Adobe XD, um aplicativo da empresa Adobe Systems que auxilia na criação de aplicativos móveis e para computador, englobando os processos de concepção, prototipação e permitindo que o criador visualize e compartilhe o trabalho final. A aparência do site foi montada pensando no design utilizado por websites que promovem o turismo mundialmente e que possuem uma estética bonita e de fácil navegação.

As fontes consultadas possuíam algumas características em comum: a grande utilização de fotografias, tanto quando se falava dos pontos turístico quanto no cabeçalho das páginas, a separação dos atrativos em categorias, para que seja mais fácil encontrar o aspecto desejado e elementos animados, para que a interação com o site não fique tão estática, como observamos na fig.17, o link “Places to Stay” mudando para o azul quando o cursor está pairando a área.

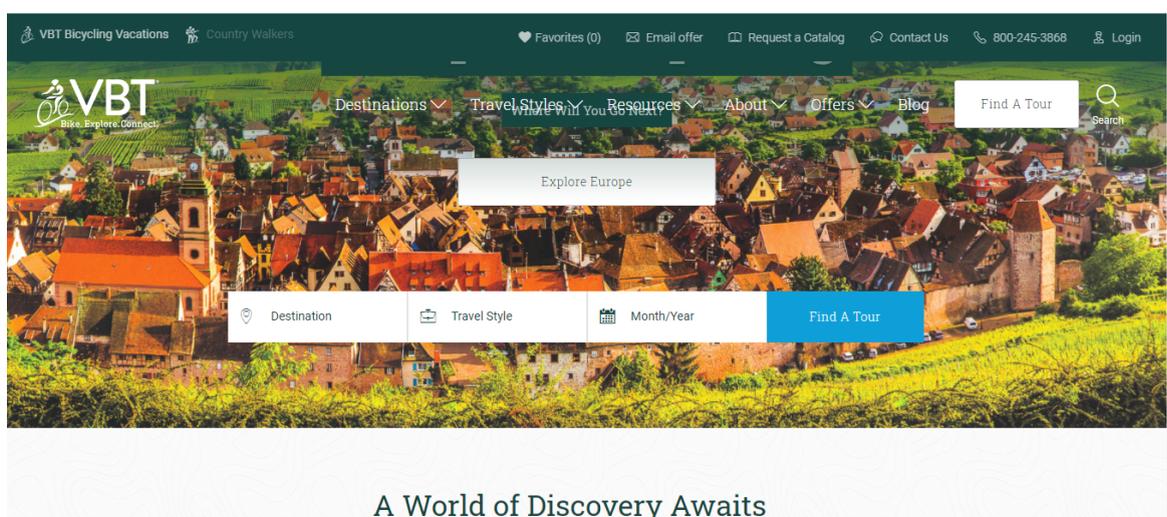


Fig.16 Site turístico “VBT Bicycling Vacation” vencedor do prêmio “Web Awards” de 2019 na categoria “Best Travel Website”

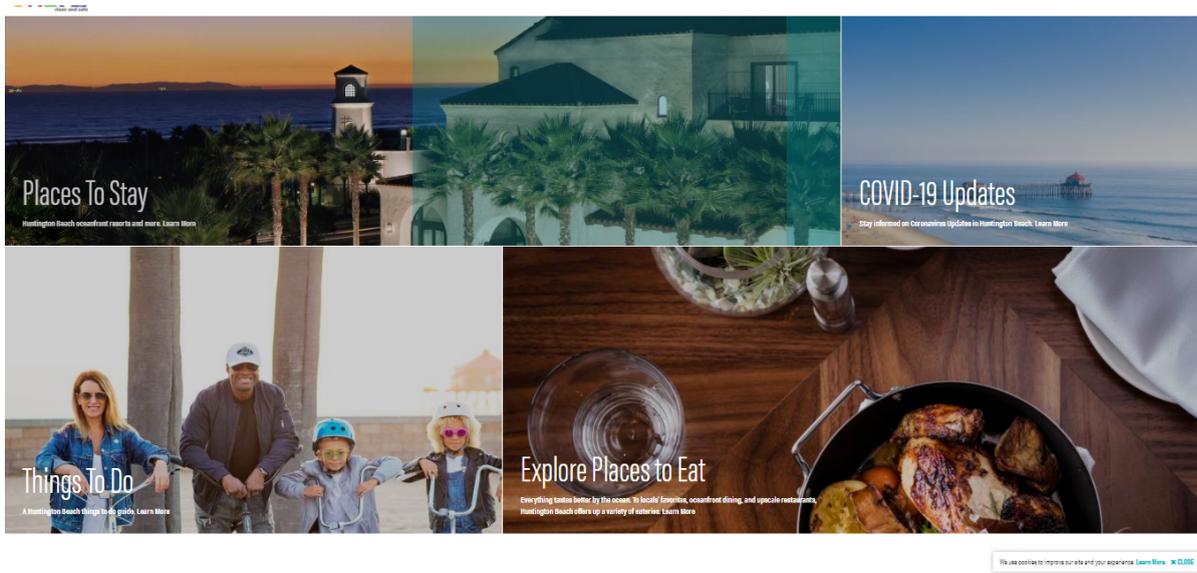


Fig.17 Site turístico “Surf City USA” vencedor do prêmio “Web Awards” de 2018 na categoria “Best Travel Website” com seções separadas para atividades, hospedagens e culinária



Fig.18 Página “Home” do protótipo, aparição de uma caixa de descrição quando o cursor para sobre um dos links e também a divisão em grupos do assunto “Rotas Turísticas”

Além destes exemplos, as sessões públicas do protótipo foram pensadas de forma que o usuário utilizasse o site de forma fluída. Passando de uma sessão para outra de forma natural. Como o site possui muito conteúdo, a disposição dos elementos foi pensada para sempre remeter a um grupo. Por exemplo, “rotas turísticas” está separado em categorias e dentro de cada uma também foram

dispostos também pontos turísticos relacionados a esta categoria, assim como links para itinerários correspondentes a temática.

Já as páginas privadas do site, por comporem uma área administrativa que contém mais texto e necessita uma comunicação clara entre os participantes, seguiu-se uma estética mais limpa, a exemplo de fóruns já existentes e áreas administrativas de redes sociais.

