

## MAPTOUR & INDICAÇÃO GEOGRÁFICA CULTURAL: NOVOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES VIA QR-CODES\*

Janaina Cardoso de Mello

Fabiana Faxina

PPMTUR- IFS

### Definição do Problema

A atribuição do registro de Indicação Geográfica (IG) pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) destaca as particularidades dos produtos de distintas regiões, valorizando suas características próprias, originalidade, história, notoriedade e territorialidade, contribuindo para maior visibilidade, valor de oferta e consumo de uma experiência exclusiva em espaços com alto potencial turístico.

Partindo dos bens culturais com IGs como atrativos turísticos nacionais, pretende-se apresentar um projeto de criação de um aplicativo (o MAPTOUR) e uma ferramenta de *marketing* digital (o *QR code*) em seis aeroportos.

Escolheu-se incluir no roteiro doze IGs culturais: a Renda Irlandesa (SE), a Renda Renascença do Cariri Paraibano (PB), os Doces de Pelotas (RS), as Panelas de Goiabeiras (ES), o artesanato em Capim Dourado do Jalapão (TO), os vinhos do Vale dos Vinhedos (RS), as peças em estanho de São João Del Rei (MG), o Bordado Filé das Lagoas de Mundaú – Manguaba (AL), as Opalas preciosas de Pedro II e jóias artesanais de opalas de Teresina (PI), a Cajuína (PI), os vinhos tinto, branco e espumantes de Pinto Bandeira (RS) e os Biscoitos de São Tiago (MG).

Atende-se a necessidade de reinventar os destinos turísticos a partir da utilização do *marketing* digital capaz de aproveitar a curiosidade tecnológica, o enigma que os *QR Codes* apresentam, o *wifi* gratuito em aeroportos internacionais do país, revelando uma gama de possibilidades para a rota de viagens voltadas para o turismo cultural, inferindo significativamente no aumento de fluxo turístico e com isso, no incremento da economia criativa.

### Revisão da literatura

O desenvolvimento de um produto de inovação tecnológica aplicado ao turismo inseriu o trabalho nos estudos teóricos sobre *smart cities* (cidades inteligentes), cidades criativas, economia criativa, Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) e Direitos de Propriedade Intelectual (o caso das IGs).

O conceito de *Smart City* tem sua origem na Califórnia (EUA), onde se estruturam as *Smart Communities*, enquanto:

---

\* Trabalho selecionado como PhD Master no III Seminário Brasil + Espanha de Inovação Tecnológica em Turismo, realizado no SEBRAE-SC, Florianópolis, em Maio de 2017.

[...] un área geográfica de tamaño diverso donde sus residentes, organizaciones e instituciones de gobierno usan la tecnología de la información para transformar sus territorios de manera significativa, mediante la cooperación entre el gobierno, las empresas, los educadores y los ciudadanos; y las mejoras tecnológicas producen cambios fundamentales en lugar de incrementales (Agència Valenciana del Turisme. Invat.Tur, 2015:06)

Para o Instituto para *Smart Communities* da California (2001): “Comunidade Inteligente é uma comunidade que fez um esforço consciente para usar a tecnologia da informação para transformar a vida e o trabalho dentro de seu território de forma significativa e fundamental, em vez de seguir uma forma incremental”.

Agregando uma parte dessa premissa, em 2012, a Espanha, na cidade de Palma de Mallorca aprovou seu “*Plan Nacional Integral de Turismo*” reunindo os conceitos de sustentabilidade, conhecimento, inovação e tecnologia voltados para os destinos turísticos. Surgia a definição de “destinos turísticos inteligentes” como:

Un espacio innovador, accesible para todos, consolidado sobre tecnología de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, e incrementa la calidad de su visita en el destino (Secretaría de Estado de Turismo, s/d:09).

Busca-se a elaboração de sistemas inteligentes integrais capazes de facilitar a integração e interação do turista com a interpretação do destino em bases cronológicas (antes, durante e depois da viagem), contribuindo com elementos que orientem a interpretação do entorno, agilize a tomada de decisões e incremente a qualidade de sua experiência de férias, lazer e ócio (Muñoz, & Sánchez, 2015:62).

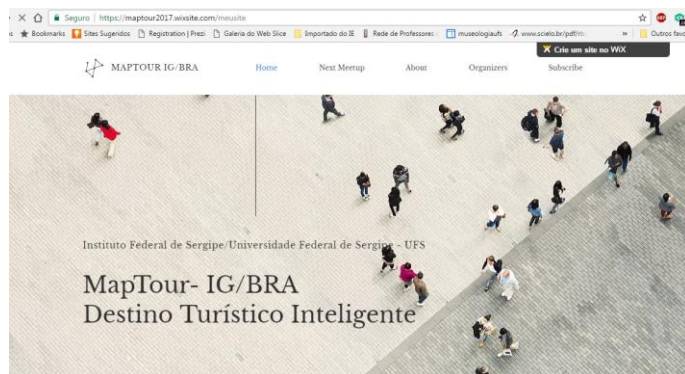
Apontam Dias e Cassar (2005:88), ao tratarem da gestão de *marketing* turístico, que o esforço na promoção de um produto para que se torne conhecido de seu público alvo (os viajantes de aeroportos usuários de *smartphones*) necessita de um programa de comunicação eficiente e sedutor que possibilite ao consumidor entender a oferta, identificar os benefícios e optar por aquele consumo diferenciado, o que os *QR Codes* turísticos das IGs culturais do MAPTOUR propiciam.