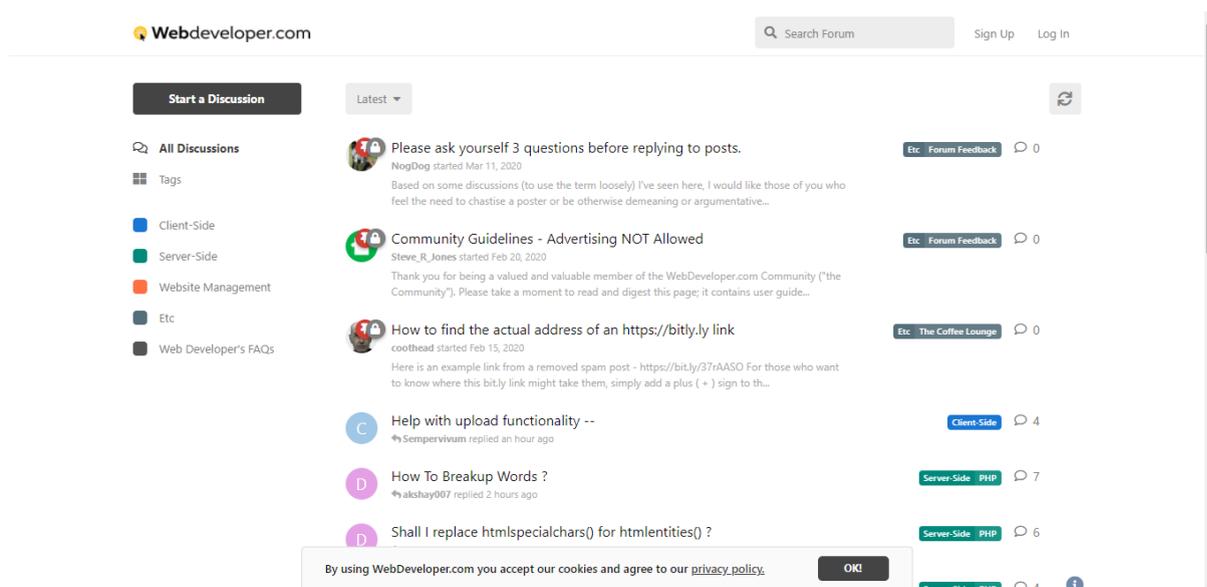


Fig.19 Fórum virtual “Web Developer”

3.2 DIVISÃO DE PÁGINAS A PARTIR DO ESTUDO DE STAKEHOLDERS

Como mencionado anteriormente, através do estudo de stakeholders foi possível encontrarmos os agentes principais do projeto, sendo eles: a Secretária de Turismo (COMTUR), Comerciantes, Casas Culturais, Turistas e Hospedagens. Tendo em mente estes agentes foi realizada a seguinte divisão nas páginas da comunidade, começando pela “Home” (a página inicial), podemos observar uma barra de tarefas no topo da página, exemplificada pela fig.15. Esta barra de tarefas possui links com as sessões “Home”, “Eventos”, “Serviços”, “Fórum” e “Minha página”, também há uma ferramenta de busca, para facilitar a navegação



Fig.20 Barra de tarefas do protótipo

. A página “serviços” contém as informações sobre os agentes Hospedagens e Comerciantes inscritos na comunidade. Um outro link de acesso também pode ser encontrado mais adiante na mesma página inicial com um breve texto explicativo, demarcado pelo círculo vermelho na Fig.20. É importante que esta seção seja de fácil acesso, já que ela também é de interesse do agente “Turistas”.

Levando em consideração os desejos deste stakeholder, e também da “Secretária de Turismo” o link “Eventos” está presente na barra de tarefas para que sempre seja possível acessá-lo. Esta página possui um calendário com as datas das festividades que irão ocorrer na cidade, contando com um texto descritivo destas, como mostra a Fig.22

Conheça o melhor que a Serra fluminense tem a oferecer

Comunidade dedicada a administração e propagação do turismo na cidade de Nova Friburgo. Nossa equipe conta com profissionais da área de turismo, comércio entre outros setores, tudo para mostrar ao viajante o melhor que nossa bela cidade tem a oferecer!

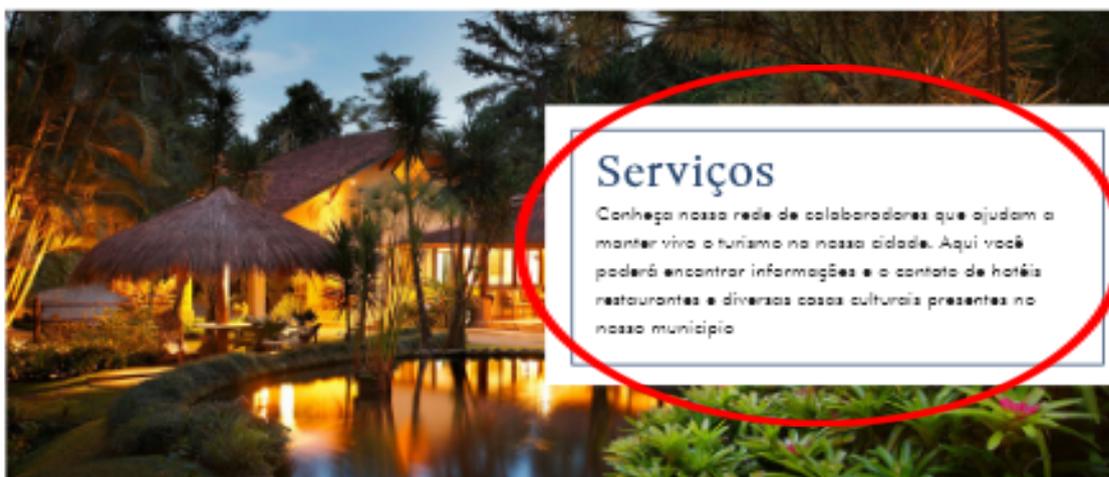


Fig.21 página inicial do protótipo



Festival do Chocolate

Começa nesta semana-feira, dia 13 de agosto, um dos mais esperados festivais gastronômicos de Nova Friburgo, na Região Serrana do Rio. O Festival do Chocolate vai acontecer na Casa Salça, no distrito de Conquista, na zona rural do município, e terá programação dividida em três paleis enormes, durante toda a final de semana.