## Metodologia

Após visitas técnicas em seis aeroportos (Aracaju, Salvador, Recife, Rio de Janeiro, Guarulhos e Campinas), elaborou-se um *site* de testes e a geração de um *QR Code* para *marketing* turístico digital. O MAPTOUR foi criado na plataforma gratuita *Wix.com*. com *dashboard* operacional que permite alterações e inclusões de conteúdo, verificação de acessos e mensuração da eficácia da ação de *marketing* à curto, médio e longo prazo através da quantificação dos usuários. A linguagem de programação compreende Java, XML, HTML, CSS e Javascript, para conferir os estilos das páginas, o acesso remoto e execução de aplicativos.

O *site* possui imagens e a trajetória de cada IG cultural, bem como a oferta de serviços turísticos nas proximidades, ressaltando a criatividade da população e seus produtos.

Figura 1. Layout inicial do site MapTour



Fonte: <https://maptour2017.wixsite.com/meusite>

O *layout* inicial traz o nome do projeto/produto tecnológico, bem como a parceria interinstitucional (IFS/UFS), adentrando as IGs com imagens em movimento, fornecendo um roteiro turístico das doze IGs culturais selecionadas.

Figura 2. Layout do site MapTour (2)



Fonte: <https://maptour2017.wixsite.com/meusite>

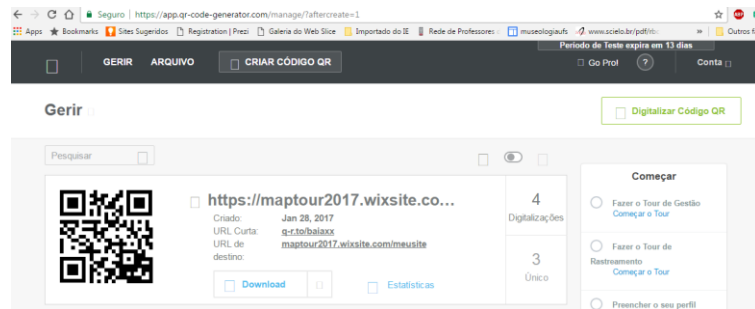
São disponibilizados os serviços turísticos mais próximos de cada IG cultural (hospitalidade, locomoção, *souvenirs*, lazer e segurança), as rotas rodoviárias, conexões com *google maps*, tempo de deslocamento de carro, ônibus ou outro meio de transporte, existência de ciclovias, distância de aeroportos centrais, permitindo ainda que os usuários possam interagir com sugestões ou locais ainda não cadastrados, compondo assim elementos colaborativos.

Além do uso do navegador de *internet*, a elaboração de um *QR Code* permite que seu acesso seja obtido não somente através de buscas na *web* mas interconectado *online* diretamente através de dispositivos móveis como *smartphones* ou *tablets*. Usado como *marketing* turístico,

O objetivo principal da promoção é a interação com um cliente ou um cliente em potencial. O código QR pode facilitar para alcançá-lo, proporcionando maior serviço envolvente aos clientes do que diferentes meios de propaganda tradicional (Çeltec, 2017: 62).

O *QR Code* foi criado a partir do aplicativo *qr-code-generator.com*.

**Figura 3. QR Code sendo gerado**



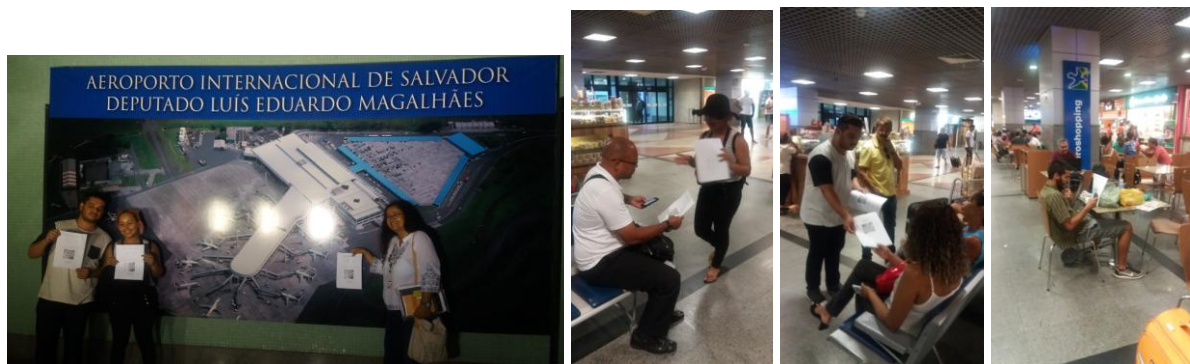
Fonte: <http://app.qr-code-generator.com/manage>, Acesso em: março de 2017.