Durante o evento, o chocolate, protagonista da festa, vai aparecer em nove mais diversas formas: em barras, tortas, bolos, bombons, com leite e até na forma. Uma praça de alimentação com food trucks, bife e barracas gourmet vai oferecer mais opções de comida e bebidas para quem preferir conferir o Festival.

A cerimônia de abertura do evento acontecerá na semana-feira, às 16h, e as programações culturais começam logo em seguida, às 19h, com show musical do Jânio VJ, no palco principal do festival. No palco Espaço Gourmet, o DJ Friburguense Saulo Rimmetek agita o evento a partir das 18h. No espaço Huggarson, às 18h, é a vez da banda The Blackies apresentar para os visitantes do Festival do Chocolate.



14
MAIO

I Simpósio de Divulgação Científica UFF

No dia 18 de maio, será realizado pela Liga Acadêmica LARA e LAIDA, da Universidade Federal Fluminense, o I Simpósio de Divulgação Científica - (SDC), com assuntos sobre a divulgação científica, passando pela relação entre ciência e sociedade, com palestras e uma mesa redonda voltada a explicar os laços e interações entre ciência, como o negacionismo científico.

O Simpósio é online, gratuito e com certificado.

Inscrições a partir do dia 10/02.

Site: <https://www.evad.com.br/uffsd/>



18
MAIO

Fig.22 Página "Eventos" do protótipo

Após as pesquisas realizadas sobre as comunidades turísticas existentes e pensando ainda nos interesses do stakeholder "Turistas", foram criadas páginas que disponibilizam roteiros para a região. Estes foram divididos em três categorias, que exploram as qualidades da cidade que são comumente buscadas pelos visitantes: sendo elas "Esporte", "Gastronomia" e "Cultura". Os links para

este conteúdo estão localizados na página inicial “Home”, como mostra a Fig.16, circulos em azul.



Fig.23 Página “Esporte” do protótipo

🏠
HOME
EVENTOS
SERVIÇOS
FÓRUM
🔍
 Minha Página



ROTAS TURÍSTICAS

Amparo Circuito Turismo Rural

Cultura Local e Agricultura Familiar

Nova Friburgo



Amparo é o 4º distrito de Nova Friburgo-RJ, está localizado na zona rural, à apenas 10 km do centro da cidade. Nossa história começa no ano de 1792 quando pertencia ao município de Cantagalo-RJ. A povoação do local foi iniciada por Jerônimo de Castro e Souza, delator de Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes. Jerônimo, que era oficial do exército, teria recebido essas terras da Coroa Portuguesa como recompensa por ter delatado o inconfidente Tiradentes.

Foi na tranquilidade e harmonia do lugarejo que Jerônimo deu o nome de Amparo por ter se sentido "amparado" das perseguições que sofria, após denunciar o amigo Tiradentes. Em 1820 Amparo passou a pertencer ao município de Nova Friburgo, até 1892 quando passou a pertencer à cidade vizinha de Bom Jardim, em 10 de outubro de 1911 voltou a pertencer à Nova Friburgo após grande envolvimento popular.

Fig.23 Pág "Amparo Circuito de Turismo Rural" do protótipo

Atualmente todas as rotas turísticas disponibilizadas nas páginas "Esporte", "Gastronomia", "Cultura" e calendário da página "Eventos" são *placeholders* que foram retiradas de sites de turismo já existentes. Futuramente elas serão substituídas pelo conteúdo providenciado pela COMTUR. Além das rotas recomendadas para a região, estas três páginas também possuem pontos

turísticos e suas localizações. Para mostrar o mapa é necessário apenas clicar no link “Como chegar”, demarcado pelo círculo vermelho na fig.19.



Fig.24 seção “Pontos Turísticos” da página “Esporte” do protótipo

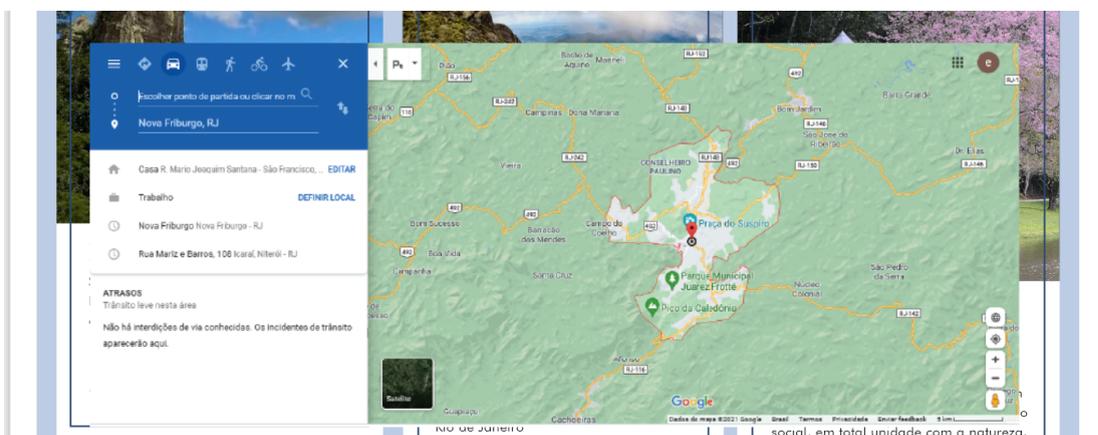


Fig.25 Mapa que mostra a localização do ponto turístico

Os “Turistas” podem também discursar sobre as postagens e o restante do conteúdo do site em seções de comentário que estão presentes no final de cada página, como mostra a fig.21. A pedido da “Secretaria de Turismo” também foi criado um link na “Home” que dá acesso ao formulário criado sobre a cidade.



Fig.26 Link para a pesquisa de opinião e sessão de comentários na página home

As páginas “Gastronomia” e “Cultura” seguem o mesmo formato da página “Esporte”, diferenciando-se em seu conteúdo. Observando que estas páginas possuem conteúdo possivelmente provido pelos agentes “Comerciantes” e “Casas Culturais” já que abordam suas áreas de atuação.

Mais a frente no item do relatório “Páginas públicas e privadas” iremos explorar as necessidades dos *stakeholders* Secretária de Turismo, Hospedagens, Comerciantes e Casas Culturais. Como mencionado anteriormente, os integrantes da parte administrativa da comunidade possuem acesso a seções não disponíveis para o público geral.