Foi elaborado um tutorial para aplicação nos aeroportos com a finalidade de auxiliar o manuseio tecnológico por aqueles que ainda não conhecem ou utilizam *QR Codes*. Sugeriu-se aplicativos gratuitos para *download* nos dispositivos móveis e o modo correto de posicionamento da câmera digital para *scanear* os *QR Codes*.

## Resultados

A primeira aplicação teste foi realizada no Aeroporto Internacional de Salvador Deputado Luis Eduardo Magalhães (BA), havendo um contato prévio com a INFRAERO sobre o experimento. O *QR Code* foi impresso em 200 cópias para ser entregue aos passageiros. Outras cópias do material foram afixadas em lugares estratégicos.

**Figuras 4,5,6 e 7 .** Aplicação de marketing turístico via *QR Codes* no aeroporto de Salvador



Fonte: Fotografias Willams dos Anjos (2017)

No aeroporto internacional de Salvador identificou-se a familiaridade dos passageiros com as tecnologias inteligentes em duas situações: primeiro em um cartaz com um *QR Code*, no desembarque internacional, direcionando para o *download* do mapa do aeroporto em PDF. O segundo exemplo é do estacionamento que usa o aplicativo “Vaga Inteligente” com um *QR Code* para facilitar o pagamento.

Realizados os testes presenciais, foi feito um acompanhamento dos acessos à partir dos indicadores de mensuração das visitas ao *site* via *QR Code*. Até o presente momento foi possível quantificar o total de 2.282 vistas de página, configurando um resultado inicial positivo do experimento.



Visualizações de página de hoje	77
Visualizações de página de ontem	84
Visualizações de página do mês passado	2.282
Histórico de todas as visualizações de página	2.282

Entende-se que mesmo em áreas onde não há grande oferta de serviços turísticos, estes – ao advirem de capitais e/ou locais com maior infraestrutura (aeroportos, hospitalidade, etc.) – podem e devem ser pontes para povoados com ricas características artesanais e distantes somente uma ou duas horas das capitais. A digitalização de roteiros e informações que permita esses enlaces provê o acesso ao recurso, através de produtos e ofertas para o mercado que constituem o processo integral do turismo. Isto, posto que “o mercado, formado pelas pessoas com capacidade de consumo da oferta turística, justifica e sustenta economicamente o desenvolvimento da oferta turística, gerando dinâmicas que contribuem com a geração de trabalho e renda” (Vignati, 2012:97).

## Referências

AGÊNCIA VALENCIANA DEL TURISME. INVAT.TUR (2015). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes. Alicante: Universidad de Alicante/Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas.

CALIFORNIA INSTITUTE FOR SMART COMMUNITIES (2001). *Ten Steps to Becoming a Smart Community*. Disponível em: [http://www.smartcommunities.org/library\\_10steps.htm](http://www.smartcommunities.org/library_10steps.htm), Acesso em: 06/08/2016.

ÇELTEC, E (2017). QR Code Advertisements in Tourism Marketing. In: YILMAZ, Recep (Ed.) *Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age*. p.61-78. Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-2373-4.ch004, Acesso em: 17 de fevereiro de 2017.

DIAS, R., & CASSAR, M (2005). *Fundamentos de Marketing Turístico*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

MUÑOZ, A. L. A., & SÁNCHEZ, S. G (2015). *Destinos Turísticos Inteligentes. Economía industrial*.

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO (s/d). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca. Espanha: SEGITTUR.

VIGNATI, F (2012). *Gestão de Destinos Turísticos*. Rio de Janeiro: SENAC/RJ.



## ANAIS

### Colóquio *Cenários, Ciência e Desenvolvimento Turístico*

Coordenação: Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado - Universidade de Caxias do Sul

ISSN: 2526-575X

(\*) Encarte Anais da Conferência Internacional de Turismo e História

### **Organizadores**

Dr. Pedro de Alcântara Bittencourt César

Dra. Susana de Araújo Gastal

### **Equipe técnica de editoração, formatação e revisão**

Ms. Angela Teberga de Paula

Arq. Bruna Tronca

### **Conselho editorial Coordenação**

Dr. Pedro de Alcântara Bittencourt César – UCS

### **Coordenação**



Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade

Coordenação: Dra. Márcia Maria Cappellano dos Santos

## APRESENTAÇÃO

O Colóquio *Cenários, Ciência e Desenvolvimento Turístico*, com organização científica do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade [PPGTURH] da Universidade de Caxias do Sul, integra a programação oficial do I Fórum Gramado de Estudos Turísticos: Turismo Como Ciência a Serviço do Desenvolvimento Sustentável do País, promovido pelo Sindicato de Hotelaria, Restaurantes, Bares e Similares da Região das Hortênsias – SINDTUR/Serra Gaúcha, com a chancela institucional da Câmara de Vereadores de Gramado. O Colóquio tem por objetivo dar maior visibilidade e promover a discussão acadêmica sobre pesquisas em Turismo que tenham como foco temas relativos à Mobilidade, Hospedagem, Restauração (A&B), Comércio e Serviços, Entretenimento e Hospitalidade, os quais poderão ser abordados pela perspectiva da Cultura, Organizações e Gestão, Sustentabilidade, Gestão da Sustentabilidade, Gestão Pública, Acolhimento, Educação, Ruralidade, Urbanidade, Segmentação, Ciclo de Vida, Tecnologias, entre outras.

Gramado, 12 a 14 de abril de 2018.



## SUMÁRIO

<b>(RE)VISITANDO O CONCEITO DE EVENTOS: CARACTERÍSTICAS DA FEIRA MAIS ANTIGA DO EXTREMO SUL BRASILEIRO .....</b>	<b>8</b>
<b>A GASTRONOMIA COMO ATRATIVO EM CLUSTERS TURÍSTICOS.....</b>	<b>14</b>
<b>A INFRAESTRUTURA DE TRANSPORTE E A MOBILIDADE TURÍSTICA: UMA ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>21</b>
<b>A RELAÇÃO ENTRE GÊNERO E A SATISFAÇÃO DE EVENTOS: UMA ANÁLISE DA OKTOBERFEST BLUMENAU .....</b>	<b>29</b>
<b>A VISITAÇÃO PÚBLICA E O DESMATAMENTO NAS UNIDADES DE CONSERVAÇÃO DA AMAZÔNIA: UMA ABORDAGEM ECONOMÉTRICA .....</b>	<b>35</b>
<b>ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O GASTRONOMIX, EVENTO GASTRONÔMICO CURITIBANO.....</b>	<b>43</b>
<b>ASPECTOS DA REGIÃO TURÍSTICA DA CHAPADA DIAMANTINA, MICRORREGIÃO DO GEOPARQUE SERRA DO SINCORÁ E O TERRITÓRIO DE LENÇÓIS .....</b>	<b>49</b>
<b>CARTOGRAFIA DE SABERES E ARTESANIA DA (E NA) PESQUISA EM TURISMO .....</b>	<b>56</b>
<b>CHOCOLATE COMO SUVENIR GASTRONÔMICO ANALISANDO O MUNICÍPIO DE GRAMADO/RS .....</b>	<b>62</b>
<b>CIDADES CRIATIVAS: PARKLET COMO ALTERNATIVA DE ESPAÇOS PÚBLICOS URBANOS.....</b>	<b>69</b>
<b>CONSUMO CULTURAL E PATRIMÔNIO: UM OLHAR SOBRE CAXIAS DO SUL-RS E SUAS POSSIBILIDADES .....</b>	<b>76</b>

<b>DESAFIOS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO RIO GRANDE DO SUL E GRAMADO.....</b>	<b>83</b>
<b>DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM EM PORTO ALEGRE (RS) .....</b>	<b>92</b>
<b>ECOSSISTEMAS TURÍSTICOS, DESTERRITORIALIZAÇÃO CAOSMÓTICA E CIBERTERRITORIALIDADES.....</b>	<b>100</b>
<b>ENTRETENIMENTO: MEMÓRIA E PARQUES TEMÁTICOS .....</b>	<b>107</b>
<b>GESTÃO DE EVENTOS EM MEIOS DE HOSPEDAGEM: PROPOSTA DE <i>LATO SENSU</i> EAD .....</b>	<b>113</b>
<b>GOVERNANÇA DO TURISMO EM GRAMADO (RS): O PAPEL DOS ATORES SOCIAIS PARA O PLANEJAMENTO E A GESTÃO TURÍSTICA LOCAL E REGIONAL .....</b>	<b>120</b>
<b>GOVERNANÇA TURÍSTICA LOCAL: ANÁLISE SOB O PONTO DE VISTA DA QUALIDADE DEMOCRÁTICA.....</b>	<b>127</b>
<b><i>HOSTEL</i> E O SUJEITO TURISTA .....</b>	<b>134</b>
<b>INTERFACES ENTRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, TURISMO SOCIAL E ACESSÍVEL – O CASO DO FESTIVAL ROTA DOS SABORES EM CORONEL FABRICIANO (MG).....</b>	<b>140</b>
<b>MÍDIAS SOCIAIS: RELATO SOBRE ESTÁGIO PRÁTICO NO MIRANTE HOTEL EM SANTA VITÓRIA DO PALMAR - RS .....</b>	<b>147</b>
<b>MODELAÇÃO TURÍSTICA EM DESTINOS: APLICAÇÃO DO MODELO DE ENTRELAÇAMENTO EM GRAMADO (BRASIL) E ROVANIEMI (FINLÂNDIA) .....</b>	<b>155</b>
<b>O COMPORTAMENTO DO TURISTA LGBT COM RELAÇÃO AO CONSUMO EM VIAGENS DE LAZER .....</b>	<b>161</b>
<b>O CONSTRUCIONISMO E A AÇÃO COLETIVA DE JOVENS RURAIS NO TURISMO .....</b>	<b>168</b>