3.1.2 PÁGINAS PÚBLICAS E PRIVADAS

Como discutido anteriormente, grande parte da comunidade é de acesso público, para que possíveis visitantes possam explorar os atrativos que a cidade de Nova Friburgo oferece. Entretanto, é necessário que existam seções privadas

para aqueles que irão gerenciar o conteúdo da comunidade e permitir a interação entre os membros.

O acesso a esta seção privada da comunidade pode se dar através de dois links diferentes presentes na barra de ferramentas como observamos na Fig.20 (página 32 do relatório), "Fórum" e "Minha página". Lembrando que, caso o usuário não esteja logado ele será redirecionado à página de "Login" demonstrada na Fig.12 (página 25).

Acessando a página "Fórum" podemos encontrar discussões relativas à administração do site e sobre a organização de eventos da cidade, fig.15 (página 28). Ao entrar em alguma dessas discussões o usuário é encaminhado a área de chat.

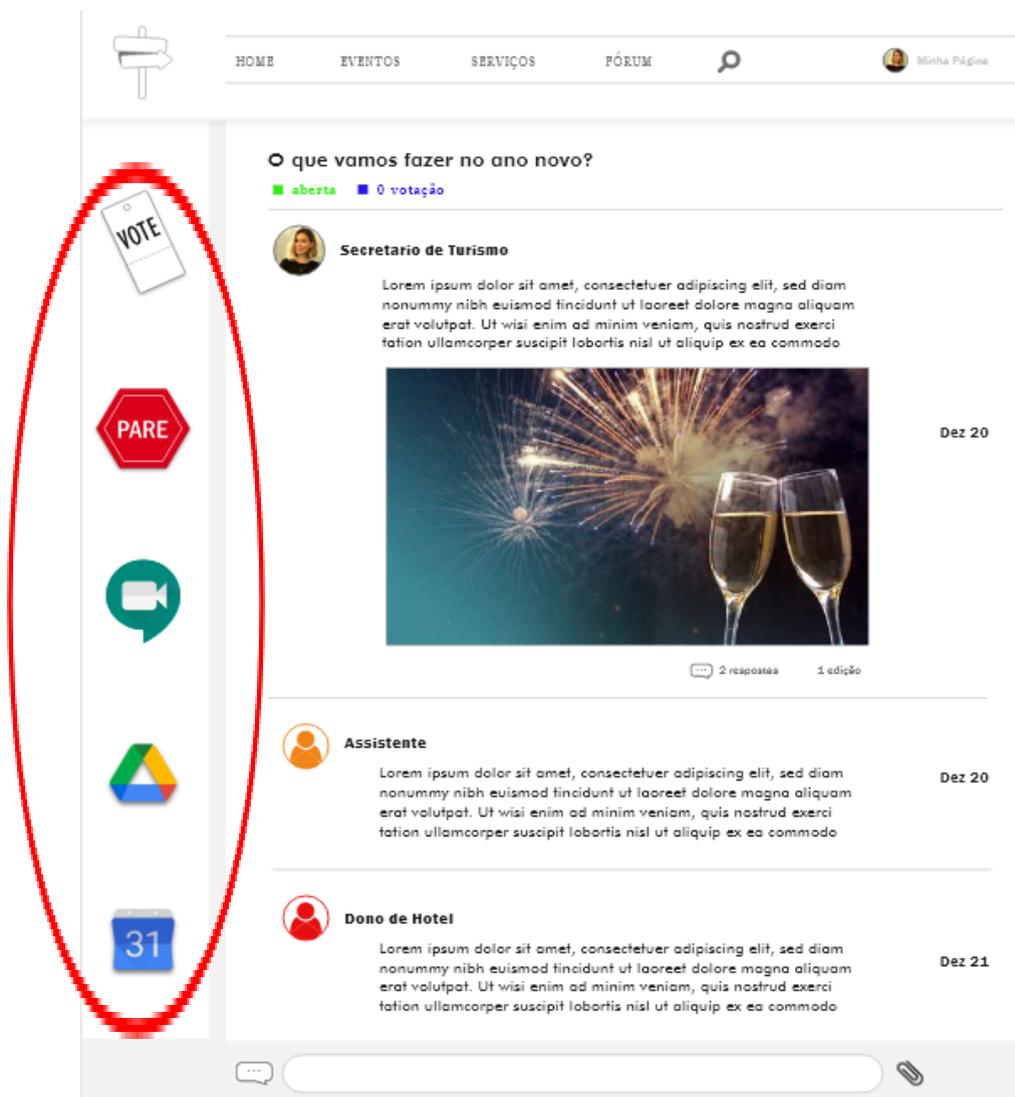
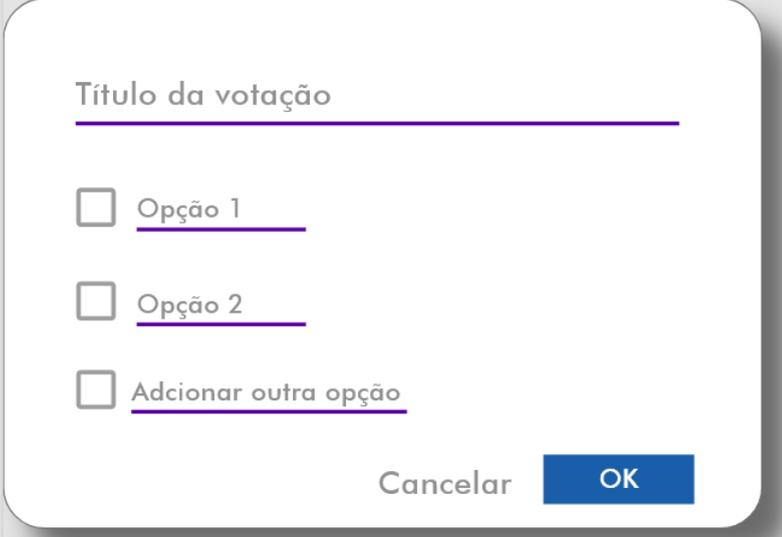


Fig.27 Página "Chat" do protótipo

A página “Chat” possui ferramentas que apoiam o compartilhamento de informações. Na área inferior está a barra de mensagens e ao lado um ícone para o compartilhamento direto de arquivos. Na parte esquerda existem cinco ícones, circulos em vermelho, que administram o fluxo de conversas. O primeiro ícone, é o ícone de votação, ele possibilita que o criador do tópico discutido crie uma pesquisa de opinião..