<b>O FUTURO DA HOSPITALIDADE: IMPACTOS DOS MODELOS DISRUPTIVOS DE HOSPEDAGEM NO MERCADO TRADICIONAL.....</b>	<b>175</b>
<b>OS ESPAÇOS PÚBLICOS DE LAZER AO AR LIVRE DE BENTO GONÇALVES (RS) E A SUA APROPRIAÇÃO PARA O TURISMO .....</b>	<b>182</b>
<b>OS IMPACTOS DOS JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016 NA PERCEPÇÃO DO TURISTA DOMÉSTICO E INTERNACIONAL.....</b>	<b>189</b>
<b>PATRIMÔNIO CULTURAL DE ANTÔNIO PRADO/RS: ENTRE O TURISMO, A MEMÓRIA E O PLANEJAMENTO .....</b>	<b>194</b>
<b>PERMANÊNCIA E MUDANÇAS NO RURAL: PERCEPÇÃO DOS ATORES LOCAIS .....</b>	<b>201</b>
<b>PESQUISA NA INTERNET E A INVESTIGAÇÃO ACADÊMICA: CONTRIBUIÇÕES PARA O TURISMO .....</b>	<b>210</b>
<b>PROJETO DE LEI Nº 748/2015 E AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE 5764: DISCUSSÕES SOBRE HOSPEDAGEM COMPARTILHADA “AIRBNB” .....</b>	<b>217</b>
<b>QUALIDADE NOS SERVIÇOS EM MEIOS DE HOSPEDAGEM: O CASO DE UM HOTEL NA FRONTEIRA BRASIL – URUGUAI .....</b>	<b>224</b>
<b>REALIDADE VIRTUAL NO TURISMO: UMA FORMA DE ENTRETENIMENTO OU UMA MUDANÇA DE PARADIGMA? .....</b>	<b>231</b>
<b>REFLEXÕES SOBRE O DESPERTAR DA ÁREA CENTRAL DE FLORIANÓPOLIS PELO TURISMO</b>	<b>238</b>
<b>SOBRE GASTRONOMIA E TURISMO: AS CASAS DE FARINHA.....</b>	<b>246</b>
<b>SUSTENTABILIDADE E TURISMOFOBIA: OS DESAFIOS DO TURISMO NO SÉCULO XXI .....</b>	<b>253</b>
<b>TECNOLOGIAS SOCIAIS TURÍSTICAS PARA MOBILIDADE EM COMUNIDADES DE IG CULTURAL: A PROPOSTA DO MAPTOUR NOS AEROPORTOS BRASILEIROS. ....</b>	<b>259</b>

<b>TRADICIONALISMO GAÚCHO: UMA PRÁTICA DE LAZER.....</b>	<b>266</b>
<b>TRILHA NOTURNA EM CRIÚVA: SINALIZADORES PARA UM TURISMO-TRAMA ECOSSISTÊMICO. CARTOGRAFIA DE UM GRUPO DE SUJEITOS EM PROCESSO DE DESTERRITORIALIZAÇÃO .....</b>	<b>273</b>
<b>TRILHAS INTERPRETATIVAS: INSTRUMENTOS PARA EDUCAÇÃO AMBIENTAL CRÍTICA .....</b>	<b>280</b>
<b>TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: O FATOR HOSPITALIDADE COMO DIFERENCIAL PARA O POVOADO DE SÃO MIGUEL (PARANAGUÁ – PR).....</b>	<b>284</b>
<b>TURISMO E HOSPITALIDADE: UM ESTUDO DA ACESSIBILIDADE SOB A ÓTICA DO USUÁRIO DO ESPAÇO URBANO.....</b>	<b>292</b>
<b>TURISMO NO DISCURSO DE UMA COMUNIDADE PERIFÉRICA .....</b>	<b>299</b>
<b>TURISMO PARA IDOSOS EM CIDADES SUSTENTÁVEIS: A PROPOSTA PARA GRAMADO .....</b>	<b>305</b>
<b>TURISMO RELIGIOSO E DEVOÇÃO: O CASO “SANTUÁRIO DE CARAVAGGIO” DE CANELA/RS .....</b>	<b>311</b>
<b>TURISMO, IMIGRAÇÃO E PATRIMÔNIO CULTURAL: OS CENÁRIOS CONSTRUÍDOS EM PETRÓPOLIS, RJ .....</b>	<b>319</b>
<b>TURISMO, MOBILIDADE E EXPERIÊNCIA: TECENDO INTERRELAÇÕES.....</b>	<b>326</b>
<b>UMA CONTRIBUIÇÃO TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA PARA O PLANEJAMENTO E GESTÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS, ORGANIZAÇÕES E TERRITÓRIOS TURÍSTICOS: PRIMEIROS PASSOS .</b>	<b>332</b>

# TECNOLOGIAS SOCIAIS TURÍSTICAS PARA MOBILIDADE EM COMUNIDADES DE IG CULTURAL: A PROPOSTA DO MAPTOUR NOS AEROPORTOS BRASILEIROS.