Título da votação

Opção 1

Opção 2

Adicionar outra opção

Cancelar OK

Fig.28 Ferramenta “votação” da página de “Chat”

O segundo ícone, “pare”, também é administrado pelo criador da discussão e é responsável por encerrar o tópico, impedindo futuros comentários e arquivando a conversa. O terceiro ícone é um link externo para a plataforma “Google Meets”, onde é possível realizar conversas de vídeo. O quarto ícone é um link externo para o “Google Drive”, ferramenta utilizada para armazenar arquivos, onde os integrantes da COMTUR colocarão documentos relativos aos assuntos do fórum, como atas de reunião, recados e outros. O quinto e último ícone é um link para acessar a página “Minha Agenda” da comunidade, que será um *plug-in*¹⁷ da “Agenda Google” que já é amplamente utilizada. Desta forma os administradores do site poderão marcar compromissos e combinar reuniões síncronas, online ou ao vivo.

¹⁷ Pequeno programa que melhora a aplicação principal. Acrescenta recursos a uma aplicação, por exemplo, um browser pode utilizar “plugins” para a utilização de recursos multimédia.

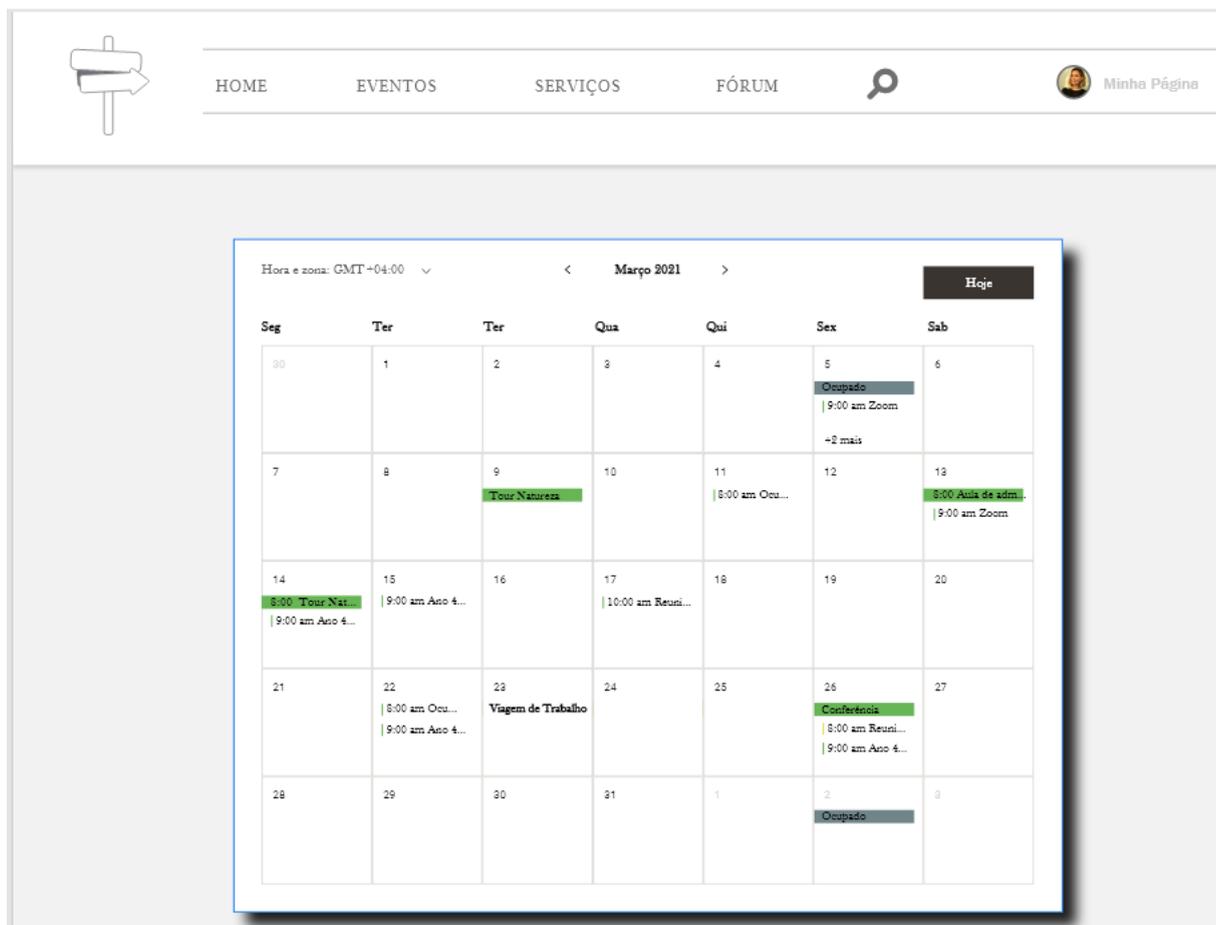


Fig.29 Página “Minha agenda” do protótipo

Também é possível acessar a página “Minha agenda” através do link “Minha página” que está na barra de ferramentas do site. Aspectos como a foto de perfil do usuário e senha são gerenciados aqui. Ademais possui um link para a página contendo o registro de todos os membros da comunidade, como vemos na Fig.30 circulado em vermelho. As fotos de pessoas utilizadas no protótipo são de domínio público e não representam os membros da COMTUR, servindo apenas como *placeholder*.

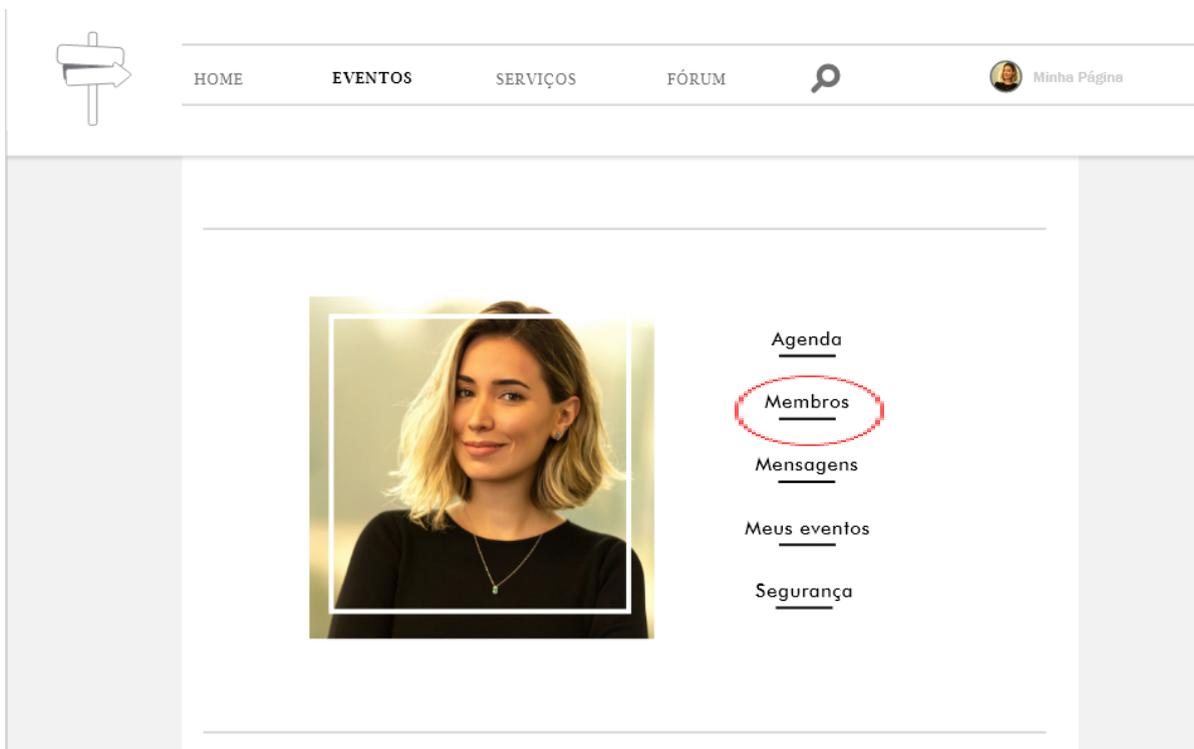


Fig.30 Página “Minha página” do protótipo

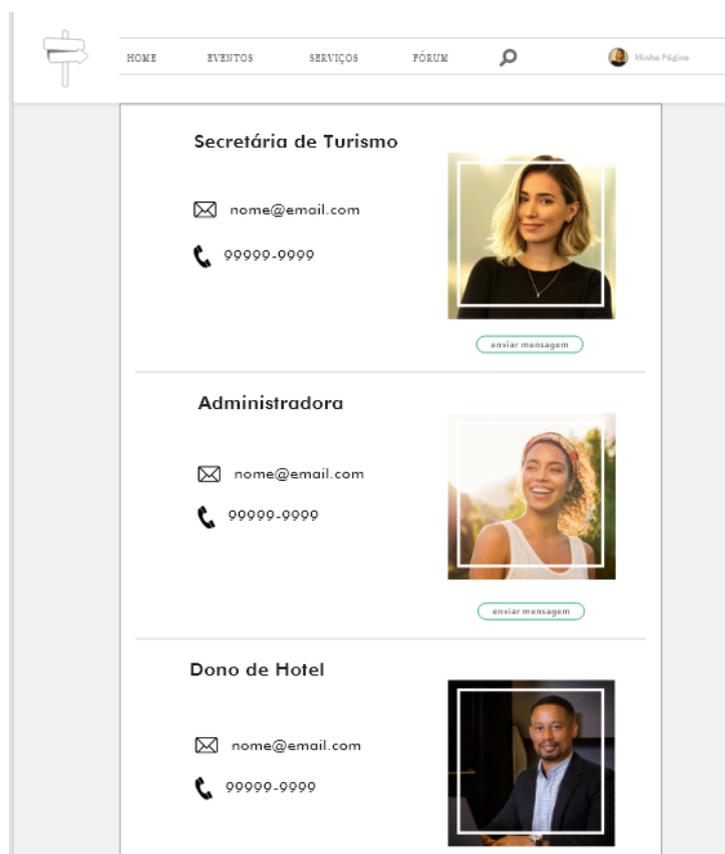


Fig.31 Página “Membros do site” do protótipo

4. CONCLUSÃO

Em 2019 o turismo arrecadou R\$270,8 bilhões, sofrendo uma queda 39,8% durante a pandemia em 2020, de acordo com a Agência Brasil de Comunicações. Além de ser importante para o desenvolvimento econômico do país, ele também possui função de inclusão social, empregando milhares de brasileiros e divulgando a cultura brasileira no exterior, atraindo em média 6 milhões de turistas anualmente.

Durante a pesquisa, pode-se constatar a falta de investimento na inclusão digital dos municípios em relação a este segmento. Um dos maiores obstáculos encontrados foi a falta de resposta da primeira cidade pesquisada, Sumidouro, mesmo com as tentativas de contato com diversos partidos políticos e a Prefeitura. Estes esforços mostram que, apesar de haver um desejo de se trabalhar com certos parceiros, é impossível caso não haja um interesse mútuo ou infraestrutura mínima para se levar o projeto adiante.

Apenas as cidades mais conhecidas, como o Rio de Janeiro, possuem um site pertencente a um órgão público que se dedica à exposição do turismo. É importante que estes domínios sejam públicos, pois caso contrário, eles estarão atrelados aos interesses comerciais do dono, não explorando todo o potencial turístico do lugar.

Um projeto que divulga e incentiva o turismo da região virtualmente pode ajudar muito na visitação de uma cidade, vindo que de acordo com Priscila Izawa, coordenadora da área de Turismo do Senac São Paulo em entrevista para o Jornal “G1”: “O perfil do turista brasileiro está passando por uma transição. O viajante está mais exigente e prefere uma certa independência, mas ainda quer ter segurança ao viajar”.

Porém, de acordo com a especialista, ele ainda tem dificuldade de encontrar sites confiáveis para fazer sua pesquisa e portanto “É interessante consultar os sites oficiais de turismo dos locais procurados, que fornecerão uma informação menos comercial. Depois, no caso desse turista menos seguro, recomendo buscar um profissional da área.” A indústria turística foi uma das mais afetadas durante a pandemia, investir na integração digital dos municípios é um caminho interessante para seguir, visto as necessidades do visitante moderno.