Janaina Cardoso de Mello<sup>1</sup>

**Palavras-chave:** App de Mobilidade, Comunidades Tradicionais, Indicação Geográfica, Fluxo de passageiros, Aeroportos.

## Apresentação

O *App* MAPTOUR parte de uma investigação social em regiões de economia criativa com produtos de comunidades tradicionais, que obtiveram a certificação de qualidade da Indicação Geográfica (IG) pelo Instituto de Propriedade Industrial (INPI), para a elaboração de um aplicativo na perspectiva de Destino Turístico Inteligente (DTI), com plotagens com *QR Codes* em seis aeroportos brasileiros (Aracaju/SE, Recife/PE, Salvador/BA, Rio de Janeiro (Galeão)/RJ, Guarulhos/SP e Campinas (Viracopos)/SP).

**Figura 1:** Modelo da Plotagem com *QR Code* na marca MAPTOUR para os aeroportos.



Fonte: Designer PMJ, RS e JCM (2018)

<sup>1</sup> Mestranda em Turismo pelo PPMTUR-IFS.

A roteirização turística digital agrega visibilidade à tradição e à sustentabilidade de comunidades produtoras do artesanato em Capim Dourado do Jalapão (TO), da renda Renascença do Cariri paraibano (PB), do bordado Filé da Lagoa Mundaú (AL), da renda Irlandesa de Divina Pastora (SE), da Cajuína e joias em opalas azuis de Pedro II (PI), das panelas de Goiabeiras de Vitória (ES), do queijo do Serro, dos biscoitos de São Tiago e das peças em estanho de São João Del Rei (MG), dos vinhos e espumantes de Pinto Bandeira, dos vinhos do Vale dos Vinhedos em Bento Gonçalves e doces de Pelotas (RS).

## **Objetivos**

Como objetivo geral busca-se desenvolver o aplicativo MAPTOUR e aplicar seu *QR Code* com a roteirização das IGs culturais brasileiras nos aeroportos para gestão de DTI. São objetivos específicos: 1. Pesquisar as áreas com IGs na relação com o consumo de bens culturais via turismo e economia criativa; 2. Estudar o fluxo de passageiros nos aeroportos; 3. Ofertar um produto turístico tecnológico com aplicação inovadora na perspectiva de *Smart Mobility*; 4. Disponibilizar uma ferramenta para a gestão da mobilidade turística capaz de ser replicada em outras geografias.

## **Referenciais teóricos do processo Metodológico**

O desenvolvimento de aplicativos para as demandas sociais na economia criativa e no turismo se intensificou nos últimos anos. Vide o recente trabalho de Wilder Julio Espinoza Bravo intitulado “*Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística en la provincia de Lima Este*” (2017). Há ainda a tese “*Understanding smart tourism destination: evidence from a smart city project implementation in an international tourism destination*” (2017), defendida por Mariana Brandão Cavalheiro, na Fundação Getúlio Vargas. Opera-se com uma mobilidade digital para o consumo de turistas que procuram uma experiência

sistematizada, exclusiva e valorativa. Oferta-se a imersão no modo de vida e produção das comunidades.

Têm sido pesquisadas na INFRAERO e na Secretaria Nacional de Aviação Civil informações anuais e mensais do movimento de aeronaves, embarque e desembarque de passageiros. Adota-se o método indutivo que “inicia-se pela observação dos fenômenos até chegar a princípios gerais para depois testá-los” (DENCKER, 1998, p.25).

O estudo do fluxo de passageiros nos aeroportos brasileiros auxilia na compreensão do potencial do turismo nos estados dos municípios roteirizados no App MAPTOUR. O Anuário estatístico de turismo (MTUR, 2017) coteja o quantitativo de desembarques domésticos e internacionais.

**Tabela 1:** Desembarque de passageiros em aeroportos brasileiros por estado (2016)

Estado	Desembarque Doméstico*	Desembarque Internacional
Alagoas	907.961	1.109
Paraíba	735.329	-
Sergipe	10.541	-
Piauí	522.668	-
Espírito Santo	1.474.687	-
Minas Gerais	5.267.297	140.902
Tocantins	319.322	816
Rio Grande do Sul	4.277.580	166.253

\*Voos regulares

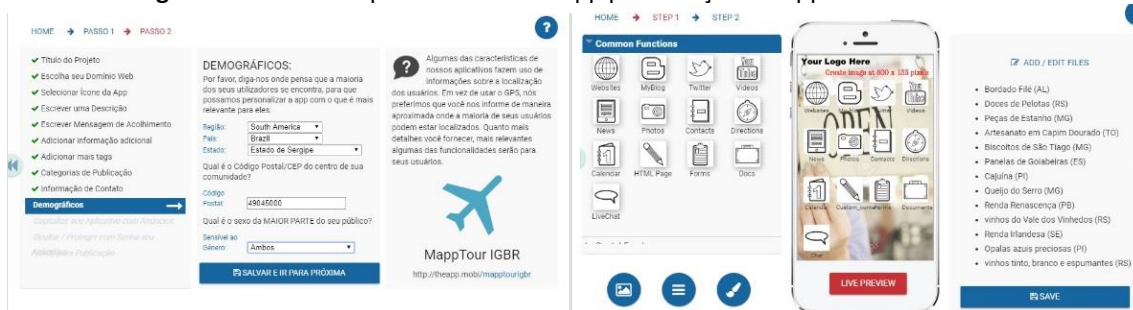
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados de MTUR, 2017, p.305;323.

A tabela 1 revela um maior fluxo de desembarque doméstico em Minas Gerais e Rio Grande do Sul, respectivamente. Já o menor quantitativo de desembarque ficou com Sergipe. Para os desembarques internacionais não foram computados os estados da Paraíba, Sergipe, Piauí e Espírito Santo por não possuírem aeroportos internacionais classificados pela INFRAERO/ANAC. Dentre os quatro estados que receberam voos internacionais em 2016, o Rio Grande do Sul obteve o maior desembarque, seguido de Minas Gerais. O menor número de desembarque internacional foi direcionado à Tocantins. Tanto o Rio Grande do Sul quanto Minas Gerais possuem três produtos com certificação de IG cultural, seguidos pelo Piauí com dois registros.

A roteirização digital do MAPTOUR, na perspectiva dos DTIs, pressupõe a existência de ‘espaços de fluxo’ capazes de vincular “[...] eletronicamente as localidades separadas em uma rede interativa que conecta as atividades e gentes em distintos contextos geográficos e os ‘espaços de lugares’ que se configuram na territorialidade local onde as pessoas residem, vivem e atuam” (CASTELLS, 2007).

A segunda versão do App foi criada na plataforma Makr App.

**Figuras 2 e 3:** Uso da plataforma Makr App para criação do App MAPTOUR IGBR



Fonte: 2º Protótipo (2017)

A pesquisa desenvolve-se a partir da localização geográfica propiciada pela tecnologia *wireless* dos *smartphones* que identificam códigos e utilizam GPS para o repasse de informações ao usuário. Com essa tecnologia, muitos aplicativos vinculados à mobilidade (rodoviária, ferroviária e aérea) foram desenvolvidos anexando guias com indicação de posição como difusão de horários, preços de passagens e demais confortos.

## Resultados

Os dados estatísticos da Superintendência de Infraestrutura Aeroportuária, com base nos relatórios anuais dos principais aeroportos do país, trazem códigos dos aeroportos, referindo-se à cronologia de 2005 a 2007:

**Tabela 3:** Adaptação dos dados do Ranking dos Maiores Aeroportos Brasileiros – Mercado Doméstico e Internacional (Emb+Des)

Aeroporto	2005 PAX	2006 PAX	2007 PAX	Taxa de crescimento (%)



SBAR (Aracaju)	490.300	589.719	691.640	41,06
SBSV (Salvador)	4.554.572	5.425.747	5.932.461	30,25
SBRF (Recife)	3.604.652	3.953.845	4.188.081	16,19
SBGL (Galeão)	8.657.139	8.856.527	10.352.616	19,58
SBKP (Campinas)	816.599	826.246	1.006.059	23,20
SBGR (Guarulhos)	15.834.797	15.759.181	18.795.596	18,70

Fonte: ANAC, 2007, p.5.

Observa-se na tabela 3 que nos cinco primeiros aeroportos com voos domésticos e internacionais houve crescimento ao longo dos anos. O aeroporto de Guarulhos (SP) destoou ao apresentar uma leve queda em 2006, recuperando-se em 2007. Aracaju obteve o maior crescimento, enquanto Recife (PE) apresentou a menor taxa percentual.

**Tabela 4:** Adaptação dos dados do Ranking dos Maiores Aeroportos Brasileiros – Mercado Doméstico (Emb+Des)

Aeroporto	2005 PAX	2006 PAX	2007 PAX	Taxa de crescimento (%)
SBAR	490.155	589.635	691.640	41,11
SBSV	4.292.989	5.051.057	5.519.541	28,57
SBRF	3.422.984	3.781.912	4.010.970	17,18
SBGL	6.268.649	6.715.234	8.180.323	30,50
SBKP	801.012	823.519	1.004.002	25,34
SBGR	7.261.265	7.553.683	10.349.043	42,52

Fonte: ANAC, 2007, p.6.

Separando-se o quantitativo geral (tabela 4), os dados de embarque e desembarque domésticos revelam uma maior taxa de crescimento percentual para o aeroporto de Guarulhos (SP), seguido de perto pelo aeroporto de Aracaju (SE), relegando ao aeroporto de Recife (PE) a última classificação entre os seis aeroportos estudados.