O projeto seguirá em frente com a colaboração das autoridades turísticas de Nova Friburgo mencionadas anteriormente. Os próximos passos serão: a testagem do protótipo pelos público, e após chegar a versão desejada, com o conteúdo original fornecido por essas autoridades, o site será criado pela plataforma de criação de sites “WIX”. No final sendo entregue aos futuros administradores, os membros da Secretaria de Turismo de Nova Friburgo.

5. REFERÊNCIAS

Fig.1 Foto de: Fernando, Análise dos Stakeholders. Disponível em <<https://sites.google.com/a/gestaodeprojeto.info/www/analise-dos-stakeholders>> Acesso em 15 de set de 2020

Fig.2 Foto de: Pousada Santos. **Portal Férias**. Disponível em <<https://www.ferias.tur.br/empresa/33122/pousadasantos/>> Acesso em 15 de set de 2020

Fig.3 Foto de: A Casa Sede da Fazenda Boa Vista. **TripAdvisor**. <https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g4154089-d8745812-i176884264-Sinha_Brasil_Cachaca_Artesanal-Sumidouro_State_of_Rio_de_Janeiro.html> Acesso em 15 de set de 2020

SIQUEIRA, Allan. Cascata Conde d'Eu, a maior queda d'água do RJ, em Sumidouro. **Trilhas e aventura**, 2017. Disponível em <<https://www.trilhaseaventuras.com.br/cascata-conde-deu-sumidouro-rj/>>. Acesso em 20 de nov de 2020

Plan International, CONHEÇA OS 17 OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL 2017. **Plan International.org**. Disponível em <<https://plan.org.br/conheca-os-17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/>> Acesso dia 30 de out 2020

TRINDADE, Alex. Stakeholder. **Administradores.com**, 2017. Disponível em <<https://administradores.com.br/artigos/stakeholder>> Acesso em 23 de out 2020

UNTWO, World Tourism Organization. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perception, 2018. Disponível em <<https://pt.slideshare.net/Emoturismo/overtourism-unwto>> Acesso em 30 de out 2020

13 destinos IMPERDÍVEIS próximos ao Rio de Janeiro, 2020. **HuffPost Brasil** <https://www.huffpostbrasil.com/2016/07/14/13-destinos-imperd-veis-proximos-ao-rio-de-janeiro_n_10998362.html> Acesso em 30 de out de 2020

Secretarias, Prefeitura Municipal de Sumidouro. Disponível em
<<http://sumidouro.rj.gov.br/secretarias/>> Acesso dia 30 de out de 2020

Nações Unidas Brasil, Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 8, Trabalho decente e crescimento econômico. **Brasil UN**. Disponível em<<https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/8> > Acesso em 30 de out 2020

Geo Brasilis, 2016. Plano Municipal de Turismo de Guarujá. Disponível em
<<https://d18xl8ggo6ud4h.cloudfront.net/wp-content/uploads/2016/09/Apresenta%C3%A7%C3%A3o-Plano-Diretor-de-Turismo.pdf>> Acesso em 12 de out de 2020

TURISMO 360 CONSULTORIA, 2017. Plano Municipal de Turismo SANTA BÁRBARA I MG Disponível em
<https://transparencia.santabarbara.mg.gov.br/abrir_arquivo.aspx/Plano_Municipal_de_Turismo?cdLocal=2&arquivo=%7BDC83CB5D-E822-610A-2EC8-17174232EBC4%7D.pdf> Acesso em 12 de out de 2020

Lagarto Investe, 2016. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO MUNICIPAL DE TURISMO (PEMT) LAGARTO-SERGIPE 2016-2019. Disponível em
<https://www.lagarto.se.gov.br/arquivos/planejamento_estrategico_municipal_de_turismo_em_lagarto-se.pdf> Acesso em 12 de out de 2020

ARAÚJO, Suelene Caetana de. **Desenvolvimento Endógeno e Turismo Comunitário: a Comunidade Cachoeira – Nova Xavantina-MT como Cenário**. TCC em Turismo. DEPARTAMENTO DE TURISMO, UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO. Mato Grosso, 2010.

Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá, Programa de Base Comunitária. Mamiraua.org Disponível em
<<https://www.mamiraua.org.br/turismo-comunitario?gclid=CjwKCAiAq8f-BRBtEiwa>>

[Gr3DgVis9BHwuCBMIApN9I69qal41AeNkJ3duZOrjRqd4_vhId7kD9YxpRoCFfIQA vD_BwE](https://www.facebook.com/ateondeeu puderir)> Acesso em 12 de nov de 2020

NEWCOMER, Colin Wix, WordPress, or Squarespace? – Which Should You Use? And Why?. **Winnin WP**, 2020. Disponível em <<https://winningwp.com/wix-vs-wordpress-vs-squarespace/>> Acesso em 24 de nov de 2020

BARRACLOUGH, Dan. Wix vs Squarespace vs WordPress: A Fair Contest? **WebsiteBuilderExpert**, 2020. Disponível em <<https://www.websitebuilderexpert.com/website-builders/comparisons/wix-vs-squarespace-vs-wordpress/>> Acesso em 24 de nov de 2020

Istituto nazionale di statistica. Accommodation establishments, 2019. **I.STAT**. Disponível em <<http://dati.istat.it/Index.aspx?lang=en&SubSessionId=d7e5d572-5f0e-470b-aa29-1442bf8e5194#>> Acesso em 6 de dez de 2020

NEWCOMB, Richard. From client to project stakeholders: a stakeholder mapping approach, 2003

ADRIANA. O QUE FAZER EM NOVA FRIBURGO: 14 ATRAÇÕES + DICAS DE VIAGEM. EM ALGUM LUGAR DO MUNDO. Disponível em: <<https://emalgumlugardomundo.com.br/o-que-fazer-em-nova-friburgo/>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

CARVALHO, Sílvia. Nova Friburgo: Roteiro de Viagem de 2 dias – Roteiros Inesquecíveis. Roteiros Inesquecíveis. Disponível em: <<https://www.roteirosinesqueciveis.com/roteiro-nova-friburgo/>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/ATEONDEEU PUDERIR](https://www.facebook.com/ateondeeu puderir). Roteiro de Nova Friburgo RJ - O que fazer. Até Onde Eu Puder Ir. Disponível em:

<<https://ateondeepuderir.com/roteiro-de-nova-friburgo-o-que-fazer/>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PORTALMULTIPLIX](https://www.facebook.com/portalmultiplix). 4 dicas de destinos de ecoturismo em Nova Friburgo | Portal Multiplix. Portal Multiplix. Disponível em: <<https://www.portalmultiplix.com/noticias/turismo/4-dicas-de-destinos-de-ecoturismo-em-nova-friburgo>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

ADMIN. Circuito Turístico tem fortalecimento entre Nova Friburgo e Teresópolis. Rádio Nova Friburgo Am. Disponível em: <<http://novafriburgoam.com.br/home/2019/01/31/circuito-turistico-tem-fortalecimento-entre-nova-friburgo-e-teresopolis/>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PORTALMULTIPLIX](https://www.facebook.com/portalmultiplix). Circuito Terê-Fri deve passar por revitalização e mudar de nome | Portal Multiplix. Portal Multiplix. Disponível em: <<https://www.portalmultiplix.com/noticias/turismo/circuito-tere-fri-deve-passar-por-revitalizacao-e-mudar-de-nome>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

Amparo Circuito Turismo Rural RJ. Facebook.com. Disponível em: <<https://www.facebook.com/amparoturismorural/>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

[HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/DEBORAPSANTIAGO](https://www.facebook.com/deborapsantiago). Bate e Volta em Nova Friburgo - O que fazer? Onde ficar? Onde comer? Diário de uma Viajante. Disponível em: <<https://www.odiariodeumaviajante.com.br/nova-friburgo/>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

TAMBORA FILMES - WWW.TAMBORAFILMES.COM.BR. Caminhadas ecológicas em meio a bela paisagem dos distritos de Amparo, São Pedro da Serra e Lumiar. Novafriburgoagora.com.br. Disponível em: <<https://novafriburgoagora.com.br/noticias/detalhes/578/caminhadas-ecologicas-em-meio-a-bela-paisagem-dos-distritos-de-amparo-sao-pedro-da-serra-e-lumiar.html>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

REDAÇÃO GUIA DA SEMANA. Outros Circuito Sabor Mury - Rio de Janeiro - Guia da Semana. Guia da Semana. Disponível em:

<<https://www.guiadasemana.com.br/rio-de-janeiro/na-cidade/estabelecimento/circuito-sabor-mury>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

Rota Cervejeira. Rotacervejarj.com.br. Disponível em:

<<https://www.rotacervejarj.com.br/home>>. Acesso em: 31 Maio 2021.

What is a Buyer Persona | Buyer Persona Institute. Buyer Persona Institute.

Disponível em: <<https://buyerpersona.com/what-is-a-buyer-persona>>. Acesso em: 31 May 2021.

Marketing. Dicio. Disponível em:

<<https://www.dicio.com.br/marketing/#:~:text=Significado%20de%20Marketing,dos%20consumidores%3B%20estudo%20de%20mercado.>>. Acesso em: 31 May 2021.

FRANCISCO, Wagner. O PROTAGONISMO DO TURISMO NO TERCEIRO SETOR – Doxa Turismo. Doxaturismo.com. Disponível em:

<<https://doxaturismo.com/sistemas/sistema-turistico/o-protagonismo-do-turismo-no-terceiro-setor/>>. Acesso em: 31 May 2021.

Best Travel Website Awards. Webaward.org. Disponível em:

<<https://www.webaward.org/category/Travel/best-travel-websites.html#.YLVTAkhKi02>>. Acesso em: 31 May 2021.

Visit Huntington Beach | Surf City USA Travel Info. Surfcityusa.com. Disponível em: <<https://www.surfcityusa.com/>>. Acesso em: 31 May 2021.

VBT Bicycling Vacations. VBT Bicycling Vacations - Discover Active Travel.

Disponível em: <<https://www.vbt.com/>>. Acesso em: 31 May 2021.

TAMBORA FILMES - WWW.TAMBORAFILMES.COM.BR. I Simpósio de Divulgação Científica UFF | Nova Friburgo Agora. Novafriburgoagora.com.br.

Disponível em:

<<https://novafriburgoagora.com.br/agenda/detalhes/637/i-simposio-de-divulgacao-cientifica-uff.html>>. Acesso em: 31 May 2021.

HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PORTALMULTIPLIX. Festival do Chocolate de Nova Friburgo tem início nesta sexta-feira | Portal Multiplix. Portal Multiplix.

Disponível em:

<<https://www.portalmultiplix.com/noticias/cultura/festival-do-chocolate-de-nova-friburgo-tem-inicio-nesta-sexta-feira>>. Acesso em: 31 May 2021.

DE, Francisco ; MATOS, Castro. Turismo Receptivo e Terceiro Setor: ações de fomento. [s.l.]: , [s.d.]. Disponível em:

<https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/04/03_49_44_Mattos.pdf>. Acesso em: 31 May 2021.

ADMIN. Festival de Inverno em Nova Friburgo é contemplado com recursos do Governo do Estado. Rádio Nova Friburgo Am. Disponível em:

<<http://novafriburgoam.com.br/home/2020/07/21/festival-de-inverno-em-nova-friburgo-e-contemplado-com-recursos-do-governo-do-estado/>>. Acesso em: 31 May 2021.

Travessia Cascatinha x São Lourenço. Blogspot.com. Disponível em:

<<http://friburgotrekking.blogspot.com/2015/10/travessia-cascatinha-x-sao-lourenco.html>>. Acesso em: 31 May 2021.

Restaurantes - Descubra Nova Friburgo. Descubra Nova Friburgo - O seu guia para curtir o melhor da cidade. Disponível em:

<<https://descubranovafriburgo.com.br/restaurantes/>>. Acesso em: 31 May 2021.

Conselhos Municipais de Turismo Orientação para criação e funcionamento dos. [s.l.]: , [s.d.]. Disponível em:

<<http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/cartilhafinal.pdf>>. Acesso em: 31 May 2021.

The Role of Flow in Web Design. Scott Berkun. Disponível em:

<<https://scottberkun.com/essays/13-the-role-of-flow-in-web-design/>>. Acesso em: 1 Jun. 2021.

G1 > Tecnologia - NOTÍCIAS - Internet possibilita a turistas planejar viagens sem sair de casa. Globo.com. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1391238-6174-42,00.html>>.

Acesso em: 2 Junho. 2021.