**Tabela 5:** Adaptação dos dados do Ranking dos Maiores Aeroportos Brasileiros – Mercado Internacional (Emb+Des)

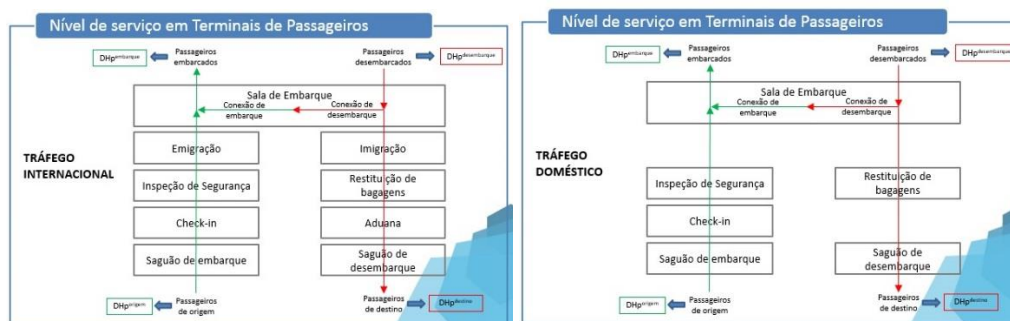
Aeroporto	2005 PAX	2006 PAX	2007 PAX	Taxa de crescimento (%)
SBSV	261.583	374.690	412.920	57,85
SBRF	181.668	171.933	177.111	-2,51
SBGL	2.388.490	2.141.293	2.172.293	-9,05
SBKP	15.587	2.727	2.057	-86,80
SBGR	8.573.532	8.205.498	8.446.553	-1,48

Fonte: ANAC, 2007, p.7.

Na tabela 5 não há dados sobre o aeroporto de Aracaju-SE (SBAR) pelo fato deste ser doméstico. Com exceção do aeroporto de Salvador que apresentou taxa de crescimento percentual nos voos internacionais, todos os outros cinco aeroportos mostraram decréscimo, tendo o aeroporto de Campinas-SP (Viracopos) o pior desempenho.

No que diz respeito ao local de plotagem dos *QR Codes* ao final do projeto, também foi com base no material pesquisado junto à ANAC que foi possível justificar a escolha pela sala de embarque dos aeroportos.

**Figuras 4 e 5:** Fluxo de embarque e desembarque de passageiros nas dependências dos aeroportos internacionais e domésticos



Fonte: ANAC, 2016, slide 14 e 15.

Vê-se o movimento de entrada dos passageiros de origem cujo percurso compreende, de modo linear, uma caminhada pelo saguão de embarque, o *Check-in*, a inspeção de segurança, o setor de emigração até à sala de embarque onde será dado acesso ao avião (figura 4). A saída dos passageiros de destino perfaz o trânsito pela sala de embarque, a imigração, o espaço de restituição de bagagens, a aduana e o salão de desembarque.

Há um grau a simplificação do percurso de entrada no tráfego doméstico de passageiros de origem perpassando o salão de embarque, o *Check-in*, a inspeção de segurança para chegar ao salão de embarque com acesso ao voo pretendido. Para os passageiros de destino a saída se torna mais simplificada uma vez que só têm em seu trajeto a sala de embarque, a restituição de bagagens e o saguão de desembarque (figura 5).

## Considerações finais

O MAPTOUR ao favorecer a mobilidade digital, para além da individualização dos espaços com IGs culturais, remonta história interconectadas, incentiva o *modus operandi* de uma economia que valorize o bem-estar social e a qualidade de vida dos produtores tradicionais. Orienta-se o olhar do turista para a coletividade, a rede de solidariedade entre as associações produtoras, os artesãos e o cuidado com o ambiente.

## Referências

ANAC. Audiência Pública nº 07/2016. Proposta de Resolução que regulamenta a apresentação de informações relativas à movimentação aeroportuária. Brasília: Superintendência de Regulação Econômica de Aeroportos – SRA, 2016. 44 slides.

ANAC. Movimento operacional dos principais aeroportos do Brasil. Relatório anual 2005-2007. Brasília: ANAC/SIE/GEAR, 2007.

BRAVO, Wilder Julio Espinoza. Diseño de un aplicativo móvil para la difusión de información turística en la provincia de Lima Este. Monografia Engenharia de Sistemas e Informática. Lima, Peru: Universidad Privada Norbert Wiener/ Facultad de Ingeniería y Negocios/Escuela Académico Profesional de Ingenierías, 2017.

CASTELLS, Manuel. Space of Flows, Space of Places: Materials for a Theory of Urbanism in the. Information Age In: BRAHAM, William W., SADAR, John Stanislav, HALE, Jonathan A. (org). **Re-think-ing tech-nol-ogy: a reader in architectural theory**. London: Routledge, 2007.

CAVALHEIRO, Mariana Brandão. Understanding smart tourism destination: evidence from a smart city project implementation in an international tourism destination. Tese de Doutorado em Administração. Rio de Janeiro: Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa da FGV, 2017.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

MTUR. **Anuário Estatístico de Turismo – 2017**. Vol. 44, Ano Base 2016. Brasília: MTUR, 2017.